

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN TURISMO

**LA RUTA TRASCANTÁBRICA:
UN PRODUCTO TURÍSTICO DE MONTAÑA PARA ASTURIAS**

AUTOR: Illán Fernández Fernández

Gijón, 25 de junio de 2022

RESUMEN

En el presente Trabajo Fin de Grado se realiza una propuesta de producto turístico de montaña denominado Ruta Transcantábrica o GR Transcantábrico. Asturias cuenta con recursos valiosos para desarrollar el turismo de senderismo, que es un segmento en crecimiento y con de gran valor en numerosas partes del mundo. Los casos de éxito del Tour Du Mont Blanc, la Ruta Transpirenaica, el GR 20 de la Isla de Córcega y el Anillo de Picos de Europa pueden servir como ejemplos para validar la oportunidad de la propuesta. En el diseño del producto turístico se plantean dos opciones de itinerario y los servicios complementarios que deberían completar la oferta. También se abordan los elementos de comunicación del producto.

Palabras clave: turismo de montaña; producto turístico; senderismo; Cordillera Cantábrica; Asturias.

ABSTRACT

In this final degree project a proposal is made for a new mountain tourism product which is called Ruta Transcantábrica o GR Transcantábrico. Asturias has a lot of sources to develop hiking tourism, a segment which is growing day by day and with a lot of value in many parts of the world. The success stories of Tour Du Mont Blanc, Ruta Transpirenaica, GR 20 de la Isla de Córcega and Anillo de Picos de Europa could be great examples to validate the chance of the proposal. The design of the tourism product sets two possible itineraries with the complementary services which should complete the offer. It also deals with the communication features of the product.

Keywords: mountain tourism; tourism product; trekking; Cantabrian Mountains; Asturias.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. EL SENDERISMO.....	3
2.1. CONCEPTO DE SENDERISMO	3
2.2. EL SENDERISMO COMO PRODUCTO TURÍSTICO	3
2.3. RECORRIDOS SENDERISTAS DE ÉXITO	6
2.3.1. Tour Du Mont Blanc	6
2.3.2. La Ruta Transpirenaica	9
2.3.3. GR de la Isla de Córcega	12
2.3.4. El Anillo de Picos de Europa.....	14
2.3.5. Comparación de los cuatro ejemplos	16
3. LA RUTA TRASCANTÁBRICA	18
3.1. ALOJAMIENTO	21
3.2. SEÑALIZACIÓN	22
3.3. PÚBLICO OBJETIVO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	23
3.4. PUNTOS DE PARTIDA.....	26
3.4.1. Servicio de transporte	28
3.4.2. Alquiler y compra de material	28
3.4.3. Mapas	29
3.4.4. Otros servicios.....	29
3.5. SERVICIO DE GUÍA DE MONTAÑA.....	30
3.6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	30
3.6.1. Página web	31
3.6.2. Instagram	33
3.6.4. Establecimientos físicos	34
3.7. SÍNTESIS DEL RECORRIDO.....	36
CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	41
REFERENCIAS.....	41
PÁGINAS WEB	41
ANEXO	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica.....	19
Figura 3.2. Orientación sobre la escala MIDE	21
Figura 3.3. Señalización GR según FEDMA	22
Figura 3.4. Logotipo para la promoción y comercialización del GR	31
Figura 3.5. Parte frontal y transversal del folleto informativo	35
Figura 3.6. Parte interior del folleto informativo.....	36
Figura A.1. 1ª etapa (itinerario difícil)	44
Figura A.2. 1ª etapa (itinerario sencillo)	44
Figura A.3. 2ª etapa (itinerario difícil)	45
Figura A.4. 2ª etapa (itinerario sencillo)	45
Figura A.5. 3ª etapa (único itinerario)	45
Figura A.6. 4ª etapa (itinerario difícil)	46
Figura A.7. 4ª etapa (itinerario sencillo)	46
Figura A.8. 5ª etapa (itinerario difícil)	47
Figura A.9. 5ª etapa (itinerario sencillo)	47
Figura A.10. 6ª etapa (itinerario difícil)	47
Figura A.11. 6ª etapa (itinerario sencillo)	48
Figura A.12. 7ª etapa (itinerario difícil)	48
Figura A.13. 7ª etapa (itinerario sencillo)	48
Figura A.14. 8ª etapa (único itinerario)	49
Figura A.15. 9ª etapa (itinerario difícil)	49
Figura A.16. 9ª etapa (itinerario sencillo)	50
Figura A.17. 11ª etapa (itinerario extremo).....	50
Figura A.18. 11ª etapa (itinerario difícil)	50
Figura A.19. 11ª etapa (itinerario sencillo).....	51
Figura A.20. 12ª etapa (itinerario difícil)	51
Figura A.21. 12ª etapa (itinerario sencillo).....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Análisis DAFO del turismo senderista.....	6
Tabla 2.2. Etapas del Tour Du Mont Blanc.....	7
Tabla 2.3. Etapas de la ruta Transpirenaica (GR – 11).....	10
Tabla 2.4. Etapas norte de la ruta GR-20.	13
Tabla 2.5. Etapas sur de la ruta GR-20.....	13
Tabla 2.6. Etapas del Anillo de Picos de Europa.....	15
Tabla 2.7. Comparación de los cuatro ejemplos.....	17
Tabla 3.1. Tabla informativa sobre el GR Transcantábrico	37

1. INTRODUCCIÓN

La Cordillera Cantábrica constituye para Asturias un recurso con un potencial excepcional para la práctica del senderismo. Ahora bien, este potencial no se encuentra explotado adecuadamente. Existen otros países europeos, como por ejemplo Austria, Suiza o Alemania, donde el senderismo de montaña supone una actividad totalmente organizada, con redes de senderos conectadas entre sí, acompañadas de múltiples alojamientos tipo albergue o refugio cada cierta distancia. Esto permite al turista recorrer la montaña a su gusto, hospedándose en el lugar que más se adecúe a sus preferencias y durante el número de días que desee.

Un caso particular de este turismo senderista de montaña sería el de las rutas señalizadas de varias jornadas de duración a través de sistemas montañosos. Algunas de ellas cuentan con una afluencia turística destacada. En el presente trabajo se analizan cuatro casos de éxito: el Tour Du Mont Blanc, la Ruta Transpirenaica, el GR 20 de la Isla de Córcega y el Anillo de Picos. Este último se encuentra en la Cordillera Cantábrica, aunque en un sector geográficamente diferenciado y muy conocido por el público especializado, como es el Parque Nacional de Picos de Europa. Sin embargo, el resto de la Cordillera Cantábrica adolece de un producto turístico que lo articule. Por ello desarrollar un producto turístico de montaña fuera de los Picos de Europa es algo de especial interés para dar a conocer el resto del territorio asturiano. El Parque Natural de Redes, el Parque Natural de Las Ubiñas–La Mesa o el Parque Natural de Somiedo son lugares de una belleza incontestable, susceptibles de un mejor aprovechamiento turístico.

El Trabajo Fin de Grado (TFG) tiene como objetivo el diseño como producto turístico de la Ruta Transcantábrica o Sendero de Gran Recorrido (GR) Transcantábrico. Se trata de un recorrido de doce etapas a lo largo del sector asturiano de la Cordillera Cantábrica. La propuesta principal transcurre desde el Puerto de Tarna, perteneciente al Parque Natural de Redes, hasta el Valle del Lago en el Parque Natural de Somiedo. Con esto no se quiere crear un producto turístico rígido. Es decir, no debe de ser necesario realizar las doce etapas. La idea es configurar dos itinerarios paralelos interconectados, uno sencillo para montañeros principiantes o aficionados y otro más difícil para montañeros experimentados. De tal manera que el turista pueda combinar las etapas a su gusto y siempre disponiendo de alguna posibilidad de pernocta en cada inicio-fin de etapa. La propuesta trata de dinamizar la economía de todas las zonas por las que pasa, creando valor y riqueza para los distintos concejos del recorrido. Más allá de la montaña, el turista deseará disfrutar de los pueblos, de su gastronomía y de otras manifestaciones

culturales. Para todo ello, Asturias es un lugar privilegiado. Además, la propuesta también se supone un intento de desestacionalizar la demanda en las zonas de los Puerto de San Isidro y de Pajares, ya que ambas dependen en mayoritariamente del turismo de nieve. Debido al cambio climático, la duración de las temporadas será cada vez menor, por lo que el senderismo es una actividad a tener en cuenta para reactivar su economía, sobre todo en la época estival.

El presente TFG se estructura, más allá de esta introducción, en tres capítulos. En el capítulo 2, se define el turismo de montaña y el senderismo para comprender así la actividad principal de esta propuesta, teniendo en cuenta que en otros países supone una fuente de turistas de calidad. Posteriormente se exponen cuatro ejemplos de rutas de varias jornadas de duración que han alcanzado un éxito turístico contrastado. El capítulo 3 contiene una propuesta de Ruta Transcantábrica, abarcando los elementos que configuran su diseño como producto turístico. Posteriormente, el capítulo 4 sintetiza las principales conclusiones del trabajo, para dar paso a la bibliografía y a un anexo.

2. EL SENDERISMO

2.1. CONCEPTO DE SENDERISMO

En primer lugar, para comprender la propuesta de este producto turístico, habrá que definir el senderismo. Como indica la página web de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME) (2022), “el senderismo es una actividad deportiva no competitiva que consiste en caminar siguiendo un itinerario determinado”. El senderismo ha de discurrir por caminos señalizados y homologados. De acuerdo a la página web Mi Senda FEDME (2022), “un sendero homologado es una instalación deportiva que se desarrolla preferentemente por caminos tradicionales y en el medio natural, identificada por las marcas propias de la FEDME”. Dicho esto, se entiende que en el momento que no se esté siguiendo un sendero homologado, la actividad no se podrá definir como senderismo.

Se trata de una actividad que día tras día, aumenta su número de participantes. Según la Federación Canaria de Montañismo (2022), “esta actividad al aire libre se ha convertido en un fenómeno social en pleno desarrollo debido a que acerca al caminante no solo al medio natural sino al conocimiento de aquellos otros valores etnográficos, históricos y patrimoniales de los lugares por donde discurre. Esta práctica deportiva de bajo impacto ambiental contribuye al conocimiento del entorno de forma respetuosa permitiendo en este contacto directo con el medio natural y conocer los valores culturales y naturales de aquellas zonas y enclaves por los que discurren los senderos. Podríamos considerar que el senderismo es la herramienta más inocua y comprometida de recorrer comarcas y países descubriendo así la riqueza del entorno y de quienes lo habitan y mantienen”.

2.2. EL SENDERISMO COMO PRODUCTO TURÍSTICO

El turismo de montaña engloba un paraguas de actividades entre las que se encuentra el senderismo. Para la World Tourism Organization (2022), “el turismo de montaña, es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre. El turismo de montaña tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y a la creación de empleo y su capacidad de

promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo del territorio”.

El turismo de montaña y el senderismo suponen una fuente de ingresos y de actividad muy importante en varias zonas europeas. Un ejemplo es el de Austria. Tal como afirma el Instituto de Turismo de España (2008), “el turismo de montaña es el producto turístico más importante para Austria, tanto en verano como en invierno. La demanda turística de montaña en Austria asciende a 20,65 millones de turistas: 9,25 millones, el 42%, corresponden a la temporada de verano y 11,4 millones, el 58%, a la temporada de invierno”. La implicación de Austria con el turismo de montaña y el senderismo es tal, que se ha creado una red llamada ‘Los pueblos de senderismo de Austria’. Tal como afirma el Instituto de Turismo de España (2008), “43 regiones o localidades turísticas repartidas por el territorio austriaco se han asociado a esta iniciativa desarrollada en cooperación con Österreich Werbung (Instituto de Promoción Turística de Austria). La oferta turística de estos pueblos se basa en las motivaciones experimentar la naturaleza y moverse en la naturaleza. Fue fundada en 1991 bajo el nombre ‘vacaciones de pueblo en Austria’ con el objetivo de potenciar un tipo de turismo con pretensiones ecológicas según criterios estrictamente seleccionados como el carácter típico austriaco del pueblo, límites ecológicos y sociales y medidas ecológicas. La iniciativa ganó el premio ‘Tourism for Tomorrow Awards’ en 1993. Desde entonces los miembros han enfocado su oferta cada vez más en senderismo y modificaron el nombre de la Asociación en 1998”. Como se puede observar, Austria es un claro ejemplo donde el senderismo produce una serie de beneficios a la población local, generando así riqueza y bienestar. La creación de una red de senderos, la clasificación de los distintos itinerarios y la producción de un material informativo de calidad, hacen que su oferta sea profesional y diferenciada.

Suiza es otro país donde el turismo de montaña y en concreto, el senderismo, tiene una gran importancia. Tal como afirma el Instituto de Turismo de España (2008), “un 25% de la población vive en las zonas montañosas de Suiza. En la temporada de 2006/2007, el 50% sobre el total de las llegadas y el 57% de las pernoctaciones registradas en establecimientos hoteleros de Suiza se concentraron en zonas de montaña. El senderismo sigue siendo el principal producto de turismo de montaña en Suiza. La variante más deportiva del senderismo, el ‘nordic walking’ es un deporte muy popular en Suiza y constituye un producto estratégico en la oferta de turismo de montaña de Suiza”. Un ejemplo más de otro país que cuenta con una red de senderos establecida de calidad.

Por último, otro lugar donde el turismo de montaña y una vez más, el senderismo, tiene una gran relevancia, es Alemania. Tal como afirma el Instituto de Turismo de España (2008), “la demanda total se puede estimar en unos 23 millones de turistas de montaña. Cerca del 80% se concentra en la temporada de verano. El principal producto del turismo de montaña en Alemania es, sin duda, el senderismo. Los senderistas constituyen el principal segmento del turismo de montaña en Alemania. El senderismo, una actividad con larga tradición en Alemania, sigue ganando popularidad y mejorando su imagen. Es la actividad al aire libre más popular entre los alemanes: 34 millones de alemanes lo practican durante su tiempo de ocio y/o de vacaciones. Además de entre la generación de mayores de 50 años (generación “50+”), disfruta de una creciente popularidad entre la gente joven”. Como se puede observar, son varios los países donde el turismo de montaña y el turismo senderista generan valor y riqueza. Tal como afirman Rodríguez y Rodríguez (2010), “la oferta en los países desarrollados europeos es inmensa y es prácticamente imposible encontrar un destino de naturaleza que no cuente con una respetable red de caminos y sendas tradicionales que permitan recorrer grandes extensiones de su territorio”.

