



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

PASOS Y RAÍCES. GUÍA TURÍSTICA DE SENDERISMO
SOSTENIBLE DE PUEBLA DE ARENOSO

Trabajo Fin de Grado

Grado en Diseño y Tecnologías Creativas

AUTOR/A: Muñoz Collado, Elena

Tutor/a: Sanz Mariscal, Alberto

Cotutor/a: Alcaraz González, Sabina

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es concienciar sobre la importancia de preservar la naturaleza de las zonas rurales, así como mejorar la relación del ser humano con la montaña y sus sendas.

Pretende mostrar las sendas más atractivas de Puebla de Arenoso, así como contar los proyectos sostenibles que ayudan a preservarlas y las biodiversidad que las enriquece.

PALABRAS CLAVE

Ecoturismo rural; Conciencia ambiental; Ilustración; Diseño editorial

ABSTRACT

The objective of this project is to raise awareness about the importance of preserving the nature of rural areas, as well as improving the relationship of human beings with the mountains and its paths.

It intends to show the most attractive trails of Puebla de Arenoso, as well as to tell the sustainable projects that help preserve them and the biodiversity that enrich them.

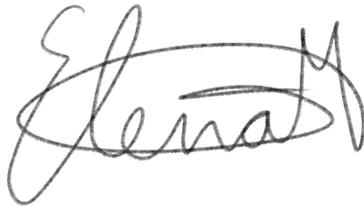
KEY WORDS

Rural ecotourism; Environmental awareness; Illustration; Editorial Design.

CONTRATO DE ORIGINALIDAD

El presente documento ha estado realizado íntegramente por la alumna abajo firmada. Es original, no ha sido entregado como otro trabajo académico previo, y todo el material tomado de otras fuentes se ha citado correctamente.

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elena Muñoz Collado', written in a cursive style.

Elena Muñoz Collado

AGRADECIMIENTOS

Al escultismo, que me enseñó que a cada paso que damos, y a cada lugar al que vayamos, debemos dejar el mundo un poco mejor de lo que nos lo encontramos.

A Enduroland y los voluntarios y voluntarias que recuperan las sendas de nuestros antepasados para que todos podamos disfrutarlas.

A Sabina y a Alberto por confiar en mí desde el primer momento y a mi familia por hacer de Puebla de Arenoso mi lugar seguro.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.2 OBJETIVOS.....	6
1.3 METODOLOGÍA.....	7
2. CONTEXTUALIZACIÓN.....	8
2.1 ENDUROLAND. ADOPTA UN SENDERO.....	8
2.2 SENDERISMO Y TURISMO RURAL DE MONTAÑA.....	9
2.3 GUÍAS DE SENDERISMO.....	10
2.4 PUEBLA DE ARENOSO. UBICACIÓN Y CONTEXTO.....	11
3. DESARROLLO.....	12
3.1 BRIEFING.....	12
3.2 ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	13
3.2.1 ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	14
3.2.2 REFERENTES GRÁFICOS.....	15
3.2.3 PUNTOS DE CONTACTO.....	16
3.2.4 BUYER PERSONA.....	16
3.3 ESTRATÉGIA DE MARCA.....	17
3.3.1 TERRITORIO.....	18
3.3.2 VALORES.....	18
3.3.3 TONO DE VOZ.....	19
3.3.4 MISIÓN Y VISIÓN.....	19
3.3.5 POSICIONAMIENTO.....	20
3.3.6 PERSONALIDAD DE MARCA Y ARQUETIPOS.....	20
3.4 ACTIVACIÓN.....	20
3.4.1.1 IDENTIDAD VISUAL.....	21
3.4.1.2 NAMING.....	21
3.4.1.3 TIPOGRAFÍA.....	22
3.4.1.4 PALETA CROMÁTICA.....	23
3.4.2 PUBLICACIÓN EDITORIAL.....	23
3.4.2.1 DINÁMICA DE LA GUÍA.....	23
3.4.2.2 DESARROLLO DE LA PUBLICACIÓN.....	23
3.4.2.3 PRUEBA CON LOS USUARIOS.....	24
3.4.3 ILUSTRACIONES.....	24
3.4.3.1 COMPOSICIÓN Y NARRATIVA.....	24
3.4.3.2 ESTILO GRÁFICO.....	25
3.5 PREVISIÓN DE IMPACTO.....	25
3.5.1 PRESUPUESTO Y VIABILIDAD.....	26

4. CONCLUSIONES.....	27
5. BIBLIOGRAFÍA.....	27
6. INDICE DE FIGURAS.....	29
7. INDICE DE TABLAS.....	30
8. ANEXOS.....	30
8.1 ODS (ADJUNTO A LA MEMORIA)	
8.2 PASOS Y RAÍCES (ADJUNTO A LA MEMORIA)	
8.3 PREPRODUCCIÓN PASOS Y RAÍCES (ADJUNTO A LA MEMORIA)	

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Final de Grado ha sido desarrollado a lo largo del curso académico 2023 - 2024 en el grado de Diseño y tecnologías creativas por Elena Muñoz Collado.

Este trabajo nace de la necesidad de dar visibilidad a las rutas y senderos de la zona de montaña y especialmente de concienciar de la importancia del turismo sostenible así como el cuidado de nuestros montes.

Se hará a través del desarrollo de una guía de senderos y rutas en la que podremos encontrar no solo los caminos que tomar para disfrutar de la montaña, sino también algunos consejos y recomendaciones a seguir para respetar los mismos.

En la memoria del proyecto se recoge el trabajo separado por las etapas seguidas desde la inicial de ideación, hasta la finalización de la guía física, pasando por el desarrollo visual del producto y la representación visual de las rutas y otros elementos.

1.1. JUSTIFICACIÓN

La creación de una guía de senderismo es un proyecto estratégico y necesario en la actualidad, al considerar las tendencias recientes en el turismo de montaña y la poca disponibilidad de senderos en la Comunidad Valenciana. “Mientras el turismo de montaña se ha convertido en una motivación cada vez más relevante para viajar, los datos sobre su magnitud e impacto siguen siendo escasos” (Turismo de Montaña | ONU Turismo, s. f.)

Asimismo, se ha observado una disminución significativa en la cantidad de senderos disponibles entre pueblos que pasan por montaña, afectados por factores como la urbanización y la falta de mantenimiento, evidenciando una menor práctica de actividades como el senderismo y, por consecuencia, una menor conexión con la naturaleza.

Debido a este contexto desafiante, Pasos y Raíces no solo actúa como representación de las sendas de Puebla de Arenoso y alrededores, actuando como catalizador de las tendencias negativas, sino que también ayuda a promover el turismo sostenible y responsable de las zonas rurales de montaña, convirtiéndose así en un componente clave en la preservación del patrimonio natural y cultural de la localidad.

1.2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este proyecto es la elaboración de una guía física de senderos con la intención de promover la sostenibilidad entre los turistas de montaña y contribuir así a la conservación ambiental y cultural.

A este objetivo principal se le suman otros específicos:

Proporcionar información precisa sobre las principales sendas de montaña de la zona, incluyendo niveles de dificultad, duración, flora, fauna y puntos de interés cultural, para mejorar la experiencia del excursionista y fomentar el turismo consciente.

Integrar principios de turismo sostenible en la guía, añadiendo recomendaciones sobre prácticas respetuosas con el medio ambiente y la relación con la montaña.

Diseñar una identidad visual dinámica e interactiva que ayude a transmitir los objetivos y la información de la manera más clara posible.

Acercar a las personas a las actividades en la naturaleza, haciendo visibles los caminos ciclables y habilitados.

Además, en línea con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) se establece que estos serán los principales objetivos que perseguir

Acción por el Clima (ODS 13):

En *Pasos y Raíces*, se fomenta la reducción de la huella de carbono mediante la promoción de senderismo como una alternativa ecológica a otros tipos de turismo. Se anima a los senderistas a usar transporte público o vehículos compartidos para llegar a los puntos de partida de las rutas, reduciendo así las emisiones de CO₂. Además, se incluyen consejos sobre cómo minimizar el impacto ambiental durante las caminatas, como llevar de vuelta todos los residuos y optar por productos reutilizables y sostenibles.

