



La visión de la empresa: ¿Qué busca el usuario y cliente de Vías Verdes?

Una nueva vida para los trazados **ferroviarios** desde 1993

Jornada Final Proyecto Experimenta Vías Verdes

Murcia, 25 de septiembre de 2025

Chus Blázquez

www.rutas pangea.com



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



En 1993 nació en España el Programa de Vías Verdes con el objetivo de dar un nuevo uso a los antiguos trazados ferroviarios en desuso como itinerarios no motorizados para senderistas y ciclistas: “Vías Verdes”



Tenían magia, historia,
un relato que contar



Haciendo pedagogía de lo que significa el tren y todos sus equipamientos



VÍAS VERDES

Vía Verde del Santander-Mediterráneo

LA SEÑALIZACIÓN DEL ANTIGUO TRAZADO DEL SANTANDER-MEDITERRÁNEO

A lo largo del trayecto que separa Cojóbar del final de esta Vía Verde, en los bordes de la plataforma ferroviaria, podrás observar algunas de estas viejas señales que un día tuvieron su significado para regular la circulación de los trenes por esta vía del Santander-Mediterráneo:

- POSTES KILOMÉTRICOS Y HECTOMÉTRICOS.
- INDICADORES DE RASANTE.

Están situados a lo largo de la línea férrea e indican la situación kilométrica y hectométrica. El número de arriba indica el kilómetro (238) y el de abajo el hectómetro (7). La inscripción de kilómetro y hectómetro aparece por ambos lados.

Su apariencia es muy similar a la de los postes kilométricos. Está situado en los puntos en que cambia el perfil de la vía. Las cifras superiores indican la rasante en milímetros por metro. Las inferiores la longitud del tramo en metros. La flecha intermedia hace referencia al ascenso o descenso. En la cara opuesta aparece la inscripción correspondiente al perfil en el sentido contrario.

Rampa de 11,1 mm/m en 780 m. Horizontal en 395 m. Pendiente de 16 mm/m en 1.005 m.

AYUNTAMIENTO DE MODÚBAR DE LA EMPAREDADA

FEDER S.U.D.O.E. Junta de Castilla y León D.C.M.A. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE BURGOS Caja de Burgos

CASTELL D'ARO

Recuperando estaciones

Elementos singulares





Generando oportunidades en territorios que habían perdido la esperanza con la pérdida del tren



Una gran propuesta para desarrollar vacaciones en bicicleta en España y en el mundo

Existen grandes dificultades,
especialmente en el medio rural



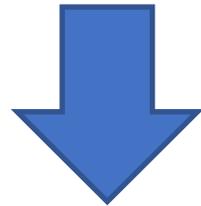


Clientes más experimentados



Oferta poco diferenciada,
pocos productos en el
mercado

- RECURSOS +
- SERVICIOS



SEGMENTACIÓN



Oferta ampliada,
necesitamos más
productos en el mercado

- RECURSOS +
- SERVICIOS +
- ACTIVIDADES +
- EXPERIENCIAS

**Colaborar con los TT00.
Aprender de los casos de éxito y
de los productos más demandados**



Ahora nuestra tarea es posicionarnos en los mercados europeos y llegar a nuevo público



Vías Verdes

como producto turístico

Modelo único:
recuperación de
antiguos trazados
ferroviarios.

Espacios seguros,
sostenibles y
accesibles.

Recurso
estratégico en
turismo activo y
cultural.



Conservando el pasado mirando hacia el futuro







¿Cómo es el cliente que compra viajes en las Vías Verdes?

Público nacional e internacional.
El valor de una marca.

Edad media:
40-65 años.
Nivel educativo medio-alto.
Viajes en pareja, amigos o familia.

En nuestros viajes por Vías Verdes:
70% mujeres
30% hombres

En el conjunto de viajes la proporción se iguala

¿Qué busca este cliente?

