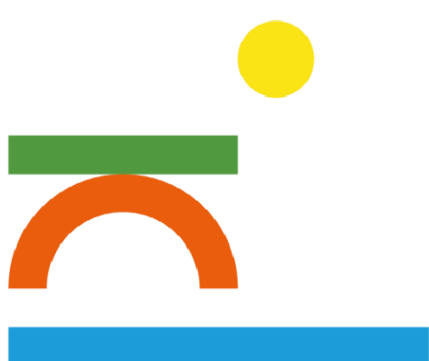




PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP)

PROGRAMA PUENTES AGENDA URBANA

2024

DINAMIZACIÓN MUSEO SUBACUÁTICO "PUNTA-LANCE"
MUNICIPIO DE RUBITE



Elena Marín Diéguez

ÍNDICE

1. Denominación del Proyecto y del Territorio.	Pg 3
1.1 Objetivos globales del proyecto de intervención.	Pg 3
1.2 Rescate y tratamiento de información de partida.	Pg 5
1.3 Diagnóstico de situación.	Pg 8
1.4 Estudio de casos similares y buenas prácticas.	Pg 10
2. Formulación del problema y evaluación de soluciones.	Pg 16
3. Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana.	Pg 19
3.1 Denominación.	Pg 19
3.2 Objetivos Operativos.	Pg 20
3.3 Actores y roles en el proyecto.	Pg 31
3.4 Actividades Generales y Tareas Específicas.	Pg 34
3.5 Recursos necesarios y posibles	Pg 45
3.6 Fases para su implantación	Pg 48
3.7 Hoja de ruta territorial propuesta para el desarrollo del proyecto.	Pg 51
3.8 Análisis de factibilidad para su desarrollo o Resumen del estudio de viabilidad.	Pg 53
3.9 Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	Pg 57
3.10 Diseños previos, infografías, mapas, desarrollo 3D, etc...	Pg 58
3.11 Conclusiones.	Pg 63
4. Bibliografía.	Pg 64

ANEXOS

ANEXO 1. Diapositivas presentación del proyecto	Pg 65
ANEXO 2. Reportaje fotográfico	Pg 71
ANEXO 3. Ficha del proyecto de la entidad local	Pg 72
ANEXO 4. Estudio de la viabilidad económico-financiera	Pg 73

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

1. DENOMINACIÓN DE PROYECTO Y TERRITORIO.

1.1. OBJETIVOS GLOBALES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.

El Plan de Intervención en el Museo Subacuático “Punta Lance” responde a la necesidad de avance del desarrollo sostenible del municipio en conjunto con la mancomunidad de La Costa Tropical. La puesta en valor de los recursos paisajísticos de la zona junto con el análisis de los diferentes indicadores son algunos de los fundamentos previos a tener en cuenta en la realización del proyecto de difusión del propio museo.

El diagnóstico de la situación ambiental y socio-económica del territorio da lugar a un plan estratégico de desarrollo local en el que el Museo Subacuático “Punta Lance” se concibe como un instrumento de atractivo turístico resiliente y viable. Para la creación y viabilidad del proyecto museístico es necesaria la elaboración una serie de actividades complementarias y difusoras que permitan llevar a cabo los objetivos establecidos por la Agenda Urbana para los planes de desarrollo local. De esta manera, podemos establecer una serie de objetivos de carácter general y específicos que establezcan la finalidad del proyecto.



Como **objetivos generales** establecemos aquellas acciones que plantean procesos implicados en reto demográfico propuesto por la Diputación de Granada:

- Elaboración de un proyecto que suponga una mejora en la economía del territorio.
- Establecer objetivos comunes entre los actores públicos y privados presentes en el territorio.
- Crear una cultura de identidad común en el territorio a partir del propio proyecto, en el que la

población se involucre en el propio diseño y formen parte de la bolsa de empleo que se genere para la inversión del museo.

- Dar a conocer el territorio, así como su potencial de crecimiento, mejorando su proyección a nivel regional, nacional e internacional.
- Establecer un método de obtención de fondos con la finalidad de facilitar la viabilidad económica del proyecto correspondiente al plan estratégico de desarrollo local.

Estos objetivos aseguran la creación de un proyecto participativo en el que se ponen de manifiesto las limitaciones y potencialidades de un territorio para establecer líneas de acción que movilicen los recursos dinamizadores de la economía y sociedad a la hora de elaborar el proyecto.



La implementación del plan estratégico de desarrollo local es necesario en la creación de proyectos que impliquen un proceso de dinamización económica en territorios donde se determine la despoblación como un desafío; la aplicación de este plan debe ser entendida como una fase más de la metodología de creación del proyecto.

Los **objetivos específicos** se centran en los beneficios que se producen hacia la institución museística y su impacto directo sobre la población:

- Crear beneficio turístico de carácter rural para el municipio, generando ingresos que derivan de la estancia de los visitantes en la propia población o de su consumo en comercios locales.
- Emancipación del municipio a nivel nacional e internacional debido a la singularidad del proyecto.
- Elaboración de una serie de actividades que den vida al propio museo, elaborando acciones y propuestas complementarias con acciones divulgativas, formativas y de diferente índole.
- Crear una caracterización del museo que permita su reconocimiento por parte del público, convirtiéndolo así en un atractivo turístico por la calidad de su arte y la riqueza natural del entorno.

Los objetivos particulares de este proyecto se centran en la elaboración y puesta en marcha de una serie de actividades que tengan como fin acciones divulgativas en las que se tenga en cuenta el plan de desarrollo propuesto por la Diputación de Granada; los objetivos generales deben tener cabida en el proyecto,

contemplando así el desarrollo económico de la localidad y la implicación de sus habitantes en el proyecto.

1.3. RESCATE Y TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PARTIDA.

Rubite es una localidad granadina situada en la parte centro-oeste de la costa de la provincia. La localidad limita con los municipios de Lújar, Órgiva y Polopos, y comprende los núcleos de población situados en Rubite, Rambla del Agua, Casarones, Los Gálvez, Barranco Ferrer, El Lance y Los Díaz.

Siendo parte de la baja Alpujarra, Rubite es uno de los municipios que forman parte de la costa Contraviesa, componiéndose así de una parte costera y otra interior, en la que se sitúa la localidad principal.



Para la elaboración de un apartado en el que se establezca la información de partida para la creación del proyecto, es necesaria la recopilación de una serie de datos que nos informen de la situación actual de la localidad; los datos demográficos, etnográficos y económicos de la población son factores determinantes en la elaboración y el estudio de viabilidad del proyecto.

Para llevar a cabo este estudio se recopilan los datos extraídos por el Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).

Análisis del territorio:

Extensión superficial (km ²)	Número de núcleos de población	Distancia a la capital (km)	Densidad de población (Hab/km ²)
28,8	5	69,3	14,16

Tabla 1. Análisis territorial. Fuente: SIMA

Datos que intervienen en el turismo:

Total de alojamientos turísticos	Afiliaciones anuales a la Seguridad Social	Número de establecimientos	Número de empresas
15	168	88	58

Tabla 2. Datos de economía y turismo. Fuente: SIMA

Características demográficas:

Población Total (2021)	Población hombres (2021)	Población mujeres (2021)	Índice de envejecimiento (2021)	% Población menor de 20 años (2021)	% Población mayor de 65 años (2021)	Edad Media (2021)
417	243	174	337,8	9,4	22	50,54

Tabla 3. Características demográficas. Fuente: SIMA

A partir de la recopilación de datos podemos establecer diferentes conclusiones:

1. Rubite es una localidad donde la población está distribuida en varios núcleos, ubicados en parte en la montaña y en parte en la costa, lo que da lugar a una densidad poblacional notablemente baja.
2. Los datos recopilados en cuanto a la situación turística y económica revelan una tasa de establecimientos y alojamientos dedicados al vacacionismo especialmente alta en contraste con los números de población debido a la situación costera de algunos de los núcleos de población.
3. Los datos demográficos revelan una tasa de despoblación alta, que se ve agravada por el envejecimiento de los habitantes y la baja natalidad.



Municipio de Rubite desde la carretera paisajística. Fotografía de elaboración propia.

1.4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

El análisis de estos datos nos permite establecer unas características base en las que desarrollar un proyecto de dinamización que impulsen y fomenten la economía del lugar y revitalicen el estancamiento poblacional de la localidad.

