



PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



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

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS

Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical



ALICIA GARCÍA BUSTOS

ANTONIO COBOS GARCÍA

24/07/2026

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)	4
1 DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Y TERRITORIO	4
1.2.1 Fuentes de información primarias	4
1.2.2 Fuentes de información secundarias	5
1.2.3 Tratamiento de la información	8
1.3 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN	8
1.3.1 Contexto territorial: la Costa Tropical de Granada	9
1.3.2 Situación del sector de chiringuitos en la Costa Tropical	9
1.3.3 Principales dificultades	10
1.3.4 Palancas de impulso	11
1.4 ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS	12
1.4.1 Caso 1: Chiringuitos Responsables de la Fundación Biodiversidad (España)	12
1.4.2 Caso 2: Nova Sunset Club, Chiclana de la Frontera (Cádiz)	12
1.4.3 Caso 3: Ecovidrio y la hostelería sostenible de la costa española	13
1.4.4 Caso 4: Turismo gastronómico digital en Galicia	13
1.4.5 Caso 5: Benidorm, destino pionero en turismo sostenible	13
1.4.6 Síntesis de elementos clave para el Plan Eco-Chiringuitos	14
2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES	14
2.1 Formulación del problema	14
2.2 Alternativas de desarrollo y evaluación	15
2.3 Evaluación comparativa y propuesta de alternativa recomendada	17
2.4 Análisis de externalidades	17
2.5 Indicadores de seguimiento propuestos	18
3 PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA	19
3.1 DENOMINACIÓN	19
3.2 OBJETIVOS OPERATIVOS	20
3.3 ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO	22
3.4 ACTIVIDADES GENERALES Y TAREAS ESPECÍFICAS	24
3.5 RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES	28
3.5.2. Nivel 1: Básico (Bajo Coste)	29
3.5.1.1. Iluminación LED	29
3.5.1.2. Eliminación de Plásticos de Un Solo Uso	29
3.5.1.3. Separación de Residuos	30
3.5.1.4. Carta Kilómetro 0 Básica	31
3.5.2. Nivel 2: Medio	32
3.5.2.1. Electrodomésticos Eficientes	32

3.5.2.2. Sistemas de Ahorro de Agua.....	33
3.5.2.3. Digitalización (Cartas Digitales y Control de Consumos)	34
3.5.3. Nivel 3: Avanzado.....	36
3.5.3.1. Fotovoltaica y Almacenamiento en Baterías.....	36
4.3.2. Bioclimática Completa	37
4.3.3. Materiales Estructurales Sostenibles.....	38
3.6 FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.	40
3.7 HOJA DE RUTA TERRITORIAL PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	43
3.8 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO, O EN SU CASO ESTUDIO DE VIABILIDAD.	51
3.9 INCORPORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL PROYECTO.....	53
3.10 DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, SOLUCIONES MARKETING, ETC.	57
3.10.1. Qué debe ser un Eco-Chiringuito	61
3.10.2. Etapas para convertirse en Eco-Chiringuito	61
3.10.3. Por qué vincular marcas ancla: la lógica de marketing.....	62
3.10.4 Marcas ancla seleccionadas para el proyecto piloto comarcal	62
3.10.5 Modelo de vinculación: sello “Marca Aliada Km 0”	63
3.10.6 Diseño gráfico de la Carta Kilómetro 0	64
3.10.6.1 Concepto e identidad visual	64
3.10.6.2. Estructura y contenidos de la carta	64
3.10.6.3. Sistema de señalética y soportes.....	65
3.10.6.4. Formatos de producción	65
3.10.6.5. Maquetación de página tipo (ejemplo descriptivo).....	65
3.10.7. Plan Financiero	66
3.10.7.1. Presupuesto de diseño y producción (alcance: toda la Costa Tropical, +20 establecimientos)	66
3.10.7.2. Presupuesto de campaña de lanzamiento y comunicación.....	66
3.10.7.3. Modelo de aportación y análisis de costes-beneficios para las marcas..	67
3.10.7.4. Fuentes de financiación propuestas.....	67
3.10.7.5. Estimación del impacto económico en la Costa Tropical.....	67
3.10.7.6. Indicadores de seguimiento económico.....	68
4 BIBLIOGRAFÍA.	80

Anexos

Anexo 1. Presentación del proyecto en Power Point.

Anexo 2. Reportaje gráfico.

Anexo 3. Ficha de proyecto de la entidad local.

Anexo 4. Estudio de viabilidad económico-financiera (si procede).

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

1 DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Y TERRITORIO.

1.2.1 Fuentes de información primarias

Las fuentes primarias constituyen aquella información original recopilada directamente del terreno y de los agentes implicados en el proyecto. Este tipo de fuentes ha sido fundamental para comprender la realidad específica de los establecimientos de hostelería de playa en la Costa Tropical, así como para identificar necesidades, oportunidades y resistencias al cambio hacia un modelo de eco-chiringuito.

- **Documentación del proyecto previo:** Se ha tenido acceso al documento técnico 'Estrategia de transformación integral para el litoral granadino: El modelo de Eco-Chiringuito de la Costa Tropical como paradigma de sostenibilidad y competitividad', elaborado en fases anteriores del proyecto Puentes. Este documento establece los requisitos fundamentales para la certificación de un establecimiento como eco-chiringuito, divididos en cinco ámbitos: infraestructura bioclimática y materiales de proximidad, autoconsumo energético y eficiencia pasiva, gestión de residuos en modelo circular, gastronomía de kilómetro cero e identidad visual y certificaciones de calidad (Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, 2024).
- **Programa de prácticas Puentes:** Se ha analizado el documento de programación de prácticas del proyecto, que establece las fases de desarrollo, objetivos estratégicos y específicos, así como el calendario de actuaciones. Este programa se enmarca dentro de la Agenda Urbana del área funcional de la Costa Poniente de Granada, que integra diez municipios pertenecientes a la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, y responde a los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española, particularmente el Objetivo 3 (Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia) y el Objetivo 4 (Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular) (Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible, 2019).
- **Entrevistas y trabajo de campo:** Durante el desarrollo de las prácticas se han realizado visitas presenciales a los chiringuitos de la zona, entrevistas con empresarios del sector, técnicos de la Mancomunidad y representantes de la Asociación de Chiringuitos y Empresarios de Playas de la Costa Tropical. Estas interacciones han permitido recabar información cualitativa sobre el grado de adaptación actual del sector, las principales dificultades percibidas y las palancas de impulso identificadas desde la perspectiva de los propios actores locales.

1.2.2 Fuentes de información secundarias

Las fuentes secundarias aportan el marco teórico y comparativo necesario para situar el proyecto en un contexto más amplio de políticas públicas, investigación académica y experiencias de éxito. La consulta de estas fuentes ha seguido una estrategia de búsqueda estructurada en las bases de datos académicas Google Scholar, Web of Science, Dialnet y el repositorio de documentos de la Agenda Urbana Española y la Agenda 2030.

- **Marco Conceptual y Normativo**

1. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015, establece un marco global de actuación compuesto por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas específicas. El sector turístico desempeña un papel fundamental en el cumplimiento de múltiples ODS, particularmente aquellos relacionados con la acción climática (ODS 13), la vida submarina (ODS 14), la producción y consumo responsables (ODS 12), y las ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11) (Naciones Unidas, 2015). El modelo de eco-chiringuito se alinea directamente con estos objetivos mediante la implementación de prácticas de economía circular, eficiencia energética y gestión sostenible de los recursos marinos.

El ODS 12 resulta especialmente relevante para el modelo eco-chiringuito, ya que promueve la reducción del desperdicio alimentario, la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y la reducción de la generación de residuos. Asimismo, el ODS 14 subraya la necesidad de conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, mares y recursos marinos, lo que incluye la reducción de la contaminación marina de todo tipo, en particular la generada por actividades realizadas en tierra firme (Elmahdi Elaamrani, 2023). Los eco-chiringuitos, ubicados en primera línea de playa, tienen la capacidad de influir directamente en la protección de estos ecosistemas mediante prácticas responsables de gestión de residuos y consumo.

2. La Agenda Urbana Española y su Aplicación Turística

La Agenda Urbana Española constituye el marco estratégico nacional para el desarrollo sostenible de las ciudades y territorios, estableciendo una hoja de ruta para la implementación de los ODS en el ámbito urbano. En su objetivo específico 7.2, la Agenda se propone "fomentar el turismo inteligente, sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local" (Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible, 2019). Esta orientación se materializa a través de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que promueve la gestión integrada de los destinos turísticos mediante el uso de tecnología, la innovación y la gobernanza colaborativa.

La alineación entre la Agenda Urbana y el plan de sostenibilidad turística resulta imprescindible para garantizar sinergias y una transformación coherente del destino. Como señalan diversos autores, "la movilidad, los servicios públicos, el orden urbanístico son factores que afectan directamente a la actividad turística, por lo que resulta esencial una planificación integrada" (Turismo con Principios, 2023). En este contexto, el programa Puentes de la Diputación de Granada representa un mecanismo operativo efectivo para trasladar estos principios a la acción concreta en los municipios de la Costa Tropical.

3. La Estrategia España Turismo 2030

La Estrategia España Turismo 2030, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo, establece el marco estratégico para la transformación del sector turístico español hacia un modelo más sostenible, digitalizado, integrador y competitivo. Esta estrategia contempla medidas específicas para la renovación e impulso de los destinos turísticos de sol y playa, reconociendo la necesidad de reformular sus modelos de gestión para ajustar su capacidad de acogida y mejorar la rentabilidad de sus productos turísticos (Secretaría de Estado de Turismo, 2023).

Entre los programas estratégicos incluidos en esta estrategia, el Programa Residentes tiene como objetivo fortalecer la cohesión social de los destinos turísticos, enfrentando los factores que generan tensión y promoviendo una convivencia equilibrada. Este programa incluye medidas para la revalorización de la percepción ciudadana de los destinos mediante el reconocimiento de las acciones de sostenibilidad ambiental que realiza el sector turístico, así como el desarrollo de pactos turísticos locales y el diseño de prototipos para incorporar al residente en la planificación de los recursos (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

4. Norma UNE-ISO 21401:2019

La norma internacional UNE-ISO 21401:2019, titulada "Sistemas de Gestión de la Sostenibilidad para Alojamientos Turísticos", establece los requisitos para implementar un sistema de gestión de la sostenibilidad en establecimientos de alojamiento. Esta norma aborda cuestiones fundamentales como la salud y seguridad de los empleados, la calidad y satisfacción del cliente, el consumo de agua y energía, la generación de residuos y las interacciones con las comunidades locales (AENOR, 2019). Aunque originalmente diseñada para hoteles y apartamentos turísticos, sus principios son aplicables y altamente recomendables para establecimientos de hostelería de playa como los chiringuitos.

La ISO 21401 se estructura en torno a tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: el ambiental, el social y el económico. El pilar ambiental abarca la gestión de agua, la gestión de energía, la producción de residuos, y la protección de áreas naturales y flora y fauna. El pilar sociocultural aborda

la relación con la comunidad local, la generación de renta y empleo, la promoción de la cultura local y las condiciones de trabajo. Finalmente, el pilar económico considera la viabilidad económica del alojamiento, la seguridad y salud de huéspedes y trabajadores, y la satisfacción del cliente (ISO, 2019). La implementación de esta norma permite a los establecimientos certificarse con la Marca "S" de Sostenibilidad Turística, otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

5. La Bandera Azul y los Certificados de Sostenibilidad

La Bandera Azul constituye uno de los galardones ambientales más reconocidos a nivel internacional, gestionado por la Fundación para la Educación Ambiental (FEE) y presente en más de cincuenta países. Este distintivo se otorga a playas, puertos deportivos y embarcaciones turísticas que cumplen con estrictos criterios de gestión ambiental, seguridad, accesibilidad, educación ambiental y limpieza (ADEAC, 2023). España ha liderado consistentemente el ranking mundial de Banderas Azules, contando en 2025 con 642 playas galardonadas distribuidas en 247 municipios, lo que consolida su posición como referente en turismo sostenible.

Para los eco-chiringuitos, la aspiración a obtener o mantener la Bandera Azul en sus playas asociadas representa un compromiso visible con la sostenibilidad. Los criterios de evaluación incluyen la gestión de residuos, la calidad del agua de baño, la seguridad, la accesibilidad, y la existencia de servicios e instalaciones (Fundación para la Educación Ambiental, 2023). Los establecimientos que adoptan el modelo eco-chiringuito contribuyen activamente al cumplimiento de estos criterios mediante prácticas responsables de gestión de residuos, eliminación de plásticos y participación en campañas de limpieza de playas.

- *Literatura académica*

La revisión bibliográfica ha abordado diversas líneas de investigación. En el ámbito de la economía circular y el turismo, Sahin et al. (2024) realizan un análisis bibliométrico de la economía circular en el sector turístico, destacando la creciente importancia de las prácticas basadas en los principios de reducir, reutilizar y reciclar. Kiausien et al. (2024) investigan la aplicación de los principios de economía circular en el sector turístico mediante entrevistas en 12 establecimientos, concluyendo que el principio 'Reducir-Repetir-Reciclar' (3R) es el más aplicado en los servicios de alojamiento y restauración. Por su parte, Sun y Nasrullah (2024) analizan la transición verde en la industria hotelera, señalando la influencia de las fuerzas del mercado y la dinámica de los clientes en el rendimiento sostenible en la era digital.

En cuanto al turismo costero y el cambio climático, el informe de MedECC (2026) advierte que el litoral mediterráneo experimenta una erosión significativa, con una retirada proyectada de la línea

de costa mediana de 17 metros para 2100, lo que constituye un riesgo elevado para las áreas de turismo intensivo de sol y playa. El estudio de Er-Ramy et al. (2023) propone el Análisis Sectorial como herramienta de gestión costera para el desarrollo turístico sostenible, integrando limpieza de playas, tipología y calidad del paisaje costero.

Respecto al turismo gastronómico y productos locales, el estudio sistemático de Robinson et al. (2025) examina la correlación entre el turismo gastronómico y la economía local, evidenciando que, cuando se gestiona responsablemente, el turismo gastronómico puede contribuir al desarrollo sostenible del destino. Pamukcu et al. (2021) analizan los efectos de los alimentos locales y los productos con indicación geográfica en el desarrollo de la gastronomía turística, concluyendo que estos productos constituyen un elemento diferenciador clave para los destinos.

- *Fuentes estadísticas*

Se han consultado datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos, y del Observatorio de Turismo de la Costa Tropical. Los datos indican que la Costa Tropical cuenta con una oferta de 12.539 plazas de alojamiento, concentradas principalmente en Almuñécar y Motril (82,63% del total), y que el turismo representa la segunda actividad económica de la comarca tras la agricultura (Espinosa Arias, 2015). La ocupación hotelera en los meses de julio y agosto supera el 90%, con picos del 95% en periodos festivos (Granada Hoy, 2026).

1.2.3 Tratamiento de la información

La información recopilada se ha tratado mediante un proceso de triangulación que integra los datos cuantitativos (estadísticas de turismo, indicadores de sostenibilidad) con la información cualitativa (entrevistas, observación de campo, documentación del proyecto). Este enfoque ha permitido construir un diagnóstico integral que combina la visión macro del sector turístico en la Costa Tropical con la realidad micro de los establecimientos de hostelería de playa. Los datos han sido organizados en cuatro dimensiones analíticas: (1) marco normativo e institucional; (2) situación del sector turístico local; (3) grado de adaptación a la sostenibilidad; y (4) oportunidades de dinamización económica y comunicación.

1.3 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

El diagnóstico de situación analiza la realidad actual de los chiringuitos en la Costa Tropical de Granada desde una perspectiva multidimensional, identificando los factores que condicionan su transición hacia un modelo sostenible, así como las palancas de impulso disponibles para acelerar esta transformación. El análisis se estructura en torno a cuatro ejes: contexto territorial, situación del

sector, principales dificultades y palancas de impulso.

1.3.1 Contexto territorial: la Costa Tropical de Granada

La Costa Tropical granadina constituye un área funcional de alta singularidad dentro del litoral mediterráneo español. Con una franja litoral de 72 kilómetros, de los cuales el 34,7% son playas y el 62,3% acantilados, ramblas y vegas, presenta una diversidad paisajística que la distingue de las demás costas andaluzas (Espinosa Arias, 2015). Su clima mediterráneo subtropical, con más de 320 días de sol al año y una temperatura media anual de 20°C, favorece el desarrollo de una agricultura de frutos tropicales única en Europa (chirimoya, aguacate, mango, níspera), que constituye un activo diferenciador para la gastronomía local.

El municipio de Motril, con 60.887 habitantes según el censo de 2011, funciona como cabecera comarcal por su peso político, económico y demográfico. La oferta de alojamiento turístico se concentra en Almuñécar y Motril, que representan el 82,63% del total de plazas, con una distribución desigual: Almuñécar destaca en plazas hoteleras (3.735), mientras que Motril lidera en campings (1.962 plazas) (Espinosa Arias, 2015). Esta concentración evidencia una dependencia del modelo turístico tradicional de sol y playa, que canaliza el 63% de toda la oferta hotelera española y el 65% de la demanda total (Salou Congress, 2022).

La Costa Tropical está viviendo un momento de excepcional dinamismo turístico. Los datos de ocupación hotelera de agosto de 2024 registraron un récord, rozando el 95% de ocupación, con un perfil de visitante diverso que combina turismo nacional (70%) e internacional (30%), destacando los mercados británicos, francés y alemán (Motril Digital News, 2024). Los puertos deportivos de la zona (Marina del Este en Almuñécar y Marina Motril) generaron en 2025 un impacto económico conjunto de 9,5 millones de euros y 88 empleos directos e indirectos (El Estrecho Digital, 2026).

1.3.2 Situación del sector de chiringuitos en la Costa Tropical

El sector de chiringuitos en la Costa Tropical se encuentra en un momento de inflexión. Tradicionalmente concebidos como establecimientos de temporada vinculados al modelo de turismo de sol y playa, estos negocios enfrentan la necesidad de adaptarse a un nuevo paradigma que integra sostenibilidad ambiental, eficiencia económica y valoración del territorio. Según datos de la Junta de Andalucía, en la comunidad autónoma están inventariados unos 700 chiringuitos, de los cuales aproximadamente un tercio presenta algún tipo de incumplimiento de la Ley de Costas (Qamarero, 2024).

En la Costa Tropical, la Asociación de Chiringuitos y Empresarios de Playas de la Costa Tropical agrupa a la mayoría de los establecimientos del litoral granadino. Los empresarios del sector han mostrado

una creciente conciencia ambiental, implementando iniciativas como el reciclaje de aceites usados, la instalación de placas solares en algunos establecimientos y la apuesta por productos locales (Granada Hoy, 2024). Sin embargo, estos esfuerzos se han realizado de manera fragmentada, sin un marco integral que garantice la sostenibilidad del conjunto del sector.

La iniciativa Eco-Chiringuitos, presentada en FITUR 2024 por la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical con el apoyo de la Diputación de Granada, supone un punto de inflexión al proponer un nuevo modelo de establecimiento de playa: de bajo impacto ambiental, integrado en el paisaje del litoral, energéticamente eficiente, comprometido con la gastronomía de kilómetro cero y dotado de una identidad visual propia (Ideal.es, 2024). El Plan Formativo y Dinamización de la Medida Tractora Eco-Chiringuitos, financiado con 30.000 euros de la Diputación de Granada, ha incluido un curso formativo sobre sostenibilidad ambiental, gestión sostenible, productos Km0 y un taller de ecodiseño de infraestructuras (Costa Tropical.es, 2025).

1.3.3 Principales dificultades

- **Resistencia al cambio y costes de inversión:** La principal dificultad identificada es la inversión inicial requerida para la transformación de los establecimientos. Muchos chiringuitos operan con márgenes estrechos y temporales, lo que dificulta la asunción de costes adicionales para materiales sostenibles, instalación de paneles fotovoltaicos o sistemas de gestión de residuos. El estudio de Osmancelebioglu (2025) sobre el valor añadido de los ecolabels para las pymes turísticas europeas señala que, a pesar de los beneficios a largo plazo, las pequeñas empresas enfrentan barreras significativas relacionadas con los costes de certificación y la falta de conocimiento técnico.
- **Marco normativo incierto:** El anteproyecto de reforma del reglamento de costas introduce cambios sustanciales que afectan directamente a los chiringuitos: prohibición de estructuras en riesgo de inundación marina, limitación a una sola planta sin sótano, distancias mínimas de 300 metros entre establecimientos en playas naturales y 150 metros en playas urbanas, y eliminación de las renovaciones automáticas de concesiones (Diario de Sevilla, 2026). Según la Federación Andaluza de Empresarios de Playas, la restricción a una única planta afectaría a prácticamente todos los chiringuitos andaluces.
- **Fragmentación del sector:** La falta de coordinación entre los establecimientos dificulta la adopción de estándares comunes y la creación de una marca territorial unificada. Cada negocio opera de forma independiente, sin una estrategia conjunta de comunicación ni un sistema de garantía de calidad compartido. Esta fragmentación limita el impacto de las iniciativas individuales y dificulta la visibilización del compromiso sostenible del sector ante

los visitantes.

- **Escasa presencia digital:** Los chiringuitos de la Costa Tropical presentan, en general, una presencia digital limitada. La mayoría carece de estrategias de marketing de contenidos en redes sociales que comuniquen sus prácticas sostenibles, sus productos locales y su vinculación con el territorio. Esta debilidad representa una oportunidad perdida para la diferenciación competitiva, dado que el turista contemporáneo valora cada vez más las experiencias auténticas conectadas con el destino (Robinson et al., 2025).

1.3.4 Palancas de impulso

- **Financiación pública disponible:** El proyecto Eco-Chiringuitos cuenta con el respaldo institucional de la Diputación de Granada, la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical y la Unión Europea a través de los fondos NextGenerationEU y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España (Costa Tropical.es, 2025). Adicionalmente, existen líneas de ayuda para eficiencia energética, energías renovables y gestión de residuos que pueden complementar la inversión privada.
- **Demanda turística sensible a la sostenibilidad:** El Informe de Viajes Sostenibles 2024 de Booking.com indica que el 83% de los viajeros globales considera que el turismo sostenible es esencial, aunque solo el 45% siente que existen suficientes opciones de alojamiento sostenible (EHL Hospitality Insights, 2021). Esta brecha entre demanda y oferta representa una oportunidad de diferenciación competitiva para los establecimientos que logren comunicar efectivamente su compromiso sostenible.
- **Productos locales de alto valor:** La Costa Tropical dispone de productos agroalimentarios únicos (chirimoya con DOP, aguacate, mango, capturas frescas de la Lonja de Motril) que constituyen un activo diferenciador para la oferta gastronómica. La integración de estos productos en las cartas de los chiringuitos no solo reduce la huella de carbono del transporte, sino que también genera una narrativa de origen que enriquece la experiencia del visitante (Pamukcu et al., 2021).
- **Experiencias previas de éxito:** La existencia de establecimientos referentes, como el chiringuito El Farillo en Motril (galardonado por Ecovidrio por su integración paisajística y uso de materiales naturales) o el Nova Sunset Club en Chiclana (primer chiringuito de España con certificado QSostenible), demuestra la viabilidad del modelo sostenible y proporciona ejemplos concretos para el resto del sector (Eltiempo.es, 2024).

1.4 ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS.

El análisis de experiencias desarrolladas en otros contextos geográficos permite identificar elementos clave de éxito, lecciones aprendidas y estrategias replicables para el Plan de Difusión y Dinamización Eco-Chiringuitos en la Costa Tropical. A continuación, se presentan cinco casos de referencia organizados según su principal ámbito de innovación.

1.4.1 Caso 1: Chiringuitos Responsables de la Fundación Biodiversidad (España)

El programa 'Chiringuitos Responsables', impulsado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y coordinado por la Fundación Biodiversidad desde 2012, constituye la experiencia más relevante a escala nacional en materia de sostenibilidad de establecimientos de playa. El programa se articula en torno a un Decálogo de Buenas Prácticas Ambientales que aborda cinco ejes: consumo de recursos, gestión de residuos y contaminación, espacio ocupado, sensibilización ambiental y responsabilidad social empresarial (Fundación Biodiversidad, 2015).

