



Impacto socioeconómico de los deportes de naturaleza en espacios naturales protegidos según el sexo de los participantes: senderismo en el Valle del Jerte (España)

Socio-economic impact of nature sports in protected natural areas according to the sex of the participants: hiking in the Jerte Valley (Spain)

Rojo-Ramos, J^{1ABCEF}; Guevara-Pérez, JC^{2D}; García-Guillén, MJ^{3ABCEF} ; Galán-Arroyo C^{4D}.

¹ Grupo de Investigación para la Promoción de una Sociedad Saludable (PHeSO), Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad de Extremadura, 10003 Cáceres, España, jorgerr@unex.es

² Departamento de Contabilidad y Finanzas, Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza, España, jguevara@unizar.es

³ Grupo de Investigación para la Promoción de una Sociedad Saludable (PHeSO), Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad de Extremadura, 10003 Cáceres, España mjgg240300@gmail.com

⁴ Grupo de Investigación para Physical and Health Literacy and Health-Related Quality of Life (PHYQoL), Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad de Extremadura, 10003 Cáceres, España, mamengalana@unex.es

Responsabilidades. (A. Diseño de la Investigación; B Recolector de datos; C Redactor del trabajo; D Tratamiento estadístico; E Apoyo económico; F Idea original y coordinador de toda la investigación)

Recibido el 5 de mayo de 2025

Aceptado el 19 de noviembre de 2025

DOI: 10.24310/riccafd.14.2.2025.21370

Correspondencia: María José García Guillén. mjgg240300@gmail.com

RESUMEN

El senderismo constituye una de las actividades de naturaleza más accesibles y con mayor potencial para generar beneficios sociales, económicos y ambientales en los territorios rurales. Objetivo: Analizar el impacto socioeconómico percibido del senderismo en el Parque Natural de la Garganta de los Infiernos (Valle del Jerte, España) y examinar las diferencias en función del sexo de los participantes. Métodos: Se encuestó a 1.137 senderistas mediante un cuestionario sociodemográfico y tres escalas de valoración:

estimación del gasto, percepción del impacto de la actividad y satisfacción global. Resultados: Los senderistas mostraron un impacto económico positivo asociado a la actividad, especialmente en alojamiento, restauración y transporte. Se observaron diferencias por sexo en algunas categorías de gasto (bares/restaurantes y museos/visitas) y en la percepción del impacto, destacando las mujeres una mayor alteración del ritmo habitual y una distribución desigual de los beneficios económicos. La satisfacción general fue muy elevada en ambos sexos, con alta predisposición a repetir la visita. Conclusiones: El senderismo contribuye al desarrollo turístico y a la dinamización económica del Valle del Jerte, aunque genera desafíos relacionados con la seguridad y el tráfico, además de una percepción de desigual distribución de beneficios. Los resultados subrayan la necesidad de implementar estrategias de gestión sostenible que optimicen estos impactos y garanticen la conservación del espacio natural.

PALABRAS CLAVE: economía, senderismo, sostenibilidad, actividades al aire libre, recursos naturales.

ABSTRACT

Hiking is one of the most accessible nature activities with the greatest potential to generate social, economic, and environmental benefits in rural areas. Objective: To analyze the perceived socioeconomic impact of hiking in the Garganta de los Infiernos Natural Park (Jerte Valley, Spain) and examine differences based on the sex of participants. Methods: 1,137 hikers were surveyed using a sociodemographic questionnaire and three rating scales: estimated expenditure, perceived impact of the activity, and overall satisfaction. Results: Hikers reported a positive economic impact associated with the activity, especially in terms of accommodation, food, and transportation. Differences by sex were observed in some expenditure categories (bars/restaurants and museums/visits) and in the perception of impact, with women reporting a greater disruption to their usual routine and an unequal distribution of economic benefits. Overall satisfaction was very high for both genders, with a high willingness to repeat the visit. Conclusions: Hiking contributes to tourism development and economic revitalization in the Jerte Valley, although it generates challenges related to safety and traffic, as well as a perception of unequal distribution of benefits. The results underscore the need to implement sustainable management strategies that optimize these impacts and ensure the conservation of the natural environment.

KEY WORDS: economy, trekking, sustainability, outdoor activities, natural resources.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, con la pandemia del Covid-19 como catalizador, problemas de salud mental como la ansiedad, la depresión y el estrés han aumentado notablemente en la población (1). En este marco, diversos estudios han analizado la influencia del entorno natural en la salud mental, observando

efectos positivos como la reducción de los niveles de estrés (2), la disminución de la depresión y el aumento del bienestar general (3) entre otros. En este contexto, (4) indicaron en su estudio los beneficios para la salud mental y física de pasar tiempo en la naturaleza aumentando las visitas a espacios verdes tanto en Suecia (5–7) como en Noruega (4).

El senderismo es actualmente una de las actividades de turismo activo más desarrolladas en España, con una consolidación significativa en regiones como Aragón, Cataluña, Castilla y León, Galicia y Andalucía. Estudios previos han mostrado que esta práctica constituye un recurso estratégico para el desarrollo rural, aumentando la afluencia turística y generando nuevas oportunidades económicas (8–10). A modo de ejemplo, el Gobierno de Aragón estimó que el senderismo produce un impacto económico anual de 158 millones de euros (11), lo que evidencia su importancia dentro del turismo de naturaleza en España.

Las conclusiones obtenidas por Rivera Mateos (8) en un estudio que realizó en 2016 analizando la oferta de actividades de naturaleza en España mostraron que las actividades terrestres y acuáticas predominan sobre las aéreas y de nieve, las actividades más ofertadas por las empresas son el senderismo, cicloturismo/BTT, turismo ecuestre, rutas 4x4, escalada, orientación, rafting, piragüismo/canoa, descenso de barrancos y cañones, buceo y submarinismo, vela, surf/windsurf, multiaventura y aulas de naturaleza/granja (8).

En este contexto, es importante considerar el impacto, tanto positivo como negativo, que estas actividades tienen sobre el medio ambiente y sobre los habitantes de las zonas turísticas. Respecto al primer tipo, el Gobierno de Aragón presentó un informe en 2016 en el que especificaba el impacto económico en su región, donde el senderismo generaba 158 millones de euros anuales (11). Por otro lado, si no se realiza una gestión adecuada, desarrollando criterios de sostenibilidad, por ejemplo, este tipo de actividad puede derivar en conflictos, siendo algunos de los problemas a los que nos podemos enfrentar los conflictos con los habitantes de la zona turística por alterar e impedir el normal desarrollo de su vida cotidiana, el encarecimiento de la vida en las zonas y la diversificación de actividades económicas, entre otros (12).