A partir de este estudio consideramos también la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta la tasa de turismo habitual en la zona junto con los establecimientos dedicados a dicho sector (cafeterías, restaurantes, hostales); el turismo generado por el museo no solo favorece a estos establecimientos y empresas, sino que también fomenta la creación de nuevos negocios y de empleabilidad al haber más demanda.

Uno de los problemas a solventar de esta localidad es la alta tasa de desempleo cuyos dispositivos están en el marco de la Junta de Andalucía y atienden a una zona más extensa, siendo también esta una de las principales causas de la despoblación.

La emigración, la baja tasa de natalidad y el envejecimiento de la población crean, junto con los recursos limitados y el aislamiento del municipio una situación precaria para la vivienda en esta zona, por lo que es necesaria la elaboración de una serie de iniciativas que pongan en valor los recursos de la zona y en las que colabore la propia población; a partir de este diagnóstico se establece el proyecto del Museo Subacuático "Punta Lance" como una propuesta de inmersión local y turismo sostenible en la que se introduzcan nuevas oportunidades para el territorio y sus habitantes.

El análisis realizado permite identificar una serie de características fundamentales para desarrollar un proyecto de dinamización económica que no solo impulse la economía local, sino que también combata el estancamiento poblacional de la localidad. A partir de este estudio, se concluye que el proyecto del Museo Subacuático "Punta Lance" es viable, dado el flujo turístico habitual en la zona y la presencia de establecimientos dedicados al sector, como cafeterías, restaurantes y hostales. El turismo generado por el museo no solo beneficiará a estas empresas existentes, sino que también promoverá la creación de nuevos negocios y oportunidades laborales, impulsando así la economía local.

La localidad enfrenta desafíos importantes, como una alta tasa de desempleo, que es un factor clave en la despoblación, exacerbada por la emigración, una baja tasa de natalidad y el envejecimiento de la población. Estos problemas, combinados con los recursos limitados y el aislamiento del municipio, han creado una situación precaria para la vivienda y la vida en la zona. Por lo tanto, es esencial desarrollar iniciativas que valoren los recursos locales y fomenten la participación de la comunidad.

En este contexto, el proyecto del Museo Subacuático "Punta Lance" se presenta como una solución innovadora y sostenible que no solo atraerá turismo, sino que también ofrecerá nuevas oportunidades para los habitantes del territorio. Al hacerlo, se espera revitalizar la economía local, reducir el desempleo y, en última instancia, frenar la despoblación, mejorando la calidad de vida en la localidad.

1.5. ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS

El estudio de casos similares y la identificación de buenas prácticas son fundamentales para la creación de un proyecto exitoso. Analizar experiencias previas proporciona lecciones valiosas sobre lo que ha funcionado y lo que no en contextos parecidos, lo que permite evitar errores comunes y optimizar recursos. Además, las buenas prácticas ofrecen modelos comprobados que pueden ser adaptados a la realidad del nuevo proyecto, acelerando su desarrollo y aumentando las probabilidades de éxito. Esta estrategia no solo reduce riesgos, sino que también facilita la innovación al aprovechar soluciones efectivas ya implementadas en otros lugares.

En este contexto encontramos una serie de museos subacuáticos en los que se ha aplicado una metodología de difusión y actividades complementarias que podemos considerar como inspiración para nuestro proyecto.

Para el estudio de casos similares y buenas prácticas se elaboran una serie de tablas en las que se establece un análisis de los datos a tener en cuenta en la elaboración de nuestro proyecto:

Nombre del museo	Museo Subacuático de Arte
Descripción	El MUSA es un museo subacuático que cuenta con más de 500 esculturas sumergidas en el mar, diseñadas para promover la regeneración de los arrecifes de coral y atraer a la vida marina. Es uno de los proyectos de arte subacuático más grandes y únicos del mundo.
Localización	Cancún, Isla Mujeres, y Punta Nizuc, Quintana Roo, México. Las esculturas están sumergidas a diferentes profundidades en el Mar Caribe.
Temática	El MUSA explora la relación entre el arte y el medio ambiente. Sus esculturas abordan temas como la conservación marina, la interacción humana con la naturaleza, y la regeneración ecológica.
Elementos de Difusión	- Blog sobre las obras y sus artistas que hablan del contenido del museo, así como del entorno natural en el que se encuentra. - Tours de snorkel y buceo en diferentes niveles. - Réplicas terrestres de las esculturas y explicación guiada anterior a la inmersión subacuática.

Fotografías	 
-------------	--

Tabla 8. Análisis del Museo Subacuático de arte (Cancún).

Nombre	Museo Atlántico
Descripción	El Museo Atlántico es el primer museo subacuático en Europa, creado por el escultor Jason deCaires Taylor. Presenta una colección de esculturas sumergidas diseñadas para fusionarse con el entorno marino, promoviendo la conservación y el estudio de los ecosistemas submarinos.
Localización	Lanzarote, Islas Canarias, España. Las esculturas están ubicadas en la costa sur de Lanzarote, cerca de la playa de Playa Blanca.
Temática	Las esculturas del Museo Atlántico de Lanzarote abordan temas como el cambio climático, la interacción humana con la naturaleza, y la conservación marina. Creado por Jason deCaires Taylor, el museo utiliza el arte para reflejar el impacto ambiental y promover la sostenibilidad. Las obras están diseñadas para fusionarse con el entorno marino, facilitando la regeneración de ecosistemas y fomentando la reflexión sobre la relación entre humanidad y medio ambiente.

Elementos de Difusión	- Curso de Buceo complementario en distintos niveles con fotos de la inmersión de regalo. - Alojamientos complementarios creando packs que incluyen un precio especial en conjunto con la actividad del buceo. - Blog con consejos y recomendaciones para el buceo y explicación del contenido del museo.
Fotografías	 

Tabla 9. Análisis del Museo Atlántico (Lanzarote).

Nombre	Museo Submarino de Cape Tarkhankut
--------	------------------------------------

Descripción	El Museo Submarino de Cape Tarkhankut es un museo subacuático ubicado en la costa de la península de Tarkhankut en Crimea. Este museo presenta esculturas y objetos sumergidos diseñados para atraer la vida marina y fomentar la conservación del ecosistema marino.
Localización	Cape Tarkhankut, península de Tarkhankut, Crimea, Rusia. Las esculturas y objetos están situados en las aguas costeras alrededor del cabo.
Temática	Conjunto de bustos y estatuas dañadas de los viejos líderes comunistas que fueron retiradas con la caída de Unión Soviética. Figuras de Lenin, Stalin, Marx, entre otras obras que ha ido sumando a la colección, todas ellas han sido colocadas dentro del mar y al día de hoy ya cuenta con 50 esculturas de algo que ha bautizado como el "Callejón de los Líderes".
Elementos de Difusión	- Excursiones de buceo y snorkel organizadas por operadores turísticos locales para explorar las esculturas sumergidas. - Actividades educativas y talleres en colaboración con organizaciones locales sobre conservación marina y el impacto del museo.

Fotografías	 
-------------	--

Tabla 10. Análisis del Museo Subacuático de Cape Tarkhankut (Crimea).

Nombre	Museo Submarino de Marsella
Descripción	El Museo Subacuático de Marsella es un proyecto innovador inaugurado en 2020. Presenta esculturas subacuáticas creadas por diversos artistas internacionales, con el objetivo de sensibilizar sobre la preservación del océano y fomentar la vida marina.
Localización	Marsella, Francia. Las esculturas están situadas en el área costera frente a la ciudad, en las aguas del Mediterráneo.
Temática	El museo nació con el fin de compartir y transmitir conocimiento medioambiental, así como también se concibió como una palanca que activase la curiosidad por el universo tanto artístico como por los deportes acuáticos y prácticas como el buceo. Cada uno de los artífices de estas maravillosas esculturas submarinas tenía un objetivo claro, concienciar a la

		población sobre la urgente protección del medioambiente y, en especial, del ecosistema submarino del Mediterráneo.
Elementos de Difusión	de	- Talleres de sensibilización sobre el medio ambiente. - Diversas actividades a lo largo del año como ciclos de conferencias o exposiciones temporales que profundicen en los distintos temas que surjan en la institución artística.
Fotografías		 

Tabla 11. Museo Submarino (Marsella).

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

A través del estudio de la zona podemos concluir en variedad de problemáticas que se encuentran en su mayoría adyacentes a la situación socioeconómica de la localidad, donde la falta de recursos y la emigración es una realidad que se ha de tener en cuenta en la implantación del proyecto.