Los resultados acumulados del programa son significativos: más de 660 chiringuitos adheridos al decálogo, más de 16.000 voluntarios participantes y 53.500 euros distribuidos en premios entre los 18 establecimientos galardonados en las primeras ediciones. Los 'Premios Chiringuitos Responsables' reconocen iniciativas en tres categorías: iniciativas ya desarrolladas, ideas proyectadas y actuaciones de asociaciones o federaciones de chiringuitos (Fundación Biodiversidad, 2013).

- **Elementos clave transferibles:** La experiencia demuestra la importancia de contar con un marco de buenas prácticas claro y aplicable, mecanismos de reconocimiento público que incentive la participación, y la combinación de formación, sensibilización y premiación como palancas de cambio.

1.4.2 Caso 2: Nova Sunset Club, Chiclana de la Frontera (Cádiz)

El Nova Sunset Club, ubicado en la playa de La Barrosa, fue el primer chiringuito de España en obtener el certificado QSostenible, sello de referencia que certifica la sostenibilidad integral del establecimiento. El negocio integra un restaurante con carta fusión-mediterránea, terraza, bar chill out, hamacas y camas balinesas, ofreciendo lo que denominan 'la experiencia Nova' (Eltiempo.es, 2024).

- **Elementos clave transferibles:** La certificación como diferenciador competitivo, la integración de la sostenibilidad en la propuesta de valor del negocio (no como un añadido sino como elemento central de la experiencia del cliente), y la combinación de gastronomía

de calidad con espacios de ocio que justifican una estancia prolongada del visitante.

1.4.3 Caso 3: Ecovidrio y la hostelería sostenible de la costa española

Ecovidrio, la entidad encargada de la gestión del reciclado de vidrio de uso doméstico en España, ha desarrollado un programa de reconocimiento a los establecimientos hosteleros de la costa más comprometidos con la sostenibilidad. En su última edición, el galardón recayó sobre diez establecimientos de seis comunidades autónomas, destacando el chiringuito El Farillo en Motril (Granada) por su integración paisajística junto a la torre vigía de Torredoblada, su construcción con materiales naturales (madera, esparto, junco africano y paja) y su diseño bioclimático que aprovecha la ventilación natural para prescindir del aire acondicionado (Ecovidrio, s.f.).

- **Elementos clave transferibles:** La visibilizarían de buenas prácticas como herramienta de marketing sostenible, el valor del diseño bioclimático tanto para la reducción del consumo energético como para la integración paisajística, y la importancia de vincular el establecimiento con elementos patrimoniales del territorio para enriquecer la experiencia del visitante.

1.4.4 Caso 4: Turismo gastronómico digital en Galicia

La investigación de Alonso-Almeida et al. (2025) analiza las estrategias de marketing digital territorial en Galicia, identificando las herramientas digitales más utilizadas para la promoción del turismo gastronómico: redes sociales e influencer marketing, content marketing, plataformas móviles especializadas, realidad aumentada, publicidad digital segmentada y sistemas de analítica y reputación online. El estudio destaca que Turismo de Galicia ha seleccionado diez influencers como 'Embaixadores de Galicia', logrando una campaña con 1.478.746 seguidores alcanzados y 3.107.292 visualizaciones.

- **Elementos clave transferibles:** La estrategia de embajadores de marca (influencers locales e internacionales) como canal de difusión, la importancia del content marketing que conecte la gastronomía con la identidad territorial, y la necesidad de integrar la oferta gastronómica en el recorrido digital del turista desde la fase de inspiración hasta la recomendación posterior mediante influencers y usuarios en plataformas como Instagram o TikTok.

1.4.5 Caso 5: Benidorm, destino pionero en turismo sostenible

Benidorm ha sido reconocido por la Comisión Europea como 'Pionero Verde Europeo del Turismo Inteligente 2025', demostrando que la preservación medioambiental y el desarrollo turístico pueden ir de la mano. Con más del 60% de su territorio protegido desde 1956, la ciudad ha alcanzado un

índice de efectividad del 95% en su red hídrica y ha duplicado el número de árboles en áreas urbanas en la última década (Turespaña, 2025).

- **Elementos clave transferibles:** La planificación urbanística innovadora como base de la sostenibilidad, la gestión eficiente de recursos hídricos como elemento diferenciador, la diversificación de la oferta más allá del sol y playa, y la importancia de la comunicación transparente de los logros sostenibles para mantener la confianza y el posicionamiento competitivo del destino.

1.4.6 Síntesis de elementos clave para el Plan Eco-Chiringuitos

De los casos analizados se derivan seis elementos clave que deben integrarse en el Plan de Difusión y Dinamización Eco-Chiringuitos: (1) un marco de buenas prácticas claro y certificable; (2) mecanismos de reconocimiento público que incentiven la participación; (3) formación técnica y acompañamiento a los empresarios; (4) estrategia de marketing digital centrada en el contenido y los embajadores de marca; (5) integración de la gastronomía local como elemento diferenciador; y (6) comunicación transparente de los logros sostenibles.

2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

A partir del diagnóstico realizado y del análisis de casos de buenas prácticas, se formula el problema central que aborda el proyecto y se evalúan las alternativas de desarrollo, considerando su viabilidad, impacto esperado y fuentes de financiación potenciales.

2.1 Formulación del problema

Los chiringuitos de la Costa Tropical de Granada operan predominantemente bajo un modelo de hostelería de playa convencional, caracterizado por una alta estacionalidad, una propuesta de valor homogeneizada centrada exclusivamente en el producto sol y playa, y una escasa integración de criterios de sostenibilidad ambiental, eficiencia energética y valoración del territorio. Esta situación se manifiesta en tres problemas interrelacionados:

Problema 1 - Baja resiliencia climática y ambiental: Los establecimientos actuales presentan una huella de carbono elevada debido al uso de materiales de construcción no sostenibles, la

dependencia de fuentes de energía convencionales, la gestión insuficiente de residuos y la ausencia de criterios bioclimáticos en su diseño. Según el informe de MedECC (2026), el litoral mediterráneo es particularmente vulnerable a los efectos del cambio climático, lo que hace imperativa la adaptación de las infraestructuras costeras.

Problema 2 - Pérdida de competitividad y estacionalidad: La homogeneización de la oferta y la dependencia exclusiva del modelo sol y playa generan una fuerte estacionalidad, con concentración del 58% de la demanda entre julio y septiembre (Salou Congress, 2022). Esta dinámica limita la rentabilidad de los negocios, dificulta la creación de empleo estable y reduce la capacidad de inversión en mejoras de sostenibilidad.

Problema 3 - Desconexión con el territorio y sus recursos: A pesar de contar con un patrimonio natural y agroalimentario excepcional, la mayoría de los chiringuitos no integra productos locales en sus cartas ni comunica la vinculación con el territorio, perdiendo una oportunidad clave de diferenciación y de contribución al desarrollo económico local. Como señalan Pamukcu et al. (2021), los alimentos locales y los productos con indicación geográfica tienen efectos significativos en el desarrollo de la gastronomía turística.

2.2 Alternativas de desarrollo y evaluación

Se han identificado tres alternativas de desarrollo para la transformación del sector, que se presentan a continuación ordenadas por su alcance y complejidad de implementación.

Alternativa A: Programa de certificación y reconocimiento 'Eco-Chiringuito Costa Tropical'

Esta alternativa consiste en el diseño e implementación de un programa voluntario de certificación específico para los chiringuitos de la Costa Tropical, basado en los estándares definidos en el documento técnico del proyecto. El programa establecería niveles de certificación (básico, avanzado, excelencia) que reconocerían el grado de cumplimiento en cada una de las cinco dimensiones del modelo: infraestructura bioclimática, autoconsumo energético, gestión de residuos circular, gastronomía Km0 e identidad visual.

Evaluación: Viabilidad alta: se apoya en el trabajo técnico previo y cuenta con el respaldo institucional de la Mancomunidad y la Diputación. Impacto medio-alto: proporciona un marco claro de referencia, incentiva la mejora progresiva y genera un sello diferenciador. Retorno económico: incremento de la ocupación y del gasto medio por visitante gracias a la diferenciación. Costes estimados: 25.000-35.000 euros para el diseño del sistema, material de comunicación y campaña de lanzamiento. Posibles fuentes de financiación: fondos del programa Puentes, ayudas de la Junta de Andalucía para sostenibilidad turística, y cofinanciación de la Mancomunidad de Municipios.

Alternativa B: Plan integral de formación, asistencia técnica y creación de contenidos digitales

Esta alternativa amplía el alcance de la anterior al incluir un programa formativo estructurado para los empresarios y trabajadores del sector (continuando la línea iniciada con el curso formativo de 2025), un servicio de asistencia técnica para la implementación de mejoras, y una estrategia de marketing digital conjunta que incluya la creación de contenidos para redes sociales, la formación de embajadores de marca y el desarrollo de una plataforma digital de promoción.

Evaluación: Viabilidad media-alta: requiere mayor coordinación entre actores y recursos humanos especializados. Impacto alto: aborda simultáneamente las dimensiones técnica, formativa y comunicativa de la transformación. Retorno económico: mayor visibilidad del destino, incremento del turismo gastronómico, desestacionalización parcial y fortalecimiento de la imagen de marca. Costes estimados: 60.000-80.000 euros anuales para los tres años iniciales. Posibles fuentes de financiación: fondos NextGenerationEU (componente de turismo sostenible), Programa de Desarrollo Rural de Andalucía, y patrocinios del sector privado agroalimentario.

Alternativa C: Modelo de gestión integrada del litoral con eco-chiringuitos como nodo central

Esta alternativa, de mayor alcance estratégico, plantea el eco-chiringuito como elemento central de un modelo de gestión integrada del litoral que conecte los objetivos de sostenibilidad ambiental con la dinamización económica, la conservación del patrimonio costero y la participación ciudadana. Incluiría la creación de una marca territorial 'Litoral Sostenible Costa Tropical', la articulación con otros sectores económicos (agricultura, pesca, artesanía), y la implicación de los visitantes en la conservación del entorno a través de programas de voluntariado y ecoturismo.

Evaluación: Viabilidad media: requiere coordinación interinstitucional, consenso político y financiación plurianual. Impacto muy alto: transforma el modelo de desarrollo del litoral y genera externalidades positivas en múltiples dimensiones (ambiental, económica, social). Retorno económico: reposicionamiento del destino en el mercado turístico nacional e internacional, atracción de turismo de mayor calidad y rentabilidad, y creación de empleo verde estable. Costes estimados: 150.000-200.000 euros para la fase piloto (dos años). Posibles fuentes de financiación: Fondos de Cohesión de la UE (EDUSI), Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado, y fondos de cooperación territorial.

2.3 Evaluación comparativa y propuesta de alternativa recomendada

La evaluación comparativa de las tres alternativas considera criterios de viabilidad técnica, impacto esperado, retorno económico, externalidades positivas y negativas, y capacidad de financiación. Se propone una estrategia escalonada que combina las tres alternativas en fases sucesivas:

Fase 1 (Año 1) - Implementación de la Alternativa A: Lanzamiento del programa de certificación 'Eco-Chiringuito Costa Tropical' con el apoyo de la Mancomunidad y la Diputación. Diseño del sistema de evaluación, creación de material de comunicación, captación de establecimientos pilotos y ceremonia de entrega de los primeros distintivos. Inversión estimada: 30.000 euros.

Fase 2 (Años 2-3) - Expansión a la Alternativa B: Sobre la base de los resultados de la Fase 1, desarrollo del programa formativo ampliado, servicio de asistencia técnica y estrategia de marketing digital conjunta. Priorización de los establecimientos ya certificados como embajadores de la marca. Inversión estimada: 70.000 euros/año.

Fase 3 (Años 3-5) - Transición hacia la Alternativa C: Integración de los eco-chiringuitos certificados en un modelo de gestión del litoral más amplio, articulación con otros sectores productivos locales, y presentación de candidaturas a financiación europea para proyectos de mayor envergadura. Inversión estimada: 180.000 euros.

Esta propuesta escalonada permite gestionar el riesgo, acumular aprendizajes y resultados demostrables en cada fase, y construir progresivamente el consenso institucional y sectorial necesario para las inversiones de mayor alcance. Alinea con el objetivo estratégico de la Agenda Urbana Española de 'prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia' (Objetivo Estratégico 3) y con el ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y el ODS 12 (Producción y consumo responsables) de la Agenda 2030 (Pena-Sanchez et al., 2020).

2.4 Análisis de externalidades

Externalidades positivas: (1) Reducción de la huella de carbono del sector hostelero costero; (2) Conservación del patrimonio natural y paisajístico del litoral granadino; (3) Dinamización de la economía local a través del consumo de productos agroalimentarios de proximidad; (4) Creación de empleo verde en instalación y mantenimiento de infraestructuras sostenibles; (5) Mejora de la imagen de marca de la Costa Tropical como destino turístico sostenible; (6) Sensibilización ambiental de visitantes y residentes; (7) Contribución a los compromisos climáticos de España y la Unión Europea.

Externalidades negativas y mitigación: (1) Posible incremento de costes operativos a corto plazo para los empresarios: mitigación mediante subvenciones, asistencia técnica y demostración de ahorros a medio plazo (eficiencia energética, reducción de residuos). (2) Riesgo de exclusión de pequeños establecimientos con menor capacidad de inversión: mitigación mediante niveles de certificación progresivos y acceso prioritario a ayudas para PYMEs. (3) Potencial gentrificación del litoral si la certificación aumenta el valor de las concesiones: mitigación mediante cláusulas de accesibilidad económica en los nuevos concursos públicos.

2.5 Indicadores de seguimiento propuestos

Para evaluar el éxito del Plan de Difusión y Dinamización, se proponen los siguientes indicadores de seguimiento, organizados según las dimensiones de la Agenda Urbana Española y los ODS:

- Número de chiringuitos certificados como Eco-Chiringuito (anual).
- Porcentaje de reducción de emisiones de CO2 de los establecimientos participantes (anual).
- Porcentaje de productos Km0 en las cartas de los eco-chiringuitos (semestral).
- Nivel de ocupación medio y gasto por visitante en establecimientos certificados vs. no certificados (anual).
- Alcance e interacción en redes sociales de la marca Eco-Chiringuito Costa Tropical (mensual).
- Número de empresarios y trabajadores formados en sostenibilidad (anual).
- Satisfacción del visitante con la oferta sostenible (encuesta semestral).
- Empleos verdes creados vinculados al mantenimiento de infraestructuras sostenibles (anual).

3 PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1 DENOMINACIÓN.

Denominación del Proyecto

El proyecto recibe la denominación de Plan de Difusión y Dinamización de Eco-Chiringuitos en el Litoral de la Costa Tropical de Granada. Esta denominación refleja de manera integral los dos componentes fundamentales del proyecto: por un lado, la difusión y visibilización del modelo de eco-chiringuito ya desarrollado en fases anteriores; y por otro, la dinamización económica y social orientada a la transformación sostenible de los establecimientos de hostelería de playa en el litoral granadino.

Ámbito Territorial

El ámbito territorial del proyecto se centra en el municipio de Motril como caso piloto, con vocación de extensión a los restantes municipios de la Mancomunidad de la Costa Tropical de Granada. Motril, con 60.887 habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadística, constituye la cabecera comarcal por su peso político, económico y demográfico, concentrando una oferta turística significativa que incluye 1.962 plazas de camping y diversos establecimientos hoteleros.

Marco Conceptual: El Eco-Chiringuito

El eco-chiringuito se define como un modelo de establecimiento hostelero de playa que integra criterios de sostenibilidad ambiental, eficiencia energética, economía circular, gastronomía de proximidad y respeto al paisaje costero. Este concepto va más allá de una simple adaptación estética o técnica superficial, constituyendo un cambio de paradigma que coloca la sostenibilidad en el centro de la rentabilidad y la resiliencia del territorio.

Para que un establecimiento pueda considerarse un eco-chiringuito bajo el estándar propuesto, debe cumplir con los siguientes requisitos fundamentales:

- Infraestructura bioclimática y materiales de proximidad: madera certificada PEFC de la Vega de Granada, materiales reciclados y sistemas modulares reversibles.
- Autoconsumo energético y eficiencia pasiva: paneles fotovoltaicos con tecnología TOPCon o HJT, baterías de litio LFP, pinturas termorreflectantes y diseño bioclimático.
- Gestión de residuos en modelo circular: segregación efectiva en origen, eliminación de plásticos de un solo uso, compostaje y reutilización de materiales.

- Gastronomía de Kilómetro Cero: productos con Denominación de Origen, capturas frescas de la Lonja de Motril, narrativa de origen en la carta.
- Identidad visual y certificaciones: adhesión a la marca visual (blancos nítidos, azules mediterráneos, tonos tierra), obtención de sellos de sostenibilidad turística.

Justificación de la Denominación

La elección de esta denominación responde a criterios de claridad, identidad territorial y alineación con los objetivos estratégicos del proyecto. El término eco-chiringuito vincula directamente el concepto con el producto turístico más icónico del litoral andaluz, mientras que el adjetivo eco- aporta el componente diferenciador de sostenibilidad que responde a las demandas del mercado turístico actual y a los compromisos adquiridos en el marco de la Agenda Urbana Española y la Agenda 2030.

3.2 OBJETIVOS OPERATIVOS.

Objetivo Estratégico General

El objetivo estratégico general del proyecto se alinea directamente con el Objetivo Estratégico 3 de la Agenda Urbana Española: Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia. En concreto, se persigue reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y mejorar la resiliencia frente al cambio climático en el sector de la hostelería de playa del litoral granadino.

Objetivo General de la Fase

Diseñar un plan de difusión y dinamización orientado a la transformación sostenible de los eco-chiringuitos en el litoral de la Costa Tropical de Granada, visibilizando las acciones llevadas a cabo con anterioridad y potenciando la imagen de marca como destino turístico sostenible.

Objetivos Específicos Operativos

OE1. Identificación y Sistematización de Buenas Prácticas

Identificar, documentar y sistematizar buenas prácticas en sostenibilidad aplicables a chiringuitos, tanto a nivel nacional como internacional. Este objetivo incluye la elaboración de un repositorio de casos de éxito, la definición de criterios técnicos de sostenibilidad adaptados a la realidad de la Costa Tropical y la creación de un manual de buenas prácticas para establecimientos de playa.

El análisis de casos de éxito nacionales revela experiencias relevantes como el Nova Sunset Club en Chiclana de la Frontera (Cádiz), primer chiringuito de España en recibir el certificado QSostenible; el chiringuito El Farillo en Motril, galardonado por Ecovidrio por su integración paisajística; o el Tritón Beach en La Manga (Murcia), único local hostelero de la costa murciana reconocido por Ecovidrio. A

nivel internacional, experiencias como el modelo Eco-Gassho de Sanxenxo (Galicia) o el complejo Playa Viva en México ofrecen referencias valiosas para la construcción del modelo propio (Rodríguez-Antón y Alonso-Almeida, 2019).

OE2. Análisis del Grado de Adaptación del Sector

Analizar el grado de adaptación actual del sector hostelero de playa en la Costa Tropical a los criterios de sostenibilidad definidos. Este diagnóstico incluye la realización de encuestas y entrevistas a empresarios del sector, la evaluación de las instalaciones existentes, el análisis de la normativa aplicable y la identificación de barreras y oportunidades para la transición hacia el modelo eco-chiringuito.

OE3. Diseño de Estrategias de Marketing y Comunicación

Diseñar estrategias de marketing y comunicación orientadas a posicionar el modelo eco-chiringuito como referente de turismo sostenible en la Costa Tropical. Esta estrategia integra acciones de marketing digital, contenido para redes sociales, storytelling sostenible, colaboraciones con influencers y desarrollo de material promocional. Según estudios recientes, el 87% de los viajeros utiliza redes sociales para inspirarse en la elección de destinos (Statista, 2024), lo que subraya la importancia de una presencia digital sólida.

OE4. Propuesta de Acciones Piloto de Dinamización Económica Sostenible

Proponer acciones piloto de dinamización económica sostenible que demuestren la viabilidad del modelo eco-chiringuito. Estas acciones incluyen la organización de eventos temáticos (rutas gastronómicas KMO, jornadas de limpieza costera), la creación de experiencias turísticas vinculadas a los eco-chiringuitos y el establecimiento de alianzas con productores locales, el puerto de Motril y entidades de investigación como el Aula del Mar de la Universidad de Granada.

OE5. Fomento de la Creación de Contenido para Redes Sociales

Fomentar el desarrollo de creación de contenido para redes sociales entre los establecimientos participantes, proporcionando herramientas, formación y directrices para la comunicación efectiva de los valores de sostenibilidad. La estrategia de contenidos se basa en la narrativa de origen, la visualización de prácticas sostenibles y la generación de engagement con la comunidad local y los visitantes.

Matriz de Objetivos

Objetivo	Indicador	Meta	ODS Vinculado
OE1. Buenas prácticas	Nº de prácticas documentadas	15 casos	ODS 12, 14
OE2. Diagnóstico sectorial	Nº de establecimientos evaluados	20 chiringuitos	ODS 11, 13
OE3. Marketing	Alcance en redes sociales	50.000 usuarios	ODS 8, 12
OE4. Acciones piloto	Nº de eventos realizados	5 eventos/año	ODS 8, 14
OE5. Contenido digital	Nº de publicaciones	100 mensuales	ODS 4, 17

3.3 ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO.

La complejidad y transversalidad del proyecto exige la participación de múltiples agentes institucionales, sociales y económicos. A continuación, se identifican los actores principales y sus roles específicos en el desarrollo del Plan de Difusión y Dinamización de Eco-Chiringuitos.

Actores Institucionales

Diputación Provincial de Granada

La Diputación de Granada, como entidad promotora del Programa PUENTES, desempeña un papel estratégico de liderazgo, financiación y coordinación institucional. Sus funciones específicas incluyen: la planificación y gestión del programa de prácticas; la asignación de becas y recursos económicos; la coordinación con las mancomunidades y ayuntamientos participantes; el seguimiento y evaluación de los proyectos desarrollados; y la articulación con otras políticas provinciales vinculadas a la Agenda Urbana y el desarrollo territorial sostenible.

Según declaraciones del diputado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo, Antonio Díaz, el programa PUENTES es ya una política pública consolidada que genera un gran beneficio social, permitiendo que los futuros profesionales aporten su talento para mejorar la calidad de vida de los vecinos. El programa cuenta con el apoyo de 15 consultoras especializadas y la figura de mentores del Consejo Social de la UGR (Granada Hoy, 2026).

Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical de Granada

La Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical es el ámbito territorial de referencia del proyecto, agrupando a los diez municipios costeros de la provincia. Su rol se centra en: la definición de prioridades estratégicas para el desarrollo turístico sostenible; la facilitación de la coordinación intermunicipal; la promoción turística conjunta de la marca Costa Tropical; el apoyo técnico a los municipios miembros; y la identificación de proyectos tractoras para el desarrollo equilibrado y sostenible del territorio.

La Mancomunidad ha mostrado un compromiso activo con el turismo sostenible, impulsando

iniciativas como la Senda Litoral Tridimensional, una de las apuestas más importantes para el desarrollo turístico del territorio, que prevé un recorrido por tierra, sobre el mar y bajo él para poner en valor los recursos turísticos y favorecer la cohesión territorial (Granada Hoy, 2024).

Ayuntamiento de Motril

El Ayuntamiento de Motril, como municipio anfitrión del proyecto, asume responsabilidades clave en la implementación local del plan. Sus áreas de Promoción Turística y Playas son las principales interlocutoras del proyecto, colaborando en: la facilitación de datos e información sobre el sector turístico local; la organización de encuentros con empresarios del sector; la cesión de espacios para la realización de eventos; la tramitación de permisos y autorizaciones necesarias; y la integración de las propuestas del proyecto en la planificación municipal de turismo y playas.

