



PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP)

PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA

PLANIFICACIÓN PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA INTEGRADA Y VINCULADA CON EL ENTORNO
TERRITORIAL. FASE I: ESTUDIO DIAGNÓSTICO INICIAL.

MONTES OCCIDENTALES

TANIA BENÍTEZ QUESADA

EL PROYECTO DE APLICACIÓN EN AGENDA URBANA (PAU)

1	Proyecto de intervención para la aplicación de la agenda urbana.	Pg 03
1.1	Objetivos específicos del proyecto de intervención.	Pg 03
1.2	Rescate y tratamiento de información de partida.	Pg 03
1.3	Diagnóstico de situación.	Pg 10
1.4	Estudio de casos similares y buenas prácticas.	Pg 17
2	Formulación del problema y evaluación de soluciones.	Pg 18
3	Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana.	Pg 21
3.1	Denominación.	Pg 21
3.2	Objetivos.	Pg 21
3.3	Planteamiento general.	Pg 21
3.4	Actores y roles en el proyecto.	Pg 36
3.5	Recursos necesarios y posibles	Pg 37
3.6	Fases para su implantación	Pg 39
3.7	Hoja de ruta municipal propuesta para el desarrollo del proyecto.	Pg 41
3.8	Análisis de factibilidad para su desarrollo o Resumen del estudio de viabilidad.	Pg 42
3.9	Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	Pg 42
3.10	Diseños previos, infografías, mapas, desarrollo 3D, etc...	Pg 43
3.11	Consecución de objetivos en relación al proyecto.	Pg 45
4	Bibliografía.	Pg 47

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 PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA.

1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.

El Objetivo principal del proyecto es el impulso del turismo sostenible a través de la dinamización del turismo. El proyecto que pretendemos llevar a cabo tiene la intención de crear nuevos puestos de trabajo tanto de carácter directo como indirecto.

Mediante la puesta en marcha del proyecto se pretende un aumento en la riqueza local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica, basada en la actualidad en el sector agrario.

1.2 RESCATE Y TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PARTIDA.

Para la redacción de este proyecto hemos consultado diversas fuentes de información que podemos clasificar del siguiente modo:

- Fuentes de información secundaria cualitativas.
- Fuentes de información secundaria cuantitativas.
- Fuentes de información primaria.

Vamos a comenzar analizando las **fuentes de información secundaria cualitativas**:

En primer lugar, tomamos como fuente de información el diagnóstico turístico del Plan para el fomento del patrimonio cultural de Moclín 2010-2014, realizado bajo la petición del área de cultura, juventud y cooperación local de la Diputación de Granada y a iniciativa del Ayuntamiento de Moclín.

Este documento nos ofrece desde el principio información que nos ha sido muy válida acerca del municipio de Moclín.

Ha permitido describir los núcleos urbanos de Moclín, con sus siete pedanías del siguiente modo:

- GUMIEL
 - Es el núcleo de población más despoblado del municipio, con aproximadamente una treintena de habitantes reales, de los cuales muchos con gente mayor. Se

encuentra al norte del término municipal, lindando con Jaén. Sus escasos habitantes tienen más relación con Alcalá la Real, muy próximo a Gumiel, que con Moclín. Destaca la actividad del molino de aceite situado cerca del río que cruza el pueblo.

Es el pueblo más alejado y pequeño, no cuenta con más recurso que el molino.

- LIMONES

- Nombre proveniente de la antigua alquería de moriscos denominada Belymons. En 1.570, después de la expulsión de los moriscos, estas tierras pasaron a manos de un marqués y posteriormente se vendieron a los labradores de la zona. Limones, aunque cuenta sólo con 150 habitantes, es un pueblo de tradiciones y costumbres, conserva su arquitectura tradicional y es el más ganadero del municipio.

Tiene gran tradición, en navidad decoran las calles con artesanía realizada por las mujeres del municipio.

- MOCLÍN

- A pesar de los pocos habitantes que reúne esta localidad, entorno a 300 personas, destaca por su rico patrimonio histórico, y por albergar la popular romería del Cristo del Paño, además de, cómo el resto de los pueblos de Moclín, por su impresionante entorno natural. Situado estratégicamente en el fértil Valle de Velillos, Moclín ha sido lugar de asentamiento desde la prehistoria. Recientes descubrimientos relacionan el inicio de su poblamiento con la llegada al continente de los primeros grupos que se asentarían en Orce.

Es el que mayor patrimonio tiene, cuenta con gran cantidad de recursos turísticos.

- OLIVARES

- Situado en el Valle del río Velillos, entre la Sierra del Marqués y de Moclín, esta población se remonta al S. XVI cuando los lugareños acudían a misa a la ermita de las Angustias. Posee una bella iglesia renacentista del siglo XVI. Antiguamente, el Marques de Casablanca era el dueño de este pueblo. Olivares es el pueblo con mayor regadío del municipio, a través de dos presas que conducen sus aguas por acequias.

Aquí se sitúa el Convento que quiere convertirse en el eco centro, es un municipio muy a tener en cuenta para el producto que vamos a diseñar.

- PUERTO LOPE

- Situado en un puerto entre montañas, etimológicamente su nombre significa Puerto de Lobos. Aunque su historia es reciente, yacimientos arqueológicos hallados en cuevas de la localidad acreditan que fue asentamiento durante el Paleolítico. En documentos de 1.761 Puerto Lope aparece como cortijo anexo a Moclín. Durante la guerra napoleónica fue destruido totalmente, repoblándose a continuación con vecinos de Montefrío. Actualmente es el núcleo más grande y poblado de Moclín y el que ofrece más servicios.

No cuenta con recursos patrimoniales, aunque tiene restaurantes que son algo más reconocidos.

- TIENA

- Esta localidad, que tuvo su origen en un poblado de pastores ubicado en el cortijo Tiena la Alta, está situado a 3 km. de la N-432 que conduce a Córdoba. Es el segundo núcleo más poblado del municipio y el que más ha aumentado en población, disponiendo de varios servicios culturales y deportivos para los habitantes de Moclín. La actividad principal de sus gentes es el olivar.

Es un pueblo pequeño, se venían celebrando eventos como el concurso de carnaval, pero dejaron de realizarse con la pandemia. Tiene un museo-taller de títeres, que abre unos meses al año.

- TÓZAR

- El nombre de esta localidad proviene de un pueblo de pastores bereber del norte de África llamado "Tusar". Los numerosos restos arqueológicos hallados en esta localidad nos permite comprender la evolución histórica del territorio: la prehistoria (pinturas rupestres, dólmenes y otros restos arqueológicos), la época íbero-romana (silos romanos), la época medieval (necrópolis), así como la época moderna (Torre de las Porquerizas), o más recientemente la Guerra Civil Española también dejó su huella a través de las numerosas trincheras que fueron escenario de batalla.

Es un municipio pequeño, a su entrada tiene un parque arqueológico fácil de visitar en el que podemos encontrar restos del paso de la historia.

Además este documento nos ha proporcionado información sobre los medios de transporte público con los que cuenta el municipio, información que ha sido contrastada por nuestra parte con los datos que aparecen en la página web del Consorcio de Transporte Metropolitano del Área de Granada. (<https://ctagr.es/>)

En base a esto hemos obtenido la siguiente información:

- Red ferroviaria: La estación de trenes de Granada se encuentra a 42 km del municipio.
- Vía aérea: El aeropuerto de Granada – Jaén se encuentra a 33km del municipio.
- Transporte en Autobús: La estación de autobuses de Granada se encuentra a 38 km del municipio.

Respecto a esto en la web que hemos consultado encontramos que Granada y Pueblos de Moclín se encuentra conectada por autobuses urbanos, que son:

- Línea 0323, que conecta Granada – Olivares – Tiena – Moclín – Tózar – Limones. Esta línea tiene de Lunes a viernes cuatro salidas diarias y los sábados una salida, desde cada uno de los puntos de partida. Los domingos no existe servicio urbano.

- Línea P.Lope, que conecta Granada y Puerto Lope, pasando por otros municipios de la provincia. Este tiene seis salidas diarias de lunes a viernes, una los sábados y dos los domingos. Sin embargo esta línea no pasa por el resto de localidades del municipio.

Encontramos que el municipio no se encuentra conectado al resto de los municipios de la comarca por el momento, lo que podría llegar a ser un problema a efectos turísticos.

Otro de los puntos que marca este documento es las estrategias en las que está integrado el municipio, aquí se hace mención al ADS PONIENTE GRANADINO, la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, integrada dentro de la Asociación de Desarrollo Rural de Andalucía, en el momento de redacción del documento se encontraba acogido al programa de Desarrollo Rural de Andalucía.

En la actualidad, tal y como he podido comprobar en su página web <https://ponientegranadino.org/> esta Asociación se encuentra sumergida en una estrategia de desarrollo local con enfoque LEADER. Se trata de un elemento a tener en cuenta, ya que es una entidad encargada de la gestión de recursos e información que sirve de interés para la puesta en marcha de servicios turísticos locales.

Este documento nos da un enfoque sobre la situación económica y demográfica del municipio, podemos tener en cuenta esta información, pero sin perder de vista que la redacción de este documento tuvo lugar en 2010, y que por tanto, debemos extraer a nuestra realidad.

Para comprobar estos datos y actualizarlos hemos recurrido al Instituto Nacional de Estadística y al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, además de la página web OTEA Granada. Entre estos puntos hemos podido obtener todo lo necesario acerca de la población y de los flujos turísticos actuales en el municipio y su comparación con el resto de la comarca.

Del mismo documento he obtenido información acerca de los distintos recursos con los que cuenta el municipio, a través de una lista extensa y descriptiva dentro del mismo documento. Información que ha sido contrastada con varias páginas web y con el directorio de servicios que ha sido aportado por la entidad municipal.

Además de este diagnóstico turístico hemos tomado como fuente de información la Agenda Urbana y Rural de Montes Occidentales, mediante el que hemos podido tomar los datos referentes al enfoque que debemos dar al proyecto.

En esta Agenda Urbana encontramos un inventario de todo el patrimonio cultural, incluido un listado de los Bienes de Interés Cultural de esta Comarca. Tabla que ha servido para ubicar cuáles de estos municipios tienen mayor interés turístico.

De esta Agenda también hemos obtenido los análisis DAFO sobre el cambio climático y sobre la economía local, que nos han sido de utilidad para la realización del nuestro propio.

En su plan de Acción nº4 aparece la ficha que versa sobre la creación del Eco-centro con el objetivo de “promover el turismo de interior como complemento de rentas y de nuevos emprendimientos”. En base a ésta vamos a diseñar el plan de acción de este proyecto.

Del mismo modo hemos utilizado la Agenda Urbana de Moclín, donde aparece como línea de acción la creación del Eco-Centro, lugar que va a ser puesto en valor durante nuestro proyecto, como podremos observar más adelante.

Respecto a fuentes de información cualitativa también hemos encontrado información en el Catálogo de Paisajes de la provincia de Granada, donde en su apartado de Montes Occidentales, hemos podido conocer un poco más acerca del patrimonio natural que compone la comarca.

Ha sido fundamental para tomar información contar con la página web del municipio de Moclín, <https://ayuntamientodemoclin.com/> la cual nos ha ofrecido la información relativa a los grandes recursos con los que cuenta el municipio, como son La Ruta del Gollizno, o la romería del Cristo del Paño, actualmente los grandes atractivos turísticos de la Comarca.

Del mismo modo hemos consultado páginas como booking.com o Airbnb para conocer la situación de los alojamientos rurales con los que cuenta la comarca. Y consultar de este modo los listados que nos han proporcionado desde la entidad local.

También hemos contado para la consulta de alojamientos con los datos que nos han aportado desde el gobierno local.

Como **fuentes de información secundarias cuantitativas** hemos tomado los datos que necesitábamos para conocer acerca de la población y de los flujos turísticos:

En primer lugar, como principal fuente hemos tomado los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el cual nos ha permitido conocer el número de visitantes que ha tenido el municipio e incluso su procedencia.

También hemos consultado mediante esta fuente la estancia media de estos visitantes, su gasto por persona/día y la diferencia en estos factores entre los turistas nacionales e internacionales en España.

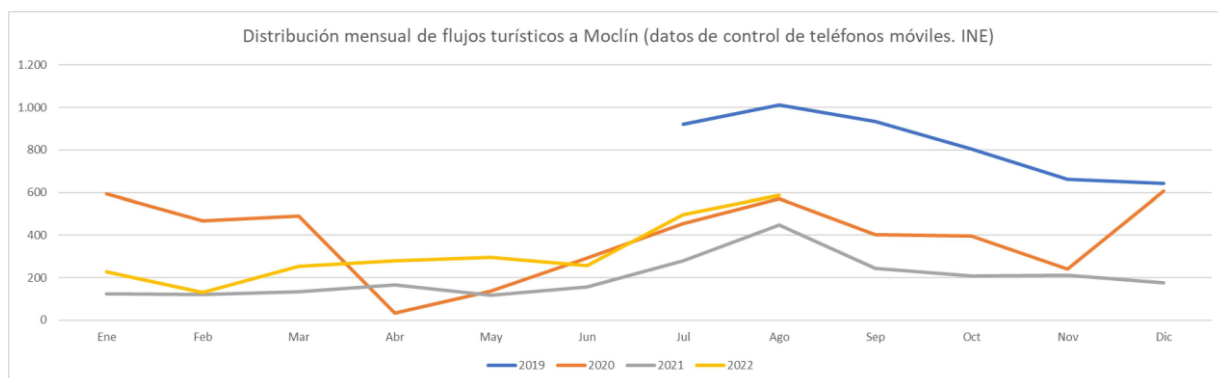
Otra fuente que hemos utilizado ha sido el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, que del mismo modo nos ha proporcionado información sobre los flujos turísticos.

Así mismo he utilizado la web de OTEA Granada para tomar los datos allí ubicados sobre el municipio y los datos cuantitativos acerca del turismo.

De los datos obtenidos de estos sitios web hemos realizado la siguiente gráfica:

Suma de turistas					Suma de turistas				
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	
Moclín	4.976	4.677	2.383	2.529	2019 julio a diciembre				
Alemania	33				2022 enero a agosto	Algarinejo	2.632	1.622	1.813
Francia	79	180	73	51		Illora	6.285	5.533	9.137
Países Bajos	178	269				Loja	45.451	28.335	29.838
Reino Unido	620	36	30	105		Moclín	4.976	4.677	2.383
Total	1.715	1.617	852	976		Montefrío	6.045	7.115	8.602
Total Europa	1.510	1.416	833	920		Zagra	1.106	190	539
Total Unión Europea	841	1.159	595	477					

Meses												
Años	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2019							922	1.011	933	804	663	643
2020	592	468	490	32	138	291	453	570	402	397	239	605
2021	123	120	135	167	117	155	279	447	244	209	211	176
2022	228	129	255	281	297	257	495	587				



Del mismo modo también he tomado datos por mi propia experiencia, por lo que también hemos accedido a **fuentes primarias de información**:

Como fuente primaria principal, se han realizado entrevistas con informadores cualificados, que nos han aportado toda la información necesaria para este proyecto, es necesario destacar en este aspecto, la colaboración del Equipo Municipal.

A través de estos, hemos conocido la situación del turismo local, y cómo afecta a éste la estacionalidad.