El impacto económico del senderismo incluye el gasto directo realizado por los visitantes en alojamiento, restauración, transporte, actividades y consumo complementario, así como los efectos indirectos e inducidos generados en el tejido económico local. Diversas investigaciones han demostrado que este tipo de turismo contribuye a la dinamización económica, la creación de empleo y la diversificación productiva de los territorios rurales, siempre que exista un marco de gestión sostenible (12).

El senderismo es una de las actividades al aire libre más accesibles económicamente, definida como «el acto de caminar una distancia considerable al aire libre» (8). Aunque esta actividad no requiere una inversión significativa en términos de equipamiento (3), los excursionistas tienden a gastar dinero en

transporte y alojamiento (13), favoreciendo la economía de la zona. El área objetivo del estudio, la Garganta de los Infiernos, es un espacio natural protegido situado en el Valle del Jerte en Cáceres (Extremadura) (14).

La literatura científica indica que la práctica del senderismo presenta diferencias significativas según el sexo. Estudios previos han evidenciado variaciones entre hombres y mujeres en la percepción de seguridad, patrones de gasto, preferencias de alojamiento, motivaciones y valoración ambiental (15–17). Además, se ha observado que las mujeres tienden a puntuar más alto la satisfacción general y la importancia de la conservación del entorno natural, aspecto que justifica incluir la variable sexo en el análisis del presente estudio.

En la literatura revisada no se han encontrado artículos que analicen el impacto socioeconómico del senderismo en el Valle del Jerte (Extremadura), aunque sí se han realizado estudios sobre el impacto de eventos deportivos en esta localidad (18). Por otro lado, existen estudios que analizan el impacto socioeconómico del turismo en otras regiones, como en los espacios naturales de Sobrarbe (19) o en Bergadá (9).

En resumen, el objetivo principal de este estudio es conocer el impacto socioeconómico percibido del senderismo en un Parque Natural, concretamente en el Valle del Jerte (Cáceres, España).

MATERIAL Y METODOS

Participantes

El estudio se realizó con una muestra de 1.137 excursionistas, con una edad media de 34,63 años («8,25»), de los que 599 eran mujeres (52,7%) y 538 hombres (47,3%). Los participantes practicaron senderismo en la Garganta de los Infiernos, un Parque Natural situado en el Valle del Jerte (Cáceres, España).

En cuanto a la participación de los sujetos, se incluyeron tres criterios de inclusión 1) viajar al Parque Natural Garganta de los Infiernos situado en el Valle del Jerte (Cáceres, España) para practicar senderismo; 2) ser mayor de 18 años; y 3) firmar el consentimiento informado. Por otro lado y siguiendo las recomendaciones de Salkind et al. (20), se utilizó el método de muestreo no probabilístico por conveniencia para seleccionar la muestra del estudio.

Procedimiento

Para acceder a la muestra, miembros del equipo de investigación estuvieron presentes todos los sábados y domingos de mayo, junio y julio de 2023 en el inicio de la ruta de senderismo del Parque Natural de la Garganta de los Infiernos. Todos los senderistas mayores de edad fueron invitados a participar en el estudio. Para ello, se les informó de la finalidad del estudio, se les facilitó una copia del consentimiento informado y una copia en papel del cuestionario. Se estableció que por cada grupo de excursionistas que se reuniera, sólo uno de ellos debía rellenar el formulario, para evitar duplicidades

en determinadas preguntas como los gastos de transporte (si éste era compartido, alojamiento, etc.).

Como agradecimiento, se entregó a todos los miembros del grupo participante en el estudio una botella metálica reutilizable donada por el Grupo de Desarrollo Rural SOPRODEVAJE. El tiempo medio para rellenar el formulario fue de 12 minutos. Todos los datos se recogieron y procesaron de forma anónima.

La Comisión de Bioética y Bioseguridad de la Universidad de Extremadura aprobó el proyecto de este estudio titulado «Actividades físico-deportivas en la naturaleza: Perfil del deportista, retorno económico e implicaciones para la sostenibilidad» el 19 de diciembre de 2022 con número de aprobación (214/2022), de acuerdo con las actualizaciones de la Declaración de Helsinki, modificada por la 64ª Asamblea General de la Organización Mundial de la Salud (Médica Mundial, 2013) y de la Ley 14/2007.

Instrumentos

Para llevar a cabo este estudio sobre el impacto del senderismo en el Valle del Jerte y la satisfacción de los visitantes, se han utilizado varios instrumentos de recogida de datos que se detallan a continuación.

Cuestionario Sociodemográfico: Este cuestionario se diseñó para recoger información básica sobre los participantes, incluyendo sexo, nacionalidad, comunidad autónoma de origen, estado civil y situación laboral. Además, se recogieron datos sobre el nivel de estudios y el tipo de hogar de los participantes. Este instrumento permitió caracterizar la muestra en términos demográficos y socioeconómicos, facilitando la comprensión del perfil de los visitantes del Valle del Jerte. Los datos recogidos a través de este cuestionario se presentan en las Tablas 1 y 2, proporcionando una visión detallada de la composición de la muestra (16).

Escala de estimación del gasto: Esta escala, diseñada en formato Likert, se utilizó para evaluar el gasto de los visitantes en diferentes categorías durante su estancia en el Valle del Jerte. Se preguntó a los participantes sobre su gasto previsto y real en alojamiento, transporte, actividades, comidas y otros gastos adicionales como prensa, bares y restaurantes, souvenirs, museos/visitas, material deportivo, entre otros (16).

Escala de valoración del impacto de la actividad: Esta escala, también en formato Likert, se utilizó para evaluar la percepción de los participantes sobre el impacto del senderismo en el Valle del Jerte. Incluía ítems relacionados con el reconocimiento del destino, el orgullo local, los problemas de tráfico, la interrupción de actividades, el empleo, la distribución de los beneficios económicos y la necesidad de gasto público. Las respuestas oscilaron entre 1 («Totalmente en desacuerdo») y 5 («Totalmente de acuerdo») (16).

Escala de percepción de la satisfacción: Esta escala medía la satisfacción global de los visitantes con su experiencia en el Valle del Jerte, concretamente en el Parque Natural de la Garganta de los Infernos. Se preguntó a los participantes sobre su intención de volver y su nivel general de satisfacción, utilizando una escala Likert de 1 a 10, donde 1 representaba la satisfacción más baja y 10 la más alta. Además, se evaluó la percepción del estado de conservación de la reserva (16).