Los datos turísticos de Motril evidencian el potencial del municipio: más de 10.000 visitantes atendidos en la Oficina de Turismo durante los meses de verano, con una semana de Feria que alcanza ocupaciones del 95%. La teniente de alcalde de Promoción Turística, María Ángeles Escámez, ha destacado que Motril se está consolidando como destino turístico de referencia, abierto, seguro y limpio (Motril.es, 2025).

Universidad de Granada (UGR)

La Universidad de Granada, a través de su Vicerrectorado de Innovación Social, Empleabilidad y Emprendimiento, gestiona la difusión y preselección del alumnado participante mediante la plataforma ICARO. El Consejo Social de la UGR aporta el valor de la experiencia mediante la selección de mentores profesionales que guían a los jóvenes de manera desinteresada. Adicionalmente, el Aula del Mar de la UGR, ubicada en el Puerto de Motril, constituye un centro de investigación y transferencia de conocimiento clave para el desarrollo de la economía azul en la zona (UGR, 2024).

Actores Socioeconómicos

Asociación de Empresarios de Playas

La Asociación de Empresarios de Playas representa los intereses del sector hostelero de playa y participa activamente en el diseño e implementación del proyecto. Su rol incluye: la identificación de necesidades y oportunidades del sector; la difusión del proyecto entre sus asociados; la participación en jornadas de formación y sensibilización; y el acompañamiento en la transición hacia el modelo eco-chiringuito.

Cofradía de Pescadores de Motril

La Cofradía de Pescadores constituye un aliado estratégico para el desarrollo de la gastronomía KM0 y la conexión del modelo eco-chiringuito con el sector pesquero local. Colabora en: el suministro de productos frescos de la Lonja de Motril; la organización de experiencias de turismo pesquero; la transferencia de conocimiento sobre especies y técnicas de pesca sostenible; y la sensibilización

sobre la importancia de la pesca artesanal.

Autoridad Portuaria de Motril

La Autoridad Portuaria de Motril ha asumido un rol dinamizador en el impulso de la economía azul sostenible en la Costa de Granada. Su colaboración con la Universidad de Granada y su apuesta por la innovación y la sostenibilidad la convierten en un actor clave para el proyecto, especialmente en lo relativo a: la promoción de la gastronomía vinculada al producto del mar; el desarrollo de infraestructuras sostenibles en el entorno portuario; y la articulación de la estrategia de economía azul del territorio (Ideal.es, 2024).

Productores Agrícolas Locales

Los productores agrícolas de la contraviesa granadina, cultivadores de chirimoya, aguacate, mango y otros frutos tropicales, son actores fundamentales para la implementación de la gastronomía KM0. Su participación permite cerrar el círculo de la economía circular y fortalecer el vínculo entre el turismo y el sector primario local.

Actores Académicos y de Conocimiento

Asistencia Técnica (Sostenia)

La asistencia técnica del proyecto, coordinada por Antonio Jesús Cobos García desde Sostenia, asume las funciones de tutorización técnica, seguimiento metodológico y aseguramiento de calidad del proyecto. Sus responsabilidades incluyen: la definición del programa de prácticas; la supervisión del desarrollo del trabajo; la coordinación con los interlocutores territoriales; y la validación de los entregables.

Estudiante de Prácticas

La estudiante Alicia García Bustos, participante en la VI edición del Programa PUENTES, desarrolla el proyecto semipresencialmente, combinando trabajo de campo en el territorio (jueves y viernes de cada semana) con sesiones de seguimiento semanal. Su rol integra funciones de investigación, diseño, coordinación y redacción del plan.

3.4 ACTIVIDADES GENERALES Y TAREAS ESPECÍFICAS.

Las actividades generales y tareas específicas del proyecto se han diseñado siguiendo la metodología de las Agendas Urbanas Locales, que propone un enfoque estructurado en fases secuenciales y participativas. El programa de prácticas elaborado por la Asistencia Técnica establece un calendario de trabajo que abarca desde febrero hasta julio, con una distribución equilibrada de las horas entre las diferentes fases del proyecto.

Actividades por Fases

Fase I: Definición del Problema

Esta fase inicial tiene como objetivo principal definir los aspectos que han condicionado la apuesta por el proyecto de difusión y dinamización de eco-chiringuitos. Las tareas específicas incluyen:

- Evaluación de la Agenda Urbana de la Costa Tropical: análisis detallado del documento estratégico, identificación de objetivos y líneas de actuación vinculados al turismo sostenible y la economía azul.
- Evaluación de las necesidades planteadas por los interlocutores de la Mancomunidad de la Costa Tropical: entrevistas con responsables municipales, análisis de prioridades territoriales y diagnóstico de las demandas del sector turístico.
- Evaluación de recursos disponibles y contactos necesarios: inventario de asociaciones de comerciantes y hosteleros, identificación de técnicos con información relevante y mapeo de actores clave.
- Búsqueda de causas que originan la necesidad del proyecto: análisis de la presión turística sobre el litoral, impacto ambiental de la hostelería de playa tradicional y oportunidades de mejora.
- Evaluación de opciones para resolver el problema: análisis comparativo de alternativas, identificación de buenas prácticas y diseño de escenarios de intervención.

Fase II: Definición de Objetivos

En esta fase se especifican los objetivos generales y específicos que se persiguen con el desarrollo del proyecto, determinando los resultados esperados y los agentes afectados. Las tareas incluyen:

- Establecimiento de objetivos generales y específicos: definición de metas cuantificables y cualificables, alineación con los ODS y la Agenda Urbana Española.
- Determinación de resultados esperados y agentes involucrados: identificación de productos, servicios e impactos del proyecto, mapeo de beneficiarios directos e indirectos.
- Consenso de objetivos con interlocutores de la Mancomunidad: presentación de propuestas, recogida de feedback y validación conjunta.
- Consenso de espacios singulares a evaluar: identificación de playas y chiringuitos prioritarios para la implementación piloto.

Fase III: Definición de la Metodología

Esta fase establece las técnicas y trabajo de campo necesarios para la obtención de la información requerida. Las tareas comprenden:

- Consulta de fuentes disponibles: revisión de trabajos previos, análisis de normativa (Ley de Costas, normativa autonómica y municipal), estudio de proyectos similares, consulta de estadísticas turísticas y fuentes académicas.
- Definición del trabajo de campo a desarrollar: diseño de cuestionarios para empresarios, planificación de entrevistas semiestructuradas, diseño de ruta de visitas a establecimientos.
- Revisión bibliográfica especializada: consulta de bases de datos académicas (Web of Science, Google Scholar, Scopus) sobre turismo sostenible costero, economía circular en hostelería, marketing turístico y perspectiva de género en turismo.

Fase IV: Desarrollo del Trabajo de Campo.

Durante esta fase se ejecutan las acciones de recogida de datos mediante el trabajo directo en el territorio. Las actividades incluyen:

- Recogida de datos mediante análisis de fuentes: sistematización de información estadística, normativa y documental relevante.
- Desarrollo de mediciones y documentación gráfica: fotografía de establecimientos, medición de parámetros ambientales básicos y elaboración de fichas técnicas.
- Entrevistas con agentes relacionados: contacto con empresarios, hosteleros, técnicos municipales, representantes de la Cofradía de Pescadores y productores agrícolas.
- Visita de espacios donde se diseñan las actuaciones: recorrido por las playas de Motril, visita a chiringuitos existentes y evaluación in situ de las condiciones.

Fase V: Análisis y Síntesis de Datos

Esta fase sintetiza la información recogida para establecer conclusiones y acciones a desarrollar. Las tareas específicas son:

- Síntesis de toda la información recogida: tabulación de resultados, análisis de contenido de entrevistas y elaboración de informes parciales.
- Desarrollo de planos y descripción de elementos y servicios: propuestas de diseño, planos de ubicación y especificaciones técnicas.

- Completar información gráfica asociada al proyecto: elaboración de mapas, infografías, propuestas de señalética y material de comunicación.
- Análisis de factibilidad y viabilidad: evaluación técnica, económica y social de las propuestas, identificación de riesgos y oportunidades.

Fase VI: Redacción del Informe

La fase final esquematiza toda la información y conclusiones obtenidas para la materialización de las acciones reflejadas. Incluye:

- Esquematización de información y conclusiones: redacción del documento final con estructura académica rigurosa.
- Definición de acciones detalladas a desarrollar: fichas técnicas de cada acción, cronograma de implementación y asignación de responsables.
- Establecimiento de indicadores de seguimiento: sistema de monitorización, herramientas de evaluación y metodología de rendición de cuentas.
- Incorporación de la perspectiva de género: análisis del impacto diferenciado en hombres y mujeres, propuestas de acción afirmativa.
- Preparación de la presentación del proyecto en el municipio: diseño de la presentación final y organización del acto de cierre.

Tareas Transversales

Además de las tareas por fases, el proyecto incluye actividades transversales que se desarrollan a lo largo de todo el período:

- Comunicación institucional: elaboración de informes de seguimiento, comunicación con los interlocutores territoriales y coordinación con la Asistencia Técnica.
- Gestión del conocimiento: sistematización de aprendizajes, documentación de buenas prácticas y construcción de repositorio de recursos.
- Participación y diálogo: asistencia a sesiones de seguimiento semanal, participación en jornadas técnicas y mantenimiento de contacto con actores locales.
- Formación continua: autoformación en herramientas de diseño, marketing digital y género y turismo sostenible.

3.5 RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

La implementación exitosa del Plan de Difusión y Dinamización de Eco-Chiringuitos requiere la disponibilidad de recursos humanos, materiales, técnicos y económicos. El análisis de recursos adopta un enfoque realista, diferenciando entre recursos necesarios (imprescindibles para el desarrollo del proyecto), recursos disponibles (los que se tienen actualmente) y recursos posibles (aquellos que pueden movilizarse mediante alianzas o financiación adicional).

3.5.1. Niveles de Sostenibilidad del Eco-Chiringuito

El modelo propuesto establece tres niveles progresivos de sostenibilidad que permiten a los establecimientos iniciar su transición hacia el eco-chiringuito de manera gradual, adaptándose a sus posibilidades económicas y técnicas. Cada nivel incorpora requisitos adicionales que amplían el compromiso ambiental y social del establecimiento.

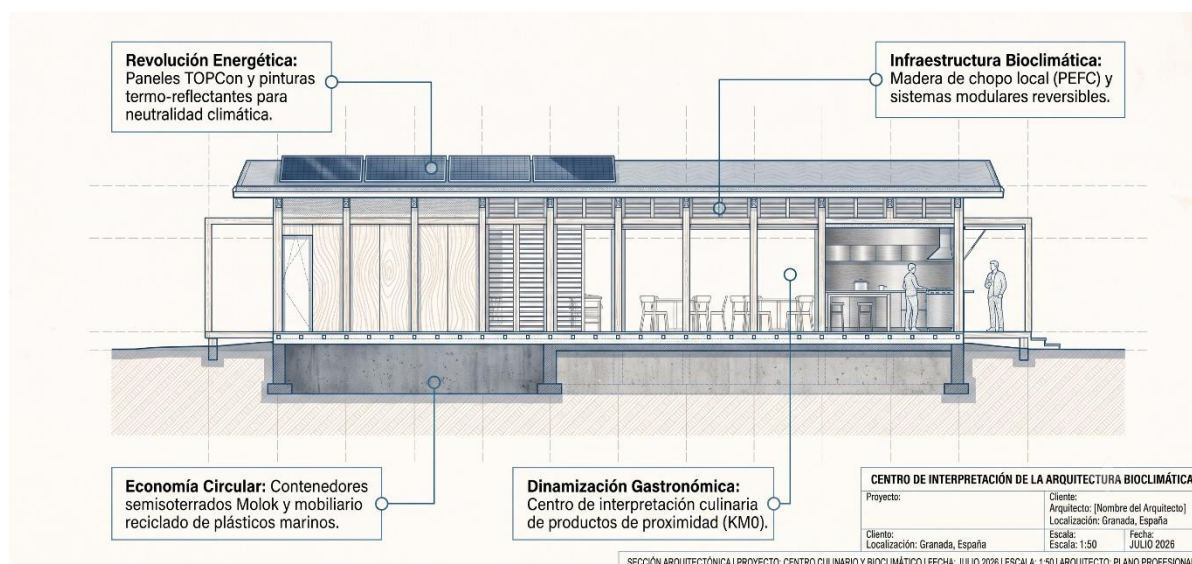


Ilustración 1 *Cala con chiringuitos de playa en la Costa Tropical de Granada, contexto territorial del modelo de niveles progresivos de sostenibilidad. Fuente: elaboración propia (trabajo de campo, 2026).*

3.5.2. Nivel 1: Básico (Bajo Coste)

El Nivel 1 constituye el umbral mínimo de entrada al modelo eco-chiringuito, diseñado para ser accesible a todos los establecimientos sin requerir inversiones significativas. Los criterios de este nivel se centran en cambios operativos y pequeñas modificaciones técnicas que generan un impacto ambiental positivo inmediato.

3.5.1.1. Iluminación LED

La sustitución de las luminarias tradicionales (incandescentes, halógenas o fluorescentes) por tecnología LED representa una de las medidas de eficiencia energética más efectivas y de mayor retorno de inversión. Según datos del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), la implementación de sistemas de iluminación LED puede suponer ahorros de hasta un 80% respecto a los sistemas tradicionales, además de reducir notablemente los costes de mantenimiento y prolongar la vida útil de las instalaciones (IDAE, 2022).

Las lámparas LED ofrecen múltiples ventajas adicionales para el sector hostelero: vida útil de hasta 50.000 horas (frente a las 1.000-10.000 horas de las tecnologías convencionales), emisión mínima de calor que reduce la carga de los sistemas de climatización, y calidad de luz superior con índices de reproducción cromática (CRI) ≥ 90 que mejora la presentación de los alimentos y el ambiente general del establecimiento (Powerstar LED, 2026). Un restaurante de tamaño medio puede recuperar la inversión inicial en iluminación LED en un período de 12 a 18 meses exclusivamente mediante el ahorro energético.

- **Costes Estimados:** El coste de adquisición de luminarias decorativas de bajo consumo tipo LED oscila entre 5 € y 30 € para focos y apliques exteriores, y entre 30 € y 60 € para lámparas colgantes estéticas (como las de ratán o bambú, de alta aceptación en el diseño unificado de playas). La mano de obra de instalación eléctrica profesional se sitúa entre 600 € y 1.200 €. De este modo, la inversión total estimada para la migración LED completa de un chiringuito medio se calcula entre **1.000 € y 2.200 €**.

3.5.1.2. Eliminación de Plásticos de Un Solo Uso

La eliminación progresiva de los plásticos de un solo uso constituye un requisito fundamental del Nivel 1, alineado con la normativa europea y los compromisos internacionales de reducción de la contaminación marina. La Directiva (UE) 2019/904 establece la obligatoriedad de reducir la utilización de ciertos productos de plástico de un solo uso, como cubiertos, platos, pajitas y bastoncillos, promoviendo su sustitución por alternativas sostenibles (Unión Europea, 2019).

Los eco-chiringuitos de Nivel 1 deben implementar un plan de eliminación de plásticos que incluya:

sustitución de envases y utensilios de plástico por alternativas de materiales biodegradables o reutilizables; eliminación de botellas de plástico individuales mediante la instalación de dispensadores de agua; uso de bolsas de tela o papel reciclado para take-away; y sensibilización del personal y clientes sobre la reducción del consumo de plásticos. Estas medidas no solo benefician al medio ambiente, sino que mejoran la imagen del establecimiento ante una clientela cada vez más concienciada (Turismo con Principios, 2023).

- **Costes Estimados:** La instalación de sistemas de filtración u ósmosis para eliminar las botellas individuales de plástico se puede acometer mediante la compra de un dispensador HORECA de gran capacidad por un rango de 380 € a 980 €, o a través de renting profesional desde 25 € a 45 € al mes. Sumando el stock inicial de menaje biodegradable (aprox. 300 € a 500 €), el presupuesto total de implantación para esta partida oscila entre **600 € y 1.500 €**.

3.5.1.3. Separación de Residuos

La correcta segregación de residuos en origen constituye un pilar esencial de la economía circular y un requisito legal establecido en la Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular. Los eco-chiringuitos deben disponer de sistemas de clasificación que permitan la separación efectiva de fracciones: orgánica, papel-cartón, envases, vidrio y residuos no reciclables (Gobierno de España, 2022).

Además de la separación básica, los establecimientos de Nivel 1 deben implementar sistemas específicos para la recogida selectiva de aceites vegetales usados (para su posterior reciclado como biocarburantes) y el vidrio (que en entornos costeros tiene un impacto particularmente negativo sobre la fauna marina). La disponibilidad de puntos de recogida claramente identificados y accesibles tanto para el personal como para los clientes refuerza el compromiso ambiental visible del establecimiento.

- **Costes Estimados:** Un contenedor clasificador de tres compartimentos (75L) para interiores ronda los 96 €. Para las terrazas exteriores y zonas de playa, las papeleras de separación estéticas fabricadas en madera y metal (como el modelo Helsinki o papeleras selectivas Oslo) se sitúan entre 338 € y 837 € por unidad. Se calcula un presupuesto total para la isla ecológica del establecimiento de entre **500 € y 1.200 €**.

3.5.1.4. Carta Kilómetro 0 Básica

La carta Kilómetro 0 representa el compromiso del establecimiento con la soberanía alimentaria y el desarrollo de la economía local. El movimiento Km 0, impulsado por Slow Food, establece que los productos utilizados deben provenir de productores locales situados en un radio máximo de 100 kilómetros, preferentemente con certificación ecológica (Slow Food, 2023). Para la obtención de la certificación Km 0, los restaurantes deben incluir en su carta un mínimo de cinco platos elaborados con ingredientes que cumplan estos requisitos.

En el contexto específico de la Costa Tropical, la carta Km 0 básica incorpora productos emblemáticos de la comarca: frutos tropicales de Almuñécar y el Valle de Río Verde (chirimoya, aguacate, mango), pescados y mariscos frescos de la Lonja de Motril (quisquilla, cigala, boquerón), y productos hortofrutícolas de la Contraviesa granadina (Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, 2026). La identificación del productor local en la carta no solo reduce la huella de carbono del transporte, sino que genera una narrativa de origen que enriquece la experiencia gastronómica del cliente.

- **Costes Estimados:** El rediseño y maquetación de la nueva carta gastronómica Km 0, junto con el contacto y coordinación inicial con la red local de agricultores y la Lonja de Motril, se presupuesta entre **200 € y 500 €**.

Presupuesto Integrado - Nivel 1: Básico (Bajo Coste)

Medida Operativa	Rango de Coste Mínimo	Rango de Coste Máximo	Plazo de Amortización Estimado
Iluminación LED Completa	1.000 €	2.200 €	12 a 18 meses
Eliminación de Plásticos (Dispensador + Vajilla)	600 €	1.500 €	Inmediato (vía ahorro en botellas)
Separación de Residuos (Puntos Limpios Exteriores)	500 €	1.200 €	Social y de imagen inmediata
Carta Kilómetro 0 Básica (Diseño y Contactos)	200 €	500 €	3 a 6 meses
Total Presupuesto Nivel 1	2.300 €	5.400 €	Bajo Coste de Entrada

3.5.2. Nivel 2: Medio

El Nivel 2 amplía los compromisos del Nivel 1 incorporando mejoras técnicas que requieren una inversión moderada, pero generan mayores beneficios ambientales y económicos a medio plazo. Este nivel está orientado a establecimientos que desean consolidar su posicionamiento como eco-chiringuitos avanzados.

3.5.2.1. Electrodomésticos Eficientes

La sustitución de equipos eléctricos por modelos con alta clasificación energética (etiqueta A++ o superior) representa una medida de eficiencia significativa en el consumo eléctrico del establecimiento. Según datos de PwC, mejorar la eficiencia energética en el sector hostelero podría evitar la emisión de más de 800.000 toneladas de CO₂ al año en España (PwC, 2023). Los equipos prioritarios para la renovación incluyen refrigeradores, congeladores, lavavajillas, sistemas de climatización y equipos de cocina.

La inversión en electrodomésticos eficientes se ve facilitada por programas de ayudas como el Plan

Renove de Hostelería del IDAE, que ofrece subvenciones para la modernización de equipos. Los equipos certificados con etiqueta energética A++ pueden ofrecer ahorros de hasta el 40% en su consumo eléctrico respecto a modelos obsoletos (Zummo Corp, 2025). Además, la optimización del aislamiento térmico de techos y ventanas puede reducir hasta un 30% las pérdidas de calor en invierno y el gasto en climatización.

- **Costes Estimados:** Un lavavasos industrial eficiente para barras de alto ritmo (con cesta de 35x35 o 40x40 cm, tipo Kromo o Sammic) oscila entre 800 € y 1.700 €. Por su parte, un refrigerador bajo mostrador de acero inoxidable para cocina o botellero de 2 a 3 puertas con ruedas tiene un precio de mercado de entre 550 € y 1.000 €. La renovación estratégica de 2 a 3 electrodomésticos clave se presupuesta entre **2.500 € y 5.000 €**.

3.5.2.2. Sistemas de Ahorro de Agua

La gestión eficiente del agua constituye un aspecto crítico para los establecimientos turísticos costeros, especialmente en zonas con escasez hídrica estacional. Según la Global Commission on the Economics of Water, hacia 2030 la demanda global de agua dulce superará en un 40% la oferta disponible, lo que hace imprescindible la adopción de tecnologías de ahorro (Global Commission on the Economics of Water, 2023).

Los sistemas de ahorro de agua para eco-chiringuitos incluyen: mecanismos de doble descarga en inodoros (ahorro de 35-40%); aireadores en grifos (30-50% de ahorro); grifos termostáticos (hasta 50% de ahorro); dispositivos de regulación inteligente para duchas; sistemas de riego eficiente para zonas ajardinadas; y sistemas de detección de fugas. La implementación combinada de estas tecnologías puede reducir el consumo de agua entre un 30% y un 75% respecto a instalaciones convencionales (Agència catalana de l'Aigua, 2022).

Un caso práctico ilustrativo es el de un hotel de cuatro estrellas en Zaragoza que, mediante la sustitución de grifos por modelos ecológicos y la instalación de sistemas de doble flujo y aireadores, logró una reducción del 21,5% en su consumo total de agua, con una inversión de 10.987 € y un valor actual neto medio de 140.000 € a lo largo de 12 años (Barberán et al., 2013, citado en STO Málaga).

- **Costes Estimados:** La instalación de grifos automáticos temporizados, sistemas de doble descarga para inodoros y aireadores que reducen hasta un 80% el consumo por grifo, adaptados a las necesidades específicas de un chiringuito costero, se estima entre **800 € y 2.000 €** en materiales y fontanería profesional.

3.5.2.3. Digitalización (Cartas Digitales y Control de Consumos)

La digitalización de los procesos operativos constituye una herramienta clave para la optimización de recursos y la mejora de la experiencia del cliente. La implementación de cartas digitales accesibles mediante códigos QR permite reducir el consumo de papel, facilitar actualizaciones en tiempo real (especialmente útil para cartas de temporada), y enriquecer la información sobre el origen de los productos mediante enlaces a fichas de productores.

El control de consumos mediante sistemas de gestión energética inteligente permite monitorizar en tiempo real el uso de electricidad, agua y otros recursos, identificando patrones de consumo, detectando anomalías y estableciendo objetivos de reducción. Estos sistemas, basados en tecnologías IoT (Internet de las Cosas), proporcionan datos detallados para informes de sostenibilidad y facilitan el cumplimiento de certificaciones ambientales como Green Key, ISO 14001 o LEED (Esular, 2026). La digitalización integrada de la gestión del establecimiento constituye además un requisito progresivo de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI).

- **Costes Estimados:** La instalación de grifos automáticos temporizados, sistemas de doble descarga para inodoros y aireadores que reducen hasta un 80% el consumo por grifo, adaptados a las necesidades específicas de un chiringuito costero, se estima entre **800 € y 2.000 €** en materiales y fontanería profesional.