Hemos constatado a través de propias vivencias en el territorio como aumenta la cantidad de visitantes en el señalado día de romería del Cristo del Paño, y contemplando el atractivo turístico que supone este evento, atrayendo a visitantes de toda la provincia e incluso de otros puntos del territorio nacional.

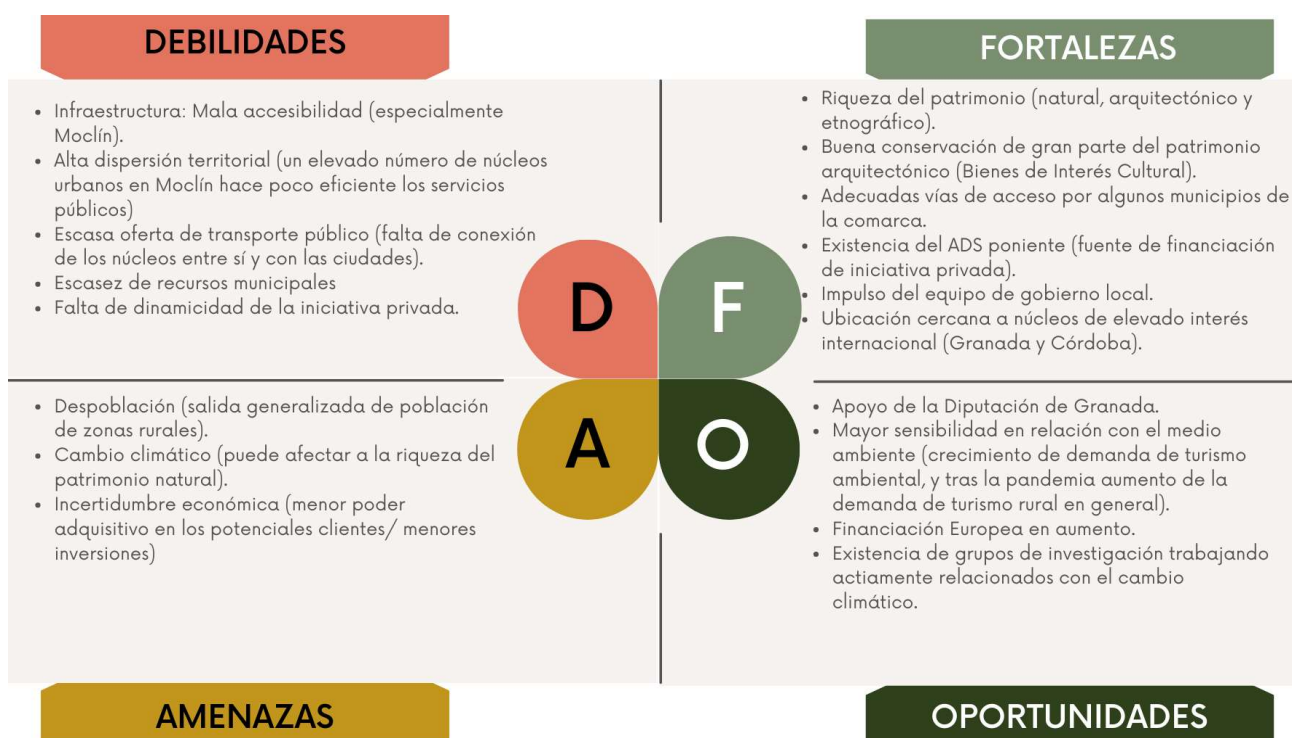


Ilustración 1 Imágenes tomadas por mí durante la romería del Cristo del Paño el 5 de octubre de 2022.

Además de esto, también he constatado durante las presencias en el territorio he podido visitar la conocida Ruta del Gollizno y las dos Vías Ferratas que existen en el municipio de Moclín.

1.3 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

El punto desde el que partimos es de una alta estacionalidad en el ámbito turístico, sin embargo este diagnóstico vamos a desarrollarlo mejor a través del siguiente análisis DAFO:



A continuación, vamos a desarrollar el análisis DAFO especificando cada uno de los puntos que se han reflejado en este esquema:

DEBILIDADES. Son los aspectos negativos internos, que requieren mejora:

- **Infraestructura:** Encontramos una red de carreteras con un trazado complejo que hace más difícil el acceso a la zona, por lo que puede suponer un impedimento a la hora de atraer turistas.

En este caso Moclín es la localidad que incluso dentro de su propio municipio encuentra un acceso más complejo, debido a una carretera en un estado algo deteriorado y con un trazado repleto de curvas debido a su altitud.

- Alta dispersión territorial: Pueblos de Moclin es un municipio que cuenta con siete localidades, cada una de ellas con una distribución de población diferente. Cada uno de estos núcleos de población tienen unas características diferentes, lo que provoca que tengan también unas necesidades diferentes.

Esto provoca que los servicios públicos que puedan ofertarse tengan un carácter más costoso y menos eficiente.

- Escasa oferta de transporte público. Tal y como se ha explicado con anterioridad existe cierta cercanía con los servicios ferroviarios, aéreos e incluso con la estación de autobuses de Granada, estando a tan solo 30 km de estos servicios.

Sin embargo, el municipio cuenta con pocas líneas de autobuses con un horario bastante ajustado lo que hace que, pese a su cercanía sea difícil conectarse con la ciudad de Granada a través del servicio público.

En la actualidad, la línea de autobuses conecta que conecta los diferentes pueblos del mismo municipio es la que conecta el municipio con Granada, y sin conectar la totalidad de las localidades, y sin existir una línea circular autónoma para llevar a cabo el transporte dentro del propio municipio.

Tampoco existe ninguna línea que conecte los distintos municipios de la comarca, haciendo que aquel visitante que pretenda acceder sin vehículo propio encuentre bastantes vicisitudes para su transporte.



Consejería de Fomento, Infraestructuras
y Ordenación del Territorio
Consortio de Transporte Metropolitano del
Área de Granada

2 de junio 2021

Línea 0323: Granada - Olivares - Tiena - Moclin - Tózar - Limones

LUNES A VIERNES							
SALIDAS DESDE GRANADA							
GRANADA	P. PUENTE	OLIVARES	TIENA	MOCLIN	LIMONES	TOZAR	
8:00	8:30	9:25	9:35	9:45	9:55	10:00	
12:00	12:30	12:40	12:45	12:55	13:05	13:10	
14:30	15:00	15:15	15:20	15:30	15:40	15:55	
19:40	20:10	20:25	20:30	20:40	20:50	21:00	
SALIDAS HACIA GRANADA							
LIMONES	TOZAR	MOCLIN	TIENA	OLIVARES	P. PUENTE	GRANADA	
6:35	6:45	6:55	7:05	7:10	7:30	8:00	
8:50	9:00	9:10	9:20	9:25	9:45	10:10	
13:05	13:15	13:25	13:35	13:40	14:00	14:20	
15:40	16:00	16:10	16:20	16:25	16:45	17:05	
SÁBADOS							
SALIDAS DESDE GRANADA							
GRANADA	P. PUENTE	OLIVARES	TIENA	MOCLIN	LIMONES	TOZAR	
13:00	13:20	13:35	13:40	13:50	14:00	14:10	
SALIDAS HACIA GRANADA							
LIMONES	TOZAR	MOCLIN	TIENA	OLIVARES	P. PUENTE	GRANADA	
7:35	7:45	7:55	8:05	8:10	8:20	8:35	



Consejería de Fomento, Infraestructuras
y Ordenación del Territorio
Consortio de Transporte Metropolitano del
Área de Granada

15 de septiembre de 2021

Línea P.Lope: Granada - Pinos Puente - Venta Algarra - Puerto Lope

LUNES A VIERNES							
SALIDAS DE GRANADA				SALIDAS DE PUERTO LOPE			
Granada	Pinos Puente	Puerto Lope		Puerto Lope	Pinos Puente	Granada	
8:30	8:45	9:00		7:45	7:55	8:45	
10:00	-	10:35		8:50	-	9:30	
12:45	13:05	13:20		10:10	10:25	11:00	
15:30	-	16:05		10:15	-	11:00	
17:30	17:50	18:05		14:15	-	14:55	
19:00	-	19:35		15:45	16:00	16:45	
SÁBADOS							
SALIDAS DE GRANADA				SALIDAS DE PUERTO LOPE			
Granada	Pinos Puente	Puerto Lope		Puerto Lope	Pinos Puente	Granada	
18:30	-	19:05		10:15	-	11:00	
DOMINGOS							
SALIDAS DE GRANADA				SALIDAS DE PUERTO LOPE			
Granada	Pinos Puente	Puerto Lope		Puerto Lope	Pinos Puente	Granada	
15:30	-	16:05		11:15	-	12:00	
20:15	-	20:50		19:20	-	20:00	



C/ Joaquín Egasna S/N, Complejo Administrativo Almaraz, Ed.2, 18013 Granada
Tel. 958 57 50 01
http://www.ctag.es
C.I.F.: Q-1806538-Q

Ilustración 2 Imágenes obtenidas del Consorcio de Transportes de Andalucía en el Área Metropolitana de Granada. Horarios de los autobuses que conectan el municipio Pueblos de Moclin con Granada.

- Escasez de recursos municipales. Tomando como base los presupuestos municipales y en comparación con los municipios de alrededor encontramos lo siguiente:

Encontramos que Moclín tuvo en 2020 un presupuesto de ingresos de 3.605.263,3 euros, frente a los 5.571.704,9 euros de Montefrío o los 9.606.031,8 euros con los que cuenta Íllora.

Tal y como podemos observar en estos datos obtenidos por el SIMA comprobamos que el municipio de Moclín tiene ingresos significativamente más bajos que otros municipios de la propia comarca.

- Falta de dinamicidad de la iniciativa privada. Esto lo vemos reflejado en el análisis DAFO sobre la economía local de la Agenda Urbana de Montes Occidentales:

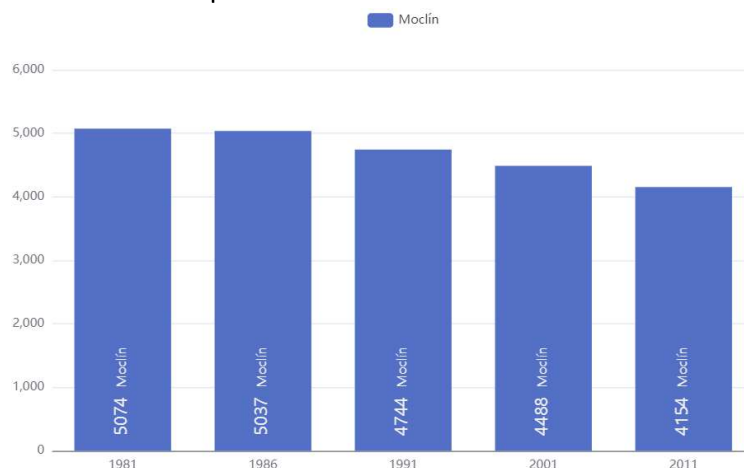
En esta se refleja como debilidad la “incapacidad municipal para atraer y retener talento, motivada por: la falta de tejido empresarial, emprendimiento y la brecha entre formación y mercado de trabajo”, así como en la “escasa innovación y valor añadido en la economía local”, y en la “falta de vocación empresaria entre los jóvenes”.

La suma de todas esas debilidades nos da el indicio de la poca iniciativa que hay en el territorio, lo que hace que tengamos poco tejido empresarial.

AMENAZAS. Las amenazas son los problemas, obstáculos o limitaciones externos que pueden impedir o limitar el desarrollo de un país o de un sector.

- Despoblación: Salida generalizada de la población de las zonas rurales.

Para medir el impacto de la salida de la población en el territorio adjunto gráfica de la evolución de la población en el transcurso de los años 1981 a 2011.



Gráfica 1. Gráfica de la población total del Municipio de Moclin proporcionado por la web OTEA GRANADA (<https://www.oteagranada.com/sistema-informacion.php>)

Como podemos observar se aprecia una tendencia a la disminución de la población, comparándola con los datos de población que nos proporciona el IECA del año 2021, situados en 3.613 habitantes, comprobamos que se mantiene esa tendencia a la baja, ya señalada con anterioridad.

Esto puede suponer un problema a la hora de crear empleo y de pretender la renovación del territorio ya que podemos encontrar un número bajo de personas en edad de trabajar y aún menor de jóvenes con intención de emprender.

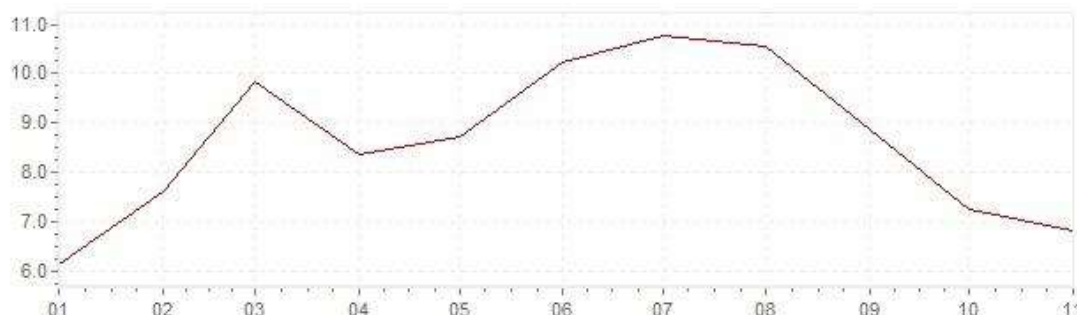
- Cambio climático. El cambio climático y su impacto en el planeta tal y como lo conocemos afectan a la riqueza del patrimonio natural, siendo éste uno de los principales motores para el proyecto y cuya alteración puede afectar de forma muy grave a todo el entorno.

Esto es algo que ya hemos apreciado este 2022, con la alta sequía que nos ha asolado, lo que ha hecho que contemplemos como nuestros ríos han disminuido su cauce y cómo ha afectado a nuestros paisajes.

- Incertidumbre económica. Actualmente nos encontramos en un momento de gran incertidumbre económica, a través de la inflación y de los conflictos bélicos en el entorno próximo, por lo que con un panorama económico que es confuso entendemos que puede perjudicar directamente a nuestro proyecto en dos sentidos:

Un menor poder adquisitivo en los potenciales clientes, que derivará en un menor gasto por persona y día, en unas estancias más breves, o incluso en el descenso de turistas.

Una menor cantidad de inversores, debido a que en una situación de incertidumbre, menos inversores se atreverán a apostar por un proyecto nuevo, de igual modo, aquellos que sí quieran invertir tendrán una menor capacidad para ello, lo que provocará que las inversiones sean menores, y que por tanto el tejido empresarial esté más limitado.



Gráfica 2. Gráfica inflación IPC 2022. <https://www.inflation.eu/es/tasas-de-inflacion/espana/inflacion-historica/ipc-inflacion-espana-2022.aspx>

Esta Gráfica sobre el IPC del 2022, nos muestra como ha sido un período inestable, que nos causa gran incertidumbre en la economía del país.

FORTALEZAS. Las fortalezas son los aspectos positivos internos que dependen de la organización, sobre los que se puede construir en el futuro.

- Riqueza del patrimonio. La comarca de Montes Occidentales cuenta con gran cantidad de Patrimonio, tanto natural como patrimonial como etnográfico.