Con la exposición de estos tres ejemplos se observa como el turismo de montaña y en concreto, el turismo senderista, puede tener una repercusión positiva importante sobre los lugares donde transcurre. Además, no solo genera valor y riqueza con la reserva de alojamiento, sino que lo puede llegar a hacer de diferentes maneras, dando viabilidad a una red completa de actividades y negocios. Tal como afirman Rodríguez y Rodríguez (2010), “la práctica senderista de hoy en día presenta múltiples peculiaridades que hacen que no se pueda hablar únicamente de un tipo de producto concreto, estrictamente relacionado con la actividad deportiva, la relación con la naturaleza o el interés por conocer y recorrer el medio rural. El senderismo se debe entender como algo más que un producto determinado, pasando a representar una experiencia turística integral, sobre todo si la enfocamos en el ámbito de entornos rurales y naturales, en los que los recursos turísticos existentes pueden ser relacionados entre sí a través de esta actividad”.

Para concluir este punto, se recoge en la tabla 2.1. un Análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) del turismo senderista.

Debilidades	Fortalezas
<p>Oferta poco especializada y modernizada</p> <p>Deficiencias formativas (gestión, servicios...)</p> <p>Escasa colaboración y cooperación interinstitucional</p> <p>Colaboración inexistente con otros sectores</p> <p>Baja utilización de nuevas tecnologías</p> <p>Pocas o nulas acciones de marketing</p>	<p>Práctica consolidada como turismo y deporte al aire libre</p> <p>Buena imagen global de la actividad (saludable, responsable...)</p> <p>Seguridad y "suavidad" frente a otras formas de turismo activo</p> <p>Crecimiento del sector turístico</p> <p>Flexibilidad de los negocios (pymes, autónomos...)</p> <p>Personal joven con gran adaptación al cambio.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>Creciente diversificación de la oferta (cicloturismo...)</p> <p>Dependencia del ciclo económico (expansiones, recesiones...)</p> <p>Decrecimiento poblacional en zonas rurales</p> <p>Búsqueda de negocios más rentables y menos sostenibles</p> <p>Desarrollo desigual dependiendo de las zonas</p> <p>Estacionalidad de la demanda</p> <p>Escaso volumen de negocio</p> <p>Mala conservación de la infraestructura y de los recursos</p> <p>Intrusismo</p>	<p>Fragmentación vacacional (más vacaciones, menos duración)</p> <p>Mayor gasto turístico</p> <p>Introducción de mejoras de calidad y gestión</p> <p>Nuevos valores y estilos de vida (salud, respeto medioambiental...)</p> <p>Asociacionismo y cooperación</p> <p>Recuperación del medio rural y potencial existente</p> <p>Desarrollo de canales de comercialización especializados</p> <p>Oportunidades derivadas de la fuerte segmentación (diversificación)</p> <p>Establecer posibles sinergias en materia de prevención y salud.</p>

Tabla 2.1. Análisis DAFO del turismo senderista

Fuente: Rodríguez y Rodríguez (2010)

2.3. RECORRIDOS SENDERISTAS DE ÉXITO

Hoy en día, existen distintos recorridos senderistas con éxito como productos turísticos. Vamos a centrarnos en el Tour Du Mont Blanc, el Gran Recorrido de la Ruta Transpirenaica (GR-11), el Gran Recorrido de la Isla de Córcega (GR-20) y el Anillo de Picos de Europa.

2.3.1. Tour Du Mont Blanc

Como leemos en la página web Au Tour Du Mont Blanc (2022), "el Tour Du Mont Blanc es un espectacular *trekking* que discurre alrededor del Mont Blanc, pisando el territorio francés, suizo e italiano. Durante el recorrido se observan rigurosas paredes rocosas, glaciares y largas praderas. El Macizo del Mont Blanc, Massif du Mont Mont Blanc o Massiccio del Monte Bianco como dicen franceses e italianos respectivamente se encuentra en el homónimo de Los Alpes del Mont Blanc. Desde el Macizo de Trélatête hasta el Macizo de Dolent-Argentieres-Trient. En él se sitúan las montañas más

elevadas de Los Alpes y sin duda las más complicadas de escalar. A lo largo de la experiencia se observan varios picos con más de 4.000 metros de altitud como el Mont Maudit, Les Droites o Aiguille Verte, además del pico más alto de la antigua Europa, el pico Mont Blanc”. Este Gran Recorrido (GR) comienza en el pueblo de Chamonix, un pueblo enclavado en la montaña con una larga tradición de montañeros y escaladores. Como leemos en la página web Tour Del Mont Blanc (2022), “el itinerario se extiende unos 170 kilómetros con más de 7000 metros de desnivel positivo y una duración de aproximadamente diez días. Durante el recorrido se visita el Valle de Chamonix, la subida de Bellevie, el Valle de Miage, Les Conamines, el Valle des Glaciers, los paralelos Valles de Ferret y Val Veny, el Valle de Arpette o la Forclaz finalmente regresando otra vez al Valle de Chamonix, entrando por la reserva de las Agujas Rojas”. El recorrido entero se realiza en nueve etapas que se muestran en la tabla 2.2.

<p><i>ETAPA 1 LES ROUCHES – REFUGIO MIAGE: Primeras rampas del recorrido hacia el Coll de Voza por el Glaciar de Bionnassay.</i></p> <p><i>ETAPA 2 REFUGIO MIAGE – NANT BORRANT: Dirección les Contamines – Montjoie. Un valle espectacular con vistas al macizo del Mont Blanc.</i></p> <p><i>ETAPA 3 NANT BORRANT – MOTTETS: Primera ascensión que nos lleva hasta Col de Bonhomme y la Croix de Bonhomme. Paso hacia la zona sur y la región de Italia. Vistas al Parque Nacional del Gran Paradiso con una bajada hacia Le Champieux muy entretenida.</i></p> <p><i>ETAPA 4 MOTTETS – MAISSON VIEILLE: El primer collado del día es La Seigne con una posterior bajada hacia el Lago Combal. Acompañan durante todo el recorrido los Glaciares de Miage y de la Brenva.</i></p> <p><i>ETAPA 5 MAISSON VIEILLE – REFUGIO BONATI: Visita a uno de los lugares más famosos del alpinismo mundial. Recorrido a través del Vall Ferret.</i></p> <p><i>ETAPA 6 REFUGIO BONATI – ARPETTE: Etapa que recorre una de las mayores subidas del recorrido, la subida a Gran Col Ferret, pasando al valle suizo Vall Ferret. Llegada a la población de Champex le Lac.</i></p> <p><i>ETAPA 7 ARPETE – TRIENT: Paso más alto del recorrido con casi 2700 metros de altura. Paso a través del Glaciar de Trient y la Aiguille de Tour hacia el pueblo de Trient.</i></p> <p><i>ETAPA 8 TRIENT – ARGENTIERE: Paso por el Col de la Balme entrando nuevamente en el Valle de Chamonix. Bajada a Tre le Champ por la Aiguille des Posettes.</i></p> <p><i>ETAPA 9 ARGENTIERE – CHAMONIX: Paso por el balcón del sur desde Tre le Champ dirección al punto de regreso, el pueblo de Chamonix.</i></p>
--

Tabla 2.2. Etapas del Tour Du Mont Blanc

Fuente: www.tourdelmontblanc.es

La numeración de las etapas que se observan en esta tabla 2.2. es orientativa ya que existen variaciones, pudiendo empezar el recorrido desde distintas zonas. También puede realizarse parte del recorrido y regresar al lugar de origen sin tener que pasar por todas y cada una de ellas.

Cada etapa está pensada para llevarse a cabo con suficiente tiempo. El itinerario puede completarse en un tiempo de entre 7 y 11 días dependiendo de la condición física. Está orientada a un público acostumbrado a realizar ejercicio físico ya que, si no, no se podrá disfrutar plenamente. Además, en este Gran Recorrido, los alojamientos son pequeños refugios de montaña y albergues como antiguas granjas y cabañas, donde se puede observar y admirar como vivían hace tiempo los ganaderos y pastores de la montaña, descubriendo como les influía estar tan cerca de la montaña más alta de Europa Occidental en su día a día. La mayoría de estos refugios ofrecen una opción muy asequible económicamente hablando que consiste en dormir con otros senderistas en la misma habitación. También existen alternativas más caras, con habitación privada. Otras opciones más lujosas están disponibles trasladándose a los pueblos cercanos durmiendo así en hoteles. La mayoría de los refugios ofrecen media pensión con desayuno y cena. Para facilitar el recorrido, hay empresas encargadas de ofertar la posibilidad opcional de contratar el transporte de equipaje.

A la hora de reservar este producto turístico, existen varias empresas privadas que ofrecen distintas fechas. Un precio total de la reserva que incluye el alojamiento con media pensión y un guía durante todo el recorrido, algo clave para una persona poco experimentada en la montaña que desee realizar una experiencia de este calibre. Si es cierto que no existe un ente público que organice la actividad con guía. Estas empresas privadas son varias: Tour Del Mont Blanc, Book A Trekking o Cairn Trekking. Son las más reconocidas, aunque existen más empresas que se dedican a la misma actividad. Cada una ofrece varios precios y varias opciones.

Los montañeros experimentados tienen la posibilidad de realizar el recorrido de manera individual. Para ello existe una página web oficial: Mon Tour Du Mont Blanc que es donde nos redirige la página web oficial Au Tour Du Mont Blanc. Desde esta página web se hace la reserva de cada uno de los refugios u hoteles que se deseen de manera muy sencilla. Existe un recuadro donde se elige el punto de partida y el sentido del recorrido, hacia la izquierda o hacia la derecha. Una vez seleccionada esta opción la propia página web organiza el recorrido mostrando en cada parada la posibilidad de alojamientos existentes. La persona que esté realizando la reserva solo tendrá que elegir uno de ellos en cada parada y finalmente cerrar la reserva. Se trata de un sistema muy intuitivo a la vez que práctico. Esta página web oficial también ofrece otro tipo de servicios: enlaces de interés: oficinas de turismo y sitios institucionales; información sobre seguridad: qué hacer en caso de accidente, los peligros que existen en la montaña, medicina de montaña, equipamiento necesario y las leyes existentes en la montaña; información sobre la naturaleza y la cultura: el proyecto Eco Innovation en altitud, el proyecto Autour

du Mont Blanc, geografía del lugar, historia y naturaleza e información sobre las condiciones de los caminos con un tablero de noticias que se actualiza diariamente y webcams en distintos puntos estratégicos del recorrido para poder observar su estado en directo. Por último, la sección de diarios, donde las personas que hayan realizado el recorrido pueden publicar su excursión a modo de referencia para otros usuarios que estén dispuestos a realizarla en un futuro.

2.3.2. La Ruta Transpirenaica

Otro recorrido similar con éxito como producto turístico es la Ruta Transpirenaica. Como leemos en la página web de Rutas Pirineos (2022), “la Ruta Transpirenaica es un largo recorrido de casi 450 kilómetros de longitud que discurre entre el Mar Mediterráneo y el Mar Cantábrico. El itinerario fue homologado como sendero de gran recorrido en 1985 con el nombre de GR 11”. Oficialmente, se divide en 24 etapas con un desnivel acumulado positivo de 23.225 metros y desnivel acumulado negativo de 21.692 metros. La altitud mínima es de cinco metros sobre el nivel del mar y la máxima de 2.826 metros. Por estos motivos la realización del itinerario completo está reservado a personas con una preparación física y mental moderada, es decir, no es apta para todos los públicos. Día tras día el cansancio se va acumulando y por eso mismo la exigencia física es alta. Este GR puede realizarse entonces por excursionistas experimentados o por senderistas ocasionales con algo de experiencia en alta montaña. Se debe prestar especial atención a la orientación ya que los desvíos y cambios de camino son constantes por lo que se debe utilizar cartografía adecuada y llevar un dispositivo GPS con los *tracks* de cada ruta. Las 24 etapas definidas oficialmente son las que se encuentran en la tabla 2.3.

<p><i>ETAPA 1 CABO DE CREUS – EL PUERTO DE LA SELVA: Paso por el territorio del Cabo de Creus donde los pirineos se funden con el mar.</i></p> <p><i>ETAPA 02 EL PUERTO DE LA SELVA – VILAMANISCLE: Subida hasta el monasterio románico de Sant Pere de Rodes.</i></p> <p><i>ETAPA 03 VILAMANISCLE – REQUESENS: Caminata por la solitaria sierra de la Albera.</i></p> <p><i>ETAPA 04 REQUESENS – LA VAJOL: Atraviesa el sector occidental de la sierra de la Albera.</i></p> <p><i>ETAPA 05 LA VAJOL – ALBANYÀ: Larga etapa de media montaña por el extremo noroccidental del Ampurdán.</i></p> <p><i>ETAPA 06 ALBANYÀ – SANT ANIOL D'AGUJA: Entrada en el territorio mágico de la Alta Garrotxa.</i></p> <p><i>ETAPA 07 SANT ANIOL D'AGUJA – BEGET: Discurre por los caminos solitarios y mágicos de la Alta Garrotxa llegando a la población de Beget.</i></p> <p><i>ETAPA 08 BEGET – SETCASES: Visita al pueblo de Molló, superando el collado de Fembra Morta y el collado de Lliens hasta llegar a Setcases.</i></p> <p><i>ETAPA 09 SETCASES – SANTUARIO DE NURIA: Itinerario clásico de alta montaña por el collado de la Marrana y el collado de Nouvrens.</i></p> <p><i>ETAPA 10 SANTUARIO DE NURIA – PLANOLES: Atraviesa el popular Camino Viejo hasta el bonito pueblo de Queralbs y Planoles.</i></p> <p><i>ETAPA 11 PLANOLES – PUIGCERDÁ: Llegada a la Cerdaña tras visitar el pueblo de Dòrria y superar el collado de la Creu de Meians.</i></p> <p><i>ETAPA 12 PUIGCERDÁ – REFUGIO DE MALNIU: Visita al pequeño núcleo de Guils y subida hasta los pies del macizo de Puigpedrós.</i></p> <p><i>ETAPA 13 REFUGIO DE MALNIU – REFUGIO DE ILLA: Jornada de alta montaña por el circo de Engorgs, el valle de Llosa y el Estany del Illa, ya en territorio andorrano.</i></p> <p><i>ETAPA 14 REFUGIO DE ILLA – ENCAMP: Recorre el valle andorrano Madriu-Perafita-Claror pasando por el Estany d'Engolasters.</i></p> <p><i>ETAPA 15 ENCAMP- ARANS: Desde el valle del río Valira d'Orient hasta el valle del Valira del Nord por el collado de Ordino.</i></p> <p><i>ETAPA 16 ARANS – REFUGIO DE BAIU: Espectacular etapa de alta montaña por los alrededores de la montaña más alta del Principado de Andorra, el Comapedrosa, por el circo de Baiu.</i></p> <p><i>ETAPA 17 REFUGIO DE BAIU – ÀREU: Descenso por la pintoresca Vall Ferrera hasta la población de Àreu.</i></p> <p><i>ETAPA 18: ÀREU – TAVASCAN: Exigente ascensión al collado de Tudela y entrada en el valle del río de Noguera de Cardós dentro del Parque Natural del Alto Pirineo.</i></p> <p><i>ETAPA 19 TAVASCAN – ESTAON: Flanqueo del valle de Cardós y ascensión del collado del Jou, punto de entrada del solitario y misterioso valle de Estaon.</i></p> <p><i>ETAPA 20 ESTAON – LA GUINGUETA D'ÀNEU: Subida al aislado Mont Caubo, visitando el pueblo casi abandonado de Dorve y llegada a la Guingueta d'Àneu.</i></p> <p><i>ETAPA 21 LA GUINGUETA D'ÀNEU – SANT MAURICI REFUGIO MALLAFRÉ: Recorre todo el valle del río Escrita y llegada al Parque Nacional de Aigüestortes y Estany de Sant Maurici.</i></p> <p><i>ETAPA 22 SANT MAURICI REFUGIO MALLAFRÉ – REFUGIO DE COLOMERS: Etapa de alta montaña que muestra algunas de las grandes joyas del Parque Nacional de Aigüestortes y Estany de Sant Maurici.</i></p> <p><i>ETAPA 23 REFUGIO DE COLOMERS – REFUGIO DERA RESTANCA: Desde el refugio de Colomers hasta el refugio de Restanca por el puerto de Caldes y el collado de Oelhacrestada.</i></p> <p><i>ETAPA 24 REFUGIO DERA RESTANCA – REFUGIO DE CONANGLES: Descenso hasta el río Noguera Ribagorçona.</i></p>