Vida de Ecosistemas Terrestres (ODS 15):

Esta guía pone un énfasis especial en la conservación de la biodiversidad local y la protección de los ecosistemas terrestres. Cada ruta ha sido cuidadosamente seleccionada para asegurar que se respetan los hábitats naturales de flora y fauna. Se informa a los senderistas sobre la importancia de no salirse de los caminos establecidos para evitar la degradación del suelo y la destrucción de vegetación sensible. También se establece una colaboración con iniciativas locales de reforestación y restauración de hábitats, promoviendo la participación activa de los senderistas en la protección del entorno natural.

1.2. METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología seguida para la realización de este TFG, cabe destacar que se ha realizado una combinación de metodologías que ha permitido una aproximación rigurosa y holística al tema de estudio.

Así, comenzando con la metodología de investigación, se han consultado libros, artículos académicos, publicaciones en revistas especializadas y otros documentos relevantes.

Por otro lado, se realizó una entrevista al fundador de Enduroland en la que se obtuvieron las claves de estudio, además de una perspectiva directa y los lugares de búsqueda de información para la realización de la guía de rutas.

Durante el proceso de elección de las metodologías de investigación, se realizó una reflexión sobre la adecuación de los métodos elegidos para responder a las necesidades requeridas.

Algunas de las limitaciones encontradas fueron la dificultad de acceso a ciertas fuentes de información, pudiendo restringir así la amplitud del análisis, y el posible sesgo en las respuestas de la persona entrevistada, pudiendo influir en la interpretación de los datos.



Fig. 1. Vicent Reig, fundador de Enduroland MTB. Fuente: Podcast “Héroes del Sendero”

2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. ENDUROLAND. ADOPTA UN SENDERO

Enduroland trata de un proyecto de desarrollo rural. A priori es un centro de MTB, pero que se encarga de la gestión, promoción y mantenimiento de los senderos, pues se trata de una labor crucial para poder disfrutar de los montes y que estaba quedando en un segundo plano. “Somos una familia con una pequeña empresa de trabajos forestales, fanáticos de la investigación en busca de viejos caminos que el bosque ha engullido con el paso del tiempo. De hecho, invertimos más horas limpiando y manteniendo sendas que rodando con las bicis” (EndurolandMTB, 2023).

Como en su propia página web dejan claro, su filosofía se basa en disfrutar de los senderos pero siempre con responsabilidad, y es por eso que no aceptan comportamientos que afecten al entorno o a otros usuarios (como derrapes o mal cuidado de los senderos)

Uno de sus principales objetivos, y aquello en lo que este TFG va a ir enfocado, es recuperar y rehabilitar aquellos caminos que nuestros antepasados usaban antes de construirse las carreteras,

Ahora, ellos los recuperan para darles un uso renovado y que no se pierda un patrimonio que jamás debió abandonarse.

Algunos de sus objetivos son: crear una red de rutas con mantenimiento continuo de los senderos, ampliando asimismo la existencia de estos senderos señalizando nuevos y recuperando antiguos erosionados; mayor profesionalización en su labor, y creación de empleo para habitantes de la zona; y atraer a un mayor número de turistas a la zona, concienciando sobre la importancia de cuidar los montes.

Por otro lado y uno de los beneficios que más personalmente me llegan, es la oportunidad de lucha más eficaz contra los incendios forestales que ofrece la red definida y cuidada de estos senderos. Este pasado mes de abril tuvo lugar un incendio en esta zona, en la que los caminos que estaban limpios sirvieron de cortafuegos para las llamas que, de otro modo, hubieran calcinado todos los pueblos a su paso.

Enduroland tiene varias fuentes de ingresos: Los ayuntamientos que aportan anualmente por cada kilómetro mantenido en su localidad, los ne-

gocios turísticos por aparecer en su web; la venta de merchandising, y por último el proyecto adopta un sendero.

Este proyecto funciona de manera que cualquier persona puede pagar una cantidad definida en función de las características del sendero, para garantizar que puedan pagarse las reparaciones necesarias de la senda.

Desde su misma web puedes acceder a las rutas a realizar según la localidad, filtrando por categorías como bicicleta de montaña, a pie o para niños.

2.2 SENDERISMO Y TURISMO RURAL DE MONTAÑA

Para entender de qué trata el turismo rural hay que definir primero el término rural. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), se considera como municipio rural aquel que tiene una población inferior a 10.000 habitantes. En cambio, según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), comprende un municipio todo aquello que tenga 150 habitantes por kilómetro cuadrado, dato que reduce a 100 habitantes por kilómetro cuadrado o menos, la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat).

Así pues, el turismo rural sería “aquella actividad turística que se localiza en el entorno rural, que genera experiencias turísticas relacionadas con el entorno ambiental, el patrimonio y la cultura local, a través de la prestación de servicios que se entregan y se identifican como la idiosincrasia local” (Solsona, 2014, p. 314).

Además, todas las definiciones encontradas coinciden en que el turismo rural permite un contacto con la naturaleza mucho más amplio que el disponible en una ciudad. Es por eso, que estos proyectos de atraer a senderistas y turistas rurales son vitales, ya que son pueblos muy pequeños y poco habitados y de esta manera se puede crear empleo en zonas deprimidas.

Asimismo, entre el turismo rural y la conservación de la montaña, el senderismo desempeña un papel crucial, ya que permite establecer una conexión entre la recreación y el cuidado del entorno natural.

Según el informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de 2021, el senderismo se ha consolidado como una actividad turística sostenible, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de sumergirse en paisajes montañosos y contribuir positivamente a las economías locales en áreas rurales.

Además la Organización Mundial de Turismo, define el turismo de montaña como:

Un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una

comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre. (Turismo de Montaña | ONU Turismo, s. f.)

Respecto al senderismo, cabe destacar que el camino a pie es entendido como una manera de apreciar y respetar la biodiversidad y sus ecosistemas montañosos, considerando a los senderistas como personas encargadas del cuidado del medio ambiente.

De acuerdo con estudios publicados en la revista *Ecotourism and Sustainable Development* (Ecoturismo y Desarrollo Sostenible), la planificación cuidadosa de rutas de senderismo contribuye a minimizar el impacto ambiental y garantizar la preservación a largo plazo de estos espacios naturales. Así, el senderismo emerge como un catalizador esencial para fusionar el disfrute turístico con la protección activa de las montañas, promoviendo un modelo de turismo rural que respeta y valora la riqueza natural de estos ecosistemas.

2.3 GUÍAS DE SENDERISMO

Las guías de senderismo desempeñan un papel fundamental en la experiencia del excursionista, aportando información detallada sobre rutas, puntos de interés y consideraciones medioambientales. En los últimos años, se ha marcado un cambio relevante en la manera en la que los senderistas planifican sus rutas gracias a la notoria mejora en la calidad y accesibilidad de estas guías. En esta dirección, empresas líderes en el sector, como AllTrails y Wikiloc, han revolucionado la forma en que los senderistas acceden a información relevante.

El nuevo enfoque de la sostenibilidad y conservación del medio natural y rural ha coincidido con este auge de las guías de senderismo.

Algunas de las guías que destacan la importancia de minimizar el impacto ambiental a nuestro paso así como seguir prácticas éticas de senderismo son: Appalachian Trail Conservancy o la European Ramblers Association

Un buen ejemplo de esta tendencia puede ser *Leave No Trace*, campaña respaldada por organizaciones como The Leave No Trace Center for Outdoor Ethics, basada en recomendar principios éticos para minimizar el impacto humano en el medio ambiente, fomentando una coexistencia sostenible entre los senderistas y la naturaleza.

Es por esto, que esta guía sostenible de senderismo en Puebla de Arenoso, irá orientada a esta tendencia, para aportar ese punto sostenible a las posibles rutas que hacer en la zona.

Por otro lado, y para tratar de ubicar una de las primeras Guías orientadas a rutas, podríamos encontrar en el contexto anglosajón *A Guide to the Lakes*, (1778) escrita por Thomas West.

Esta guía estaba centrada en el Distrito de los Lagos en Inglaterra y proporcionaba información detallada sobre rutas y vistas panorámicas.

Un referente actual de guía física podría ser *National Geographic Trails Illustrated Maps*, ya que ha publicado mapas detallados de senderos en diferentes áreas, añadiendo información valiosa sobre la topografía y la circulación en el terreno.