Patrimonio natural: se encuentra en el entorno del río Velillos, que cuenta con gran diversidad de especies y paisajes. Tal es la importancia de este patrimonio natural que actualmente uno de los principales atractivos turísticos del municipio de Moclín es la llamada Ruta del Gollizno, una ruta de senderismo circular de ocho kilómetros aproximadamente que va desde la localidad de Olivares a la de Moclín. En el transcurso de esta ruta podemos encontrar especies salvajes que se acercan de forma natural a los humanos.

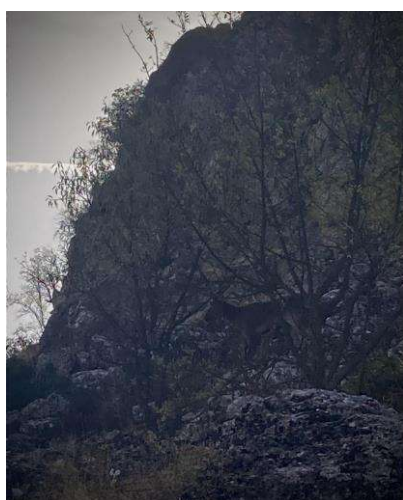


Ilustración 3. Imagen obtenida por mí en el sendero de la ruta del Gollizno.

En estas imágenes podemos observar la fauna que podemos encontrar durante la propia Ruta del Gollizno.

Además, tal es la riqueza paisajística de la comarca que en 2015 Montefrío fue nombrada por National Geographic uno de los diez municipios con mejores vistas del mundo, en 2020 Montefrío ha vuelto a aparecer en otro reportaje de National Geographic como uno de los pueblos medievales más bonitos de España.

Patrimonio arquitectónico. Dentro del patrimonio arquitectónico la comarca cuenta con una gran riqueza arquitectónica, en su mayoría cuenta con construcciones de origen mozárabe. Aunque también encontramos

monumentos de otras épocas ya que se trata de una zona que ha servido de paso para todas las culturas a lo largo de la provincia.

Patrimonio etnográfico. Dentro del patrimonio etnográfico encontramos las tradiciones y costumbres de la comarca. En concreto, en el municipio de Moclán podemos acentuar su tradicional romería del Cristo del Paño, el cuál se ha convertido en uno de los mayores atractivos turísticos del municipio.

- Buena conservación de gran parte del patrimonio arquitectónico. Muchos de los bienes patrimoniales de la comarca están considerados como Bien de Interés Cultural.

La consideración de Bien de Interés Cultural aporta una protección especial, que permite su mejor conservación y obliga a su mantenimiento por parte de las autoridades locales.

Encontramos en cada municipio los siguientes Bienes de Interés Cultural dentro de la Comarca de Montes Occidentales: ³

Algarinejo (2): Castillo de Cesna, Castillo de Torre Pesquera.

Colomera (5): Castillo, Iglesia de la Encarnación, Tajos de Márchales, Torre del Chopo, Torre del Cortijo de las Torres.

Íllora (9): Castillo, Iglesia de la Encarnación, Torre de Clementino, Torre de los Jorbes, Torre de la Encantada, Torre de la Gallina, Torre de la Mesa, Torre del Charcón, Torre del Hachuelo.

Moclín (17): Abrigo de la Cañada de Corcuera, Abrigo de la Pedriza del Peñasal, Abrigo de Velilla, Abrigo del Cortijo de Pitar Alto, Castillo, Cueva de la Araña, Cueva de Limones, Cueva del Cortijo Hiedra Alta, Cueva del Goyino, Cueva del Hornillo de Solana, Cueva del Malalmuerzo, Cuevas Bermejas, Cuevas de las Vereas, Torre de la Porqueriza, Torre de la Solana, Torre de Mingoandrés, Torre del alto de la Torrecilla

Montefrío (13): Castillo e Iglesia de Santa María, Centro Histórico de Montefrío, Iglesia de la Encarnación, Peña de los Gitanos, Torre de la Cruz de Marcos, Torre de las Cabrerizas, Torre de los Anillos, Torre de los Guzmanes, Torre del Cortijuelo, Torre del Espinar, Torre del Hachuelo, Torre del Sol, Torre Quebrada

Zagra (1): Castillo de Zagra.

- Adecuadas vías de acceso por algunos municipios de la Comarca. La comarca en general se encuentra en una ubicación clave de la provincia, comunicada por la N-432, a la que algunas de las localidades del Municipio acceden directamente, como Puerto

³ Información extraída de Agenda Urbana de Montes Occidentales.

Lope, o tienen fácil conexión con ella como Olivares. Otros municipios de la comarca también tienen acceso directo desde esta carretera como Montefrío.

- Existencia del ADS Poniente. Este Grupo de Desarrollo Rural ubicado en el Poniente Granadino supone una fuente de financiación de iniciativa privada.

Desde esta Asociación de Desarrollo Sostenible se han promovido diversos programas de turismo, aunque hoy en día no encontramos actividad especialmente relevante en el sector.

Su propia existencia ya supone una ventaja en el aspecto de la iniciativa privada.

- Impulso del equipo de Gobierno Local. Por lo que he podido constatar existe una fuerte iniciativa por parte del Gobierno Local, la primera prueba la tenemos en la creación de la Agenda Urbana y en su compromiso con las políticas que aparecen en ella.

- Ubicación cercana a núcleos de elevado interés internacional. En concreto Granada y Córdoba.

Moclín se encuentra ubicada a 37,3 Km de Granada y a 135 Km de Córdoba.

Además está situada a 147Km del Aeropuerto Internacional de Málaga, lo cual es una ventaja a la hora de posicionarnos en el ámbito turístico internacional.

OPORTUNIDADES. Son las posibilidades externas positivas de las que en su caso puede sacarse provecho en el contexto de las fortalezas y debilidades existentes en ese momento.

- Apoyo de la Diputación de Granada.

Una muestra de este apoyo es el Programa Puentes del que nace este proyecto, además de las continuas colaboraciones entre las entidades.

- Mayor sensibilidad en relación con el medio ambiente. En la actualidad vemos como la población se preocupa más con el medio ambiente, involucrándose en distintas acciones contra el cambio climático.

En consecuencia, hay un crecimiento exponencial de la demanda de turismo ambiental, y tras la pandemia ha habido un aumento del turismo rural en general.

- Financiación Europea en aumento. En los últimos años la Unión Europea está destinando una mayor cantidad presupuestaria al desarrollo rural, y al impulso de la economía local de los municipios rurales.
- Existencia de Grupos de Investigación trabajando activamente relacionados con el cambio climático.

Como los nacidos de Impronta Granada: Laboratorios de innovación en torno al cambio climático, en el que nuestra Agenda Urbana ya estuvo presente, poniendo en relevancia la necesidad de un Eco-Centro comarcal para el Turismo en los Montes Occidentales.

El Anexo I contiene el documento que presentamos para este laboratorio e innovación.

1.4 ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS.

Para el estudio de casos similares hemos investigado acerca del ecoturismo y del uso de equipamientos públicos para ecoturismo y la educación ambiental.

El ejemplo de esto por excelencia es el Programa de Visitas a Espacios Naturales de la Conserjería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

Dentro de este programa se encuentra situado entre otros el Centro de Visitantes Torcal Alto en Antequera, en que entre otros se realizan visitas escolares interpretadas en las que acompañados de guías van a realizar un itinerario a pie adaptado a los alumnos.

Mediante la Ventana del Visitante de la Agencia de Medioambiente y Agua de la Junta de Andalucía podemos encontrar los distintos espacios naturales y equipamientos que se encuentran en Andalucía y las actividades que podemos realizar en ellas. En su web <https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/ventanadelvisitante> podemos consultar aquellos lugares que visitar si nuestra intención es hacer turismo en el medio natural.

También podemos contemplar los distintos espacios de propiedad pública que han sido licitados para su explotación turística por parte de empresas privadas.

2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

A partir del análisis DAFO realizado anteriormente concluimos que existe un alto potencial turístico con equipamientos específicos poco explotado y con alta estacionalidad, unido a escasa iniciativa privada local en el sector.

Por tanto, basándonos en este análisis hemos desarrollado las siguientes líneas de actuación:

JORNADAS PARA EL FOMENTO DE LA INICIATIVA PRIVADA.

Hemos generado una acción relacionando las debilidades, fortalezas y amenazas observadas, para poner solución a la falta de dinamicidad privada, basándonos en la existencia de un Grupo de Desarrollo Rural y ante la amenaza de despoblación, que es la siguiente:

- **Llevar a cabo acciones de promoción, para incentivar la iniciativa privada en el ámbito turístico. Esto se podrá realizar a través de jornadas de sensibilización, mostrando casos de éxito y difundiendo las ayudas que ofrece el Grupo de Desarrollo Rural ADS Poniente.**

A través de distintas jornadas, el ente público será encargado de difundir las ayudas y los posibles beneficios del emprendimiento en la comarca en el sector turístico. De este modo impulsamos a las empresas privadas existentes a invertir en la zona y situarse dentro de nuestro ámbito geográfico. Del mismo modo, motivamos a posibles inversores a crear nuevas empresas del sector turístico en la zona, lo que conlleva un aumento en el trabajo y en la economía local

Este proyecto podría ser llevado a cabo, convocando a empresarios e inversores con interés en el turismo rural a una reunión en el municipio, en el que se exponga de forma clara las ayudas con las que cuentan por impulsar el turismo en la zona, e incluso haciendo de éstas algo recurrente, como un evento que podría celebrarse con carácter anual y aportaría información a todos aquellos interesados.

En la comarca existe un Grupo de Desarrollo Rural (GDR), que son entidades destinadas a la ayuda del desarrollo rural, estos grupos cuentan con ayudas y fondos europeos, destinados a la promoción de los entornos en los que actúan. En la actualidad el GDR Poniente Granadino coordina diversas actuaciones y acciones gestionando los fondos públicos. Una alianza con este Grupo de Desarrollo reconocido por la Junta de Andalucía podría suponer un impulso al dinamismo local.

Aunque ya de por sí su propia existencia en el territorio supone un enclave para reforzar la iniciativa privada. Entendemos que para un desarrollo económico en el sector turístico es necesaria al menos una promoción activa de las ventajas y oportunidades que puede tener emprender en la zona.

Además, en estas jornadas de sensibilización deberíamos exponer casos de éxito en el turismo rural, dando ejemplo de cómo en otros lugares este tipo de iniciativas dan sus frutos, de este modo conseguiremos estimular a la población local para desarrollar este tipo de negocio. Ya que

si los propios empresarios o futuros empresarios de la zona no consideran posible su éxito no cambiaran su enfoque y, por tanto, no podremos conseguir un aumento en la economía local.

Un buen ejemplo de cómo explotar un área de turismo rural lo tenemos en la misma provincia, Soportújar, que hace pocos años decidió que era buena iniciativa potenciar su patrimonio etnográfico en relación con las brujas y a día de hoy se encuentra con un crecimiento activo en su demanda de turismo, habiendo sido premiado incluso por su iniciativa.

MEJORA EN LA RED DE CARRETERAS.

Partiendo del mal estado de la infraestructura que causa una mala accesibilidad para el municipio, y contando con la colaboración de la Diputación de Granada hemos desarrollado el siguiente plan de acción:

- **Aumento en los presupuestos de MEJORA DE CARRETERAS por parte de los organismos competentes.**

Una de las mayores debilidades con las que nos encontramos al realizar el análisis es el mal estado de las carreteras de acceso, ya sea por su mal trazado o por su estado de conservación.

Por tanto, entendemos que una de las líneas de acción que deben ser llevadas a cabo por parte de los entes supramunicipales encargados de esta tarea, debe ser una mejora en el trazado de acceso a los diversos núcleos poblacionales. Un mal trazado de carretera puede ser considerado un impedimento para los turistas y excursionistas que van a acceder a conocer la comarca.

Este punto de gran importancia depende de otras entidades, por lo que, por nuestra parte únicamente podemos recalcar y hacer evidente esta necesidad. Poniendo en relevo esta carencia y haciendo todo lo posible por demandar su arreglo.

Es importante dar suficiente promoción al entorno para atraer mayor cantidad de visitantes, pero también es muy importante llevar a cabo una remodelación en las vías de acceso para que tales viajeros no vean trabas a su propósito.

PLAN DE COMUNICACIÓN.

Partiendo del aumento de la demanda de turismo ambiental en particular y del turismo rural en general, unido a la cantidad de recursos patrimoniales con los que contamos, además de la colaboración de la entidad local, hemos desarrollado la siguiente línea de acción:

- **Plan de comunicación de la oferta turística local, haciendo especial hincapié en el turismo internacional.**

Los visitantes internacionales tienen una mayor estancia media y un mayor gasto €/turista/día.

Respecto a esta línea de acción, es necesario conocer el estado actual de los planes de comunicación de la oferta turística, y su repercusión a nivel nacional e internacional.

Debemos tener en cuenta que actualmente ha cobrado cada vez más importancia el mundo online, por lo que una buena vía para darnos a conocer es una página web llamativa y de fácil manejo, incluso para aquellas personas que no sean muy hábiles en el campo de la informática.

Dentro de este plan de comunicación es muy importante reforzar la comunicación internacional. Debido a que estos visitantes son los más económicamente rentables y que pueden dar una mayor ganancia. Las encuestas realizadas por el INE sitúan al turista internacional con un mayor gasto diario por persona que el turista nacional, así como tienen una estancia más prorrogada en los lugares de destino.

Siendo el gasto medio por persona y día del turista nacional en el tercer trimestre de 2022 de 57,28€, y teniendo una duración media de 6,47 días y el gasto medio por persona y día del turista internacional 165€, y teniendo una duración de 7,51 días.

También es importante reseñar que Andalucía es la cuarta Comunidad Autónoma más visitada por turistas internacionales, lo que hace que sea de especial relevancia enfocar nuestro objetivo en estos.

Esta combinación hace que sea interesante hacer hincapié en la difusión del turismo local en una red más internacional, dado que sus usuarios serán los que nos aporten mayor rendimiento a la oferta turística.

PUESTA EN VALOR DEL ECO-CENTRO.

Partiendo del aumento de la demanda de turismo ambiental, del patrimonio natural y arquitectónico con el que contamos, además de la infraestructura que supone el Eco-Centro de Olivares, contando con el impulso del gobierno municipal y de la colaboración con la Diputación de Granada, hemos elaborado la siguiente línea de acción:

- Plan de acción para la puesta en valor del Eco-centro.

Con este plan de acción pretendemos dar utilidad y poner en valor el Eco-Centro, un antiguo Convento restaurado en la localidad de Olivares.

Dentro de este Eco-centro hemos elaborado varias propuestas dependiendo del segmento de clientes al que nos enfoquemos, da lugar a un espacio que ponga en relieve acciones contra el cambio climático y que queda situado dentro de un entorno particular.

Además podemos utilizarlo como aula de educación ambiental tanto para excursionistas como para centros educativos que pretendan visitarlo.

Otra de unas propuestas para este entorno es la celebración de congresos científicos acerca del cambio climático.

Este plan puede traer multitud de visitantes dependiendo del carácter que queramos darle, creando una estancia media prolongada y repercutiendo en un aumento de la riqueza local, por ello hemos considerado que esta es la propuesta más adecuada para centrarnos en el proyecto.