Análisis estadístico

Para examinar la información obtenida mediante los cuestionarios y las escalas se utilizó el programa Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versión 23.0 para MAC. No se cumplió el supuesto de normalidad, analizado a través de la distribución de los datos con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, por lo que se procedió a utilizar pruebas estadísticas no paramétricas. Por otro lado, y con el fin de analizar las diferencias entre las variables en función del sexo de los participantes en el cuestionario sociodemográfico y uno de los ítems de la escala de percepción de satisfacción, concretamente el ítem «Volvería al Valle del Jerte a realizar la misma u otras actividades deportivas en la naturaleza», se utilizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson. Sin embargo, para analizar las diferencias en función de la variable «sexo» entre los ítems de las distintas escalas utilizadas en el estudio (Estimación del Gasto, Escala de Valoración del Impacto de la Actividad y Escala de Percepción de la Satisfacción), se utilizó la prueba U de Mann-Whitney. Por otra parte, se utilizaron la media (M) y la desviación estándar (DE) para mostrar las variables continuas, mientras que los números y los porcentajes (%) se emplearon para las variables categóricas. Por último, el nivel de significación se fijó en $p < 0,05$.

RESULTADOS

Para llevar a cabo este estudio se analizaron los datos recogidos de 1.137 sujetos, donde 538 eran hombres (47,3%) y 599 mujeres (52,7%), formando así una muestra igualitaria respecto al sexo. En cuanto a la nacionalidad, el 98,5% de los participantes eran españoles, siendo el 1,5% restante extranjeros, con significación estadística ($p = 0,015$). Además, en el grupo de sujetos españoles, la mayoría eran mujeres. En cuanto a la comunidad autónoma (CCAA), los datos muestran que el 85,4% de los participantes pertenecían a Extremadura, mientras que el resto (14,6%) pertenecían a otra CCAA de España o eran extranjeros. En cuanto al estado civil de los participantes, más de la mitad de ellos afirmaron ser solteros (52,9%), mientras que el 43% estaban casados. El resto de los sujetos estaban separados (2%), divorciados (1,9%) o viudos (0,2%). En cuanto a la situación laboral, la mayoría indicó que tenía un contrato de trabajo indefinido (42,5%). En relación con esta variable, se observa significación estadística en la categoría «empresario, profesional o autónomo que emplea a otras personas», donde el 16,4% de las respuestas corresponden a hombres y el 6% a mujeres. En cuanto a la variable «Nivel de estudios», también existe una diferencia significativa ($p = 0,001$) en la categoría con más participantes, que es la de estudios universitarios (70,4%), esta vez a favor del sexo femenino (74,6%). Por otro lado, en la variable «Tipo de hogar», la categoría con mayor número de

participantes fue «pareja sin hijos que conviven en una casa» (31,7%), seguida de «pareja con hijos que conviven en una casa» (31%). En el caso de la variable «edad» podemos observar que la edad media de los sujetos que participaron en el estudio fue de 34,63 años, sin encontrar diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos ($p = 0,589$). Por último, encontramos significación estadística ($p = 0,005$) en la variable «Índice de Masa Corporal» (IMC), siendo mayor en el sexo femenino (27,03%) frente al masculino (26,71%). Todos estos datos sociodemográficos se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Caracterización de la muestra (N = 1137).

Variable	Categorías	N	%	
Sexo	Masculino	538	47.3	
	Femenino	599	52.7	
Frecuencias				
Variable	Total	Hombres	Mujeres	
Nacionalidad	N (%)	N (%)	N (%)	p
Español/a	1120 (98.5)	525 (97.6)	595 (99.3)	0.015*
Extranjero/a	17 (1.5)	13 (2.4)	4 (0.7)	
Comunidad Autónoma	N (%)	N (%)	N (%)	p*
Extremadura	971 (85.4)	452 (84)	519 (86.6)	0.210
Otra Comunidad Autónoma o extranjero	166 (14.6)	86 (16)	80 (13.4)	
Estado Civil	N (%)	N (%)	N (%)	p
Soltero/a	601 (52.9)	280 (52)	321 (53.6)	0.100
Casado/a	489 (43)	236 (43.9)	253 (42.2)	
Viudo/a	2 (0.2)	2 (0.4)	-	
Separado/a	23 (2)	14 (2.6)	9 (1.5)	
Divorciado/a	22 (1.9)	6 (1.1)	16 (2.7)	
Situación profesional	N (%)	N (%)	N (%)	p
Empresario/a, profesional o autónomo/a que emplea a otros/as	124 (10.9)	88 (16.4)	36 (6)	<0.001
Empresario/a, profesional o autónomo/a que no emplea a otros/as	82 (7.2)	50 (9.3)	32 (5.3)	
Empleado/a con contrato indefinido	483 (42.5)	231 (42.9)	252 (42.1)	

Variable	Categorías		N	%
Empleado/a con contrato temporal	240 (21.1)	101 (18.8)	139 (23.2)	
Desempleado	208 (18.3)	68 (12.6)	140 (23.4)	
Nivel de estudios	N (%)	N (%)	N (%)	p
Educación primaria o inferior	-	-	-	0.001
Educación Secundaria	121 (10.6)	73 (13.6)	48 (8)	
Bachillerato	216 (19)	112 (20.8)	104 (17.4)	
Estudios universitarios	800 (70.4)	353 (65.6)	447 (74.6)	
Tipo de hogar	N (%)	N (%)	N (%)	p
Hogar monoparental con un hijo	44 (3.9)	27 (5)	17 (2.8)	0.167
Hogar monoparental con más de un hijo	70 (6.2)	38 (7.1)	32 (5.3)	
Pareja sin hijos que convive en el hogar	360 (31.7)	162 (30.1)	198 (33.1)	
Pareja con hijos que vive en casa	352 (31)	164 (30.5)	188 (31.4)	
Viven solos sin hijos	167 (14.7)	85 (15.8)	82 (13.7)	
Vivir con un familiar	142 (12.5)	62 (11.5)	80 (13.4)	
Compartir piso	2 (0.2)		2 (0.3)	
Variable	M (SD)	M (SD)	M (SD)	p
Edad	34.63 (8.25)	34.62 (8.39)	34.63 (8.14)	0.589
IMC	26.88 (3.52)	26.71 (3.56)	27.03 (3.49)	0.005*

Chi-cuadrado y prueba U de Mann-Whitney p-values *p es significativo <0,05. M = valor medio; SD = desviación típica; N = número; % = porcentaje.