Presupuesto Integrado - Nivel 2: Medio

Medida Técnica	Rango de Coste Mínimo	Rango de Coste Máximo	Plazo de Amortización Estimado
Electrodomésticos Eficientes (Frío + Lavado)	2.500 €	5.000 €	2 a 4 años
Sistemas de Ahorro Hídrico (Griferías + Fluxores)	800 €	2.000 €	1 a 2 años
Digitalización y Gestión IoT de Consumos	1.000 €	2.500 €	12 a 18 meses
Total Presupuesto Nivel 2	4.300 €	9.500 €	Inversión de Rápido Retorno

3.5.3. Nivel 3: Avanzado

El Nivel 3 representa la categoría más exigente del modelo eco-chiringuito, orientada a establecimientos que asumen un liderazgo en sostenibilidad mediante inversiones significativas en infraestructura y tecnología de vanguardia. Este nivel posiciona al eco-chiringuito como referente del sector y modelo replicable para otros establecimientos.



Ilustración 2 Chiringuito El Farillo (Motril), ejemplo de establecimiento ya integrado en el paisaje costero y reconocido por Ecovidrio, de referencia para el Nivel 3 del modelo. Fuente: elaboración propia (trabajo de campo, 2026).

3.5.3.1. Fotovoltaica y Almacenamiento en Baterías

La instalación de paneles solares fotovoltaicos representa la solución más efectiva para alcanzar la neutralidad climática operativa en entornos costeros con alta irradiación solar. La Costa Tropical de Granada dispone de más de 320 días de sol al año, lo que convierte la energía solar en un recurso abundante y rentable (Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, 2026). Según el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030, la energía solar fotovoltaica es una de las principales herramientas para reducir la dependencia energética exterior de España, proyectándose una disminución del 73% en 2019 al 50% en 2030 (Gobierno de España, 2020).

Las instalaciones fotovoltaicas permiten generar electricidad in situ, reduciendo la dependencia de la red eléctrica y los costes asociados. Para maximizar la eficiencia, se recomienda la utilización de paneles con tecnología TOPCon (Tunnel Oxide Passivated Contact) o HJT (Heterojunction Technology), que ofrecen mayores rendimientos en condiciones de alta temperatura ambiental, características de los entornos costeros veraniegos. El almacenamiento en baterías de Ferro-fosfato

de Litio (LFP) proporciona alta estabilidad térmica en ambientes cálidos, permitiendo el uso de energía solar también durante las horas nocturnas o de menor irradiación.

- **Costes Estimados:** Una instalación fotovoltaica comercial de 10 kWp sin baterías se sitúa entre 7.300 € y 8.500 €. La incorporación de baterías de Litio Ferrofosfato (LFP) con alta estabilidad térmica de 10 kWh a 15 kWh añade un coste de entre 3.800 € y 6.956 € (calculando una media de 360 € a 380 € por kWh instalado). El presupuesto total para la autosuficiencia solar avanzada ronda entre **11.500 € y 16.000 €**.



Ilustración 3 Chiringuito El Farillo (Motril), ejemplo de establecimiento ya integrado para el Nivel 3 del modelo. Fuente: elaboración propia (trabajo de campo, 2026).

4.3.2. Bioclimática Completa

El diseño bioclimático completo constituye una aproximación integral a la arquitectura sostenible que busca alcanzar el máximo confort térmico con el mínimo consumo energético, aprovechando las condiciones climáticas del lugar. Según García Santafe (2022), "la arquitectura bioclimática implementa técnicas para una óptima y eficiente gestión energética, priorizando la ventilación natural cruzada, el empleo de sombras proyectadas y la inercia térmica de los materiales". Los principios bioclimáticos aplicables a los eco-chiringuitos incluyen:

Prioridad a la ventilación natural cruzada mediante el diseño orientado de ventanas y aberturas que favorezcan la circulación del aire sin necesidad de sistemas mecánicos. Empleo de sombras proyectadas a través de pérgolas, toldos y elementos arquitectónicos que reduzcan la incidencia directa de la radiación solar durante las horas de más calor. Aplicación de pinturas termorreflectantes

en cubiertas y muros que bloquean la radiación infrarroja, obteniendo un ahorro de hasta el 25% en climatización activa. Diseño de espacios con inercia térmica que amortigüen las oscilaciones de temperatura entre el día y la noche. Vegetación estratégica que proporcione sombra, controle la erosión y mejore el confort ambiental (García Santafe, 2022).

- **Costes Estimados:** La aplicación de pinturas termoaislantes y termorreflectantes sobre la envolvente del chiringuito tiene un coste directo total de unos 16,97 €/m² (incluyendo material, imprimación y mano de obra de pintura exterior). Los envases de 15 litros de pintura térmica especializada para exteriores o chapas/tejados oscilan entre 140 € y 187 €. Sumando sistemas de sombreado natural y pérgolas bioclimáticas protectoras, el presupuesto estimado para esta adecuación oscila entre **2.000 € y 4.500 €**.

4.3.3. Materiales Estructurales Sostenibles

La selección de materiales de construcción sostenibles se basa en criterios de reducción de la huella de carbono, procedencia ética, durabilidad y capacidad de reciclaje al final de su vida útil. El modelo eco-chiringuito de la Costa Tropical promueve específicamente el uso de madera de chopo de la Vega de Granada certificada por PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) para pérgolas y estructuras, que actúan como sumidero de carbono (Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, 2026).

El esquema PEFC de certificación forestal garantiza que la madera proviene de bosques gestionados de manera sostenible, respetando criterios ambientales, sociales y económicos. La utilización de madera local reduce además las emisiones asociadas al transporte y apoya a la economía de la provincia de Granada. Para elementos auxiliares como pasarelas, mobiliario y aseos, se promueve el empleo de "madera plástica" (plástico 100% reciclado), que ofrece inmunidad a la corrosión marina sin requerir mantenimiento químico. El modelo de materiales sostenibles incorpora también el principio de reversibilidad estructural, permitiendo el desmontaje y reutilización de los componentes al final de la vida del establecimiento, en línea con los principios de economía circular.

- **Costes Estimados:** La instalación de pasarelas de acceso de madera tratada o madera plástica ultra-resistente tiene un coste de entre 78 € y 137 € por tramo modular (1-3 metros). Una pérgola exterior resistente de madera laminada tiene un precio aproximado de 700 €. El presupuesto global para la adecuación estructural completa de la terraza y accesos exteriores con maderas certificadas PEFC e intermediarios locales asciende a entre **3.500 € y 7.000 €**.



Ilustración 4 Chiringuito El Farillo (Motril), ejemplo de establecimiento ya integrado en el paisaje costero y reconocido por Ecovidrio, de referencia para el Nivel 3 del modelo. Fuente: elaboración propia (trabajo de campo, 2026).

Presupuesto Integrado - Nivel 3: Avanzado

Medida Tecnológica e Infraestructura	Rango de Coste Mínimo	Rango de Coste Máximo	Plazo de Amortización Estimado
Instalación Fotovoltaica + Baterías LFP	11.500 €	16.000 €	4 a 6 años
Bioclimática y Pinturas Termorreflectantes	2.000 €	4.500 €	2 a 3 años
Materiales Sostenibles (Chopo PEFC + Madera Plástica)	3.500 €	7.000 €	Alta durabilidad sin mantenimiento
Total Presupuesto Nivel 3	17.000 €	27.500 €	Liderazgo de Sostenibilidad

3.6 FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

La implementación del Plan de Difusión y Dinamización de Eco-Chiringuitos se estructura en cinco fases principales, siguiendo la metodología de planificación estratégica propia de las Agendas Urbanas (Paisaje Transversal, 2022). Cada fase incluye hitos específicos, responsables asignados y plazos estimados.

Fase 0: Trabajos Previos

Esta fase preparatoria incluye la organización del proceso, el diseño metodológico detallado y la elaboración del plan de participación y comunicación. Los hitos principales son:

- Constitución del equipo de trabajo y definición de roles.
- Reunión de lanzamiento con los interlocutores institucionales (Mancomunidad, Asociación de Chiringuitos de la costa tropical granadina).
- Elaboración del calendario detallado de actividades.

- Configuración de herramientas de trabajo colaborativo.
- Diseño del plan de comunicación interna y externa.

Fase 1: Diagnóstico Estratégico Urbano

Corresponde al análisis de la situación actual, las acciones participativas y el diagnóstico DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Los productos de esta fase incluyen:

- Informe de diagnóstico del sector hostelero de playa en la Costa Tropical.
- Mapa de actores y análisis de relaciones.
- DAFO del proyecto de eco-chiringuitos.
- Repositorio de buenas prácticas nacionales e internacionales.
- Informe de resultados de encuestas y entrevistas.

Fase 2: Marco Estratégico

En esta fase se define el modelo de eco-chiringuito, se establecen los objetivos operativos y se validan las líneas de actuación. Los entregables son:

- Definición técnica del modelo de eco-chiringuito estándar.
- Carta de compromiso de sostenibilidad para establecimientos.
- Propuesta de certificación y sistema de evaluación.
- Validación del marco estratégico con los actores clave.
- Priorización de acciones y proyectos.

Fase 3: Plan de Acción

El Plan de Acción es el resultado operativo de la Agenda Urbana, conteniendo las actuaciones y proyectos que se ejecutarán. Incluye:

- Plan de comunicación y marketing sostenible.
- Programa de formación para empresarios del sector.
- Diseño de acciones piloto de dinamización.
- Protocolo de seguimiento y evaluación.
- Plan de captación de recursos y financiación.

- Cronograma detallado de implementación.

Fase 4: Seguimiento y Evaluación

Esta fase se orienta a la implementación del sistema de seguimiento y la realización de ajustes necesarios. Comprende:

- Definición de indicadores de evaluación.
- Creación de espacios y grupos de seguimiento.
- Ejecución de acciones piloto.
- Evaluación de resultados y ajuste del plan.
- Divulgación de resultados y lecciones aprendidas.
- Planificación de la sostenibilidad del proyecto a medio plazo.

Cronograma de Implementación

Fase	Duración	Hitos Clave	Responsable
Fase 0: Trabajos Previos	1 mes	Equipo constituido	Asistencia Técnica
Fase 1: Diagnóstico	2 meses	Informe DAFO	Técnico proyecto
Fase 2: Marco Estratégico	2 meses	Modelo validado	Técnico + Actores
Fase 3: Plan de Acción	3 meses	Plan aprobado	Técnico proyecto
Fase 4: Seguimiento	4 meses	Evaluación final	Equipo completo

3.7 HOJA DE RUTA TERRITORIAL PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

La hoja de ruta territorial propuesta recoge el marco de referencia y las expectativas de la entidad, consolidadas a través de los encuentros presenciales, las sesiones de seguimiento y las presentaciones territoriales desarrolladas durante el programa de prácticas. Este apartado sintetiza las líneas estratégicas que orientan el desarrollo del proyecto en el territorio de la Costa Tropical granadina.

Marco de Referencia Territorial

Caracterización de la Costa Tropical de Granada

La Costa Tropical de Granada presenta una franja litoral de 72 kilómetros, de los cuales el 34,7% corresponden a playas y el 62,3% a acantilados, ramblas y vegas, lo que le confiere una diversidad y belleza paisajística particular que la distingue del resto de costas andaluzas. El clima mediterráneo subtropical, con temperaturas suaves en los meses invernales, permite contar con turismo durante todo el año y favorece el desarrollo de la agricultura de frutos tropicales únicos en Europa como la chirimoya, el aguacate, el mango y el níspero (López Moreno, 2010).

El turismo en la Costa Tropical constituye la segunda actividad económica después de la agricultura. La oferta de alojamiento turístico alcanza las 12.539 plazas, concentrándose principalmente en Almuñécar y Motril, que representan el 82,63% del total. Motril destaca por su oferta de camping (1.962 plazas) y por albergar el Puerto de Motril, único puerto comercial y de pasajeros de la provincia, que en 2011 registró la llegada de 26 cruceros y 8.998 pasajeros (Sánchez Escolano y Espinosa Arias, 2012).

La Costa Tropical está considerada turísticamente como una costa emergente, reflejando un crecimiento en el número de pernoctaciones y en la oferta alojativa, con mejores niveles de conservación de sus valores paisajísticos y medioambientales. Sin embargo, este crecimiento conlleva riesgos de deterioro si no se gestiona de forma sostenible (Antón Clavé, citado en Sánchez Escolano y Espinosa Arias, 2012).

Expectativas de la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical

Las entrevistas y encuentros mantenidos con representantes de la Mancomunidad han permitido identificar las siguientes expectativas respecto al proyecto:

- Consolidación de la Costa Tropical como destino turístico sostenible de referencia en el Mediterráneo español.

- Diferenciación de la oferta turística a través de la marca eco-chiringuito como sello identitario del litoral granadino.
- Generación de empleo de calidad vinculado al turismo sostenible y la economía azul.
- Fortalecimiento del vínculo entre el sector turístico y el sector primario local (agricultura y pesca).
- Mejora de la calidad ambiental de las playas y el litoral.
- Atracción de turismo nacional e internacional sensibilizado con la sostenibilidad.

Líneas Estratégicas de la Hoja de Ruta

Línea 1: Transformación Sostenible del Modelo de Hostelería de Playa

Esta línea estratégica busca impulsar la evolución del modelo actual de chiringuitos hacia un estándar de sostenibilidad que integre criterios bioclimáticos, eficiencia energética, gestión de residuos circular y gastronomía de proximidad. La hoja de ruta contempla un periodo de transición de tres años, durante el cual se irá incrementando progresivamente el número de establecimientos que cumplan con el estándar eco-chiringuito.

Línea 2: Definición de Eco-Chiringuito

Un eco-chiringuito se define como un establecimiento de hostelería ubicado en entornos litorales que integra sistemáticamente prácticas de sostenibilidad ambiental, eficiencia energética, economía circular y promoción de productos locales en su modelo de negocio, contribuyendo activamente a la conservación del ecosistema costero y al desarrollo económico de la comunidad local. Esta definición trasciende la concepción tradicional de chiringuito como simple punto de restauración veraniego, proponiendo una transformación integral que sitúa la sostenibilidad como factor diferenciador y competitivo.

El modelo de eco-chiringuito de la Costa Tropical se fundamenta en cinco ejes estratégicos interconectados: (1) infraestructura bioclimática y materiales de proximidad; (2) autoconsumo energético y eficiencia pasiva; (3) gestión de residuos en modelo circular y protección marina; (4) gastronomía de kilómetro cero; y (5) identidad visual y certificaciones de calidad (Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical, 2026). Estos ejes se implementan de manera progresiva a través de tres niveles de sostenibilidad que permiten a los establecimientos avanzar según sus capacidades y recursos.

Desde la perspectiva de la economía circular, el modelo eco-chiringuito responde a la necesidad de

"transformar el paradigma del consumo lineal (extraer, producir, desechar) hacia un modelo circular donde los residuos se convierten en recursos" (Acosta-Pérez et al., 2020, p. 406). Este enfoque resulta particularmente pertinente para el turismo de sol y playa, que históricamente ha generado importantes presiones ambientales sobre los ecosistemas costeros. La investigación de Robaina et al. (2017) evidencia que la implementación de principios de economía circular en destinos turísticos costeros puede reducir significativamente la huella ambiental del sector mientras mejora su competitividad a largo plazo.

Línea 3: Puesta en Valor del Patrimonio Natural y Gastronómico

La Costa Tropical de Granada es un enclave único en Europa, un rincón donde el Mediterráneo abraza la tierra con una luminosidad privilegiada y un clima subtropical que permite el cultivo de especies imposibles en cualquier otro lugar del continente. Durante más de mil años, esta tierra ha sido el hogar de cañas de azúcar, chirimoyos centenarios, mangos de sabor incomparable y un mar generoso que ofrece los mejores productos del Mediterráneo.

La presente Carta Kilometro 0 nace del compromiso de la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical de Granada con el desarrollo sostenible, la economía local y la preservación de un patrimonio gastronómico sin igual. Este documento reúne las marcas, productos y elaboraciones más significativas de nuestra comarca, aquellas que definen nuestra identidad y que, desde la proximidad, contribuyen a construir un modelo turístico y económico basado en la calidad, la autenticidad y el respeto por el entorno.

Consumir productos kilómetro 0 no es solo una decisión gastronómica: es un acto de compromiso con nuestros agricultores, pescadores, artesanos y empresarios. Es apostar por la frescura, la trazabilidad y la reducción de la huella de carbono. Es, en definitiva, llevarse un pedazo de la Costa Tropical a casa.

Aplicación Práctica: la Carta Kilómetro 0 y la Vinculación de Marcas Ancla (Anexo)

Como desarrollo operativo de esta línea estratégica, y como respuesta directa al objetivo específico OE1 y OE3 del proyecto, se ha elaborado una Carta Kilómetro 0 aplicada —adjunta a este Trabajo Fin de Prácticas en formato PDF (Carta Km 0 · Eco-Chiringuitos · Costa Tropical de Granada)— que traduce en un soporte real y utilizable por cualquier establecimiento adherido los principios descritos en el apartado 4.1.4 “Carta Kilómetro 0 Básica”. El documento no es un anexo meramente ilustrativo: constituye una plantilla de carta gastronómica ya maquetada, organizada en cuatro bloques (Para Beber, De la Huerta, Del Mar y Dulce Final), que cualquier eco-chiringuito de la comarca podría adoptar o adaptar con su propia oferta, manteniendo la identidad visual común del proyecto (paleta verde tropical y dorada, sello circular “Eco · Chiringuitos · Costa Tropical de Granada · Km 0” y fichas

de marca homogéneas).

La carta identifica de forma nominal a las marcas y productores de la comarca en lugar de hablar únicamente de “producto km 0” en genérico: Ron Montero y Ron El Mondero (bodegas de Motril y Lobres-Salobreña), Café Sol y Crema (tueste artesanal de Motril desde 1971), Hortalizas de la Palma (vega de Motril), y las frutas subtropicales de la comarca —mango y chirimoya con Denominación de Origen Protegida—, junto con el pescado y marisco de la Lonja de Motril (quisquilla, boquerón, cigala, sardina y jurel). Esta forma de presentar el producto local, con nombre propio, origen y una frase de posicionamiento por marca, encaja directamente con la Línea 3 del proyecto y con el pilar de “gastronomía de kilómetro cero” que define al eco-chiringuito en el conjunto del modelo (véase apartado 4).

Esta vinculación de marcas locales no se plantea como una acción aislada, sino que se desarrolla en detalle en el Anexo de Vinculación de Marcas Locales y Diseño de la Carta Kilómetro 0, documento de trabajo complementario a este TFP que se adjunta de forma independiente. Dicho anexo se propone como la hoja de ruta de marca para el conjunto de la Costa Tropical y desarrolla, en tres bloques, lo que en este apartado solo puede resumirse: (1) una estrategia de marca que define qué debe ser un eco-chiringuito y las cuatro etapas de incorporación al modelo (Adhesión, Nivel Básico, Nivel Medio, Nivel Avanzado y Consolidación), así como el listado de marcas ancla propuestas para el proyecto piloto comarcal y el sello “Marca Aliada Km 0” que las reconoce; (2) un bloque de diseño gráfico que fija la identidad visual, la estructura de fichas de marca y los soportes de señalética derivados de la carta; y (3) un plan financiero que estima el presupuesto de diseño y producción a escala comarcal (entre 19.000 € y 35.000 € para más de 20 establecimientos), el modelo de aportación de las marcas participantes y una primera estimación del impacto económico del proyecto en la Costa Tropical.

En conjunto, la Carta Kilómetro 0 adjunta y su anexo de vinculación de marcas cierran el círculo entre la estrategia (líneas de actuación de este TFP), el producto tangible que puede entregarse a cada establecimiento (la carta maquetada) y el modelo de gobernanza y financiación necesario para escalarlo a los más de veinte chiringuitos de la comarca. Se recomienda que la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical valide ambos documentos con la Asociación de Empresarios de Playas y con los productores identificados como marcas ancla antes de su implementación definitiva, tal y como advierte el propio anexo financiero.

Línea 4: Desarrollo de la Economía Azul Sostenible

La economía azul representa una oportunidad estratégica para la Costa Tropical. Según datos de la Consejería de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul de la Junta de Andalucía, en la provincia de Granada existen más de 1.200 empresas dedicadas a la economía azul que generan casi 3.000 puestos de trabajo. La hoja de ruta contempla la articulación del modelo eco-chiringuito con la estrategia de economía azul del territorio, potenciando sinergias con el Puerto de Motril, el sector pesquero y las iniciativas de investigación marina (UGR, 2024).

Para operativizar esta visión, la Mancomunidad de Municipios establece cuatro pilares fundamentales:

1. Trazabilidad y "Km 0" del Mar

El chiringuito debe dejar de ser un simple punto de restauración para convertirse en un eslabón final de la cadena de valor pesquera.

Acción: Implementación de un sello de "Producto de Lonja Local" que identifique en la carta el origen exacto (barco/zona de pesca) de las especies consumidas.

Objetivo: Eliminar la dependencia de productos congelados de larga distancia, incentivando el consumo de especies locales subexplotadas y reduciendo la huella de carbono.

2. Gestión Circular de Residuos

La lucha contra la contaminación por plásticos es el núcleo de la economía azul en el sector playa.

Acción: Sustitución total de plásticos de un solo uso en el servicio y optimización de la gestión de residuos orgánicos para compostaje en la vega, cerrando el ciclo de nutrientes entre mar y tierra.

Colaboración: Establecer protocolos de gestión de residuos con las cofradías de pescadores para la recogida de plásticos marinos.

3. Innovación y Transferencia Científica (UGR)

La unión entre los chiringuitos y la academia permite validar prácticas sostenibles.

Acción: Creación de un "Observatorio de Sostenibilidad de Playa" en colaboración con la Universidad de Granada, donde los chiringuitos sirvan como puntos de recogida de datos (temperatura del agua, biodiversidad local, afluencia turística).

Objetivo: Convertir el establecimiento en un agente activo de ciencia ciudadana.

4. Educación y Sensibilización Turística

El turista debe comprender que su consumo en el chiringuito ayuda a proteger el ecosistema marino.

Acción: Diseño de cartas-guía que, además de listar platos, expliquen la importancia de la veda pesquera, las especies de temporada y la fragilidad del entorno marino de la Costa Tropical.

Resultado: Transformar al visitante en un "embajador de la sostenibilidad", aumentando el valor percibido del servicio y del destino.

Impacto Esperado

Con esta integración, no solo protegemos nuestro capital natural, sino que diversificamos nuestra oferta turística hacia un modelo de turismo regenerativo. La meta es que, para 2030, el 100% de los chiringuitos de la Costa Tropical cuenten con certificaciones de economía azul, alineándose con las directrices europeas y andaluzas de crecimiento sostenible.

“El futuro de nuestra costa reside en entender que el mar es, simultáneamente, nuestro recurso, nuestro patrimonio y nuestra mayor responsabilidad.”

Línea 5: Gobernanza y Alianzas Multinivel

El éxito del proyecto de transformación de los chiringuitos de la Costa Tropical requiere una gobernanza coordinada que articule los diferentes niveles administrativos (estatal, autonómico, provincial, comarcal y municipal) con los agentes socioeconómicos del territorio. La hoja de ruta propone la creación de una **Mesa del Eco-Chiringuito** como espacio permanente de diálogo, coordinación y seguimiento.

Esta línea de actuación busca superar la fragmentación administrativa, convirtiendo la colaboración institucional en un activo estratégico para la agilidad operativa de los establecimientos.

1. Composición de la Mesa del Eco-Chiringuito

Para garantizar una visión 360º, la Mesa debe integrarse por una representación equilibrada:

- **Sector Público:** Mancomunidad de Municipios (liderazgo/coordinación), representantes de los Ayuntamientos costeros, Delegaciones Territoriales de la Junta de Andalucía (Turismo y Sostenibilidad) y Demarcación de Costas (Ministerio).
- **Sector Privado:** Asociación de Chiringuitos de la Costa Tropical, Cofradías de Pescadores de Motril, representantes del sector agrícola y comercial local.
- **Sector Académico y Social:** Universidad de Granada (UGR) como garante científico y asesor técnico en sostenibilidad.