Tabla 2.3. Etapas de la ruta Transpirenaica (GR – 11)

Fuente: www.rutaspirineos.org

A la hora de organizar o reservar este GR como producto turístico existen varias opciones como en el caso anterior del Tour Du Mont Blanc. También aparecen empresas privadas que organizan el recorrido con guía, ofreciendo varias fechas durante los meses estivales como por ejemplo la página web de la empresa Viajes A Pie. En ella encontramos esta oferta con un precio fijo que incluye guía acompañante de montaña Union of International Mountain Leader Associations (UIMLA) / Asociación Española De Guías De Montaña (AEGM), vehículo de apoyo con guía conductor, asesoramiento técnico previo a la actividad, alojamiento con media pensión según lo detallado en cada bloque, seguro de asistencia, botiquín colectivo y material de los campamentos.

Otra empresa privada que organiza la ruta transpirenaica desde su página web es Josan Trek. Esta empresa privada cuenta también con un chofer-guía y un minibús de apoyo. También incluye una preparación previa de los participantes, información sobre la seguridad necesaria, comidas en régimen de media pensión y alojamiento en varios hoteles de montaña con encanto (estos no están incluidos en el precio y se pagan con el fondo común para gastos, un fondo para el cual se designa un tesorero).

Existe también la opción de realizar parte del recorrido. Esta opción viene dada desde la página web de la empresa privada Full Time Guides. Full Time Guides ofrece la opción de realizar siete etapas sin peso y con vehículo de apoyo. Un vehículo de apoyo portea el equipaje, material de vivac y la comida. Una oferta que viene también con un precio fijo que incluye siete días de alojamiento con desayuno y cena, vivac en lugares increíbles, vehículo y guía de apoyo y transporte al punto de inicio de la travesía donde se dejaron los vehículos.

Si el usuario decide afrontar el recorrido en solitario, existen dos páginas webs oficiales donde encontrar toda la información necesaria. Una de ellas es la página web Travesía Pirenaica. En esta página web se puede descargar gratuitamente una guía en PDF que contiene todo lo que un usuario necesita saber antes de realizar la Ruta Transpirenaica o GR-11, además del itinerario de cada etapa. También cuenta con el mapa del GR-11, todas las guías o libros sobre el GR-11, todos los mapas sobre la ruta, cinco consejos antes de afrontar el GR-11 y un foro que sirve como lugar de encuentro en el que preguntar o compartir experiencias.

La segunda página web es la página web oficial de las rutas en pirineos: Rutas Pirineos, por lo que también contiene información sobre el GR-11. En ella aparece información general: dificultad, distancia total, altitud mínima, altitud máxima, desnivel acumulado, número de etapas, punto inicial de la ruta y punto final de la ruta. También es posible descargar una guía en PDF gratuitamente con toda la información necesaria y el propio

track de la ruta. Tanto en la guía como en la página web, aparece detalladamente cada etapa con su grado de dificultad, su longitud, su desnivel y su duración aproximada. Además, tanto la guía en PDF como la página web cuentan con información práctica respecto a la dificultad, la época del año más recomendada para adentrarnos en el GR, la importancia del sentido a elegir, la distribución de las etapas y la duración de la travesía, el alojamiento, mochila y material, recomendaciones sobre agua, alimentación y perros, accesos a los puntos de inicio y final y un breve escrito inculcando al respeto del medio natural.

2.3.3. GR de la Isla de Córcega

El tercer ejemplo de un Gran Recorrido proyectado como producto turístico es el GR-20 o Gran Recorrido de la Isla de Córcega. Como leemos en la página web Entre Montañas (2022), “el GR-20 ubicado en la isla francesa de Córcega es un sendero de gran recorrido que cruza la isla de noroeste a sureste con una longitud de unos 180 kilómetros y más de 22.000 metros de desnivel acumulado. Une los pueblos de Calenzana, al noroeste, con el pueblo de Conca, al sureste. Transcurre en toda su totalidad dentro del Parque Natural Regional de Córcega. Nació en los años 70 con la idea de crear un camino que avanzara por la línea divisoria de las cuencas hidrográficas oriental y occidental de la isla. Hasta la creación del Parque Natural de Córcega en el 1972 no se le dio el impulso definitivo con la señalización y el acondicionamiento de los refugios”. Por su longitud y dificultad, este GR se asemeja más a La Ruta Transpirenaica (GR-11) que al Tour Du Mont Blanc. Será necesario una preparación física adecuada y está más orientada a senderistas con experiencia en alta montaña, al igual que el GR-11. Como leemos en la página web Isla de Córcega (2022), “es una de las rutas más duras, ya que es larga, con bastante desnivel y con etapas bastante complicadas (sobre todo en la mitad norte)”. El recorrido se divide en varias etapas, clasificadas estas en *etapas norte* y *etapas sur* (tablas 2.4 y 2.5).

ETAPA 1 CALENZANA – ORTU DI U PIOBBU: Atraviesa el macizo Bonifatu. Paisajes espectaculares.

ETAPA 2 ORTU DI U PIOBBU – CAROZZU: Llena de paisajes panorámicos sublimes.

ETAPA 3 CAROZZU – ASCU STAGNU: Pasa por la pasarela de Spasimata. Vistas de Calvi impresionantes.

ETAPA 4 ASCU STAGNU – TIGHJETTU: Una de las partes más difíciles.

ETAPA 5 TIGHJETTU - CIOTTULU DI I MORI: Zona de bosque y ascenso al puerto de Bocca di Fucciiale.

ETAPA 6 CIOTTULU DI I MORI – MANGANU: Pasa por famosos pozzines hasta las bergeries de Vaccagja.

ETAPA 7 MANGANU – PETRA PIANA: Subida hasta la Brèche de Capitellu y bajada hacia Haute Route

ETAPA 8 PETRA PIANA- L'ONDA: Dos posibilidades existentes. Valle manganellu o cresta Pinzi Corbini.

ETAPA 9 L'ONDA – VIZZAVONA: Subida hasta la Punta Muratellu y descenso a Bergeries de Puzaatelli.

Tabla 2.4. Etapas norte de la ruta GR-20.

Fuente: www.islacorcega.es

ETAPA 1 VIZZAVONA – CAPANNELLE: Descenso hasta Capannelle. Vistas panorámicas.

ETAPA 2 CAPANNELLE – PRATI: Bosques de pinos y hayas.

ETAPA 3 PRATI – USCIOLU: Recorrido de 6 horas y media entre llanuras.

ETAPA 4 USCIOLU – MATALZA: Llanura del Cuscionu.

ETAPA 5 MATALZA – ASINAU: Paso por la cresta de Punta Tuzzaredda.

ETAPA 6 ASINAU – PALIRI: Paso por el arroyo de Asinau hasta el puerto de Bavella.

ETAPA 7 PALIRI – CONCA: Senderos arenosos y vegetación verde.

Tabla 2.5. Etapas sur de la ruta GR-20.

Fuente: www.islacorcega.es

Como en todos los GR, la numeración de las rutas es orientativa. El número de días en los que se realice va a depender de la condición física del usuario o de otros múltiples factores como el estado de la climatología o el estado de los caminos. Tal como afirma Lara (2014), “bajo mi punto de vista, un excursionista experimentado, en buena forma física y que esté familiarizado con las rutas o travesías de que disponemos en nuestro país, sobre todo en el Pirineo central, puede llegar a cubrir el recorrido en 10 jornadas. Se trata de una propuesta exigente, orientada para los más entrenados o simplemente buenos andarines, la cual rebaja notablemente la cifra de 15 etapas en que tradicionalmente se recomienda dividir los 200 kilómetros en todas las guías y topoguías francesas que describen el GR-20”. El GR-20 como todos los grandes recorridos cuenta con varios albergues a lo largo del camino. Tal y como vuelve a afirmar Lara (2014), “a favor destaca la gran cantidad de refugios y albergues repartidos a lo largo del recorrido, los cuales permiten la perfecta planificación de un programa que podemos organizar a la carta, siempre, eso sí, sin olvidar llevar a cuestras una pequeña tienda y comida para un mínimo de 3-4 días”. Anteriormente se habló sobre la similitud entre el GR-20 y el GR-11, dejando fuera de esta al Tour Du Mont Blanc.

A la hora de reservar como producto turístico el GR-20 de la Isla de Córcega, se puede hacer de manera individual al igual que en el Tour Du Mont Blanc. Desde la página web PNR (Parc Natural Régional) Corsica, se reserva el refugio para cada etapa a través de un buscador donde se localiza el refugio deseado. Se elige la fecha y la localización de cada parada y aparecen las distintas opciones. Este servicio facilita la reserva de los refugios. El resto como puede ser la llegada al punto de inicio, la organización del material y la organización de la ruta (mapas y puntos clave) corre a cargo del propio turista. Esta opción se reserva a montañeros experimentados o senderistas con experiencia en rutas de alta montaña ya que todos los detalles correrán a cuenta de uno mismo, por lo que es aconsejable informarse en profundidad de todos y cada uno de ellos. Al igual que en los demás Grandes Recorridos, existen empresas privadas que organizan el GR-20, donde la reserva se realiza con un precio global que incluye la reserva de alojamiento, además de otros complementos dependiendo de cada una de ellas. Un ejemplo es la empresa Muntania, que realiza dos salidas al año como decíamos antes con un precio fijo, que incluye guía, alojamiento y asesoramiento. El material necesario y la llegada al punto de inicio corre a cuenta del cliente. Book a Trekking también vuelve a estar entre las más recomendadas para reservar el GR-20. Una reserva con un precio fijo al igual que las demás, que incluye alojamiento y un itinerario con instrucciones para cada etapa (no incluye guía). Tampoco incluye vuelos, visas, traslados, seguros de viaje, comidas y gastos personales. Book a Trekking también propone la opción de reservar la mitad del recorrido, mitad sur o mitad norte. Las opciones para realizar este GR son múltiples y la elección, como siempre, dependerá del turista según sus preferencias y necesidades.

2.3.4. El Anillo de Picos de Europa

El Anillo de Picos de Europa no está tan consolidado como los anteriores, ni cuenta con la misma fama en el sector turístico. No obstante, su importancia se debe a que comparte cordillera con el GR Transcantábrico. Es el ejemplo más cercano. Está dividido en tres modalidades, es decir, en tres anillos: El Anillo Vindio que abarca el Macizo Occidental, El Anillo Extrem que abarca el Macizo Occidental y Central y El Anillo Tres Macizos que abarca los Macizos Occidental, Oriental y Central. Existe la opción de combinarlos como uno desee. Como leemos en la página web Oxígeno (2022), “es un trekking magnífico diseñado por los guardas de los refugios para divulgar los atractivos deportivos, ambientales y culturales de los Picos de Europa”. Las etapas definidas oficialmente son las indicadas en la tabla 2.6.

ETAPA 1 VEGA DE ARIO – VEGARREDONDA: Ruta sin sendero por lo que tiene una complejidad alta.

ETAPA 2 VEGARREDONDA – VEGABAÑO: Parajes indescriptibles como el nacimiento del río Dobra.

ETAPA 3 VEGABAÑO – COLLADO JERMOSO: Un contraste entre hayas y praderas muy imponente.

ETAPA 4 COLLADO JERMOSO – CABAÑA VERÓNICA: Pasamos a un mundo de roca medio lunar.

ETAPA 5 CABAÑA VERÓNICA – CASETÓN DE ANDARA: Discurre por el alto de un antiguo glaciar.

ETAPA 6 CASETÓN DE ANDARA – VEGA DE URRIELLU: Por pistas y senderos bien marcados.

ETAPA 7 VEGA DE URRIELLU – JOU DE LOS CABRONES: Rincones agrestes y espectaculares.

ETAPA 8 JOU DE LOS CABRONES – VEGA DE ARIO: Increíbles vistas sobre el macizo central.

Tabla 2.6. Etapas del Anillo de Picos de Europa

Fuente: www.elanillodepicos.com

El Anillo de Picos de Europa está organizado para dormir siempre en refugios. Es por eso por lo que, como siempre, el número de etapas es orientativo, pero si se desea dormir en refugios, habrá que cumplir los tiempos. Como leemos en la página web El Anillo de Picos (2022), “cada una de las etapas sale siempre desde un refugio o alojamiento colaborador para acabar en otro. 9.000 metros de desnivel positivo y 115 kilómetros de distancia. Es preferible comenzar por el macizo occidental si se desea hacer el anillo Tres Macizos, ya que ambos son técnicamente más suaves y perfectos para prepararte a la hora de acceder al Macizo Central”.

