



PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP) PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA

“PROMOCIÓN TURÍSTICA VÍA VERDE COMARCA DE BAZA”

MANCOMUNIDAD DE BAZA

LIDIA MATEOS VICO
ANABEL RODRÍGUEZ

JULIO, 20

Índice:

TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP) PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA	1
PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)	3
1-DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Y TERRITORIO.	3
1.1-Objetivos Globales del Proyecto de Intervención.	3
1.2-Rescate y tratamiento de información de partida.	4
1.3-Diagnóstico de situación.	6
Estado Actual de la Vía Verde:	7
Impactos Socioeconómicos:	7
Beneficios Ambientales:	9
Desafíos y Perspectivas Futuras:	9
1.4-Estudio de casos similares y buenas prácticas.	12
Vía Verde de la Sierra (Cádiz-Sevilla, España):	12
2. Vía Verde del Plazaola (Navarra-Guipúzcoa, España):	14
3. Great Allegheny Passage (Maryland-Pennsylvania, Estados Unidos):	15
4. Vía Verde del Aceite (Jaén-Córdoba, España)	17
2-Formulación del problema y primera evaluación de soluciones.	19
2.1Problemas identificados:	19
1. Inadecuada Infraestructura y Mantenimiento Insuficiente:	19
2. Baja visibilidad de la Vía Verde:	20
3. Escaso tejido empresarial relacionado:	20
4. Falta de Enfoque en Sostenibilidad y Gestión Ambiental:	21
3-PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.	22
3.1-Denominación	22
3.2-Objetivos Operativos	23
Objetivos principales:	23
Objetivos complementarios	24
3.4-Actores y sus roles en el proyecto.	25
Mancomunidad de Municipios de la Comarca de Baza	25
Diputación de Granada:	25
Ayuntamientos de la Comarca de Baza:	26
Centros educativos	27
Asociaciones de empresarios:	27
Público Objetivo:	28
Perfil del Usuario:	29
Perfil del Turista:	30
3.5-Actividades Generales y Tareas Específicas.	31

Acciones de Identidad y Comunicación:	31
Diseño del Logotipo:	31
Página web:	33
Bancos de datos / imágenes:	34
3.6-Recursos necesarios y posibles	35
¿Qué es "Amigos de la Vía Verde"?	35
¿Por qué creamos el Club "Amigos de la Vía Verde"?	36
¿Qué conseguimos con esta iniciativa?	37
Plan estratégico: Perfil del visitante	37
Normas y requisitos para ser parte de "Amigos de la Vía Verde"	38
Slogan:	39
3.7-Fases para su implementación.	39
Viabilidad Técnica	39
Coste del Personal Contratado	44
3.8-Hoja de ruta territorial propuesta para el desarrollo del proyecto.	44
Fase 1: Consolidación de la estructura digital y organizativa	45
Fase 2: Activación de la red de colaboradores	45
Fase 3: Dinamización turística y promoción	45
Fase 4: Evaluación y mejora	45
3.9-Análisis de factibilidad para su desarrollo, o en su caso estudio de viabilidad.	46
Viabilidad operativa:	46
Roles definidos:	46
Apoyo institucional previsto:	47
Viabilidad económica:	47
3.10-Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	47
Diagnóstico de partida: brechas y oportunidades:	48
Medidas integradas con enfoque de género:	48
Evaluación del impacto de género:	49
3.11-Diseños previos, infografías, mapas, soluciones marketing, etc	49
Identidad visual del proyecto:	49
Logo:	50
Slogan promocional: “Un camino que une, un comercio que cuida”, especialmente vinculado a la estrategia del Club de Amigos de la Vía Verde, reforzando la identidad participativa y local del proyecto.	50
Mapa:	51
Desarrollo web y estructura digital:	51
Material gráfico e infografías:	52
Banco de imágenes y reportaje gráfico:	52
4-Conclusiones	53

Revalorización estratégica de una infraestructura olvidada:	53
Impacto socioeconómico tangible en la comarca:	54
Coherencia con la Agenda Urbana y la Agenda 2030:	54
Comunicación, identidad visual y marketing digital como palancas de cambio:	55
Participación comunitaria como motor de apropiación territorial:	55
Desafíos estructurales aún por resolver:	56
Modelo exportable para otras zonas rurales:	56
Conclusión general:	56
Bibliografía.	57
Anexos.	61

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)

1-DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Y TERRITORIO.

1.1-Objetivos Globales del Proyecto de Intervención.

Este proyecto da continuidad a las iniciativas desarrolladas en ediciones anteriores del Programa PUENTES, con el objetivo de poner en marcha acciones ya propuestas y aprobadas. Asimismo, plantea una hoja de ruta clara para la gestión y promoción turística del territorio.

El ámbito de actuación se centra en un tramo de la Vía Verde del antiguo ferrocarril Guadix–Almendricos, concretamente el que atraviesa la Comarca de Baza. Este tramo se encuentra acondicionado para su uso y promoción, aunque aún existen puntos pendientes de mejora, como el puente de Hierro de Caniles o zonas con dificultades de accesibilidad para personas con discapacidad física. Es fundamental seguir avanzando en estos aspectos.

Hasta la fecha, este tramo de la Vía Verde no ha sido objeto de promoción turística. En proyectos anteriores se acordó denominarlo “Tramo Geoparque de Granada”, con la intención de aprovechar la estrategia de promoción ya existente por parte del Geoparque, impulsada por la Diputación de Granada y la Junta de Andalucía. Esta denominación permite alinear la iniciativa con los valores de sostenibilidad, respeto medioambiental y conservación del patrimonio geológico y cultural.

El análisis de otras Vías Verdes, tanto en España como en el extranjero, demuestra su gran potencial como motores de desarrollo turístico y económico. Por ello, contar con una estrategia bien definida es clave para garantizar el éxito de este proyecto en nuestra comarca.

Objetivos	
Generales	Específicos
-Promover turísticamente el tramo de la Vía Verde FC. Guadix – Almendricos en la Comarca de Baza, bajo la denominación “Vía Verde del Geoparque de Granada”. -Impulsar y fortalecer la economía urbana	-Estimular la productividad local, la generación de empleo y la diversificación económica del territorio. -Visibilizar el rico patrimonio geológico, arqueológico, cultural y etnográfico de la

<p>en la Comarca de Baza.</p>	<p>comarca.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fomentar la conservación del patrimonio natural y cultural existente. -Promover la participación activa de la comunidad local y atraer visitantes nacionales e internacionales. -Impulsar el cicloturismo como una alternativa sostenible y atractiva. -Dar a conocer la Comarca de Baza a través de redes sociales y otros canales, tanto digitales como físicos. -Establecer alianzas con empresas turísticas y entidades locales para fortalecer el desarrollo turístico y económico de la zona.
-------------------------------	--

1.2-Rescate y tratamiento de información de partida.

Un concepto sostenible y transformador:

Las Vías Verdes son antiguos trazados ferroviarios que han sido rehabilitados para convertirse en rutas seguras, accesibles y acondicionadas para actividades recreativas y turísticas. Estos itinerarios están destinados principalmente a senderistas, ciclistas y jinetes, y discurren por entornos naturales de gran valor, ofreciendo espacios ideales para el ocio, el deporte y la conexión con la naturaleza.

La creación de estas rutas no solo favorece la práctica de actividades al aire libre, sino que también permite conservar el patrimonio histórico y cultural ligado al pasado ferroviario, promoviendo al mismo tiempo un modelo de desarrollo respetuoso con el medio ambiente.

Contexto histórico y potencial en España:

En 1993, España contaba con más de 7.600 kilómetros de líneas férreas en desuso o cuya construcción quedó inconclusa. Estas infraestructuras, con un indudable valor histórico, estaban en riesgo de desaparición. Sin embargo, su transformación en Vías Verdes ha

demostrado un enorme potencial como recurso turístico y herramienta de desarrollo local sostenible.

El reaprovechamiento de estas vías supone una intervención mínima en el paisaje, ya que se reutilizan infraestructuras ya existentes, evitando nuevas construcciones que pudieran dañar el entorno. Este enfoque favorece la conservación de ecosistemas y permite ofrecer oportunidades para la educación ambiental y la concienciación sobre la importancia de preservar la biodiversidad y el medio natural.

El Programa Vías Verdes en España:

Desde los años 90, el Programa Vías Verdes —coordinado por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) — ha promovido la conversión de antiguas líneas ferroviarias en itinerarios cicloturistas y senderistas. Actualmente, existen más de 3.300 kilómetros de rutas acondicionadas, fruto de la colaboración entre administraciones públicas, entidades privadas, ONG y comunidades locales.

Este programa persigue objetivos múltiples: fomentar el turismo sostenible, promover hábitos de vida saludables, conservar el medio ambiente y dinamizar las economías locales. La FFE se encarga de la coordinación y promoción del programa a nivel estatal, garantizando que estas rutas se mantengan como espacios accesibles, inclusivos y atractivos para toda la ciudadanía.

La Vía Verde Guadix–Baza–Almendricos: un caso representativo:

En este contexto se enmarca la Vía Verde Guadix–Baza–Almendricos, una antigua línea ferroviaria que conectaba Andalucía oriental con la Región de Murcia. Esta línea jugó un papel clave en el transporte y la conexión territorial durante gran parte del siglo XX.

Hoy, su reconversión como Vía Verde abre nuevas posibilidades para el turismo, el deporte y la interpretación del patrimonio, aprovechando el interés creciente por experiencias sostenibles y respetuosas con el entorno.

Impacto socioeconómico y ambiental:

La recuperación de antiguas líneas ferroviarias como Vías Verdes genera beneficios tanto en el plano económico como en el social y ambiental:

- Económicos: Estas rutas impulsan el turismo rural, generando ingresos y

fomentando la creación de empleo en las comunidades locales. Surgen así nuevas oportunidades en sectores como el alojamiento, la hostelería, la guía turística o el alquiler de bicicletas.

- **Sociales:** Promueven estilos de vida activos y saludables, gracias a la oferta de espacios seguros para caminar, correr, pedalear o montar a caballo. Su diseño inclusivo permite el uso por parte de personas de todas las edades y capacidades, incluyendo aquellas con movilidad reducida.
- **Ambientales:** Al reutilizar infraestructuras ya existentes, se evita la necesidad de nuevas construcciones que fragmenten hábitats o deterioren el entorno. Además, estas rutas pueden actuar como corredores ecológicos, favoreciendo la conectividad de los ecosistemas y facilitando el desplazamiento de especies.

Conclusiones

Las Vías Verdes son un ejemplo modélico de reutilización responsable de infraestructuras obsoletas, que conjugan la conservación del patrimonio, el respeto por el medio ambiente y el impulso al desarrollo económico y social. La experiencia del Programa Vías Verdes en España, y en particular la puesta en valor de la Vía Verde Guadix–Baza–Almendricos, demuestra el enorme potencial de estas iniciativas para construir un modelo de turismo sostenible e inclusivo.

En un contexto global cada vez más comprometido con la sostenibilidad, las Vías Verdes se posicionan como una alternativa real, replicable y eficaz para la gestión del territorio y el aprovechamiento de recursos infrautilizados.

1.3-Diagnóstico de situación.

Análisis Actual de la Vía Verde FC Guadix – Almendricos, tramo Geoparque de Granada:

La Vía Verde del Geoparque de Granada, enmarcada en la Vía Verde del Ferrocarril Guadix-Baza-Almendricos, representa una de las iniciativas más significativas para la recuperación de infraestructuras ferroviarias en desuso en la región de Andalucía. Este proyecto no solo busca preservar el patrimonio histórico asociado a la antigua línea ferroviaria, sino también fomentar un uso recreativo y sostenible del territorio, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes. A continuación, se

presenta un análisis actualizado de la situación de la Vía Verde de la Comarca de Baza, abordando aspectos como su estado actual, impactos socioeconómicos, beneficios ambientales, y desafíos futuros.

Estado Actual de la Vía Verde:

La Vía Verde del Geoparque de Granada se extiende a lo largo de un tramo significativo de la antigua línea ferroviaria que conectaba las localidades de Guadix, Baza, y Almendricos, atravesando una diversidad de paisajes rurales y naturales en la región de Granada. Este recorrido aprovecha los antiguos trazados ferroviarios que fueron clausurados en 1985 debido a razones económicas y de eficiencia operativa.

En términos de infraestructura, gran parte del trazado ha sido rehabilitado para su uso como Vía Verde, lo que incluye la adecuación del camino para ciclistas y caminantes, la señalización del recorrido, y la instalación de mobiliario urbano como bancos y áreas de descanso. Sin embargo, la totalidad del recorrido aún no está completamente habilitada, y existen tramos que requieren mejoras adicionales para garantizar la seguridad y comodidad de los usuarios. Esto incluye la rehabilitación de antiguos puentes y túneles ferroviarios, así como el acondicionamiento del terreno en áreas donde la vegetación ha invadido el camino.