La Tabla 2 muestra más datos sobre el perfil de los sujetos de estudio que practican senderismo en la Garganta de los Infiernos, situada en el Valle del Jerte (Extremadura), agrupados en seis variables. En la primera, relacionada con el tipo de alojamiento preferido por los participantes, se observa una significación estadística ($p = 0,001$) en la categoría más votada «sin pernoctación», elegida por el 31,6% de las mujeres y el 28,6% de los hombres. Respecto a las otras opciones, las dos más votadas fueron alojarse en casas rurales (24,2%), más popular entre las mujeres (27,7%) que entre los hombres (20,3%) y alojarse en hoteles o apartahoteles (17,8%). En la segunda variable, no se han encontrado diferencias significativas ($p = 0,659$), en función del sexo, en ninguna de las opciones, siendo la más votada, con un 68,7%, la compañía de familiares en este tipo de rutas. Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas ($p = 0,706$) en la tercera variable, donde el 63,9% de los participantes indicaron que

realizaban el viaje al Valle del Jerte en coche, independientemente de si era alquilado o propio. En cuanto a la cuarta variable relacionada con la planificación del viaje motivada por un anuncio, el 55,1% de los participantes seleccionó la opción negativa. Sin embargo, el 32,7% admitió haberse dejado influir por amigos o familiares. Por otra parte, muchos sujetos (84,6%) indicaron que realizarían esta actividad sin la compañía de mascotas. No se encontraron diferencias significativas ($p = 0,659$) en el grupo que sí llevó consigo a su mascota (15,4%), aunque se observa una sutil tendencia a favor del sexo masculino (16,9%). En cuanto a la quinta variable, los participantes declararon ir de excursión con una media de 3,03 personas, sin contarse a sí mismos, con significación estadística ($p < 0,001$) a favor de los hombres (3,18%) frente a las mujeres (2,90). Por último, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p = 0,576$) en cuanto al número de noches que pensaban pasar en el Valle del Jerte (Extremadura), siendo la media de 2,34.

Tabla 2. Perfil del excursionista en la reserva natural de la garganta de los infiernos.

Variable	Frecuencias			p
	Total	Hombres	Mujeres	
Tipo de alojamiento elegido durante el viaje	N (%)	N (%)	N (%)	
No pernoctar	343 (30.2)	154 (28.6)	189 (31.6)	0.001
Hotel o apartahotel	202 (17.8)	109 (20.3)	93 (15.5)	
Caravana o autocaravana aparcada en la vía pública	40 (3.5)	20 (3.7)	20 (3.3)	
Refugio	11 (1)	7 (1.3)	4 (0.7)	
Vivienda alquilada completa	21 (1.8)	10 (1.9)	11 (1.8)	
Habitación en casa particular	6 (0.5)	-	6 (1)	
Casa Rural	275 (24.2)	109 (20.3)	166 (27.7)	
Camping	200 (17.6)	114 (21.2)	86 (14.4)	
Casa Propia	8 (0.7)	3 (0.6)	5 (0.8)	
Casa familiar de un amigo/a o de la empresa	5 (0.4)	2 (0.4)	3 (0.5)	
Casas intercambiadas	3 (0.3)	3 (0.6)	-	
Otro alojamiento fuera del mercado	22 (1.9)	7 (1.3)	15 (2.5)	

Variable	Total	Hombres	Mujeres	
Trekking acompañado/a de	N (%)	N (%)	N (%)	p
Familia	781 (68.7)	373 (69.3)	408 (68.1)	0.659
Amigos	356 (31.3)	165 (30.7)	191 (31.9)	
He venido solo/a	-	-	-	
Transporte utilizado para viajar al Valle del Jerte	N (%)	N (%)	N (%)	p
Coche propio o alquilado	726 (63.9)	326 (60.6)	400 (66.8)	0.706
Coche compartido con conductor de pago	411 (36.1)	212 (39.4)	199 (33.2)	
Bus	-	-	-	
Tren	-	-	-	
Transporte terrestre no motorizado	-	-	-	
¿Has planeado tu viaje al Valle del Jerte para hacer barranquismo a raíz de algún anuncio?	N (%)	N (%)	N (%)	p
No	626 (55.1)	275 (51.1)	351 (58.6)	0.658
Prensa	2 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	
Radio	-	-	-	
Televisión	5 (0.4)	2 (0.4)	3 (0.5)	
Redes Sociales	71 (6.2)	34 (6.3)	37 (6.2)	
Amigos/familiares	372 (32.7)	193 (35.9)	179 (29.9)	
Otros	61 (5.4)	33 (6.1)	28 (4.7)	
¿Has venido con mascota?	N (%)	N (%)	N (%)	p
Sí	175 (15.4)	91 (16.9)	84 (14)	0.659
No	962 (84.6)	447 (83.1)	515 (86)	
Variable	M (SD)	M (SD)	M (SD)	p
¿Con cuántas personas vino a hacer senderismo (sin incluirse usted)?	3.03 (2.20)	3.18 (2.35)	2.90 (2.05)	<0.001
¿Cuántas noches vas a pasar en el Valle del Jerte?	2.34 (1.08)	2.36 (1.4)	2.32 (1.12)	0.576

Chi-cuadrado y prueba U de Mann-Whitney p-values *p es significativo <0,05. M = valor medio; SD = desviación típica; N = número; % = porcentaje.

La tabla 3 muestra los datos sobre el dinero gastado (estimado) durante la estancia de los participantes en el Valle del Jerte. Además, se ha realizado una comparación entre el gasto de ambos sexos, encontrando únicamente diferencias significativas en una de las partidas. En relación con el primer ítem, el gasto medio total estimado durante su estancia en el Valle del Jerte, no se encontraron diferencias significativas ($p = 0,581$), aunque sí ligeras diferencias entre hombres (327,45 euros) y mujeres (348,35 euros), siendo la estimación media de 338,46 euros. Por otra parte, no se encontraron diferencias significativas ($p = 0,249$) para el alojamiento, incluidos los acompañantes, donde el gasto medio fue de 138,33 euros, 136,65 euros para las mujeres y 140,21 euros para los hombres. Sin embargo, se encontraron diferencias significativas ($p < 0,001$) en el ítem relacionado con el dinero gastado en el viaje de ida y vuelta, a favor de los hombres (54,86 euros) frente a las mujeres (50,62 euros), siendo la media de 52,63 euros. Por el contrario, si nos fijamos en el cuarto ítem, tampoco observamos diferencias estadísticamente significativas ($p = 0,305$) en la cantidad de dinero gastada en actividades, siendo la media de 41,58 euros, 41,03 en las mujeres y 42,18 en los hombres. Por último, la media de dinero gastado en comidas (desayuno/comida/cena) fue de 100,45 euros, sin diferencias significativas ($p = 0,206$) entre mujeres (99,87 euros) y hombres (101,09 euros). En resumen, tanto las mujeres como los hombres muestran los mismos patrones de gasto, con ligeras variaciones, encontrándose diferencias estadísticamente significativas únicamente en el dinero gastado en transporte.

Tabla 3. Gastos estimados Tabla I.

