



CAMINO DE SANTIAGO

CAMINO MOZÁRABE - VÍA DE LA PLATA

Uniendo Culturas

Plan de Sostenibilidad y Programa Plurianual de Actuaciones

Proyecto SEMTAYR (Camino Mozárabe - Vía de la Plata)



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGeneration EU

Plan de Sostenibilidad y Programa Plurianual de Actuaciones

Proyecto SEMTAYR
(Camino Mozárabe – Vía de la Plata)

Creación de un sistema de Gestión, Monitorización y Comunicación Virtual para la Mejora de la Experiencia Peregrina en el Camino de Santiago: Vía de la Plata–Camino Mozárabe.

Acción A7: Elaboración de guías: Sostenibilidad de las PYMES asociadas al Camino de Santiago; Transición digital de las PYMES asociadas al Camino de Santiago; Camino de Santiago Inclusivo, Accesible y Seguro; Transferibilidad del Proyecto; Plan de Sostenibilidad.

Componente 14. Plan de Modernización y competitividad del sector turístico
Inversión 4: Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad, proyecto 1 “Desarrollo de producto turístico y modernización del ecosistema turístico”



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGeneration EU

ÍNDICE

4	Introducción
5	Contexto y Justificación
6	Objetivos del Plan
7	Línea 1: Gobernanza Participativa y Colaborativa
8	Línea 2: Transformación Digital e Innovación Tecnológica
10	Línea 3: Accesibilidad e Inclusión en el Camino
12	Línea 4: Impulso de la Sostenibilidad Ambiental en las PYMEs
14	Línea 5: Marketing Turístico Sostenible y Promoción del Camino
16	Línea 6: Formación y Fortalecimiento de Capacidades
18	Cronograma Plurianual de Actuaciones (Resumen)
19	Indicadores de Seguimiento y Evaluación
20	Actores Clave y Responsabilidades
22	Conclusiones

Introducción

El presente documento expone el **Plan de Sostenibilidad** y el **Programa Plurianual de Actuaciones** para el **Proyecto SEMTAYR**. Este proyecto consiste en la creación de un sistema de gestión, monitorización y comunicación virtual destinado a mejorar la experiencia de los peregrinos en la ruta jacobea **Vía de la Plata – Camino Mozárabe**. El plan se centra específicamente en el papel de las **PYMEs de alojamiento y restauración** a lo largo del Camino Mozárabe, reconociendo su importancia para brindar servicios de calidad al peregrino y dinamizar la economía local. Asimismo, se establece un programa de actuaciones a 3 años vista, con líneas de acción concretas, cronograma anual, indicadores de evaluación (KPIs) y responsables identificados para cada iniciativa.

Este plan se ha formulado **alineado con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)** de España y con las políticas europeas de turismo sostenible, incorporando enfoques de **gobernanza participativa, digitalización, accesibilidad e inclusión, marketing turístico sostenible y formación**. De esta manera, se asegura la coherencia con los objetivos nacionales y de la UE en materia de turismo, que promueven la transformación digital, la sostenibilidad medioambiental y socioeconómica, la cohesión territorial y la mejora de la competitividad del sector turístico. En las secciones siguientes se detallan los objetivos específicos del plan y cada línea de actuación propuesta, seguida de un cronograma plurianual, indicadores de éxito y los actores clave encargados de su ejecución.

Contexto y Justificación

El Camino Mozárabe – Vía de la Plata se presenta como un itinerario jacobino de alto interés estratégico, alternativo a rutas más consolidadas que sufren saturación en temporada alta. La estrategia del proyecto SEMTAYR busca posicionar y consolidar esta ruta promoviendo un **modelo de gestión en red apoyado en tecnología avanzada**, que garantice la seguridad del trayecto, facilite el acceso a información y permita monitorizar la ruta en tiempo real, mejorando así la experiencia peregrina e incrementando el impacto económico y social del Camino en las comunidades de su entorno. Las PYMEs locales – tales como alojamientos (albergues, casas rurales, hostales, hoteles) y establecimientos de restauración – son actores fundamentales en dicha experiencia, ya que proveen servicios esenciales al peregrino y generan empleo y riqueza en zonas rurales. Su fortalecimiento y adaptación a prácticas sostenibles resultan cruciales para asegurar un turismo de calidad que redunde en beneficios locales a largo plazo.