La falta de servicios básicos a los que la población puede recurrir ciertos días a la semana como es la farmacia o el médico, junto con la precariedad del sistema de transportes y educativo desincentiva a las nuevas familias a establecer un hogar en este municipio.

La economía local es, por lo general, bastante débil, ya que puede depender en gran medida de la agricultura, un sector que a menudo enfrenta dificultades como la baja rentabilidad o la falta de relevo generacional. Junto a esto, la falta de inversión en infraestructuras modernas como la conexión a internet de alta velocidad limita el desarrollo económico de la comunidad.

A esta situación contribuye el aislamiento del municipio que se debe en parte a la propia situación geográfica y por otro lado al mal estado de las carreteras.

Para elaborar una serie de soluciones que den respuesta a los problemas actuales del proyecto se llevarán a cabo dos tablas para en análisis diferenciado del municipio y del propio proyecto:

Medios externos influyentes al proyecto:

Análisis de Playa Casarones y Rubite	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
- Baja notoriedad del territorio a nivel nacional o internacional, lo que puede dificultar la atracción de visitantes. - Patrimonio natural y cultural desvalorizado. - Población envejecida y turismo limitado en actividades y alojamientos - Falta de experiencia local en gestión de museos o proyectos culturales de esta envergadura.	- Personal municipal proactivo en nuevas iniciativas y proyectos. - Territorio potencialmente turístico al encontrarse en zona costera. - Posición estratégica del municipio que comprende costa y montaña - La baja densidad poblacional puede resultar atractiva para visitantes que buscan experiencias turísticas tranquilas y alejadas de las masas.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES

- Riesgo de que la actividad o la construcción del museo cause un impacto negativo en el entorno natural. - Presencia de destinos turísticos costeros más consolidados que puedan desviar el flujo de visitantes, dejando al museo en desventaja. - Condiciones económicas desfavorables.	- Iniciativas o políticas públicas enfocadas en la revitalización de áreas rurales despobladas, que podrían proporcionar financiación o apoyo para proyectos culturales como el museo. - Disponibilidad de subvenciones y fondos europeos para el desarrollo rural, cultural y turístico, que pueden financiar la construcción y operación del museo.
---	--

Tabla 12. Análisis DAFO situación de Rubite y Playa Casarones.

Análisis del proyecto de difusión Museo "Punta Lance"	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
- Zona terrestre aún no habilitada para el centro de interpretación y cuyo trámite puede llevar demasiado tiempo. - Temática fija no determinada, lo que dificulta llevar a cabo un proyecto de difusión museística. - La zona despoblada puede tener limitaciones en acceso a redes de comunicación, como internet o medios de transporte, lo que complica la difusión. - El museo depende del turismo estacional, por lo que la difusión deberá enfrentar el reto de mantener el interés fuera de la temporada alta.	- Personal municipal proactivo en nuevas iniciativas y proyectos. - Territorio potencialmente turístico al encontrarse en zona costera. - Posición estratégica del municipio que comprende costa y montaña -La baja densidad poblacional puede resultar atractiva para visitantes que buscan experiencias turísticas tranquilas y alejadas de las masas.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
- Riesgo de que la actividad o la construcción del museo cause un impacto negativo en el entorno natural. - Presencia de destinos turísticos costeros más consolidados que puedan desviar el flujo de visitantes, dejando al museo en desventaja.	- Iniciativas o políticas públicas enfocadas en la revitalización de áreas rurales despobladas, que podrían proporcionar financiación o apoyo para proyectos culturales como el museo. - Disponibilidad de subvenciones y fondos europeos para el desarrollo rural, cultural y

- Condiciones económicas desfavorables.	turístico, que pueden financiar la construcción y operación del museo.
---	--

Tabla 13. Análisis DAFO del proyecto de difusión del Museo "Punta Lance".

Tras el estudio de impacto ambiental llevado a cabo por diversos profesionales, se establece una valoración positiva del medio acuático y terrestre para la instalación del museo; diversas exploraciones son el origen de la evaluación territorial para la localización idónea de la instalación del museo, así como la emisión del informe previo medioambiental, para su posterior gestión ante la administración pública.

La importancia de la localización es esencial tanto a nivel marino como a nivel terrestre; las esculturas colocadas bajo el agua deben encontrarse en armonía con la biodiversidad, cumpliendo también la función de arrecife artificial, lo que contribuye a la actividad socioeconómica desde el punto de vista turístico y cultural. Por otro lado, el estudio terrestre se encuentra especialmente avanzado en cuanto a la arquitectura del centro de interpretación, cuya memoria de adecuación muestra diversas perspectivas del conjunto cuyo contenido es la reutilización de algunos de los edificios ya existentes utilizando materiales nuevos.

La viabilidad del proyecto, sin embargo, se ve afectada por el hecho de que este territorio aún pertenece a una propiedad privada, lo que representa la principal problemática y cuya solución se encuentra en manos de las administraciones públicas, especialmente del Ayuntamiento de Rubite.

3. PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1. DENOMINACIÓN

El proyecto denominado Dinamización del Museo subacuático de Rubite es una de las propuestas establecidas por el Programa Puentes 2024, llevado a cabo conjuntamente por la Diputación de Granada y la Universidad de Granada, desarrollado en el marco municipal de Rubite y la costa Contraviesa.

A pesar de denominarse únicamente en un principio con un objetivo único, este proyecto pondrá en conjunto otras iniciativas de la comarca de la Contraviesa para el beneficio de esta. El proyecto será en concreto el ejecutado en la carretera paisajística de Sorvilán, cuya iniciativa promueve, al igual que el museo, un interés turístico para la zona, y, por lo tanto, un medio de desarrollo socioeconómico.

3.2. OBJETIVOS.

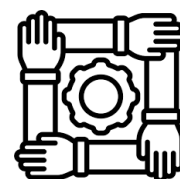
Dado que los estudios del proyecto museístico se encuentran ya muy avanzados, los objetivos de esta iniciativa se centran específicamente en la difusión, a través de la que se pretende crear una serie de acciones y propuestas que dinamicen y den vida al propio museo, no quedando en una mera exposición sino que desarrolle actividades y acciones complementarias que refuercen y dinamicen a su vez la economía local dando un mayor sentido al museo con acciones divulgativas, formativas y de diferente índole.

Para el desarrollo de este proyecto, es necesaria una definición de la identidad del museo, que resalte su compromiso con la concienciación ecológica y la protección de la biodiversidad marina cuya temática es, en esencia, artística. A partir de este posicionamiento, el turismo de la Contraviesa conjuga lo deportivo, lo cultural y lo ecológico, características esencialmente necesarias para la elaboración de un proyecto de difusión.



A partir de estos distintivos, podemos establecer una serie de objetivos claros en este proyecto:

- Desarrollar y ejecutar campañas de marketing y comunicación para aumentar el conocimiento del museo a nivel local, nacional e internacional, destacando su singularidad y atractivo.
- Promover el museo como una razón clave para visitar la región, contribuyendo al aumento del turismo en el área rural de la Contraviesa y beneficiando la economía local.
- Difundir el valor del museo como una herramienta educativa que sensibiliza sobre la importancia de la conservación marina y el medio ambiente, mediante la difusión de sus mensajes y actividades.
- Involucrar a la comunidad local en las actividades de difusión del museo, promoviendo su participación activa en eventos, talleres y como embajadores del proyecto.



- Establecer colaboraciones con instituciones culturales, educativas y turísticas para potenciar la difusión del museo y ampliar su alcance.
- Producir contenido educativo, audiovisual y material promocional atractivo que resalte las características del museo y su entorno, utilizando medios digitales y tradicionales.
- Posicionar el museo como un destino de turismo sostenible, atrayendo a visitantes interesados en experiencias culturales y respetuosas con el medio ambiente, en armonía con el entorno rural.
- Implementar mecanismos para evaluar la efectividad de las estrategias de difusión, ajustando el enfoque según sea necesario para maximizar el impacto y el retorno de la inversión.



Dentro de los objetivos de este proyecto, no debemos dejar de lado aquellos que se alinean con las metas de **ODS**:

ODS 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.



Con estos objetivos se busca la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica, así como fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local.