A la hora de reservar este recorrido, la página web oficial El Anillo de Picos facilita el trabajo estando organizada de una manera muy sutil. Sin duda alguna, es totalmente recomendable realizar el Anillo de Picos de Europa sin ninguna empresa privada actuando de intermediaria en la reserva de alojamiento o guía. Dentro de la página web, se accede a reservas. Desde este apartado se reserva el refugio deseado para cada fecha, introduciendo la hora de salida y la hora de llegada. Ninguno de los anteriores ejemplos cuenta con una página web tan didáctica. Algo que es de admirar ya que como se dijo anteriormente, el Anillo de Picos de Europa no es tan reconocido turísticamente como el GR-20 o el Tour Du Mont Blanc. Sí que es verdad que estos dos cuentan con un sistema de reservas para los refugios similar, pero no tan sencillo de encontrar y utilizar. Otros de los motivos para no contar con los servicios de una empresa privada, es la facilidad a la hora de contratar un guía. Como leemos en la página web Desnivel (2022), “los guardas aconsejan contratar un guía, lo que se puede hacer en algunos de los refugios”. Es la propia red de refugios la que ofrece el servicio de guías. A pesar de la sencillez para preparar uno mismo el Anillo de Picos de Europa, siguen existiendo empresas privadas que ofrecen al turista este *trekking* de varios días. La elección dependerá del propio cliente/turista. Según sus necesidades y conocimientos puede elegir una opción u otra.

Como en ejemplos anteriores, aunque en este caso la reserva de alojamiento sea muy sencilla, realizar individualmente el recorrido entero está reservado para montañeros o senderistas experimentados en alta montaña. Como leemos en la página web Desnivel (2022), “es un recorrido de alta montaña con tramos de muy difícil tránsito, en el que la nieve perdura hasta bien entrado el verano en muchos pasos. La niebla o el mal tiempo puede despistar hasta al montañero más experimentado. Es imprescindible saber utilizar el mapa, la brújula y un aparato GPS”.

Una de las empresas privadas que oferta la actividad entera o parte de ella es El Portal De Picos. Como leemos en su página web El Portal de Picos (2022), “en este caso se trata de un recorrido de cuatro etapas y tres pernoctas que nos permitirán conocer muchos de los más emblemáticos lugares de Picos. Ofrecemos también varias opciones, de forma que es posible adaptarse a cada uno de los recorridos que nos ofrece el Anillo de Picos en función de la distancia, el desnivel y las capacidades físicas de los participantes”. En este caso no se realizaría el anillo completo, sino parte de él. El precio fijo de la reserva incluye guía de montaña titulado, seguros de rescate y accidentes, pernocta en régimen de media pensión en los refugios, picnic los días dos, tres y cuatro y un vehículo 4x4 de apoyo en caso de que fuese necesario. Otra de las empresas que ofrece la actividad es la empresa Jarascada. En este caso, ofrece la posibilidad de realizar solamente el Anillo Vindio además del Anillo Extrem. El precio varía según la opción elegida. La empresa Jarascada incluye en su precio final guías de montaña titulados, asesoramiento técnico, planificación de las etapas y gestión de las pernoctas, alojamiento con cena y desayuno en los refugios y seguro de accidentes y responsabilidad civil. Existen más empresas que ofertan el mismo servicio o similar con una variación en los precios.

2.3.5. Comparación de los cuatro ejemplos

En la tabla 2.7 de elaboración propia se resumen las principales características de los cuatro recorridos de éxito.

	Tour Du Mont Blanc	Ruta Pirenaica (GR-11)	GR de la isla de Córcega (GR-20)	Anillo de Picos de Europa
Público objetivo	Apto para todos los públicos, siempre que estén acostumbrados a realizar ejercicio físico.	Reservado para senderistas con experiencia en alta montaña o montañeros.	Apto para todos los públicos, siempre que estén acostumbrados a realizar ejercicio físico.	Reservado para senderistas con experiencia en alta montaña o montañeros.
Número de etapas	9	24	16	8
Localización	Macizo del Mont Blanc	Pirineos	Isla de Córcega	Parque Nacional de Picos de Europa
Dificultad	Moderada	Difícil	Moderada	Difícil
Longitud	170 kilómetros	450 kilómetros	180 kilómetros	115 kilómetros
Reserva de los alojamientos / refugios	La página web oficial permite organizar el itinerario y reservar el refugio que se desee en cada parada.	Reserva del alojamiento o refugio de manera individual llamando por teléfono en la mayoría de los casos.	La página web oficial permite organizar el itinerario y reservar el refugio que se desee en cada parada.	La página web oficial permite organizar el itinerario y reservar el refugio que se desee en cada parada.
Época idónea	Verano	Verano o primavera	Verano o primavera	Verano
Tipo de ruta	Circular	Recta	Recta	Circular
Afluencia turística	Muy alta	Media	Alta	Media

Tabla 2.7. Comparación de los cuatro ejemplos

Fuente: *Elaboración propia*

3. LA RUTA TRASCANTÁBRICA

En primer lugar, para comprender lo que va a ser el recorrido, se ha de hablar de La Cordillera Cantábrica. Tal como afirman Alonso, Pulgar y Pedreira (2007), “la Cordillera Cantábrica constituye una cadena montañosa litoral de más de 400 kilómetros, que se extiende a lo largo del borde norte de la Península Ibérica, entre Galicia y los Pirineos. Geográficamente, constituye la prolongación hacia el oeste de los Pirineos, a través de las montañas vasco-cantábricas, hasta alcanzar las mayores elevaciones en su sector central (provincias de Asturias, León, Cantabria y Palencia), donde llega a superar los 2.500 metros, en los Picos de Europa. El límite septentrional de la Cordillera viene marcado por la Costa Cantábrica, aunque los rasgos geológicos definidos en tierra pueden prolongarse por la plataforma y el talud continental, hasta la llanura abisal del golfo de Vizcaya. Desde un punto de vista geológico y geomorfológico, en la Cordillera Cantábrica pueden distinguirse tres sectores o dominios. Al este se encuentra el dominio vasco-cantábrico, con potentes series mesozoicas y relieves moderados que raramente superan los 1500 metros. En el centro se ubica el llamado ‘Macizo Asturiano’, con los mayores relieves, en donde una cobertera mesozoica mucho más delgada ha sido erosionada en su mayor parte, aflorando un basamento paleozoico levantado durante la deformación Alpina. El occidental, situado en el límite entre Asturias y Galicia, presenta de nuevo menores elevaciones; aquí no existen sedimentos mesozoicos y la deformación alpina ha quedado registrada por algunas cuencas terciarias limitadas por fallas”. A la hora de analizar el recorrido y el producto turístico, el lugar de interés es el segmento asturiano de la Cordillera Cantábrica.

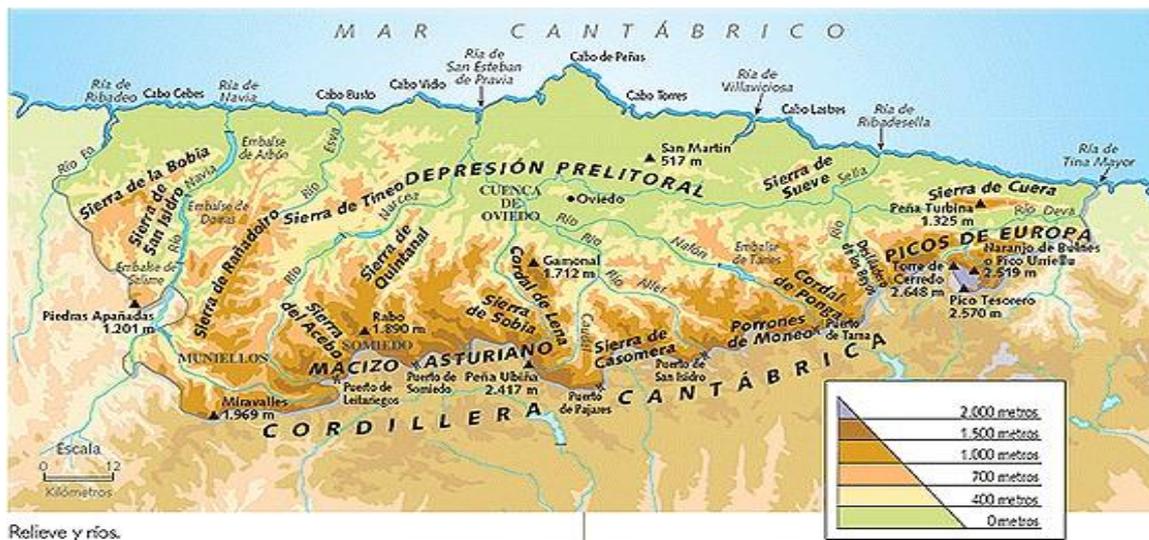


Figura 3.1. Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica

Fuente: www.entrecumbres.com

Este actúa como línea divisoria entre la provincia de Asturias y la comunidad autónoma de Castilla y León. Dentro del Macizo Asturiano y de la provincia de Asturias, se encuentran varios puntos con un gran interés turístico, como el Parque Natural de Redes, la Reserva de la Biosfera y Parque Natural de Las Ubiñas-La Mesa o el Parque Natural de Somiedo.

El recorrido o *trekking*, que es el cuerpo del producto turístico, consta de doce etapas. Estas doce etapas, son las propuestas por la Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (Anexo). Tal como afirma la Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021), “durante 12 días recorreremos la Cordillera Cantábrica desde el Puerto Tarna hasta Somiedo. El recorrido será de puerto en puerto siguiendo la divisoria de aguas entre el Cantábrico y el Atlántico, siguiendo la línea de cumbres. Todos los días se ofrecen alternativas para los que menos andan o estén más cansados, evitando algunas cumbres y acortando el recorrido, pero será necesario una buena caminata todos los días. No existen refugios en todos los puertos. En las etapas que se dispongan de ellos se podrá descansar cómodamente y ducharse. En las demás ocasiones cuando no exista refugio se dormirá en tiendas de campaña”. Este itinerario está orientado a personas adolescentes, por lo que se entiende que no se requiere una condición física extrema para realizarlo. Se podrá adaptar a todos los públicos, ya que cada etapa cuenta con dos alternativas. Con la existencia de dos opciones en la mayoría de las etapas, se podrá abarcar un público objetivo más amplio, segmentado en dos grupos que se definen más adelante.

Durante este trayecto, se recorrerá mayormente la parte central y occidental de El Macizo Asturiano pasando por lugares de un inmenso atractivo turístico mencionados anteriormente como la Reserva de la Biosfera y Parque Natural de Las Ubiñas–La Mesa

o el Parque Natural de Somiedo. Estos entornos poseen una belleza indescriptible y no se encuentran tan explotados como el Parque Nacional de Picos de Europa. Es por ello por lo que este recorrido es interesante, ya que se estará dando visibilidad fuera de Asturias a una zona no tan conocida fuera del territorio, como es la parte central y occidental de la cordillera. Se disfrutará de una parte del monte asturiano maravillosa, recorriendo varios valles y praderas de una formación no tan rocosa como los Picos de Europa, llegando a hacer cumbre en algunos puntos con altitudes que superan los 2.000 metros como por ejemplo el Picu Torres o el Picu Ranchón. El turista podrá observar accidentes geográficos espectaculares a lo largo del *trekking*, como los Lagos de Salencia, unos lagos de alta montaña que se encuentran por el paso de la etapa del el Alto la Farrapona.

Las etapas (Anexo), están valoradas en base al sistema Método de Información de Excursiones (MIDE). Como leemos en la página web MIDE Montaña Segura (2022), “MIDE es un sistema de comunicación entre excursionistas para valorar y expresar las exigencias técnicas y físicas de los recorridos. Su objetivo es unificar las apreciaciones sobre la dificultad de las excursiones para permitir a cada practicante una mejor elección. Su uso es libre para el informador y sólo complementa, de una forma unificada, las descripciones, valoraciones y recomendaciones que cada autor considere oportunas. El uso es libre también para el informado que sabe que la naturaleza es más compleja que lo que un sistema de información puede valorar. El MIDE ha sido concebido como una herramienta para la prevención de accidentes en excursiones por el medio natural. El método permite clasificar en libros, guías, topoguías u oficinas de turismo los recorridos, para que cada persona elija conforme a sus capacidades y gustos”.

Es un método práctico y universal. En este caso hay que tener en cuenta que se valora según la escala MIDE cada una de las etapas y no el recorrido en general. Para el montañero o senderista, hacerse una idea aproximada de lo que le espera en su jornada es algo muy útil. Ya que todas las etapas van a estar valoradas según la escala MIDE, en la siguiente figura se muestra las distintas puntuaciones que ofrece la escala en base a cuatro parámetros para obtener una orientación más concreta de cada etapa (Figura 3.2).

	Medio. Severidad del medio natural.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El medio no está exento de riesgos. 2. Hay más de un factor de riesgo. 3. Hay varios factores de riesgo. 4. Hay bastantes factores de riesgo. 5. Hay muchos factores de riesgo.
	Itinerario. Dificultad de Orientarse en el itinerario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caminos y cruces bien definidos. 2. Sendas o señalización que indica la continuidad. 3. Exige la identificación precisa de accidentes geográficos y de puntos cardinales. 4. Exige técnicas de orientación y navegación fuera de traza. 5. La navegación es interrumpida por obstáculos que hay que bordear.
	Desplazamiento. Dificultad en el desplazamiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marcha por superficie lisa. 2. Marcha por caminos de herradura. 3. Marcha por sendas escalonadas o terrenos irregulares. 4. Es preciso el uso de las manos para mantener el equilibrio. 5. Requiere pasos de escalada para la progresión.
	Esfuerzo. Cantidad de esfuerzo necesario.	Calculado según criterios MIDE para un excursionista medio poco cargado. <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasta 1 h de marcha efectiva. 2. Más de 1 h y hasta 3 h de marcha efectiva. 3. Más de 3 h y hasta 6 h de marcha efectiva. 4. Más de 6 h y hasta 10 h de marcha efectiva. 5. Más de 10 h de marcha efectiva.

Figura 3.2. Orientación sobre la escala MIDE

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

Para que este recorrido sea un recurso turístico potente, son necesarias una serie de actuaciones y proporcionar una serie de servicios al turista.

3.1. ALOJAMIENTO

A la hora de ofrecer un producto turístico de montaña para todos los públicos, el alojamiento en cada parada es algo importante a tener en cuenta. Es obvio que un montañero experimentado podrá pernoctar realizando *vivac* o en tienda de campaña en cada final de etapa, pero si se desea ofrecer el producto a un público más amplio, será necesario organizar cada pernocta de una manera más sencilla. En algunas de las paradas se dispone de refugios de montaña. En las paradas donde no sea posible alcanzar un refugio, se creará una especie de 'campamentos base', con tiendas de campaña rígidas y ropa de cama preparada, regidos por una persona profesional en la materia. De esta manera, los turistas menos experimentados no tendrán que cargar con una tienda de campaña y con un saco, facilitando así el transcurso de todo el recorrido. Una de las opciones cuando el producto esté confeccionado, será ofrecer un precio global por la pernocta en cada uno de ellos, organizando una red de alojamiento que se pudiese reservar de manera conjunta y sencilla, al estilo del Tour Du Mont Blanc o el Anillo de Picos de Europa.