2.4 PUEBLA DE ARENOSO. UBICACIÓN Y CONTEXTO

Puebla de Arenoso (en valenciano, La Pobla d'Arenós) es un municipio de la Comunidad Valenciana, España, situado en la provincia de Castellón, en la comarca del Alto Mijares.

Debido a su cercanía con el río Mijares y sus afluentes, las características geográficas de la zona se pueden encontrar diferentes paisajes que conforman la orografía del valle: ríos, pantanos, barrancos, fuentes, huertos, bosques, roquedos..etc

Con una altitud que oscila entre los 600 m s. n. m, en el pantano hasta los 1013 del Monte Sabina o Loma La Grana se disfruta de un clima suave y benigno. El término municipal de Puebla de Arenoso está conformado por las pedanías de Los Calpes, Los Cantos y La Monzona. Cuenta con una población de 169 habitantes (INE 2023) y su agricultura se ha basado tradicionalmente en la agricultura de secano, predominando el cultivo del almendro y el olivo, y la ganadería ovina y bovina, así como la apicultura.

Ya que esta guía pretende dar a conocer y cuidar la naturaleza de la zona, es importante hacer un análisis previo del clima, vegetación y fauna de la zona, para poder incluirlo posteriormente en las rutas.

Esta vegetación y fauna está condicionada por el clima mediterráneo de interior, en el que podemos encontrar árboles como chopos, olmos, juncos, cola de caballo, culantrillo, majuelos, cornejos, etc, pero también vegetación de ribera por la fuerte presencia de humedad gracias a los ríos. En resumen, en nuestras rutas por la zona encontraremos almendros, carras-cas, pinares, bosque mediterráneo y vegetación de ribera. Asimismo los anfibios, llenarán las zonas húmedas como el sapo partero, o la rana.

Respecto a la ictiofauna predominan la anguila y la perca, o la lisa y los reptiles más frecuentes son las galápagos europeas, la salamandrea común, y la lagartija colilarga.

Los mamíferos que se encuentran en la zona son los erizos, las musarañas, las liebres, jinetas y cabras.



Fig. 2. Ubicación Puebla de Arenoso. Fuente: Google Maps

3. DESARROLLO

3.1 BRIEFING

Una vez determinado el contexto en el que se desarrolla este Proyecto, es momento de determinar los puntos clave y el briefing del que se partirá para elaborar la guía ilustrada.

¿Qué es Pasos y raíces?

Pasos y raíces es una Guía ilustrada sostenible de algunas rutas y sendas de la zona de Puebla de Arenoso, un pueblo formado por 4 pedanías en Castellón, Comunidad Valenciana.

Trata de promover el turismo rural y el senderismo responsable.

¿Qué alcance tiene?

Se trata de una materialización física de una parte del proyecto digital de web de Enduroland, por lo que el alcance previsto es físico. Quedará contenido en la Comunidad Valenciana y servirá para visibilizar y conseguir llegar a más personas.

En la Tabla 1 encontramos el cronograma que se seguirá.

		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
BRIEFING	Definir																																
INVESTIGACIÓN	Bibliográfica																																
	Competencia																																
	Encuesta																																
ESTRATEGIA	Posicionamiento																																
	Valores																																
	Personalidad																																
IDENTIDAD	Naming																																
	Paleta																																
	Tipografía																																
GUÍA	Búsqueda e investigación																																
	Planificación de contenidos																																
	Redacción																																
	Maquetación del interior																																
ILUSTRACIONES	Búsqueda de referentes																																
	Definición de estilo																																
	Composición y bocetos																																
	Arte final																																
PROTOTIPO	Prueba de impresión																																
	Corrección																																
ENTREGA																																	
PRESENTACIÓN																																	

Tabla 1. Cronograma de Pasos y Raíces a través del diagrama de Gantt.

¿Qué se va a desarrollar?

Estas son las tareas comprendidas en la elaboración de la guía:

Realizar un análisis del contexto:

En esta primera tarea se tratará de realizar una búsqueda de las medidas sostenibles que se pueden realizar a la hora de seguir una ruta. Para poder incluirlas en la guía. Así como sendas y rutas en sí para comenzar a ilustrarlas y explicarlas, y buscar los referentes gráficos para comenzar la etapa de ideación.

Por otro lado se profundizará en las características técnicas de las especies de animales y vegetación que habitan la zona para poder ilustrarlas posteriormente.

Planificación de contenidos:

Una vez seleccionado el contenido que compondrá la guía, se ordenarán por capítulos.

Definir la identidad:

Determinando el tono verbal de la guía, los elementos visuales clave que servirán para identificar los conceptos, los valores, la personalidad, la misión y visión, la propuesta de valor.

Ilustrar:

Se maqueta el interior de la guía y se elaborarán las ilustraciones que narran las rutas y biodiversidad de la zona.

3.2 ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Para analizar el contexto en el que se desarrolla esta Guía, debemos tener en cuenta varias cuestiones empezando por la situación actual de Puebla de Arenoso: se trata de un municipio situado en la comarca del Alto Mijares, en la provincia de Castellón, Comunidad Valenciana, España.

Este municipio se caracteriza por su riqueza paisajística natural, comprendido en un entorno montañoso que permite numerosas oportunidades para actividades al aire libre como el senderismo.

A pesar de ello, como muchas zonas rurales en España, Puebla de Arenoso sufre ciertos desafíos relacionados con la despoblación y la falta de desarrollo económico sostenible.

Como posible punto en contra, sería la viabilidad en la realización de esta Guía física, pues esta despoblación provoca una reducción constante en los servicios disponibles y una menor dinamización económica.

Asimismo, esta zona tiene un gran potencial turístico gracias a sus paisajes naturales, su patrimonio histórico como el Castillo de Arenoso y sus rutas de senderismo.

Es por todo ello que esta guía, puede servir como elemento atrayente de turistas interesados en el ecoturismo y en las actividades al aire libre, promoviendo el turismo sostenible al mismo tiempo que diversificando la economía local, ofreciendo así nuevas oportunidades de empleo y negocio.

En el contexto actual, la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad son temas prioritarios por lo que la promoción de un turismo responsable y respetuoso es un punto clave en la conservación del entorno natural de Puebla de Arenoso para las futuras generaciones.

Si analizamos el contexto desde una perspectiva más amplia, esta guía se inscribe en una tendencia creciente hacia el turismo de naturaleza y el ecoturismo que los visitantes buscan huyendo de las aglomeraciones de las ciudades, situando así a este lugar en un lugar favorable para captar este



Fig. 3. Vista cenital Puebla de Arenoso. Fuente: Google Maps

segmento de mercado.

Esto se ha visto reforzado debido a la pandemia de COVID-19 reciente desde los últimos 4 años, ya que ha cambiado las preferencias de viaje de muchas personas.

El desarrollo de esta guía también se beneficia del apoyo de las autoridades regionales y locales, ya que puede contribuir al desarrollo socioeconómico de la comarca. Esta colaboración con la comunidad local, es esencial para asegurar que los beneficios del turismo ayuden al bienestar de los habitantes y se distribuyan equitativamente, así como para el mismo éxito de la guía.

3.2.1 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Actualmente la mayor competencia de *Pasos y Raíces* será digital. Plataformas como AllTrails o Wikiloc, ofrecen una amplia base de datos de rutas de senderismo, ciclismo y otras actividades al aire libre a nivel mundial. Los usuarios de estas aplicaciones tienen la posibilidad de acceder a mapas interactivos con las descripciones de las rutas y ver las reseñas de otros usuarios.

Una de las mayores funcionalidades de estas plataformas son el seguimiento GPS y la posibilidad de descargar mapas offline. Además en el caso de Wikiloc, la mayoría de sus rutas son generadas a partir de los propios usuarios por lo que se genera una comunidad colaborativa.

Por otro lado, la calidad de estas rutas puede disminuir, ya que a menudo son generadas por personas no profesionales, tienen menos enfoque en contenido editorial y suelen estar enfocadas a un público global por lo que puede diluirse la atención específica en zonas pequeñas como Puebla de Arenoso.

Respecto a la competencia física o impresa, cabría destacar las Guías de Senderismo de la Editorial Alpina, conocida por sus guías de senderismo detalladas y mapas topográficos de alta calidad en España. Así como las Guías Cicerone, que publica guías detalladas sobre senderismo y otras actividades al aire libre, enfocándose en rutas específicas de Europa, incluida España.