En resumen, los objetivos del proyecto de difusión del museo submarino en un entorno rural se centran en aumentar su visibilidad a nivel local e internacional, atraer visitantes y fomentar el turismo sostenible, todo mientras se conciencian sobre la conservación marina. Además, se busca involucrar a la comunidad local, establecer alianzas estratégicas, desarrollar materiales educativos y promocionales efectivos, y evaluar continuamente el impacto del proyecto para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

A partir de la siguiente serie de fotografías se realiza un recorrido por el territorio en el cual se llevará a cabo el proyecto y en el que se propone la implantación de estos objetivos.



Imagen 1 y 2. Lugar del centro de interpretación.



Imagen 3. Lugar de costa visto desde el centro de interpretación.



Imagen 4. Zona de Playa Caserones en la que se plantea el acceso al museo.



Imagen 5. Zona de Playa Casarones cercana al lugar de interpretación.



Imagen 6. Nueva zona de posible utilización para el centro interpretativo (actualmente un chiringuito).



Imagen 7. Bajada a la playa desde el establecimiento.



Imagen 8. Vista a la playa desde el posible lugar del centro de interpretación.



Imagen 9. Vista en la entrada de Playa Casarones.

3.3. ACTORES Y ROLES EN EL PROYECTO

1. Universidad de Granada.



UNIVERSIDAD DE GRANADA

2. Diputación de Granada.



3. Ayuntamiento de Rubite.



4. Delegación territorial de la consejería de agricultura, pesca y desarrollo sostenible de la Junta de Andalucía.



5. Empresa de robótica submarina Andalus Sea.



3.4. ACTIVIDADES GENERALES Y TAREAS ESPECÍFICAS.

A través de la siguiente tabla establecemos las características generales de este proyecto, necesarias para elaborar tareas específicas

Plan de Difusión: Planteamiento General	
Objetivo Principal	Aumentar la visibilidad y atraer visitantes al museo submarino, promoviendo el turismo y la conservación marina en un entorno rural.
Público Objetivo	Turistas nacionales e internacionales, entusiastas del buceo, amantes de la cultura, estudiantes, investigadores y la comunidad local.
Estrategias de Difusión	Campañas de marketing digital, alianzas estratégicas, promoción en medios de comunicación, desarrollo de contenido educativo y audiovisual, y eventos locales.
Recursos Necesarios	Presupuesto para marketing, equipo de comunicación, herramientas digitales, materiales promocionales, y apoyo de la comunidad local.
Cronograma	Plan de difusión a corto, medio y largo plazo, con etapas definidas para la creación de materiales, lanzamiento de campañas, y evaluación del impacto.
Indicadores de Éxito	Aumento en el número de visitantes, mayor presencia en medios, participación activa de la comunidad, y reconocimiento como un destino de turismo sostenible.

Evaluación y Ajustes	Mecanismos para medir el impacto del proyecto, con revisiones periódicas para ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.
----------------------	---

Este planteamiento general del proyecto de difusión busca incrementar la visibilidad y atractivo del museo submarino en un entorno rural, posicionándolo como un destino clave para el turismo sostenible y la educación ambiental. Los objetivos principales son atraer un mayor número de visitantes, fomentar la participación activa de la comunidad local, y concienciar sobre la conservación marina. A través de estrategias de marketing, alianzas estratégicas y desarrollo de contenido educativo, se consigue un mayor impacto cultural y económico en la región, asegurando la sostenibilidad del proyecto a largo plazo. A través de esta visión global podemos determinar las actuaciones específicas que definirán nuestro proyecto en un proceso de actuación más concreto.

Para determinar las tareas específicas a realizar en el proyecto, se elabora otra tabla.

Plan de Difusión: Actividades Específicas	
Investigación y Análisis	- Análisis sobre el interés cultural y turístico de la región. - Evaluación de la infraestructura local para el acceso al museo. - Identificar puntos de interés turístico cercanos que puedan complementar la visita al museo (Ej. Carretera Paisajística Sorvilán) *.
Desarrollo de Estrategias	- Definir una propuesta de valor única para el museo que resalte su importancia cultural y ecológica. - Desarrollar un plan de marketing digital que incluya campañas en redes sociales. - Crear alianzas con operadores turísticos como agencias de viaje.
Producción de Materiales	- Producir materiales promocionales para

	distribución local y en ferias turísticas. - Desarrollar un sitio web atractivo y fácil de usar, con opciones de reserva y compra de entradas en línea. - Crear contenido audiovisual atractivo, como vídeos promocionales o visitas virtuales.
Lanzamiento y Promoción	- Organizar un evento de inauguración que incluya actividades culturales y educativas para atraer a los medios de comunicación. - Campaña de relaciones públicas para asegurar la cobertura mediática. - Lanzar promociones y descuentos para las primeras semanas de apertura para incentivar las visitas.
Colaboración comunitaria	- Establecer un programa de voluntariado con la comunidad local para involucrar a los residentes. - Organizar talleres y charlas educativas para aumentar el conocimiento sobre el museo y la conservación marina.
Sostenibilidad y Continuidad	- Desarrollar un plan para la diversificación de ingresos, como la venta de productos relacionados con el museo y la organización de eventos privados. - Mantener relaciones con socios estratégicos y buscar nuevas alianzas para fortalecer la difusión continua del museo.

* El apartado establecido en la tabla para poner en común puntos de interés turísticos cercanos es para desarrollar una alianza conjunta con otro proyecto planteado en el Programa Puentes, en el que se propone principalmente la puesta en valor del paisaje de la comarca de la Contraviesa a través de la creación de una ruta

en la carretera paisajística de Sorvilán.

Para la elaboración de un plan conjunto es necesario que ambos proyectos tengan un objetivo común que promueva el turismo responsable y el crecimiento económico de la comarca. Esta visión debe enfocarse en la conservación del patrimonio natural y cultural, la mejora de la infraestructura local, y la creación de oportunidades económicas para la ciudad.

Una manera efectiva de integrar los dos proyectos es crear una ruta turística que conecte el museo subacuático con la carretera paisajística con puntos de interés clave destinados al descanso u ocio de los visitantes.

Establecer una promoción conjunta que promocióne la comarca de la Contraviesa como un destino único es un objetivo esencial para su desarrollo como destino turístico sostenible, así como la organización de eventos que combinen la experiencia de ambos proyectos involucrando a la comunidad local, haciendo a esta partícipe y beneficiaria directa del desarrollo turístico.

Finalmente, es fundamental crear una narrativa coherente que explique cómo ambos proyectos contribuyen al desarrollo sostenible de la comarca. Esta narrativa debe ser comunicada a través de todos los canales de promoción y en todas las interacciones con los visitantes, resaltando la importancia de proteger el medio ambiente mientras se disfruta del patrimonio natural y cultural.

Para la visualización de esta ruta se muestra la siguiente serie de fotografías de elaboración propia desde distintos puntos de interés:













El plan detallado para el desarrollo y promoción del museo está diseñado para ofrecer una serie de

beneficios tanto para la comunidad local como para la economía rural, creando un impacto positivo y duradero en la región. En primer lugar, el enfoque en la participación comunitaria asegura que el museo no solo se convierta en un centro cultural y educativo, sino también en un punto de referencia en la vida diaria de los residentes. Al involucrar a la comunidad en la operación del museo a través de programas de voluntariado y actividades educativas, se fomenta un sentido de pertenencia y orgullo local. Este vínculo estrecho no solo fortalece la relación entre el museo y sus visitantes, sino que también promueve una mayor apreciación y conciencia sobre la importancia de la conservación marina y el patrimonio cultural.

Además, la implementación de talleres y charlas educativas en escuelas y centros comunitarios contribuye a la formación de una población más informada y comprometida con la protección del medio ambiente y la valorización de la cultura local. Este enfoque educativo también ayuda a cultivar un interés genuino por el museo, que puede traducirse en una participación más activa y sostenida de la comunidad.

En términos económicos, el museo actúa como un motor para el desarrollo rural al atraer visitantes de fuera de la región. Las estrategias de marketing digital y las alianzas con operadores turísticos están diseñadas para incrementar el flujo de turistas, lo que, a su vez, beneficia a la economía local mediante el aumento de la demanda de servicios como alojamiento, restaurantes y transporte. Este crecimiento en el turismo puede tener un efecto multiplicador, estimulando el desarrollo de nuevos negocios y la mejora de la infraestructura local.

La diversificación de ingresos mediante la venta de productos relacionados con el museo y la organización de eventos privados también contribuye a la estabilidad financiera del museo y a la economía regional. Al mantener y fortalecer alianzas con socios estratégicos y buscar nuevas colaboraciones, el museo asegura una visibilidad continua y un flujo constante de visitantes, lo que es crucial para su sostenibilidad a largo plazo.