También se podrá contar con un servicio de transporte para las paradas que los vehículos puedan acceder. Hay que tener en cuenta que tal y como está organizado el *trekking*, según la Agrupación Montañera Astur Torrecerredo, esto no es siempre posible. Cuando sí lo sea, el servicio de transporte puede trasladar al turista a un

alojamiento más completo como puede ser un hotel u hostel si así lo desea. Es cierto que muchas personas pueden preferir esta opción con una habitación individual, a dormir con el resto de los turistas dentro de un pequeño refugio. Al día siguiente, el vehículo de apoyo realizará el traslado al inicio de la ruta con un horario establecido.

3.2. SEÑALIZACIÓN

Otro de los servicios a tener en cuenta es la señalización pertinente en cada una de las etapas. El monte es un medio peligroso y más en un *trekking* de media/alta montaña. Se señalizará adoptando la forma elegida por la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME). Como se trata de un recorrido de más de 50 kilómetros, se clasifica como un GR (Gran Recorrido). Tal como afirma la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada FEDME (2014), “se identifican con los colores blanco y rojo y con las siglas GR. Pantone: el valor de referencia del blanco será el `ral 9010 blanco puro´ y el del rojo `ral 3020 rojo tráfico´. Será condición necesaria que su recorrido tenga una longitud mínima de 50 kilómetros. La rotulación de un sendero de Gran Recorrido son las letras G y R (mayúsculas, sin espacio ni puntos entre ellas) + espacio en blanco + el numeral que corresponda. Por ejemplo: GR 34. Pueden tener asociados enlaces y variantes, que se señalizarán con el código de color de los GR, y derivaciones. Los puntos de deseno de las derivaciones no pueden estar a más de 2 kilómetros del punto del sendero GR de donde parte. La asignación de la numeración será competencia de la FEDME, pero la gestión de estos dependerá de cada federación autonómica y/o territorial, en el tramo que discurra por su territorio. Las federaciones autonómicas y/o territoriales por las que discurra un sendero GR inter-autonómico, llegarán a los acuerdos necesarios para homogeneizar al máximo las características del mismo” (figura 3.3).



Figura 3.3. Señalización GR según FEDME

Fuente: www.lainakai.com

Gracias a la señalización de `variante de sendero´ se podrá indicar la separación del itinerario sencillo y difícil cuando esta proceda. Sería también conveniente especificar cual es la variante difícil y cuál es la sencilla, para que no dé lugar a confusión.

Siguiendo esta norma, se podrá consolidar el recorrido como recurso turístico ya que es una norma aplicada en todo el territorio nacional. Homologarlo como GR sería un punto a favor a la hora de ofrecer el recorrido como un producto turístico de calidad y la señalización adecuada es una de las condiciones. Existe un proceso para su homologación. Como leemos en la página web Mi Senda FEDME (2022), “cada vez que alguien (una institución o un promotor privado) quiere usar estas marcas para la señalización de un itinerario para caminantes, ha de dirigirse a la federación autonómica correspondiente, que somete la propuesta a un proceso de revisión de calidad y homogeneidad. Este proceso lo lleva a cabo un Técnico de Senderos FEDME, formación propia federativa, que colabora con la federación autonómica correspondiente, que contrasta el proyecto con unos mínimos generales establecidos en el Manual de Señalización de Senderos GR®, PR® y SL® de la FEDME y un documento propio de la federación autonómica que se llama ‘Protocolo de Homologación’. La homologación de un sendero comporta ciertos compromisos para cada uno de los agentes que en el intervienen: para el promotor implica la obligación de mantenerlo en las condiciones de seguridad, transitabilidad y señalización acordadas; para las federaciones la tarea de revisar periódicamente, o cuando se le notifique una incidencia, esas condiciones y de documentar el sendero y actualizar su información en el Registro federativo de Senderos de España; para la FEDME la obligación de mantener el Registro y de facilitar la divulgación pública de la información por medios propios o en colaboración con otras organizaciones”.

3.3. PÚBLICO OBJETIVO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para ofrecer un producto turístico de calidad es necesario tener en cuenta cual es el público objetivo del mismo. El posible público objetivo es el público específico para el que está dirigido nuestro producto. Se trata de un grupo de personas que reúne las características generales que contiene nuestra oferta. Es decir, nuestro producto debe estar orientado a un segmento del mercado, y este segmento del mercado será lo que denominamos el público objetivo. El público objetivo puede definirse en base a varios criterios.

En primer lugar, se tendrá en cuenta la edad del público objetivo. La edad es algo relativo, pero si es cierto que a la hora de hablar de un GR es algo a valorar. Por ello, la edad mínima es un corte necesario. Aproximadamente, las personas capaces de realizar de manera placentera el *trekking*, serán personas mayores de catorce años. Se trata de un recorrido largo, por alta montaña durante al menos doce días. No es solo una cuestión del estado físico de la persona, sino que también entra en juego la fuerza

mental de cada uno y los niños/as por debajo de esta edad puede llegar a superarles la situación y ser algo peligroso tanto para ellos/as como para los/las acompañantes. En cuanto a la edad máxima, no se delimitará con un número concreto ya que existen personas de avanzada edad con una forma física excepcional y con una gran experiencia en la montaña. Es por ello por lo que no se puede fijar un corte exacto según este criterio.

En segundo lugar, se tendrá en cuenta el ámbito geográfico, es decir, la procedencia del turista. A día de hoy, Asturias cuenta con una marca propia de calidad y belleza cada vez más conocida en el exterior. Esta es la razón por la que el público objetivo de este producto turístico no será solamente nacional, sino que también será internacional. Europa Central es una potente emisora de turistas, por lo que será un mercado muy atractivo. En muchos otros ámbitos de turismo activo, Asturias es receptora de turistas internacionales que generan cada día más ingresos en el territorio. Un ejemplo claro estos últimos años es el *surf* y la cantidad de turistas de procedencia alemana que atrae al territorio y a las costas de la provincia. Tal como afirma el Instituto de Turismo de España (2008), “los principales mercados emisores para los destinos de turismo de montaña en España son Alemania, Reino Unido y Francia. Portugal, Italia, Holanda y Bélgica son otros mercados emisores con una cierta demanda en los destinos de montaña españoles. Los elementos que más valoran los clientes alemanes a la hora de decidirse por unas vacaciones de turismo de montaña en España son la belleza del entorno natural, el clima, las recomendaciones de familiares y amigos, la relación calidad-precio y las ofertas atractivas de montaña. Además, los clientes de los turoperadores alemanes también valoran la accesibilidad y la distancia del destino respecto el lugar de residencia”. Todos estos elementos los incluye el producto propuesto por lo que es obvio que se podrá satisfacer sus deseos. Además, tal y como vuelve afirmar el Instituto de Turismo de Montaña (2008), “principalmente, la demanda de turismo de montaña por parte de los turistas ingleses se realiza en Sierra Nevada y los Picos de Europa, en menor medida en el Pirineo de Huesca y de forma minoritaria en el Pirineo catalán y la Sierra de Tramuntana. Las motivaciones principales de los turistas ingleses para realizar estancias de turismo de montaña son practicar senderismo, descansar, realizar actividades en la naturaleza, desconectar, practicar deportes de aventura, visitar Parques Nacionales y realizar estancias de turismo rural”. Una vez más los deseos de los turistas ingleses pueden satisfacerse con este producto turístico. Además, un aspecto importante es su tendencia a visitar el Parque Nacional de Picos de Europa. Ya conocen Asturias y seguramente si se ofrece otro recorrido de belleza e interés similar en la misma Cordillera Cantábrica, estarán dispuestos a

aventurarse. Los demás mercados internacionales como Francia o Italia también son de interés como se ha dicho anteriormente, aunque estén por debajo de Alemania y Reino Unido.

En tercer lugar, se tendrá en cuenta la clase social y el estilo de vida de los clientes potenciales. Es obvio que no se trata de un paquete turístico de bajo coste. Una experiencia de 12 días acompañada de alojamiento y más servicios va a estar destinada en una mayor parte a personas de clase media-alta. No será accesible para la economía de toda la población, aunque sí para un gran porcentaje. En cuanto al estilo de vida, serán personas que disfruten de la naturaleza y de actividades al aire libre, además de una cierta tendencia por la aventura y descubrir lugares y paisajes nuevos. Tal como afirma la Consejería de Empresa de Extremadura (2015), “los/las turistas reclaman cada vez más cantidad de productos relacionados con el turismo activo. Este tipo de turismo les proporciona unas vacaciones dedicadas en parte a cultivar sus aficiones preferidas a la vez que conocen nuevos lugares. Los/las viajeros/as buscan vivencias y experiencias personales nuevas. El turismo alternativo ofrece esas experiencias únicas e individualizadas y permite el acceso a un mercado donde la competitividad está vinculada a la calidad de las vivencias que él/la turista obtiene y por las que está dispuesto/a pagar altos precios. El perfil de la persona turista está cambiando debido a su mayor formación académica, su amplia información sobre el mercado y la competencia, su exposición a influencias e impactos publicitarios y a su creciente exigencia en cuanto a los productos y servicios demandados. Por ello la oferta debe ser capaz de generar experiencias singulares y auténticas, siempre acompañadas de una excelencia en calidad”.

Resumiendo, el público objetivo serán personas de toda Europa, adultas sin edad máxima, (pudiendo estar acompañadas de niños/as mayores de catorce años), de clase media-alta que busquen experiencias nuevas y sean amantes de la montaña y de las actividades al aire y que traten de conseguir una experiencia única e individualizada realizando uno de sus *hobbies*. En este caso, el senderismo.

Una vez definido el público objetivo, este se va a segmentar solamente según un criterio que será la experiencia de los clientes o su nivel en la montaña. La vivencia de cada cliente dependerá sobre todo de este parámetro ya que, en función de él, se exigirán unos servicios más básicos o más completos. Es por ello, que el público objetivo se divide en dos segmentos, un primer grupo de montañeros experimentados y un segundo grupo de montañeros principiantes o aficionados.

Se define como montañeros experimentados a los senderistas o montañeros con experiencia en alta montaña, que no necesiten nada más que la reserva del alojamiento en cada refugio, `campamento base´ u hotel/albergue de montaña. Este grupo de personas vendrá decidido a llevar a cabo la experiencia por sí solos. Su preocupación principal será la forma en la que se realice la reserva ya que esta debe ser cómoda, fácil y segura. También será de vital importancia prestar el servicio de alojamiento de manera adecuada para que se sientan cómodos y conectados con el lugar.

Se define como montañeros principiantes o aficionados a turistas con poca experiencia en alta montaña o personas que nunca han tenido contacto con ella, pero que su forma física les puede permitir realizar el recorrido acompañados de un guía. Este segundo segmento será el que mayor atractivo tenga en cuanto a cifras. Seguramente, necesitarán el servicio de un guía turístico que se detalla en el apartado 3.5. Además, de un guía, es obvio que también deberán contratar el servicio de alojamiento. Por último, para las personas que su contacto con la montaña haya sido nulo, se dispondrá de alquiler de material en los puntos de partida como se detalla en el apartado 3.4. Ofrecer un producto turístico que sea posible de llevar a cabo para la mayoría de las personas, independientemente de su nivel en la montaña, es algo con gran interés para así poder promocionarlo a un público mucho más amplio. Sin duda alguna, este segundo segmento es el que tiene un mayor potencial en cuanto a la generación de ingresos.

Una vez dividido el público objetivo en estos dos segmentos, la oferta del producto turístico se centra en el segundo, es decir, en los montañeros principiantes o aficionados. Es obvio que un montañero experimentado realizará un gasto menor que un montañero o senderista principiante o aficionado ya que probablemente no contrate un guía de montaña y se sirva de su propio conocimiento y de los *tracks* o mapas que se encontrarán a su disposición, además de venir preparado con su propio material. En cambio, el segundo segmento, se prevé que realice un gasto mayor. En primer lugar, será necesario la contratación de un guía y, en segundo lugar, puede que también sea necesario el alquiler de material. Dicho esto, el producto turístico estará dirigido en mayor parte al segundo segmento, pero ya que es necesaria la creación de una red de alojamiento y reservas, se puede aprovechar para atraer al primer segmento generando así un mayor beneficio ampliando el público objetivo.

3.4. PUNTOS DE PARTIDA

Los puntos de partida serán algo fundamental para consolidar el GR como producto turístico. Será necesario el acondicionamiento de varios locales. Estarán situados a lo largo del recorrido cerca del inicio de cada etapa. No se trata de crear un producto

turístico rígido, sino que lo que se propone es poder empezar el recorrido donde desee cada turista y en el sentido que vea conveniente. Un punto de partida podría situarse cerca del inicio-final del recorrido, en el propio pueblo de Campo de Caso. Se encuentra a escasa media hora del inicio-final del recorrido por lo que es uno de los lugares propicios para ello. Como leemos en la página web Turismo Asturias (2022), “es tan pura y salvaje su naturaleza que todo el municipio es un Parque Natural, concretamente el de Redes, que cuenta además con la declaración de Reserva de la Biosfera y que tiene la mayor biodiversidad vertebrada de Asturias. Tanta pureza hace que tenga excelentes reservas hidrológicas, hasta el punto de que es en este territorio, en uno de sus pueblos más carismáticos, Tarna, donde está una mítica fuente, la de la Nalona, y allí nace como un pequeño arroyo, el que luego será un gran río, el Nalón, que tanta vida e historias ha dado a Asturias. Tanta pureza es la que tiene también una de las razas de ganado autóctono más emblemáticas de la cabaña ganadera asturiana, la casina”. Otra opción sería el pueblo de Tarna, situado más cerca del inicio de la ruta, pero este no ofrecería tantas facilidades al tratarse de un pueblo más pequeño. El objetivo de esta propuesta turística no es dinamizar la economía en un solo punto. Por ello se deberán habilitar varios locales en cada zona. Un ejemplo más sería habilitar otros dos puntos de partida aprovechando las instalaciones y refugios ya existentes en San Isidro y Brañillín debido a la cercanía de las estaciones de esquí. Creando otros dos puntos de partida en estos dos lugares se contribuiría a reactivar la economía en la época estival. Existen varios hoteles y varios refugios en la zona, que se les podría dar una segunda vida desestacionalizando así la demanda. La mayoría de los negocios en estas dos ubicaciones viven gracias al turismo de nieve. Es por ello por lo que el senderismo es una herramienta perfecta para cambiar esta situación y reactivar la economía en la época estival. Una actividad con un impacto ambiental nulo y que no deteriorará la zona lo más mínimo. Además de estos tres ejemplos podrán situarse más locales que se definen como puntos de partida a lo largo de todo el recorrido. Otro lugar idóneo sería el pueblo de Tuiza de Arriba, cercano a otro inicio-final de etapa, el refugio de El Meicín. Como leemos en la página web Asturnatura (2022), “Tuiza de Arriba es un pueblo del concejo de Lena, situado a 1.280 metros de altitud, en las inmediaciones de la carretera LE-8. Conserva unos pocos ejemplos de arquitectura tradicional, y una iglesia dedicada a San Juan. Es punto de partida de numerosas y afamadas rutas de montaña que se dirigen al Macizo de Ubiña, Xomezana (P.R. AS-89. Ruta del Valle de Jomezana), Siegalavá, Tapinón, Fariñentu, puertos de Agüeria... y otras que discurren por el Parque Natural de Las Ubiñas - La Mesa.” También sería interesante otro punto

de partida en Saliencia, pueblo cercano al inicio-final del recorrido. La etapa más al oeste que finaliza o se comienza desde el Valle del Lago.