Impactos Socioeconómicos:

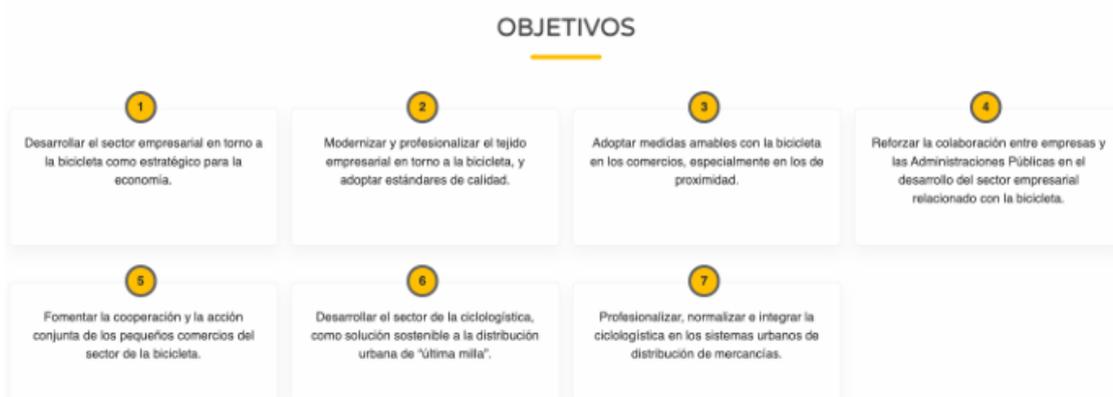
La Vía Verde del Geoparque de Granada puede tener un impacto positivo en la economía local, principalmente a través del fomento del turismo rural y de naturaleza. Este tipo de turismo es cada vez más demandado por personas que buscan alternativas sostenibles y menos masificadas frente al turismo convencional. La atracción de visitantes que utilizan la Vía Verde contribuye al desarrollo de negocios locales, como restaurantes, alojamientos rurales, tiendas de alquiler de bicicletas, y otros servicios turísticos. Estos ingresos adicionales son vitales para dinamizar la economía de la comarca y ofrecer nuevas oportunidades de empleo, especialmente en zonas rurales que han experimentado una disminución de actividad económica.

El cicloturismo en España **tiene un impacto económico significativo, generando alrededor de 1.620 millones de euros anuales**. Este impacto se distribuye en diversos sectores, incluyendo el transporte público, la fabricación de bicicletas y el turismo rural, especialmente en áreas menos desarrolladas. Además, el cicloturismo contribuye al bienestar mental y al equilibrio ecológico, promoviendo la conexión con la naturaleza y reduciendo la huella de carbono del turismo. 

Además, la creación de la Vía Verde ha fortalecido la identidad local y el sentido de comunidad entre los habitantes de Baza y sus alrededores. La reutilización de la infraestructura ferroviaria y su transformación en un espacio de recreo y encuentro, no solo preserva la memoria histórica de la línea ferroviaria, sino que también promueve el orgullo y la cohesión comunitaria.

A nivel nacional la oferta del turismo en bicicleta es actualmente muy baja y no cubre la demanda nacional e internacional. Así lo señala el informe “Situación Actual del Cicloturismo en España”,

2022. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En éste se señala la necesidad de preparar el transporte público para el transporte de bicicletas e interconectar ciudades, rutas cicloturistas y puntos de interés. Se destaca también el impacto económico positivo que pueden tener en la “España vaciada” y la necesidad de crear paquetes turísticos que integren servicios como el alquiler y mantenimiento, asistencia en ruta, alojamientos,... y tener en cuenta el incremento de bicicletas eléctricas.



Otros datos que encontramos sobre la situación del cicloturismo en España también nos

pueden servir para enmarcar este proyecto y el alcance que puede tener el mismo:

- En 2016, Cataluña tuvo un impacto anual del cicloturismo de 1.300 millones de euros.
- En 2018, Las Vías Verdes de Girona tuvieron un impacto de 3,4 millones.

Beneficios Ambientales:

Desde una perspectiva ambiental, la Vía Verde del Geoparque de Granada ofrece varios beneficios significativos. En primer lugar, la reutilización de las infraestructuras ferroviarias existentes minimiza el impacto ambiental, al evitar la construcción de nuevas vías o caminos que podrían alterar los ecosistemas locales. Esto ayuda a preservar la biodiversidad y los paisajes naturales de la región, que incluyen zonas de especial interés ecológico y áreas protegidas.

La Vía Verde también promueve un transporte no motorizado y sostenible, al fomentar el uso de bicicletas y la práctica del senderismo. Esto contribuye a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y a la disminución de la contaminación del aire, lo que es crucial en la lucha contra el cambio climático. Además, el uso de estos espacios naturales para actividades recreativas y deportivas al aire libre favorece la sensibilización y educación ambiental, animando a los usuarios a valorar y proteger el entorno natural.

Desafíos y Perspectivas Futuras:

A pesar de los avances logrados, la Vía Verde del Geoparque de Granada enfrenta varios desafíos que deben ser abordados para maximizar su potencial y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Uno de los principales retos es la necesidad de financiación continua para la adecuación y mantenimiento de la infraestructura. La rehabilitación completa de los tramos restantes y la mejora de las instalaciones existentes requieren inversiones significativas, que deben ser aseguradas a través de la colaboración entre las autoridades locales, regionales y estatales, así como el apoyo del sector privado y la comunidad.

Otro desafío es la promoción y difusión de la Vía Verde para aumentar su visibilidad y atraer a más visitantes. Aunque la ruta tiene un gran potencial turístico, es necesario implementar estrategias efectivas de marketing y comunicación que destaquen los atractivos de la Vía Verde y la posicionen como una opción preferente para el turismo rural y de naturaleza. Esto puede incluir la creación de eventos, actividades culturales y

deportivas, y la colaboración con agencias de viaje y operadores turísticos.

Finalmente, es crucial garantizar la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de la Vía Verde. Esto implica la implementación de prácticas de manejo que minimicen el impacto sobre la flora y fauna local, la regulación del uso del espacio para evitar la masificación, y la promoción de comportamientos responsables entre los usuarios. La participación activa de la comunidad local en la gestión de la Vía Verde es fundamental para asegurar su sostenibilidad y el beneficio compartido de este recurso.

Partiendo de este punto de partida, es fundamental comprender el contexto en el que se encuentra la Vía Verde del Geoparque de Granada en cuestión, para poder crear un análisis más informado sobre sus debilidades, amenaza, fortalezas y oportunidades, con el objetivo de aportar un enfoque estratégico sólido, se presenta continuación un análisis DAFO exhaustivos que destaca los aspectos clave que impactan en el desarrollo y promoción de la Vía Verde.

Debilidades	Amenazas
<p>Escasa promoción y comercialización.</p> <p>Falta de imágenes diferenciadoras y de difusión en el mercado internacional.</p> <p>Ausencia de estrategias orientadas al turismo residencial.</p> <p>Carencia de estudios de mercado y análisis de perfil del visitante.</p> <p>Baja interpretación y valoración de los recursos existentes.</p> <p>Escaso conocimiento local sobre el patrimonio y sus posibilidades turísticas.</p> <p>Pérdida de cultura popular y de paisajes agrarios y ganaderos.</p> <p>Falta de cultura emprendedora en el sector turístico.</p> <p>Débil apoyo a guías turísticos y escasa</p>	<p>Globalización y pérdida de identidad cultural.</p> <p>Competencia con otras Vías Verdes consolidadas.</p> <p>Desaparición de oficios tradicionales.</p> <p>Emigración juvenil.</p> <p>Bajo reconocimiento de elementos únicos como las casas-cueva.</p> <p>Estacionalidad turística.</p> <p>Cambios en las tendencias y preferencias del público visitante.</p> <p>Débil coordinación entre espacios de ocio y oferta de actividades.</p> <p>Limitaciones presupuestarias y escasez de financiación.</p>

formación específica.	
Fortalezas	Oportunidades
<p>Amplia variedad de recursos turísticos de gran valor.</p> <p>Entorno cultural y paisajístico de alta calidad.</p> <p>Inclusión en el Geoparque de Granada.</p> <p>Enclaves de gran interés geológico.</p> <p>Importante patrimonio histórico, cultural y etnográfico.</p> <p>Amplia oferta de alojamientos rurales.</p> <p>Existencia de infraestructuras previas aprovechables.</p> <p>Creciente visibilidad de elementos patrimoniales en medios de comunicación.</p> <p>Riqueza cultural y monumental.</p>	<p>Crecimiento del turismo sostenible a nivel global.</p> <p>Posibilidad de establecer sinergias locales.</p> <p>Desarrollo progresivo del turismo residencial.</p> <p>Potencial como destino de retiro y jubilación.</p> <p>Creación y consolidación de productos turísticos vinculados al patrimonio.</p> <p>Expansión de mercados de turismo ecológico, rural y cultural.</p> <p>Retorno potencial de profesionales y universitarios locales.</p> <p>Creación de alojamientos de mayor calidad y alternativas para jóvenes (albergues, campings con encanto).</p> <p>Promoción de una oferta gastronómica basada en productos locales.</p> <p>Posibilidades de expansión del turismo activo basado en el patrimonio rural y cultural.</p>

Conclusión:

La Vía Verde del Geoparque de Granada representa una oportunidad valiosa para la recuperación de antiguas infraestructuras ferroviarias y su transformación en un recurso socioeconómico y ambientalmente sostenible. A través de su desarrollo, se pueden obtener beneficios significativos en términos de turismo rural, cohesión comunitaria, y conservación

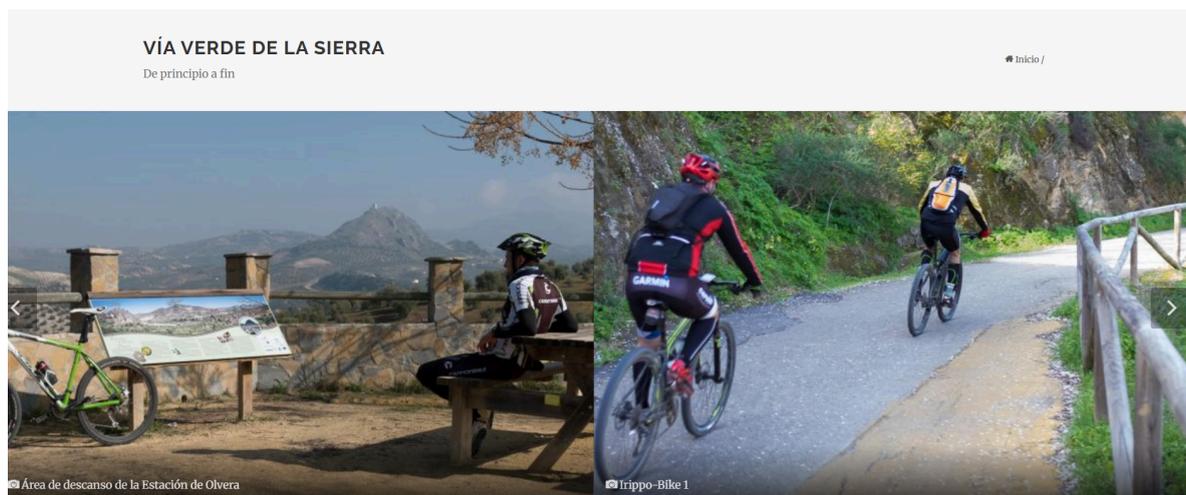
del medio ambiente. Sin embargo, para alcanzar todo su potencial, es esencial abordar los desafíos existentes mediante una gestión efectiva, financiación adecuada y la promoción activa de la Vía Verde como un destino turístico de calidad. Con una planificación y colaboración adecuadas, la Vía Verde del Geoparque de Granada puede convertirse en un ejemplo exitoso de cómo las Vías Verdes pueden contribuir al desarrollo sostenible de las regiones rurales en España.

1.4-Estudio de casos similares y buenas prácticas.

Para impulsar de manera efectiva la promoción de la Vía Verde del Geoparque de Granada, resulta fundamental examinar experiencias similares y extraer aquellas buenas prácticas que han demostrado su éxito en otras Vías Verdes, tanto en el ámbito nacional como internacional. Estos casos de referencia permiten identificar estrategias eficaces para atraer visitantes, asegurar la sostenibilidad del recurso y enriquecer la experiencia del usuario. A continuación, se presentan algunos ejemplos relevantes cuyas acciones pueden servir de inspiración para el diseño y desarrollo de esta iniciativa en la Comarca de Baza.