Sexo				
Variable	Total	Mujeres	Hombres	
Escala de estimación del gasto 1	M (SD)	M (SD)	M (SD)	p
¿Cuánto espera gastar (en euros) en el Valle del Jerte durante su estancia?	338.46(317.9)	348.35(334.4)	327.45 (298.38)	0.581
¿Podría especificar cuánto ha gastado (en euros) aproximadamente en alojamiento incluyendo a sus acompañantes?	138.33(156.0)	136.65(164.67)	140.21 (146.06)	0.249
¿Cuánto gastó en euros en transporte (ida y vuelta)?	52.63 (65.19)	50.62 (69.22)	54.86 (60.37)	<0.001
¿Cuánto gastó en actividades en el Valle del Jerte?	41.58 (81.35)	41.03 (87.74)	42.18 (73.66)	0.305
¿Cuánto calcula que gastará (en euros) en desayuno/comida/cena durante su estancia?	100.45 (95.58)	99.87 (94.28)	101.09 (97.08)	0.260

Mann-Whitney U-test p-values. *p es significativo < 0.05. M = valor medio; SD = desviación estándar.

La Tabla 4 muestra los valores medios (M) y la desviación típica (SD) del dinero que los participantes declararon invertir en las distintas categorías establecidas, encontrándose diferencias significativas entre hombres y mujeres en varias de ellas. Por otro lado, los ítems fueron respondidos a través de una escala Likert de siete niveles, donde 1 representaba un rango de 0 a 14 euros, y 7 de 90 a 104 euros. En relación con la primera categoría, «prensa», no se encontraron diferencias significativas ($p = 0,778$) entre los resultados cuando se compararon según la variable «sexo», de modo que los resultados obtenidos por las mujeres (1,03) y los hombres (1,04) fueron muy similares. En cambio, se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,001$) en la segunda categoría, «bares y restaurantes», con puntuaciones más altas para los hombres (3,23) en comparación con las mujeres (2,57), y un gasto medio de 2,88. En la tercera categoría, «recuerdos y souvenirs», no se encontró significación estadística ($p = 0,171$) entre mujeres (1,17) y hombres (1,24), con un gasto medio de 1,20. En cambio, se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p > 0,001$) en la cuarta categoría, «museos y visitas», en la que el gasto medio fue de 1,17, con una puntuación más alta para los hombres (1,24) en comparación con las mujeres (1,10). En cuanto a la quinta categoría, «gastos en material deportivo», las puntuaciones obtenidas por los hombres (1,24) y las mujeres (1,18) fueron bastante similares, sin diferencias significativas ($p = 0,073$) y con una puntuación media de 1,21. Por último, la sexta categoría, «otros», obtuvo una puntuación media de gasto de 1,44, con diferencias significativas ($p = 0,047$) entre hombres (1,49) y mujeres (1,32). En conclusión, existen diferencias significativas en varias categorías en función de la variable «sexo», siendo los hombres los que tienden a gastar más en «bares y restaurantes», y «museos y visitas»

Tabla 4. Estimación de gastos II.

Variable	Sex			p^*
	Total	Mujeres	Hombres	
Baremo para la estimación del gasto II: ¿Podría especificar aproximadamente cuánto ha gastado en el Valle del Jerte en los siguientes conceptos?	M (SD)	M (SD)	M (SD)	
Prensa	1.03 (0.23)	1.03 (0.21)	1.04 (0.24)	0.778
Bares y restaurantes	2.88 (1.71)	2.57 (1.45)	3.23 (1.91)	<0.001
Recuerdos y souvenirs	1.20 (0.53)	1.17 (0.43)	1.24 (0.63)	0.171
Museos/visitas	1.17 (0.51)	1.10 (0.33)	1.24 (0.65)	<0.001
Equipamiento deportivo	1.21 (0.58)	1.18 (0.54)	1.24 (0.62)	0.073
Otros	1.44 (1.01)	1.32 (0.83)	1.49 (1.18)	0.047

Mann-Whitney U-test p-values. *p es significativo < 0.05. M = valor medio; SD = desviación típica. Cada puntuación obtenida se basa en una escala de Likert (1-7): 1 «0-14 euros», 2 «15-29 euros», 3 «30-44 euros», 4 «45-59 euros», 5 «60-74 euros», 6 «75-89 euros», 7 «90-104 euros».

La tabla 5 presenta el impacto percibido del senderismo en la comarca del Valle del Jerte, con los resultados desglosados por sexo. Los valores medios (M) y las desviaciones típicas (SD) se basan en una escala Likert de 1 a 5, donde 1 representa «Totalmente en desacuerdo» y 5 «Totalmente de acuerdo». Sobre la percepción de un mayor reconocimiento y promoción del destino, ambos sexos mostraron una opinión similar, con una media global de 3,86, siendo de 3,87 para las mujeres y de 3,85 para los hombres, sin diferencias significativas ($p = 0,641$). Respecto a si el senderismo representa un elemento de orgullo y satisfacción para el Valle del Jerte, la media fue de 3,68, siendo ligeramente superior para las mujeres (3,77) que para los hombres (3,58), aunque esta diferencia no fue significativa ($p = 0,113$). En cuanto a la generación de problemas de tráfico y seguridad, la percepción media fue baja (1,83), con valores similares entre mujeres (1,81) y hombres (1,86), sin diferencias significativas ($p = 0,657$). La percepción de que el senderismo perturba el ritmo habitual y otras actividades tuvo una media de 2,13, siendo ligeramente superior en mujeres (2,17) que en hombres (2,09), con una diferencia significativa ($p = 0,041$). La creencia de que el senderismo provoca un aumento del número de pernoctaciones tuvo una media de 3,31, con valores similares entre mujeres (3,32) y hombres (3,30), sin diferencia significativa ($p = 0,799$). La percepción de que el excursionismo aumenta el empleo tuvo una media de 3,60, siendo ligeramente superior en las mujeres (3,68) que en los hombres (3,52), aunque esta diferencia no fue significativa ($p = 0,175$). En cuanto a que las pérdidas económicas debidas a la inversión son mayores que los beneficios obtenidos, la media fue de 1,89, con valores similares entre mujeres (1,93) y hombres (1,85), sin diferencias significativas ($p = 0,102$). La percepción de que los beneficios económicos se concentran en unas pocas empresas y personas tuvo una media de 2,40, siendo ligeramente superior en mujeres (2,46) que en hombres (2,33), con una diferencia significativa ($p = 0,030$). Por último, la creencia de que el gasto público es necesario para el desarrollo de este tipo de deporte tuvo una media de 2,65, con valores similares entre mujeres (2,63) y hombres (2,68), sin diferencias significativas ($p = 0,682$). Estos resultados sugieren que, aunque existen algunas diferencias en la percepción del impacto de la marcha entre hombres y mujeres, muchas de ellas no son estadísticamente significativas. Sin embargo, se observan diferencias significativas en la percepción de que el senderismo altera el ritmo habitual y otras actividades, y en la creencia de que los beneficios económicos se concentran en unas pocas empresas e individuos, siendo estas percepciones más fuertes entre las mujeres.