De todas las líneas de actuación expuestas, de forma consensuada con el equipo municipal, nos centraremos en el desarrollo del “Plan de acción de puesta en valor del Eco-Centro”.

3 PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1 DENOMINACIÓN.

Plan de acción para la puesta en valor del Eco – Centro

3.2 OBJETIVOS.

Desarrollo de actividades turísticas sostenibles en el ámbito del turismo ambiental, deportivo, aventura y científico que cuentan con el Eco-Centro como eje vertebrador.

3.3 PLANTEAMIENTO GENERAL.

Este plan de acción pretende dar utilidad y puesta en valor del Eco-Centro, un antiguo Convento restaurado en la localidad de Olivares, en el que se pretende iniciar una labor de divulgación medioambiental, dirigido a la actividad turística.

Esto se hará mediante la creación de un centro de difusión de conocimiento en relación con el cambio climático y conservación ambiental. Para ello será necesaria principalmente la dotación de equipamientos y servicios para la generación de esta oferta turística.

Además, para la puesta en valor del Eco-Centro nos valdremos del resto de recursos que nos aporta la comarca, como puede ser el Patrimonio natural y arquitectónico o los recursos etnográficos con los que contamos previamente.

Como tal, vemos que el Eco-Centro se encuentra situado en el entorno del Río Velillos, cuya riqueza natural es más que apreciable. Concretamente, se encuentra ubicado en el recorrido de una Ruta de senderismo circular (Ruta del Gollizno) que actualmente cuenta con un número de visitantes significativo que aumenta día a día.

Asimismo, Olivares se encuentra ubicado en el término municipal de Pueblos de Moclín, dentro de la comarca de Montes Occidentales, un ámbito caracterizado por su amplia riqueza patrimonial, y por su ubicación privilegiada entre ciudades que cuentan con marcado interés internacional.

SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO.

Para poder explicar el proyecto con mayor detenimiento es necesario concretar los perfiles de clientes objetivos, aunque antes de esto vamos a definir qué es el público objetivo:

El público objetivo es una determinación y delimitación de las personas a las que vamos a dirigirnos con la propuesta turística.

Esta determinación la haremos según los siguientes perfiles:

- Visitantes de turismo de naturaleza.

Este tipo de visitantes buscan el contacto con la naturaleza, observar el entorno, el paisaje y conocer los lugares que van a visitar.

Quieren conocer la naturaleza y en especial el entorno que van a visitar, por eso consideramos que puede serles de interés un lugar como el Eco-centro donde obtengan información del entorno natural que visitan.

Además, para para ellos nos encontramos en un entorno con especial patrimonio natural.



Ilustración 4. Imágenes tomadas por mí del entorno de la ruta del Gollizno.

Consideramos que este entorno, puede resultar de especial atractivo a aquellos amantes de la naturaleza y el medio ambiente que tengan intención de realizar un viaje.

- Visitantes de turismo de deporte y aventura.

Este tipo de visitantes buscan entornos en los que puedan realizar actividades deportivas que les supongan un cierto reto, realizando actividades más intensas.

A estos visitantes podemos ofrecerle la Vía ferrata que encontramos en Moclín, además contamos con la particularidad de tener una vía ferrata adaptada para niños.



Ilustración 5. (izquierda) Imagen de la vía ferrata Fuente Vieja, adaptada para niños, obtenida de https://www.lagranaventurademoclin.com/images/Fuente%20Vieja/unitegallery_thumbs/Ferrata%20F.%20Vieja%201_300x100000.jpg

Ilustración 6. (derecha) Imagen de la vía ferrata de la Solana, obtenida de <https://www.lagranaventurademoclin.com/ferrata-de-la-solana.html>

Además contamos con una empresa privada dedicada a su explotación, “la gran aventura de Moclín”, que se encarga de organizar la explotación de ambas.



Ilustración 7. Logotipo de empresa “La Gran Aventura de Moclín”.

Como visitantes de deporte también encontramos aquellos que buscan lugares para hacer senderismo, una actividad que pueden encontrar en la Ruta del Gollizno, y que tal y como hemos mencionado con anterioridad está encontrando cada vez más visitantes que se acercan al lugar con intención de llevarla a cabo.

En conjunto con estos visitantes de aventura y deporte en la naturaleza sumaremos programas de educación ambiental. Estos programas de educación ambiental irán destinados a familias, y a niños y jóvenes. Éstos últimos irán a través de sus colegios y

centros educativos, que servirán como canal para la concienciación y la educación de los más jóvenes sobre el clima y el medioambiente.

- Planes de incentivos de empresas.

Las grandes empresas gestionan actividades y visitas turísticas para sus empleados, fomentando así compatibilizar las actividades profesionales con las actividades de ocio.

De este modo la empresa pretende combinar profesionalidad con recompensa material, por lo que mediante los programas de incentivos pueden premiar los resultados obtenidos en la empresa. E

Para estas empresas puede tener gran importancia a la hora de elegir destino que contemos con todo tipo de actividades, lo que hace que con una buena planificación puedan elegir este entorno para su visita.

- Visitantes de turismo científico.

Investigadores y científicos de ámbitos relacionados con el cambio climático pueden encontrar en nuestro Eco-centro, un lugar en el que celebrar sus encuentros.

Esto podemos materializarlo desde consiguiendo un equipamiento técnico sofisticado, provocando así que científicos nacionales e internacionales quieran aproximarse para realizar sus estudios, o creando unas jornadas o congresos científicos cuyos equipamientos son más básicos y económicos, y atraen a ciertos grupos en un periodo determinado de tiempo.

- Visitantes de turismo gastronómico.

Este tipo de visitantes buscan conocer la gastronomía local, y disfrutar de los platos típicos de cada zona concreta en la que quieran encontrarse.

Para atraer este tipo de visitantes será necesario además poner en valor la gastronomía local.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Habiendo definido los perfiles de clientes objetivos, ahora será necesario esclarecer los canales de comercialización que vamos a utilizar para cumplir nuestro objetivo. Aunque igual que hemos hecho con los clientes objetivos, vamos a definirlos previamente.

Los canales de comercialización son vías o medios por las que vamos a llevar a la persona en concreto el producto turístico que hayamos diseñado.

Los canales de comercialización que consideramos más relevantes para llevar a cabo este producto turístico concreto son:

- Plataformas electrónicas especializadas en turismo rural.

Se trata de empresas digitales especializadas que se dedican a la promoción del entorno rural. Aquí encontramos empresas como Ecotur, Escapadarural, Nekatur o Toprural, que han conseguido mediante su especialización gran éxito en el sector.

- Agencias de viajes emisoras de turismo rural.

Las agencias de viajes se clasifican según el tipo de intermediación que llevan a cabo en el sistema de distribución de viajes, y según las características de las actividades que desarrollan.

Las agencias de viajes emisoras son aquellas que orientan su actividad en el envío de viajeros hacia el exterior del lugar en el que se encuentran instaladas.

Además, en este caso hablamos de las agencias de viajes emisoras que han centrado su actividad al ámbito del turismo rural, y que, por tanto, han optado por una especialización en este segmento.

Buscaremos utilizar agencias tanto nacionales como internacionales, ya que nos interesa tener un enfoque global.

Encontramos entre ellas Viasur ubicada en Granada y Creative Rural con un enfoque más internacional.

- Presencia en ferias del sector.

Las ferias turísticas son eventos públicos en los que se expone y difunde la oferta de distintos productos turísticos. Estos eventos potencian la comunicación entre empresas e instituciones de carácter turístico, permiten observar el mercado turístico y conocer nuevos productos y tendencias.

Actualmente las ferias turísticas más relevantes son:

- FITUR en Madrid, es una de las más conocidas y relevantes de nuestro país y de los países de habla hispana.
- ITB en Berlín, es la feria turística más conocida a nivel internacional.
- ATM en Dubái, es la feria más útil si existe interés en actuar en el mercado árabe.
- WTM en Londres, es un punto de encuentro para profesionales del turismo, de la comunicación y entidades políticas.

- IBTM en Barcelona, es otra feria de gran importancia celebrada en España.

Debemos aprovechar que dos de las ferias turísticas más relevantes sean en nuestro país y hacer que el turismo rural nacional e internacional ponga su enfoque en nuestro entorno, lo que provocará una mayor concurrencia de viajeros.

- Empresas comercializadoras de programas de incentivos para empresas.

Como ya hemos mencionado al tratar a los perfiles de cliente objetivo, existen empresas que gestionan este tipo de actividades para sus empleados.

Las empresas que quieran llevar a cabo estos programas de incentivos requerirán de otras a las que encargar estos programas.

Como ejemplo de estas empresas que realizan programas de incentivos a empresas encontramos Haizea, Galanta y Solene, todas ellas dedicadas únicamente a crear estos incentivos.

CREACIÓN DE DISTINTAS PROPUESTAS

Teniendo presentes los elementos que hemos analizado previamente, vamos a diferenciar las propuestas en tres grandes bloques:

1) PROPUESTA TURÍSTICA COMPLETA.

Esta opción se compone de una estancia de un mínimo de 3 días en la comarca. Para lo cual será necesario alojamiento, experiencia gastronómica y transporte, además de la visita planeada al Eco- centro como uno de los elementos de actividad turística clave.

En este caso los canales utilizados para esta propuesta serán los turoperadores, ya sean internacionales o nacionales, de carácter emisor y receptor, mayormente pondremos especial interés en aquellos que sean especialistas en turismo ambiental.

Esta propuesta irá dirigida a los turistas medioambientales, tanto nacionales como internacionales.

Como ya hemos comentado con anterioridad, los turistas internacionales tienen mayor gasto por persona y día y unas estancias más largas, por lo tanto, este tipo de propuesta será la más adecuada para este segmento de clientes.

En una proposición de este tipo combinamos todos los recursos con los que contamos en la comarca para crear una experiencia de lo más completa, atrayendo con ella a turistas que estén dispuestos a acercarse a conocer nuestra comarca y en experimentar en ella unas vacaciones centradas en el conocimiento y en la concienciación del medio rural y del clima.

En esta propuesta deberemos distinguir las actividades que van a ser realizadas en cada día.

Se proponen dos opciones alternativas:

- Con alojamiento en Moclín.
- Con Alojamiento en Montefrío.

DIA 1. LLEGADA, RUTA DE SENDERISMO, VISITA AL ECOCENTRO Y CASTILLO DE MOCLIN.

(9:00 – 11:00) Llegada al municipio en el que se alojarán (Moclín o Montefrío). Oferta de desayuno Molinero con productos de la tierra y desplazamiento para el inicio de la famosa Ruta del Gollizno desde Moclín, en sentido a la localidad de Olivares, dentro del mismo municipio. Será preciso advertir a los visitantes sobre la necesidad de uso de ropa cómoda para hacer senderismo.

Esta ruta a pie circular llega hasta la localidad de Olivares, donde se ubica nuestro Eco-Centro, el cuál será de obligada visita durante la experiencia. En él podremos conocer más sobre el ecosistema que nos rodea y el entorno en el que nos encontramos.

Tras la visita al Eco-Centro, podremos retomar fuerzas con un almuerzo en cualquiera de los tres establecimientos de hostelería ubicados en el municipio en los que encontraremos gastronomía popular. En la inclusión de restaurantes en el paquete se priorizarán aquellos que incluyan productos locales y de producción ecológica.

Tras esta parada para el almuerzo podemos encontrar dos opciones, continuar la ruta circular a pie, hasta regresar a Moclín o contratar un servicio de transporte que haga posible volver a Moclín.

Una vez en esta localidad pasaremos a visitar el castillo de Moclín declarado Bien de Interés Cultural y la Iglesia de la Encarnación, donde se encuentra ubicado el Cristo del Paño imagen de culto en el municipio, que lleva consigo un gran fervor popular.

Finalmente, tras esta visita, regreso al hotel (Moclín o Montefrío) y cena en alguno de los negocios de hostería del municipio priorizando aquellos que ofrezcan productos locales y de producción ecológica.



DÍA 2. VIA FERRATA Y VISITA A MONTEFRÍO.

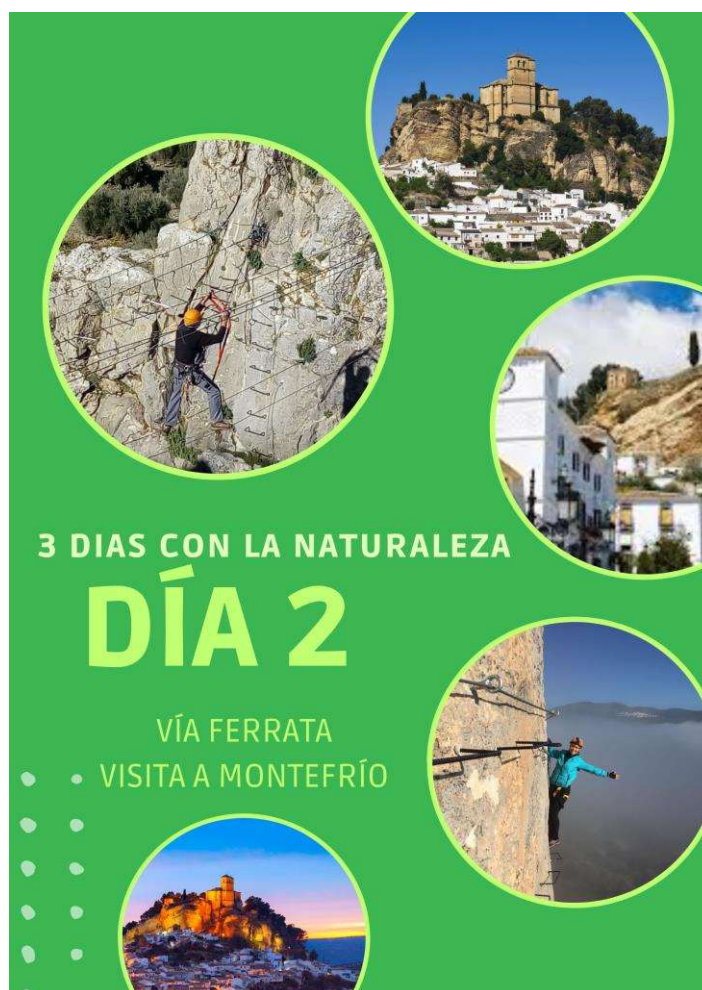
Durante el segundo día, tras el desayuno, para aquellos que les guste el turismo aventura, realizaremos la vía ferrata, evento que organizaremos en coordinación con la empresa “la gran aventura de Moclín”. Esta actividad podremos realizarla en la Vía de la Solana únicamente para adultos o en la Vía de Fuente Vieja, vía ferrata adaptada para niños.

Posterior a esta actividad, organizaremos un tour por Montefrío, municipio que cuenta con uno de los mejores paisajes del mundo según la revista National Geographic. Para realizar esta visita será necesario hacer uso de algún transporte concertado.

Al llegar a Montefrío organizaremos nuestro almuerzo, como siempre, priorizando en la selección del restaurante aquellos con oferta de producto local y producción ecológica y posteriormente visitaremos los lugares más emblemáticos del municipio.

Permaneciendo en el municipio hasta ver la puesta de sol con este paisaje tan reconocido.

Tras la visita regresaremos a nuestro alojamiento para proceder a cenar (cena libre) y a descansar.