Es obvio que si el producto turístico atrae a clientes generará un gran valor para todos y cada uno de los puntos por los que pasa el recorrido. Además de generar valor a través de las pernoctaciones en alojamientos por parte de los turistas que vienen a realizar el *trekking*, también lo hará en bares, restaurantes o tiendas de cada una de las zonas. Será de vital importancia hacer hincapié en poder comenzar el recorrido desde donde desee el turista y en el sentido que más crea conveniente. De esta manera no solo se contribuirá a la economía de una zona en concreto. Además, también será un punto a favor para los turistas que no dispongan de suficiente tiempo para realizar las doce etapas, o que simplemente, prefieren hacer parte del recorrido por las razones que sean. En los puntos de partida, se debería ir desarrollando una oferta que incluya servicios como los que se comentan a continuación.

3.4.1. Servicio de transporte

Los puntos de partida se encuentran normalmente a varios kilómetros del inicio de las etapas correspondientes. Será necesario contar con un servicio de transporte adecuado que pueda trasladar a los turistas desde dichos puntos hasta el inicio de cada etapa. Una oportunidad más para dinamizar la economía de la zona. Los encargados podrán ser los taxis de cada localidad reactivando así su movilización, ya que en el entorno rural este servicio es cada vez menos utilizado. En el caso de que los taxis no puedan soportar una cantidad de demanda muy alta también se podrá contratar los servicios de una empresa especializada en transporte de pasajeros, ya sea de autobuses u otros vehículos. Además, el servicio de transporte también será utilizado para hacer los traslados del final de la etapa al alojamiento, en caso de que el turista haya elegido hospedarse en otro lugar que no sea el refugio o campamento base correspondiente. No solo surgen oportunidades para reactivar la economía en el ámbito hotelero y hostelero, sino que también aparecen en otros campos.

3.4.2. Alquiler y compra de material

La opción de poder alquilar el material necesario en los puntos de partida es algo imprescindible para que este producto turístico esté destinado a un público objetivo mucho más amplio. Como se definía en el punto (3.3.), el segmento del mercado más interesante será aquel al que pertenecen montañeros principiantes o aficionados. Muchos de estos clientes, pueden haber tenido una experiencia previa con el senderismo, pero seguramente no dispongan de todo el material necesario para realizar

un *trekking* de doce etapas en alta montaña durante doce días. Estas es la razón por la que la posibilidad de alquilar el material necesario en los puntos de partida es algo vital para solidificar el producto turístico. Se dispondrá de:

- Mochilas cómodas de unos 30 litros.
- Bastones.
- Linternas.
- Frontales.
- Gafas de sol polarizadas.
- Sacos ligeros y confortables.

Además, no solo existirá la posibilidad de alquilar estos elementos tan necesarios para el recorrido, sino que también habrá otros que se puedan comprar. Un pequeño apartado `tienda` los distintos locales con ropa técnica de montaña como forros polares o camisetas térmicas, pantalones, gafas de sol, guantes, gorros y crema solar también será importante.

3.4.3. Mapas

En el punto de partida, se contará con la opción de obtener el *track* de todo el recorrido. El personal será el encargado de dar las instrucciones para su descarga. Además, no solo se podrá descargar el *track* sino que también estará a disposición de los turistas un mapa físico de todo el trayecto. Este servicio está orientado a los turistas que pertenecen al segmento de turistas experimentados ya que serán por norma general los que se aventuren a realizar el recorrido en solitario.

3.4.4. Otros servicios

Finalmente, el personal en los puntos de partida también facilitará otros servicios. Uno de ellos será la contratación del servicio de guía de montaña, detallado en el punto 3.5., además de atender las dudas que les surjan a los turistas y aconsejar sobre dónde comer o dónde dormir. Actuarán como recepcionistas para los turistas que ya tengan hecha la reserva del alojamiento o del guía, facilitándoles el resguardo correspondiente. También serán los encargados de gestionar las reservas físicamente cuando llegue algún turista que no la haya hecho vía página web. En definitiva, una sede informativa que será capaz de resolver cualquier tipo de problema relacionado con cualquier servicio.

3.5. SERVICIO DE GUÍA DE MONTAÑA

Uno de los servicios necesarios para que el recorrido llegue a ser un producto turístico de calidad y clasificado como un GR oficial, será contar con la opción de contratar un guía de montaña oficial de la Asociación Española de Guías de Montaña (AEGM) en los puntos de partida. Como leemos en la página web de la AEGM (2022), “un guía es un profesional que realiza trabajos de conducción de un individuo o grupo, realiza tareas docentes de enseñanza y entrenamiento deportivo y gestiona el riesgo de las actividades realizadas en el medio natural aportando seguridad al conjunto de los integrantes del grupo que las realiza. La cualificación de todos los guías está garantizada por la AEGM, UIAGM (Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña) y la UIMLA (Unión Internacional de Guías Acompañantes de Montaña), asociaciones a las que pertenece la AEGM y que velan por la calidad de la formación y profesionalidad de todos los guías que la forman. Todos los guías que forman parte de la AEGM cuentan con titulación oficial reconocida que les acredita para la realización de labores de guiado en el medio natural”.

Prestando el servicio una persona titulada por la AEGM se asegurará la calidad y algo más importante aún, la seguridad. Este servicio no puede quedar en manos de una persona no titulada. Hay que tener en cuenta que de él o ella dependerá la seguridad de los turistas en la montaña por lo que es el servicio más importante para el segmento principal de la clientela. Será el encargado/a de acompañarlos/as durante las doce etapas. Si existiese un percance en la montaña, también sería el encargado/a de solventarlo y tomar las medidas correspondientes por lo que la selección del personal en este servicio en particular será muy importante.

3.6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Para que un producto turístico genere ingresos en el territorio, es necesario contar con cierta afluencia turística. Para ello será determinante no solo el atractivo del producto turístico en sí, sino también el marketing y la comunicación. Claro está que el público más atractivo no será solamente nacional, sino que, como se ha definido en el público objetivo (epígrafe 3.3), también será internacional. Por ello, además de promocionar el producto de manera física en oficinas de turismo y otros establecimientos a través de folletos informativos, lo más importante será prestar gran atención a las redes sociales y crear una página web atractiva con toda la información necesaria. Como también se ha definido en el público objetivo (epígrafe 3.3), la clase social a la que pertenecerán la mayoría de los clientes será media-alta e interesados por las actividades relacionadas con la montaña. Esta clase de personas está al tanto de actividades y novedades a

través de las redes, sobre todo de Instagram, por lo que habrá que hacer hincapié en esta última publicando contenido de calidad antes de lanzar el producto al mercado y no dejar de hacerlo cuando este se encuentre en activo.



Figura 3.4. Logotipo para la promoción y comercialización del GR

Fuente: *Elaboración propia*

3.6.1. Página web

Hoy en día, sería impensable crear un producto turístico sin una página web. La página web será el portal de información principal. Para dar a conocer la página web del recorrido, se podría promocionar en diversos portales de turismo activo como por ejemplo Turismo Asturias o en portales de turismo de todo tipo como Hosteltur.

Dentro de ella, se encontrará información sobre todo lo relacionado con el recorrido. Como portada principal, habrá fotos que remarquen la belleza del recorrido y un breve resumen de este. En la parte superior habrá una barra con distintos ítems. Estos ítems serán los siguientes.

Un primer ítem de reservas. Dentro de este ítem se facilitará toda la información necesaria de los alojamientos disponibles. No solo se mostrará su información correspondiente (tipo de alojamiento, precio por noche, material necesario y ubicación), sino que también existirá la opción de realizar la reserva vía online a través de un pago telemático. Estarán ordenados por su ubicación, es decir, por número de etapa. En cada etapa se mostrarán los alojamientos disponibles en el caso de que exista más de uno o únicamente la opción que exista. Una vez realizada la elección de todos los alojamientos habrá la opción final del pago. Se realizará el pago total de manera telemática. Una vez

confirmado el pago, se enviará un justificante al correo electrónico del cliente, que deberá imprimir y presentar en cada refugio acompañado de su documento de identidad. De esta manera, los turistas experimentados que solo deseen realizar la reserva del alojamiento la podrán realizar de manera cómoda y sencilla.

En este ítem, no solo existirá la opción de realizar la reserva del alojamiento. Habrá la posibilidad también de realizar la reserva del guía turístico para los montañeros principiantes o aficionados. La reserva del guía turístico tendrá un precio total el cual incluye sus servicios desde el punto de partida hasta el punto de llegada en cada etapa. También existirá la opción de realizar el pago de manera telemática y se enviará un justificante al correo facilitado por el cliente. Este se deberá de presentar en uno de los puntos de partida (epígrafe 3.4), punto de encuentro con el guía turístico para iniciar el recorrido. También sería conveniente incluir un número de teléfono de apoyo para la realización de las reservas, ya que pueden existir clientes que encuentren dificultades a la hora de realizar esta vía internet. Respecto al material de alquiler, no existirá posibilidad de reservarlo con antelación. Su adquisición y pago será en el acto.

Un segundo ítem de itinerarios. Será el siguiente ítem que aparezca en la barra superior de la página web. Se incluirá información general sobre los dos itinerarios disponibles, el itinerario sencillo y el itinerario difícil. Además de información general, se aportará una descripción detallada de cada etapa, pudiendo incluir el Anexo y existirá la posibilidad de descargar el *track* del recorrido completo junto con mapas y otros materiales complementarios que sería de especial interés crear, para ofrecer un producto turístico completo.

Un tercer ítem de consejos. Dentro de este ítem, se incluirán una serie de consejos y recomendaciones necesarios a la hora de realizar el recorrido, como, por ejemplo: *Se recomienda estar federado o en posesión de cualquier otro seguro de montaña*. Además de consejos básicos para realizar el *trekking*, también se incluirán recomendaciones relacionadas con el alojamiento y la gastronomía de la zona.

Un cuarto ítem de noticias y condiciones de los caminos. Este ítem se actualizará como mínimo cada semana. Se incluirán noticias de interés en relación con el recorrido. También se informará sobre el estado de los caminos ya que en la montaña se depende de muchos factores externos adversos. Por ejemplo: *Desprendimiento en el trayecto de la etapa cuatro, 100 metros antes de hacer cumbre en el Picu Toneo*. De informar sobre estos sucesos, se encargarán los guardas de montaña responsables de cada zona.

Y, por último, un quinto ítem de diarios y experiencias personales. Dentro de este último ítem se dará la posibilidad a los/las turistas que hayan realizado el recorrido o alguna de

sus etapas de dejar su opinión y contar su experiencia. Hoy en día, la comunicación interpersonal o boca-oído es muy importante a la hora de promocionar un producto turístico. Es por ello por lo que es interesante que cada turista tenga la opción de dejar su veredicto ya que normalmente, se suele hacer caso a esta información más aún que a la aportada por la propia empresa.

Todos estos ítems junto con el portal principal de inicio conformarán la página web. Además, existirá la opción de visualizar el contenido en varios idiomas. En la primera fase de lanzamiento los idiomas serían español e inglés. En momento posterior y en función de la demanda, se podría internacionalizar la web introduciendo el francés, alemán y portugués.

3.6.2. Instagram

Hoy en día, Instagram, es una red social que se encuentra relacionada en gran medida con el turismo. Es una manera sencilla para el usuario de conocer nuevos destinos gracias a las publicaciones de otros usuarios en la propia plataforma. Tal como afirman Angaramo y Pérez-Torres (2021), “un estudio de Think with Google señaló que las redes sociales pueden funcionar como una fuente importante de inspiración para los viajes. Según este estudio, los encuestados se inspiraron en el contenido de viajes publicado por amigos y familiares, por gente anónima y por famosos e *influencers*. La red social Instagram se caracteriza por albergar gran cantidad de contenido relacionado con los viajes y el turismo por lo que se trataría de una red social “inspiracional” cuyo contenido más consumido en la plataforma es el de los viajes (47%), situándose al mismo nivel el contenido ‘belleza’. Al ser una aplicación basada principalmente en imágenes, consigue crear conciencia de los destinos en los turistas potenciales de manera rápida y sencilla. Así, proporciona conocimiento sobre los lugares de manera automática, ya que si los turistas potenciales tienen interés en un destino concreto pueden buscarlo por medio de un *hashtag* o a través de la pestaña de ubicación, mientras que si están buscando inspiración para decidir su próximo viaje, pueden visitar cualquier cuenta de viajes en las que tendrán acceso a gran cantidad de imágenes de distintos sitios turísticos. También puede ocurrir que se vean inspirados por alguna publicación que les llame la atención mientras navegan a través de la red social”.

Es por ello por lo que la creación de una cuenta de Instagram con un contenido atractivo será de vital importancia. Antes del lanzamiento del producto, se subirán imágenes del recorrido, de los alojamientos y de los lugares de interés. Una vez lanzado el producto al mercado, se seguirá renovando el contenido día tras día. Será necesario incluir numerosos *hashtags* para llegar al mayor número posible de gente como, por ejemplo:

#nature #naturaleza #turismodemontaña #mountaintourism #trekking #asturias y además crear propios *hashtags* para el recorrido: #grtranscantábrico #grtranscantabric #rutatranscantábrica.

Si se quiere llegar al público internacional de manera efectiva, Instagram será una vía muy importante. Los clientes a los que está dirigido el producto turístico podrán descubrirlo fácilmente a través de esta red social. Convencerles para venir a disfrutarlo será tarea de un perfil llamativo con imágenes de calidad. Por último, en la descripción de la cuenta, habrá un enlace que llevará a la página web oficial del producto turístico.

3.6.3. Facebook

La creación de una cuenta de Facebook también será necesario a la hora de promocionar el recorrido. Sí es cierto que Facebook no está tan involucrado con el turismo como Instagram, pero crear una cuenta y actualizarla cada día con fotografías de interés y publicaciones sobre el estado de los caminos será también interesante. Además, no deja de ser otra forma de dar a conocer el *trekking* ya que cualquier cliente potencial podrá visitar la página de Facebook si no dispone de cuenta de Instagram. Vincular las publicaciones de Instagram es una tarea sencilla por lo que tampoco será necesario prestarle mucha atención.