Tabla 5. Percepción del impacto del senderismo en el Valle del Jerte.

Variable	Sexo			p
	Total	Mujeres	Hombres	
¿Qué impacto crees que tiene el trekking en la comarca del Valle del Jerte?	M (SD)	M (SD)	M (SD)	p^*
Aumenta el reconocimiento y la promoción del destino	3.86 (1.37)	3.87 (1.33)	3.85 (1.41)	0.641
Representa un elemento de orgullo y satisfacción para el Valle del Jerte	3.68 (1.60)	3.77 (1.54)	3.58 (1.66)	0.113
Genera un problema de tráfico y seguridad.	1.83 (1.01)	1.81 (0.97)	1.86 (1.04)	0.657
Altera el ritmo habitual y altera otras actividades.	2.13 (1.09)	2.17 (1.06)	2.09 (1.12)	0.041
Provoca un aumento del número de pernотaciones	3.31 (1.56)	3.32 (1.55)	3.30 (1.57)	0.799
Aumenta el empleo	3.60 (1.58)	3.68 (1.52)	3.52 (1.64)	0.175
Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios obtenidos	1.89 (1.03)	1.93 (1.04)	1.85 (1.02)	0.102
Los beneficios económicos se concentran en unas pocas empresas e individuos	2.40 (1.15)	2.46 (1.14)	2.33 (1.16)	0.030
El gasto público es necesario para el desarrollo de este tipo de deporte	2.65 (1.49)	2.63 (1.49)	2.68 (1.49)	0.682
Mann-Whitney U-test p-values . *p es significativo <0.05. M = valor medio; SD = desviación típica. Cada puntuación obtenida se basa en una escala Likert (1-5): 1 "Totalmente en desacuerdo", 2 "En desacuerdo", 3 "Indiferente", 4 "De acuerdo", 5 "Totalmente de acuerdo".				

Los hallazgos sobre la satisfacción con la visita a la Garganta de los Infiernos se muestran en la Tabla 6 a través de tres ítems, donde las respuestas se segmentan en función de la variable "sexo". En el primer ítem "¿Volverías al Valle del Jerte para realizar la misma u otras actividades deportivas en la naturaleza?" obtuvimos mayoritariamente respuestas positivas (97,3%) sin diferencias significativas ($p=0,904$) en función del sexo. En cuanto a la satisfacción global con la visita al Paraje Natural Garganta de los Infiernos se obtuvo una puntuación media de 9,85 sobre 10, encontrando significación estadística ($p=0,037$) a favor de las mujeres (9,88), que mostraron una mayor satisfacción que los hombres (9,81). Por último, en relación al tercer ítem, los participantes valoraron su grado de satisfacción con el estado de conservación de este espacio, considerando "el nivel de limpieza y basura, el estado de los senderos y la señalización, y la gestión de residuos y reciclaje", obteniendo una puntuación media de 0,96 en una escala de 1 a 2. En cuanto a la comparación de los hallazgos obtenidos en función de la variable "sexo", no se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p = 0,429$) entre hombres (0,97) y

mujeres (0,95). En resumen, el nivel de satisfacción con el Valle del Jerte es alto, especialmente entre las mujeres participantes en este estudio, y existe un claro interés por parte de los sujetos en volver a este espacio natural para disfrutar de otras actividades deportivas en la naturaleza.

Tabla 6. Satisfacción.

Variable	Sexo			<i>p</i> *
	Total	Mujeres	Hombres	
¿Volverías al Valle del Jerte para realizar la misma u otras actividades deportivas en la naturaleza?	N (%)	N (%)	N (%)	
Sí	1106 (97.3)	583 (97.3)	523 (97.2)	0.904
No	31 (2.7)	16 (2.7)	15 (2.8)	
Variable	M (SD)	M (SD)	M (SD)	<i>p</i> *
¿Cuál es su grado de satisfacción general con su visita al Parque Natural Garganta de los Infiernos?	9.85 (1.06)	9.88 (1.00)	9.81 (1.12)	0.037
Su impresión sobre el estado de conservación (Nivel de Limpieza y Basura, Estado de Senderos y Señalización, y Gestión de Residuos y Reciclaje) del Parque Natural Garganta de los Infiernos es	0.96 (0.53)	0.95 (0.52)	0.97 (0.54)	0.429

Chi-Square (item 1) y Mann-Whitney U test (item 2 y 3) p-values *p es significativo <0.05. M = valor medio; SD = desviación estándar; N = número; % = porcentaje.

DISCUSIÓN

El objetivo principal del estudio fue estudiar el impacto socioeconómico del senderismo en espacios naturales protegidos. En relación al tipo de transporte utilizado para llegar al espacio natural, la mayoría de los participantes prefirió viajar en vehículo privado, ya fuera propio o alquilado (63,9%), sin encontrar diferencias significativas en función de la variable “sexo”, coincidiendo con los hallazgos obtenidos en tres estudios, donde la mayor parte de la muestra eligió viajar en vehículo propio o alquilado como primera opción (15,21,22).

En cuanto a la edad de los sujetos que participaron en este estudio, no se encontraron diferencias significativas según sexo, estando ambos en torno a los 35 años. Estos hallazgos concuerdan con los obtenidos por Jorge Rojo (15) donde la diferencia de media de edad según sexo en la muestra no fue significativa; sin embargo, sí difiere en el rango de edad respecto a los resultados

de este estudio, siendo en el segundo caso 50,02 (“13,72”) años de media. Por otro lado, Beedie y Hudson (23) indicó en su estudio que el 77% de los turistas de senderismo tienen un rango de edad superior a los 30 años, coincidiendo con los hallazgos obtenidos. En cuanto a la nacionalidad de los participantes, la mayoría de ellos pertenecían al territorio español (98,5%), coincidiendo con lo observado por Jorge Rojo (15), en su estudio donde el 96,6% de los sujetos tenían nacionalidad española. Sin embargo, ambos artículos difieren en la composición de la muestra extranjera, siendo en el presente estudio mayoritaria y significativamente masculina. Por otro lado, si analizamos el alojamiento, los hallazgos indican que en primera instancia los participantes prefieren no pernoctar (30,2%), siendo seleccionado mayoritariamente por mujeres (31%), siendo esta diferencia estadísticamente significativa frente a los participantes masculinos (28,6%). Por otro lado, entre los que deciden pernoctar, las opciones más votadas son “casas rurales” (24,2%), seguida de “hoteles o apartahoteles” (17,8%) y “hoteles o apartahoteles” (17,8%).