Vía Verde de la Sierra (Cádiz-Sevilla, España):

<https://www.fundacionviaverdedelasierra.es/la-via-verde-de-la-sierra-cadiz-sevilla/>



Descripción:

La Vía Verde de la Sierra abarca un recorrido de aproximadamente 36 kilómetros entre las provincias andaluzas de Cádiz y Sevilla. Este itinerario destaca por su impresionante

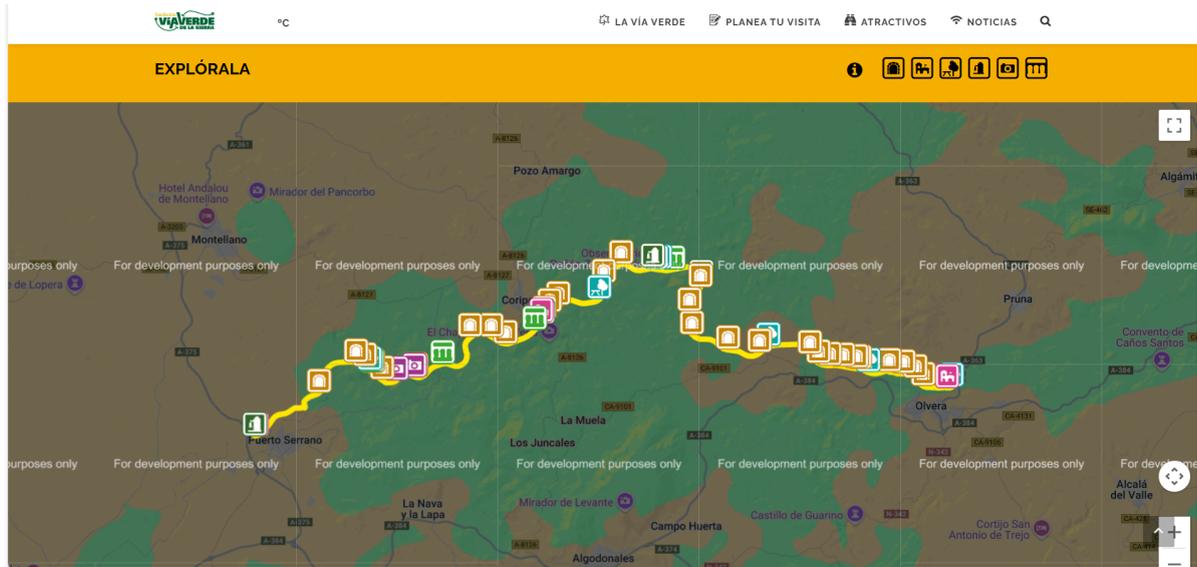
entorno natural, atravesando parajes de gran valor ecológico, como el Peñón de Zaframagón, reconocido por albergar una de las mayores colonias de buitres leonados de Europa.

Buenas Prácticas Identificadas:

Colaboración Interinstitucional: La gestión de esta vía se caracteriza por una coordinación eficaz entre distintos municipios, entidades locales y organizaciones privadas. Esta cooperación ha sido fundamental para garantizar tanto el mantenimiento continuo como una promoción efectiva del recorrido, facilitando además la captación de financiación y recursos para mejoras e iniciativas promocionales.

Infraestructura de calidad: Se ha realizado una importante inversión en la adecuación de la infraestructura, lo que incluye señalización clara y visible, zonas de descanso bien acondicionadas y la rehabilitación de antiguos túneles y puentes ferroviarios. Estas actuaciones han mejorado significativamente la seguridad y la comodidad de los usuarios.

Diversificación de actividades y servicios: La ruta ofrece múltiples experiencias para los visitantes, como la observación de aves, rutas de senderismo guiadas y paseos en burro. A esto se suman servicios complementarios como puntos de alquiler de bicicletas, oficinas de información turística y alojamientos cercanos, lo que contribuye a una experiencia turística completa y de calidad.



2. Vía Verde del Plazaola (Navarra-Guipúzcoa, España):

<https://plazaola.eus/>



La Vía Verde del Plazaola se extiende a lo largo de aproximadamente 44 kilómetros, recorriendo el antiguo trazado ferroviario que unía las comunidades de Navarra y Guipúzcoa. Esta ruta se caracteriza por ofrecer espectaculares panorámicas de paisajes montañosos, bosques frondosos y cursos fluviales, consolidándose como una de las opciones más apreciadas por los amantes del cicloturismo y senderismo en el norte de España.

Buenas Prácticas Identificadas:

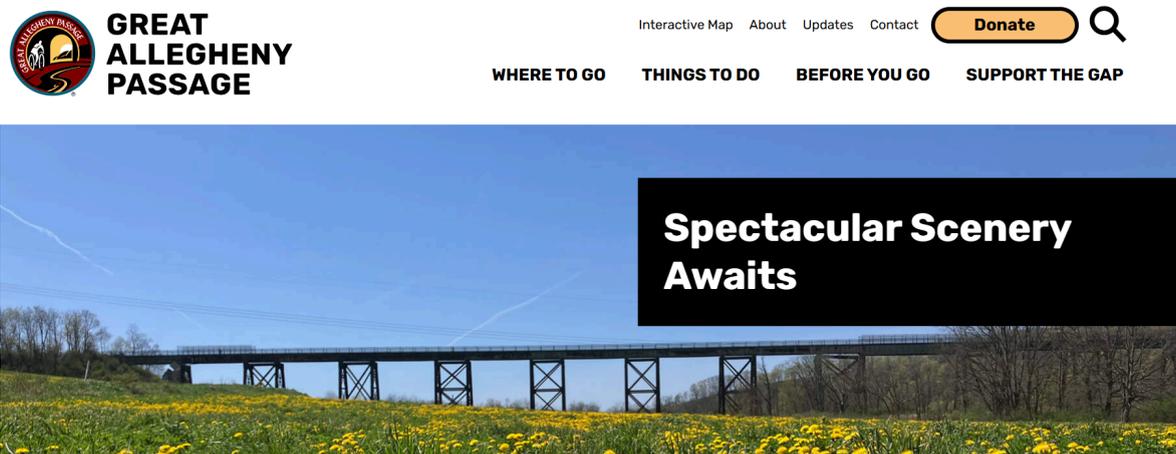
Aprovechamiento de la tecnología para la promoción: Una de las iniciativas destacadas ha sido el desarrollo de una aplicación móvil que proporciona a los visitantes información detallada sobre el recorrido, los puntos de interés, los servicios disponibles y los eventos especiales. Esta herramienta mejora significativamente la accesibilidad a los contenidos y facilita la organización de la visita.

Integración de la cultura local en la experiencia turística: A lo largo de la ruta se impulsan actividades culturales vinculadas al patrimonio histórico y las tradiciones del territorio, tales como visitas a antiguos molinos, talleres de artesanía y catas de productos autóctonos. Estas acciones enriquecen la experiencia del usuario y fomentan el desarrollo económico local.

Compromiso con la sostenibilidad: La gestión de esta vía se basa en principios de sostenibilidad ambiental. Se emplean materiales ecológicos en las infraestructuras, se desarrollan programas para la conservación de la biodiversidad, y se promueven campañas de sensibilización dirigidas a los visitantes sobre la importancia de preservar el entorno natural.

3. Great Allegheny Passage (Maryland-Pennsylvania, Estados Unidos):

<https://gaptrail.org/>



GREAT ALLEGHENY PASSAGE

Interactive Map About Updates Contact **Donate** 🔍

WHERE TO GO THINGS TO DO BEFORE YOU GO SUPPORT THE GAP

Spectacular Scenery Awaits

El Great Allegheny Passage es una de las rutas ciclistas más emblemáticas de Estados Unidos, con una extensión aproximada de 240 kilómetros que une Pittsburgh, en Pennsylvania, con Cumberland, en Maryland. Este trayecto se enlaza con el Chesapeake & Ohio Canal Towpath, permitiendo una experiencia continua a lo largo de antiguos corredores ferroviarios y canales históricos.

Buenas Prácticas Identificadas:

Promoción de Largo Alcance:

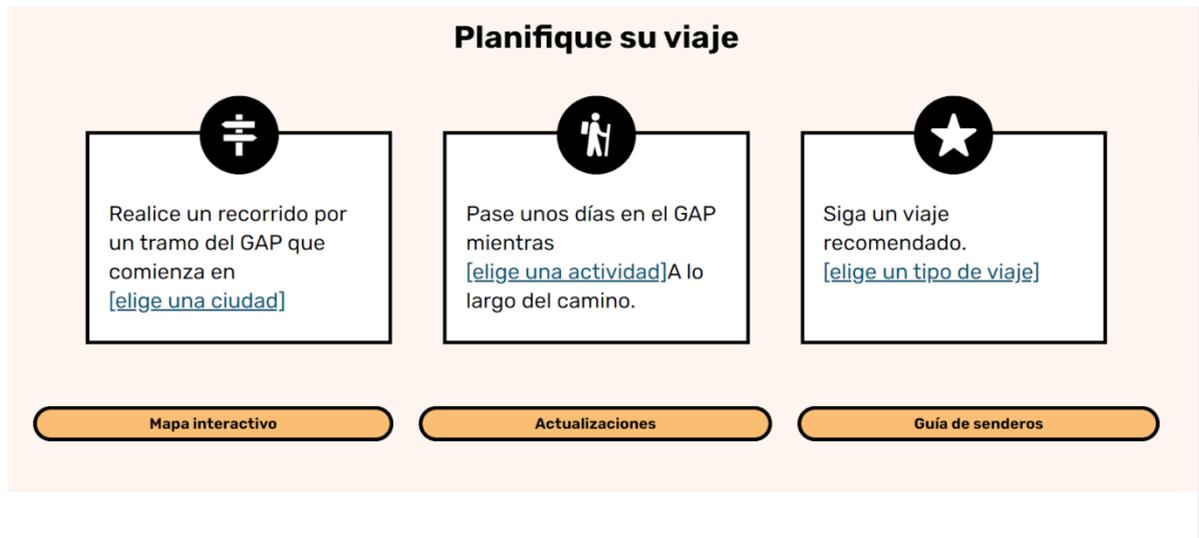
La ruta cuenta con una estrategia de promoción internacional que la posiciona en plataformas especializadas en ciclismo y senderismo, atrayendo a turistas de diversas partes del mundo. Su participación en ferias de turismo, campañas en medios sectoriales y alianzas con operadores turísticos contribuyen significativamente a su visibilidad global.

Eventos y Competencias:

La realización de actividades como maratones ciclistas, caminatas guiadas y festivales comunitarios ha sido clave para aumentar el atractivo de la ruta. Estas iniciativas no solo fortalecen el sentido de comunidad en torno a la Vía Verde, sino que también impulsan la economía local mediante el turismo y la dinamización social.

Programa de Voluntariado:

El mantenimiento del Great Allegheny Passage se apoya en un activo programa de voluntariado, que invita a la ciudadanía a involucrarse en tareas de conservación y mejora del sendero. Esta participación no solo reduce gastos operativos, sino que también fortalece el vínculo entre la comunidad y el entorno natural, promoviendo un fuerte sentido de pertenencia.



4. Vía Verde del Aceite (Jaén-Córdoba, España)

<https://conalforjas.com/via-verde-aceite-bicicleta/>

Descripción: La Vía Verde del Aceite se extiende por aproximadamente 128 kilómetros, conectando las provincias de Jaén y Córdoba. Esta ruta es conocida por atravesar zonas de cultivo de olivos, ofreciendo un paisaje característico de la región andaluza.

Buenas Prácticas Identificadas:

Promoción de Productos Locales: A lo largo de la ruta, se han establecido puntos de venta y degustación de productos locales, especialmente aceite de oliva, que es un producto emblemático de la región. Esta práctica no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también apoya a los productores locales.

Ruta Temática: La Vía Verde del Aceite ha sido diseñada como una ruta temática centrada en la cultura del aceite de oliva. Esto incluye la señalización temática, visitas a almazaras, y actividades educativas sobre la producción y la historia del aceite de oliva. La tematización de la ruta proporciona un enfoque único y atractivo para los visitantes.

Programas Educativos y de Sensibilización: La Vía Verde del Aceite colabora con escuelas locales para organizar excursiones educativas y programas de sensibilización sobre la importancia de la agricultura sostenible y la conservación del medio ambiente. Estas iniciativas no solo educan a las futuras generaciones, sino que también fortalecen los lazos entre la Vía Verde y la comunidad local.

Conclusiones y Aplicación a la Vía Verde del Geoparque de Granada

El análisis de estos casos exitosos de Vías Verdes proporciona varias buenas prácticas que pueden ser aplicadas para la promoción y desarrollo de la Vía Verde de la Comarca de Baza:

Colaboración y Gestión Integrada: Involucrar a diferentes niveles de gobierno, entidades locales, organizaciones privadas, y la comunidad en la gestión de la Vía Verde para asegurar su desarrollo sostenible y mantenimiento continuo.

Mejora de la Infraestructura: Invertir en la mejora de la infraestructura existente, incluyendo señalización clara, áreas de descanso, y la adecuación de antiguos puentes y túneles. Esto hará que la ruta sea más segura y atractiva para los visitantes.

Promoción Digital y Uso de Tecnología: Desarrollar una aplicación móvil y otras herramientas digitales que proporcionan información detallada sobre la ruta, servicios, y eventos. Esto facilitará la planificación de visitas y mejorará la experiencia del usuario.

Diversificación de Actividades y Experiencias: Ofrecer una variedad de actividades que enriquezcan la experiencia del visitante, como observación de aves, talleres culturales, y degustaciones de productos locales. Esto puede atraer a un público más amplio y aumentar el atractivo de la Vía Verde.