3.6.4. Establecimientos físicos

Otro medio a través del cual se podrá promocionar el producto turístico serán los establecimientos físicos. En primer lugar, en las oficinas de turismo. No solo solo en las oficinas locales, sino que será también primordial contactar con oficinas de turismo fuera de la provincia y del territorio nacional, especialmente en Alemania y Reino Unido. Para ello será necesario la creación de un folleto, donde se englobaría toda la oferta del producto turístico incluyendo las características generales del recorrido.

Una vez creado este folleto (figuras 3.5 y 3.6), se puede utilizar para promocionar el producto en más lugares además de oficinas de turismo. Por ejemplo, asistir a ferias de turismo como Feria Internacional de Turismo (FITUR) o a eventos relacionados con el turismo activo como el Congreso Nacional de Turismo Activo.



Figura 3.5. Parte frontal y transversal del folleto informativo

Fuente: *Elaboración propia*



DISFRUTA DE UNA EXPERIENCIA ÚNICA EN EL PARAISO

Doce etapas a lo largo del macizo asturiano de la cordillera cantábrica.

Con la posibilidad de elegir entre dos itinerarios: uno para montañeros experimentados y otro para montañeros principiantes.

Reserva el alojamiento de manera conjunta para los doce días, eligiendo el que más se adapte a tus necesidades.

Si no cuentas con todo el material, disponemos de equipo de alquiler en nuestro punto de partida.

Figura 3.6. Parte interior del folleto informativo

Fuente: *Elaboración propia*

3.7. SÍNTESIS DEL RECORRIDO

En esta tabla informativa, realizada del mismo modo que la tabla 2.7., se encuentra sintetizada la información principal del producto turístico propuesto, la Ruta Transcantábrica o GR Transcantábrico. Comparar ahora el GR propuesto con los cuatro ejemplos similares con éxito es una tarea sencilla. Se puede observar cómo según sus principales características, se asemeja sobre todo al Tour Du Mont Blanc. El número de etapas es similar y también abarca un público objetivo bastante amplio, ya que ambos recorridos no están destinados solamente a montañeros experimentados. La época idónea para realizarlo es la misma y el sistema de reservas que se propone es similar.

A continuación, la tabla 3.1. con la información donde se recogen los aspectos generales del GR Transcantábrico o Ruta Transcantábrica.

	Ruta Transcantábrica (itinerario sencillo)	Ruta Transcantábrica (itinerario difícil)
Público objetivo	Apto para todos los públicos, siempre que este acostumbrados a realizar ejercicio físico	Reservado para senderistas con experiencia en alta montaña, o personas en un buen estado físico acompañadas por un guía.
Número de etapas	12	12
Localización	Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica	Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica
Dificultad	Intermedia	Moderada
Longitud	123 kilómetros	165 kilómetros
Reserva de los alojamientos/refugios	Podrá realizarse a través de la página web creada o en el propio punto de partida.	Podrá realizarse a través de la página web creada o en el propio punto de partida.
Época idónea	Verano o primavera	Verano o primavera
Tipo de ruta	Recta	Recta
Afluencia turística	Inexistente	Inexistente

Tabla 3.1. Tabla informativa sobre el GR Transcantábrico

Fuente: *Elaboración propia*

CONCLUSIONES

En este trabajo se ha propuesto un nuevo producto turístico para el Principado de Asturias. En primer lugar, se ha definido la actividad principal, el senderismo, argumentando como el turismo de montaña y el turismo senderista pueden tener un impacto positivo en la economía. A través del Instituto de Turismo de España (2008) se han identificado una serie de ejemplos internacionales: Austria, Suiza y Alemania, donde el turismo senderista tiene una gran relevancia y favorece positivamente la economía del país. Por otra parte, se han analizado cuatro ejemplos de rutas senderistas similares con éxito: el Tour Du Mont Blanc, la Ruta Transpirenaica, el GR de la isla de Córcega y el Anillo de Picos de Europa. Suponen un producto turístico semejante al que se propone, ya que son cuatro recorridos de varias etapas a lo largo de zonas montañosas o cordilleras. Finalmente se ha diseñado en detalle el producto turístico en cuestión: el GR Transcantábrico. Un recurso similar a los anteriores que no se encuentra actualmente explotado, ni enfocado al turismo, ya que no cuenta con los servicios necesarios. En la propuesta, se incluye un recorrido o *trekking* de doce etapas con dos posibles itinerarios en cada una de ellas, uno sencillo para montañistas principiantes o aficionados y uno más complicado, al que se le denomina itinerario difícil para montañistas experimentados. Se especifica y se defiende como el segmento de montañeros principiantes o aficionados es el más atractivo de los dos. En la propuesta también se incluyen otros servicios básicos para que se consolide como un producto turístico: el alojamiento, la señalización FEDME correspondiente para los GR, la identificación del público objetivo dividido en dos principales segmentos, la creación de un punto de partida, la opción al servicio de un guía de montaña y los diferentes medios para su promoción y comercialización.

Se trata de un producto turístico con mucho potencial. El turismo de montaña y el senderismo es una actividad que se encuentra en auge. El entorno y el recorrido que se ofrece, el Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica no envidia a otros parajes nacionales o internacionales con un gran renombre en la materia, como por ejemplo los Pirineos o los Alpes. Quizás la altitud del recorrido no sea la misma que en estas zonas, pero su belleza, que realmente es lo que se disfruta a la hora de caminar, es similar. Existen varios pueblos que se verían beneficiados con la Ruta Transcantábrica o GR Transcantábrico. Asturias dispone de un potencial inmenso para realizar senderismo y es una realidad que esta actividad no es un recurso bien explotado. Con la creación de este producto turístico se formaría una red de senderos a lo largo de todo el Macizo Asturiano de la Cordillera Cantábrica. Gracias a esto, se dinamizaría la economía de todo el territorio y pueblos cercanos. Varios ejemplos son los ya nombrados en el punto

3.4.: Campo de Caso, Tuiza de Arriba, Saliencia, Brañillín o San Isidro. En el caso de estos dos últimos, se podría desestacionalizar la demanda del turismo de nieve, dándoles una segunda actividad fuera de la época invernal. Debido al cambio climático, el turismo de nieve tiene una duración cada vez menor, por lo que el senderismo ha de ser un recurso a tener en cuenta. Nombrar estos pueblos en concreto no quiere decir que sean los únicos favorecidos. Todos los pueblos próximos al recorrido podrán verán incrementada su renta, en la medida en que desarrollen servicios complementarios que puedan ser demandados por los senderistas. Las etapas propuestas son simplemente un ejemplo del recorrido. La intención final es que cada turista pueda realizarlas en el orden que desee y pernoctar en los distintos pueblos todas las noches que crea conveniente.

Además, al sintetizar la Ruta Transcantábrica o GR Transcantábrico en la tabla 3.1., se puede observar su similitud con el Tour Du Mont Blanc. Si un recorrido de características similares ha logrado una notoriedad y una afluencia turística tan grande, no hay motivo por el que Asturias como región no pueda aspirar a posicionar un producto competitivo en los mercados internacionales. Si es cierto que el entorno del Tour Du Mont Blanc no es el mismo, ni su belleza ni su fama, pero el recorrido propuesto tampoco le tiene mucho que envidiar, y más aún si se desea una experiencia más auténtica (*random*) y no tan generalizada (*mainstream*). Hoy en día, muchas de las personas o turistas buscan un producto fuera de lo establecido donde no sepan lo que se van a encontrar. Lugares nuevos que no estén explotados. El GR Transcantábrico podría ser uno de ellos.

La puesta en marcha de esta iniciativa requeriría de la colaboración de distintas entidades. En primer lugar, las áreas de Turismo y Deportes del Gobierno del Principado de Asturias deberían actuar como elementos tractores del proyecto. En segundo lugar, los concejos o municipios por los que pasa el recorrido deberían asimismo implicarse fuertemente en el desarrollo y mantenimiento de infraestructuras de apoyo, señalización, conservación y promoción del tramo del itinerario que a cada uno le compete. En tercer lugar, las federaciones de montaña de Asturias, Castilla-León y nacional también serían entidades clave para la puesta en marcha y perfeccionamiento del recorrido. En cuarto lugar, desde el ámbito privado, las empresas y asociaciones relacionadas con el turismo y la actividad deportiva tendrían un papel muy relevante, pues a ellas les compete dotar de servicios de todo tipo al recorrido (guías, alquileres, transporte, alojamiento, restauración o comercio, entre otros).

Respecto a las posibles dificultades a las que se podría enfrentar esta iniciativa, puede destacarse el marco normativo. La legislación turística no está concebida para acomodar este tipo de productos. Además, gran parte del recorrido discurre por zonas con figuras de protección dispares, lo que afecta notoriamente al desarrollo de ciertas propuestas. Una segunda dificultad previsible es la habitual escasa cooperación entre administraciones públicas en el ámbito turístico, como se ha observado en casos muy mediáticos como el mantenimiento de la Senda del Oso o los accesos a los Lagos de Covadonga. Finalmente, también habría que mencionar las dificultades que el tejido empresarial asturiano tiene para ofertar productos turísticos competitivos orientados a un público internacional. Analizar y proponer soluciones para estos tres problemas podrían ser futuros campos de estudio o ampliaciones del presente TFG.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS

- Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021): *Travesía Juvenil Cordillera Cantábrica 2021*, Folleto promocional.
- Alonso, L.J.; A. Pulgar, J. y Pedreira, D. (2007): ``El relieve de La Cordillera Cantábrica´´. *Enseñanza de las Ciencias de la Tierra*, 15(2), 151-153.
- Angaramo Corvalán, R y Pérez-Torres, V. (2021): ``Instagram: inspiración, reconocimiento social y motivación en la elección del destino turístico´´. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.19, Nº4, 811-824..
- Consejería de Empresa de Extremadura (2015): *Plan de negocio empresa de turismo activo*, 25.
- Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (2014): ``Tipos de senderos homologados´´. *Manual de señalización de senderos GR, PR y SL*, 16.
- Instituto de Turismo de España (2008): *Turismo de Montaña. Serie Estudios de productos turísticos*. Turespaña, Madrid.
- Lara García, S. (2014): ``Introducción´´. *GR 20 Travesía de Córcega*, 1-2
- Rodríguez Rodríguez, M. y Rodríguez Campo, L. (2010): "El senderismo dentro del contexto experiencial del turismo actual: ¿ocio o negocio?" *Revista Decisión*, 21-42

PÁGINAS WEB

Au tour du mont blanc:

<http://www.autourdumontblanc.com/es/index.cfm/receptividad.html>

[Consultado el 9 de marzo de 2022]

Asturnatura: "Turismo". Disponible en: <https://www.asturnatura.com/turismo/tuiza-de-arriba/2239.html> [Consultado el 20 de junio de 2022]

Asociación Española de Guías de Montaña (AEGM): ``Qué es un guía´´. Disponible en: <https://www.aegm.org/los-guias/> [Consultado el 11 de mayo de 2022]

Book a Trekking: "Tour du Mont Blanc". Disponible en:

<https://bookatrekking.com/es/blog/tour-du-mont-blanc-chamonix/>

[Consultado el 9 de marzo de 2022]

Book a Trekking: “GR-20 recorrido completo 15 etapas”. Disponible en:
<https://bookatrekking.com/es/trek/gr20-recorrido-completo-15-etapas/>
[Consultado el 22 de marzo de 2022]

Cairn Trekking: “Tour del Mont Blanc”. Disponible en: https://www.cairn-trekking.es/Tour_del_Mont_Blanc/ [Consultado el 9 de marzo de 2022]

Desnivel: “El Anillo de Picos”. Disponible en:
<https://www.desnivel.com/excursionismo/propuestas-para-el-finde/el-anillo-de-picos-tres-recorridos-en-uno/> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

El Anillo de Picos: <http://elanillodepicos.com/> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

El Portal de Picos: “Anillo de Picos de Europa”. Disponible en:
<https://www.elportaldepicos.com/anillo-picos-de-europa/> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

Entre Montañas: “GR-20 de la isla de Córcega”. Disponible en:
<https://entremontanas.com/grandes-rutas/gr-20-corcega> [Consultado el 18 de marzo de 2022]

Federación Canaria de Montañismo (FECAMON): <https://fecamon.es/> [Consultado el 8 de junio de 2022]

Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME):
<https://fedme.es/#1642594467491-bfcb11cc-04eb> [Consultado el 8 de junio de 2022]

Full time guides: “Transpirenaica GR-11 con transporte”. Disponible en:
<https://www.fulltimeguides.com/transpirenaica-gr11-organizada-trekking-en-pirineo-con-transporte-de-equipaje/> [Consultado el 10 de marzo de 2022]

Hosteltur: <https://www.hosteltur.com/> [Consultado el 24 de mayo de 2022]

Isla de Córcega: “Rutas de senderismo: GR-20”. Disponible en:
<https://www.islacorcega.es/ruta-de-senderismo-gr20/> [Consultado el 18 de marzo de 2022]

Jarascada: “Anillo de Picos de Europa”. Disponible en:
<https://www.jarascada.es/anillo-picos-de-europa/> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

Josan Trek: <https://josantrek.com/> [Consultado el 10 de marzo de 2022]

MIDE Montaña Segura: <http://mide.montanasegura.com/> [Consultado el 20 de abril de 2022]

Mi senda FEDME: “Los senderos homologados”. Disponible en <https://misendafedme.es/los-senderos-homologados/> [Consultado 8 de junio de 2022]

Muntania: “GR-20 Trekking en Córcega”. Disponible en: <https://www.muntania.com/viaje/gr-20-trekking-en-corcega/> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

Oxígeno: “Anillo de Picos de Europa en 8 etapas”. Disponible en: https://www.revistaoxigeno.es/rutas/anillo-picos-europa-en-8-etapas-trekking-ntv_87628_102.html [Consultado el 22 de marzo de 2022]

PNR Corsica: <https://pnr-resa.corsica/index.php> [Consultado el 22 de marzo de 2022]

Tour del Mont Blanc: <https://tourdelmontblanc.es/viaje/tour-del-mont-blanc/> [Consultado el 9 de marzo de 2022]

Turismo Asturias: <https://www.turismoasturias.es/> [Consultado el 24 de mayo de 2022]

Turismo Asturias: “Descubre dónde ir”. Disponible en: <https://www.turismoasturias.es/descubre/donde-ir/municipios/caso> [Consultado el 1 de junio de 2022]

Rutas pireneos: “GR-11 Transpirenaica”. Disponible en: <https://www.rutaspireneos.org/rutas/gr-11-transpirenaica> [Consultado el 10 de marzo de 2022]

Travesía pirenaica: <https://travesiapirenaica.com/gr11/gr11.php> [Consultado el 10 de marzo de 2022]

World Tourism Organization (UNWTO): “Turismo de Montaña”. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/turismo-montana> [Consultado el 9 de junio de 2022]

Viajes a pie: “Transpirenaica”. Disponible en: <https://www.viajesapie.com/transpirenaica> [Consultado el 10 de marzo de 2022]

ANEXO

ETAPAS DEL RECORRIDO

Las etapas de esta 1ª opción dadas por la Agrupación Montañera Astur Torrecerredo son las siguientes:

ETAPA 1 ``PUERTU TARNA – BRAÑAGALLONES``

Primera etapa que parte desde el Puertu de Tarna. El itinerario más complicado hace cumbre en el pico Remelende, y continúa finalmente haciendo cumbre en otros dos picos más, en el Rapaina (2019 metros) y en el Vientu (1993 metros). Tiene un desnivel positivo de 1466 metros y un desnivel negativo de 1720 metros y una distancia de 15 kilómetros.