Esto difiere ligeramente de los hallazgos obtenidos por Acebes y colaboradores (24), donde la opción más votada fueron los hoteles, al igual que ocurrió en el estudio realizado por Rojo-Ramos et al (15). Por otro lado, en un estudio realizado con 64.221 personas con el objetivo de analizar el perfil sociodemográfico de los turistas de senderismo, observaron que la mayoría de los participantes preferían alojarse en casa de amigos, familiares o empresa (34,5%), seguido de hoteles o apartahoteles (12,2%) (15). Sin embargo, Moral-Cuadra et al. (10) indicaron que los alojamientos más demandados son las casas rurales y los hoteles, coincidiendo con los hallazgos obtenidos en el presente estudio. En relación al tipo de transporte utilizado para llegar al espacio natural, la mayoría de los participantes prefiere viajar en vehículo privado, ya sea propio o alquilado (63,9%), sin encontrar diferencias significativas en función de la variable “sexo”, coincidiendo con los hallazgos obtenidos en tres estudios, donde la mayor parte de la muestra eligió viajar en vehículo propio o alquilado como primera opción (15,21,22). Por otro lado, existen pequeñas variaciones en los patrones de gasto en función del sexo. Mientras que los hombres gastan la misma cantidad en todos los ítems evaluados (sin diferencias significativas), los hombres gastan más dinero que las mujeres en transporte. Estos hallazgos no son consistentes con los obtenidos por Fredman (17), quien observa una clara diferencia de gasto entre hombres y mujeres, siendo los primeros los que invierten más. Atendiendo al contexto de dinero gastado, la muestra masculina gasta significativamente más que la femenina en “bares y restaurantes” y “museos/visitas”, siendo el gasto medio de los hombres de 3,23 y 1,24 respectivamente, coincidiendo con los hallazgos de otro estudio realizado con 511 turistas en el Valle del Jerte donde el gasto medio de la muestra masculina en ambos ítems fue de 3,49 en bares/restaurantes y de 1,23 en museos/visitas (16). Respecto al impacto que genera esta actividad en el Valle del Jerte, tanto los participantes masculinos como femeninos indicaron que esta actividad supone un elemento de orgullo de la zona, encontrando diferencias significativas y negativas únicamente en la alteración del ritmo habitual y en los beneficios económicos. Estos hallazgos están en la línea de los encontrados por Jorge-Rojo (16) en su estudio. Por último, la satisfacción global con la visita al Valle del Jerte fue principalmente positiva, encontrando diferencias significativas a favor

de los sujetos femeninos, obteniendo una puntuación media de 9,85 sobre 10, de forma que prácticamente la totalidad de la muestra volvería a realizar la misma u otras actividades, no existiendo diferencias significativas entre hombres y mujeres. Estos hallazgos son consistentes con los obtenidos en otro estudio donde el 94,4% de las participantes femeninas y el 95,6% de los hombres volverían al Valle del Jerte a realizar actividades (16).

Implicaciones teóricas y prácticas

Los resultados de esta investigación son de suma importancia para los diferentes agentes relacionados con el turismo en el Valle del Jerte, como son los gestores de los destinos turísticos, los responsables de la planificación turística y la conservación del espacio natural. Del mismo modo, es fundamental conocer y comprender las preferencias de alojamiento de los turistas para satisfacer sus necesidades, así como analizar y comprender el comportamiento económico de los turistas, con el objetivo de mejorar la oferta de servicios e infraestructuras. Por otro lado, también se deben realizar esfuerzos para lograr una distribución más equitativa de los beneficios económicos generados por el turismo abordando las cuestiones relacionadas con el tráfico y la seguridad vial. Por último, es importante destacar el papel clave que juega el estado del espacio natural en el nivel de satisfacción de los turistas, por lo que los esfuerzos deben centrarse en la conservación y gestión del Valle del Jerte, garantizando su conservación en buen estado.

Limitaciones y futuras líneas de actuación

Entre las principales limitaciones del presente estudio se encuentra la homogeneidad de la muestra, ya que la mayoría de los participantes eran de nacionalidad española y pertenecían, en su mayoría, a la Comunidad Autónoma de Extremadura, lo que dificulta la generalización de los resultados obtenidos. Además, la demografía real de los turistas que visitan el Valle del Jerte puede no reflejarse con exactitud debido a la equidad de género de la muestra. Por otro lado, el diseño del estudio es transversal, de modo que la información recogida se refiere a un momento temporal concreto, lo que dificulta establecer relaciones causales y tendencias en el comportamiento y las percepciones de los sujetos a lo largo del tiempo. En cuanto a la recogida de información, se ha utilizado un método de autoinforme, de modo que las respuestas pueden verse influidas negativamente por la memoria de los participantes o por factores sociales. Por último, se podrían abordar con mayor profundidad y alcance los aspectos económicos y medioambientales. Por ejemplo, no se examinó el impacto medioambiental del senderismo, como la erosión del suelo o el grado de perturbación a la fauna.

CONCLUSIONES

Los principales hallazgos de este estudio se pueden resumir en cinco aspectos. En primer lugar, la mayoría de los participantes eran de nacionalidad española, y la muestra estaba muy equilibrada en cuanto a sexo. Además, los hallazgos muestran que la mayoría de los sujetos preferían no pernoctar o, si lo hacían, hacerlo en hoteles, apartahoteles o casas rurales, siendo esta información relevante en la toma de decisiones respecto al desarrollo de

infraestructuras en la región y en el desarrollo de estrategias de marketing. En segundo lugar, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en el dinero gastado en transporte así como en algunas categorías de ocio, como bares y restaurantes y museos/visitas, donde los hombres estimaron un gasto mayor que las mujeres. Para el resto de ítems/categorías, no se encontraron diferencias significativas en los patrones de gasto según el sexo. En cuanto al tercer ítem, se encontraron aspectos tanto negativos como positivos relacionados con el impacto percibido del senderismo en el Valle del Jerte. Por un lado, los participantes indicaron que esta actividad influye positivamente en el atractivo del destino turístico y en el aumento de la demanda de empleo. Sin embargo, los beneficios económicos generados por el aumento de las visitas turísticas a la zona suelen recaer mayoritariamente en unas pocas personas, ya sean particulares o empresas, y el mayor número de personas que se desplazan al Valle del Jerte aumenta los problemas de tráfico y disminuye la seguridad. En cuarto lugar, cabe destacar que el grado de satisfacción con la visita al Parque Natural fue alto, sin diferencias significativas en función del sexo, aunque ligeramente superior entre las mujeres. Asimismo, se observó una alta predisposición a volver a este espacio natural en la mayoría de los sujetos. Por último, los participantes destacaron la importancia de preservar los espacios naturales, prestando atención a su conservación y a la gestión ambiental. No obstante, cabe destacar que los sujetos valoraron positivamente el estado de conservación del Valle del Jerte.