A pesar de ello, estas tienen una menor interacción con los usuarios y menor actualización de las rutas en comparación con las plataformas digitales.

Asimismo, tienen un alcance limitado y son menos personales y cercanas que *Pasos y Raíces* por ser más genéricas.

Con esta recopilación de información se puede establecer que para diferenciarse de la competencia, *Pasos y Raíces* proporciona una oferta seleccionada de 5 rutas principales de gran relevancia en el municipio de Puebla de Arenoso desde un enfoque personal que el resto de guías no pueden ofrecer.



Fig. 4. Imagen visual de Wikiloc. Fuente: página web www.wikiloc.com



Fig. 5. Página de *Huertos Rurales*, 2021.

Fuente: Behance



Fig. 6. Logotipo del proyecto *Raíces florideñas*, 2023



Fig. 7. Doble página de *Bosque Seco Tropical*, guía de especies, 2023

Además el interés visual conseguido con las ilustraciones y la experiencia narrativa marcan la diferencia.

Por otro lado, consigue involucrar a la comunidad local en la creación y mantenimiento de las rutas, ofreciendo una experiencia más auténtica y conectada con la cultura y entorno local.

3.2.2 REFERENTES GRÁFICOS

Uno de los principales referentes gráficos ha sido la propia web de *enduroland*, ya que ha consistido en un rediseño de la descripción de estas rutas. La competencia digital también ha sido un punto clave inspirándome en su interfaz fácil de navegar. Asimismo mis iconos deberían ser claros, concisos y reconocibles fácilmente.

Por otro lado, se han establecido como referentes gráficos estos proyectos encontrados en la plataforma Behance:

Huertos Rurales, por Mariana Costa, en el cual se utiliza una composición limpia y ordenada, con un enfoque claro y accesible de la información. La disposición del texto que incluye es equilibrada, lo cual facilita una lectura cómoda.

La narrativa visual de este proyecto está basada en ilustraciones detalladas que complementan el contenido educativo, pues son claras y funcionales de manera que refuerzan el contenido escrito. La tipografía que utiliza es moderna y legible, adecuada para este tipo de manual y esta combinación de una serif y otra sans-serif añade dinamismo sin comprometer la legibilidad. La paleta está basada en colores inspirados en la naturaleza y coherentes con la temática de los huertos.

En el caso del proyecto ***Raíces florideñas*** por Studio Banana, cabe destacar que ha sido referente por sus mapas detallados y gráficos informativos, ya que consigue enfocar la atención del usuario en ellos gracias a su composición centrada y simétrica. La narrativa visual de este proyecto se ve reforzada por el uso extensivo de iconografía y líneas que guían al usuario a través de las rutas.

Asimismo, la ***Guía de especies Bosque Seco Tropical***, por Diego Cobos, destaca por su composición, rica en imágenes y organizada de manera que el lector pueda encontrar fácilmente lo que busca a través de las fichas informativas. Como elemento principal en el lenguaje visual, destaca la representación detallada de especies con ilustraciones precisas que complementan el texto descriptivo.

Finalmente y centrándome en la definición del estilo que tendrían la ilustraciones de mi guía, se ha realizado un análisis exhaustivo del estilo gráfico de **Eliza Southwood** una ilustradora británica nacida en Londres, Reino Unido en 1974. Su estilo es fácilmente reconocible por combinar elementos realistas con un toque expresivo y personal. Utiliza técnicas como



Fig. 8. Ilustración de Eliza Southwood.

Fuente: www.elizasouthwood.com

la acuarela y la tinta consiguiendo trabajar capas de color y transparencias y detalles y contornos nítidos. Del mismo modo utiliza las técnicas digitales con las que perfecciona sus obras manteniendo la textura.

Se puede observar además, que cuida mucho la composición de sus ilustraciones, centrando al sujeto principal y equilibrándolo con los elementos de fondo (aspecto que será clave en las ilustraciones de *Pasos y Raíces*)

Lo más destacable de esta ilustradora es su capacidad para contar una historia en cada ilustración a través de la expresión de los sujetos, la interacción entre , los elementos y la sensación de vida y movimiento que consigue con el minucioso trabajo de luces, sombras y texturas.

El elemento clave aquí será por tanto, la base realista de fondo con los elementos expresivos, como trazos sueltos y detalles abstractos que añaden dinamismo y emoción a sus ilustraciones

3.2.3 PUNTOS DE CONTACTO

Los puntos de contacto, o *touchpoints*, pueden ser físicos, digitales o una combinación de ambos y funcionan a modo de interacción entre el cliente/ consumidor y la marca a través de un canal específico. La naturaleza de esta interacción puede ser tanto activa como pasiva.

Estos puntos de contacto son fundamentales para construir la experiencia del cliente, ya que se puede aumentar la presencia de la marca y construir la percepción general que tiene el consumidor del producto o de la marca. Es por esto que se debe gestionar cada interacción de *Pasos y Raíces* con el público objetivo de manera estratégica para construir una experiencia de marca coherente y satisfactoria, buscando impactar de manera positiva.

Se llevarán a cabo de la siguiente manera:

OFFLINE:

Publicación física, publicidad en revistas locales o especializadas en senderismo y turismo sostenible. Así como en el ayuntamiento, folletos promocionales y merchandising.

ONLINE:

Redes sociales (instagram y tiktok por ser la más frecuentada por el público objetivo) anuncios en la web del ayuntamiento y en la web de enduroland y en una web propia.

OTROS

Boca a Boca, charlas de Enduroland y presentaciones

3.2.4 BUYER PERSONA

Como elemento clave en la estrategia de marketing se van a definir varios Buyer persona, representando al cliente ideal basándonos en comportamientos, motivaciones y metas, para poder comprender mejor al consu-

midor y cómo satisfacer sus necesidades.

El *target* de esta guía turística se centra en excursionistas de edad entre 20-55 años. Comparten una serie de características como niveles de aptitud física, adecuados para realizar caminatas de diversa dificultad, haber tenido experiencias de senderismo previas generalmente, tienen preocupación por el impacto en la sostenibilidad a largo plazo.

Podrían ser familias orientadas a la naturaleza, profesionales del Turismo Responsable que ofrecen opciones de viaje sostenibles y éticas a sus clientes, o simplemente excursionistas de la zona que buscan hacer más conscientes sus senderos y rutas.



LAURA

30 años. Castellón, Comunidad Valenciana, España

Nivel Educativo: Licenciada en Ciencias Ambientales

Trabajo: Responsable de Sostenibilidad en una empresa

Comportamientos y Preferencias:

Practica senderismo regularmente para conectar con la naturaleza. Utiliza redes sociales para compartir experiencias y descubrir nuevas rutas. Prefiere productos y servicios alineados con prácticas sostenibles.

Motivaciones y Objetivos:

Busca explorar nuevos destinos de senderismo sostenible. Quiere aprender sobre prácticas ecoamigables durante sus excursiones. Motivada por contribuir a la conservación de la naturaleza.

Frustraciones y Obstáculos:

Dificultad para encontrar guías que integren aspectos sostenibles y auténticos. Necesidad de información clara sobre la huella ambiental de las rutas.



JAVIER

40 años. Valencia, Comunidad Valenciana, España

Nivel Educativo: Ingeniero

Trabajo: Empresario

Comportamientos y Preferencias:

Realiza viajes en familia centrados en actividades al aire libre. Prefiere rutas que sean seguras y adecuadas para niños. Utiliza aplicaciones móviles para planificar y llevar un registro de sus excursiones.

Motivaciones y Objetivos:

Quiere proporcionar a su familia experiencias auténticas y educativas. Busca rutas que combinen la belleza natural con la historia local. Valora la seguridad y comodidad durante las excursiones familiares.

Frustraciones y Obstáculos:

Dificultad para encontrar guías que se adapten a las necesidades familiares. Falta de información sobre actividades educativas para los niños.

Fig. 9. Resumen de las fichas de persona de Pasos y Raíces

3.3 ESTRATEGIA DE MARCA

“El branding, también conocido como gestión de marca, está conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra”(Elisava, 2023).

A continuación se van a definir los elementos clave que contribuirán a posicionar la marca.

3.3.1 TERRITORIO

“¿Qué se entiende por territorio de marca? Se entiende por territorio de marca el espacio conceptual con que queremos que el público asocie a nuestra marca” (Llorens, 2023).