DÍA 3: VISITA POR PUEBLOS DE MOCLÍN, PARQUE ARQUEOLÓGICO DE TÓZAR Y SALIDA.

En este tercer y último día, visitaremos los distintos pueblos que componen el municipio de Pueblos de Moclín. Iremos a visitar y conocer las localidades de Tiena, Limones y Tózar, ya que actualmente son las que podemos considerar con mayor potencial turístico.

Empezaremos visitando Tiena, municipio que cuenta con grandes lavaderos y fuentes, cuyo casco histórico tiene gran atractivo para dar un paseo por sus calles.

Continuaremos con Limones, un pequeño municipio cuyo principal recurso (el agua) es del mismo modo gran recurso patrimonial. Cuenta con antiguas fuentes de piedra y con lavaderos en perfecto estado de conservación, su paisaje tiene gran atractivo.

Por último, visitaremos Tózar, en primer lugar almorzaremos en este municipio y posteriormente acudiremos a visitar su parque arqueológico, recinto en el que encontramos en perfecto estado de conservación trincheras de la guerra civil, una necrópolis medieval, tres silos romanos y un dolmen. Esta riqueza de culturas permite observar en un solo espacio la evolución humana.

Tras esta visita daremos por terminado nuestro viaje.



Para diseñar el paquete turístico será preciso:

- Identificar la oferta de hoteles y restaurantes más adecuados haciendo prevalecer criterios de sostenibilidad en la elección que deberán ser dados a conocer a los clientes. Concertar precios de coste tanto para visitas individuales como para grupos.
- Revisar la logística para los desplazamientos internos, identificando proveedores de servicios adecuados.
- Describir con mayor detalle los contenidos de la visita de tal forma que sean reclamo de atracción para el visitante, dotando al dossier del paquete de los elementos gráficos necesarios.

- Realizar un análisis de costes para la estimación de un precio de venta objetivo de tal forma que pueda ofrecerse el paquete a touroperadores y agencias emisoras.
- El paquete deberá ser coherente y estar integrado con la estrategia de comunicación del destino (Montes Occidentales) de tal forma que se refuerce la comunicación.

2) PROPUESTA TURÍSTICA DE UN DÍA.

Esta propuesta tiene dos alternativas según para quien vaya dirigida:

PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL.

Esta propuesta está dirigida para usuarios de programas de educación ambiental, y más concretamente, a estudiantes de institutos o colegios para los que se podrá organizar una visita de un día.

Este programa comienza con una recepción en el Eco-centro, en el que monitores y/o animadores, harán una pequeña visita por este, enseñando los paneles y explicando su contenido, adaptando a las diferentes edades la formación sobre medio ambiente y clima según quienes sean sus visitantes.

Por tanto, para llevar a cabo esta alternativa serán necesarios paneles, animadores y/o monitores y actividades adaptadas a diversas edades, y esto solo dentro del edificio del Eco-Centro.

Tras esta visita podemos concertar una ruta de senderismo por la ruta del gollizno o incluso podremos concertar la vía ferrata para niños existente en el lugar.

Además, podemos incluir el desayuno y comida en el municipio para hacer aún más completa la experiencia. Otra posibilidad es la de incluir el transporte dentro de nuestro plan y hacerlo así más completo.

De modo que el plan de excursión quedará de la siguiente forma:

- Llegada y recepción en el Eco-Centro
- Taller de educación ambiental animado dentro del Eco-Centro.

A continuación habrá que escoger entre:

- Excursión a Pie a través de la ruta del Gollizno guiada y orientada con relación a la concienciación del medio ambiente y del cambio climático.
- Excursión de Aventura por la Vía Ferrata infantil.

Hemos realizado un cartel, como ejemplo de la oferta que podría hacerse a los centros educativos:



En la esta propuesta se utilizarán los canales públicos de divulgación, tales como la Junta de Andalucía, en la que se promuevan las excursiones escolares y el conocimiento del entorno con un enfoque ambiental.

EXCURSIONISTAS

En esta propuesta nos dirigimos a excursionistas de un día, personas que vivan en un entorno cercano y que tengan interés en el turismo ambiental, deportivo y de aventura.

Para estos excursionistas planeamos organizar la visita a nuestro Eco-Centro, el cual estará también dotado de paneles comprensibles para que puedan tener la información necesaria antes de comenzar la ruta a pie.

Posteriormente se iniciará la ruta del Gollizno, en la que estarán situados carteles informativos sobre el medioambiente y el cambio climático y cómo este afecta al

entorno. Esta dotación de carteles será necesario llevarla a cabo, para hacer más completa esta oferta.

Tras realizar la ruta podemos incluir el almuerzo en un restaurante de la localidad, añadiendo una experiencia gastronómica al plan, que permite probar y degustar los platos tradicionales. Otra opción, al tratarse de una ruta circular sería ubicar el almuerzo durante el transcurso de esta ruta. Todo dependerá de las preferencias de los viajeros.

Para los más atrevidos podríamos añadir una excursión por la vía ferrata, ya sea la vía de fuente vieja, adaptada también para niños o la vía de la solana, exclusivamente para adultos. Esta opción dependerá de empresas encargadas de gestionar el turismo aventura del lugar.

De este modo podemos unir turismo activo y medioambiental. Construyendo una opción muy completa para aquellos visitantes de un único día.

Estos excursionistas pueden venir fácilmente del resto de municipios de la Comarca, para los cuales podrían acordarse unos precios especiales, como incentivo a la visita, aunque sabemos que la cercanía implicará una estancia menor e incluso que no se incluya la experiencia gastronómica; o del resto de municipios de la provincia de Granada, así como de las provincias cercanas de Málaga, Jaén o Córdoba.

Esta propuesta se difundirá mediante las agencias o asociaciones para excursionistas, estos serán los principales canales a tener en cuenta.

Esta experiencia es la que venderemos de modo más “directo” a los consumidores. Como ejemplo hemos propuesto el siguiente cartel:

Pregunta precio.
Pon fecha tu visita



Explora la naturaleza.

EXCURSIÓN A ECO-CENTRO Y
RUTA DEL GOLLIZNO.



CONOCE EL ENTORNO

- VISITA EL ECO-CENTRO PARA CONOCER EL ENTORNO Y EL CLIMA
- CAMINA POR NUESTRA RUTA DEL GOLLIZNO PARA DISFRUTAR DE ESTE PARAJE.

Formación ambiental desde un entorno rural.



EXCURSIÓN Y AVENTURA,

- Completa tu visita con la nuestras vías ferratas.



CONECTA
CON LA
NATURALEZA

3) PROPUESTA CIENTÍFICA.

La última propuesta para esta puesta en valor que vamos a formular será la que va dirigida a investigadores y científicos, de modo que utilizaremos el entorno en el que nos ubicamos y en especial, el Eco-Centro como lugar en el que llevar a cabo congresos e investigaciones científicas.

Este punto puede ser el que tenga mayor dificultades para ser llevado a cabo, debido a que requiere la colaboración de universidades y de la sociedad científica. Sin embargo, ya nos encontramos en un marco, como es IMPRONTA GRANADA mediante el cual Universidad de Granada y Diputación de Granada han establecido un modelo de colaboración.

Este es un punto que puede ser explotado con posterioridad para el desarrollo de esta propuesta. Con fecha 10 de febrero ya se ha realizado en este Eco-Centro una Jornada participativa de este ámbito de colaboración.

Este lugar podría ser elegido por la comunidad científica para la realización de un congreso de varios días sobre el cambio climático, lo cual no nos conllevará un gasto elevado para poder llevarlo a cabo.

Para la celebración de congresos, únicamente se requiere el espacio, con el cuál contamos, y la dotación de mobiliario básico. Además de algún sistema de proyección y de medios técnicos. Aun Lalaasí, es una apuesta bastante asequible de realizar y que puede tener muchos beneficios.

En esta propuesta debemos alojar a los científicos que vayan a organizar y participar en el congreso, así como aquellos que vayan a asistir a él.

Además, para las personas que acudan al evento debemos incluir todas las comidas que se llevarán a cabo, esto podemos concertarlo con algún negocio de hostelería local, de forma que los beneficios repercutan íntegramente en el municipio.

EQUIPAMIENTO DEL ECO-CENTRO.

Finalmente, para poder llevar a cabo cualquier propuesta en el Eco-Centro será necesario equiparlo mínimamente, y tener a una persona encargada de éste, para atender a los visitantes, organizar las actividades, etc.

La dotación del Eco-Centro deberá tener el enfoque que se decida para su explotación.

El contrato de la persona que va a encargarse del Eco-Centro puede hacerse de dos formas:

- A través de la contratación de personal propio, la ventaja de esta opción es que podemos tener un mayor control sobre las actividades que van a ser realizadas, el principal inconveniente es que es una opción más cara y con la que se corren mayores riesgos, ya que la persona contratada puede no realizar correctamente sus funciones.

Esta vía requerirá añadir un nuevo trabajador municipal, con el coste que ello supone además de la necesidad de seguir los procesos de elección y de contratación establecidos para el sector público.

- A través de una licitación de la actividad, esto sería mediante concurso, para que una empresa privada con experiencia en la materia se dedique a la explotación del centro. Esto permite al ayuntamiento la obtención de ingresos sin realizar ningún tipo de trabajo sobre el centro, la empresa sería la encargada de equipar y mantener el inmueble, lo que supone un mayor ahorro. Además, genera una actividad en la que la empresa se encuentra especializada. Para la licitación sería posible incluir una cláusula de control, mediante la cual, si la empresa no cumple con las expectativas puestas en ella, se rescinde su contrato.

Esta licitación deberá seguir la normativa establecida por la Ley 9/20017 de Contratos del Sector Público.

Además, esta vía requerirá un control de que se cumpla lo pactado, de modo que, en caso de incumplimiento se accionen los mecanismos necesarios para rescindir el contrato.

3.4 ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO.

En primer lugar, nos encontramos al Ayuntamiento de Moclín, como entidad impulsora, gestora y financiadora del proyecto. Esta entidad va a ser la que requerirá de un mayor compromiso para poner en marcha el proyecto.

Además del ayuntamiento, será encargada de la financiación del proyecto Diputación de Granada, quien realizará aportaciones para la realización de éste.

Para poner en marcha el proyecto, también será necesario contar con financiación derivada de otras entidades como pueden ser las ayudas que ofrece la Fundación Biodiversidad o las subvenciones para la gestión de proyectos relacionados con el medioambiente que aportan los distintos Ministerios.

Como ya hemos comentado el Ayuntamiento va a ser entidad gestora, pero no será la única, también podemos acudir a empresas comercializadoras o a licitaciones en las que se va a desarrollar la oferta de actividades, las agencias de viajes receptoras que van a encargarse de gestionar la recepción de visitantes y a las agencias de viajes emisoras de viajeros.

Además, para llevar a cabo el proyecto será necesario acudir a otro tipo de grupos de interés, en este caso será necesario centrarnos en Universidades, y más concretamente en los grupos de investigación como el grupo innova granada, para poner en marcha los congresos de medio ambiente que hemos nombrado.

En este sentido, también tomará relevancia los Centros Educativos que pueden contribuir al proyecto atrayendo a sus escolares al Eco-Centro como aula medioambiental.

Los proyectos de educación ambiental también suelen encontrar su apoyo en la Agencia de Medioambiente y Aguas de la Junta de Andalucía, la cual pone en valor los recursos para el uso público y el ecoturismo en Espacios Naturales y Montes Públicos de Andalucía. Consideramos que nuestro proyecto tiene cabida en este enunciado.

Encontramos como grupo de interés a otros colectivos, como pueden ser las asociaciones de discapacitados que pueden sernos de gran utilidad para crear un turismo en la naturaleza más inclusivo. De este modo podrán ayudarnos a crear carteles informativos en sistemas braille o audioguías para conocer el entorno.

3.5 RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

El principal recurso necesario para llevar a cabo el proyecto que se ha planteado será la puesta a disposición del Eco-Centro como tal. Esto es, contar con la infraestructura del edificio en el que desarrollar las distintas actividades que se han planteado.

En principio debemos poner en relevancia el estado en el que se encuentra el edificio, se trata de un Convento totalmente restaurado, que cuenta con dos plantas, en las que pueden realizarse distintas actividades. Además, este edificio se encuentra en un paraje muy llamativo, debido a su paisaje y entorno.





Ilustración 8. Ilustraciones tomadas por mí en el Eco-Centro.

En estas imágenes podemos apreciar el estado del Eco-Centro, con total disponibilidad para poner en funcionamiento cualquiera de los proyectos que se han planteado.

Sin embargo, con el solo edificio no es suficiente ya que será necesario dotarlo de equipamiento para su puesta en funcionamiento, para lo cual debemos darle el enfoque que consideremos oportuno.

En el caso de las primeras propuestas deberemos equiparlo de carteles informativos y de las herramientas necesarias para los talleres de educación ambiental que queramos llevar a cabo, además de un punto de información al que pueda acudir el turista, ya sea de forma online o presencial.

También para estos casos se requerirá de una dotación de paneles interpretativos con relación al medioambiente y al clima en el entorno de la ruta del Gollizno, de forma que el turista aprenda al mismo tiempo que lleva a cabo la actividad deportiva.

Para el proyecto que cuenta con una estancia más prolongada en el municipio será conveniente presentar una oferta complementaria de alojamiento, al igual que una oferta complementaria gastronómica.

También podemos poner en relevo la necesidad para esta de una dotación de transporte para realizar los traslados a través de los municipios y de estos con la ciudad de Granada.

Para la última propuesta será necesario dotar al Eco-Centro del mobiliario y medios técnicos necesarios para llevar a cabo los Congresos de científicos e investigadores.

Esta propuesta también necesitará de una alternativa de alojamiento y gastronomía para aquellos que acudan a los congresos o jornadas que se realicen.

Poniendo en común estos productos será posible conseguir una puesta en marcha del Eco-Centro en un entorno turístico en conjunto.

3.6 FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

1. CONCRECIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS.

Para el Plan de Puesta en Valor del Eco-Centro será necesario, en primer lugar, concretar los públicos objetivos a los que vamos a dirigir la oferta, y como tal, decidir la tipología de oferta turística que vamos a poner en marcha. Esto es, elegir a qué público nos vamos a dirigir, si a turistas ambientales, de deporte y aventura, científicos e investigadores, visitantes de centros educativos, de planes de incentivos empresariales, o incluso, visitantes gastronómicos.

2. ORDEN DE PRIORIDADES

También será necesario ordenar las prioridades que tenga la entidad municipal a la hora de poner en marcha las distintas ofertas turísticas planteadas entre las que se encuentran:

- Turismo ambiental/deportivo/de aventura.
- Educación ambiental.
- Turismo científico y congresos vinculados a él.
- Turismo gastronómico/patrimonial.

Esto es, la entidad deberá elegir a quién va a dirigir la propuesta en primer lugar, para ver cuál es el primer plan que vamos a poner en marcha.

3. DOTACIÓN.

En relación a esta concreción, esto es, una vez que se haya tomado la decisión del plan que va a ser llevado a cabo, deberemos pasar a la previsión de dotación del Eco-Centro, en función de la oferta que se haya considerado prioritaria.