El **Plan de Sostenibilidad** se elabora para dar continuidad en el tiempo a las acciones iniciadas por SEMTAYR, garantizando que los logros del proyecto (por ejemplo, la plataforma virtual “Observatorio del Camino”, la red de colaboración entre territorios, etc.) se mantengan y evolucionen una vez finalizada la financiación inicial. Además, responde a la visión de que un turismo sostenible y responsable es clave para la **competitividad a largo plazo** del destino: la propia Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo de la UE subraya que el desarrollo turístico sostenible garantiza la competitividad futura del sector. En línea con esta visión, España ha adoptado la **Estrategia de Turismo Sostenible 2030**, orientada a transformar el modelo turístico hacia un crecimiento sostenido y sostenible, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. Dentro de esta estrategia, iniciativas como la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) integran sostenibilidad, accesibilidad e innovación en la gestión del turismo, principios que este plan incorpora explícitamente.

En el contexto del PRTR, el proyecto SEMTAYR se enmarca en el Componente 14 (Plan de modernización y competitividad del sector turístico), que a través del programa Experiencias Turismo España impulsa la digitalización e inteligencia de destinos turísticos. El objetivo es construir destinos turísticos inteligentes basados en la economía del dato y la interoperabilidad, garantizando un desarrollo sostenible del territorio turístico, **accesible para todos**, que facilite la interacción del visitante con el entorno, mejore la calidad de su experiencia y la calidad de vida de los residentes mediante la innovación digital. Este plan de sostenibilidad contribuye directamente a esos objetivos nacionales y europeos, al proponer medidas concretas que refuerzan la transformación digital de las PYMEs, la transición verde, la inclusión y la colaboración público-privada en el Camino Mozárabe.

Por último, es importante destacar que el turismo sostenible aporta beneficios integrales: promueve la conservación ambiental, **apoya las economías locales fomentando empleo local y el consumo de productos de “kilómetro cero”**, mejora infraestructuras comunitarias, **y preserva el patrimonio cultural y las tradiciones locales**, propiciando un intercambio cultural respetuoso entre visitantes y residentes. Todos estos aspectos son especialmente relevantes en el entorno del Camino Mozárabe, donde confluyen un valioso legado cultural e histórico con ecosistemas rurales frágiles y comunidades que buscan oportunidades para fijar población. En consecuencia, las actuaciones aquí descritas buscan un **equilibrio entre la mejora de la experiencia del peregrino y la sostenibilidad económica, social y ambiental** de los territorios atravesados por la ruta.

Objetivos del Plan

Los objetivos principales de este Plan de Sostenibilidad y su programa plurianual de actuaciones son los siguientes:

- **Garantizar la continuidad y gobernanza** del sistema de gestión implantado por SEMTAYR (Observatorio del Camino y otros recursos) tras la finalización del proyecto, mediante la cooperación de los actores locales en un modelo de gobernanza participativa efectivo.
- **Potenciar la competitividad y sostenibilidad de las PYMEs de alojamiento y restauración** vinculadas al Camino Mozárabe, adaptando sus modelos de negocio a los principios de la economía verde y circular, la transición digital, la inclusión social y los ODS. Se busca que estos pequeños negocios rurales mejoren su eficiencia, calidad y diferenciación basándose en prácticas responsables.
- **Mejorar la experiencia peregrina de forma integral**, asegurando que el Camino Mozárabe sea un itinerario **seguro, accesible e inclusivo** para todo tipo de usuarios (personas con discapacidad, mayores, turistas internacionales, etc.), sin perder su esencia cultural y espiritual.
- **Impulsar el marketing turístico sostenible** de la ruta Vía de la Plata – Camino Mozárabe, aumentando su visibilidad en mercados nacionales e internacionales de manera responsable, destacando sus valores de autenticidad, patrimonio cultural, naturaleza y sostenibilidad para atraer un mayor número de peregrinos de forma equilibrada (evitando la masificación puntual).
- **Desarrollar las capacidades locales mediante formación** continua a los diferentes actores (empresarios, personal de los establecimientos, guías, gestores locales) en materias clave: sostenibilidad ambiental, eficiencia energética, digitalización, atención al peregrino, accesibilidad, marketing y gestión colaborativa. La formación asegurará que el conocimiento generado (por ejemplo, en los manuales de buenas prácticas desarrollados por SEMTAYR) se transfiera y aplique sobre el terreno.
- **Establecer un sistema de seguimiento y evaluación** basado en indicadores (KPIs) claros para cada línea de actuación, que permita medir el impacto de las acciones, corregir desviaciones y asegurar que los objetivos se van cumpliendo año a año, garantizando así la resiliencia del proyecto en el tiempo.

A continuación, se detallan las **líneas de actuación estratégicas** del plan, cada una con sus acciones principales, cronograma, indicadores y responsables, seguidas de un cronograma plurianual resumido y apartados específicos de indicadores, actores y presupuesto.

Línea 1: Gobernanza Participativa y Colaborativa

Descripción Esta línea se centra en crear un modelo de **gobernanza en red** para la gestión sostenible del Camino Mozárabe, involucrando a todos los actores clave de forma participativa. Se establecerá una estructura de coordinación post-proyecto que garantice la toma de decisiones consensuada, la comunicación fluida y la continuidad de las iniciativas. En concreto, se propone la creación de una **Mesa de Coordinación del Camino Mozárabe** (u órgano similar) integrada por representantes de CEDER La Serena (como coordinador del proyecto), de cada Grupo de Acción Local (GDR) socio, de asociaciones de empresarios turísticos (PYMES de alojamientos y restauración), administraciones locales relevantes y otros interesados. Esta mesa se reunirá periódicamente (por ejemplo, trimestralmente) para **planificar, supervisar y ajustar** las acciones del plan de sostenibilidad.

Adicionalmente, la gobernanza participativa implicará **mecanismos de participación ciudadana y de los peregrinos** para recoger sugerencias y evaluar necesidades. Por ejemplo, se podrán realizar encuestas de satisfacción a peregrinos a través del Observatorio o foros anuales con la comunidad local y viajeros para debatir mejoras. También se fomentará la **colaboración interterritorial**: los 30 grupos de desarrollo rural participantes mantendrán la red de cooperación nacional creada por SEMTAYR, compartiendo buenas prácticas y experiencias más allá de la vida inicial del proyecto. Este modelo colaborativo permitirá aprovechar sinergias entre microdestinos a lo largo de la ruta, cohesionando la oferta turística del Camino Mozárabe en las cuatro comunidades autónomas que abarca.

Principales acciones (1) Constituir formalmente la Mesa de Coordinación y definir sus normas de funcionamiento durante el **Año 1**. (2) Firmar acuerdos de colaboración o convenios entre los GDR y otras entidades para respaldar la implementación del plan. (3) Realizar reuniones periódicas de seguimiento (virtuales y presenciales) en **Año 1-3**, con actas y difusión de conclusiones a todos los implicados. (4) Desarrollar un plan de mantenimiento para el Observatorio del Camino: asignar responsabilidades para la actualización continua de la información en la plataforma (por ejemplo, que cada GDR se encargue de verificar los datos de su comarca de forma regular) y para la gestión de la comunidad virtual de peregrinos. (5) Establecer canales de comunicación permanentes (grupo de trabajo en línea, boletines informativos) para mantener el compromiso y flujo de información entre actores. (6) Crear un comité técnico dentro de la Mesa para temas específicos (p.ej., subcomités de digitalización, accesibilidad, marketing) que apoyen la ejecución de las otras líneas.