2. Ejes de Acción de la Gobernanza

La Mesa operará sobre tres pilares fundamentales para garantizar la viabilidad del modelo:

- **Simplificación Administrativa:** Establecer una "Ventanilla Única de Sostenibilidad" para el sector playa, facilitando la obtención de licencias para las reformas eco-eficientes (energías renovables, gestión de residuos) que requiere el modelo.
- **Sostenibilidad Financiera:** Coordinación para la captación de fondos (Fondos Next Generation, fondos FEDER, ayudas regionales) destinados a la reconversión de infraestructuras y a la formación de personal.
- **Certificación y Vigilancia:** Gestión del sello "Eco-Chiringuito Costa Tropical". La Mesa será el

órgano encargado de auditar y renovar anualmente esta certificación, garantizando el cumplimiento de los estándares de economía azul.

3. Mecanismo de Funcionamiento

Para evitar que este órgano se convierta en una estructura burocrática pesada, se implementará un modelo de **Gobernanza Ágil**:

1. **Plenario Anual:** Para la revisión de objetivos estratégicos, presupuesto y balance de impacto (turístico, ambiental y económico).
2. **Comisiones Técnicas Semestrales:** Grupos de trabajo específicos para temas como "Gestión de Residuos", "Digitalización del Producto Local" y "Formación Turística".
3. **Plataforma Digital de Seguimiento:** Herramienta transparente donde cada chiringuito pueda registrar sus avances, certificaciones y necesidades, accesible para los miembros de la Mesa.

4. Impacto Estratégico

El establecimiento de esta gobernanza multinivel no solo legitima el proyecto, sino que:

- **Reduce la incertidumbre jurídica** para los empresarios del sector playa.
- **Alinea las políticas públicas** (estatales, autonómicas y locales) bajo una misma narrativa: "Costa Tropical, Destino Regenerativo 2030".
- **Fortalece la resiliencia del destino**, permitiendo una respuesta rápida y coordinada ante crisis ambientales o cambios en las demandas del mercado turístico.

"La gobernanza es el instrumento que garantiza que la innovación no sea un evento aislado, sino la norma que define nuestra identidad territorial."

Línea 6: Comunicación y Posicionamiento de Marca

El éxito de la transformación hacia el modelo "Eco-Chiringuito" depende directamente de nuestra capacidad para comunicar el valor añadido de esta transición. No buscamos solo promocionar un establecimiento, sino posicionar a la Costa Tropical como un destino de referencia en el Mediterráneo mediante una narrativa de regeneración, autenticidad y excelencia.

1. Identidad y Narrativa de Marca

La marca **Eco-Chiringuito Costa Tropical** debe comunicar tres pilares fundamentales:

- **Identidad:** "La tierra más tropical de Europa".
- **Compromiso:** Del turismo de sol y playa al turismo regenerativo.
- **Calidad:** El producto local (Km 0) como protagonista.

La estrategia se basará en un *storytelling* que ponga nombre y rostro a los productores (pescadores, agricultores, artesanos), transformando cada plato y cada copa en una historia de nuestra comarca.

2. Marketing Digital y Presencia Online

Para captar a un turista responsable y conectado, el ecosistema digital debe ser impecable:

- **Web del Destino:** Un portal centralizado que integre la "Carta Kilómetro 0" y geolocalice todos los establecimientos certificados.
- **Social Media "Living the Coast":** Campañas de contenido visual enfocadas en el estilo de vida tropical. Colaboraciones con *micro-influencers* del sector gastronómico y de sostenibilidad para visitas de "prescripción".
- **Transparencia Digital:** Implementación de códigos QR en cada chiringuito que permitan al cliente ver el origen del producto que está consumiendo, conectando la experiencia gastronómica con la historia del territorio.

3. Marketing Experiencial

El chiringuito debe ser el principal punto de contacto de la marca:

- **Experiencia inmersiva:** Diseño de uniformes, señalética y materiales de marketing (mantelería, cartas) realizados con materiales sostenibles.
- **Eventos de Temporada:** Calendario de eventos (ej. "Jornadas del Chirimoyo", "Noche de la Quisquilla") que atraigan público fuera de la temporada alta, desestacionalizando la demanda.

4. Relaciones Públicas y Ferias Turísticas

El posicionamiento B2B (Business to Business) es crucial para la viabilidad a largo plazo:

- **Presencia Institucional:** Stand propio o espacio destacado en ferias como FITUR, ITB Berlín o ferias de turismo gastronómico, bajo la marca "Costa Tropical Regenerativa".
- **Press Trips:** Organización de visitas guiadas para medios especializados y bloggers de viajes, enfocadas en la experiencia *agroturística* (visita a fincas, lonja de Motril y chiringuitos).

5. Medición y KPIs

Para evaluar el éxito de esta estrategia de comunicación, se establecerán métricas claras:

- **Tasa de reconocimiento:** Encuestas de satisfacción a turistas midiendo el impacto del sello "Eco-Chiringuito".
- **Alcance Digital:** Engagement y conversión en la plataforma web de los chiringuitos certificados.
- **Impacto Económico:** Incremento en el consumo de productos locales certificados por parte de los establecimientos.

"La marca no es un logo; es la suma de las historias que compartimos. Haremos de la Costa Tropical el lugar donde el turismo no solo visita, sino que ayuda a prosperar."

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

El análisis de factibilidad examina las condiciones técnicas, económicas, jurídicas, sociales y ambientales que determinan la viabilidad del proyecto. Este estudio sigue la metodología recomendada por la Agenda Urbana Española para la evaluación de proyectos de desarrollo territorial sostenible.

Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica del modelo eco-chiringuito está ampliamente demostrada a nivel internacional y nacional. Las tecnologías necesarias para su implementación —paneles fotovoltaicos, sistemas de gestión de residuos, materiales sostenibles— son comercialmente disponibles y su instalación no requiere conocimientos especializados inaccesibles para el sector.

El caso de Nova Sunset Club en La Barrosa (Chiclana), primer chiringuito de España certificado con el sello QSostenible, demuestra la viabilidad técnica del modelo en el contexto andaluz. Asimismo, el proyecto Eco-Gassho de Sanxenxo ha probado la factibilidad de un modelo completamente desmontable y reversible. En la propia Costa Tropical, el chiringuito El Farillo en Motril ha sido galardonado por Ecovidrio por sus prácticas de sostenibilidad (Ecovidrio, 2024).

La principal barrera técnica identificada es la necesidad de adaptar las soluciones estándar a las condiciones específicas de cada establecimiento (ubicación, tamaño, acceso a infraestructuras), lo que requiere un acompañamiento técnico personalizado durante la fase de transición.

Factibilidad Económica

Desde la perspectiva económica, el modelo eco-chiringuito presenta un balance favorable a medio plazo. Aunque la inversión inicial puede ser superior a la de un chiringuito convencional (estimada entre un 15% y un 25% adicional), los ahorros operativos derivados del autoconsumo energético, la reducción de residuos y la eficiencia en el uso de recursos permiten recuperar la inversión en un periodo estimado de 3 a 5 años.

Adicionalmente, el posicionamiento como eco-chiringuito permite acceder a segmentos de mercado de mayor poder adquisitivo y sensibilidad ambiental, incrementando el ticket medio por cliente. El turista sostenible está dispuesto a pagar un precio medio superior del 10-15% por productos y servicios certificados como sostenibles (UNWTO, 2023).

Las fuentes de financiación disponibles para la transición incluyen subvenciones de la Junta de Andalucía para eficiencia energética en pymes, fondos NextGenerationEU vinculados a la transición ecológica, y programas específicos de la Diputación de Granada para proyectos de Agenda Urbana.

Factibilidad Jurídica

El marco normativo español, en constante evolución hacia una mayor protección del litoral, resulta favorable al proyecto. La Ley 2/2013, de 29 de mayo, de protección y uso sostenible del litoral y de modificación de la Ley 22/1988, de Costas, establece criterios que compatibilizan la protección de la costa con el servicio público, y prevé mayores restricciones para los chiringuitos en playas naturales (BOE, 2013).

El anteproyecto de modificación del Reglamento General de la Ley de Costas, actualmente en tramitación, plantea nuevas restricciones: tamaño máximo de 70m² en playas naturales, una sola planta sin sótano, elementos completamente desmontables, y distancias mínimas de 300 metros en playas naturales y 150 en urbanas (Diario de Sevilla, 2026). Estas restricciones, aunque pueden suponer un desafío para los establecimientos existentes, alinean perfectamente con el modelo de eco-chiringuito propuesto, que ya contempla el diseño modular, desmontable y de bajo impacto.

Factibilidad Social

La aceptación social del proyecto es alta, según los resultados de las entrevistas realizadas. Los empresarios del sector muestran interés creciente en la sostenibilidad, motivado tanto por razones éticas como por la percepción de una oportunidad de diferenciación comercial. El sector hostelero de la Costa Tropical emplea a más de 8.400 personas, representando el 27,82% de las contrataciones de la zona, lo que evidencia la importancia económica y social de una transformación sostenible del sector (Observatorio Augos, 2013).

La población local, especialmente los jóvenes, muestra interés por el turismo sostenible como vía de desarrollo económico compatible con la conservación del entorno. El Programa Puentes mismo es una muestra de esta apuesta por el talento joven y la innovación territorial.

Factibilidad Ambiental

La viabilidad ambiental del proyecto es uno de sus puntos más sólidos. El modelo eco-chiringuito está diseñado específicamente para minimizar el impacto ambiental de la hostelería de playa y contribuir activamente a la conservación del litoral. Los beneficios ambientales cuantificables incluyen:

- Reducción estimada del 40-60% en el consumo energético respecto a un chiringuito convencional.
- Eliminación del 90% de residuos plásticos de un solo uso.
- Compostaje del 100% de la materia orgánica generada.
- Reducción de las emisiones de CO2 vinculadas al transporte de productos mediante la compra de proximidad.
- Mejora de la calidad del paisaje costero mediante la integración arquitectónica y el respeto al entorno.

Conclusión del Análisis de Factibilidad

El análisis integral de factibilidad concluye que el proyecto de difusión y dinamización de eco-chiringuitos es viable en todas sus dimensiones. Las barreras identificadas (inversión inicial, cambio normativo, necesidad de formación) son superables mediante una implementación gradual, el acompañamiento institucional y la movilización de recursos disponibles. El proyecto responde a una demanda real del mercado, está alineado con las políticas públicas de sostenibilidad y contribuye a los objetivos de la Agenda Urbana Española y la Agenda 2030.

3.9 INCORPORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL PROYECTO.

El análisis de la perspectiva de género constituye un elemento transversal y obligatorio en el desarrollo de proyectos enmarcados en la Agenda Urbana Española y la Agenda 2030. El Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 (Igualdad de Género) y la meta específica 5.5 (Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles) son referentes obligados para este análisis (Naciones Unidas, 2015).

Situación del Sector Turístico desde la Perspectiva de Género

El turismo es uno de los sectores económicos con mayor presencia femenina a nivel mundial. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres. Sin embargo, esta presencia numérica no se traduce en igualdad de condiciones: las

mujeres ocupan predominantemente empleos precarios, mal remunerados y de bajo nivel, ganando un 14,7% menos que los hombres en puestos similares (OMT, 2023).

En el contexto español, el emprendimiento femenino en el sector turístico presenta características específicas que deben considerarse en el diseño del proyecto. Un estudio bibliométrico reciente de Rodríguez-Vera, Rando-Cueto y De las Heras-Pedrosa (2024), publicado en la Web of Science, revela que el emprendimiento femenino en turismo impulsa el desarrollo económico, fomenta la igualdad de género y promueve la innovación, aunque persisten desafíos como la falta de investigación en algunas regiones y barreras a la participación femenina.

En Europa, la tasa de actividad empresarial femenina es solo del 5,7% en comparación con un promedio mundial del 11%. En Barcelona, únicamente 3 de cada 10 emprendedores son mujeres, lo que indica que el camino empresarial para las mujeres presenta dificultades significativas (Observatorio del Emprendimiento de España, 2023). Las principales barreras identificadas incluyen: acceso desigual a la financiación, discriminación en la solicitud de préstamos bancarios, responsabilidades de cuidados no remuneradas, falta de redes de contacto y escasa representación en posiciones de liderazgo.

Impacto Diferenciado del Proyecto en Hombres y Mujeres

Impacto en el Empleo

El proyecto de eco-chiringuitos tiene un impacto potencialmente positivo en la igualdad de género en el empleo. La hostelería de playa es un sector que tradicionalmente emplea a un alto porcentaje de mujeres, tanto en puestos de cocina como de servicio y atención al cliente. La transformación hacia el modelo eco-chiringuito puede generar nuevas oportunidades de empleo de mayor calidad, especialmente en áreas como la gestión de sostenibilidad, la comunicación digital y la coordinación de experiencias turísticas, donde las mujeres están sobrerrepresentadas.

Según los datos del Observatorio Augos del Servicio Andaluz de Empleo (2013), el sector hostelería en la Costa Tropical representó el 27,82% de las contrataciones en 2013, siendo el segundo sector por volumen después de la agricultura. La implementación del modelo eco-chiringuito puede contribuir a la creación de empleo femenino de calidad, con condiciones laborales estables y salarios equitativos.

Impacto en el Emprendimiento

El proyecto fomenta el emprendimiento femenino al proporcionar un modelo de negocio viable, acompañamiento técnico y acceso a una red de apoyo. Las mujeres emprendedoras en turismo diversifican la oferta turística, crean empleo y revitalizan comunidades locales (Rodríguez-Vera et al., 2024). Sin embargo, es necesario adoptar medidas específicas para superar las barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras:

- Líneas específicas de financiación para proyectos liderados por mujeres.
- Programas de formación en competencias empresariales y digitales dirigidos a mujeres.
- Mentoría y acompañamiento por parte de mujeres empresarias del sector.
- Redes de apoyo y espacios de networking femenino.
- Servicios de conciliación y apoyo a las responsabilidades de cuidados.

Impacto en la Toma de Decisiones

Es fundamental garantizar la participación equilibrada de hombres y mujeres en los espacios de toma de decisiones del proyecto. La Mesa del Eco-Chiringuito debe contar con una composición paritaria, y se establecerán cuotas de participación femenina en las formaciones, eventos y acciones de comunicación. Según el estudio de Rizky, Anwar y Ardian (2025), publicado en International Review of Management and Marketing, la integración de perspectivas de género en iniciativas de economía azul no solo apoya el empoderamiento económico de las mujeres, sino que mejora los resultados generales del proyecto.

Análisis de Interseccionalidad

El análisis de género debe considerar las intersecciones con otras variables como la edad, el nivel educativo, la situación económica y el lugar de residencia. Las mujeres jóvenes de la Costa Tropical pueden encontrar en el modelo eco-chiringuito una oportunidad de empleo cualificado que les permita desarrollarse profesionalmente sin necesidad de emigrar a grandes ciudades, contribuyendo así a la fijación de población en el territorio.

Por su parte, las mujeres mayores del sector hostelero, con años de experiencia pero sin formación formal en sostenibilidad, requieren programas de capacitación adaptados que reconozcan su experiencia práctica y les proporcionen nuevas competencias.

Medidas de Acción Afirmativa

El proyecto incorpora las siguientes medidas específicas para garantizar la igualdad de género:

- Paridad en la composición de la Mesa del Eco-Chiringuito y los grupos de trabajo.
- Reserva del 50% de las plazas en los programas de formación para mujeres.
- Línea preferente de financiación para proyectos de eco-chiringuitos liderados por mujeres.
- Visibilización de mujeres referentes del sector en la estrategia de comunicación.
- Incorporación de la perspectiva de género en el manual de buenas prácticas.

- Evaluación del impacto de género como indicador transversal del sistema de seguimiento.

Uniformidad Laboral con Perspectiva de Género

Como concreción práctica de las medidas de acción afirmativa anteriores, y dado que la uniformidad es uno de los puntos donde con mayor frecuencia se materializa la desigualdad de trato en la hostelería de playa —con exigencias estéticas y prendas más ceñidas, cortas o incómodas impuestas de forma habitual solo a las trabajadoras, frente a uniformes funcionales y neutros para sus compañeros—, el proyecto incorpora criterios explícitos de diseño de uniformidad no discriminatoria para el conjunto de la red Eco-Chiringuitos. El objetivo es que la imagen de marca definida en el apartado 3.10 se traslade también a quienes atienden la sala, sin que ello suponga una carga desigual para las trabajadoras en términos de comodidad, exposición corporal o libertad de elección.

Principios para un Uniforme No Discriminatorio

Se proponen los siguientes principios, que la Mesa del Eco-Chiringuito debe trasladar como cláusula orientativa a los establecimientos adheridos en el manual de buenas prácticas:

- Catálogo único de prendas por función (sala, cocina, barra), no por sexo: todas las personas trabajadoras eligen entre las mismas opciones de corte y prenda, independientemente de su género.
- Ninguna prenda puede exigirse en exclusiva a las mujeres si no se exige su equivalente funcional a los hombres: quedan excluidos como prenda obligatoria la falda, el tacón o los escotes pronunciados, salvo elección voluntaria de quien la lleva.
- Rango de tallas amplio e inclusivo (no limitado a los cortes ajustados estándar), con opción de corte recto y corte entallado disponible para cualquier persona que lo prefiera, evitando que la única alternativa a la talla estándar sea una prenda de hombre de tamaño superior.
- Alternativas de manga larga, pañuelo o gorra homologados con la imagen de marca para quienes, por motivos de protección solar, salud dermatológica o creencias personales, prefieran una mayor cobertura, sin que ello se penalice ni se señale como excepción.
- Calzado antideslizante y cerrado de uso obligatorio para ambos sexos en cocina y barra, frente a la práctica habitual de exigir solo a los hombres calzado cerrado y tolerar en las mujeres calzado abierto o con tacón, más inseguro sobre arena, tarima húmeda o superficies grasas.

Materiales, Confort Climático y Coherencia con la Marca

En clave de sostenibilidad, se recomienda que la uniformidad se produzca en tejidos técnicos transpirables de fibra reciclada (poliéster reciclado de botella PET o algodón orgánico), con protección ultravioleta (UPF 30+) dado el número de horas de exposición solar directa del personal de sala y barra, y en los mismos tonos ya fijados en la identidad visual del apartado 3.10 (verde chirimoya, azul mediterráneo y arena dorada como colores de prenda, gris volcánico como color neutro de apoyo), de modo que el propio personal se convierta en un soporte más —y no el menos

cuidado— de la imagen de marca Eco-Chiringuito.

A modo de propuesta orientativa, se plantea un catálogo base de tres piezas combinables, común a ambos sexos y ajustable por talla y corte:

Prenda	Opciones de corte	Material y función
Polo técnico de sala	Corte recto o entallado, manga corta o larga, mismo tejido y color en ambas variantes.	Punto técnico transpirable UPF 30+, color verde chirimoya o arena dorada; logotipo bordado idéntico en todas las variantes.
Pantalón / bermuda de trabajo	Bermuda o pantalón largo a elección, mismo patrón base con ajuste de cintura regulable.	Mezcla algodón orgánico-elastano, color gris volcánico; bolsillos funcionales iguales en ambas versiones.
Calzado de servicio	Zapato cerrado antideslizante, sin variante de tacón ni de sandalia abierta.	Suela antideslizante certificada, apto para arena y superficies húmedas; misma gama para todo el personal de sala, barra y cocina.
Protección solar complementaria	Gorra, pañuelo o visera a libre elección, disponibles en el mismo tejido de marca.	Tejido UPF 30+ a juego con el polo; uso opcional y sin distinción por sexo o categoría del puesto.

La adopción de este catálogo se plantea como recomendación incluida en el manual de buenas prácticas del apartado “Medidas de Acción Afirmativa”, y su cumplimiento por parte de los establecimientos adheridos puede incorporarse, en fases posteriores, como un criterio más dentro de la auditoría anual de la Mesa del Eco-Chiringuito, en paralelo a los indicadores de género ya recogidos a continuación.

3.10 DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, SOLUCIONES MARKETING, ETC. ...

Esta sección presenta las propuestas de diseño, comunicación y marketing desarrolladas como parte del Plan de Difusión y Dinamización de Eco-Chiringuitos. Los elementos descritos a continuación constituyen un kit de herramientas para la implementación de la estrategia de posicionamiento del modelo eco-chiringuito en la Costa Tropical.

Identidad Visual de la Marca

Concepto de Marca

La marca Eco-Chiringuito Costa Tropical se define como la expresión visual y simbólica de un modelo de turismo sostenible que integra respeto al medio ambiente, calidad gastronómica y experiencia única en el litoral granadino. El concepto creativo se fundamenta en tres pilares: la SOSTENIBILIDAD (verde naturaleza, materiales orgánicos), el MAR (azul mediterráneo, transparencia) y la TIERRA (tonos cálidos, agricultura tropical).

Paleta Cromática

La paleta cromática se compone de colores inspirados en los elementos naturales de la Costa Tropical:

- Verde chirimoya: #7CB342 (color principal, asociado a la sostenibilidad y al producto local emblemático).

- Azul mediterráneo: #29B6F6 (color secundario, vinculado al mar y al cielo).
- Arena dorada: #FFD54F (tono tierra, representativo de las playas).
- Blanco natural: #FAFAFA (fondo, pureza y limpieza).
- Gris volcánico: #455A64 (texto, contraste y elegancia).

Tipografía

La tipografía seleccionada combina una fuente serif para títulos (transmite tradición y raíces mediterráneas) con una fuente sans-serif para cuerpos de texto (aporta modernidad y legibilidad en medios digitales).

Logotipo

El logotipo propuesto integra un icono que representa la silueta de un chiringuito bioclimático (líneas limpias, techo inclinado, sombra de pérgola) con un elemento circular que simboliza el ciclo de la economía circular. Bajo el icono, el texto ECO-CHIRINGUITO en mayúsculas serif y COSTA TROPICAL GRANADA en sans-serif de menor tamaño completa la composición.

Infografía del Modelo Eco-Chiringuito

Se propone el diseño de una infografía explicativa del modelo que visualice los cinco pilares del eco-chiringuito mediante un diagrama circular centrado en el establecimiento:

- Infraestructura: iconos de madera certificada PEFC, sistemas modulares, materiales reciclados.
- Energía: iconos de paneles solares, baterías LFP, pintura termorreflectante, ventilación cruzada.
- Residuos: iconos de compostaje, reciclaje, eliminación de plásticos, reutilización.
- Gastronomía: iconos de chirimoya, aguacate, pesca de lonja, kilómetro cero.
- Marca: iconos de certificación S, Bandera Azul, identidad visual única.

Mapa de Eco-Chiringuitos de la Costa Tropical

Se propone la elaboración de un mapa interactivo de eco-chiringuitos que muestre la ubicación de los establecimientos adheridos al proyecto en los diez municipios de la Mancomunidad. El mapa incluirá:

- Geolocalización de cada eco-chiringuito con ficha técnica.
- Distintivo de nivel de sostenibilidad (iniciado, avanzado, excelente).

- Rutas temáticas vinculadas (gastronómica, cultural, deportiva).
- Conexión con otros atractivos turísticos (playas, senderos, miradores).
- Disponibilidad en formato web y app móvil.

Estrategia de Marketing Digital

Posicionamiento Web (SEO/SEM)

La estrategia de posicionamiento web se orienta a captar tráfico cualificado de usuarios interesados en turismo sostenible en la Costa Tropical. Las palabras clave objetivo incluyen: eco-chiringuito Costa Tropical, chiringuito sostenible Granada, playas sostenibles Motril, gastronomía km0 Costa Tropical, turismo azul Granada. Se implementarán acciones de SEO técnico, creación de contenido optimizado y campañas de Google Ads segmentadas por geografía e intereses.