Enfoque en la Sostenibilidad: Implementar prácticas de manejo sostenible, como el uso de materiales ecológicos, la conservación de la biodiversidad, y la educación ambiental. Esto asegurará que la Vía Verde tenga un impacto positivo en el medio ambiente y sea sostenible a largo plazo.

Promoción de Productos y Cultura Local: Integrar la promoción de productos y la cultura local en la experiencia de la Vía Verde, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de aprender y disfrutar de las tradiciones y especialidades de la región de Baza.

Implementando estas buenas prácticas, la Vía Verde de la Comarca de Baza puede posicionarse como un destino turístico atractivo y sostenible, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes.

2-Formulación del problema y primera evaluación de soluciones.

La Vía Verde del Geoparque de Granada se ubica en una región con un potencial significativo para el desarrollo del turismo rural y sostenible. A pesar de este potencial, la Vía Verde enfrenta varios desafíos que limitan su capacidad para atraer visitantes y maximizar su impacto positivo en la economía local, la comunidad y el medio ambiente.

Problemas identificados:

1. Inadecuada Infraestructura y Mantenimiento Insuficiente:

-Aunque se han rehabilitado partes de la ruta, aún existen tramos que no están en condiciones óptimas para su uso. La falta de señalización adecuada, la insuficiencia de áreas de descanso, y la necesidad de rehabilitación de antiguos puentes y túneles son problemas recurrentes.

-No está del todo adaptada para personas con movilidad reducida.

-El mantenimiento regular de la Vía Verde es limitado debido a restricciones presupuestarias y falta de recursos, lo cual afecta la seguridad y la experiencia general de los usuarios.

-Los establecimientos, locales municipales,... deberían ser “bike friendly” y contar con aparcamiento para bicicletas y cargadores eléctricos.

Soluciones propuestas:

-Sería necesario realizar un cronograma en el que acometer la adaptación a personas con movilidad reducida.

-Los tramos que están sin terminar tienen alternativa, pero también tienen ya una dotación presupuestaria para su rehabilitación.

La señalética está en marcha, pero seguirá siendo necesario implementar nuevas (como QRs).

-La Mancomunidad podría trabajar con las distintas administraciones públicas para ver la forma de obtener financiación para los aparcamientos y cargadores eléctricos. Ver el informe del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

-Crear un programa de voluntariado para el mantenimiento de la Vía Verde, similar al

modelo utilizado en el Great Allegheny Passage, involucrando a la comunidad local en la conservación de la ruta.

2. Baja visibilidad de la Vía Verde:

-No aparece información detallada de la Vía Verde del Geoparque de Granada en webs “oficiales” como: viasverdes.com, caminos naturales, Geoparque de Granada,

-No existen folletos informativos

-No existía una web propia

-No existían perfiles de redes sociales

-No estamos en los canales de comercialización

Soluciones propuestas:

-Comunicar y enviar información detallada a los organismos oficiales tipo “viasverdes.com”

-Preparar un press kit y envío a medios

-Organizar funtrips con periodistas, influencers, agencias especializadas en cicloturismo

-La web y las redes se han creado en el marco de esta edición Puentes 2024, pero será necesario contar con alguien que las mantenga.

-En aplicación de la Agenda Urbana se ha planteado y hemos estado trabajando en un club de amigos de la Vía Verde que más adelante detallaremos.

3. Escaso tejido empresarial relacionado:

-La falta de servicios complementarios, como alquiler de bicicletas, guías turísticos, y eventos organizados, limita la capacidad de la Vía Verde para ofrecer una experiencia integral.

-Actualmente, la oferta de actividades y empresas está dispersa. No hay suficiente integración de experiencias culturales, educativas, o deportivas que puedan enriquecer la visita y atraer a diferentes públicos.

Soluciones propuestas:

-“Club de Amigos de la Vía Verde Geoparque de Granada”. (Esta propuesta viene desarrollada en este mismo documento”

-Fomento de iniciativas de emprendimiento relacionadas con la Vía Verde.

4. Falta de Enfoque en Sostenibilidad y Gestión Ambiental:

-Aunque el uso de una antigua infraestructura ferroviaria minimiza el impacto ambiental, no hay una estrategia clara de sostenibilidad y conservación del medio ambiente que guíe el manejo de la Vía Verde.

-La ausencia de programas de educación ambiental y sensibilización entre los visitantes puede conducir a comportamientos que perjudican el entorno natural.

Soluciones Propuestas:

Desarrollar e implementar un plan de gestión sostenible que incluya prácticas de conservación, uso de materiales ecológicos, y programas de reciclaje a lo largo de la Vía Verde.

-Crear campañas de educación y sensibilización ambiental para los visitantes, con señalización informativa y actividades educativas sobre la flora, fauna, y la importancia de la conservación.

Conclusión

La formulación clara de los problemas y la evaluación inicial de las soluciones permiten identificar las áreas clave de intervención para mejorar la Vía Verde del Geoparque de Granada. Implementar mejoras en la infraestructura, aumentar la promoción, diversificar las actividades, y adoptar un enfoque sostenible son estrategias esenciales para desbloquear el potencial de la Vía Verde como un destino turístico atractivo y sostenible. La colaboración entre las partes interesadas y la comunidad local será fundamental para el éxito de estas iniciativas.

3-PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1-Denominación

Estamos trabajando con el nombre acordado en la anterior edición del Programa Puentes. Así pues, se le ha dado un nombre oficial al tramo de la antigua línea ferroviaria Guadix–Almendricos que atraviesa la Comarca de Baza:

“Vía Verde FC Guadix - Almendricos Tramo Geoparque de Granada”

Este nombre tiene un doble objetivo: por un lado, fortalecer su conexión con el Geoparque de Granada, una figura reconocida internacionalmente por la UNESCO; y por otro, permitir que en el futuro el tramo de Guadix se incorpore bajo el mismo nombre, creando así una ruta más coherente y fácilmente identificable para visitantes y agentes turísticos.

Esta denominación también ayuda a alinear el proyecto con las estrategias de promoción del Geoparque, centradas en la sostenibilidad, el respeto por el entorno natural y el desarrollo local. Así, se facilita que la Vía Verde gane identidad propia dentro del territorio y se posicione como un recurso turístico de calidad.

Para aumentar la visibilidad en internet y redes sociales, se ha registrado el dominio web:

<https://viaverdegeoparquedegranada.com>

Esta página web servirá como punto de referencia para quienes deseen conocer la ruta, planificar su visita, descubrir servicios, ver mapas, eventos, noticias y acceder a contenido multimedia actualizado.

Además, se ha diseñado un logotipo oficial en el que destaca la frase “Tramo Geoparque de Granada”. Este logotipo refuerza la identidad visual del proyecto y facilita su asociación con el Geoparque y la red nacional de Vías Verdes.

Junto a esto, se ha creado la marca del club de empresas y entidades colaboradoras, que se llamará:

“Amigos de la Vía Verde”

Este club reunirá alojamientos, restaurantes, comercios, guías turísticos y otros servicios de la comarca, todos ellos comprometidos con una forma de turismo sostenible y de calidad. Contará también con un logotipo propio que servirá para identificar fácilmente a los establecimientos que forman parte de esta red.

Tanto el nombre como los logotipos han sido pensados para unificar la imagen del proyecto, facilitar su promoción y crear una red de colaboración local que beneficie a toda la comarca.

3.2-Objetivos Operativos

Durante el desarrollo del proyecto se han establecido una serie de objetivos específicos que guían su ejecución, organización y evaluación. Estos objetivos se han agrupado en dos categorías —principales y complementarios— para facilitar su seguimiento y priorización a lo largo de las distintas fases del plan.

Objetivos principales:

Estos representan los pilares centrales sobre los que se construye la iniciativa. Están directamente vinculados con los fines estratégicos del proyecto y responden a necesidades detectadas durante el diagnóstico inicial:

- Incrementar la visibilidad del nuevo trazado de la Vía Verde, identificado oficialmente como “Tramo Geoparque de Granada”, mediante el uso intensivo de herramientas digitales como la página web, redes sociales, campañas promocionales, colaboraciones con influencers y medios especializados. El objetivo es posicionar la Vía Verde como una alternativa turística sostenible, atractiva y visible tanto a nivel local como nacional e internacional.
- Impulsar la participación activa del tejido empresarial local, fomentando la implicación de comercios, alojamientos, restaurantes, servicios turísticos y

pequeños productores de la comarca. Esta colaboración se canalizará principalmente a través del Club “Amigos de la Vía Verde”, incentivando el emprendimiento local y la creación de redes de cooperación entre agentes públicos y privados.

Objetivos complementarios

Estos objetivos amplían y refuerzan la acción del proyecto, aportando valor añadido y asegurando una implementación alineada con los principios de sostenibilidad, inclusión y desarrollo territorial:

- Sensibilizar y conectar a la población local con la Vía Verde, promoviendo el conocimiento del trazado, su historia, su valor ambiental y cultural, y su potencial como recurso para el bienestar comunitario. Se busca fortalecer el vínculo emocional y funcional de los habitantes con su entorno, estimulando el orgullo de pertenencia.
- Fomentar el respeto por el entorno natural, poniendo en valor el paisaje, la biodiversidad y el patrimonio geológico del Geoparque de Granada. Este objetivo contempla el impulso de actividades sostenibles como el cicloturismo, el senderismo interpretativo y la educación ambiental.
- Generar oportunidades de empleo y formación a través de acciones concretas en sectores clave como la planificación territorial, la eficiencia energética, la movilidad sostenible, la gestión del patrimonio y la atención turística. Se prestará especial atención al fomento del empleo juvenil y femenino, así como a iniciativas de autoempleo y economía social.
- Ofrecer una experiencia turística atractiva, accesible y de calidad, orientada a cicloturistas, senderistas y visitantes interesados en la naturaleza y la cultura. Para ello se trabajará en mejorar la infraestructura, la señalización, la información digital, y la integración de servicios que respondan a las necesidades del visitante actual, con el fin de fidelizar y posicionar el destino a largo plazo.

3.4-Actores y sus roles en el proyecto.

Mancomunidad de Municipios de la Comarca de Baza

La Mancomunidad de Municipios de la Comarca de Baza es una entidad supramunicipal que integra a varios ayuntamientos de esta comarca, ubicada en la provincia de Granada, Andalucía. Su función principal es coordinar y gestionar servicios comunes, favoreciendo la eficiencia en el uso de los recursos y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de la población local.

Dada su naturaleza y alcance territorial, la Mancomunidad desempeña un papel fundamental en proyectos de carácter comarcal como este, facilitando la cooperación intermunicipal y garantizando una gestión más eficaz de los recursos disponibles.



Diputación de Granada:

La Diputación de Granada es el órgano de gobierno provincial encargado de prestar apoyo técnico, económico y administrativo a los municipios de la provincia, con especial atención a los de menor tamaño. Su labor se centra en mejorar la calidad de vida de la ciudadanía, impulsando el desarrollo económico, social y cultural del territorio granadino. En proyectos como el de la Vía Verde, su papel es esencial para coordinar acciones supramunicipales y canalizar recursos que beneficien a toda la comarca.



Ayuntamientos de la Comarca de Baza:

Los ayuntamientos son las instituciones locales responsables de la gestión y administración de cada municipio. Actúan como el nivel de gobierno más próximo a la ciudadanía, asumiendo competencias clave como la prestación de servicios públicos, la planificación urbana, la promoción del desarrollo local y la representación de los intereses vecinales.



En el marco de este proyecto, participan activamente los ayuntamientos que conforman la Comarca de Baza, cuyos municipios se detallan a continuación:

- Baza
- Benamaurel
- Caniles
- Cortes de Baza
- Cuevas del Campo
- Cúllar

-Freila

-Zújar

Centros educativos

- IES José de Mora
- IES Pedro Jiménez Montoya
- IES Alcrebite
- IES San Isidro Labrador
- IES Al-Zujáyr
- IES El Fuerte
- IES Negratín
- IES Avenmoriel
- IES Gregorio Salvador

Asociaciones de empresarios:

- Asociación de Empresarios del Altiplano de Granada
- Asociación de Turismo Granada Altiplano
- Cluster Primeras Pobladoras





Público Objetivo:

El público objetivo juega también un rol importante en el proyecto. La vertiginosa velocidad con la que evoluciona el sector del turismo, y más concretamente el sector del cicloturismo, nos obliga a observar atentamente a nuestro público objetivo, que probablemente irá evolucionando mucho más rápidamente que lo habitual hasta la aparición de la IA. Esta evolución, junto a la de las tecnologías de la información, hace que debamos estar replanteando nuestro posicionamiento y estrategia, así como que debamos estar al día de las herramientas que utilizan.

Afortunadamente, Internet nos permite una medición constante y en tiempo real de casi tantos factores como deseemos analizar. Los test A/B (prueba/error) nos permitirán ir adecuando nuestra comunicación en todo momento, adaptándonos siempre a las tendencias más eficientes a la hora de la conversión.