-  Naturaleza y paisaje accesible
-  Seguridad: infraestructuras no motorizadas
-  Señalización clara y continua
-  Servicios complementarios: alquiler, talleres, restauración
-  Relato e identidad territorial

Motivaciones para Viajar en Bicicleta



Disfrute del Viaje y el Ritmo



Exploración y Conocimiento



Beneficios Físicos y Saludables



Contacto con la Naturaleza



Aspecto Social

Disfrute del Viaje y el Ritmo

- Ritmo Lento y Pausado
- Libertad y Movimiento Propio
- Desconexión
- Es otra experiencia
- Divertido / Placer
- Me hace feliz



Exploración y Conocimiento

- Descubrir Nuevos Lugares
- Inmersión en el Entorno
- Aventura
- Turismo a paso lento
- Conocer gastronomía local



Beneficios Físicos y Saludables

- Mejora de la salud
- Ejercicio físico
- Bienestar mental



Contacto con la Naturaleza

- Vivir la naturaleza de cerca
- Sin ruidos
- Llegar donde no hay coches
- Medio de transporte ecológico



Aspecto Social

- Conocer Gente Nueva
- Socialización
- Viajar en grupo
- Compartir afición por el deporte



Tipologías de usuarios según motivaciones

- Deportivos: gravel, MTB light.
- Contemplativos: slow travel.
- Culturales: historia, patrimonio.
- Familiares: ocio con niños.
- Espirituales: peregrinaciones, conexión personal.



Expectativas en evolución

- Crece el turismo internacional.
- Mayor demanda de experiencias guiadas y autoguiadas.
- Aumento del uso de bicicletas eléctricas.
- Interés en productos auténticos, sostenibles y de bajo impacto.
- Demanda de productos complementarios: gastronomía, astroturismo, enoturismo

Lo que más valoran

- Naturaleza + cultura + seguridad.
-
- Buen mantenimiento y señalización.
-
- Autenticidad del entorno rural.
-
- Oferta clara y accesible online.
-
- Experiencias con “alma”: personas, historias, productos locales.