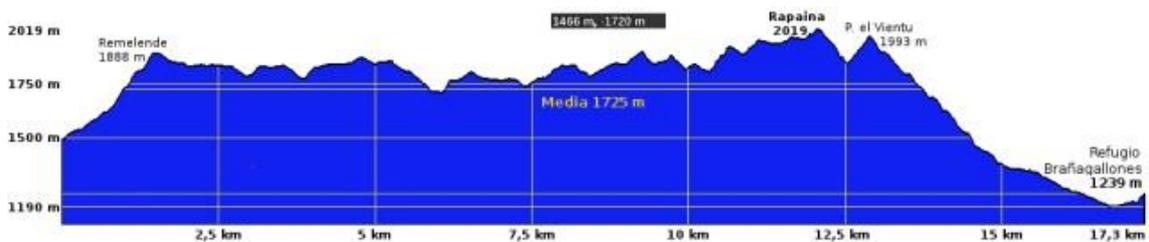


Figura A.1. 1ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

El itinerario sencillo también hace cumbre en el pico Remelende. Posteriormente evita las dos cumbres siguientes del otro itinerario, haciéndolo así más ameno y sencillo para las personas que opten por esta opción. Tiene una longitud de 12,5 kilómetros acortando así el recorrido en 2,5 kilómetros.



Figura A.2. 1ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

ETAPA 2 ``BRAÑAGALLONES – SAN ISIDRO``

La segunda etapa parte desde Brañagallones hacia el puerto de San Isidro. El itinerario difícil tiene una duración de ocho horas con una longitud de 15,6 kilómetros. Acumula

1454 metros de desnivel positivo y 1165 metros de desnivel negativo. Hace cumbre en cinco ocasiones: Acebal, Cascayón, Entrepicos, Arenal y Carba Torres.



Figura A.3. 2ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

El itinerario sencillo hace cumbre solamente una vez en el pico Acebal. La duración es de tres horas menos, cinco. Acumula un desnivel positivo de 834 metros y un desnivel negativo de 629 metros. Su longitud es de 10,7 kilómetros, cinco menos que el itinerario difícil, por lo que vuelve a suponer una gran diferencia respecto a este.

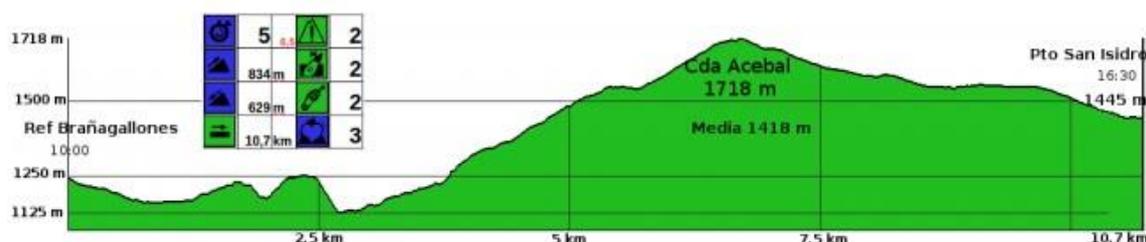


Figura A.4. 2ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

ETAPA 3 ``ACONDICIONAMIENTO EN SAN ISIDRO``

La tercera etapa solo incluye un itinerario ya que se hace noche en el mismo punto. Una etapa corta en la que se asciende al Picu Torres. Tiene una duración de cuatro horas y una longitud de 6,72 kilómetros. Acumula 635 metros de desnivel positivo y 635 metros de desnivel negativo. Es una ruta de ida y vuelta, es decir, habrá que deshacer camino una vez se llega a la cima.



Figura A.5. 3ª etapa (único itinerario)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

ETAPA 4 ``SAN ISIDRO – VEGARADA``

La cuarta etapa va desde el puerto San Isidro hasta el puerto Vegarada. El itinerario difícil realiza múltiples cumbres: Toneo, La Llomba, Peñas del Ajo, La Verde, Fuentes, Picu'l Osu, Nogales y Xexa. Tiene una duración de ocho horas con una longitud de 15,4 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 1364 metros y un desnivel negativo de 1338 metros.



Figura A.6. 4ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

El itinerario sencillo tiene una duración de cuatro horas con una longitud de 9,7 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 602 metros y un desnivel negativo de 585 metros.



Figura A.7. 4ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

ETAPA 5 ``VEGARADA – PIEDRA FITA``

La quinta etapa transcurre desde el puerto de Vegarada hasta el Mesón del Puerto Piedrafita. El itinerario difícil hace cumbre en: Faro, Huevo Faro, Llastres, La Fitona, Barreru y Chanonas. Tiene una duración de ocho horas con una longitud de 16,8 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 1236 metros un desnivel negativo de 1347

metros.



Figura A.8. 5ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario sencillo solo realiza cumbre en tres ocasiones en La Muezca, Cochau la Madera y Cochau Morgau. Tiene una duración de seis horas con una longitud de 13,8 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 763 metros un desnivel negativo de 875 metros.



Figura A.9. 5ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

ETAPA 6 ``PIEDRAFITA – PENDILLA``

La sexta etapa transcurre desde el Mesón del Puerto Piedrafita hasta el campamento Pendilla. El itinerario difícil hace cumbre en: Vallequín, Aguazones, Bolero, Estorbín, Barriales, Camparón y Tres Conceyos. Tiene una duración de siete horas a las que las acompaña una longitud de 14,3 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 1141 metros y un desnivel negativo de 1223 metros.



Figura A.10. 6ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario sencillo hace cumbre solamente Cochau Vallequín, Cochau'l Cuadru y Tres Conceyos. Tiene una duración de seis horas con una longitud de 13,9 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 804 metros un desnivel negativo de 904 metros.



Figura A.11. 6ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

ETAPA 7 "PENDILLA – BRAÑILLÍN"

La séptima etapa es una etapa más relajada que las dos anteriores. Transcurre desde Pendiella hasta Brañillín. El itinerario difícil hace cumbre en tres puntos muy cercanos: Campañones, Cellón y Bezmuy. Tiene una longitud de once kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 969 metros y un desnivel negativo de 807 metros.

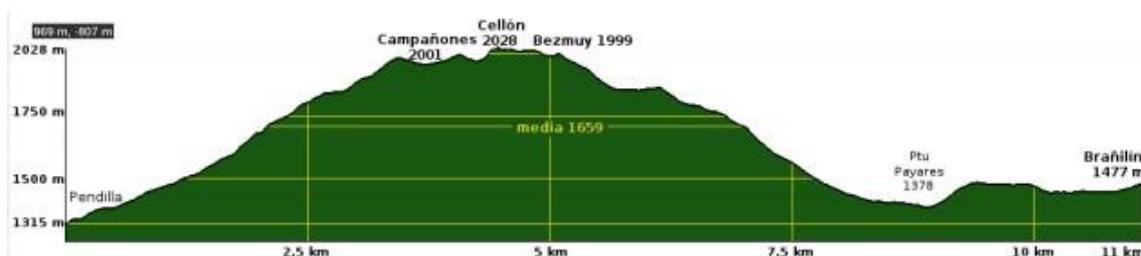


Figura A.12. 7ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario sencillo simplemente asciende hasta Campañones. Tiene una longitud de 7,4 kilómetros por lo que es de los días más relajados. Acumula un desnivel positivo de 695 metros y un desnivel negativo de 679 metros.



Figura A.13. 7ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

ETAPA 8 ``BRAÑILLÍN – LA BALLEOTA``

En la octava etapa, al igual que en la tercera, solo existe un itinerario. Transcurre desde Brañillín hasta el Campamento La Bachota. Hace cumbre en varios puntos: Cuitu Negro, Las Rubias, Valdeobejas, Negrón y Bachota. Esta etapa se caracteriza por sus grandes desniveles. Tiene una duración de seis horas con una longitud de trece kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 1097 metros y un desnivel negativo de 872 metros.



Figura A.14. 8ª etapa (único itinerario)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

ETAPA 9 ``LA BALLEOTA – EL MEICÍN``

La novena etapa vuelve a tener dos itinerarios. Transcurre desde el campamento de La Bachota a El Meicín. El itinerario difícil realiza solamente una cumbre en esta ocasión. Tiene una duración de siete horas con una longitud de 14,6 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 995 metros y un desnivel negativo de 1100 metros.

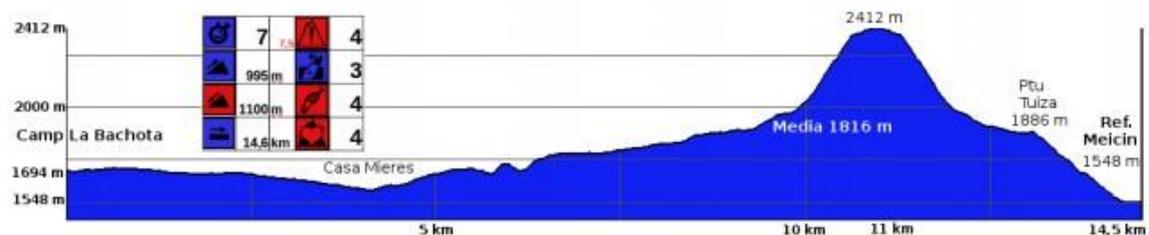


Figura A.15. 9ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: *Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)*

El itinerario sencillo realiza cumbre solamente en un punto también, en Tuiza. Tiene una duración de 4 horas y una longitud de 10,3 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 424 metros y un desnivel negativo de 574 metros.



Figura A.16. 9ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

ETAPA 10 ``ACONDICIONAMIENTO EL MEICÍN``

Día de descanso en El Meicín. Es necesario un día de acondicionamiento para lo que acontece al día siguiente.

ETAPA 11 ``EL MEICÍN – VENTANA``

La onceava etapa es la única que cuenta con tres itinerarios. Transcurre desde El Meicín hasta el conocido Puertu Ventana. El itinerario más complicado o extremo, hace cumbre en: Pachon, Ranchón, Diablu Sur, Diablu Norte y Rebollosas. Tiene una longitud de trece kilómetros y una duración la cual no se puede estimar con exactitud. Acumula un desnivel positivo de 1497 metros y un desnivel negativo de 1462 metros.

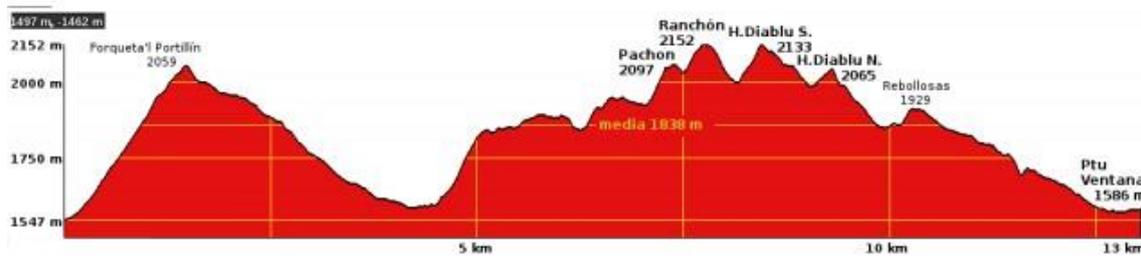


Figura A.17. 11ª etapa (itinerario extremo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario difícil hace cumbre en Cerreos y La Pequeña. Tiene una duración de seis horas con una longitud de 10,4 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 985 metros y un desnivel negativo de 1292 metros.



Figura A.18. 11ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario sencillo hace cumbre solamente en dos pequeños valles: Tuiza y La Carba. Tiene una duración de cuatro horas y una longitud de 7,19 kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 489 metros y un desnivel negativo de 799 metros.



Figura A.19. 11ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

ETAPA 12 ``LA FARRAPONA – VALLE DE LAGO``

La doceava etapa y última, transcurre desde La Farrapona hasta el Valle de Lago. Esta última etapa vuelve a tener la opción como la mayoría de las anteriores de realizar dos itinerarios. El itinerario difícil hace una pequeña cumbre en Cerveriz y en La Chavana. Tiene una duración de ocho horas con una longitud de catorce kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 1268 metros y un desnivel negativo de 1550 metros.

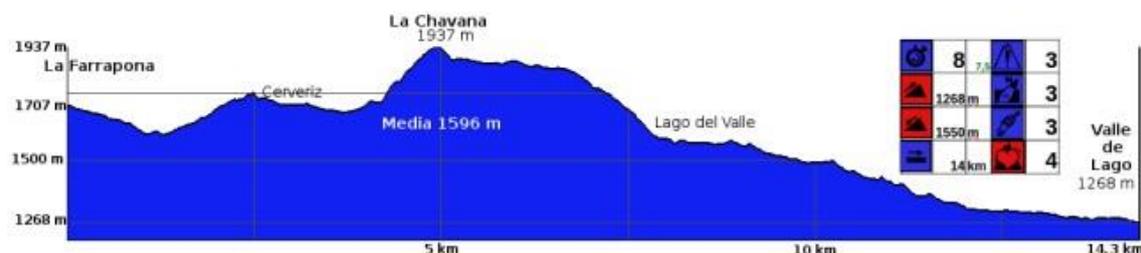


Figura A.20. 12ª etapa (itinerario difícil)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)

El itinerario sencillo hace también dos pequeñas cumbres en Cerveriz y en el Cochau Les Bruxes. Tiene una duración de seis horas con una longitud de catorce kilómetros. Acumula un desnivel positivo de 490 metros y un desnivel negativo de 928 metros.



Figura A.21. 12ª etapa (itinerario sencillo)

Fuente: Agrupación Montañera Astur Torrecerredo (2021)