Una vez que se hayan desarrollado estos puntos anteriores, pasaremos al diseño de estrategias de explotación, para lo cual deberemos tomar la siguiente decisión:

- Si va a ser una explotación totalmente pública, en la que la entidad local se encargue de la dotación de equipamiento y de personal para llevar a cabo la actividad elegida.
- Si va a ser una explotación totalmente privada, en la que la entidad local licite la explotación del Eco-Centro y la empresa se dedique a cambio de un compromiso a dotarlo de equipamiento completamente, y de personal que trabaje en la actividad. Esta licitación podrá determinarse en tiempo y forma por parte del ente licitador.
- También existe un modo de licitación mixta en la que podría la entidad local realizar la inversión para la dotación de equipamiento y con ésta licitar su explotación para que sea una empresa privada la que se encargue de aportar el personal necesario y de llevar a cabo la actividad que se haya previsto.

Por tanto, en este paso, la decisión importante será si el equipo local está dispuesto a licitar la explotación del servicio o no.

4. BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN (explotación municipal).

Una vez se haya tomado esta decisión, si se ha optado por la explotación por parte de la entidad municipal será necesaria la búsqueda de financiación para la dotación, para lo cual habrá que llevar a cabo:

- La identificación de convocatorias para la financiación y previsión presupuestaria municipal. Para este punto será necesario hacer una investigación de los tipos de financiación que existe, como puede ser a través de subvenciones y ayudas como las que ofrece la Fundación Biodiversidad, o las que ofrecen los diversos Ministerios.
- La realización de las inversiones necesarias, tanto en personal como en dotación.
- Por último, deberán ofertar el recurso a las empresas de servicios turísticos y otros grupos de interés. Esto es, deberán dirigirse a los principales canales comerciales que hemos expuesto y a los otros grupos tales como Universidades.

5. INVERSIÓN PARA LICITAR (este paso será alternativo al expuesto anteriormente).

En caso de que se haya optado por la licitación con compromiso de realizar las inversiones que la entidad estime pertinentes será necesario:

- El diseño del plan de explotación y su posterior análisis de viabilidad, para poder ser sacado a licitación. Para ello será necesario realizar el pliego licitador, el cuál es requisito administrativo indispensable para presentar este trámite.
- Esto dará lugar a la concesión privada.
- Por último, la entidad deberá realizar un seguimiento de la actividad, para comprobar que la empresa a la que ha sido cedida la explotación está cumpliendo con lo pactado, y en caso contrario hacer valer sus derechos para que se cumpla con ello.

Este último paso será el mecanismo de control que podrá ejercer la entidad municipal para comprobar que se lleva a cabo su propuesta, para la cual ha hecho esta licitación.

En caso de escoger una financiación intermedia, habrá que buscar la financiación para cubrir la parte que corresponde a la entidad local, y además deberemos seguir los pasos de que se han descrito en la licitación.

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

Para poder desarrollar esta hoja de ruta será necesario elegir alguna de las alternativas elegidas que hemos propuesto por parte de la entidad municipal para la puesta en valor de este Eco-Centro. Así como la elección de los medios que van a ser utilizados para su dotación, y sobre cómo va a llevarse a cabo la explotación.

Los pasos a seguir variarán según escojamos entre una gestión pública, privada o mixta, de modo que para poder establecer este transcurso y desarrollo del proyecto en el tiempo será necesario de forma previa tomar todas estas decisiones y concretar la labor que va a ser llevada a cabo.

Si pretendemos una gestión privada o mixta será necesario sacar a licitación pública la explotación del Eco-Centro, estas licitaciones públicas y abiertas consisten en adjudicar a una empresa o entidad la gestión integral de una instalación o conjunto de instalaciones.

Las licitaciones pueden ser:

- Concesión de servicio.
- Prestación de servicio.

Ambas vienen recogidas en la Ley de Contratos del Sector Público, y su principal diferencia es la parte que asume el riesgo, esto es, quién realiza la dotación, si ésta le realiza la empresa se trata de una concesión de servicio y en caso contrario será una prestación de servicio.

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

En un principio consideramos factible llevar a cabo el proyecto, debido a que en la actualidad se cuenta con el elemento más costoso y de mayor envergadura para su puesta en marcha, es decir, ya contamos con la infraestructura del Eco-Centro, que va a ser el elemento principal sobre el que va a desarrollarse este proyecto.

En este caso también va a ser necesario contar con distintos recursos turísticos. Tras el análisis realizado en las fases previas podemos afirmar que el entorno cuenta con gran variedad de recursos tanto patrimoniales como naturales y etnológicos que podemos poner en relieve para llevar a cabo este proyecto, lo que junto al edificio mencionado previamente nos permite considerar la factibilidad del Eco-Centro y su puesta en valor.

En la fase en la que nos encontramos no es posible realizar un estudio de viabilidad, ya que para éste es necesario haber tomado previamente ciertas decisiones, como son: los fondos con los que se va a dotar el Eco-Centro, quién va a gestionarlo y a quién va a estar orientado.

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

El proyecto que hemos desarrollado en este programa PUENTES cuenta con una intención de avance y progreso en todos los ámbitos del entorno rural.

Durante la fase de estudio y análisis de datos y en el transcurso del desarrollo de proyecto hemos conocido las diversas asociaciones de mujeres con las que cuenta el municipio de Moclán. Y cómo éstas son promotoras de distintas actividades en el entorno.

Además conocer estas asociaciones nos ha permitido tener conocimiento de la realidad femenina en Moclán.

El desarrollo de este proyecto requiere tener presente la perspectiva de género y favorecer la equidad en todos los ámbitos, para ello proponemos las siguientes acciones:

1. Promover la contratación igualitaria de hombres y mujeres en los negocios del sector turístico.

Esto se llevará a cabo motivando a los empresarios para ello y a través de priorizar en el ámbito de la contratación pública aquellas empresas que tengan condiciones de contratación igualitarias.

2. Promover el uso de lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones y campañas publicitarias que vayan a ser llevadas a cabo en el ámbito del turismo local.

Para conseguir esta realidad será necesario estimular en la medida de lo posible las campañas que utilicen lenguaje inclusivo y hacer uso de manuales de estilo que establezcan el lenguaje inclusivo.

3. Prever la creación de productos turísticos especialmente diseñados para el público femenino.

Para esto será necesario recabar los intereses de mujeres mediante las asociaciones representativas, de forma que creamos productos turísticos que tiendan a una mayor integración.

4. Favorecer la participación de la mujer en todos los órganos directivos del sector turístico.

Este punto podrá ser posible a través de promover la participación femenina en los órganos de dirección del sector turístico o a través de prever la paridad en los órganos de gobierno.

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

La psicología del color explica que la utilización de ciertos tonos o colores evocan distintas reacciones psicológicas. A menudo se piensa que el color tiene un impacto en los estados de ánimo y en las emociones.

“El color verde tiene amplios significados que se relacionan con la ecología. Las personas asocian con la naturaleza el verde exuberante de la hierba, los árboles y los bosques. Se puede decir que, está muy relacionado con lo refrescante y tranquilo.

Es un tono frío que simboliza el medio ambiente y el mundo natural. También, es un símbolo de crecimiento e incluso de fertilidad. La mayoría de los colores verdes también transmiten una sensación de bienestar y salud.

Sin embargo, en la naturaleza, existen más colores que el verde. Estos son:

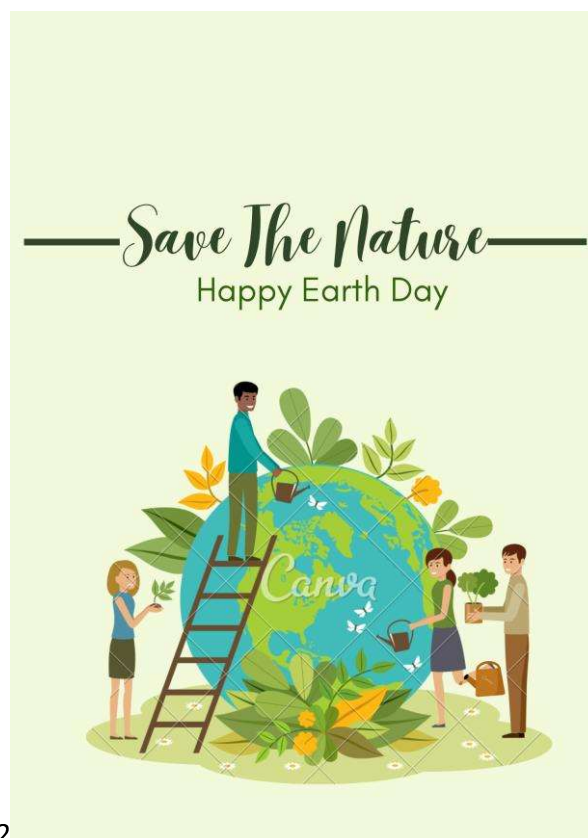
- Azul: representa el cielo, la libertad, el agua, la frescura y vitalidad.
- Rojo: es la sangre, el peligro, la advertencia, pero también vida y calidez de una puesta de Sol.
- Amarillo: acá se ilumina la alegría, el Sol, el espectro de la luz visible, así como cientos de flores.
- Ocre y marrones: apuntan a lo artesanal, las tradiciones, la tierra, fertilidad, la madera. Es el color de la ecología y el reciclaje.”⁴

⁴ Texto extraído del enlace web. <https://revista-ambiente.com.ar/colores-mas-representativos-de-la-ecologia-y-el-medio-ambiente/>

Por las emociones que pueden causar en nosotros los distintos colores y su simbología, los colores mencionados con anterioridad serán los que usaremos en las distintas infografías que se utilicen durante nuestro proyecto, tanto para los carteles que utilizaremos para apreciar el medio que nos rodea y su ecosistema, como en las infografías del Eco-Centro y de las distintas visitas turísticas que pretendamos mencionar.

Del mismo modo podrán ser utilizados en diferentes panfletos y libros educativos que podamos aportar para la sensibilización de la población. Así como en la publicación de post en redes sociales con el mismo fin.





2

Los anteriores carteles obtenidos de una simple búsqueda por internet observamos como predominan los colores anteriormente mencionados, del mismo modo, vemos como predomina ante todos el verde y como con solo un vistazo, aun sin leer lo escrito ya sabemos que están hablando sobre el medio ambiente, el clima y la naturaleza.

3.11 CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO.

En este proyecto se ha analizado la situación actual del territorio, a través de la realización de un análisis DAFO, el cual nos ha permitido conocer los problemas existentes y las fortalezas y oportunidades con las que cuenta el entorno para solucionarlos.

A raíz de este análisis DAFO hemos creado cuatro líneas de acción diferentes: la promoción de la iniciativa privada en el ámbito turístico, la mejora de carreteras, un plan de comunicación de la oferta turística local y por último la puesta en valor del Eco-Centro.

Nos hemos centrado y adentrado en esta última línea de acción generada, para la cuál hemos analizados los factores actuales y futuros necesarios para llevarla a cabo.

Dentro de la puesta en valor del Eco-Centro hemos analizado los segmentos de públicos objetivos y los canales de comercialización necesarios para crear distintas propuestas que realizar entorno a este Eco-Centro.

También hemos dado tres propuestas distintas sobre las que comenzar a llevar a cabo el plan de acción y hemos proporcionado la información necesaria para su elección.

No ha sido posible lograr más objetivos concretos debido a que es necesario tomar ciertas decisiones antes de ponerlo en marcha.

4 BIBLIOGRAFÍA.

Agenda Urbana de Montes Occidentales.

Agenda Urbana de Pueblos de Moclin.

Diagnóstico Turístico para Plan para el fomento del patrimonio cultural de Moclin 2010-2014, realizado por Moclin y Diputación de Granada.

Catálogo de Paisajes de la provincia de Granada. MONTES OCCIDENTALES.

ENLACES CONSULTADOS.

<https://www.turgranada.es/municipio/moclin/>

<https://www.lagranaventurademoclin.com/>

<https://ayuntamientodemoclin.com/>

<https://www.turgranada.es/region/poniente-granadino/>

<https://www.escapadarural.com/blog/lugares-imprescindibles-del-poniente-de-granada/>

<https://www.elmundo.es/andalucia/2015/11/07/563b807e22601dcc408b45d8.html>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

<https://www.aue.gob.es/agenda-urbana-espanola>

<https://ctagr.es/>

<https://ponientegrnadino.org/>

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/info.htm?f=k02>

<https://www.inflation.eu/es/tasas-de-inflacion/espana/inflacion-historica/ipc-inflacion-espana-2022.aspx>

<https://revista-ambiente.com.ar/colores-mas-representativos-de-la-ecologia-y-el-medio-ambiente/>

Instituto Nacional de Estadística → <https://www.ine.es/>

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía → <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>

OTEA Granada → <https://www.oteagranada.com/index.php>

ANEXOS.

ANEXO I	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN POWER POINT
ANEXO II	REPORTAJE GRÁFICO
ANEXO III	FICHA DE PROYECTO DE LA ENTIDAD LOCAL
ANEXO IV	ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA (SI PROCEDE)

PROGRAMA PUENTES

PLAN PARA LA PUESTA EN VALOR DEL ECO-CENTRO.

Por Tania Benítez Quesada





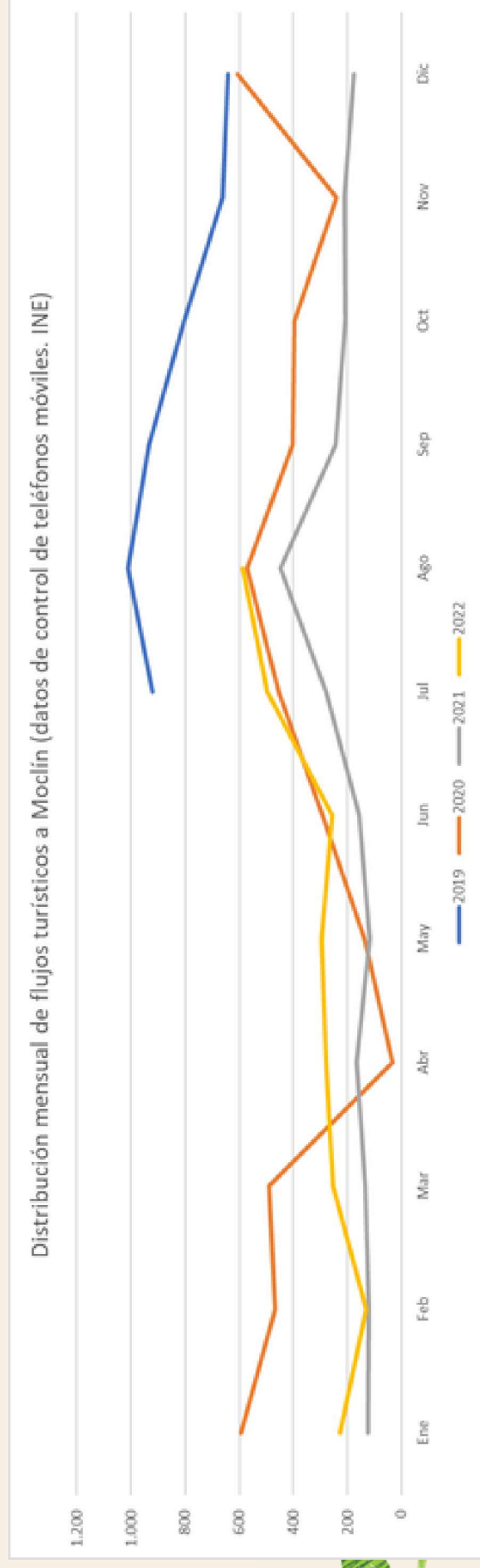
índice

1. Relación Turismo y clima.
2. Análisis DAFO.
3. Líneas de Acción.
4. Públicos objetivos.
5. Canales de Comercialización.
6. Puesta en Valor del Ecocentro.
7. Propuesta turística completa.
8. Propuesta turística de educación ambiental.
9. Propuesta turística para excursionistas
10. Propuesta para científicos e investigadores.
11. Conclusiones y perspectivas.