Para comprender en profundidad el fenómeno del cicloturismo y su impacto económico —así como sus patrones temporales, geográficos y de comportamiento— es fundamental identificar los distintos perfiles de cicloturistas: quiénes son, cuándo y cómo practican esta actividad, qué tipo de bicicleta utilizan, dónde se alojan, qué actividades complementarias realizan y cómo planifican sus salidas.

Dado que estos aspectos pueden variar considerablemente, se presentan aquí perfiles tipo basados en estudios recientes y contextos comparables, especialmente en entornos rurales similares.

Población Local de la Comarca de Baza:

Residentes que buscan actividades recreativas al aire libre en entornos cercanos.

Familias interesadas en disfrutar de tiempo de calidad en la naturaleza y conocer mejor su propio territorio.

Visitantes Nacionales:

Turistas procedentes de otras regiones de España, atraídos por destinos rurales con oferta de ocio activo.

Grupos de amigos, clubes ciclistas y aficionados al deporte que desean descubrir nuevas rutas en bicicleta.

Viajeros que buscan tranquilidad, paisajes naturales y desconexión del entorno urbano.

Visitantes Internacionales (con especial atención al mercado alemán)

Cicloturistas que consideran la bicicleta como el eje principal de su viaje por España.

Turistas extranjeros interesados en experiencias auténticas que combinen naturaleza, cultura local y sostenibilidad.

Amantes del ecoturismo, con alto nivel de concienciación ambiental y sensibilidad hacia la conservación del paisaje y las tradiciones locales.

Perfil del Usuario:

A partir del análisis comparado de ocho mercados turísticos internacionales —pertenecientes a cinco países europeos con tradición en cicloturismo y turismo rural sostenible (Alemania, Francia, Países Bajos, Reino Unido y España)— se ha definido un perfil tipo del usuario de la Vía Verde, que puede servir como referencia clave para orientar la estrategia de comunicación, diseño de servicios, infraestructura y experiencias asociadas al proyecto.

Este perfil no debe entenderse como único o excluyente, sino como una base común a partir de la cual personalizar la oferta turística y adaptar las acciones a las distintas motivaciones, edades y estilos de vida de los visitantes.

Características generales del cicloturista tipo:

Edad media: entre 35 y 65 años, aunque cada vez hay mayor interés por parte de jóvenes adultos y familias con hijos.

Nivel educativo medio-alto: suele tener formación universitaria o técnica, y un alto interés

por el aprendizaje, la naturaleza y la cultura local.

Poder adquisitivo medio o medio-alto, con preferencia por experiencias auténticas, sostenibles y alejadas del turismo de masas.

Alta sensibilidad ambiental y social: elige destinos que respetan el medioambiente, prioriza alojamientos ecológicos, consume productos locales y valora las iniciativas comunitarias.

Uso habitual de la tecnología: planifica sus viajes a través de internet, redes sociales, plataformas de reservas, foros especializados y aplicaciones móviles. Confía en las recomendaciones de otros usuarios.

Busca rutas seguras, bien señalizadas y con servicios integrados: valora la facilidad de acceso, la calidad de la señalización, los puntos de descanso, la disponibilidad de asistencia técnica o médica, y la presencia de puntos de carga para bicicletas eléctricas.

Interés por la cultura, la gastronomía y el patrimonio: combina el deporte con visitas culturales, rutas gastronómicas o experiencias artesanales.



Perfil del Turista:

- Amante de la naturaleza y de la conexión con el entorno.
- Busca experiencias de intercambio cultural y contacto con la población local.
- Tiene una actitud activa y está dispuesto a aprender y descubrir.
- Practica o valora el deporte y la actividad física como parte esencial de su estilo de vida.
- Prefiere relaciones personales auténticas y valora el establecimiento de lazos sociales.
- Busca servicios personalizados, de calidad y con identidad local.
- Segmentación Adicional del Público Objetivo

3.5-Actividades Generales y Tareas Específicas.

Este proyecto de promoción turística de la Comarca de Baza se inicia tras dos ediciones anteriores del Programa Puentes.

Dos compañeras han desarrollado ya la base del trabajo. Con este TFP pretendemos cerrar la definición estratégica para la comunicación, difusión y puesta en marcha del proyecto, que se podrá llevar a cabo de forma independiente.

Acciones de Identidad y Comunicación:

Con el fin de difundir los recursos de la Comarca de Baza en torno a esta infraestructura turística, se han llevado a cabo diversas acciones, entre las que destaca el desarrollo de una identidad visual específica para el proyecto:

Diseño del Logotipo:

Mis antiguas compañeras en pasadas ediciones del Programa Puentes crearon un logotipo conceptual y sencillo, con el objetivo de que los visitantes identifiquen fácilmente su presencia en la Vía Verde. Este diseño se ha realizado en coherencia con la imagen de marca tanto de la Asociación de Vías Verdes como del Geoparque de Granada, respetando sus respectivas líneas gráficas y colores corporativos.

La creación del logotipo estuvo condicionada previamente por la aprobación del naming oficial: “Tramo Geoparque de Granada”, denominación que refuerza el carácter territorial y distintivo del recorrido dentro de la red de Vías Verdes.



Finalmente, se optó por un logotipo fresco, ligero, con los colores corporativos de la red de Vías Verdes de España.

El imagotipo es una bicicleta fácilmente reconocible, no solo en papel, sino también en pantallas.

Junto al logotipo de las Vías Verdes refleja una imagen corporativa, que formamos parte de una red. Es más institucional, aportando un valor más robusto.

Además, da mucho más juego para las publicaciones en redes, ya que se puede jugar con el color de la bicicleta e, incluso, ponerla en movimiento.



Página web:

<https://viaverdegeoparquedegranada.com/>

TURISMO SOBRE RUEDAS

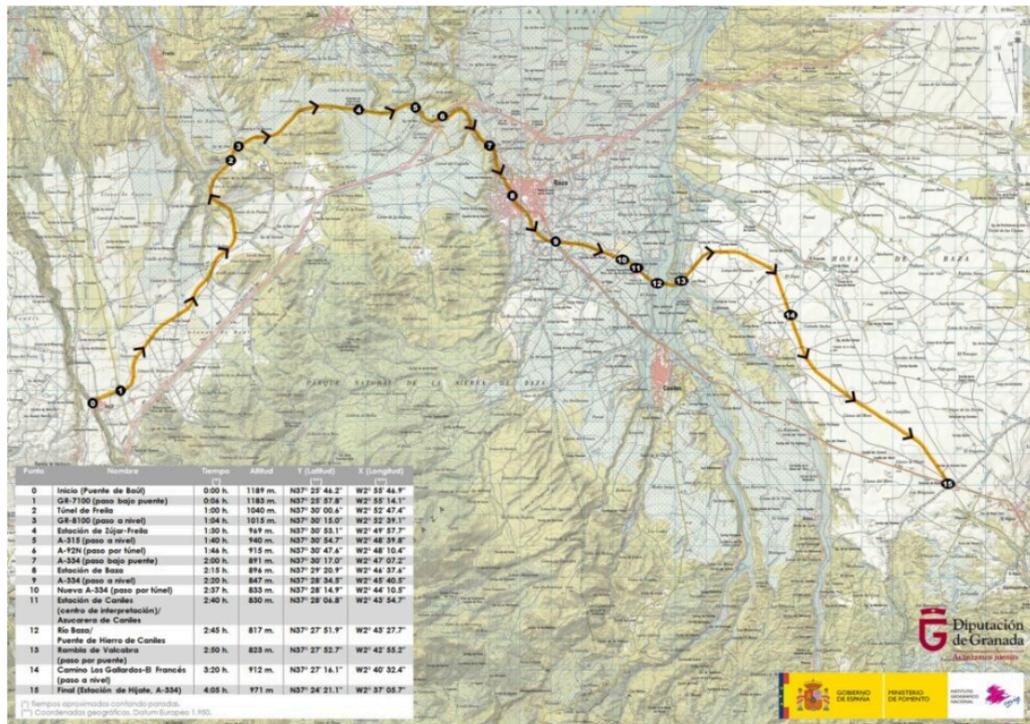
Vía Verde Tramo Geoparque de Granada

FC. Guadix - Almendricos

[Conoce la ruta](#)

Vive la Vía Verde: La Comarca de Baza te espera

por admin | Jun 26, 2025 | Vía Verde



Para la página web se analizaron las de otras Vías Verdes de España y de otros países con el objetivo de valorar e incorporar las buenas prácticas.

También se desarrolló la arquitectura de la información, cuyo objetivo es que el usuario localice la información que busca en el menor número de clics.

Asimismo, se redactaron los contenidos de las secciones con una perspectiva SEO.

El SEO (Search Engine Optimization) ayuda a los buscadores a comprender mejor el contenido de nuestra web adecuadamente. Asimismo, cuanto mejor trabajamos el SEO, más arriba aparecemos en los resultados de búsqueda.

El SEO se ha seguido trabajando en esta edición del Programa Puentes: con artículos en el blog y con los contenidos de las secciones y subsecciones que se han subido ahora: “Amigos de la Vía Verde” y “Miembros de la Vía Verde”.

Bancos de datos / imágenes:

Mis anteriores compañeras crearon varios listados, cuyo contenido he ido completando. Estos listados son contenido web, que también nos ayuda al posicionamiento. Pero, sobre todo, son consejos e ideas útiles para el viajero, que llamarán su atención y le harán pensar que esta Vía Verde está bien comunicada y que su ruta es más fácil de planificar.

Con respecto a las imágenes, se han creado y subido a un Drive para poder utilizarlas, tanto en publicaciones del blog como en redes. En esta edición se ha aumentado el número de imágenes. Se han trabajado también pensando en el posicionamiento, puesto que los usuarios cada vez realizan más búsquedas por imagen.

Ahora, yo he empezado con el desarrollo de contenido audiovisual, también principalmente para redes.

3.6-Recursos necesarios y posibles

Es necesario continuar trabajando en diversos aspectos, especialmente en la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo e implementación del club "Amigos de la Vía Verde".



REQUISITOS PARA SER AMIGO O AMIGA

¿Qué es "Amigos de la Vía Verde"?

"Amigos de la Vía Verde" es una plataforma de promoción colaborativa que integra a los establecimientos públicos y privados de la Comarca de Baza (alojamientos, comercios, restaurantes, servicios turísticos, centros de salud, etc.) con el objetivo de visibilizar los recursos locales y dinamizar el tejido económico comarcal. Esta red de aliados estará presente en la web oficial y redes sociales del proyecto, promoviendo una oferta turística cohesionada, diversa y sostenible en torno a la Vía Verde del Geoparque de Granada.

Todos Bar Restaurante Comercio Salud



Deportes RoyLu –
Cuevas del Campo
Comercio



Zambra – Cuevas del
Campo
Bar Restaurante



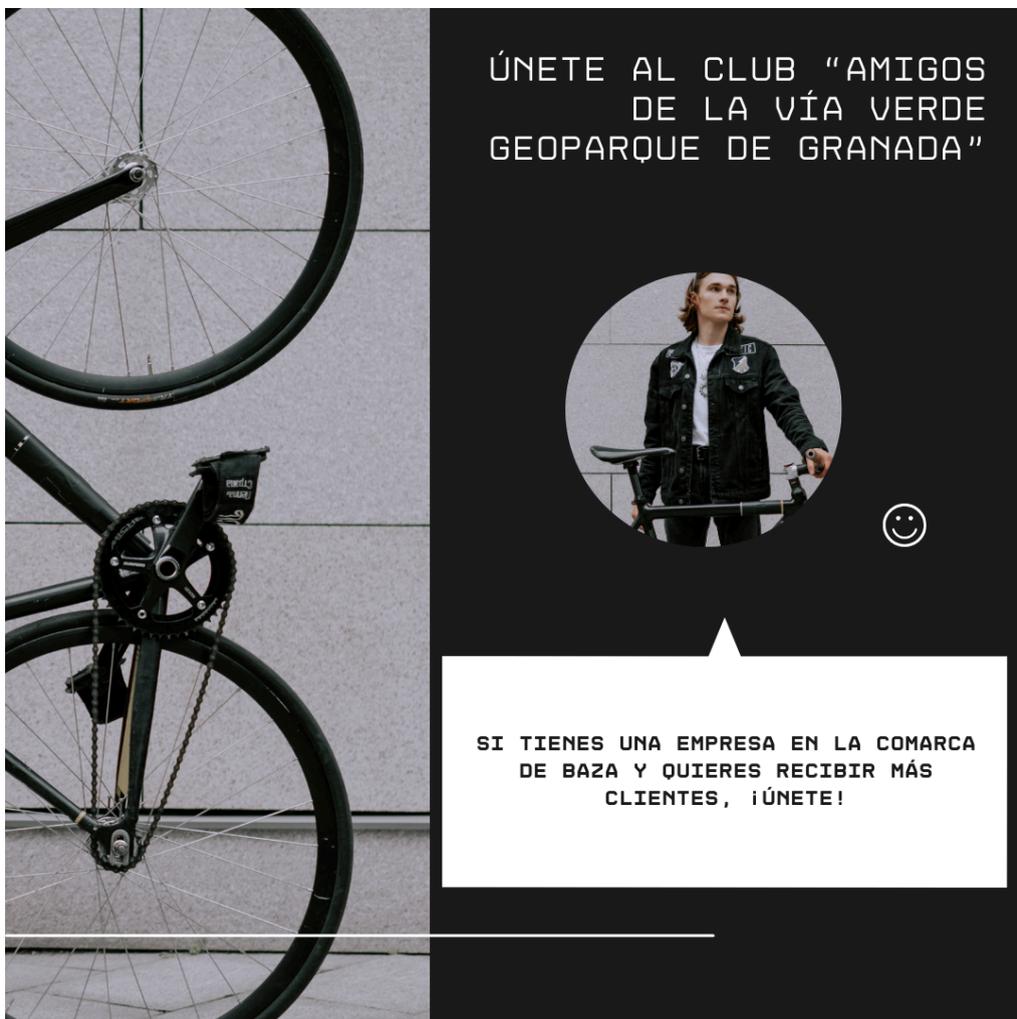
Avenida – Cuevas del
Campo
Bar Restaurante



El Náutico – Cuevas del
Campo
Bar Restaurante

¿Por qué creamos el Club "Amigos de la Vía Verde"?