REFERENCIAS

1. Giuntella O, Hyde K, Saccardo S, Sadoff S. Lifestyle and mental health disruptions during COVID-19. *Proc Natl Acad Sci.* 2 de marzo de 2021;118(9):e2016632118.
2. Bratman GN, Hamilton JP, Daily GC. The impacts of nature experience on human cognitive function and mental health. *Ann N Y Acad Sci.* febrero de 2012;1249:118-36.
3. Mitten D, Overholt JR, Haynes FI, D'Amore CC, Ady JC. Hiking: A Low-Cost, Accessible Intervention to Promote Health Benefits. *Am J Lifestyle Med.* 2018;12(4):302-10.
4. Smith GSE, Moyle W, Burton NW. The Relationship between Social Support for Physical Activity and Physical Activity across Nine Years in Adults Aged 60–65 Years at Baseline. *Int J Environ Res Public Health.* 3 de marzo de 2023;20(5):4531.
5. Beery T, Olsson MR, Vitestam M. Covid-19 and outdoor recreation management: Increased participation, connection to nature, and a look to climate adaptation. *J Outdoor Recreat Tour.* diciembre de 2021;36:100457.
6. Hedenborg S, Fredman P, Hansen AS, Wolf-Watz D. Outdoorification of sports and recreation: a leisure transformation under the COVID-19 pandemic in Sweden. *Ann Leis Res.* enero de 2024;27(1):36-54.

7. Hansen AS, Beery T, Fredman P, Wolf-Watz D. Outdoor recreation in Sweden during and after the COVID-19 pandemic – management and policy implications. *J Environ Plan Manag*. 7 de junio de 2023;66(7):1472-93.
8. Rivera Mateos M. La Oferta Comercial De Turismo Activo De Naturaleza En España: Estructuración, Tendencias Recientes Y Contextualización Territorial (The Commercial Offer for Active Tourism Nature-Based in Spain: Structuring, Recent Trends and Territorial Context) [Internet]. Rochester, NY: Social Science Research Network; 2016 [citado 25 de febrero de 2025]. Disponible en: <https://papers.ssrn.com/abstract=2746074>
9. Maria Raya J, Martínez-García E, Celma D. Economic and social yield of investing in hiking tourism: the case of Berguedà, Spain. *J Travel Tour Mark*. 12 de febrero de 2018;35(2):148-61.
10. Moral Cuadra S, Cañero Morales PM, Orgaz Agüera F. El turismo de aventura: Concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía. En: *Turismo e innovación: VI Jornadas de Investigación en Turismo Sevilla*, 3 y 4 de julio de 2013, 2013, ISBN 978-84-95499-96-7, págs 327-343 [Internet]. Edición Digital @tres; 2013 [citado 25 de febrero de 2025]. p. 327-43. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4539480>
11. Hosteltur. Hosteltur: Toda la información de turismo. 2016 [citado 25 de febrero de 2025]. El senderismo genera 158 M € en Aragón. Disponible en: https://www.hosteltur.com/114629_senderismo-genera-158-m-aragon.html
12. Moscoso-Sánchez D. El papel del turismo deportivo de naturaleza en el desarrollo rural. *ROTUR Rev Ocio Tur*. 1 de julio de 2020;14(2):70-87.
13. Rodríguez Rodríguez M, Rodríguez Campo ML. El senderismo dentro del contexto experiencial del turismo actual: ¿ocio o negocio? *Decisión*. 2010;(11):21-42.
14. Blanco Salas J, Vázquez Pardo FM. *Impatiens balfourii* Hook (Balsaminaceae) actuando como especie invasora en la Reserva Natural de la Garganta de los Infernos (Extremadura). *Bouteloua*. 2014;(18):100-5.
15. Rojo-Ramos J, Martín-Carmona R, Galán-Arroyo C, Manzano-Redondo F, García-Gordillo MÁ, Adsuar JC. Trekking Tourism in Spain: Analysis of the Sociodemographic Profile of Trekking Tourists for the Design of Sustainable Tourism Services. *Sustainability*. enero de 2020;12(21):9113.
16. Rojo-Ramos J, Gómez-Paniagua S, Guevara-Pérez JC, García-Unanue J. Gender Differences in Adventure Tourists Who Practice Kayaking in Extremadura. *Int J Environ Res Public Health*. 22 de febrero de 2023;20(5):3889.
17. Fredman P. Determinants of Visitor Expenditures in Mountain Tourism. *Tour Econ*. 1 de junio de 2008;14(2):297-311.

18. Lumbreras JA, Vicente MM, Herrero DC, Prieto JP. Impacto socioeconómico del turismo activo de eventos deportivos: Un estudio exploratorio para el caso del Valle del Jerte. ROTUR Rev Ocio Tur. 1 de julio de 2020;14(2):88-104.
19. Del Valle J. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS Y DESARROLLO SOSTENIBLE: EL CASO DE LA COMARCA PIRENAICA DEL SOBRARBE. Rev Desarro Rural Coop Agrar. 2007;(10):175-94.
20. Salkind NJ, Escalona García RL, Valdés Salmerón V. Métodos de Investigación. 3a. ed. México, D.F: Pearson Educación; 1998. 380 p.
21. Rojo-Ramos J, Vidal-Espinoza R, Palacios-Cartagena RP, Galán-Arroyo C, Manzano-Redondo F, Gómez-Campos R, et al. Adventure Tourism in the Spanish Population: Sociodemographic Analysis to Improve Sustainability. Sustainability. enero de 2021;13(4):1706.
22. Talaya ÁE, Romero CL, Martínez MEA, Amo M del CA del. ¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo turistas vs. excursionistas. PASOS Rev Tur Patrim Cult. 16 de octubre de 2011;9(04):531-42.
23. Beedie P, Hudson S. Emergence of mountain-based adventure tourism. Ann Tour Res. 1 de julio de 2003;30(3):625-43.
24. Acebes ASM, Fernández FR. Estudio comparativo de empresas de turismo de aventura de la provincia de Valencia. GRAN TOUR Rev Investig Tur [Internet]. 25 de enero de 2015 [citado 25 de febrero de 2025];(3). Disponible en: <https://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/42>