Análisis turístico del entorno

Analizando la situación turística general vemos como ha habido un incremento en el turismo rural.

A través de los datos obtenidos por el INE hemos realizado la siguiente gráfica sobre los flujos turísticos en Moclín.



Introducción: Relación entre turismo y clima

En los últimos 400 años, el planeta ha ido experimentando un aumento de su temperatura debido al continuo aumento de emisión de Gases de Efecto Invernadero. El CO2 es el principal elemento presente en estas emisiones.

¿Cómo reducimos el CO2?

- A través de legislación que favorezca la reducción de emisiones.
- Con un cambio cultural en la población: sensibilización sobre el cambio climático.
- Difundiendo el conocimiento científico en relación con el cambio climático.



**PRODUCTO
TURÍSTICO**



Análisis DAFO de la situación turística

DEBILIDADES

- Infraestructura: Mala accesibilidad (especialmente Moclín).
- Alta dispersión territorial (un elevado número de núcleos urbanos en Moclín hace poco eficiente los servicios públicos)
- Escasa oferta de transporte público (falta de conexión de los núcleos entre sí y con las ciudades).
- Escasez de recursos municipales
- Falta de dinamidad de la iniciativa privada.

D

F

A

O

FORTALEZAS

- Riqueza del patrimonio (natural, arquitectónico y etnográfico).
- Buena conservación de gran parte del patrimonio arquitectónico (Bienes de Interés Cultural).
- Adecuadas vías de acceso por algunos municipios de la comarca.
- Existencia del ADS poniente (fuente de financiación de iniciativa privada).
- Impulso del equipo de gobierno local.
- Ubicación cercana a núcleos de elevado interés internacional (Granada y Córdoba).

- Apoyo de la Diputación de Granada.
- Mayor sensibilidad en relación con el medio ambiente (crecimiento de demanda de turismo ambiental, y tras la pandemia aumento de la demanda de turismo rural en general).
- Financiación Europea en aumento.
- Existencia de grupos de investigación trabajando activamente relacionados con el cambio climático.

AMENAZAS

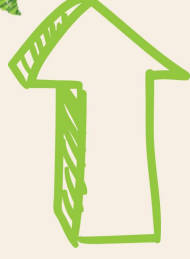
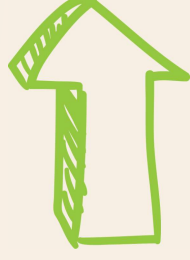
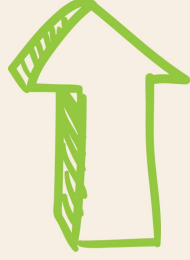
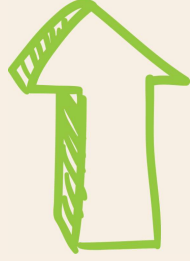
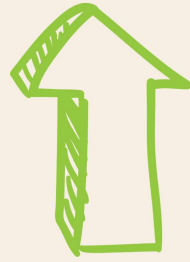
- Despoblación (salida generalizada de población de zonas rurales).
- Cambio climático (puede afectar a la riqueza del patrimonio natural).
- Incertidumbre económica (menor poder adquisitivo en los potenciales clientes/ menores inversiones)

OPORTUNIDADES

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 1** Acciones de promoción, para incentivar la iniciativa privada en el ámbito turístico.
- 2** Aumento de los presupuestos de mejora de carreteras.
- 3** Plan de comunicación de la oferta turística local. Especial relevancia del turismo internacional.
- 4** Plan de acción para la puesta en valor del Eco-Centro.

PÚBLICO OBJETIVO



Visitantes de turismo de naturaleza

Este tipo de visitantes buscan el contacto con la naturaleza, observar el entorno, el paisaje y conocer los lugares que van a visitar.

Visitantes de turismo de deporte y aventura

Este tipo de visitantes buscan entornos en los que puedan realizar actividades deportivas que les supongan un cierto reto, realizando actividades más intensas.
Se encuentran los programas de educación ambiental

Programas de incentivos de empresas

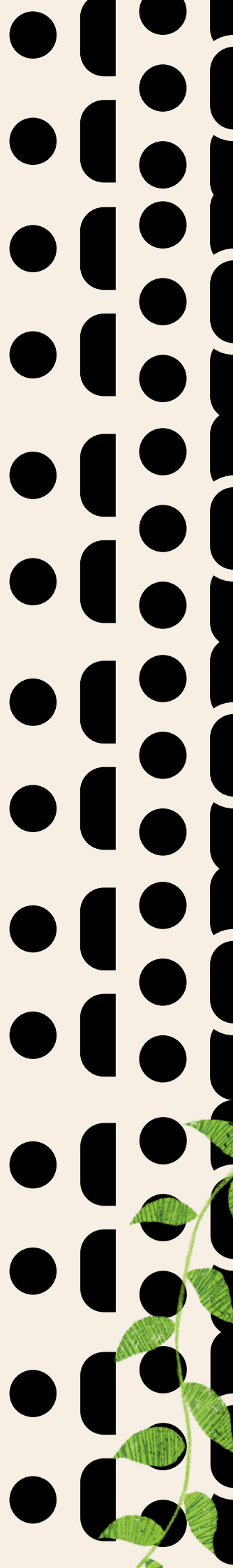
Las grandes empresas gestionan actividades y visitas turísticas para sus empleados, fomentando compatibilizar las actividades profesionales con las actividades de ocio.

Visitantes de turismo científico.

Investigadores y científicos de ámbitos relacionados con el cambio climático pueden encontrar en nuestro Eco-Centro un lugar para celebrar sus encuentros.

Visitantes de turismo gastronómico.

Este tipo de visitantes buscan conocer la gastronomía local y disfrutar de los platos típicos de cada zona.



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS ESPECIALIZADAS EN TURISMO RURAL

se trata de empresas digitales
especializadas que dedicadas a la
promoción del entorno rural

AGENCIAS DE VIAJES EMISORAS DE TURISMO RURAL

Son aquellas que orientan su
actividad en el envío de viajeros y que
centran su actividad en el ámbito del
turismo rural

PRESENCIA EN FERIAS DEL SECTOR.

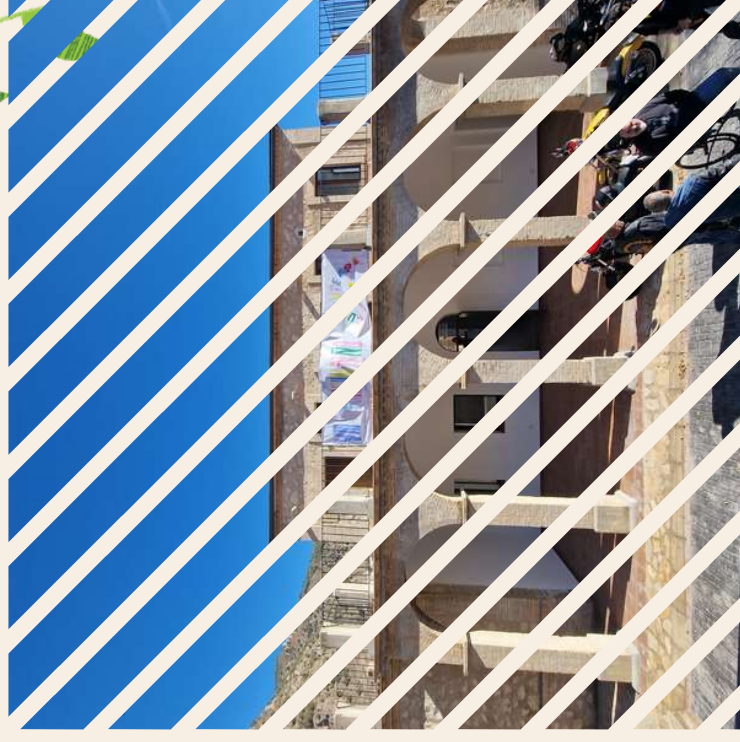
Las ferias son eventos públicos en los
que se expone y difunde la oferta de
distintos productos turísticos.

EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA EMPRESAS.

Son aquellas a las que empresas que
quieren poner en marcha estos
incentivos contratan para ello.



CREACIÓN DE PROPUESTAS PARA TURÍSTICAS EN LA PUERTA EN VALOR DEL ECO-CENTRO



PROPUESTA TURÍSTICA COMPLETA

Esta propuesta incluye una estancia de un mínimo de tres días, para los cuales debemos de disponer de alojamiento y gastronomía además de las actividades que pretendamos llevar a cabo.

Es una propuesta principalmente enfocada a turistas ambientales internacionales, y pretende ser canalizada a través de agencias de viajes.



PROPUESTAS TURISTICAS PARA UN DIA.

Propuesta turística para programas de educación ambiental.

Visita al Eco-Centro con el objetivo de aprender sobre el entorno.

Esta propuesta deberá ser ofrecida a diferentes centros educativos.



Estas propuestas principalmente estan enfocadas a turistas del entorno cercano.



PROPUESTA CIENTÍFICA

Propuesta dirigida a investigadores y científicos.

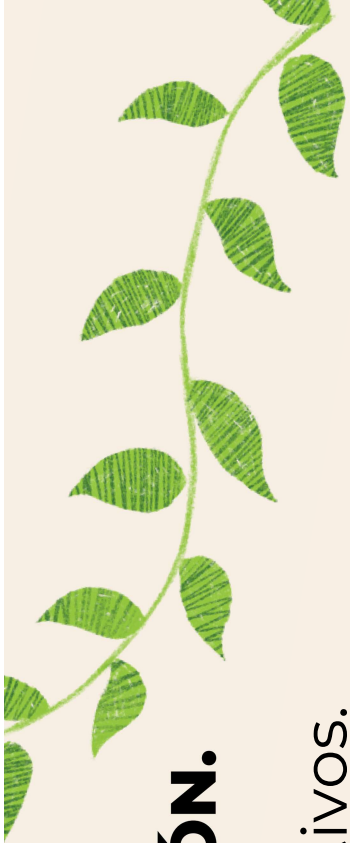
Utilizamos el entorno y nuestro Eco-Centro como sede de congresos e investigaciones.

Requiere de la colaboración de universidades y de sociedad científica.

Un congreso de varios días requiere el Eco-Centro, una oferta de alojamiento y una oferta gastronómica.

Esta propuesta requiere una dotación muy básica que puede ser utilizada en casos muy diversos.





FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

1. Concreción de públicos objetivos.

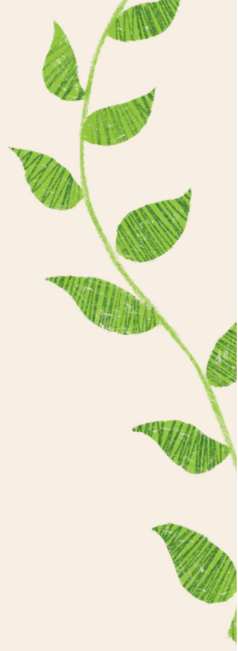
2. Orden de prioridades.

3. Dotación.

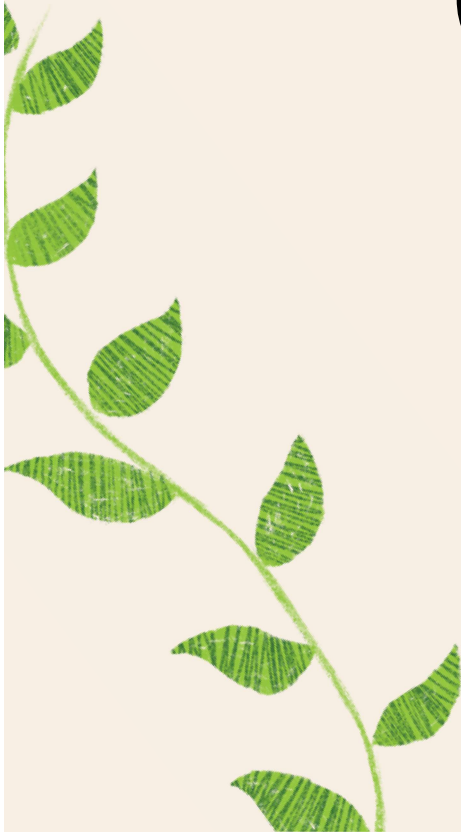
Elegir entre:

- Explotación pública.
- Explotación privada.
- Explotación mixta.

4. Financiación:

- Búsqueda de fondos.
 - Licitación.
- 

¡Gracias!



ANEXO II: REPORTAJE GRÁFICO







3 DIAS CON LA NATURALEZA

DÍA 1

RUTA DEL GOLLIZNO
• VISITA EL ECO-CENTRO
• CASTILLO DE MOCLIN

3 DIAS CON LA NATURALEZA

DÍA 2

VÍA FERRATA
• VISITA A MONTEFRÍO

3 DIAS CON LA NATURALEZA

DÍA 3

VISITA A PUEBLOS DE
MOCLIN:
• TIENA
• LIMONES
• TÓZAR.

Excursión VISITA EL ECO-CENTRO.

CONECTA CON LA NATURALEZA

FORMACIÓN EN LA NATURALEZA

Talleres de educación ambiental en nuestro
Eco-Centro

EXCURSIÓN Y AVENTURA

Elección entre ruta a pie o vía ferrata infantil
Consulta el presupuesto para tu centro

Pregunta precio.
Pon fecha tu visita

Explora la naturaleza.

EXCURSIÓN A ECO-CENTRO Y
RUTA DEL GOLLIZNO.

CONOCE EL ENTORNO

- VISITA EL ECO-CENTRO
PARA CONOCER EL
ENTORNO Y EL CLIMA
- CAMINA POR NUESTRA
RUTA DEL GOLLIZNO
PARA DISFRUTAR DE
ESTE PARAJE.

Formación ambiental desde un
entorno rural.

EXCURSIÓN Y AVENTURA.

- Completa tu visita con la
nuestras vías ferratas.

CONECTA
CON LA
NATURALEZA

Save The Nature

Happy Earth Day

¿CÓMO CUIDAR

EL MEDIO AMBIENTE?

¡TODOS LOS PUEBLOS
CUIDAN!

Minimizar los efectos de la
contaminación, es tarea de
todos: gobierno, empresas
y sociedad civil.

5 CONSEJOS PARA CUIDARLO

- 1° Usa bolsas de tela
Forma sus las bolsas
y de plástico que se de
largo para reutilizar
- 2° Recicla
Separa el vidrio, el plástico,
la cartón, etc.
- 3° Nunca dejes el
grifo abierto
- 4° Ahorra energía!
Apaga las luces y los
aparejos eléctricos que
no estén en uso.
- 5° Cuida
Cuida el agua y el
suelo.

**SÍMBOLOS
DE RECICLAJE**

- Residuo orgánico
- Residuo plástico
- Papel
- Vidrio
- Residuo electrónico

¿Qué significan?

