

El Poniente de Granada muestra su potencial como destino a través de un road trip con creadores de contenido

La iniciativa ha recorrido algunos de los principales recursos naturales, patrimoniales y gastronómicos del territorio en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística financiado con fondos Next Generation

viernes 19 de junio 2026



La Diputación de Granada ha desarrollado una acción de promoción turística basada en la creación de contenidos digitales para dar a conocer el Poniente de Granada como destino de turismo sostenible. La iniciativa ha reunido durante un fin de semana a reconocidos creadores de contenido especializados en viajes y turismo experiencial, que han recorrido algunos de los enclaves más representativos del territorio para mostrar a miles de seguidores la riqueza natural, patrimonial y del destino. Han participado Caminando y Zapateando, Viaje Potaje y La Cosmopolilla, quienes han compartido a través de sus canales experiencias, imágenes y vídeos de algunos de los recursos turísticos más singulares del Poniente de Granada.

El diputado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo, Antonio Díaz, ha señalado que “la mejor forma de promocionar el Poniente de Granada es permitir que quienes viven del relato de los viajes conozcan de primera mano un territorio auténtico, sostenible y lleno de experiencias

singulares. El road trip es el colofón a un plan de marketing que ha generado la identidad del destino, así como la web ponientegrana.es con información sobre todas las opciones para disfrutar el Territorio Poniente, complementada con una campaña de marketing online”.

Descubriendo un territorio singular, en el corazón de Andalucía

La acción forma parte de la estrategia de promoción contemplada en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino del Poniente de Granada, financiado con Fondos Europeos Next Generation a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que persigue consolidar un modelo turístico basado en la sostenibilidad, la diversificación de la oferta, la digitalización y la puesta en valor del patrimonio local.

Durante el recorrido, los participantes pudieron descubrir algunos de los espacios que mejor representan la identidad del territorio. En Loja visitaron el entorno de Riofrío y la piscifactoría que produce el primer caviar ecológico certificado del mundo. También recorrieron Sierra Gorda de Loja y su Mirador del Karst, uno de los enclaves geológicos más espectaculares de Andalucía. Situado a 1.669 metros de altitud, este espacio permite contemplar uno de los paisajes kársticos más singulares del sur peninsular, caracterizado por la presencia de dolinas y lapiazes que conforman un escenario natural de enorme valor ambiental y paisajístico.

La historia y el legado de la última frontera de Al-Ándalus tuvieron un papel destacado en el itinerario. En Moclín visitaron el castillo, una de las fortalezas nazaríes más importantes de la provincia, conocido históricamente como el “Escudo de Granada” por los musulmanes y como “La llave de la Vega” por los cristianos debido a su ubicación estratégica. A sus pies visitaron también la Iglesia de la Encarnación, vinculada a la Romería del Cristo del Paño, declarada Fiesta de Interés Turístico de Andalucía y considerada una de las manifestaciones de religiosidad popular más relevantes de la provincia, además de haber inspirado la obra Yerma de Federico García Lorca.

La ruta continuó en Montefrío, donde los creadores de contenido visitaron el conocido mirador que popularizó National Geographic y la antigua Iglesia de la Villa, actual sede del Centro de Interpretación de la Última Frontera de Al-Ándalus. Este espacio patrimonial ha sido objeto recientemente de actuaciones de mejora incluidas en el Plan de Sostenibilidad Turística, entre ellas la renovación de su sistema de iluminación.

En Fuentes de Cesna, Algarinejo, pudieron conocer el yacimiento prehistórico de Villavieja, considerado uno de los principales tesoros arqueológicos del Poniente de Granada. Su impresionante sistema defensivo, integrado por una muralla de 300 metros de longitud y por la protección natural que ofrecen los tajos sobre los que se asienta, constituye un extraordinario ejemplo de la relación entre paisaje, asentamiento humano y defensa del territorio a lo largo de la historia. La visita a este enclave estuvo acompañada por la explicación del arqueólogo Antonio Morgado, que dirige los trabajos de excavación.

El road trip incluyó asimismo la visita al Monumento Natural de los Tajos de Alhama de Granada, el histórico balneario, la antigua cárcel y otros edificios emblemáticos de la localidad, que cuenta con la protección de Conjunto Histórico-Artístico desde 1975.

El recorrido permitió también conocer el entorno del pantano de Los Bermejales y La Resinera, uno de los principales espacios para el disfrute de actividades de naturaleza y turismo activo del territorio, de la mano de Explora Poniente.

La riqueza gastronómica del Poniente de Granada, basada en productos de gran calidad y fuerte arraigo territorial como el aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida Poniente de Granada, el cordero lojeño o el choto, así como los espárragos o las alcachofas de la vega del Genil, tuvieron también su protagonismo, a través de experiencias gastronómicas en restaurantes de referencia como Flati, en Loja, y Casa Piolas, en Algarinejo.

Los creadores de contenido conocieron parte de la amplia oferta de alojamientos del territorio, con establecimientos que apuestan por la calidad, la singularidad y la integración en el entorno, como las casas rurales La Seguriya y Vendederas Boutique Villa o el Hotel El Mirador de Loja, del Grupo Abades.

A través de las publicaciones generadas durante el viaje, el Poniente de Granada amplía su proyección en el entorno digital y fortalece su posicionamiento como un destino de interior capaz de ofrecer experiencias auténticas, sostenibles y conectadas con el patrimonio, la naturaleza y la cultura local. Una apuesta alineada con los objetivos del Plan de Sostenibilidad Turística, que trabaja para incrementar la competitividad del destino y generar nuevas oportunidades de desarrollo económico vinculadas al turismo responsable.