En resumen, el plan propuesto no solo se centra en establecer al museo como un centro cultural de referencia, sino que también busca generar un impacto positivo en la comunidad local y en la economía rural. Al fomentar la participación comunitaria, atraer turismo y diversificar fuentes de ingresos, el museo tiene el potencial de convertirse en un elemento clave para el desarrollo económico y social de la región, creando un legado duradero que beneficia tanto a los residentes como a los visitantes.

3.5. RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

CATEGORÍA	RECURSO	DESCRIPCIÓN
Investigación y análisis	Investigación de mercado	Estudio sobre el público objetivo y su interés en museos subacuáticos.
	Análisis de competencia	Revisión de otras iniciativas culturales de la región.
	Estudio de accesibilidad y logística	Evaluación de la infraestructura local para apoyar la visita del museo.
Desarrollo de contenidos	Contenidos educativos	Información sobre el museo, la historia subacuática y exhibiciones.
	Traducción y adaptación cultura.	Ajuste de contenidos para que sean relevantes para la comunidad local
Estrategia de comunicación	Plan de medios	Identificación de canales adecuados como radio local, periódicos y redes sociales.
	Redacción de comunicados de prensa	Elaboración de comunicados para medios de comunicación
	Publicidad y promoción	Estrategias para anuncios en medios locales y

		online.
Eventos y actividades	Organización de eventos de lanzamiento	Planificación de eventos especiales para inaugurar o promover el museo.
	Actividades comunitarias	Talleres, charlas y visitas guiadas para atraer a la población local.
	Colaboraciones con organizaciones locales	Alianzas con escuelas, asociaciones y otras entidades para la promoción conjunta
Recursos humanos	Equipo de difusión	Personal encargado de la promoción, comunicación y relaciones públicas.
	Guías y educadores	Capacitación de personal para ofrecer visitas guiadas y talleres.
Tecnología y equipos	Equipos audiovisuales	Cámaras, proyectores y sistemas de sonido para eventos y presentaciones
	Plataformas digitales	Desarrollo y mantenimiento de una página web y redes sociales.
Financiamiento y presupuesto	Presupuesto detallado	Estimación de costos para todas las actividades y recursos necesarios.

	Fuentes de financiación	Identificación de posibles patrocinadores, subvenciones y donaciones.
Evaluación y seguimiento	Encuestas y retroalimentación	Recolección de opiniones del público para mejorar las estrategias.

El plan de desarrollo y promoción diseñado para el museo subacuático muestra una estructura integral que abarca todos los aspectos críticos necesarios para el éxito del proyecto. Comienza con una fase de investigación y análisis que asegura una comprensión detallada del público objetivo, el panorama competitivo y la infraestructura local. Este enfoque permite tomar decisiones informadas que minimizan riesgos y optimizan recursos.

El desarrollo de contenidos es un aspecto clave, ya que se centra en la creación de materiales educativos y en la adaptación cultural, lo que garantiza que la información ofrecida sea no solo precisa, sino también relevante y accesible para la comunidad local. Esto es esencial para atraer a un público diverso y fomentar un sentido de pertenencia entre los visitantes.

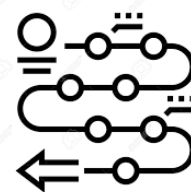
La estrategia de comunicación está diseñada para maximizar la visibilidad del museo a través de medios adecuados y la promoción en plataformas locales y en línea. Esto es fundamental para generar interés y atraer visitantes, especialmente en las etapas iniciales del proyecto. La planificación de eventos y actividades comunitarias refuerza esta estrategia al involucrar directamente a la población local, creando vínculos y aumentando la participación.

El enfoque en los recursos humanos y tecnológicos asegura que el museo cuente con un equipo capacitado y con la infraestructura tecnológica necesaria para operar de manera eficiente. Además, el plan financiero bien definido, con un presupuesto detallado y fuentes de financiación identificadas, proporciona una base sólida para la sostenibilidad a largo plazo del museo.

Finalmente, se encuentra el componente de evaluación y seguimiento, crucial para el ajuste continuo de las estrategias en función de la retroalimentación del público. Este enfoque garantiza que el museo permanezca relevante y en constante mejora, adaptándose a las necesidades y expectativas de los visitantes. En conjunto, el plan ofrece una hoja de ruta exhaustiva y bien fundamentada para el éxito del museo subacuático, asegurando su viabilidad y su impacto positivo en la comunidad.

3.6. FASES NECESARIAS PARA SU IMPLANTACIÓN

La implantación de un proyecto complejo como el establecimiento de un museo requiere un enfoque estructurado y estratégico para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.



Este proceso se divide en una serie de fases que abarcan desde la planificación inicial hasta la continuidad y sostenibilidad del proyecto. Cada fase está diseñada para abordar aspectos clave del desarrollo, como la investigación preliminar, el diseño de estrategias, la producción de materiales promocionales, la organización de actividades de lanzamiento, la colaboración con la comunidad y la evaluación continua del impacto.

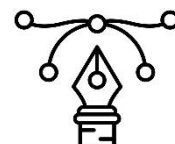
Al seguir estas fases, el proyecto no solo se orienta a la creación de un espacio cultural significativo, sino también a maximizar su contribución al desarrollo económico local y al fomento de un turismo sostenible.

1. Desarrollo de la temática que se llevará a cabo en el museo, estableciendo un contenido al que poder dar difusión.
2. Musealización.
3. Creación de infraestructuras.
4. Una vez establecido el contenido y las infraestructuras en las que se colocan, se da lugar al desarrollo del plan de difusión, para el que es necesario:

4.1. Fase de Planificación y Estudio Preliminar: se realiza un análisis de la Comunidad Local en el que se realiza un diagnóstico, identificando barreras y oportunidades, así como de los visitantes potenciales y sus intereses y los puntos de interés turístico que complementen la visita del museo.



4.2. Fase de diseño y desarrollo de estrategias: crear una propuesta que resalte los valores culturales y ecológicos del museo, elaboración de un plan de marketing y establecer colaboraciones estratégicas que aumenten las posibilidades turísticas.



4.3. Fase de producción de materiales: crear material promocional como folletos, posters, banners, así como un sitio web que permita la compra de entradas en línea.

4.4. Fase de implementación y lanzamiento: organización de eventos de inauguración que incluya actividades culturales y educativas y una primera promoción para incentivar las visitas.



4.5. Fase de colaboración comunitaria: formar un comité con representantes de la



comunidad para recibir retroalimentación y sugerencias.

4.6. Fase de Evaluación: medir el impacto de las estrategias implementadas y modificar las tácticas de marketing y promoción según los resultados y tendencias observadas.

4.7. Fase de sostenibilidad y continuidad: buscar nuevas oportunidades de colaboración.



Playa Casarones, lugar de implantación del Museo Subacuático "Punta Lance".

La implementación de las fases propuestas para el proyecto del museo no solo asegura un proceso ordenado y eficiente, sino que también contribuye significativamente al desarrollo económico local y al fomento del turismo sostenible. Desde el estudio preliminar hasta la sostenibilidad y continuidad del museo, cada fase está diseñada para maximizar el impacto positivo en la economía local.

El enfoque en la participación comunitaria y la creación de alianzas estratégicas no solo fortalece el vínculo entre el museo y la comunidad, sino que también estimula la economía local al atraer visitantes que, en última instancia, consumen servicios y productos locales. La producción de materiales promocionales y el desarrollo de una estrategia de marketing digital eficiente amplían la visibilidad del museo, atrayendo un flujo constante de turistas que contribuyen al crecimiento económico de la región.

Además, la fase de sostenibilidad y continuidad asegura que el museo no dependa únicamente de las entradas, sino que diversifique sus fuentes de ingresos mediante la venta de productos y la organización de eventos privados. Esto no solo asegura la estabilidad financiera del museo, sino que también promueve un modelo de turismo sostenible que respeta y valora los recursos culturales y naturales de la región.

En resumen, estas fases integradas no solo permiten la creación de un museo exitoso, sino que también promueven un desarrollo económico local robusto y un modelo de turismo sostenible que beneficia a la comunidad y preserva el patrimonio cultural y ecológico para futuras generaciones.