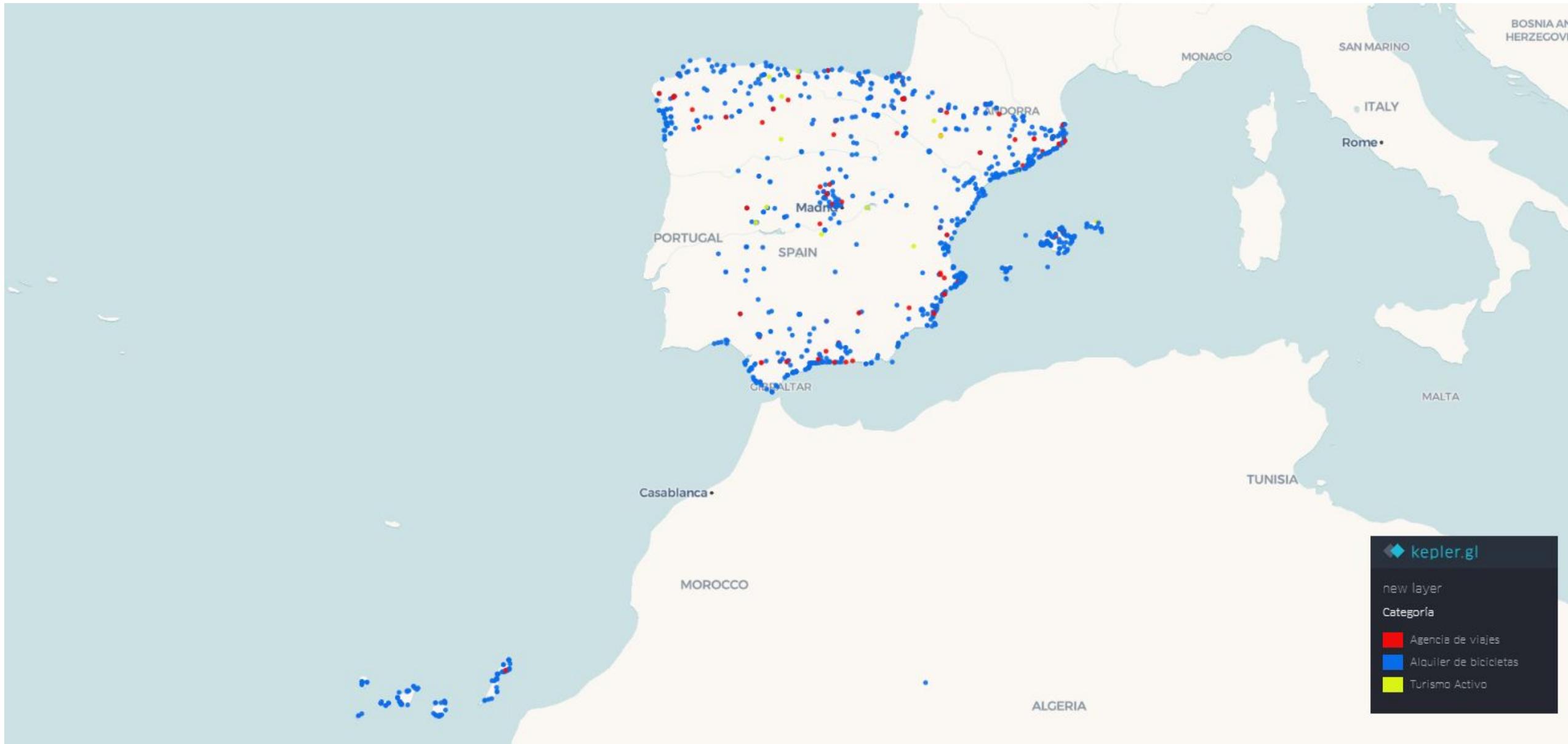


Barreras actuales para los usuarios

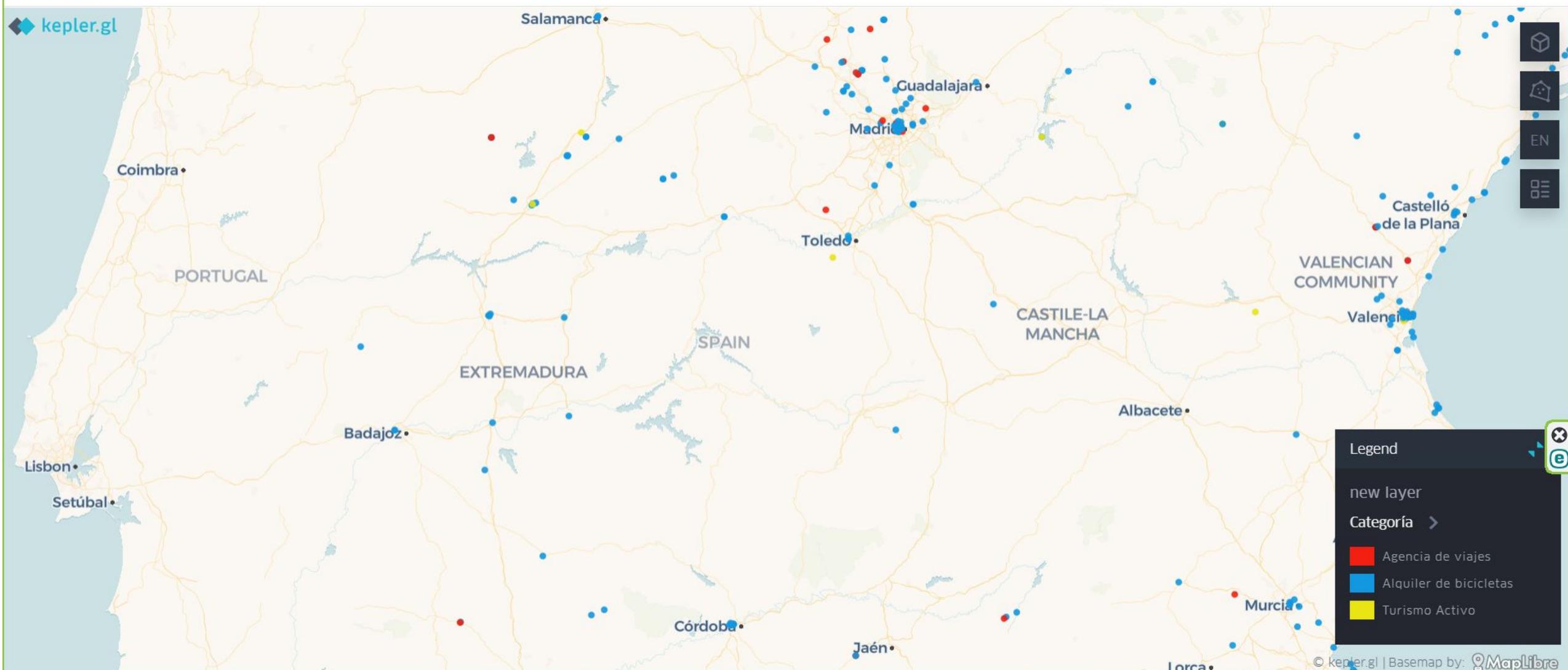
- Acceso difícil a información unificada.
- Infraestructura discontinua en algunos tramos: Aunque los “fideos” han ido creciendo.
- Poca conexión con transporte público.
- Escasez de servicios turísticos en zonas rurales.