En *Pasos y raíces*, después del estudio de mercado y del análisis del público objetivo podemos determinar que el territorio que ocupará es el turismo de montaña enfocado a la sostenibilidad. Ya que la propuesta de valor se basa en el enfoque Integral en la Sostenibilidad (diseñado para minimizar el impacto ambiental y social, preservando la belleza natural y cultural de cada destino), en la conexión profunda con la naturaleza y la cultura (permite aprender sobre la historia, las tradiciones y la biodiversidad), la participación activa en la conservación (involucra a los excursionistas en iniciativas de conservación), el impacto positivo en las comunidades locales (turismo ético, sostenible y visibilidad de la zona), y atractivo visual (ilustrado y diseñado de manera atractiva para el consumidor).

3.3.2 VALORES

También con el análisis de la competencia, se pueden extraer los valores comunes por los que se regirá la guía, los llamados valores higiénicos.

En nuestro caso, enfocamos nuestros valores en los valores higiénicos, ya que son los que destacamos de la competencia. Pero además, añadimos otros valores específicos que nos proporcionan ese punto de diferenciación. Los valores higiénicos son, por un lado, los tangibles:

Calidad: Existe un cuidado por los materiales utilizados y que siga en la línea de la sostenibilidad.

Estética: Atractivo clave gracias a las ilustraciones personalizadas para narrar cómo son las rutas.

Concienciación y motivación: Gracias al tono de voz y al estilo de la narrativa, se consigue transmitir mucha energía y ganas de hacer cosas.

Y, por otro lado, los intangibles:

Autenticidad: Son guías únicas que tratan de diferenciarse por el contenido y la manera de explicar las rutas. Aporta esa parte de formación y concienciación que la diferencia del resto.

Concienciación: La guía incluye información educativa sobre cómo cuidar de la montaña mientras se realizan las rutas.

Alternativo: Se contraponen al turismo de montaña poco consciente o común y pretenden crear otro tipo de experiencias que consigan trabajar en la relación del ser humano con la naturaleza.

En cuanto a los valores específicos, *Pasos y Raíces* cuenta con los siguientes:

Próximo: Es un producto pensado y producido desde el primer momento en una zona cercana donde se utilizará, lo que le proporciona, además, un punto de responsabilidad con el medio ambiente y con la zona

Rural: Tanto por el aspecto gráfico como por el contenido, será una guía que se aleje del medio urbano, donde predomine la naturaleza y las actividades al aire libre.

3.3.3 TONO DE VOZ

La guía busca transmitir una atmósfera emocional que inspire tranquilidad, autenticidad y entusiasmo por la naturaleza y la cultura local.

Tono profesional. Formal pero cercano

Tranquilidad: colores inspirados en la naturaleza para facilitar la conexión y la transmisión de calma

Autenticidad y cautivación: El lenguaje utilizado en la guía es auténtico y cautivador. Se evitan exageraciones y se utiliza un tono que invita a la conexión personal con la experiencia del senderismo.

Motivación: Contraste de color utilizado estratégicamente para transmitir pasión y motivación. Frases e invitaciones que impulsan a los senderistas a realizar las rutas (Llamadas a la Acción)

Educación y reflexión: Un diseño claro y organizado para facilitar la asimilación de información. Se incorporan también preguntas reflexivas para invitar a los lectores a considerar el significado más profundo de sus experiencias y conexiones con la naturaleza.

Inspiración: Ilustraciones de representación de logro, como cumbres alcanzadas o comunidades beneficiadas, transmiten un mensaje inspirador y optimista.

3.3.4 MISIÓN Y VISIÓN

La misión de *Pasos y Raíces* será proporcionar experiencias de senderismo únicas y significativas, promoviendo la conexión con la naturaleza y la cultura local de manera sostenible. Se trata de dar visibilidad a las rutas de la zona, y a la importancia de respetar y preservar el entorno natural, y contribuyendo al bienestar de las comunidades locales.

En cuanto a la visión, es ser reconocida como fuente prioritaria de búsqueda de turismo sostenible de rutas y senderos, ofreciendo itinerarios que inspiren a los viajeros a explorar el mundo de manera responsable. Se espera crear un impacto positivo en el medio ambiente y fomentar la apreciación de la biodiversidad a lo largo de nuestras rutas.

3.3.5 POSICIONAMIENTO

Para posicionar la guía, se debe primero analizar el concepto: se trata de la manera en la que una marca es percibida en la mente del consumidor en relación con otras marcas del mercado. El concepto de posicionamiento de marca fue introducido por Al Ries y Jack Trout en su libro *Posicionamiento: La batalla por su mente*. Según ellos, “el posicionamiento no es lo que hacemos con el producto, sino lo que hacemos en la mente del cliente” (Ries & Trout, 1981).

Por otro lado, estudiando el escenario de mercado, vemos que está caracterizado por la creciente demanda de opciones de viaje que vayan más allá del turismo convencional, buscando autenticidad, educación y un impacto positivo en el medio ambiente y las comunidades.

Dicho esto, cabe destacar que la Guía Pasos y Raíces se va a diferenciar del resto por su conciencia y cuidado con el medio ambiente, siendo una guía ilustrada cuya finalidad será la alternativa de ocio y senderismo sostenible, apostando por un recurso analógico desarrollado de cara al territorio local.

3.3.6 PERSONALIDAD DE MARCA Y ARQUETIPOS

Según Carl Jung, un psicólogo suizo que desarrolló la teoría de los arquetipos como patrones universales en el inconsciente colectivo, los arquetipos de marca se basan en la idea de que las marcas pueden personificarse y ser distintivas creando una analogía con las personas humanas (Jung, 1959).

La guía *Pasos y Raíces* encajaría con el arquetipo de Explorador o Amanate de la Naturaleza, en el que la conexión profunda con la naturaleza y la búsqueda de experiencias auténticas condiciona el carácter y personalidad de la marca.

Este arquetipo prioriza buscar nuevos horizontes, tanto en cuanto a rutas de senderismo como a conexiones culturales y trata de encontrar maneras de disfrutar conscientemente de la naturaleza.

La idea de los arquetipos en el contexto del branding y marketing fue popularizada por varios autores, pero uno de los libros más influyentes en este tema es *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*. Este libro fue escrito por Margaret Mark y Carol S. Pearson y publicado en 2001 (Mark & Pearson, 2001).

3.4 ACTIVACIÓN

La activación de esta Guía es una etapa crucial para garantizar el éxito de la misma entre su público objetivo. Consiste en la realización de una serie de acciones estratégicas con la intención de presentar la guía al mercado,

generar interés, y fomentar su uso entre los senderistas y amantes de la naturaleza.

En un primer momento se realizará un evento de lanzamiento en la plaza del pueblo como lugar emblemático en el que se dará a conocer el producto. En este evento se distribuirán copias de la guía así como folletos informativos de la misma.

Para aumentar la visibilidad de la guía a través de diferentes canales digitales se realizará una campaña de marketing específica buscando atraer a un público amplio y diverso. Estas acciones se resumirían en realizar perfiles específicos en plataformas clave como Instagram o Facebook, frecuentadas por el público objetivo. En este perfil se realizarán una serie de publicaciones en las que se tratará de crear una comunidad en la que conectar con los usuarios y futuros compradores de la guía. Se buscará el impulso de esta cuenta a través de otras como la del pueblo, Enduroland y la de la comisión de fiestas.

Se creará además un blog en la página web de Enduroland en la que poder realizar el pedido de la guía. Se realizarán una serie de colaboraciones locales con el Ayuntamiento, el bar del pueblo o la Asociación de Ermitas Rurales en las que se podrá incluir el producto en venta en sus eventos y establecimientos. Finalmente se realizará una evaluación del impacto de estas acciones de activación para ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

3.4.1.2 IDENTIDAD VISUAL

La identidad de una marca es la manera en que una empresa es presentada al mundo y cómo quiere ser percibida por sus clientes y la audiencia en general. Es la expresión visual, verbal y emocional de los valores, personalidad y misión de la marca. Incluye elementos tangibles como el logotipo, el eslogan y el diseño, así como aspectos intangibles como la cultura organizacional, la reputación y la conexión emocional con los consumidores.