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

FASE	ACCIONES CLAVE	OBJETIVOS
1. Análisis y planificación territorial		
- Estudio del territorio	- Crear un mapa detallado del área identificando ubicación, accesos y puntos de interés.	- Entender la distribución espacial y su potencial.
- Zonificación	- Analizar la compatibilidad del suelo.	- Asegurar el cumplimiento normativo de futuras expansiones.
- Evaluación de Infraestructura	- Evaluar conectividad, accesibilidad y servicios básicos en la ubicación seleccionada.	- Garantizar acceso fácil y seguro al museo y adecuación de servicios.
2. Desarrollo de infraestructura y espacios públicos		
- Infraestructura complementaria	- Desarrollar estacionamientos, zonas peatonales y áreas de servicios.	- Mejorar la experiencia del visitante y la funcionalidad del espacio.
- Mejoras en conectividad	- Implementar mejoras en accesos viales, transporte público y señalización turística.	- Facilitar la llegada de visitantes y promocionar el museo en la región.
3. Alianzas estratégicas y promoción territorial		
- Colaboración con empresas locales	- Establecer alianzas con hoteles, restaurantes y operadores turísticos.	- Crear paquetes turísticos que incluyan visitas al museo y fomenten la economía local.
- Rutas temáticas	- Desarrollar rutas que incluyan otros puntos de interés turístico como la carretera paisajística de Sorvilán y favorecer el desarrollo económico de la comarca.	- Ofrecer experiencias diversificadas y temáticas que atraigan a diversos públicos.

4. Implementación y gestión operativa		
- Formación y capacitación	- Capacitar al personal en gestión y atención al visitante, priorizando la contratación de residentes locales.	- Fortalecer la economía local y asegurar a un equipo preparado.
- Gestión ambiental	- Implementar prácticas sostenibles, como manejo de residuos y uso de energías renovables.	- Asegurar la sostenibilidad ambiental del museo.

3.8. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO O RESUMEN DEL ESTUDIO DE VIABILIDAD

La tabla que se presenta a continuación ofrece un análisis detallado de la viabilidad del proyecto para la creación de un museo en un entorno rural. Este estudio de viabilidad abarca varios aspectos cruciales, como el análisis de mercado, la viabilidad económica, la viabilidad técnica y la evaluación de la infraestructura necesaria.

El objetivo es determinar si el proyecto es factible desde una perspectiva integral, considerando no solo los costos y las posibles fuentes de ingresos, sino también el potencial de atracción turística y el impacto positivo en la economía local. Dado el contexto rural, se presta especial atención a factores como la disponibilidad de servicios básicos, la accesibilidad, y la posibilidad de atraer visitantes interesados en el turismo cultural y ecológico, áreas que están en crecimiento y que pueden beneficiarse significativamente de la implementación de este proyecto.

FASE	ACCIONES CLAVE	OBJETIVOS
1. Viabilidad de Mercado		
- Análisis de demanda	- Identificar visitantes potenciales, turistas nacionales e internacionales, estudiantes, investigadores, comunidad local	- Visitantes potenciales: el entorno rural puede atraer turistas interesados en el ecoturismo, la cultura local y experiencias educativas. La comunidad local, aunque pequeña, podría ser un grupo recurrente si se establecen programas de voluntariado y eventos.
	- Tendencias del turismo: evaluar el interés en turismo cultural y ecológico, especialmente en zonas rurales.	- Creciente interés en la visita al museo al convertirse en una experiencia sostenible y combinable con otras actividades al aire libre.
	- Competencia con otros centros culturales de la región.	- En entornos rurales, la competencia directa puede ser menor, lo que ofrece una

		oportunidad para posicionarse como atracción única.
2. Estimación de visitantes	- Basar las proyecciones en estudios de casos similares y la capacidad de atracción del museo en un entorno rural.	- Aproximadamente 10.000 visitantes en el primer año, con potencial de crecimiento si se implementan estrategias de marketing efectivas y se crean alianzas con operadores turísticos que promuevan visitas a zonas rurales. Esta cifra considera la estacionalidad y la menor densidad de población de la región.
3. Viabilidad económica		
- Costos iniciales	- Costos de construcción, adecuación de espacios y desarrollo de infraestructuras complementarias	- La inversión estimada sería de 450.000 a 900.000 euros, considerando la necesidad de infraestructuras básicas adicionales debido a la ubicación rural, como mejoras en acceso vial y servicio básicos.
- Costos operativos	- Gastos operativos de personal, mantenimiento, promoción, etc.	- La operación anual sería de 90.000 a 180.000 euros, con la posibilidad de reducir costos a través de la contratación de personal local. El entorno rural puede implicar menores costos en comparación con el área urbana, sin embargo, supone gastos adicionales de transporte y logística.

- Ingresos proyectados	- Entradas al museo, tienda de souvenirs, eventos privados y subvenciones	- 135.000 a 270.000 euros anuales basados en tarifas de entrada asequibles, la venta de productos locales en la tienda del museo y la organización de eventos. Subvenciones públicas y privadas, especialmente aquellas enfocadas en el desarrollo rural y conservación, puede complementar los ingresos.
4. Viabilidad técnica		
- Infraestructura	- Disponibilidad de servicios básicos como agua, electricidad, saneamiento o internet	- La ubicación rural podría requerir inversiones adicionales en infraestructuras básicas, como sistemas de energía solar o mejora de las redes de saneamiento.

El estudio de viabilidad realizado demuestra que el proyecto del museo en Rubite, y por extensión en la comarca de la Contraviesa, es factible y promete generar un impacto positivo significativo en la región. La combinación de una demanda emergente por experiencias turísticas auténticas en entornos rurales, junto con una oferta cultural y educativa única, posiciona al museo como un catalizador del desarrollo económico y social en esta área.

En Rubite, el museo no solo atraerá a visitantes interesados en la cultura local y la conservación ecológica, sino que también impulsará la economía local a través de la creación de empleo y la promoción de servicios complementarios, como la restauración y el alojamiento. La inclusión de la comunidad en las operaciones

fortalecerá el vínculo entre el museo y los residentes locales, generando un sentido de pertenencia y orgullo comunitario.

A nivel comarcal, el museo puede actuar como un nodo cultural dentro de la Contraviesa, fomentando la creación de rutas turísticas que conecten Rubite con otros municipios de la comarca. Esto no solo diversificará la oferta turística en la región, sino que también promoverá un desarrollo equilibrado y sostenible, distribuyendo los beneficios económicos y sociales entre varias localidades.

El enfoque en el turismo sostenible y la integración de prácticas respetuosas con el medio ambiente, tanto en la construcción como en la operación del museo, alinean el proyecto con las necesidades de preservación del entorno natural de la Contraviesa. Esto refuerza su atractivo para un segmento de turistas cada vez más consciente del impacto de sus visitas y que busca contribuir al desarrollo sostenible de las áreas que visita.

En conclusión, el proyecto del museo en Rubite es viable no solo en el municipio, sino en toda la comarca de la Contraviesa. Su implementación fomentará el desarrollo económico y social, revitalizando el entorno rural, creando nuevas oportunidades para los residentes, y posicionando a la región como un destino cultural y ecológico de referencia.

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

Incorporar la perspectiva de género en el proyecto del Museo Subacuático "Punta Lance" es fundamental para asegurar que el desarrollo y los beneficios del proyecto sean inclusivos y equitativos para toda la comunidad de Rubite y la comarca de la Contraviesa. Desde la planificación inicial, es esencial realizar un diagnóstico que contemple las necesidades diferenciadas de mujeres y hombres en la zona, lo que permitirá diseñar un proyecto que responda a las realidades y desafíos específicos de cada grupo. Este enfoque no solo incluye asegurar una participación equitativa en la toma de decisiones, sino también diseñar un museo que sea accesible, seguro y cómodo para todas las personas, con especial atención a la inclusión y la igualdad de género.



Además, es importante que el contenido y las actividades del museo reflejen una perspectiva de género, destacando el papel de las mujeres en la conservación marina y sensibilizando a los visitantes sobre las desigualdades de género en este ámbito. Esto se puede lograr a través de exposiciones, talleres y programas educativos que empoderen a las mujeres locales y promuevan la igualdad.

El proyecto también debe considerar su impacto económico, buscando formas de empoderar a las mujeres a través de nuevas oportunidades laborales y de negocios relacionados con el museo. La creación de empleos y el fomento de la economía local deben contemplar políticas que promuevan la igualdad de género, asegurando que tanto mujeres como hombres se beneficien de las nuevas oportunidades que el museo generará.