La creación del club "Amigos de la Vía Verde" nace de la necesidad de tejer una red de colaboración sólida entre los agentes locales del territorio —empresas, comercios, alojamientos, servicios públicos y entidades turísticas— con el fin de fortalecer la identidad del destino y dinamizar su economía. En un contexto donde el turismo sostenible y de cercanía cobra cada vez más relevancia, se vuelve esencial crear una estructura que conecte al visitante con los recursos reales del entorno, facilitando su acceso a productos y servicios de calidad, con identidad local y comprometidos con el territorio.



Este club no solo actúa como una herramienta de promoción turística, sino como un mecanismo para generar comunidad, implicación ciudadana y sentimiento de pertenencia. En un territorio rural como la Comarca de Baza, con gran dispersión de recursos y tejido empresarial fragmentado, la creación del club permite visibilizar el esfuerzo de quienes

apuestan por el desarrollo local, la sostenibilidad y la hospitalidad auténtica.

Además, esta iniciativa se alinea con los principios de desarrollo sostenible recogidos en la Agenda 2030, favoreciendo la implementación de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico: Impulsando la economía local y fomentando el emprendimiento rural.

ODS 11 – Ciudades y comunidades sostenibles: Promoviendo el desarrollo turístico respetuoso con la identidad del territorio.

ODS 12 – Producción y consumo responsables: Incentivando la promoción de productos y servicios locales.

ODS 13 – Acción por el clima: Fomentando el turismo de bajo impacto y el respeto por el entorno natural.

ODS 17 – Alianzas para lograr los objetivos: Generando redes de colaboración entre lo público y lo privado.

En resumen, el club "Amigos de la Vía Verde" representa un modelo de gobernanza compartida, basado en la cooperación, la sostenibilidad y la visibilidad de lo local, que tiene como misión principal contribuir al desarrollo económico, social y turístico de la Comarca de Baza.

¿Qué conseguimos con esta iniciativa?

El objetivo principal es que la web y redes del proyecto se conviertan en un punto de referencia del turismo responsable en la comarca, dando visibilidad al pequeño comercio y conectando a los visitantes con la oferta local. Además:

Mejoramos la experiencia del visitante, al ofrecer información estructurada y accesible.

Reforzamos la identidad territorial y el sentido de pertenencia.

Favorecemos el turismo circular y sostenible.

Plan estratégico: Perfil del visitante

Local: familias, caminantes, senderistas ocasionales.

Nacional: cicloturistas, viajeros rurales, grupos organizados.

Internacional: turistas europeos (principalmente alemanes y franceses) interesados en naturaleza, cultura y sostenibilidad.

Motivaciones principales:

- Contacto con la naturaleza.
- Actividad física (senderismo, bicicleta).
- Turismo cultural y gastronómico.

Búsqueda de experiencias auténticas.

Canales preferentes: redes sociales, recomendaciones, Google Maps, páginas web especializadas.

Normas y requisitos para ser parte de "Amigos de la Vía Verde"

Ventajas	Requisitos
<p>Publicidad gratuita en la web y redes sociales del proyecto.</p> <p>-Geolocalización destacada en mapas interactivos turísticos.</p> <p>-Difusión personalizada con publicaciones destacadas (Instagram/Facebook).</p> <p>-Entrega de distintivo oficial para el establecimiento.</p> <p>-Participación en campañas de fotografía y vídeo promocionales.</p> <p>-Apoyo en formación digital y marketing turístico.</p> <p>-Inclusión en paquetes turísticos y experiencias temáticas.</p> <p>-Participación en eventos (ferias, días temáticos, concursos).</p>	<p>-Se deben ubicar en los municipios de la comarca de Baza.</p> <p>-Cumplir con principios de respeto al medio ambiente y buenas prácticas.</p> <p>-Ofrecer un servicio que pueda resultar útil o atractivo para el visitante.</p> <p>-Permitir la colocación del distintivo oficial del club en el local.</p> <p>-Completar la ficha de inscripción con datos básicos del establecimiento.</p> <p>-Compromiso mínimo de colaboración durante 1 año.</p>

Slogan:

*“Un camino que une, un comercio que cuida.” Bienvenidos al
“Club Amigos de la Vía Verde”*

Este slogan nos da mucho juego para trabajar las comunicaciones con el tejido empresarial, pudiendo incluso hacer una campaña de flyers antes de iniciar la ronda de contactos.

3.6-Fases para su implementación.

La implantación del proyecto "Vía Verde FC Guadix – Almendricos – Tramo Geoparque de Granada" se ha diseñado de forma escalonada y coordinada, permitiendo una implementación progresiva que combine acciones técnicas, promocionales, institucionales y sociales.

Este enfoque por fases garantiza una adaptación realista a los recursos disponibles, facilita la participación de los actores clave del territorio y permite medir los avances de forma continua. Además, responde a los principios de planificación estratégica de la Agenda Urbana, priorizando la sostenibilidad, la implicación local y el aprovechamiento de infraestructuras y herramientas ya existentes.

Viabilidad Técnica

El proyecto cuenta con una base técnica ya iniciada que facilita su puesta en marcha y continuidad, respaldada por herramientas digitales, redes sociales activas y una estructura organizativa prevista.

Soporte web

Se dispone de una página web funcional desarrollada en WordPress, utilizando el tema DIVI, lo que permite una edición visual sencilla y una estructura adaptable.

Dentro del sitio ya existe el apartado "Amigos de la Vía Verde", destinado a integrar comercios y servicios colaboradores, lo que ahorra tiempo de implementación.

En la web se plantea la necesidad de ir completando los establecimientos del Club “Amigos de la Vía Verde”. Para ello, se ha diseñado la estrategia pertinente.

Contactar con cada establecimiento, actualizar sus datos, solicitarles imágenes, dar a conocer esta iniciativa, ... todas estas acciones son necesarias para el éxito del plan y que los comercios se sientan vinculados desde un inicio.

Con respecto a la web debemos tener en cuenta que se ha contratado el dominio y alojamiento con la empresa con la que habitualmente trabaja la Mancomunidad de Municipios de Baza, así que deberán tener en cuenta su renovación anual.

Blog

En un sector tan saturado como el turístico, el blog se convierte en una herramienta imprescindible para poder llegar al turista.

Se recomienda que se mantenga una periodicidad de, mínimo, una publicación mensual o quincenal. Para ello, la persona al cargo, debería tener unos mínimos conocimientos de SEO.

Además, en el WordPress de la web contamos con la herramienta YoastSEO que actúa como “chivata” para recordar los puntos necesarios antes de publicar para que el post sea bien indexado por Google.

Los principales indicadores que deberemos tener en cuenta para el SEO son:

- SEO On-Page: palabras clave, títulos, meta descripciones, optimización de imágenes.
- SEO Off-Page: enlaces desde y hacia páginas externas.

Crear contenido único y de calidad siguiendo los principales parámetros será fundamental para el éxito del proyecto.



Base de datos

Se ha recopilado un Excel con información de comercios locales, el cual puede seguir migrándose a la web en forma de fichas individuales con filtros de búsqueda (por categoría, ubicación, servicios, etc.).

Debe completarse con los nuevos establecimientos.

Sería necesario hacer una revisión anual de teléfonos y otros datos también en las fichas de la sección “Qué visitar”. Es una acción necesaria si deseamos mantener actualizada la página y, por tanto, no generar frustración en el usuario.

Banco de imágenes

A lo largo del desarrollo de las prácticas he ido visitando los puntos más característicos de la Comarca de Baza creando un banco de imágenes.

Durante el trabajo de campo se ha ido completando el banco de imágenes ya existente propio del recorrido, municipios, elementos patrimoniales, flora, fauna, y servicios disponibles en la comarca. Este reportaje gráfico se ha utilizado para:

- Todos
- Baza
- Benamaurel
- Caniles
- Cortes de Baza
- Cuevas del Campo
- Cúllar
- Freila
- Zújar



Torre de Castril
Benamaurel



Casa Cueva del Tío Tinajas
Benamaurel



Estación del Ferrocarril
Caniles



Centro de Interpretación micológico
Caniles



Transición Marino Continental
Freila



Iglesia de Santa María de la Anunciación
Freila



Triásico menor
Freila



Torre del Maruq
Freila

Redes sociales

Ya se han creado y activado perfiles en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, plataformas clave para la difusión, dinamización y atracción de visitantes.



Vía Verde Geoparque de Granada

0 Me gusta · 1 seguidor

Editar foto de portada

Panel profesional

Editar

Anunciarte



The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'Vía Verde Geoparque de Granada'. The profile picture is a circular logo with a bicycle icon and the text 'VIA VERDE PC CUADIX-ALMENDROS' and 'TRAMO GEOPARQUE DE GRANADA'. The cover photo shows a scenic view of a road with trees and hills. The profile has 0 publications, 92 seguidores, and 83 seguidos. The bio mentions exploring spectacular spots of the old railway route with Baza as the protagonist. There are buttons for 'Editar perfil' and 'Compartir'. The main content area shows 'Todavía no hay publicaciones' with a camera icon. On the right, there are quick links for 'Anunciarte' and 'Dirige a las personas a tu página'. The bottom navigation bar includes icons for Inicio, Reels, Amigos, Marketplace, Notificaciones, and Menú.

Las redes están preparadas para lanzar campañas de promoción y contenido audiovisual vinculado al territorio.

Se plantea el desarrollo de un calendario editorial para redes y blog.

Acciones pendientes:

Asignación de roles de gestión:

Webmaster para el mantenimiento y actualización técnica de la web.

Community Manager (CM) para la gestión de contenidos y dinamización en redes sociales.

Diseño, producción y distribución de distintivos físico (placas, pegatinas o carteles identificativos del Club)

Coste del Personal Contratado

Para asegurar una gestión adecuada y profesional del proyecto, se propone la contratación de una persona con un perfil técnico polivalente:

Perfil profesional propuesto

Técnico/a de Turismo, Gestión de Proyectos o Comunicación.

* Funciones:

* Atención e información al visitante (especialmente en el ámbito del Geoparque de Granada).

* Labores administrativas y coordinación con comercios y entidades locales.

* Gestión de la web y redes sociales.

* Dinamización de eventos y apoyo en la organización de actividades promocionales.

Condiciones del contrato

Tipo de contrato: Media jornada indefinida.

Salario: Basado en el SMI (Salario Mínimo Interprofesional), estimado en:

1.166 €/mes x 12 pagas = 14.000 €/año.

Este perfil también podría atender visitantes del Geoparque de Granada, por lo que se contempla que la Diputación de Granada asuma el coste total o parcial del salario. El Ayuntamiento de Baza podría colaborar cubriendo los gastos del local.

3-.7Hoja de ruta territorial propuesta para el desarrollo del proyecto.

La implementación territorial del proyecto se estructura en fases graduales y coordinadas con los distintos municipios de la Mancomunidad de Baza, con el fin de asegurar una

integración efectiva, sostenible y coherente con la Agenda Urbana.

Fase 1: Consolidación de la estructura digital y organizativa

Integración de la base de datos de comercios (formato ficha filtrable).

Diseño y validación de distintivos físicos del Club.

Publicaciones en el blog

Publicaciones en redes sociales

Asignación de roles: webmaster, gestor/a de redes sociales, y figura coordinadora local.

Fase 2: Activación de la red de colaboradores

Identificación y contacto con establecimientos de los municipios de la comarca.

Formación inicial sobre buenas prácticas sostenibles y turísticas.

Distribución de distintivos y fichas de inscripción.

Publicaciones en el blog

Publicaciones en redes sociales

Fase 3: Dinamización turística y promoción

Campañas de lanzamiento en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube).