Indicadores (KPI) Número de actores locales integrados en la Mesa de Coordinación (y porcentaje de asistencia a reuniones); frecuencia de reuniones celebradas (meta: al menos 4 por año); grado de satisfacción de los participantes con la gobernanza (medido mediante encuesta anual); existencia de un acuerdo formal de colaboración post-proyecto firmado (sí/no); nivel de actualización de la plataforma Observatorio (ej.: % de contenidos actualizados trimestralmente).

Actores responsables CEDER La Serena lidera esta línea y asume la secretaría técnica de la Mesa; Grupos de Acción Local (GDR) coparticipantes en SEMTAYR co-lideran en sus territorios y aportan personal para la coordinación; municipios y diputaciones provinciales apoyan institucionalmente y facilitan recursos logísticos para reuniones; asociaciones de empresarios/hosteleros locales y representantes de PYMES participan dando voz al sector privado; asociaciones de peregrinos u ONGs culturales pueden incorporarse para representar a los usuarios y la sociedad civil.

Presupuesto orientativo **Año 1:** 5.000 € (puesta en marcha de la Mesa, reuniones iniciales, acuerdos); **Año 2:** 4.000 € (operatividad continuada de la gobernanza, encuentros participativos); **Año 3:** 4.000 € (seguimiento y ajuste de la gobernanza, eventos de balance). **Total 3 años:** ~13.000 €.

Línea 2: Transformación Digital e Innovación Tecnológica

Descripción

Esta línea aborda la **digitalización de la experiencia turística y de la gestión de las PYMEs** del Camino Mozárabe, aprovechando las herramientas desarrolladas por el proyecto (Observatorio web y aplicación móvil) e incorporando innovaciones futuras. El objetivo es convertir la ruta en un **destino turístico inteligente** plenamente integrado en la Red DTI, de modo que la tecnología mejore tanto la gestión interna como la vivencia del peregrino. Según el PRTR, la digitalización turística persigue dotar de interoperabilidad a la oferta de servicios públicos y privados al turista, construyendo un sistema de inteligencia turística basado en datos. En este sentido, se trabajará para que los establecimientos de alojamiento y restauración estén integrados en dicha plataforma digital y **conectados en red**.

Entre las acciones previstas está **mantener y actualizar la plataforma Observatorio** (portal web central del Camino), asegurando que incluya información exhaustiva y en tiempo real sobre alojamientos, restaurantes, puntos de interés, servicios disponibles en cada etapa, estado de las rutas, etc. Se implementarán funcionalidades nuevas, por ejemplo: sistema de **reservas en línea** para albergues/hostales (en coordinación con proyectos ya ejecutados de modernización de albergues en el Camino Mozárabe, que han permitido la gestión telemática de reservas), mapas interactivos con geolocalización de servicios, alertas de seguridad o meteorología para peregrinos, y foros/comunidad virtual para compartir experiencias. Asimismo, se promoverá la instalación de **equipamiento tecnológico** en puntos clave de la ruta (totems informativos digitales, redes WiFi públicas en albergues municipales, sensores de conteo de visitantes en tramos estratégicos) para alimentar el sistema de monitorización y mejorar la conectividad del viajero.

En paralelo, se brindará apoyo a las PYMEs para su propia transformación digital: capacitación en gestión digital (uso de motores de reserva, sistemas de gestión hotelera, TPVs inteligentes), impulso de su presencia online (incluirlas en la web/app del Camino, pero también facilitar que tengan sus propias páginas o perfiles actualizados), y adopción de herramientas de marketing digital. La innovación tecnológica también contemplará soluciones de **seguridad y salud** (p.ej. implementación de códigos QR para información sanitaria o sellos digitales de credenciales) y de **gestión de datos** que permitan evaluar flujos de peregrinos, estancias y opiniones para la toma de decisiones basada en datos en la Mesa de gobernanza.