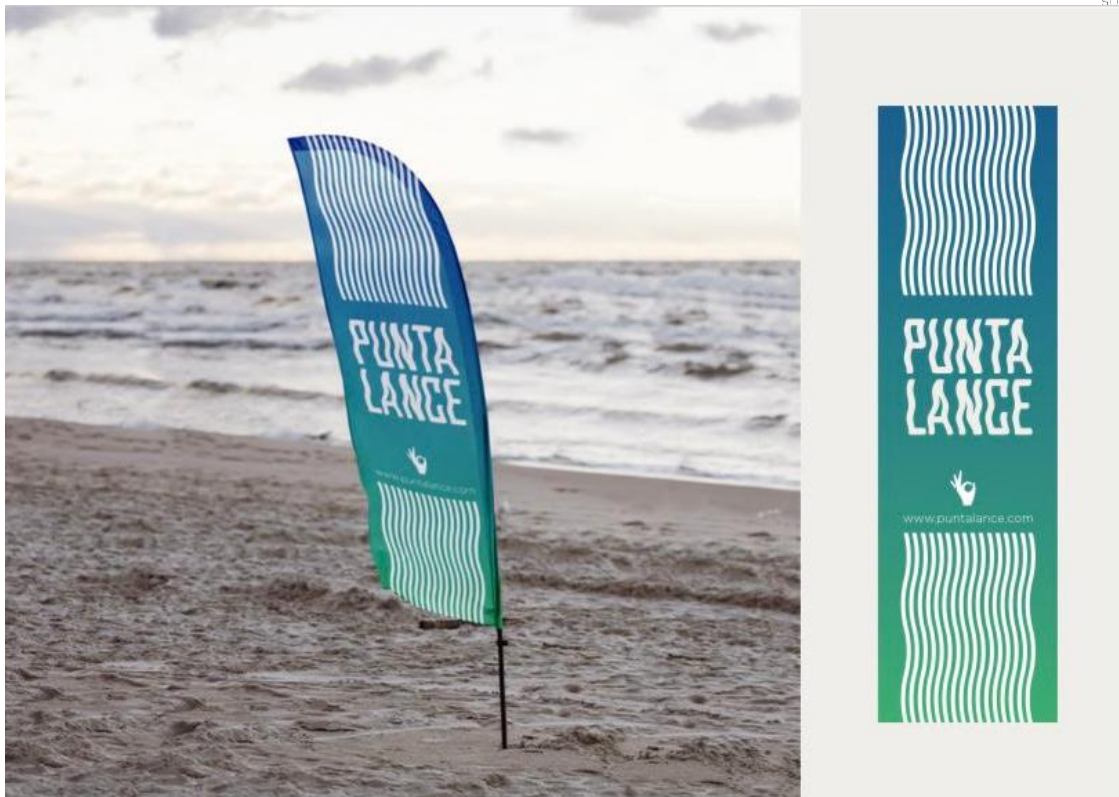
Finalmente, el monitoreo y la evaluación del proyecto deben incluir indicadores de género para medir el impacto en la comunidad y ajustar las estrategias si es necesario. Este enfoque permitirá que el proyecto no solo contribuya al desarrollo económico y turístico de la región, sino que también avance en la reducción de desigualdades de género, creando un entorno más equitativo y sostenible para todos.

3.10. DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, DESARROLLO 3D, ETC.

Durante la realización de este proyecto se han llevado a cabo una serie de estudios y diseños previos que hemos de tener en cuenta a la hora de elaborar un plan de difusión.

- Propuesta de imagen: elaborada con una tipografía en base a las ondas del mar, incorporando una relación directa con el medio, con una paleta complementaria de colores que apoyan la tonalidad azul marino. A partir de esta tipografía se elaboran los carteles, folletos y merchandising para la divulgación y publicidad del museo.

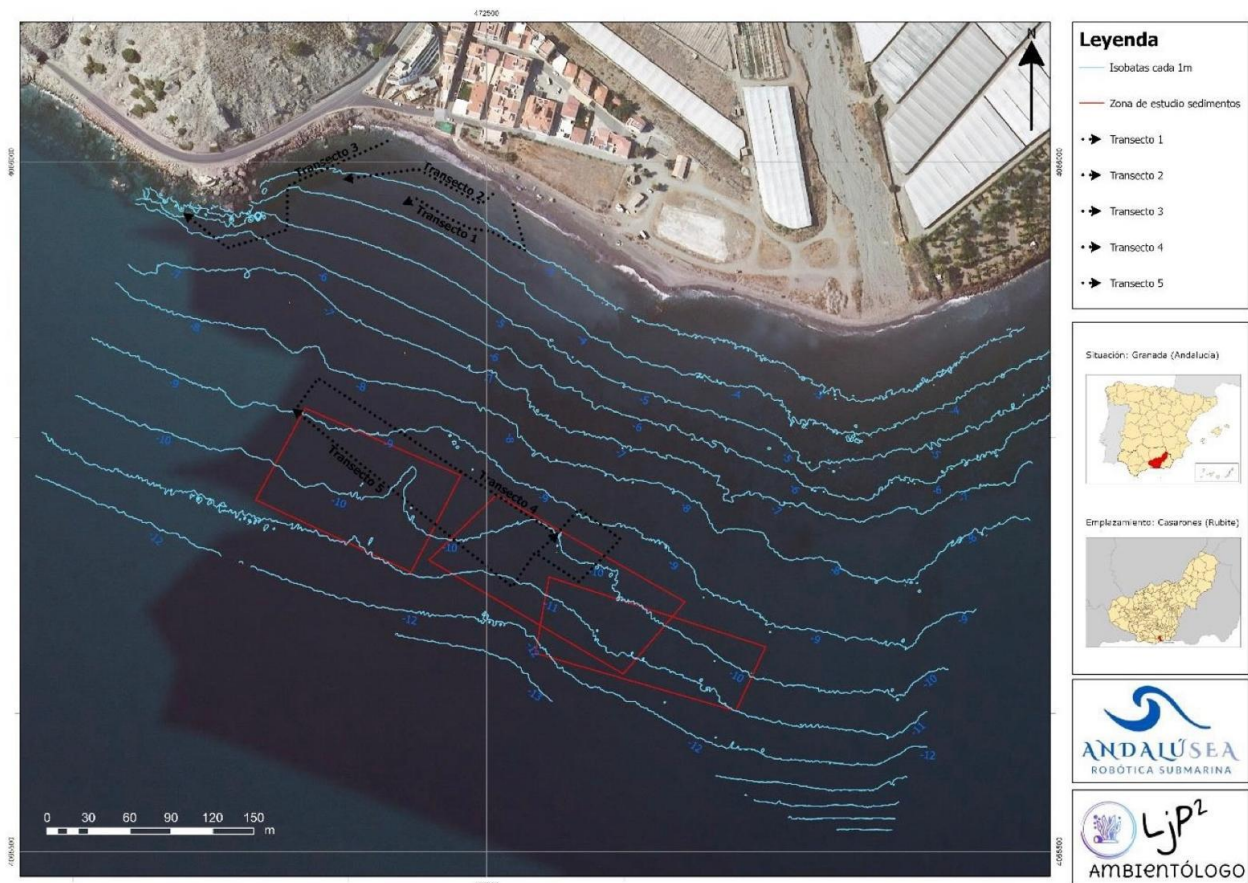




- **Estudio terrestre:** proyecto establecido para la adecuación o instalación de edificaciones para la zona de tierra del Museo Subacuático Punta Lance, dedicados a zonas de interpretación, cafetería o acceso. Redactado a petición de D. Arsenio Vázquez Moreno, alcalde del Ayuntamiento de Rubite, la memoria cuenta con la descripción detallada del estado actual de los edificios y de su programa de rehabilitación.



- Estudio de impacto ambiental: llevado a cabo por Andalus Sea Robótica Submarina en colaboración con la Diputación de Granada, su objetivo es determinar la localización idónea para la instalación del museo submarino, incluyendo la emisión del informe previo medioambiental, para su posterior gestión ante la administración pública.



- Vídeo promocional: resultado de la grabación y edición del proceso de estudio del medio natural que explica de manera visual y accesible los métodos de investigación utilizados, destacando la tecnología empleada y los expertos involucrados, reforzando la credibilidad del proyecto.