- SÍMBOLO DE RECICLAR**
El símbolo de reciclar es un triángulo formado por tres flechas que se conectan en un círculo.
- SÍMBOLO PUNTO VERDE**
Un triángulo verde con una flecha blanca que apunta hacia el centro.
- TIJMAN**
Este símbolo representa al consumidor responsable que elige productos que no dañan el medio ambiente.
- VIDRIO**
Los residuos de vidrio se reciclan en el mismo lugar donde se producen.
- RESIDUOS ELECTRÓNICOS**
Este símbolo representa a los residuos electrónicos que se reciclan en el mismo lugar donde se producen.

El Organizador GRAFICO.com

Planificación y gestión turística integrada y vinculada con el territorio

Objetivo Estratégico

Impulsar y favorecer la Economía Urbana

Objetivo Específico

7.1. Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica.

Línea de Actuación

Descripción

Plan de consolidación, mejora y cohesión de la oferta turística y didáctica del conjunto territorial. Articular dispositivos y oferta conjunta. Red de centros de información y recursos compartidos. Desarrollar un paquete integrado para la oferta turística, en el que se desarrolle la oferta municipal diferenciada y que alcance proyección en el contexto de su entorno territorial. Crear una red del conjunto territorial integrada de itinerarios y recursos naturales, patrimoniales y gastronómicos. Acondicionar los itinerarios con miradores y descansaderos además de una señalética adecuada. Planificar la promoción y el marketing, especialmente en el extranjero con paquetes de multiactividad. Promoción de paquetes turísticos innovadores, como por ejemplo la gastronomía regenerativa. Promover convenios con otros destinos turísticos de la provincia para complementar la oferta. Realizar la gestión integrada de centros de información y de la red de centros de interpretación. Integración en plataformas smart provincia de destinos turísticos inteligentes. Estudiar la viabilidad de los recursos que no se exploten en la actualidad

Actividades a Desarrollar

A. Acuerdo entre gobiernos locales y marco institucional B. Dimensionado del trabajo, financiación y asistencia técnica C. Redacción del plan integrado de turismo del conjunto territorial D. Implementación del plan

Orientaciones para el desarrollo

Productos turísticos útiles en la lucha contra el cambio climático

Puesta en valor del
Eco-Centro de Olivares



— AGENDA —
URBANA Y RURAL
GRANADA 2030

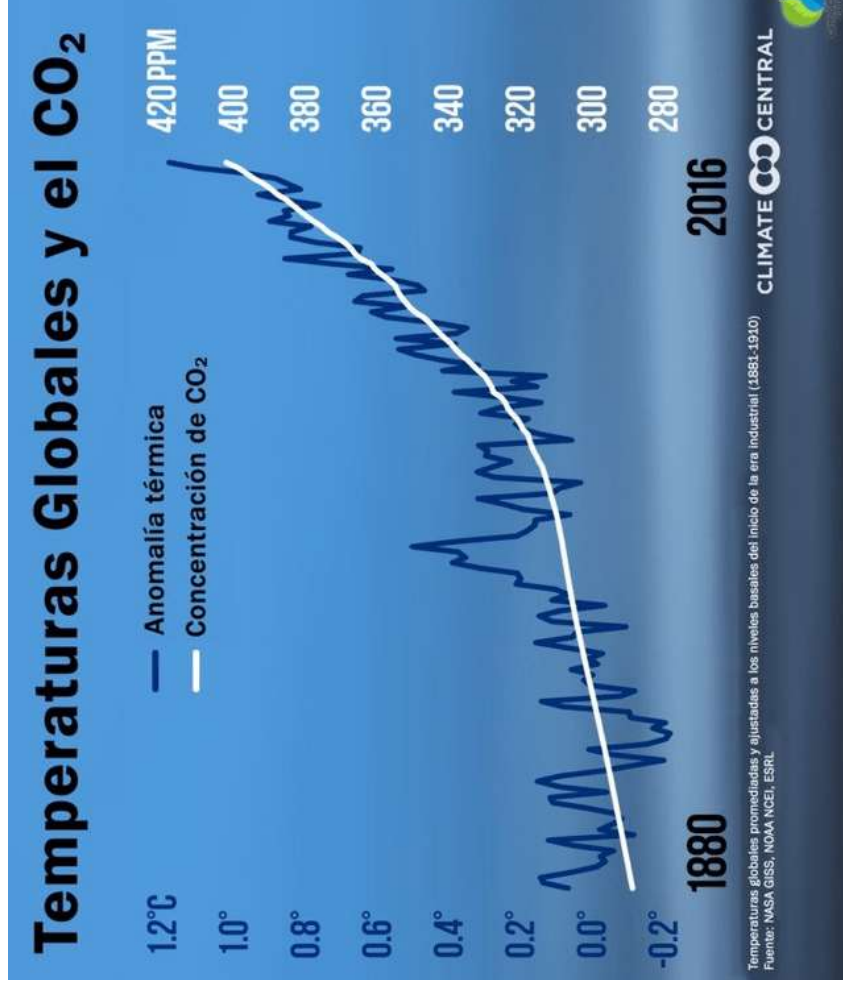
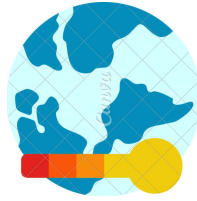


Introducción

En los últimos 400 años, el planeta ha ido experimentando un aumento de su temperatura debido al continuo aumento de emisión de Gases de Efecto Invernadero por parte de los humanos. El CO₂ es el principal elemento presente en estas emisiones.

Esto ha derivado en una preocupación cada vez más efectiva por reducir la emisión de esos gases para reducir su impacto, y disminuir así la temperatura del planeta.

Como consecuencia de la preocupación de los diferentes gobiernos mundiales surgen las Cumbres del Clima.



Relación entre turismo y clima

PRODUCTO TURÍSTICO



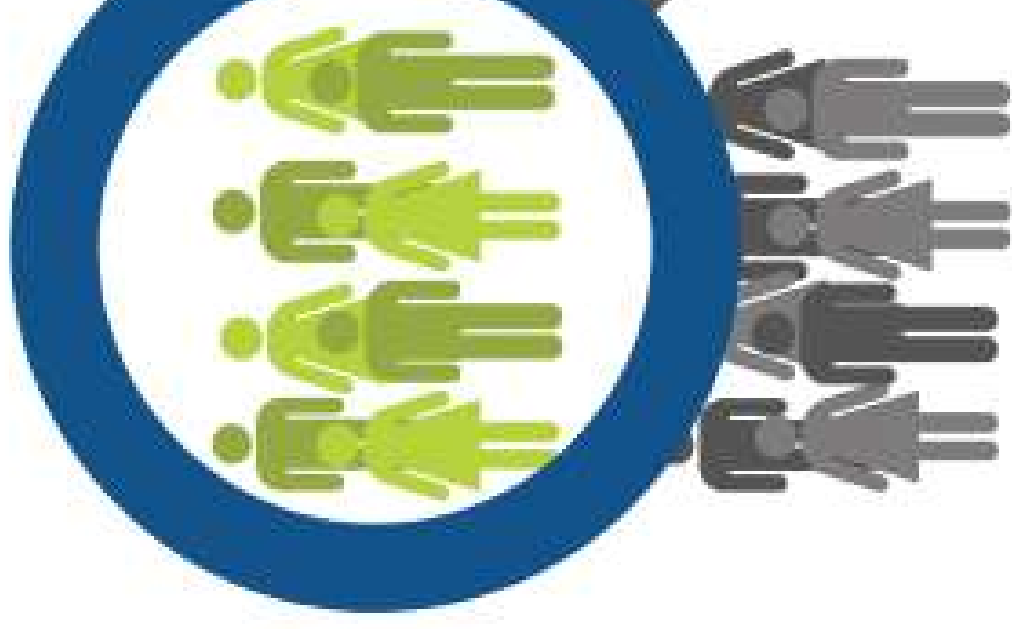
Cómo conseguimos reducir el CO2.

- A través de **legislación** que favorezca la reducción de emisiones. Esta legislación puede ser destinada a la eliminación de vehículos que funcionan a partir de derivados del petróleo; o destinada a la sustitución de las fuentes de energía derivadas del petróleo por otras renovables o verdes.
- Con un **cambio cultural en la población**: debemos sensibilizar a la población acerca del cambio climático.
- Difundiendo el **conocimiento científico en relación con el cambio climático**.
La investigación debe seguir dos líneas: medir la evolución del clima y minimizar el impacto del cambio climático.

Pilares para el desarrollo de la oferta de turismo ambiental

PÚBLICO OBJETIVO y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

- Público objetivo: Determinación y delimitación de las personas a las que vamos a dirigirnos con la propuesta turística.
- Canal de comercialización: Vías o medios por las que vamos a llevar a la persona en concreto el producto turístico que hayamos diseñado.



Pilares para el desarrollo de la oferta de turismo ambiental

ECO-CENTRO

Centro de difusión de conocimiento en relación al cambio climático y conservación ambiental.

- Dotación de equipamientos y servicios para la generación de una oferta turística relacionada con la conservación del medio ambiente.

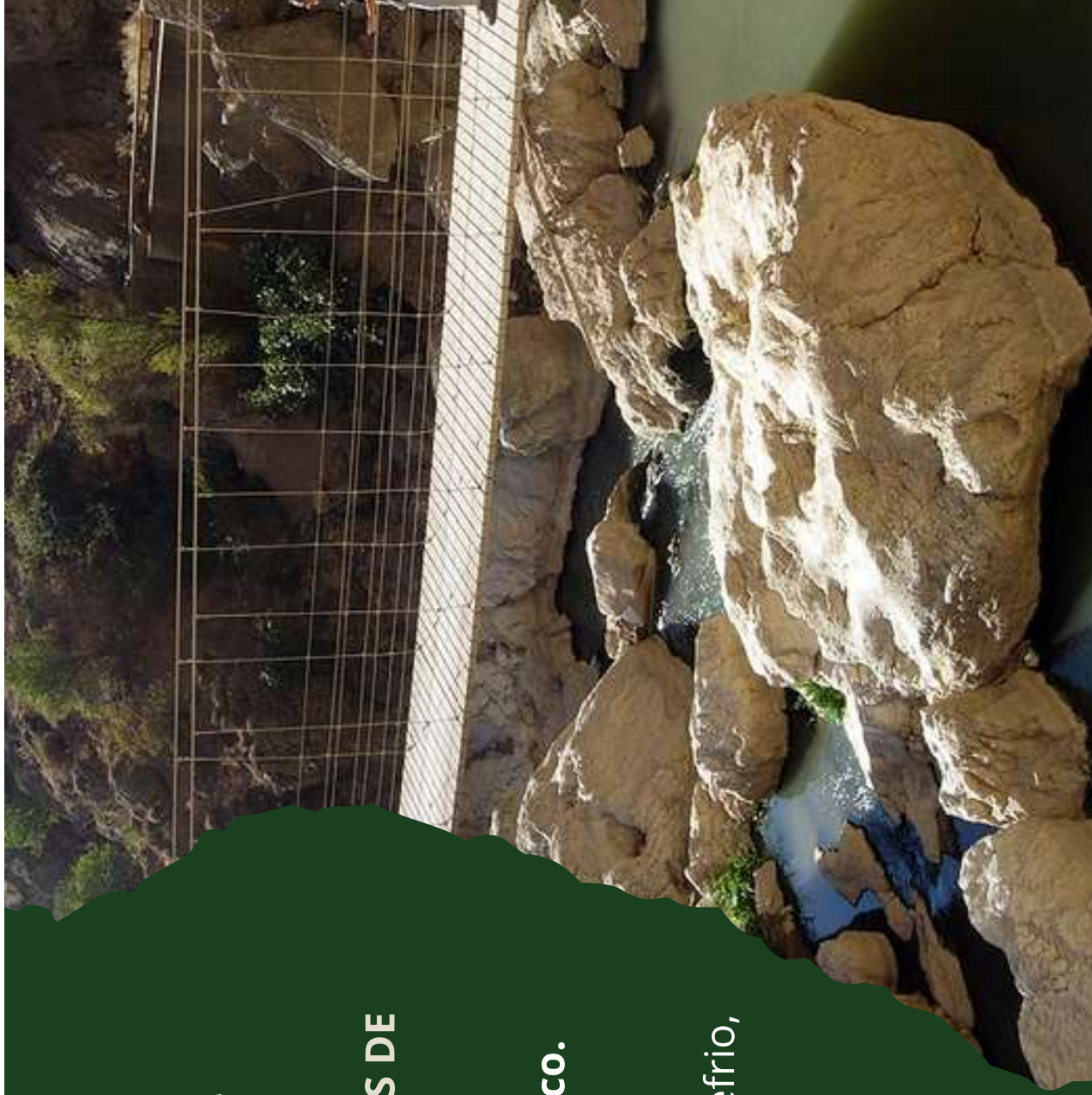
Pilar fundamental para el desarrollo de la oferta.



Pilares para el desarrollo de la oferta de turismo ambiental

OTROS RECURSOS COMPLEMENTARIOS DE LA COMARCA.

- **Patrimonio natural y arquitectónico.**
Ruta a pie -- RUTA DEL GOLLIZNO.
Entorno del RIO VELILLOS.
Conjuntos arquitectonicos de Montefrio, Zagra y Algarinejo.
- **Recursos etnográficos** (prácticas humanas).
Artesanía, Agricultura, Gastronomía.



Sugerencia de planes de acción.

PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS NATURALES Y ETNOLÓGICOS PARA TURISMO AMBIENTAL.

- Creación de soportes de interpretación ambiental entorno a los recursos naturales, creando conciencia a la población sobre la emergencia climática
- Ruta guiada con explicaciones interactivas sobre las consecuencias ambientales..



Sugerencia de planes de acción.

DOTACIÓN DEL ECO-CENTRO

- **Elementos de interpretación** con acciones vinculadas al cambio climático.
Paneles interactivos y otros elementos que permitan desde este lugar observar a un público general las consecuencias del cambio climático, permitiendo de este modo crear mayor concienciación.
- **Equipos de observación o medición.**
Distintos equipamientos para que investigadores y profesionales puedan elegir este lugar como uno apto para la investigación.

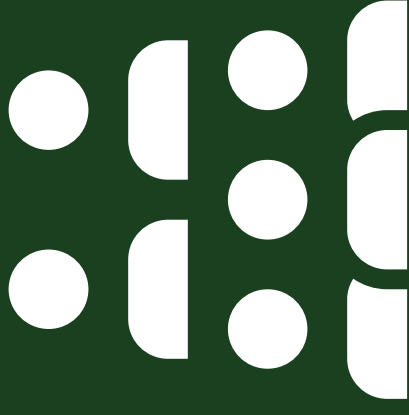


Sugerencia de planes de acción.

DESCRIPCIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS ASÍ COMO CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Público objetivo:

- Población general sensible a la protección ambiental.
- Estudiantes e investigadores de ciencias ambientales u otras titulaciones relacionadas con la preservación del medio ambiente.
- Jóvenes y niños sensibilizados con el problema ambiental.



Canales de comercialización:

- Turoperadores de turismo ambiental.
- Instituciones públicas
- Colegios y otros centros de enseñanza.

Muchas gracias



— **AGENDA** —
URBANA Y RURAL
GRANADA 2030