Activación de la página web con contenido dinámico y secciones útiles al cicloturista.

Organización de eventos locales (rutas guiadas, concursos, ferias, etc.).

Publicidad online estacional.

Publicaciones en el blog

Publicaciones en redes sociales

Fase 4: Evaluación y mejora

Análisis de participación, impacto turístico y satisfacción de visitantes.

Revisión de necesidades técnicas o de servicios detectadas.

Continuación del club durante los siguientes años con apoyo institucional.

Asimismo, sería más que conveniente contar con una breve presentación física en algún evento desarrollado por la Mancomunidad. Igualmente, que los distintos ayuntamientos hicieran difusión a través de sus redes.

3.7-Análisis de factibilidad para su desarrollo, o en su caso estudio de viabilidad.

El análisis de factibilidad del proyecto “Vía Verde FC Guadix – Almendricos – Tramo Geoparque de Granada” demuestra que se trata de una iniciativa técnica, económica e institucionalmente viable, con alto potencial de impacto en el desarrollo territorial sostenible de la Comarca de Baza.

Este apartado aborda los tres pilares principales que garantizan su viabilidad: factibilidad técnica, operativa y económica, así como su alineación estratégica con agentes y recursos del territorio.

El proyecto parte de una base tecnológica ya implementada, lo cual minimiza los tiempos y costes de arranque:

- Web operativa en WordPress (tema DIVI): con una estructura avanzada que incluye el apartado “Amigos de la Vía Verde” y posibilidad de expansión.
- Base de datos de establecimientos: ya elaborada en formato Excel, preparada para ser migrada a la web en forma de fichas personalizadas y filtrables.
- Redes sociales activas: perfiles creados y en fase de dinamización en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, listos para ejecutar campañas de promoción.
- Plan Estratégico Club “Amigos de la Vía Verde”.

Estas herramientas ofrecen una plataforma integral de comunicación, captación de colaboradores y atención al visitante.

Viabilidad operativa:

La estructura operativa ha sido diseñada para una gestión sostenible a medio y largo plazo:

Roles definidos:

Webmaster: encargado del mantenimiento técnico de la página.

Community Manager: responsable de contenidos, redes sociales y atención digital.

Coordinador/a de proyecto: figura central para la gestión diaria, relación con los comercios, visitas y acciones en el territorio.

Apoyo institucional previsto:

La Mancomunidad de Baza como promotora y coordinadora.

Ayuntamientos como dinamizadores locales y proveedores de espacios y recursos básicos.

La Diputación de Granada, especialmente interesada por el vínculo con el Geoparque, podría asumir parte del coste del personal contratado.

Viabilidad económica:

El proyecto ha sido planteado con un presupuesto ajustado, realista y asumible por entidades públicas o mediante convocatorias de subvención:

Concepto	Coste estimado anual
Personal contratado (media jornada)	14.000 €
Suministros (luz, internet)	1.200 €
Mantenimiento técnico web	300–500 €
Publicidad online estacional	300–400 €
Material gráfico y distintivos	300 €
Eventos puntuales y dinamización	300–400 €
Gestión base de datos y soporte técnico	200 €

Total estimado anual: entre 16.800 y 17.000 €

3.8-Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.

La integración de la perspectiva de género en el proyecto "Vía Verde FC Guadix – Almendricos – Tramo Geoparque de Granada" es un componente transversal alineado con

los principios de la Agenda Urbana Española y la Agenda 2030, que sitúan la igualdad entre hombres y mujeres como un eje estratégico para el desarrollo sostenible.

El enfoque de género no se contempla únicamente desde una óptica teórica, sino como una dimensión práctica que atraviesa todas las fases del proyecto: diseño, ejecución, gestión, comunicación y evaluación.

Diagnóstico de partida: brechas y oportunidades:

En los municipios de la Comarca de Baza se detecta una menor presencia femenina en actividades vinculadas al turismo activo, la gestión empresarial o el emprendimiento rural, debido en parte a condicionantes estructurales como:

- Dificultades de conciliación.
- Menor acceso a financiación y redes de apoyo.
- Baja representación de mujeres en sectores como el cicloturismo, la logística o la atención técnica.

A su vez, existe un importante potencial de liderazgo femenino en áreas clave para este proyecto: atención al visitante, gestión de alojamientos rurales, comercialización de productos locales, turismo cultural, comunicación digital y dinamización social.

Medidas integradas con enfoque de género:

El proyecto contempla una serie de acciones específicas para garantizar la igualdad de oportunidades y la participación efectiva de las mujeres:

- Promoción del emprendimiento femenino a través del Club “Amigos de la Vía Verde”, con una convocatoria inclusiva y abierta a liderazgos femeninos.
- Visibilización activa de mujeres que ya están desarrollando proyectos sostenibles, turísticos o culturales en la comarca.
- Uso de lenguaje inclusivo y representaciones no estereotipadas en todos los materiales de difusión (web, redes, distintivos, campañas).
- Formación específica para mujeres emprendedoras en áreas como comunicación, redes sociales, atención al cliente o comercialización turística.

- Colaboración con asociaciones de mujeres del territorio para identificar posibles sinergias, necesidades o propuestas.

Evaluación del impacto de género:

Se establecerán mecanismos de seguimiento para analizar cómo el proyecto afecta de forma diferenciada a mujeres y hombres, con el fin de mejorar su equidad y eficiencia.

Entre los indicadores previstos:

- Porcentaje de mujeres participantes en el Club de Comercios Colaboradores.
- Número de mujeres beneficiarias directas del proyecto (empleo, formación, visibilidad).
- Participación femenina en actividades turísticas y de voluntariado.
- Grado de satisfacción y percepción del impacto por género (mediante encuestas).

Este proyecto entiende la igualdad de género no como un elemento añadido, sino como una condición necesaria para el desarrollo territorial justo, inclusivo y sostenible. Incorporar esta perspectiva refuerza no solo la equidad social, sino también la calidad, legitimidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

3.9-Diseños previos, infografías, mapas, soluciones marketing, etc

Identidad visual del proyecto:

Uno de los primeros pasos ha sido el desarrollo de una identidad gráfica propia para la Vía Verde, en consonancia con los valores del Geoparque de Granada y la Red de Vías Verdes a nivel nacional. Para ello se han trabajado los siguientes elementos:

Logotipo oficial del proyecto, con el lema “Tramo Geoparque de Granada”, pensado para ser fácilmente identificable en señalética, redes sociales, documentos oficiales, materiales promocionales, pegatinas, placas o carteles para comercios adheridos.

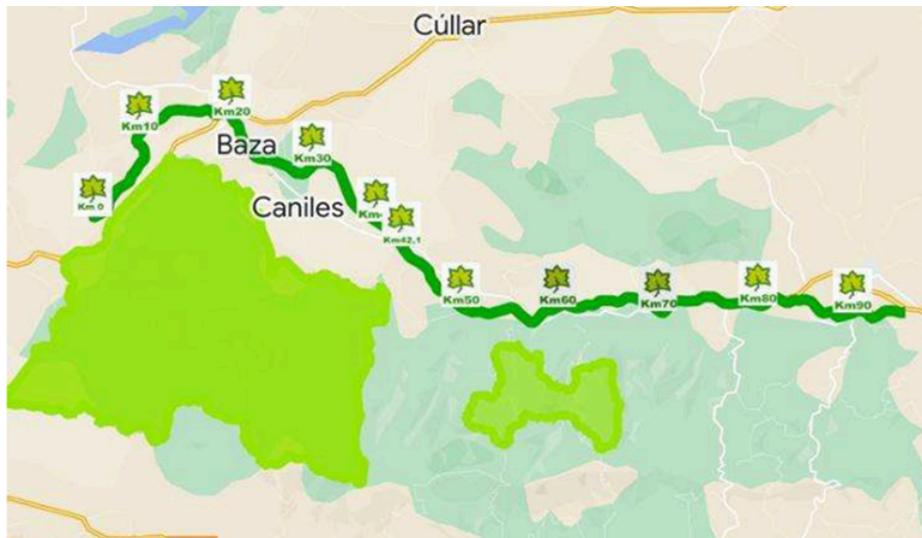
Logo:



Slogan promocional: “Un camino que une, un comercio que cuida”, especialmente vinculado a la estrategia del Club de Amigos de la Vía Verde, reforzando la identidad participativa y local del proyecto.

Slogan:

“Un camino que une, un comercio que cuida.” Bienvenidos al “Club Amigos de la Vía Verde”

Mapa:**Desarrollo web y estructura digital:**

El proyecto ha incorporado la creación de una página web oficial totalmente funcional:

Esta web actúa como centro de operaciones digitales y cumple múltiples funciones:

Información general del proyecto y del recorrido de la Vía Verde.

<https://viaverdegeoparquegranada.com/>

Material gráfico e infografías:

Durante la implementación se han previsto y en parte ejecutado distintos materiales visuales e infográficos para apoyar la promoción del proyecto.

Banco de imágenes y reportaje gráfico:

Durante el trabajo de campo se ha generado un banco de imágenes propio del recorrido, municipios, elementos patrimoniales, flora, fauna, y servicios disponibles en la comarca. Este reportaje gráfico se ha utilizado para:





4-Conclusiones

El proyecto “Vía Verde FC Guadix – Almendricos – Tramo Geoparque de Granada” ha sido concebido y ejecutado como una intervención integral en clave de Agenda Urbana, con un fuerte enfoque territorial, sostenible y participativo. A lo largo del desarrollo del trabajo se han abordado múltiples dimensiones —infraestructura, promoción turística, tejido económico, sostenibilidad ambiental, igualdad de género y cohesión social— que permiten extraer conclusiones sólidas sobre su pertinencia, impacto y proyección futura.

Revalorización estratégica de una infraestructura olvidada:

La conversión del antiguo trazado ferroviario Guadix–Almendricos en una Vía Verde ha supuesto mucho más que una actuación de rehabilitación física. Se trata de una intervención estratégica que ha permitido recuperar un patrimonio histórico con valor cultural, social y ecológico, integrándolo en una nueva lógica de desarrollo territorial basada en el turismo sostenible y la movilidad no motorizada.

Este proceso ha sido especialmente significativo para la Comarca de Baza, una zona rural con riesgo de despoblación y limitada visibilidad en los circuitos turísticos tradicionales. La transformación del trazado en una infraestructura turística, recreativa y educativa ha

devuelto al territorio un eje vertebrador que no solo conecta físicamente municipios, sino también narrativas históricas, identidades locales y oportunidades económicas.

Impacto socioeconómico tangible en la comarca:

Uno de los logros más destacables del proyecto es la activación de la economía local en torno a la Vía Verde. A través del diseño del Club “Amigos de la Vía Verde”, se ha creado una red de colaboración que involucra a alojamientos rurales, restaurantes, comercios, guías turísticos y otros servicios comarcales.

Esta red no sólo visibiliza la oferta existente, sino que promueve sinergias entre actores locales, generando un ecosistema turístico más cohesionado. La web oficial y las redes sociales han comenzado a posicionar el destino en plataformas clave, facilitando el acceso a información estructurada y confiable.

Además, el proyecto responde a las necesidades expresadas en estudios previos sobre la falta de tejido empresarial especializado en turismo activo y sostenible, fomentando la creación de nuevas oportunidades de empleo, autoempleo y diversificación económica, con atención particular al emprendimiento juvenil y femenino.

Coherencia con la Agenda Urbana y la Agenda 2030:

El diseño y ejecución del proyecto se alinea plenamente con los principios y objetivos de la Agenda Urbana Española y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente en las siguientes metas:

ODS 8: al generar empleo local y apoyar el emprendimiento rural.

ODS 11: recuperar infraestructuras existentes y mejorar la accesibilidad del entorno rural.

ODS 12: al fomentar el consumo de productos locales y el desarrollo de una oferta turística responsable.

ODS 13: al promover la movilidad sostenible y reducir las emisiones mediante el impulso del cicloturismo.

ODS 17: al establecer alianzas entre actores públicos y privados del territorio.

La perspectiva de género también ha sido incorporada de forma transversal, tanto en el diagnóstico (donde se identificaron desigualdades estructurales en el acceso de las mujeres al turismo y al emprendimiento), como en las acciones concretas (visibilización de mujeres emprendedoras, lenguaje inclusivo, colaboración con asociaciones de mujeres, etc.).

Comunicación, identidad visual y marketing digital como palancas de cambio:

Una de las barreras detectadas al inicio del proyecto era la falta de visibilidad digital de la Vía Verde del Geoparque de Granada. No figuraba en webs oficiales de Vías Verdes ni en canales especializados en cicloturismo, y carecía de una estrategia propia de comunicación.

Durante el desarrollo del proyecto se han logrado avances notables:

Creación de una marca territorial sólida, con logotipo oficial y slogan.

Desarrollo de una página web dinámica con información sobre servicios y actividades.

Activación de perfiles en redes sociales clave (Facebook, Instagram, TikTok y YouTube).