3.11. CONCLUSIONES.

A partir del desarrollo de este proyecto llegamos a las siguientes conclusiones enfocadas en los objetivos de los planteamientos de difusión del museo:

- **Incrementar la visibilidad del proyecto:** El objetivo principal de la difusión es dar a conocer el museo subacuático y la localidad de Rubite y su entorno a nivel nacional e internacional, generando un alto nivel de interés y atrayendo tanto a turistas como a instituciones científicas y educativas.
- **Crear conciencia sobre la conservación marina:** A través de estrategias de difusión, se pretende sensibilizar al público sobre la importancia de proteger los ecosistemas marinos. El video promocional y las campañas asociadas destacarán cómo el museo subacuático contribuye a la regeneración y conservación de la biodiversidad marina.
- **Promover el turismo sostenible:** El proyecto de difusión busca posicionar al museo como un destino turístico responsable, que no solo atrae a visitantes, sino que también educa sobre la necesidad de un turismo que respete el medio ambiente y promueva la preservación de los océanos, generando, a su vez, un impacto económico positivo en un ambiente rural.
- **Crear un sentido de pertenencia comunitario:** La campaña de difusión se centrará también en la comunidad local de Rubite y la comarca de la Contraviesa, promoviendo la participación activa de los residentes en el proyecto, lo que reforzará el sentido de orgullo y pertenencia hacia el museo subacuático como un símbolo de conservación y cultura.

12. BIBLIOGRAFÍA.

- Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA)
- <https://www.andalucia.org/es/polopos-playas-playa-de-la-mamola>
- Datos obtenidos del ayuntamiento de Rubite. Agenda Urbana (2020)
- *PROGRAMA PUENTES. Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana. Museo Subacuático “Punta Lance”*. Yévenes, Á.
- Diseño gráfico Ángel Lozano. Catálogo-raw
- Planos e información del medio subacuático: Andalu-Sea.

ANEXOS

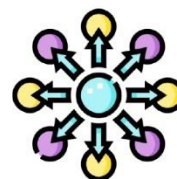
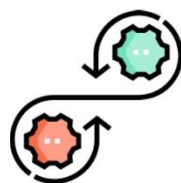
ANEXO 1. Presentación del proyecto en Power Point.



1. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Dinamización del Museo Subacuático de Rubite

PROMOCIÓN TURÍSTICA

- Continuación del proyecto desarrollado en ediciones anteriores.
- Acciones y propuestas que dinamicen y den vida al propio museo
- Actividades complementarias que refuercen la economía local.
- Acciones divulgativas, formativas y de diferente índole.



2. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Objetivos específicos	Objetivos generales
- Beneficio turístico	- Mejora económica
- Caracterización del museo	- Creación de una cultura de identidad
- Elaboración de acciones divulgativas	- Dar a conocer el territorio



3. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Análisis de los datos regionales que nos permiten estudiar la viabilidad del proyecto.

ANÁLISIS DE PLAYA CASARONES Y RUBITE	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
- Baja notoriedad del territorio a nivel nacional o internacional, lo que puede dificultar la atracción de visitantes. - Patrimonio natural y cultural desvalorizado. - Población envejecida y turismo limitado en actividades y alojamientos - Falta de experiencia local en gestión de museos o proyectos culturales de esta envergadura.	- Personal municipal proactivo en nuevas iniciativas y proyectos. - Territorio potencialmente turístico al encontrarse en zona costera. - Posición estratégica del municipio que comprende costa y montaña - La baja densidad poblacional puede resultar atractiva para visitantes que buscan experiencias turísticas tranquilas y alejadas de las masas.



3. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Análisis de los datos regionales que nos permiten estudiar la viabilidad del proyecto.

ANÁLISIS DEL PROYECTO DE DIFUSIÓN DEL MUSEO "PUNTA LANCE"	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
- Zona terrestre aún no habilitada para el centro de interpretación y cuyo trámite puede llevar demasiado tiempo. - Temática fija no determinada, lo que dificulta llevar a cabo un proyecto de difusión museística. - La zona despoblada puede tener limitaciones en acceso a redes de comunicación, como medios de transporte, lo que complica la difusión. - El museo depende del turismo estacional, por lo que la difusión deberá enfrentar el reto de mantener el interés fuera de la temporada alta.	- Innovación turística: Propuesta única y diferenciada que atrae turismo nacional e internacional. - Sostenibilidad ambiental: Promueve el turismo ecológico al integrarse en el entorno natural marino. - Enriquecimiento cultural: Ofrece aprendizaje sobre arte, historia local y biodiversidad marina. - Desarrollo económico local: Genera empleo y dinamiza la economía con nuevos negocios y servicios.

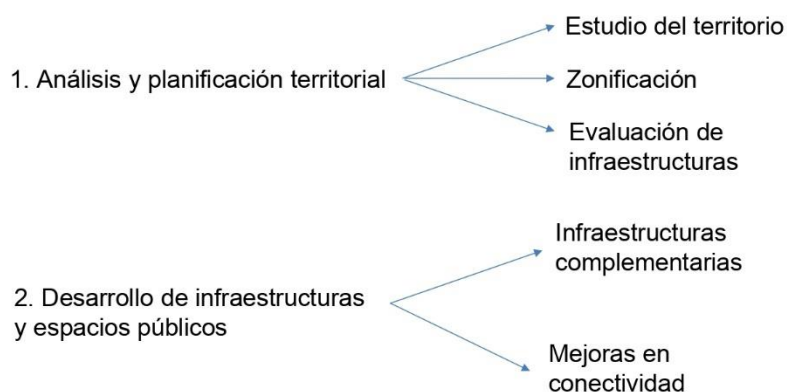


4. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS Y RECURSOS NECESARIOS

ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	RECURSOS NECESARIOS
Investigación	Equipo de análisis de mercado, encuestas
Desarrollo de estrategias	Herramientas de planificación y estrategias de marketing
Producción de materiales	Diseñadores gráficos, redactores, editores
Lanzamiento y promoción	Publicistas y gestores de redes sociales
Colaboración comunitaria	Organizaciones locales, acuerdos de colaboración
Continuidad	Plan de seguimiento, equipo de mantenimiento y análisis de resultados



5. FASES DISPUESTAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO



5. FASES DISPUESTAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO



6. OBJETIVOS DEL PLAN DE DIFUSIÓN

- Aumentar el conocimiento del museo a nivel local, nacional e internacional: ejecución de **campañas de marketing y comunicación**.
- Promover el museo como razón clave para visitar la región: **aumento del turismo y beneficio económico** para el área rural.
- Difundir el valor del **museo como herramienta educativa**: sensibilización de la conservación marina y el medio ambiente.
- **Involucrar a la comunidad local** en las actividades de difusión del museo.
- Posicionar el museo como destino de **turismo sostenible**.
- Implementar **mecanismos para evaluar** la efectividad de las estrategias de difusión.



Diputación
de Granada



consejo
SOCIAL
DE LA UNIVERSIDAD
DE GRANADA



7. DISEÑOS PREVIOS E INFOGRAFÍAS



Diseño de Ángel Lozano, responsable creativo de
Catálogo (Instagram catalogo-raw)



Diputación
de Granada



consejo
SOCIAL
DE LA UNIVERSIDAD
DE GRANADA



7. DISEÑOS PREVIOS E INFOGRAFÍAS



Estudio de Impacto Ambiental y Video Promocional
(Andalucía y Diputación de Granada)



Proyecto de adecuación de edificaciones para la zona de tierra del museo subacuático de El Lance. Arquitecto: Cándido Caparrós Iruela. Promotor: Ayuntamiento de Rubite.

ANEXO 2. Reportaje fotográfico.

Incluidos en los puntos:

- 3.2. Objetivos.
- 3.4. Actividades generales y tareas específicas.

ANEXO 3. Ficha del proyecto de la entidad local.

Proyecto	Entidad	Descripción proyecto prácticas	Sector Proyecto
Dinamización Museo subacuático de Rubite	MANCOMUNIDAD COSTA TROPICAL- CONTRAVIESA	Este proyecto dará continuidad al desarrollado en ediciones anteriores del Programa Puentes. Se pretende recoger una serie de acciones y propuestas que dinamicen y den vida al propio museo, no quedando en una mera exposición sino que desarrolle actividades y acciones complementarias que refuercen y dinamicen a su vez la economía local dando un mayor sentido al museo con acciones divulgativas, formativas y de diferente índole.	PROMOCIÓN TURÍSTICA

ANEXO 3. Estudio de viabilidad económico-financiera (si procede).

No procede.