Redes Sociales

La estrategia de redes sociales se centra en Instagram y TikTok como plataformas principales, dado su carácter visual y el perfil del público objetivo (millennials y generación Z interesados en sostenibilidad). El calendario de contenidos semanal incluye:

Día	Tipo de Contenido	Formato
Lunes	Consejo sostenible	Reel/Carousel
Martes	Producto local destacado	Foto + historia
Miércoles	Detrás de cámaras	Stories/Reel
Jueves	Testimonio/Entrevista	Video corto
Viernes	Ruta/Experiencia	Reel/Carousel
Sábado	Eco-chiringuito destacado	Foto + historia
Domingo	Paisaje/Momento	Foto + reflexión

Influencer Marketing

Se establecerán colaboraciones con micro-influencers (10.000-100.000 seguidores) del nicho de turismo sostenible, slow travel y gastronomía. La selección priorizará perfiles con audiencias comprometidas y alineadas con los valores del proyecto. Las colaboraciones incluirán estancias experienciales en eco-chiringuitos, creación de contenido y participación en eventos temáticos.

Email Marketing

Se desarrollará una estrategia de email marketing mediante la creación de una newsletter mensual que incluya: novedades de los eco-chiringuitos, recetas con productos locales, consejos de sostenibilidad, ofertas especiales y contenido exclusivo. El objetivo es construir una comunidad de usuarios comprometidos y fidelizar la relación con el destino.

Campañas Publicitarias

Campaña de Lanzamiento

La campaña de lanzamiento del proyecto se estructura bajo el lema Saborea lo auténtico, cuida lo nuestro, combinando el componente gastronómico con el compromiso ambiental. La campaña incluye:

- spots publicitarios de 20 segundos para redes sociales y televisión local.
- Material gráfico para prensa, revistas especializadas y mobiliario urbano.
- Acciones de street marketing en ciudades de origen de turistas (Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada).
- Evento de lanzamiento en una playa de Motril con medios de comunicación, influencers y autoridades.

Campaña de Verano

Durante la temporada alta (junio-septiembre), se intensifica la comunicación con acciones específicas: jornadas de puertas abiertas en eco-chiringuitos, rutas gastronómicas guiadas, talleres de sostenibilidad para familias y concursos en redes sociales con hashtags específicos (#EcoChiringuitoCT, #SaboreaLoAutentico).

Material de Comunicación

El kit de comunicación del proyecto incluye los siguientes elementos:

- Dossier de prensa con información sobre el proyecto, datos de interés y fichas de contacto.
- Folleto informativo para distribución en oficinas de turismo y alojamientos.
- Cartel para exposición en los eco-chiringuitos participantes.
- Pegatina distintiva para identificación de los establecimientos adheridos.
- Plantillas para redes sociales (stories, posts, reels).
- Presentación institucional en formato PowerPoint para actos y reuniones.

- Vídeo corporativo de 2-3 minutos sobre el proyecto y sus valores.

Señalética y Mobiliario Urbano

Se propone un sistema de señalética sostenible para los eco-chiringuitos y su entorno, fabricado con materiales reciclados y de bajo impacto ambiental. Los elementos incluyen: paneles informativos sobre la flora y fauna locales, señalización de rutas peatres, contenedores de reciclaje con diseño integrado y mobiliario de playa fabricado con plástico reciclado recogido del litoral.

3.10.1. Qué debe ser un Eco-Chiringuito

A efectos de este proyecto, un Eco-Chiringuito es un establecimiento de playa de la Costa Tropical que redefine el modelo tradicional de hostelería litoral situando la sostenibilidad en el centro de su competitividad, y que acredita ese compromiso en cinco dimensiones inseparables entre sí:

- Infraestructura y materiales de proximidad: estructuras en madera de chopo certificada de la Vega de Granada y materiales reciclados (madera plástica) en mobiliario y pasarelas, con criterio de reversibilidad y bajo impacto.
- Autoconsumo energético y eficiencia pasiva: autoconsumo fotovoltaico, baterías LFP, pinturas termorreflectantes y diseño bioclimático orientado a la ventilación cruzada.
- Economía circular y protección marina: residuo cero, eliminación de plásticos de un solo uso, compostaje local y reutilización de plástico recogido en playa.
- Gastronomía de Kilómetro Cero: oferta articulada en torno a productos con D.O.P., lonja y marcas locales, con narrativa de origen que identifica al productor en la propia carta.
- Identidad visual y certificación: adhesión a una imagen de marca común y progresión hacia sellos de prestigio (Marca “S” de Sostenibilidad Turística UNE-ISO 21401:2019, Bandera Azul, “Q” de Calidad Turística).

La marca Eco-Chiringuitos no sustituye a estas certificaciones oficiales: actúa como paraguas comarcal que agrupa a los establecimientos que ya cumplen, o están en proceso de cumplir, estos cinco pilares, y les da visibilidad conjunta frente al visitante.

3.10.2. Etapas para convertirse en Eco-Chiringuito

El itinerario de incorporación se plantea como una progresión de cuatro etapas, coherente con los tres niveles de sostenibilidad (Básico, Medio, Avanzado) ya definidos en el TFP, a los que se añade una etapa de adhesión inicial y una de reconocimiento final:

Etapa	Nombre	Requisitos clave	Distintivo obtenido
0	Adhesión	Firma del compromiso comarcal; diagnóstico inicial del establecimiento (check-list de sostenibilidad).	Candidato Eco-Chiringuito
1	Nivel Básico	Iluminación LED, fin del plástico de un solo uso, separación de residuos y Carta Km 0 básica (mín. 5 elaboraciones locales).	Sello Bronce
2	Nivel Medio	Electrodomésticos eficientes, ahorro hídrico y digitalización de la carta (QR, control de consumos).	Sello Plata
3	Nivel Avanzado	Fotovoltaica y baterías LFP, bioclimática completa y materiales estructurales sostenibles certificados.	Sello Oro
4	Consolidación	Vinculación activa a marcas ancla Km 0, participación en campañas conjuntas y avance en certificaciones oficiales (S, Bandera Azul, Q).	Eco-Chiringuito Costa Tropical

La Carta Kilómetro 0 con marcas vinculadas —objeto central de este anexo— se introduce ya en la Etapa 1 en su versión básica, pero alcanza su máximo valor de marca en la Etapa 4, cuando pasa de listar productos locales a construir una red visible de partenariados con marcas reconocidas de la comarca.

3.10.3. Por qué vincular marcas ancla: la lógica de marketing

El turismo de sol y playa compite en un mercado saturado y homogéneo. La diferenciación no se logra únicamente reduciendo el impacto ambiental, sino contando una historia auténtica que el visitante pueda reconocer, degustar y compartir. Vincular marcas locales con nombre propio —en lugar de hablar solo de “productos km 0” en genérico— aporta tres ventajas de marketing directas:

- Prueba social y autenticidad: marcas con historia y trayectoria (una bodega desde 1963, una tostadora familiar desde 1971) transmiten una credibilidad que el chiringuito, por sí solo, no puede construir de la noche a la mañana.
- Narrativa de origen y experiencia compartida: cada marca aporta su propio relato (la caña de azúcar, el oficio del mondero, la finca cafetera más septentrional de Europa), que convierte el consumo en una experiencia cultural, no solo gastronómica.
- Co-marketing y efecto red: cada marca ancla activa su propia base de clientes, prensa y redes sociales en favor del sello Eco-Chiringuitos, multiplicando el alcance sin coste publicitario directo para la Mancomunidad.

3.10.4 Marcas ancla seleccionadas para el proyecto piloto comarcal

A partir del inventario de productos y marcas recogido en la Carta Kilómetro 0 de la Costa Tropical, se proponen las siguientes marcas ancla como núcleo inicial de la Carta Km 0 vinculada a Eco-Chiringuitos, por su carácter único en Europa, su arraigo territorial y su compatibilidad con el relato de sostenibilidad:

Marca / categoría	Origen	Valor diferencial para la marca Eco-Chiringuitos
Ron Montero	Motril	Única bodega de ron abierta al público en Europa continental; tradición azucarera desde 1963 y reconocimiento internacional de calidad.
Ron El Mondero	Salobreña / Lobres	Ron artesanal sin aditivos, elaborado con caña 100 % local; recupera el oficio desaparecido del “mondero” como relato de identidad.
Café Sol y Crema	Motril	Tueste familiar de segunda generación desde 1971; volumen y trayectoria que aportan solidez de marca al conjunto.
Café Herradura	Almuñécar	Plantación de café arábico más septentrional del mundo; pieza de alto valor narrativo para turismo experiencial.
Hortalizas de la Vega / Contraviesa (“La Palma”)	Motril y comarca	Tomate cherry, pepino holandés y variedades delicatessen de exportación; aportan frescura y volumen de producto disponible todo el año.
Frutas subtropicales (chirimoya D.O.P., mango, aguacate)	Costa Tropical	Producto único en Europa continental, con Denominación de Origen Protegida en el caso de la chirimoya; máximo poder de diferenciación internacional.

Este núcleo de marcas ancla puede ampliarse en fases posteriores incorporando la lonja de Motril (quisquilla, pescado de lonja) como categoría adicional, dado su fuerte potencial gastronómico y su carácter de recurso en riesgo de escasez, lo que refuerza el mensaje de sostenibilidad.

3.10.5 Modelo de vinculación: sello “Marca Aliada Km 0”

Se propone crear un distintivo propio, complementario al sello Eco-Chiringuito, que reconozca a las marcas que participan activamente en la Carta Km 0 comarcal. El acceso al sello se rige por tres criterios de admisión y un órgano de gobernanza compartido:

- Criterios de admisión: origen verificable en la Costa Tropical (radio máximo de referencia de 100 km, en línea con el estándar Slow Food); trazabilidad del producto hasta el productor; compromiso mínimo de suministro estable a los establecimientos adheridos.
- Comité de selección: Mancomunidad de Municipios, Asociación de Empresarios de Playas y representación de productores/Cofradía de Pescadores, que valida altas y renovaciones anuales.
- Beneficios para la marca aliada: presencia física y digital en más de 20 puntos de venta turísticos; ficha propia en la Carta Km 0 y en el microsite; asociación reputacional con un sello institucional de sostenibilidad; participación en el evento de lanzamiento y en campañas de comunicación conjuntas.
- Beneficios para el Eco-Chiringuito: contenido gastronómico diferencial ya validado, sin necesidad de negociar individualmente con cada productor; refuerzo de su propio sello de sostenibilidad por asociación con marcas reconocidas.

3.10.6 Diseño gráfico de la Carta Kilómetro 0

3.10.6.1 Concepto e identidad visual

El diseño de la Carta Km 0 vinculada a marcas debe ser reconocible como una extensión directa de la identidad ya existente de la Carta Kilómetro 0 de la Costa Tropical y de la marca Eco-Chiringuitos, evitando crear una tercera imagen paralela. Se proponen los siguientes fundamentos visuales:

- Paleta cromática: verde tropical profundo como color base (institucional y vinculado a la vegetación subtropical), dorado como color de acento para sellos y elementos destacados, y blancos/cremas para dar legibilidad y aire mediterráneo, en línea con los “blancos nítidos, azules mediterráneos y tonos tierra” ya fijados como identidad del litoral.
- Tipografía: una familia sans-serif contemporánea y de alta legibilidad para textos de carta (uso en exteriores y con luz solar directa), combinada con una tipografía de trazo más orgánico para titulares, coherente con el estilo ya usado en la portada de la Carta Km 0 vigente.
- Iconografía propia: un set reducido de iconos lineales —hoja, sol, ola, gota de agua— que permitan señalar de un vistazo el origen del producto (mar, huerta, finca subtropical, bodega) sin recargar la página.
- Sello “Marca Aliada Km 0”: una marca gráfica circular, en dorado sobre fondo verde, que acompaña siempre al nombre de cada marca ancla, reproducible tanto en la carta impresa como en adhesivo de escaparate y en el microsite digital.

3.10.6.2. Estructura y contenidos de la carta

La Carta Km 0 comarcal mantiene el bloque de categorías ya validado (bebidas y licores, café, frutas subtropicales, hortalizas, productos del mar) e incorpora, dentro de cada categoría, una ficha breve y estandarizada por cada marca ancla, con el siguiente contenido fijo:

- Nombre de la marca y municipio de origen.
- Una frase de posicionamiento (máximo dos líneas) con el elemento diferencial de la marca.
- Producto o elaboración estrella recomendada para el chiringuito.
- Sello “Marca Aliada Km 0” y, cuando proceda, código QR de enlace a la ficha ampliada en el microsite.

Esta estructura permite que cada chiringuito personalice el listado concreto de platos y precios propios, manteniendo fija la parte de identidad de marca, lo que agiliza la producción a escala de toda la comarca.

3.10.6.3. Sistema de señalética y soportes

Soporte	Función	Ubicación
Carta de mesa	Presentación completa de categorías y marcas ancla, con fichas breves.	Mesas del chiringuito
Adhesivo de escaparate	Versión reducida del sello Eco-Chiringuito + Marca Aliada, visible desde el paseo marítimo.	Puerta / barra exterior
Código QR individual	Acceso a ficha ampliada de cada marca (historia, visitas guiadas, venta directa).	Carta y adhesivo
Señalética de ruta	Panel “Del campo y del mar a la mesa” con mapa de origen de los productos de la carta.	Paseo marítimo / entrada

3.10.6.4. Formatos de producción

- Carta física: soporte plastificado o laminado resistente a arena, sal y humedad, con tirada inicial de 100 unidades por establecimiento y reposición anual.
- Carta digital: versión responsive accesible por QR, alojada en un microsite común de Eco-Chiringuitos, con contenido ampliable (vídeo, enlaces a venta directa de las marcas).
- Kit para redes sociales: adaptación de las fichas de marca a formato historia/carrusel, para uso tanto de la Mancomunidad como de cada marca ancla en sus propios canales.

3.10.6.5. Maquetación de página tipo (ejemplo descriptivo)

Página tipo — categoría “Bebidas y Licores de la Costa”: cabecera con el icono de ola y el título de categoría en verde oscuro sobre franja dorada; a continuación, dos fichas de marca (Ron Montero y Ron El Mondero) en columnas paralelas, cada una con nombre, municipio, frase de posicionamiento, producto estrella y sello Marca Aliada Km 0 en la esquina superior derecha de la ficha; pie de página con el logotipo Eco-Chiringuitos y el código QR de acceso a la carta digital completa.

3.10.7. Plan Financiero

3.10.7.1. Presupuesto de diseño y producción (alcance: toda la Costa Tropical, +20 establecimientos)

Partida	Coste mínimo	Coste máximo	Naturaleza
Diseño de identidad visual y plantilla maestra de la carta	1.500 €	2.500 €	Único
Redacción de contenidos y fichas de 6-8 marcas ancla	800 €	1.500 €	Único
Sesión fotográfica de producto y productores (bodegas, lonja, fincas)	1.200 €	2.200 €	Único
Diseño y producción del sello "Marca Aliada Km 0" (gráfica, adhesivos, señalética)	600 €	1.000 €	Único
Maquetación/personalización por establecimiento (≈100-200 €/u. × 22)	2.200 €	4.400 €	Escalable
Impresión física laminada (≈180-320 €/u. × 22, tirada 100 uds.)	3.960 €	7.040 €	Escalable
Microsite digital + códigos QR individualizados + mantenimiento anual	1.800 €	3.200 €	Único + anual
Coordinación técnica y gestión de acuerdos con marcas y productores (≈3 meses)	2.500 €	4.000 €	Único

Subtotal Diseño y Producción (despliegue comarcal completo): entre 14.560 € y 25.840 €, en función del número final de establecimientos adheridos en la primera oleada y del proveedor gráfico seleccionado.

3.10.7.2. Presupuesto de campaña de lanzamiento y comunicación

Partida	Coste mínimo	Coste máximo
Evento de presentación (marcas ancla, prensa local, Mancomunidad)	1.500 €	3.000 €
Contenidos fotográficos y de vídeo para redes sociales	1.000 €	2.000 €
Colaboración con micro-influencers de gastronomía/turismo sostenible (3-5 perfiles)	1.200 €	2.500 €
Material complementario impreso (carteles, señalética de ruta "Del campo/mar a la mesa")	800 €	1.500 €

Subtotal Comunicación y Lanzamiento: entre 4.500 € y 9.000 €.

Presupuesto total estimado del proyecto (Fase 1, despliegue comarcal): entre 19.000 € y 35.000 €, cifra coherente con el rango de bajo-medio coste ya manejado en el resto de medidas de Nivel 1 y Nivel 2 del Plan Eco-Chiringuitos, y asumible en una convocatoria de subvención de Agenda Urbana o en un presupuesto de dinamización comarcal.

3.10.7.3. Modelo de aportación y análisis de costes-beneficios para las marcas

Vía de aportación	Coste aproximado para la marca	Beneficio esperado
Cuota simbólica de adhesión anual	150 € – 300 € / año	Presencia en +20 puntos de venta turísticos y en el microsite comarcal.
Suministro de producto para degustaciones/evento de lanzamiento	Equivalente en producto (sin desembolso directo)	Exposición directa ante prensa, influencers y público asistente al lanzamiento.
Cesión de contenido (fotografía, historia de marca)	Tiempo interno de la marca	Ficha propia y narrativa de origen sin coste de producción de contenido.

Desde la perspectiva de la marca, el coste de participación es bajo en comparación con el de una campaña publicitaria individual equivalente, mientras que el beneficio —visibilidad sostenida durante toda la temporada en más de 20 establecimientos, asociación con un sello institucional de sostenibilidad y acceso a un público turístico segmentado— resulta significativamente superior. Esta asimetría favorable es el principal argumento comercial para incorporar nuevas marcas ancla en fases sucesivas.

3.10.7.4. Fuentes de financiación propuestas

- Líneas de subvención vinculadas a la Agenda Urbana Española y a fondos de sostenibilidad turística (cofinanciación del diseño y la producción inicial).
- Diputación de Granada, a través de sus programas de promoción turística y de apoyo al sector primario.
- Aportación de la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical (coordinación técnica y comunicación).
- Cuotas de adhesión de las marcas ancla y de los propios chiringuitos participantes (modelo de cofinanciación mixta).

3.10.7.5. Estimación del impacto económico en la Costa Tropical

La provincia de Granada recibió 6,7 millones de visitantes en 2024, con un gasto medio diario en torno a los 92 € por turista, cifras que sitúan a la Costa Tropical, como uno de los principales destinos de sol y playa de la provincia, en una posición favorable para captar una parte relevante de ese gasto. No existen datos desagregados y auditados de afluencia específica al litoral comarcal, por lo que la siguiente estimación se construye a partir de supuestos explícitos y debe tratarse como un ejercicio orientativo, no como una previsión garantizada:

Supuesto	Escenario conservador	Escenario optimista
Visitantes/año que pasan por un chiringuito adherido a la red (conjunto de +20 establecimientos)	150.000	320.000
% de consumiciones que incluyen al menos un producto o marca Km 0 de la carta	15 %	30 %
Gasto incremental medio atribuible a la elección de producto Km 0 frente a producto genérico	1,5 €	3 €
Impacto económico directo anual estimado en ventas de marcas y productores locales	≈ 33.750 €	≈ 288.000 €

A este impacto directo se añaden efectos indirectos difícilmente cuantificables con precisión pero coherentes con la literatura sobre turismo gastronómico de proximidad: refuerzo de la imagen de marca del destino, alargamiento de la temporada mediante experiencias agroturísticas asociadas a las marcas ancla, y consolidación de canales de venta directa (bodegas, fincas, tostadero) fuera de la propia hostelería. Se recomienda validar estos supuestos con datos reales de la primera temporada de implantación (por ejemplo, mediante encuestas breves a los chiringuitos participantes) para ajustar el escenario a partir del segundo año.

3.10.7.6. Indicadores de seguimiento económico

Indicador	Método de medición	Meta orientativa año 1
Nº de establecimientos con Carta Km 0 vinculada activa	Registro Mancomunidad	20-22 chiringuitos
Nº de marcas ancla adheridas con sello activo	Comité de selección	6-8 marcas
Escaneos del código QR de la carta digital	Analítica del microsite	5.000 escaneos
Menciones en redes sociales con el sello Eco-Chiringuitos / Marca Aliada	Escucha social básica	300 menciones

3.10.8. Codiseño Editorial de la Carta Kilómetro Cero

El diseño gráfico de la carta gastronómica se concibe como una herramienta de comunicación visual de primer nivel, encargada de proyectar la identidad de los Eco-Chiringuitos y dar visibilidad al origen de los productos locales.¹

Identidad Visual y Dirección de Arte

Desde la perspectiva de la dirección de arte, el soporte físico del menú debe ser coherente con los principios de sostenibilidad del establecimiento.¹ Se descartan los soportes plastificados convencionales de baja durabilidad en favor de una carpeta rígida fabricada de madera de chopo de la vega granadina grabada con tecnología láser, lo que elimina el uso de tintas sintéticas agresivas.¹

Para las páginas interiores, se prescribe papel Kraft reciclado de alto gramaje (250 g/m^2) con certificado FSC, encuadernado mediante un cordón de hilo de algodón orgánico teñido con pigmentos naturales extraídos de residuos hortofrutícolas locales.

La tipografía y la retícula editorial se estructuran bajo reglas estrictas de legibilidad y elegancia contemporánea ¹:

- **Tipografía de Titulares (Display):** Se selecciona la fuente Serif *Playfair Display* para los encabezados de sección y nombres de platos.¹ Sus remates clásicos y su trazo de contrastes variables evocan la tradición del diseño mediterráneo, la historia milenaria de la caña de azúcar y las raíces culturales de la Costa Tropical.¹
- **Tipografía de Cuerpo (Body):** Se implementa la fuente Sans-serif *Montserrat* en sus variantes *Regular* y *Light* para las descripciones de platos, ingredientes y precios.¹ Su geometría limpia y racional asegura una legibilidad excelente bajo la intensa luminosidad de la playa.
- **Retícula Editorial:** Se define una cuadrícula modular asimétrica de tres columnas que permite un uso generoso de los márgenes y espacios en blanco, evitando la saturación de información y transmitiendo una sensación de serenidad, orden y frescura.¹

La paleta de color cromática se restringe a cinco códigos hexadecimales que representan el ecosistema de la Costa Tropical ¹:

- **Verde Chirimoya (#7CB342):** El tono de la agricultura sostenible y de la fruta subtropical autóctona.¹ Se utiliza para iconos y distinciones de platos ecológicos.
- **Azul Mediterráneo (#29B6F6):** El matiz de la frescura marina, las aguas limpias y la pesca artesanal de la Lonja de Motril.¹ Aplicado en líneas divisorias e hilos conductores visuales.