“Una marca es un conjunto de expectativas, recuerdos, historias y relaciones que, en conjunto, representan la decisión de elegir un producto o servicio sobre otro” (Godin, 2011).

Se utilizan tonos suaves y naturales, como verdes y azules, para transmitir serenidad y conexión con la naturaleza

3.4.1.1 NAMING

Haciendo uso de una de las partes fundamentales del branding, se realiza una investigación de mercado para observar la percepción de los posibles nombres que resultan de una primera lluvia de ideas.

Este proceso es imprescindible porque el nombre es la primera impresión

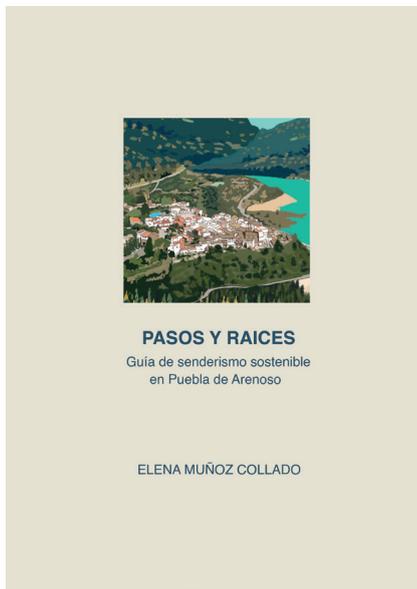


Fig. 10. Diseño de portada de *Pasos y Raíces*.

que los clientes potenciales tienen de un producto o empresa.

En esta lluvia de ideas inicial se obtienen nombres como: Senda y Arraigo y Pasos y Raíces.

Tras realizar una búsqueda y ver que ambos podrían ser un buen nombre, ya que los dos hacen alusión al concepto de rutas y de cultura, se decide pedir *feedback* a personas de la zona y a excursionistas, que se decantaron por “Pasos y Raíces”, ya que la palabra “pasos” determina una manera más gráfica el objetivo de crear esas ganas de realizar pequeñas acciones para cuidar del medioambiente.

Además “Pasos” refleja la acción de caminar y explorar, mientras que “Raíces” simboliza la conexión profunda con la naturaleza.

Por otro lado “Raíces” se establece como un símbolo de arraigo a la tierra y sostenibilidad y como compromiso con la preservación y el respeto por la historia y las tradiciones locales a lo largo de las rutas.

Como último paso y antes de determinar como definitivo el nombre, se comprueba en el Registro Español de Patentes y Marcas (OEPM) que no existe ninguna marca con estas palabras y que por lo tanto estaba libre.

3.4.1.3 TIPOGRAFÍA

La tipografía que formará el título, subtítulo y cuerpo de texto de toda la guía es la Helvética. Una tipografía sin serifa desarrollada por Max Miedinger con la colaboración de Eduard Hoffmann en 1957.

Se trata de una de las tipografías más utilizadas en diseño gráfico y editorial gracias a su claridad, estética moderna y legibilidad.

Su uso en esta guía es fácilmente justificable, ya que es evidente la necesidad de hacer accesible y comprensible a simple vista la información de la misma.

Además esta tipografía es muy versátil, lo que permite la adaptación a diversos formatos y contextos, desde encabezados hasta notas al pie.

Con el uso de los diferentes tamaños y estilos (negrita, cursiva...) permite la creación de jerarquías visuales claras, mejorando la organización del contenido.

Esta elección refuerza la percepción de calidad, profesionalidad y atención al detalle, ayudando así a generar confianza en el lector.

HELVÉTICA

ABCVEFGHIJKL
NÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqr
tuvwxyz

Fig. 11. Ejemplo de la tipografía utilizada en *Pasos y Raíces*.

3.4.1.4 PALETA CROMÁTICA

La paleta de colores se compone de tonos inspirados en la naturaleza, incluyendo verdes, marrones y beige. Estos colores ayudan a acercarse al entorno natural y rural de Puebla de Arenoso, creando una conexión visual directa con los paisajes que se describen en la guía.

Esta paleta de colores sugiere tranquilidad, frescura y autenticidad, atributos que refuerzan los valores de la guía.

Esta paleta de colores coherente asegura una experiencia visual armoniosa y agradable en la que la saturación de los colores es similar para garantizar este efecto. A pesar de ello conseguimos resaltar algunos elementos con algo más de saturación en el tono verde agua, así como en el uso de colores complementarios entre sí. Así estos colores consiguen integrar todos los elementos gráficos e ilustraciones en una narrativa visual cohesiva.

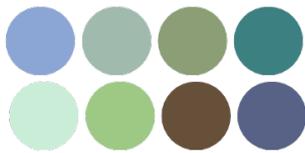


Fig. 12. Paleta cromática base utilizada en *Pasos y Raíces*

3.4.2 PUBLICACIÓN EDITORIAL

A la hora de materializar la guía de manera física, el formato será un libro en A5, compacto y manejable, apto para llevar en la mochila durante la realización de las rutas.

Este formato permite un equilibrio perfecto entre la portabilidad y la legibilidad de su contenido.

Se optará por una encuadernación rústica con tapa dura, resistente y flexible, adecuada para su uso en exteriores.

Por otro lado el papel será de gramaje medio para las páginas interiores, garantizando su durabilidad y resistencia a su uso continuado. Para poder evitar los reflejos y facilitar la lectura en diferentes condiciones de luz, el papel tendrá un acabado mate.

Del contenido de la guía se detallarán una introducción con las recomendaciones a seguir durante la ruta, así como las recomendaciones previas de preparación (todas ellas buscando la sostenibilidad), seguida de un apartado con la descripción e ilustración de 5 de las rutas más importantes de la zona, un apartado sobre la biodiversidad de la zona y un último apartado sobre el proyecto de Adopta un sendero. En algunos de estos apartados dentro de las rutas se incluirán lugares importantes histórica y culturalmente para la región como el Castillo de Arenoso.

3.4.2.1 DINÁMICA DE LA GUÍA

La guía *Pasos y Raíces*, está diseñada para ser una herramienta dinámica y multifuncional que, al mismo tiempo que proporciona información detallada sobre las rutas de senderismo, promueve la interacción continua y significativa con el entorno rural de Puebla de Arenoso.

Para ello, se encuentran elementos dinámicos de estructura modular en la que hay una división clara por secciones permitiendo a los usuarios seleccionar la información que necesitan en cada momento.

Dado que tiene pocas, páginas no es necesario enumerarlas, pero sí se requiere una división y señalización clara de los contenidos.

3.4.2.2 DESARROLLO DE LA PUBLICACIÓN

El modelo realizado para el TFG es un ejemplar de tapa dura y mayor ca-

lidad para tratar de lucir al máximo posible el trabajo realizado. En cambio, para poder comercializar más ejemplares es necesario reducir costes en la impresión por lo que se deberá imprimir sin tapa dura y a ser posible en papel reciclado.

Se escogerá una imprenta que cumpla con certificaciones medioambientales, buscando que todo el proceso sea lo más sostenible posible.

3.4.2.3 PRUEBA CON LOS USUARIOS

Los objetivos principales de esta primera prueba con usuarios es observar si sirve como producto benéfico que comprarían. Se busca valorar la usabilidad y la comprensión de las instrucciones, pero principalmente la experiencia completa del usuario.

Una vez identificadas a las personas que cumplen con el perfil de usuario, se les proporcionará un ejemplar con el que deberán realizar algunas de las rutas y dar su opinión mediante un breve cuestionario acerca de la información proporcionada y las ilustraciones.

El tiraje inicial de venta tras las modificaciones realizadas a partir de las evaluaciones de la prueba, será de 100 copias con la posibilidad de reimpresión según la tirada. Se trata de ejemplares de edición limitada a modo de prueba.

Los puntos de venta físicos serán el Ayuntamiento y el Bar La Puebla y el punto de venta *Online* será la web de Enduroland como un producto más de su merchandising con fines benéficos

3.4.3 ILUSTRACIONES

Todas las ilustraciones de esta guía han sido realizadas mediante el software Adobe Photoshop utilizando herramientas de pincel. Se ha optado por la ilustración digital para adaptarse al estilo publicitario, llamativo y comercial.

A pesar de ello se ha buscado transmitir personalidad a través de ciertos recursos gráficos como la diferenciación de algunos objetos con una fina línea característica.