Recopilación de un banco de imágenes y vídeos del territorio para campañas audiovisuales.

Estrategias de promoción colaborativa.

Estas herramientas han permitido proyectar la imagen de la Vía Verde más allá del ámbito local y construir una narrativa coherente con los valores del proyecto: sostenibilidad, identidad, comunidad y paisaje.

Participación comunitaria como motor de apropiación territorial:

La implicación de la comunidad local ha sido fundamental para legitimar el proyecto y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. A través de encuentros, adhesiones voluntarias al Club de Amigos, visitas de campo y colaboraciones institucionales, se ha creado un sentimiento de pertenencia en torno a la Vía Verde como recurso común.

Este proceso no solo ha fortalecido los lazos sociales entre municipios, sino que ha recuperado el orgullo por el patrimonio ferroviario y natural del territorio, activando memorias locales y reforzando el conocimiento colectivo sobre la historia y los recursos de la comarca.

Desafíos estructurales aún por resolver:

Aunque los avances han sido importantes, el proyecto aún enfrenta retos significativos:

El estado de algunos tramos se encuentra inacabado: Existen partes del recorrido aún no rehabilitadas o con deficiencias de accesibilidad.

Necesidad de mantenimiento continuado: La sostenibilidad de la infraestructura requiere inversión estable y posiblemente fórmulas de colaboración público-privada.

Falta de conexión entre la oferta turística: Aún es necesaria una mayor integración entre productos turísticos, servicios complementarios y experiencias culturales y educativas.

Limitaciones presupuestarias: La continuidad del proyecto dependerá de la captación de recursos públicos o fórmulas mixtas que garanticen su viabilidad operativa.

También será necesario que la Mancomunidad de Baza establezca procesos de trabajo ágiles. En especial, por tratarse de un equipo en el que van a participar distintas entidades: Mancomunidad, ayuntamientos, Diputación, Ministerio,....

Modelo exportable para otras zonas rurales:

La experiencia de la Comarca de Baza demuestra que con voluntad política, herramientas digitales y participación local es posible generar un modelo de desarrollo turístico sostenible en territorios rurales poco visibilizados. El enfoque metodológico del proyecto —basado en la reutilización de infraestructuras, la colaboración y la innovación comunicativa— es replicable en otras comarcas españolas con trazados ferroviarios abandonados y potencial turístico no explotado.

En cualquier caso, precisamente estamos trabajando con un modelo ya probado con éxito en otras zonas rurales del país. Las Vías Verdes se han erigido como grandes atractivos turísticos. Así pues, en estos momentos, nosotros somos los que estamos replicando.

Conclusión general:

La Vía Verde del Geoparque de Granada se consolida como un ejemplo de cómo convertir un patrimonio infrautilizado en una herramienta transformadora para el territorio. Este

proyecto no solo recupera un espacio físico, sino que activa procesos sociales, económicos y culturales que mejoran la calidad de vida de la población local.

Su potencial como motor de dinamización turística, su coherencia con las políticas de sostenibilidad y su fuerte arraigo comunitario lo posicionan como una buena práctica territorial a nivel nacional. Con una estrategia continuada, apoyo institucional y compromiso ciudadano, este modelo puede escalarse y adaptarse para contribuir al desarrollo equilibrado y justo de las zonas rurales en España.

Bibliografía.

TFP de Aitana Delgado, alumna del Programa Puentes 2023 y Patricia Moreno Noguera alumna del Programa Puentes 2024.

“Guía Geológica del Geoparque de Granada”, Francisco Juan García Tortosa

Informe “Inventariado de Recursos Turísticos del Geoparque de Granada”, Anabel Rodríguez

“Situación Actual del Cicloturismo en España”, 2022. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

“Estrategia estatal por la bicicleta”, 2021. Ministerio de transportes, movilidad y Agenda Urbana.

“Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de los caminos naturales y vías verdes españolas incluidos en el programa nacional de desarrollo rural”, 2019. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

“Estudio sobre el impacto económico del cicloturismo y las Vías Verdes en Europa”, 2015. Carmen Aycart.

Webs municipales y Web del Geoparque de Granada para los Puntos de Interés Turístico:

Baza: <https://ayuntamientodebaza.es/>, <https://www.bazaturismo.com/>

Benamaurel: <https://www.benamaurel.es/>

Caniles: <https://caniles.es/>

Cortes de Baza: <https://www.cortesdebaza.es/>

Cuevas del Campo: <https://www.cuevasdelcampo.es/>

Cúllar: <http://www.cullar.es/>

Freila: <http://www.freila.es>

Zújar: <https://www.aytozujar.es/>

Google, para establecimientos

Web Vía Verde general y webs vías verdes específicas.

<https://www.fundacionviaverdedelasierra.es/> VÍA VERDE DE LA SIERRA

<https://terresdelebre.travel/es/que-fer/turisme-actiu/via-verda> VÍA VERDE TERRES DE L'EBRE

<https://matarranyaturismo.es/turismo-familiar/rutas-en-bicicleta/via-verde> Comarca del Matarraña

<https://plazaola.eus/> Vía verde de Plazaola

<https://gaptrail.org/> Great Allegheny Passage

<https://conalforjas.com/via-verde-aceite-bicicleta/> Vía Verde del aceite

Diputación de Granada. (2019). Proyecto Geoparque de Granada. Recuperado de Diputación de Granada.

<https://www.dipgra.es/servicios/empleo-y-formacion/programa-puentes/>

De España, Gobierno. Ley 34/2007, de 15 de noviembre, de calidad del aire y protección de la atmósfera. Boletín Oficial del Estado, (2007)

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-19744>

De España, Gobierno, Ley 13/2011, de 23 de Diciembre turismo en Andalucía

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2012-876>

Junta de Andalucía (2002). Decreto 202/2002 del 29 de Enero, turismo en el medio rural y turismo activo. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/14/1>

Europeo, Consejo; De La Unión Europea, Consejo (2021) “Pacto Verde Europeo”

https://gestiontercersector.org/wp-content/uploads/sites/10/2024/04/Infografia-Pacto-Verde-Europeo_compressed.pdf

Fundación de los Ferrocarriles Españoles. (2007). Programa Vías Verdes. Recuperado de (Fundación de los Ferrocarriles Españoles, 2007). <https://www.ffe.es/viasverdes/index.asp>

García Bello I, Ventura Fernández Jesús. Aproximación metodológica a los itinerarios no motorizados de mayor potencialidad para la intermodalidad tren+ bici en Andalucía. Revista de Estudios Andaluces, (2019)

https://www.academia.edu/download/91638510/10_Garcia-Bello_Ventura-Fern_C3_A1ndez.pdf

García, J. C. O., Núñez, A. B., & Kite, M. A. (2022). Conocimiento general y gráfico de los elementos patrimoniales del ferrocarril Lorca-Baza. Actuaciones necesarias para su tutela. Revista electrónica de Patrimonio Histórico, (31), 162-186.

<https://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/24273>

Moral, Moral, María, et al. (2016) La puesta en valor de un recurso turístico cultural sostenible en el medio rural. El caso de las Vías Verdes en España.

<https://rodin.uca.es/handle/10498/30741>

Ministerio de Industria y Turismo (2025) Turismo sostenible, una estrategia para el futuro.

<https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2025/Paginas/turismo-sostenible.aspx#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del%20Turismo,y%20de%20las%20comunidades%20anfitrionas%22.>

Ministerio de Derechos Sociales Consumo y Agenda 2030 (2015) Conoce la Agenda

<https://www.dsca.gob.es/es/agenda-2030/conoce-la>

[agenda#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Agenda%202030,el%20acceso%20a%20la%20justicia.](#)

Olmo García, J. C., Burgos Núñez, A., & Kite, M. A. (2022). Conocimiento general y gráfico de los elementos patrimoniales del ferrocarril Lorca-Baza. Actuaciones necesarias para su tutela. Revista electrónica De Patrimonio Histórico, (31), 162–186. <https://doi.org/10.30827/erph.vi31.24273>

Quiroga, M.F y García G. P. (2014). “Cicloturismo en Buenos Aires, otra forma de descubrir la ciudad”. Universidad de Palermo. Facultad de Ciencias Económicas. Argentina. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/134153>

Romero Cortijo, M. D. C. (2024). Estudio de viabilidad de la realidad virtual y la realidad aumentada para enriquecer las visitas al geoparque de Granada. Trabajo Fin de Grado Universidad a distancia de Madrid Grado en empresariales y actividades turísticas. <https://udimundus.udima.es/bitstream/handle/20.500.12226/2039/TFG%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Snapy5 (2023) Vía verde Guadix- Almendricos: Baúl-Baza-Valle del Almanzora-Arboleas. <https://es.wikiloc.com/rutas-bicicleta-electrica/via-verde-guadix-almendricos-baul-baza-vall-e-del-almanzora-arboleas-153344431>

Anexos.



PROMOCIÓN TURÍSTICA VÍA VERDE COMARCA DE BAZA

IMPULSANDO EL TURISMO DE LA CIUDAD

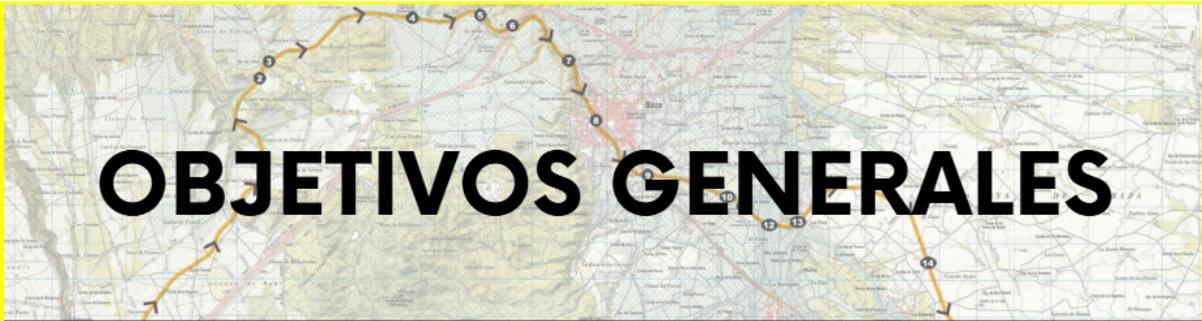


LIDIA MATEOS VICO
JULIO 2025




INTRODUCCIÓN

Este proyecto presenta el antiguo trazado ferroviario Guadix-Almendricos en la Comarca de Baza como Vía Verde del Geoparque de Granada. Una iniciativa que impulsa el turismo sostenible, la economía local y la conservación del patrimonio, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



OBJETIVOS GENERALES

1

- PROMOCIONAR TURÍSTICAMENTE EL TRAMO DE LA VÍA VERDE FC GUADIX- ALMENDRICOS.
- ACTIVAR Y FAVORECER LA ECONOMÍA URBANA Y RURAL DE LA COMARCA.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2

- ESTIMULAR LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.
- VISIBILIZAR EL PATRIMONIO GEOLÓGICO, ARQUEOLÓGICO, CULTURAL Y DE LA COMARCA.
- PROMOVER LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD LOCAL.
- ATRAER VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES.



¿QUÉ ES EL CLUB AMIGOS DE LA VÍA VERDE?

"Amigos de la Vía Verde" es una plataforma de promoción colaborativa que integra a los establecimientos públicos y privados de la Comarca de Baza (alojamientos, comercios, restaurantes, servicios turísticos, centros de salud, etc.) con el objetivo de visibilizar los recursos locales y dinamizar el tejido económico comarcal.



OBJETIVOS DEL CLUB

- Convertirnos en un punto de referencia del turismo responsable en la comarca, dando visibilidad al pequeño comercio y conectando a los visitantes con la oferta local.
- Mejorar la experiencia del visitante, al ofrecer información estructurada y accesible.
- Reforzar la identidad territorial y el sentido de pertenencia.
- Favorecer el turismo circular y sostenible.

REQUISITOS Y VENTAJAS PARA EMPRESAS



PERFIL DEL VISITANTE



-Local: familias, caminantes, senderistas ocasionales.

-Nacional: cicloturistas, viajeros rurales, grupos organizados.

-Internacional: turistas europeos (principalmente alemanes y franceses) interesados en naturaleza, cultura y sostenibilidad.

Motivaciones principales:

-Contacto con la naturaleza.

-Actividad física (senderismo, bicicleta).

-Turismo cultural y gastronómico.

Búsqueda de experiencias auténticas.

Canales preferentes: redes sociales, recomendaciones, Google Maps, páginas web especializadas.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO, O EN SU CASO ESTUDIO DE VIABILIDAD.

Desglose de gastos anuales previstos

-  Personal contratado (media jornada): 14.000 €
-  Suministros (luz, internet): 1.200 €
-  Mantenimiento técnico web: 300–500 €
-  Publicidad online estacional: 300–400 €
-  Material gráfico y distintivos: 300 €
-  Eventos y dinamización: 300–400 €
-  Gestión base de datos y soporte técnico: 200 €



ANEXO II

REPORTAJE GRÁFICO