- **Arena Cálida (#FFD54F):** Un color que aporta calidez visual y recuerda a la luz solar del litoral granadino.¹ Reservado para destacados y llamadas a la acción digital.
- **Blanco Sal (#FAFAFA):** El color de fondo predominante, limpio y nítido, que garantiza el máximo contraste y evoca la arquitectura andaluza tradicional.¹
- **Gris Carbón (#455A64):** Utilizado para los textos principales y descripciones de ingredientes, aportando suavidad a la lectura y eliminando la dureza del negro puro.¹

Cada sección se ilustra con dibujos lineales minimalistas que representan la flora y fauna marina local.¹ El menú integra códigos QR discretos que enlazan con una plataforma web interactiva desarrollada para mostrar mapas interactivos con el perfil de las fincas y barcos de pesca proveedores, garantizando la trazabilidad integral de cada plato.¹

Contenido Gastronómico y Sinergias de Marca

La carta gastronómica se estructura en cinco secciones que combinan las especialidades tradicionales de los chiringuitos de la Costa Tropical con la incorporación de marcas locales exclusivas que aportan valor de calidad y autenticidad al proyecto.¹

SECCIÓN I: Los Pescados y Mariscos de la Lonja de Motril

Se destaca la quisquilla de Motril como la indiscutible joya gastronómica de la zona, capturada de manera artesanal con nasas tradicionales por una flota que hoy apenas conserva un par de barcos naseros en el puerto motrileño.¹ La quisquilla se sirve con preparaciones que respetan su sabor dulce y delicado, aliñada con matices locales, o bien asada brevemente a la plancha.¹

La sardina fresca, reina de los espetos tradicionales de los chiringuitos, se cocina en barcas varadas sobre la arena con leña de olivo, siguiendo el ritual tradicional del litoral andaluz.¹ Se incluyen asimismo boquerones fresquísimos fritos al estilo andaluz o macerados en vinagre, jureles y caballas a la plancha, e innovaciones como el espeto de pulpo asado lentamente a la brasa.¹

Los platos se inspiran en la excelencia gastronómica de establecimientos locales referentes, como el emblemático Chambao de Paco en Calahonda —con más de medio siglo de trayectoria familiar y galardonado con un Solete Repsol por sus excelentes pescados a la brasa y frituras mixtas crujientes— o el Chiringuito Casa Emilio en Salobreña, conocido por su pulpo seco asado a la brasa con col aliñada y su menú inclusivo libre de gluten para personas celíacas.¹

SECCIÓN II: Las Hortalizas de Granada La Palma

La cooperativa Granada La Palma SCA, con sede en Carchuna (Motril) y una trayectoria consolidada de

más de mil cien trabajadores en la comarca, aporta el valor de la excelencia agraria sostenible.²⁰ En esta sección se destacan sus minivegetales de especialidad cultivados mediante control integrado de plagas por insectos auxiliares, eliminando los tratamientos químicos de síntesis.²²

Los platos estrella incorporan el Tomate *Adora*®, famoso por su equilibrio de sabor, dulzura, acidez y textura firme; y el Tomate *Amela*®, un tomate cocktail de sabor concentrado e intenso que evoca un carácter frutal y delicuescente.²² Se ofrecen ensaladas frescas con brotes verdes de la vega del Guadalfeo, tomate cherry dulce de Motril, pepino holandés e innovaciones como el pimiento *Piminis* asado a la brasa de leña.¹

SECCIÓN III: Las Frutas Subtropicales Ecológicas de "Mangos del Cielo"

Finca El Cielo, cultivada por la familia Ferreira en Motril desde 2009, provee las frutas tropicales ecológicas que protagonizan los postres, tartares y ensaladas de la carta.²³ La recolección manual se realiza en el punto óptimo de maduración en el árbol, garantizando un contenido de azúcares y aromas naturales incomparablemente superiores a los frutos importados por vía marítima transoceánica.²⁵

La carta destaca el Mango *Irwin* en temporada, de pulpa suave y sin hebras, con un aroma exótico e intenso; los "Cielitos", pequeñas piezas de mango *Irwin* de sabor extremadamente concentrado; y las variedades *Osteen*, *Keitt*, *Kent* y *Ataúlfo*.²⁴ Asimismo, el aguacate ecológico de la variedad *Hass*, de pulpa cremosa y equilibrada, se integra en preparaciones como los tartares de pescado azul de lonja, ensaladas tropicales y guarniciones saludables.¹

SECCIÓN IV: La Coctelería de Caña de Azúcar

Esta sección rinde tributo a los mil años de historia de la caña de azúcar en la Costa Tropical, motor histórico del desarrollo comarcal.¹ Se asocian dos destilerías icónicas de la provincia:

- **Bodegas Ron Montero (Motril):** Fundada en 1963 por Francisco Montero Martín, es la destilería de ron más emblemática de la provincia y la única bodega de ron de Europa continental abierta a las visitas públicas.¹ Sus rones, elaborados a partir de los mejores aguardientes destilados al vacío, envejecen en barricas de roble americano bajo el sistema de criaderas y soleras.¹ El *Ron Pálido Montero* es la base del combinado "Mojito de Motril" elaborado con menta fresca de la vega; mientras que el *Ron Gran Reserva* (Superior Taste Award 2009) se ofrece como digestivo de referencia tras los almuerzos.¹
- **Bodega Ron El Mondero (Salobreña / Lobres):** Fundada en 2004 por Francisco Izquierdo como homenaje al oficio desaparecido de su bisabuelo, quien limpiaba manualmente las cañas de azúcar.¹ Esta bodega artesanal utiliza destilados procedentes de la Azucarera Guadalfeo de La Caleta de Salobreña, la única destilería de Europa que procesa caña de azúcar 100% cultivada

en la comarca.¹ Sus rones maduran de manera tradicional en botas de roble que previamente contuvieron vinos generosos de Jerez y Montilla-Moriles (Fino, Manzanilla, Oloroso y Pedro Ximénez), produciendo licores excepcionales sin colorantes ni aditivos químicos.¹

SECCIÓN V: El Cierre de Excelencia: Cafés de la Costa

La sobremesa del Eco-Chiringuito se distingue mediante la incorporación de cafés locales de prestigio:

- **Café Sol y Crema (Motril):** Tostadero familiar fundado en 1971 por Damián Carmona y gestionado por sus hijas, procesa anualmente más de 250.000 kilos de café verde seleccionado de orígenes selectos bajo el sol mediterráneo de Motril.¹ Galardonada con el premio de honor "Empresarios de Playas Costa Tropical 2026", su gama *Selección Árabe* y su licor de café artesanal representan el cierre perfecto y de alta calidad para cualquier menú en la orilla del mar.

Modelo de Co-Marketing y Viabilidad Financiera

Para asegurar la viabilidad económica del proyecto sin repercutir cargas excesivas sobre las finanzas públicas de la Mancomunidad de Municipios, se establece un modelo de patrocinio y co-marketing de coste compartido.³⁵ Las marcas locales de prestigio obtienen un retorno promocional auditado en los canales digitales del destino y en los propios soportes físicos de los establecimientos de playa, co-financiando la transición ecológica del sector.¹

Presupuesto de Implantación del Plan de Co-Marketing (Anual)

Concepto de Gasto	Descripción Técnica y Materiales	Coste Unitario / Estimación	Presupuesto Total Anual
Diseño y Producción de Cartas	Fabricación de 300 carpetas de madera de chopo PEFC grabadas a láser ¹ y páginas interiores de papel Kraft reciclado de 250 g/m² .	25 € / unidad	7.500 €
Plataforma Web y QR	Desarrollo y mantenimiento de la base de datos de trazabilidad y mapa interactivo de origen Km 0. ¹	Estimación anual de desarrollo	12.000 €
Señalética Sostenible	Placas de madera plástica reciclada ¹ identificativas de marcas locales y tótems informativos en playas.	150 € / establecimiento	4.500 €
Campaña de Comunicación Digital	Contratación de creadores de contenido gastronómico, publicidad segmentada en redes y notas de prensa. ¹	Presupuesto de marketing estival	8.000 €
Auditoría de Certificación S	Subvención parcial para las tasas de auditoría de la Norma UNE-ISO 21401:2019 de los primeros establecimientos piloto. ¹	500 € / auditoría	5.000 €
Fondo de Contingencias	Reserva para imprevistos operativos en soportes físicos o actualizaciones de software.	Proporción de seguridad	1.000 €
TOTAL GASTOS OPERATIVOS			38.000 €

Financiación del Plan mediante Patrocinios Locales

Para cubrir íntegramente los 38.000 € anuales de costes operativos, se crean tres niveles de patrocinio con aportaciones directas de las marcas que participan en la carta ³⁵:

- **Socio Platino (Huerto Sostenible):** *Granada La Palma SCA* aporta 12.000 € anuales, obteniendo la máxima visibilidad en las ensaladas del menú, banners destacados en la plataforma web y presencia prioritaria en las campañas de relaciones públicas del destino.²²
- **Socios Oro (Azúcar y Soleras):** *Bodegas Ron Montero* y *Bodegas Ron El Mondero* aportan 6.000 € anuales cada una (total: 12.000 €), patrocinando la coctelería y los postres Km 0.¹
- **Socios Plata (Tueste y Subtropicales):** *Café Sol y Crema* y *Finca Mangos del Cielo* aportan 4.000 € anuales cada una (total: 8.000 €), patrocinando las sobremesas, postres y desayunos sostenibles.¹
- **Socio Tecnológico / Co-financiación Pública:** La Mancomunidad de Municipios y la Diputación de Granada, a través del Programa Puentes, cubren los 6.000 € restantes mediante fondos NextGenerationEU destinados a la digitalización del sector turístico.¹

Análisis Técnico de Viabilidad Financiera para un Eco-Chiringuito Piloto

La inversión de adecuación física para un establecimiento de playa convencional que aspire a obtener la certificación de Eco-Chiringuito se evalúa bajo un horizonte temporal de 5 años. Se proyecta un flujo de caja basado en los costes e ingresos de un establecimiento medio que transiciona directamente al **Nivel 3: Avanzado**.¹

Parámetros Financieros de Partida:

- Inversión Inicial (I_0): **22.250 €** (incluye instalación solar fotovoltaica de 10 kWp sin baterías por 8.000 €, almacenamiento de litio LFP de 15 kWh por 5.000 €, aislamiento de cubiertas con pintura reflectante y adecuación estructural con madera de chopo y pasarelas por 6.250 €, y sistemas hídricos de alta eficiencia por 3.000 €).¹
- Tasa de descuento aplicable (r): **8,5%** (representando el coste medio ponderado del capital para pymes turísticas).
- Ahorro operativo anual directo (A_e): **3.800 €** (debido a la anulación de la factura de electricidad por autoconsumo fotovoltaico y la bajada del 45% en el consumo facturado de agua potable).¹

- Aumento anual del beneficio neto por ticket medio (B_t): **4.500 €** (derivado de un incremento estimado del 12% en la facturación de sala motivado por el posicionamiento de marca Km 0 y la coctelería premium, con un ticket medio superior que compensa el coste de los insumos).¹
- Flujo de caja neto anual ($CF_t = A_e + B_t$): **8.300 €/año**.

1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto se calcula para un horizonte temporal de $n = 5$ años, utilizando la siguiente fórmula matemática:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Sustituyendo los valores del proyecto piloto:

$$VAN = -22.250 + \sum_{t=1}^5 \frac{8.300}{(1+0,085)^t}$$

$$VAN = -22.250 + \left[\frac{8.300}{1,085} + \frac{8.300}{1,1772} + \frac{8.300}{1,2773} + \frac{8.300}{1,3859} + \frac{8.300}{1,5037} \right]$$

$$VAN = -22.250 + [7.649,77 + 7.050,47 + 6.498,12 + 5.988,82 + 5.519,65]$$

$$VAN = -22.250 + 32.706,83 = 10.456,83 €$$

La obtención de un VAN positivo de **10.456,83 €** confirma la viabilidad económica y el rendimiento del proyecto de inversión en sostenibilidad a largo plazo.¹

2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno representa la tasa de descuento que anula el VAN del proyecto de

inversión:

$$0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + \text{TIR})^t}$$

Para los flujos del proyecto piloto:

$$22.250 = \sum_{t=1}^5 \frac{8.300}{(1 + \text{TIR})^t}$$

A través de aproximaciones sucesivas se calcula la tasa implícita:

$$\text{TIR} \approx 29,18\%$$

Dado que la TIR del **29,18%** supera ampliamente la tasa de descuento de referencia ($r = 8,5\%$), el proyecto se cataloga como altamente rentable y con un bajo riesgo de pérdida de capital.¹

3. Período de Recuperación de la Inversión (Payback Simple)

El tiempo estimado para recuperar el desembolso inicial de adecuación se obtiene mediante:

$$\text{Payback} = \frac{I_0}{CF_t} = \frac{22.250 \text{ €}}{8.300 \text{ €/año}} \approx 2,68 \text{ años}$$

La recuperación íntegra de la inversión inicial en un plazo inferior a **2 años y 9 meses** de operación representa un excelente indicador de viabilidad para microempresas del sector costero, que suelen tener dificultades estructurales de tesorería.¹

El Multiplicador Económico y el Impacto en la Costa Tropical

La transición de los establecimientos tradicionales de playa hacia el modelo de Eco-Chiringuito genera un impacto socioeconómico medible y cataliza el desarrollo local mediante la retención del gasto en el circuito económico regional.¹ En los chiringuitos de playa convencionales, se produce una elevada fuga económica: un gran porcentaje de las materias primas (bebidas genéricas, hortalizas congeladas y pescados importados) se adquieren a redes de distribución globales que drenan la riqueza fuera de

la comarca.

Al reestructurar la carta del chiringuito en torno a productos kilómetro cero suministrados por firmas agroindustriales locales, se produce una inyección neta en la economía primaria de la Costa Tropical.¹

El multiplicador del gasto local (k) se analiza mediante el modelo de consumo local, donde la propensión marginal al consumo de bienes del propio territorio (PMC_T) y la tasa impositiva o de ahorro (t) determinan la recirculación del capital:

$$k = \frac{1}{1 - (PMC_T \cdot (1 - t))}$$

- **Chiringuito Convencional:** Se estima una propensión marginal al consumo local baja ($PMC_T \approx 0,25$), debido a que la mayor parte de las compras de sala, energía y servicios de mantenimiento proceden de multinacionales fuera de la provincia. Con una tasa de imposición y ahorro del 22% ($t = 0,22$), el multiplicador local es:

$$k_{\text{conv}} = \frac{1}{1 - (0,25 \cdot (1 - 0,22))} = \frac{1}{1 - 0,195} \approx 1,24$$

- **Eco-Chiringuito:** Gracias al abastecimiento obligado de la Lonja de Motril, Granada La Palma, Mangos del Cielo y la contratación de servicios locales de mantenimiento fotovoltaico y bioclimático, la propensión marginal al consumo de bienes de proximidad asciende significativamente ($PMC_T \approx 0,70$).¹ Con la misma tasa fiscal, el multiplicador resultante es:

$$k_{\text{eco}} = \frac{1}{1 - (0,70 \cdot (1 - 0,22))} = \frac{1}{1 - 0,546} \approx 2,20$$

Este aumento en el multiplicador económico de 1,24 a 2,20 demuestra que cada euro gastado por un comensal en un Eco-Chiringuito genera casi el doble de impacto económico indirecto e inducido en el territorio.¹

Este mecanismo de recirculación fortalece la cohesión social de los municipios costeros granadinos y

apoya a industrias clave como la cooperativa Granada La Palma —la cual generó en 2021 un valor social integrado de más de 214 millones de euros en la provincia— o Finca Mangos del Cielo y las destilerías cañeras locales, fijando la población en el medio rural e impulsando la creación de empleo de alta calidad vinculado a la economía circular y la transición ecológica.¹

3.11 CONCLUSIONES.

El objetivo general de esta fase del proyecto —diseñar un plan de difusión y dinamización orientado a la transformación sostenible de los eco-chiringuitos del litoral de la Costa Tropical de Granada— se ha desarrollado en su práctica totalidad. El presente Trabajo Fin de Prácticas ofrece un diagnóstico documentado del sector, un modelo de sostenibilidad estructurado en tres niveles progresivos (Básico, Medio y Avanzado) con presupuestos orientativos para cada uno, cinco líneas estratégicas de actuación (patrimonio natural y gastronómico, economía azul y gobernanza multinivel, entre otras) y un plan de comunicación y marketing digital completo, cerrando así el recorrido entre el diagnóstico inicial y una propuesta de intervención aplicable por la Mancomunidad de Municipios.

Contrastando los objetivos operativos formulados al inicio del proyecto (OE1 a OE5) con los resultados finales, puede concluirse que los objetivos de carácter documental y estratégico se han alcanzado plenamente: se ha construido un repositorio de buenas prácticas nacionales e internacionales (OE1), se ha diagnosticado el grado de adaptación del sector a los criterios de sostenibilidad definidos (OE2), y se ha diseñado una estrategia de marketing y comunicación completa, incluyendo el ejemplo aplicado de la Carta Kilómetro 0 y su anexo de vinculación de marcas ancla (OE3). Los objetivos vinculados a la ejecución sobre el terreno —la realización efectiva de eventos piloto (OE4) y la producción sostenida de contenido en redes sociales por parte de los propios establecimientos (OE5)— quedan, por su propia naturaleza, formulados como hoja de ruta para la fase de implementación posterior a estas prácticas, y no como resultados ya verificables en el momento de cierre de este documento.

Esta diferencia entre objetivos plenamente cumplidos (planificación, diagnóstico y diseño) y objetivos parcialmente iniciados (ejecución y dinamización continuada) es coherente con la propia naturaleza de un Trabajo Fin de Prácticas centrado en la fase de difusión y dinamización: el valor entregado no es la transformación física de los chiringuitos —que

corresponde a una fase de inversión posterior, no financiada en este documento— sino el marco técnico, de marca y de gobernanza necesario para que dicha transformación pueda producirse de forma ordenada, medible y financiable.

Como principales fortalezas del proyecto cabe destacar la progresividad del modelo de niveles de sostenibilidad, que permite la incorporación de establecimientos con muy distinta capacidad de inversión sin excluir a los de menor tamaño; la existencia de casos de éxito ya presentes en la propia comarca (El Farillo, en Motril) que demuestran la viabilidad del modelo; y la vinculación explícita con marcas locales reconocibles, que aporta una narrativa de autenticidad difícil de igualar por destinos competidores. Como principales limitaciones se identifican la ausencia de datos desagregados y auditados de afluencia real a los chiringuitos de la comarca, que obliga a trabajar con escenarios estimativos en la vertiente económica del proyecto, y la dependencia de la adhesión voluntaria de los establecimientos y de las marcas ancla, cuya velocidad de incorporación no depende únicamente de la Mancomunidad.

Se recomienda, como continuación natural de este trabajo, iniciar la implementación en una primera oleada reducida de establecimientos y marcas ancla ya consolidadas, validar durante una temporada completa los indicadores de seguimiento propuestos (número de chiringuitos con Carta Km 0 activa, marcas ancla adheridas, escaneos del código QR y menciones en redes sociales) y utilizar esos datos reales para ajustar tanto el escenario económico del anexo financiero como el calendario de expansión al conjunto de los más de veinte establecimientos de la Costa Tropical.

4 BIBLIOGRAFÍA.

- ADEAC. (2023). Criterios de certificación de Bandera Azul para playas, puertos deportivos y embarcaciones turísticas.
- AENOR. (2019). Norma UNE-ISO 21401:2019, Sistemas de gestión de la sostenibilidad en alojamientos turísticos.
- Agència Catalana de l'Aigua. (2022). Datos sobre gestión y ahorro de agua en el sector servicios.
- BOE. (2013). Ley 2/2013, de protección y uso sostenible del litoral y de modificación de la Ley de Costas.
- Costa Tropical.es. (2025). Formación en sostenibilidad ambiental, gestión sostenible y productos Km 0 en la Costa Tropical de Granada.
- Diario de Sevilla. (2026). Reforma normativa sobre distancias mínimas entre chiringuitos y fin de las renovaciones automáticas de concesiones.
- Ecovidrio. (2024). Reconocimiento al chiringuito El Farillo (Motril) por sus prácticas de sostenibilidad.
- EHL Hospitality Insights. (2021). Percepción del turismo sostenible entre los viajeros globales.
- El Estrecho Digital. (2026). Impacto económico de los puertos deportivos de Almuñécar y Motril en 2025.
- Elmahdi Elaamrani, M. (2023). Reducción de la contaminación marina de origen terrestre.
- Eltiempo.es. (2024). Reportaje sobre el Nova Sunset Club (Chiclana de la Frontera), primer chiringuito de España con certificado QSostenible.
- Espinosa Arias, M. (2015). La actividad turística y económica de la Costa Tropical de Granada.
- Esular. (2026). Digitalización y certificaciones ambientales (Green Key, ISO 14001, LEED) en el sector hostelero.
- Fundación Biodiversidad. (2013). Premios 'Litorales Responsables': iniciativas de sostenibilidad en el litoral español.
- Fundación Biodiversidad. (2015). Sostenibilidad en establecimientos de playa: consumo de recursos, gestión de residuos y responsabilidad social.
- Fundación para la Educación Ambiental (FEE). (2023). Criterios de certificación Bandera Azul.
- García Santafé, R. (2022). Diseño bioclimático y vegetación estratégica en infraestructuras de playa.
- Global Commission on the Economics of Water. (2023). Informe sobre la brecha entre oferta y demanda global de agua dulce hacia 2030.
- Gobierno de España. (2020). Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030.
- Gobierno de España. (2022). Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.
- Granada Hoy. (2024). Iniciativas de sostenibilidad en chiringuitos de la Costa Tropical.
- Granada Hoy. (2026). Datos de ocupación hotelera estival en la Costa Tropical de Granada.
- IDAE. (2022). Ahorro potencial de la iluminación LED frente a sistemas de iluminación tradicionales.
- Ideal.es. (2024). Reportaje sobre el modelo de eco-chiringuito y el Plan Formativo asociado.
- ISO. (2019). Norma ISO 21401:2019, Sistemas de gestión de la sostenibilidad en alojamientos

turísticos.

- López Moreno, J. (2010). El clima subtropical de la Costa Tropical de Granada y su influencia en la agricultura de frutos tropicales.
- Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical. (2024). Documentación del proyecto Eco-Chiringuitos: ejes de autoconsumo energético, gestión circular de residuos y gastronomía Km 0.
- Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical. (2026). Carta Kilómetro 0 de la Costa Tropical de Granada.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022). Pactos turísticos locales y planificación participativa de destinos turísticos.
- Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible. (2019). Agenda Urbana Española.
- Motril Digital News. (2024). Perfil de visitante y procedencia turística en la Costa Tropical.
- Motril.es. (2025). Declaraciones institucionales sobre Motril como destino turístico de referencia.
- Naciones Unidas. (2015). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Observatorio Augos. (2013). Empleo y contratación en el sector turístico de la Costa Tropical.
- Observatorio del Emprendimiento de España. (2023). Emprendimiento femenino en el sector turístico.
- OMT [Organización Mundial del Turismo]. (2023). Desigualdad de género en el empleo turístico.
- Organización Mundial del Turismo. (2023). Previsión de crecimiento de viajeros internacionales hasta 2030.
- Paisaje Transversal. (2022). Metodología de planificación estratégica de las Agendas Urbanas.
- Pamukcu, H. et al. (2021). Narrativa de origen y experiencia del visitante en productos de proximidad.
- Pena-Sánchez, R. et al. (2020). La Agenda Urbana Española y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Powerstar LED. (2026). Especificaciones técnicas de iluminación LED para hostelería.
- PwC. (2023). Potencial de reducción de emisiones de CO2 mediante eficiencia energética en el sector hostelero español.
- Qamarero. (2024). Inventario de chiringuitos en Andalucía y grado de cumplimiento de la Ley de Costas.
- Robinson, M. et al. (2025). Experiencias auténticas y diferenciación competitiva en destinos turísticos.
- Rodríguez-Antón, J. M., y Alonso-Almeida, M. M. (2019). Casos de referencia internacional en sostenibilidad turística costera (Eco-Gassho, Playa Viva).
- Rodríguez-Vera, C. et al. (2024). Emprendimiento femenino en el sector turístico.
- Salou Congress. (2022). Dependencia del modelo turístico de sol y playa en España.
- Secretaría de Estado de Turismo. (2023). Programas de reformulación de destinos turísticos maduros de sol y playa.
- Slow Food. (2023). Estándar del movimiento Km 0 para productos de proximidad.
- Statista. (2024). Uso de redes sociales en la elección de destinos turísticos.
- Sánchez Escolano, L. M., y Espinosa Arias, M. (2012). El Puerto de Motril y su papel en la economía de la Costa Tropical.

Turespaña. (2025). Gestión hídrica urbana y arbolado en la Costa Tropical.

Turismo con Principios. (2023). Planificación integrada y factores urbanísticos en destinos turísticos.

UGR [Universidad de Granada]. (2024). Investigación y transferencia de conocimiento en economía azul desde el Puerto de Motril.

UNWTO. (2023). Disposición a pago superior por productos y servicios turísticos sostenibles.

Unión Europea. (2019). Directiva (UE) 2019/904, relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente.

Zummo Corp. (2025). Ahorro energético de equipos con etiquetado energético A++.

ANEXOS.

ANEXO I PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN POWER POINT



01 · DIAGNÓSTICO

Un litoral en punto de inflexión



Costa Tropical de Granada

Almuñécar · Salobreña · Motril y el
resto de municipios costeros —
más de 80 chiringuitos de playa.