Distribución de las empresas del sector



Las Vías Verdes contribuyen a llenar las zonas vacías de nuestro mapa







Así se promocionan nuestros vecinos

- FIETS EN WANDELBEURS



La importancia de una marca país

Portugal

Nuestra competencia no está en la Comunidad Autónoma de al lado.

Es internacional y tiene una estrategia clara de hacia dónde quieren ir.



Oportunidades para empresas

- Transformar rutas en experiencias completas.
- Paquetes a medida según perfil de usuario.
- Vías Verdes como “puerta de entrada” a territorios rurales.
- Productos transversales:
- bicicleta + tren + gastronomía + cultura.



NECESIDADES A CORTO PLAZO

CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

TRABAJAR Y OFRECER FORMACIÓN Y APOYO A LOS EMPRESARIOS LOCALES

CONSOLIDAR MARCAS E ITINERARIOS RECONOCIDOS A NIVEL INTERNACIONAL

MEJORAR LA COORDINACIÓN AAPP Y EMPRESAS

MANTENIMIENTO DE LOS ITINERARIOS

POSICIONAMIENTO EN MEDIOS ESPECIALIZADOS

VENTA DE PRODUCTO A TRAVES DE TTOO ESPECIALIZADOS

Necesidades de promoción y comercialización

- Promoción y comercialización.
- Nuevos soportes de comercialización.
- Mapa de rutas en bicicleta.

- Priorizar focos de atracción.
- Emplearlos en el posicionamiento de las Vías Verdes.
- Continuar trabajando encuentros con los empresarios locales.

- Trabajar los canales de comunicación e información directa.
- Promoción online.
 - Presencia en portales temáticos.
 - Elaboración de famtrips, blogtrips, presstrips y workshops.

NECESIDADES A MEDIO PLAZO

ESTRUCTURAR Y
ESPECIALIZAR LA
OFERTA

NUEVOS
SOPORTES DE
COMUNICACIÓN

CONOCER A
NUESTROS
VISITANTES

MEDIR EL
IMPACTO
ECONÓMICO DE
NUESTRAS RUTAS

Más de



rutas pangea



años
en movimiento

No podemos perder este tren

CALERA Y CHOZAS





Aún quedan muchas Vías por recorrer

- “Las Vías Verdes son mucho más que caminos:
- son itinerarios de vida, salud, identidad y conexión.”

Muchas gracias

- www.rutaspangea.com