Se trata de realizar una interpretación de los paisajes que se verán en estas rutas, añadiendo elementos que ayuden a reforzar el imaginario del usuario y despierten atracción e interés por su parte de esos lugares.

3.4.3.1 COMPOSICIÓN Y NARRATIVA

En términos de equilibrio, se han querido armonizar y distribuir los elementos, de manera que genere una experiencia visual agradable en el usuario. Esto requiere distribuir los elementos de manera que los pesos visuales estén colocados de estratégicamente para favorecer la lectura y cuidar la proporción y el espacio en blanco para permitir que los gráficos respiren y tengan protagonismo.

Por un lado, encontramos las páginas más informativas, con una composi-

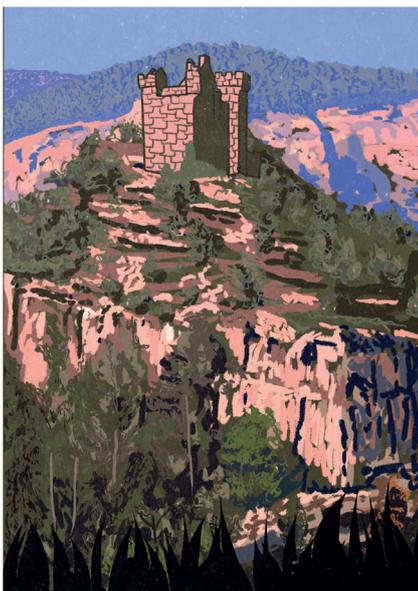


Fig. 13. Ilustración de Pasos y Raíces.

ción clásica y jerárquica, en la que visualmente entendemos en recorrido de la ruta y seguidamente a la derecha encontramos las características principales de la senda. La información es visualmente clara y relevante.

Asimismo, para ayudar a crear una narrativa visual, se trabaja la profundidad y perspectiva a través de la superposición de elementos, la desaturación de los colores en el fondo así como la variación de su tamaño, la distribución de la luz en las escenas y el uso de líneas de horizonte.

Para conseguir guiar al lector a lo largo de la lectura, se han organizado los elementos dentro de las dobles páginas de manera secuencial, destacando los puntos de referencia importantes y los cambios en el paisaje.

Estas ilustraciones buscan transmitir emociones como la curiosidad por la zona y crear una sensación de aventura para involucrar al lector. Es por esto que se muestran escenas dinámicas en algunas de ellas, en las que se captura la esencia de la experiencia del senderismo.

En resumen, las ilustraciones de tu guía de senderismo podrían ser visualmente atractivas y narrativamente significativas, guiando al lector a través de la experiencia de explorar las rutas propuestas de manera emocionante y educativa.

3.4.3.2 ESTILO GRÁFICO

Para hablar del estilo gráfico elegido para la representación de estos paisajes y especies, debemos explicar el uso del color. Este es crucial para transmitir emociones y evocar todo aquello que se desea conseguir con la guía.

El contraste entre los distintos elementos favorece la identificación y la lectura de los mismos.

Del mismo modo, los detalles ayudan a generar riqueza visual al mismo tiempo que rememoran algunas texturas de la naturaleza. Algunas de estas características presentes en la guía las encontramos también en la geografía del lugar para enriquecer la experiencia visual.

Se ha creado un lenguaje visual en el que la textura y la línea de algunos elementos como los animales o las casas del pueblo, destacan creando contraste con un plano más bidimensional del fondo.

Esto ayuda a crear una narrativa en la que el lector puede identificar los puntos que se desean resaltar.

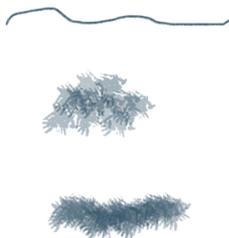


Fig. 14. Ejemplo del estilo de trazo y pincel utilizado en *Pasos y Raíces*.

3.5 PREVISIÓN DE IMPACTO

Esta guía prevee su impacto basado en varios aspectos clave que recogen sus objetivos de promocionar el turismo sostenible, fomentar la conciencia ambiental, el desarrollo económico local y mejorar la experiencia del visitante en base a la valoración cultural y natural, así como su contribución a la conservación y preservación del entorno.

Es por esto que se espera que su éxito vaya más enfocado al propio impacto en las conciencias de los consumidores que a la cantidad de ejemplares vendidos.

En este punto y con esto claro, se procede a contactar con instituciones

como el Ayuntamiento de Puebla de Arenoso y Enduroland MTB. Entidades que pueden ser un motor para la implementación y difusión del proyecto.

3.5.1 PRESUPUESTO Y VIABILIDAD

Como todo proyecto profesional, es necesario realizar un presupuesto para organizar y delimitar los costes que supondría el desarrollo real, tanto de la parte de análisis previa, activación, estrategia, como de la realización de las ilustraciones, diseño editorial y finalmente la impresión.

Por un lado, la tabla 2, se desglosa el precio de los elementos desarrollados en la guía:

CONCEPTO				PRECIO	
ANÁLISIS					
Análisis del contexto, la competencia, referentes, público objetivo.				350	
CONTENIDO					
Análisis de las rutas, la biodiversidad y las prácticas sostenibles en la montaña.				350	
ESTRATEGIA					
Desarrollo del territorio, valores, visión y misión, posicionamiento y personalidad.				600	
ACTIVACIÓN					
Desarrollo de la marca: naming e imagen visual.				1000	
PUBLICACIÓN					
Maquetación y diseño editorial de la guía				700	
ILUSTRACIÓN					
Ilustraciones interiores				2000	
				Base imponible	5000
				IVA 21%	1050
				IRPF 7%	-350
				TOTAL	5700

Tabla 2. Presupuesto de diseño de *Pasos y Raíces*.

Por otro lado, en la tabla 3 se desglosa el precio de producción de 100 ejemplares.

CONCEPTO				PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
LIBRO COLOR						
PÁGINAS				3,35	100	335
Tintas 4+4 (Color CMYK 2 caras) De 148 mm x 210 mm. Papel estucado mate 250g						
PORTADA						
Tintas 4+4 (Color CMYK 2 caras). Plástico mate. Papel estucado mate 300g						
Desarrollo del territorio, valores, visión y misión, posicionamiento y personalidad.						
ENCUADERNACIÓN						
Encolada (Rústica fresada)						
					Base imponible	335
					IVA 21%	13
					TOTAL	348

Tabla 3. Presupuesto de la primera tirada de 100 ejemplares de *Pasos y Raíces*.

Observando estos presupuestos, obtenemos que podría ser viable la fabricación y venta de esta guía en una primera tirada con la que observar el éxito del producto.

4. CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas tras la realización de este proyecto, se basan en los objetivos iniciales del mismo.

Es un refuerzo integral que ha combinado la promoción del ecoturismo, la educación ambiental, la puesta en valor del patrimonio natural y cultural de Puebla de Arenoso.

Esta guía ha sido diseñada con el objetivo de promover el turismo responsable y sostenible, tratando de destacar las rutas y senderos de manera que puedan ser disfrutadas por los visitantes sin causar un impacto negativo significativo.

Busca principalmente establecer un cambio de perspectiva hacia el excursionista o ciclista como erosionador de la montaña y trata de hacer entender que debe suceder un giro en la manera de relacionarnos con la naturaleza.

Esta guía sirve como herramienta educativa en la que los usuarios pueden aprender sobre la importancia de la biodiversidad de la región a la hora de visitar una zona.

Del mismo modo, tiene el potencial de dinamizar la economía local al atraer turistas interesados en experiencias de conexión con la montaña. Ya que puede traducirse en ingresos para los negocios locales de la zona como alojamientos, restaurantes y pequeños comercios.

Como detalle final, cabe remarcar que este proyecto no es solo de valor funcional, sino que destaca especialmente por su interés artístico, en el que una zona es representada gráficamente con ilustraciones atractivas que te harán sentir dentro de estos paisajes.

5. BIBLIOGRAFÍA

Ap, J. (2006). *Ecotourism and sustainable development*. Chelsea Green Publishing.

Ayuntamiento de Puebla de Arenoso. (2023). *Puebla de Arenoso* <https://www.puebladearenoso.es/>. Consulta: 20 de abril de 2024.

AllTrails. (2023). *AllTrails*. <https://www.alltrails.com/es/>. Consulta: 8 de abril de 2024.