320+

días de sol al año: un recurso
solar prácticamente sin
explotar

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS

El sector turístico de la Costa Tropical necesita avanzar hacia modelos de gestión respetuosos con el entorno natural. La hostelería de playa, uno de los activos más icónicos del litoral andaluz, requiere una redefinición que no es solo estética, sino un cambio de paradigma que sitúe la sostenibilidad en el centro de la rentabilidad y la resiliencia del territorio.



Modelo actual poco eficiente

Instalaciones con alto consumo energético y de agua, y dependencia de plásticos de un solo uso.



Patrimonio natural en riesgo

Presión sobre un ecosistema costero único que sustenta el propio atractivo turístico.



Oportunidad de diferenciación

Ausencia de una marca de garantía de bajo impacto que distinga a la comarca frente a otros destinos de sol y playa.



01 · DIAGNÓSTICO

Trabajo de campo en los chiringuitos de la comarca

Visitas y toma de datos realizadas durante las prácticas, base del diagnóstico y del plan de acción.



Chiringuito El Farillo

Ejemplo de establecimiento ya integrado en el paisaje costero de la comarca.



Materiales y mobiliario natural

Fibras vegetales y madera en el mobiliario y la decoración de las terrazas.



Pérgolas bioclimáticas

Estructuras de caña y madera que ya reducen la radiación solar directa sin climatización activa.



Autoconsumo fotovoltaico

Varios establecimientos cuentan ya con paneles solares instalados en cubierta.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



3

01 · DIAGNÓSTICO

Objetivos estratégicos del nuevo modelo litoral

Cinco ejes que orientan la transición hacia el eco-chiringuito.



Impulso de la Transición

Motor para la evolución del modelo actual de hostelería de playa; reducción de la huella de carbono sectorial.



Patrimonio en el Centro

Puesta en valor del patrimonio natural único de la Costa Tropical; mayor protección del ecosistema costero.



Calidad Ambiental

Marca de garantía de bajo impacto que aporta diferenciación competitiva internacional.



Huella Positiva

Promoción de productos Km 0 y eficiencia energética total, con beneficio directo en la economía rural.



Resiliencia Climática

Adaptación de infraestructuras a los retos del cambio climático y longevidad de los activos litorales.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



4

02 · EL MODELO

¿Qué debe ser un Eco-Chiringuito?

Un establecimiento de playa que acredite su compromiso en cinco dimensiones inseparables.

	Infraestructura y materiales de proximidad	Madera de chopo certificada de la Vega de Granada y madera plástica reciclada, con criterio de reversibilidad.
	Autoconsumo energético y eficiencia pasiva	Fotovoltaica, baterías LFP, pinturas termorreflectantes y diseño bioclimático de ventilación cruzada.
	Economía circular y protección marina	Residuo cero, fin del plástico de un solo uso, compostaje local y reutilización de plástico de playa.
	Gastronomía de Kilómetro Cero	Oferta con productos D.O.P., de lonja y marcas locales, con narrativa de origen en la propia carta.
	Identidad visual y certificación	Imagen de marca común y progresión hacia sellos oficiales: Marca "S", Bandera Azul y "Q" de Calidad.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



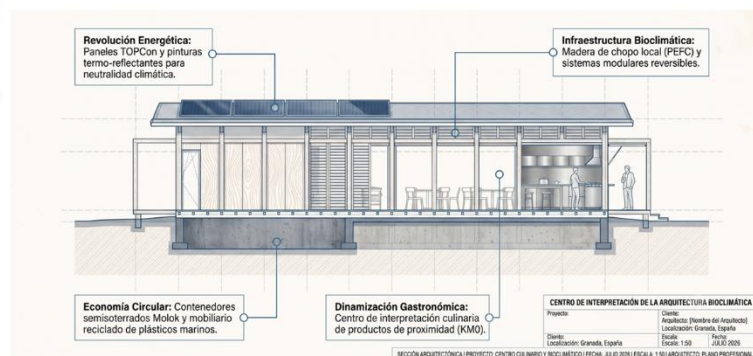
5

02 · EL MODELO

¿Qué debe ser un Eco-Chiringuito?

Un establecimiento de playa que acredite su compromiso en cinco dimensiones inseparables.

	Infraestructura y materiales de proximidad
	Autoconsumo energético y eficiencia pasiva
	Economía circular y protección marina
	Gastronomía de Kilómetro Cero
	Identidad visual y certificación



PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



5

02 · EL MODELO

El itinerario: cinco etapas hacia la marca Eco-Chiringuito



Los niveles 1 a 3 son progresivos y acumulativos: cada uno amplía las exigencias del anterior. Su coste depende del grado de reforma que el chiringuito decida acometer.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



03 · NIVELES Y PRESUPUESTO

Tres niveles progresivos según el esfuerzo inversor

Cada chiringuito avanza a su ritmo: a más reforma, mayor inversión y mayor reconocimiento.



PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



03 · NIVELES Y PRESUPUESTO

Nivel 1 · Básico (Bajo Coste)

Umbral mínimo de entrada, accesible a todos los establecimientos sin inversión significativa.

Medida	Coste mínimo	Coste máximo	Plazo / retorno
Iluminación LED completa	1.000 €	2.200 €	12 – 18 meses
Eliminación de plásticos de un solo uso	600 €	1.500 €	Inmediato (ahorro en botellas)
Separación de residuos (puntos limpios)	500 €	1.200 €	Beneficio social e imagen inmediata
Carta Kilómetro 0 básica (diseño y contactos)	200 €	500 €	3 – 6 meses
TOTAL PRESUPUESTO NIVEL 1	2.300 € – 5.400 €		

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



4

03 · NIVELES Y PRESUPUESTO

Nivel 2 · Medio

Mejoras técnicas de inversión moderada y retorno rápido para consolidar el eco-chiringuito.

Medida	Coste mínimo	Coste máximo	Plazo / retorno
Electrodomésticos eficientes (frío + lavado)	2.500 €	5.000 €	2 – 4 años
Sistemas de ahorro hídrico (griferías, fluxores)	800 €	2.000 €	1 – 2 años
Digitalización y gestión IoT de consumos	1.000 €	2.500 €	12 – 18 meses
TOTAL PRESUPUESTO NIVEL 2	4.300 € – 9.500 €		

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



5

03 · NIVELES Y PRESUPUESTO

Nivel 3 · Avanzado

Inversión significativa en infraestructura y tecnología de vanguardia. Liderazgo del sector.

Medida	Coste mínimo	Coste máximo	Plazo / retorno
Instalación fotovoltaica + baterías LFP	11.500 €	16.000 €	4 – 6 años
Bioclimática y pinturas termorreflectantes	2.000 €	4.500 €	2 – 3 años
Materiales sostenibles (chopo PEFC + madera plástica)	3.500 €	7.000 €	Alta durabilidad
TOTAL PRESUPUESTO NIVEL 3	17.000 € - 27.500 €		



Ya es una realidad en la comarca: varios chiringuitos de la Costa Tropical ya tienen cubiertas fotovoltaicas instaladas, como muestra esta vista aérea tomada durante las prácticas.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS

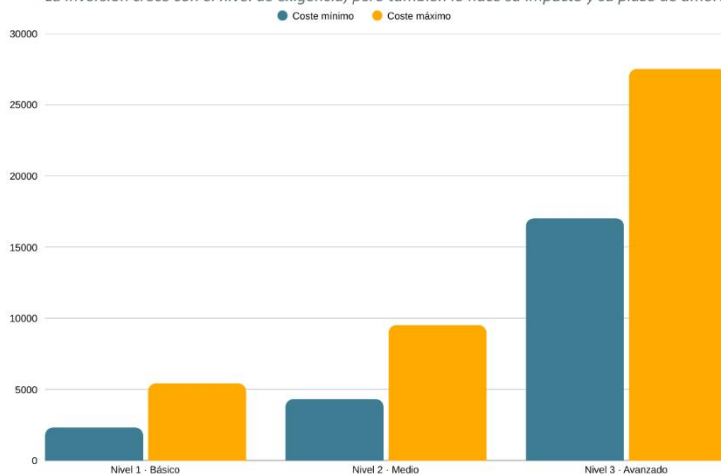


10

03 · NIVELES Y PRESUPUESTO

Comparativa de inversión por nivel

La inversión crece con el nivel de exigencia, pero también lo hace su impacto y su plazo de amortización.



PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



11

- **Progresivo**
Cada nivel se apoya en el anterior; no es necesario abordar todas las reformas a la vez.
- **Escalable**
El chiringuito decide su ritmo de inversión según su capacidad económica y técnica.
- **Con retorno**
Buena parte de las medidas se amortizan por ahorro energético e hídrico en 1–4 años.

04 · CARTA KILÓMETRO 0

La Carta Kilómetro 0 y las marcas ancla

Herramienta ya presente desde la Etapa 1, que gana valor de marca al vincularse con productores con nombre propio.

Sello “Marca Aliada Km 0”: distintivo que reconoce a los productores locales que suministran de forma estable a los eco-chiringuitos adheridos, con origen verificable en un radio de 100 km.

Carta Km0



Ron Montero
Motril

Única bodega de ron abierta al público en Europa continental, desde 1963.

Ron El Mondero
Salobreña / Lobres

Ron artesanal con caña 100% local; recupera el oficio del “mondero”.

Puerto de Motril
Motril

La lonja de Motril es el corazón palpitante de la economía marinera de la zona.

Hortalizas de la Vega / Contr:

Motril y comarca

Tomate cherry, pepino holandés y variedades delicatessen.

Café Sol y Crema

Motril

Tueste familiar de segunda generación desde 1971.

Frutas subtropicales (D.O.P.)

Costa Tropical

Chirimoya, mango y aguacate; máximo poder de diferenciación.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



12

04 · CARTA KILÓMETRO 0

Presupuesto de la Carta Km 0 vinculada a marcas

Una partida complementaria, a escala comarcal, y de un orden de magnitud muy inferior al de la reforma de los propios chiringuitos.

Diseño y producción (comarcal)

14.560 € – 25.840 €

Identidad visual, fichas de 6-8 marcas ancla, sesión fotográfica, sello “Marca Aliada”, maquetación e impresión para +20 establecimientos y microsite.

Lanzamiento y comunicación

4.500 € – 9.000 €

Evento de presentación, contenidos audiovisuales, micro-influencers y señalética de ruta (partida de menor peso frente al diseño y la producción).

TOTAL FASE 1

**19.000 € –
35.000 €**

Despliegue comarcal completo (+80 chiringuitos). Financiable vía Agenda Urbana, Diputación de Granada y cuotas de adhesión de marcas y establecimientos.

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



13

05 · HOJA DE RUTA

Cronograma de implementación



PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



14

05 · HOJA DE RUTA

Impacto esperado e indicadores de seguimiento

ESCENARIO CONSERVADOR

≈ 33.750 €

150.000 visitantes/año · 15% eligen producto
Km 0 · +1,5 € de gasto incremental

ESCENARIO OPTIMISTA

≈ 288.000 €

320.000 visitantes/año · 30% eligen producto
Km 0 · +3 € de gasto incremental

Impacto económico directo estimado en ventas de marcas y productores locales (impacto anual, conjunto de +20 establecimientos). Se recomienda validar estos supuestos con datos reales de la primera temporada.

20-22 chiringuitos

Nº de establecimientos con Carta
Km 0 activa

6-8 marcas

Nº de marcas ancla adheridas con
sello activo

5.000 escaneos

Escaneos del código QR de la carta
digital

300 menciones

Menciones en redes sociales con el
sello

PLAN DE DIFUSIÓN Y DINAMIZACIÓN ECO-CHIRINGUITOS



15



De la reforma a la marca: un litoral sostenible y competitivo

El Plan de Difusión y Dinamización Eco-Chiringuitos ofrece un itinerario claro, gradual y presupuestado para que cada establecimiento de la Costa Tropical alcance la marca de calidad ambiental del litoral andaluz.

Gracias.

Alicia García Bustos · Mancomunidad de Municipios Costa Tropical de Granada · 2026



ANEXO II REPORTAJE GRÁFICO

MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS
COSTA TROPICAL · GRANADA

Carta de temporada · Producto de proximidad

SELLO
ECO · CHIRINGUITOS

CARTA KM 0

Ron de Motril, café tostado al sol, hortalizas de la vega y mangos que maduran a un paso del Mediterráneo. Todo lo que ves aquí nace a menos de 20 kilómetros de tu mesa.

5 MARCAS DE LA COSTA

0 KM DE LA TIERRA A LA MESA

1963 PRIMERA DESTILERÍA, MOTRIL

ECO-CHIRINGUITOS
COSTA TROPICAL DE GRANADA

~

POR QUÉ ESTA CARTA

Cada plato y cada copa de esta carta llevan el nombre de quien lo hizo: el ron que envejece en Motril, el café que se tuesta bajo el mismo sol que ves ahora, la chirimoya que cuelga a un paso de la playa. Pedir aquí es apoyar a la gente que cultiva, pesca y destila esta costa.

— MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA

01 · BODEGA & TUESTE

PARA BEBER

Dos destilerías separadas por un valle y un mismo oficio: la caña de azúcar. Y un café que lleva tostándose en Motril desde 1971.

RON MONTERO

MOTRIL · DESDE 1963

La única bodega de ron de Europa abierta al público. Destilado al vacío a partir de melazas de la Azucarera Montero y criado en barricas de roble americano con el método de soleras y criaderas.



RON EL MONDERO

LOBRES, SALOBREÑA · DESDE 2004

Ron artesanal sin aditivos, elaborado con caña 100% de la Azucarera Guadalfeo y criado en botas de fino y manzanilla de Jerez. Un homenaje al oficio del mondero, el que limpiaba la caña a mano.



Mojito de Caña Montero 7,50 €

Ron Pálido Montero, hierbabuena de la vega, lima y miel de caña de la Azucarera Guadalfeo.

El Mondero con Tónica de Sierra 8,00 €

Ron El Mondero Reserva, tónica premium, piel de naranja y una rama de laurel.

Reserva Gran Ron Montero 6,50 €

Copa de crianza, Superior Taste Award 2009. Se sirve solo, a temperatura de bodega.

Carajillo Sol y Crema 4,50 €

Café Sol y Crema tostado en Motril, licor de café de la casa y un toque de canela.

Café de Sobremesa 2,20 €

Selección Arábica Sol y Crema, tueste artesanal desde 1971. También disponible descafeinado.

Café Sol y Crema — Empresa familiar de Motril, hoy dirigida por la segunda generación. Tuestan 250.000 kilos de café al año bajo costa granadina.

Herramienta Recorte

Captura de pantalla c
Guardado automática

02 · VEGA DE MOTRIL

DE LA HUERTA

Invernaderos a un paso de la playa. Lo que hoy ves en el plato, ayer estaba en la mata.

HORTALIZAS DE LA PALMA

VEGA DE MOTRIL · KM 0

Huerta familiar de la vega del Guadalfeo. Tomate cherry, pepino holandés y variedades delicatessen recogidos a diario para llegar frescos a la mesa.



Ensalada Tricolor de la Palma 9,50 €

Tomate Kumato, tomate Zebrino y mini pimientos de tres colores, con aceite de la Contraviesa.

Pepino Holandés con Yogur y Menta 6,00 €

Pepino de invernadero de la Vega, corte fino, yogur natural y menta fresca.

Piminis de la Vega Fritos 7,00 €

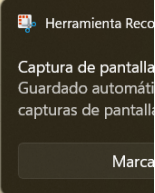
Pimientos dulces tipo Padrón, fritos al momento con sal en escamas.

Escarola con Col Picuda**8,50 €***Escarola rizada, col picuda "corazón de buey" y frutos secos de la Contraviesa.*

03 · LONJA DE MOTRIL

DEL MAR

Lo que entra por puerto cada madrugada, sube directo a la parrilla. Sin intermediarios.

Quisquilla de Motril al Natural**16,00 €***Gamba blanca de captura artesanal con nasas. Producto escaso: quedan apenas dos barcos naseros en el puerto.***Tartar de Aguacate, Quisquilla y Ron Montero****14,50 €***La combinación que ha hecho célebre a la nueva cocina de la costa: aguacate tropical, quisquilla de la lonja y un punto de Ron Montero.***Boquerones de Cerco en Vinagre****8,00 €***Pesca nocturna de cerco, técnica tradicional de la traña y el bote de la luz.***Espeto de Sardina y Jurel***A la brasa de leña, subasta de la mañana, servido con limón de la costa.***Cigalas de la Subasta de Tarde***Sujeto a disponibilidad de lonja. Pregunta por la captura del día.*

04 · POSTRES & SOBREMESA

DULCE FINAL

El broche de una tierra que cultiva lo que en el resto de Europa solo se ve importado.

MANGOS DEL CIELO

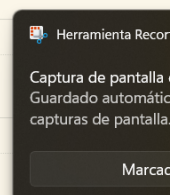
COSTA TROPICAL · TEMPORADA AGOSTO-OCT.

Mangos madurados en el árbol bajo sol subtropical. Pulpa jugosa y aroma intenso, muy lejos del mango de importación. Del mismo suelo donde crece el mango más antiguo de la península, con 48 años.

**CHIRIMOYA DOP**

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Variedades autóctonas Fino de Jete y Campas, polinizadas a mano, con un mínimo de 15 grados Brix. Pulpa blanca marfil, dulce y ligeramente ácida.

**Mango del Cielo con Helado de Ron Montero****6,50 €***Mango de temporada laminado, helado artesanal infusionado con Ron Pálido Montero.***Chirimoya DOP al Natural***Servida fría, con un hilo de miel de caña de la Azucarera Guadalfeo.***Café Sol y Crema con Licor de Café***El cierre perfecto: café de tueste artesanal y su propio licor de café, ambos de Sol y Crema.*

Temporada – La chirimoya se recolecta de octubre a abril; el mango, de agosto a octubre. Preguntanos por la fruta subtropical de temporada: níspero, guayaba, lichi, pitahaya o macadamia.

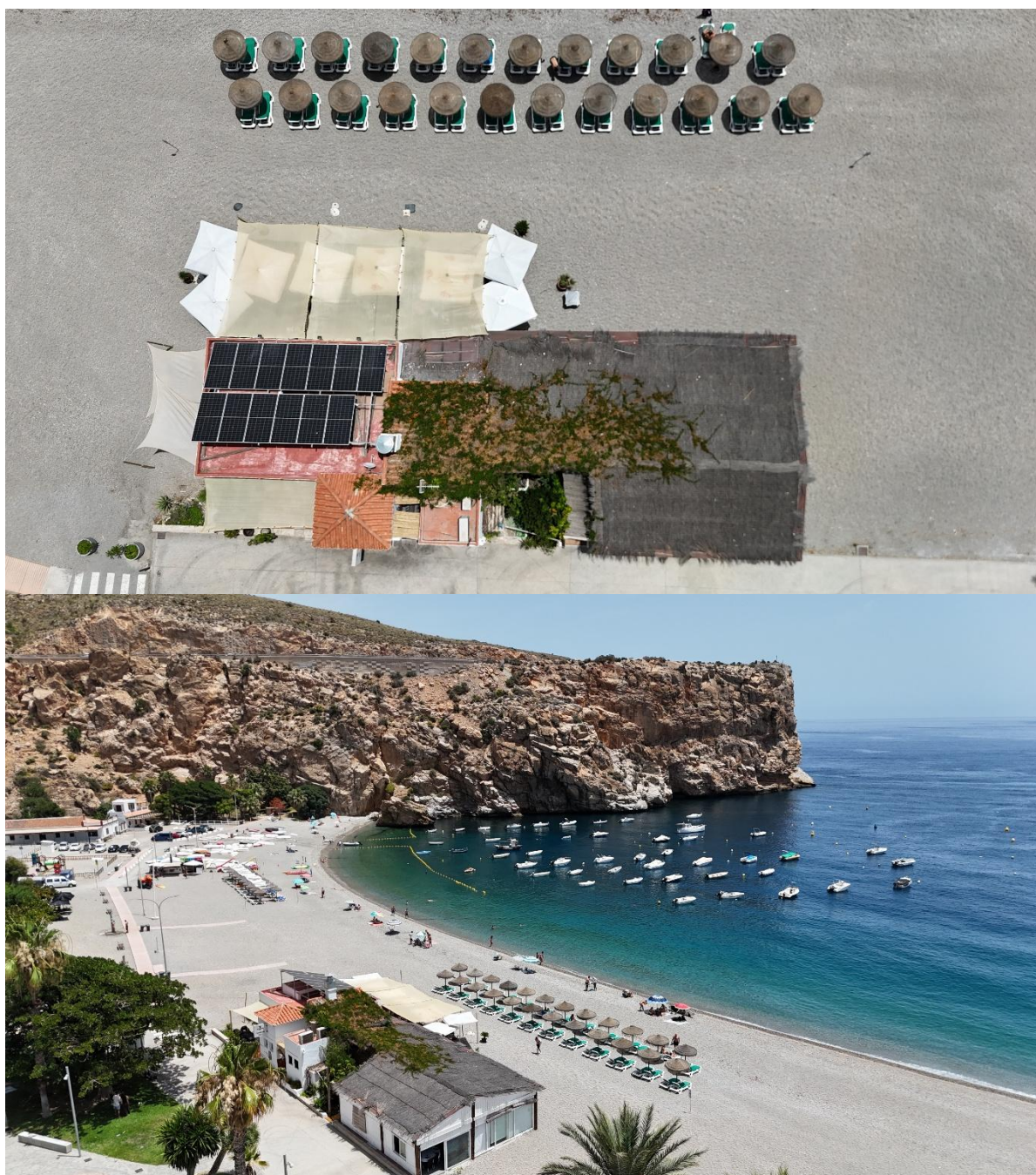


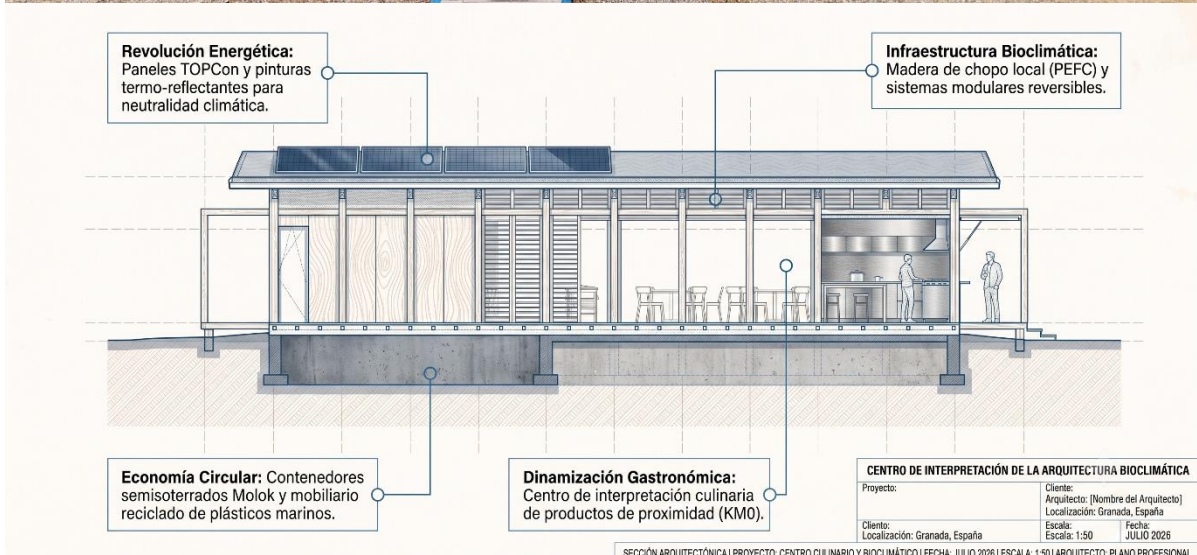
ECO-CHIRINGUITOS

Este chiringuito forma parte de la red Eco-Chiringuitos de la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical de Granada: un escaparate de gastronomía y producto local frente al mar.

MANCOMUNIDAD COSTA TROPICAL DE GRANADA WWW.COSTATROPICAL.ES













ANEXO III FICHA DE PROYECTO DE LA ENTIDAD LOCAL

ANEXO IV ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA (SI PROCEDE)