Cicerone. (2023). *Cicerone guides*. <https://cicerone.guide/>. Consulta: 2 de mayo de 2024.

Editorial Alpina. (2023). *Editorial Alpina*. <https://www.editorialalpina.com/es/>. Consulta: 28 de abril de 2024.

Elisava. (2024). ¿Qué es el branding y cuál es su objetivo? <https://www.elisava.net/que-es-branding/>. Consulta 2 de mayo de 2024

EndurolandMTB. (2023). ¿Qué es EndurolandMTB? *EndurolandMTB*. <https://endurolandmtb.com/sobre-nosotros/que-es-endurolandmtb/> Con-

sulta 4 de enero de 2024

Eurostat. (s. f.). *Criterios de densidad poblacional*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/eurostat> (consultado en abril de 2024). Consulta 10 de enero de 2024

Godin, S. (2011). *We are all weird: The rise of tribes and the end of normal*. Do You Zoom, Inc.

Google Maps. (2023). *Ubicación de Puebla de Arenoso*. <https://www.google.es/maps/place/12428+Puebla+de+Arenoso,+Castell%C3%B3n/@40.103783,-0.5954502,17z/data=!3m1!4m6!3m5!1s0xd5fd2d7ec068e81:0x6721fd8428f1f792!8m2!3d40.1043981!4d-0.5922985!16s%2Fg%2F11cn5r51ct?hl=es&entry=ttu>. Consulta: 23 de abril de 2024.

Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development*. Google Books. Disponible en: https://books.google.es/books/about/Ecotourism_and_Sustainable_Development.html?id=Qm_RonNzC7sC&redir_esc=y. Consulta: 1 de abril de 2024.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (s. f.). *Definiciones de municipios rurales*. Recuperado de <https://www.ine.es/> (consultado en marzo de 2024).

Instituto Nacional de Estadística. (2023). *INE*. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=525>. Consulta: 3 de marzo de 2024.

Jung, C. G. (1959). *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*. Trotta. Consulta: 9 de marzo de 2024.

Leave No Trace. (2023). *Leave No Trace España*. <https://lnt.org/es/>. Consulta: 15 de abril de 2024.

Llorens, C. (2023, 20 junio). ¿Cómo definir tu territorio de marca? La clave para un buen branding. *Real Brands*. <https://summa.es/blog/territorio-de-marca/>. Consulta 9 de marzo de 2024.

Manual sobre Huertos Rurales. (2021). *Behance*. <https://www.behance.net/gallery/116908343/Manual-sobre-Huertos-Rurales>. Consulta: 15 de enero de 2024.

Mark, M., & Pearson, C. S. (2001). *The hero and the outlaw: Building extraordinary brands through the power of archetypes*. McGraw-Hill. Consulta 9 de marzo de 2024.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2001). *Manual de buenas prácticas ambientales*. https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269_41.pdf. Consulta: 15 de mayo de 2024.

National Geographic Society. (s.f.). *Trails Illustrated maps*. National Geographic Maps. Consulta 9 de marzo de 2024.

OECD. (2023). *OECD estadísticas*. <https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/>. Consulta: 10 de marzo de 2024.

Oficina Española de Patentes y Marcas. (2023). *OEPM*. <https://www.oepm.es/es/>. Consulta: 25 de mayo de 2024.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización Mundial del Turismo (OMT), & Alianza para las Montañas (MP). (s. f.). *Un nuevo informe destaca el potencial del turismo para los ecosistemas y las comunidades de montaña*. <https://www.unwto.org/es/news/un-nuevo-informe-destaca-el-potencial-del-turismo-para-los-ecosistemas-y-las-comunidades-de-montana>. Consulta 20 enero de 2024.

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (s. f.). *Definición de municipios rurales*. Recuperado de <https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/>. Consultado el 10 febrero de 2024

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Informe de la OMT sobre senderismo y turismo sostenible*. OMT. Consulta: 15 de mayo de 2024.

Pedraza Gómez, C. (2019). *Turismo en los entornos rurales: teorías y experiencias*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Pedraza-Gomez-2/publication/331047565_Turismo_en_los_entornos_rurales_teorias_y_experiencias/links/5edfe038a6fdcc4768942890/Turismo-en-los-entornos-rurales-teorias-y-experiencias.pdf. Consulta: 17 de marzo de 2024.

Ries, A., & Trout, J. (1981). *Posicionamiento: La batalla por su mente*. McGraw-Hill. Consulta: 15 de mayo de 2024.

Ruta turística diseño de mapa (2023). *Behance*. <https://www.behance.net/gallery/179754569/Ruta-turistica-diseno-de-mapa>. Consulta: 22 de enero de 2024.

Solsona, J. (2014). *Análisis prospectivo del turismo rural*. Cuadernos de turismo. Consulta: 30 de mayo de 2024.

Southwood, E. (2023). *Eliza Southwood*. <https://www.elizasouthwood.com/>. Consulta: 12 de febrero de 2024.

Summa. (2023). *Territorio de marca*. <https://summa.es/blog/territorio-de-marca/>. Consulta: 10 de mayo de 2024.

The Leave No Trace Center for Outdoor Ethics. (n.d.). *Leave No Trace*. <https://lnt.org>. Consulta: 2 de mayo de 2024.

Turismo de montaña | ONU Turismo. (s. f.). [https://www.unwto.org/es/turismo-montana#:~:text=El%20turismo%20de%20monta%C3%B1a%20es,fauna\)%20y%20una%20comunidad%20local](https://www.unwto.org/es/turismo-montana#:~:text=El%20turismo%20de%20monta%C3%B1a%20es,fauna)%20y%20una%20comunidad%20local).

UNWTO. (2023). *Organización Mundial del Turismo*. <https://www.unwto.org/es>. Consulta: 25 de marzo de 2024.

UNWTO. (2023). *Un nuevo informe destaca el potencial del turismo para los ecosistemas y las comunidades de montaña*. <https://www.unwto.org/es/news/un-nuevo-informe-destaca-el-potencial-del-turismo-para-los-ecosistemas-y-las-comunidades-de-montana>. Consulta: 5 de febrero de 2024.

Wikiloc. (2023). *Rutas de senderismo en Puebla de Arenoso, Comunidad Valenciana*. <https://es.wikiloc.com/rutas/senderismo/espana/comunidad-valenciana/puebla-de-arenoso>. Consulta: 25 de febrero de 2024.

6. INDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Vicent Reig, fundador de Enduroland MTB. Fuente: Podcast “Héroes del Sendero”	8
Fig. 2. Ubicación Puebla de Arenoso. Fuente: Google Maps.....	11
Fig. 3. Vista cenital Puebla de Arenoso. Fuente: Google Maps.....	14
Fig. 4. Imagen visual de Wikiloc. Fuente: página web ww.wikiloc.com.....	15
Fig. 5. Página de Huertos Rurales, 2021. Fuente: Behance.....	15

Fig. 6. Logotipo del proyecto Raíces florideñas, 2023.....	15
Fig. 7. Doble página de Bosque Seco Tropical, guía de especies, 2023.....	15
Fig. 8. Ilustración de Eliza Southwood. Fuente: www.elizasouthwood.com .	16
Fig. 9. Resumen de las fichas de persona de Pasos y Raíces.....	17
Fig. 10. Diseño de portada de Pasos y Raíces.....	22
Fig. 11. Ejemplo de la tipografía utilizada en Pasos y Raíces.....	22
Fig. 12. Paleta cromática base utilizada en Pasos y Raíces.....	23
Fig. 13. Ilustración de Pasos y Raíces.....	24
Fig. 14. Ejemplo del estilo de trazo y pincel utilizado en Pasos y Raíces.....	25

7. INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de <i>Pasos y Raíces</i> a través del diagrama de Gantt.....	12
Tabla 2. Presupuesto de diseño de <i>Pasos y Raíces</i>	26
Tabla 3. Presupuesto de la primera tirada de 100 ejemplares de <i>Pasos y Raíces</i>	26

8. ANEXOS

8.1 ODS (ADJUNTO A LA MEMORIA)

8.2 PASOS Y RAÍCES (ADJUNTO A LA MEMORIA)

8.3 PREPRODUCCIÓN PASOS Y RAÍCES (ADJUNTO A LA MEMORIA)