Principales acciones

(1) Auditoría inicial en **Año 1** de necesidades digitales de las PYMEs (¿cuántas tienen wifi, página web, sistemas de reserva?), para focalizar esfuerzos. (2) Desarrollo/actualización de la **Web Observatorio y app móvil** en Año 1 con nuevas funciones orientadas al peregrino y a la gestión (incluyendo un espacio de intranet para gestores del Camino, según diseño previsto por el proyecto). (3) Integración de un módulo de reservas online de alojamientos y muestra de disponibilidad en tiempo real durante **Año 1-2** (apoyándose en los sistemas ya implementados en provincias como Granada, Jaén, etc., para unificarlo). (4) Instalación de 2-3 tótems digitales informativos y señalética inteligente en puntos estratégicos por año (Años 1-2). (5) Creación de un sistema de recopilación de datos de afluencia (Año 2) y generación de informes automáticos para los gestores (dashboard de indicadores turísticos). (6) Soporte técnico a PYMEs: en **Año 2**, implementación de un programa de microayudas o asesorías para que al menos el 50% de los alojamientos/restaurantes del Camino adopten herramientas digitales básicas (ej.: software de reservas o aparecer en plataformas). (7) Mantenimiento continuo en **Año 3** de la plataforma, con mejoras según feedback de usuarios, y asegurar su sostenibilidad financiera (explorar patrocinio, publicidad ética o aportaciones colaborativas para costear servidores, etc.).

Indicadores (KPI)

Número de PYMEs de alojamiento/restauración integradas en la plataforma digital (meta: >80% del total en la ruta); porcentaje de albergues con sistema de reserva online operando; número de usuarios de la app/web (peregrinos registrados, visitas mensuales); nivel de interacción digital de los peregrinos (ej.: posts en foros, valoraciones dejadas); cantidad de puntos con conectividad WiFi gratuita instalada; informes de datos generados al año (p.ej. informes trimestrales de flujo de peregrinos); grado de satisfacción de los usuarios con las herramientas digitales (encuesta en app).

Actores responsables

CEDER La Serena coordina el mantenimiento y evolución de la plataforma Observatorio (posiblemente contratando asistencia técnica especializada); empresas tecnológicas o consultoras (contratadas) se encargan del desarrollo de software y la instalación de equipamiento digital; cada GDR local actúa como enlace con las PYMEs de su zona para implementar las soluciones (formación, recopilación de contenidos locales para la web); las PYMEs aportan información actualizada de sus servicios y participan en los sistemas de reserva; las administraciones locales facilitan permisos para la instalación de infraestructuras digitales (tótems, antenas) y pueden cofinanciar algunas inversiones.

Presupuesto orientativo

Año 1: 15.000 € (desarrollo web/app, nueva funcionalidad, auditoría inicial, equipamiento básico); **Año 2:** 10.000 € (mantenimiento plataforma, instalación de nuevos dispositivos, soporte digital a PYMEs); **Año 3:** 10.000 € (actualizaciones, servidores, asistencia técnica continuada). Total 3 años: ~35.000 €.

Línea 3:

Accesibilidad e Inclusión en el Camino

Descripción

Esta línea de actuación busca hacer del Camino Mozárabe un itinerario **accesible e inclusivo**, de modo que peregrinos de todas las capacidades y orígenes puedan disfrutar de la ruta en condiciones de seguridad, comodidad y respeto. Esto implica trabajar tanto en la **accesibilidad física** (infraestructuras y entornos adaptados) como en la **accesibilidad informativa y actitudinal** (comunicación adaptada, sensibilización). Asimismo, la inclusión abarca perspectivas de género, generacional y socio-cultural, asegurando que el proyecto beneficie ampliamente a la comunidad.

En cuanto a accesibilidad física, se revisarán los **alojamientos y establecimientos** para identificar mejoras necesarias: por ejemplo, adaptación de baños y dormitorios en albergues para personas con movilidad reducida, eliminación de barreras arquitectónicas en entradas (rampas, ensanchamiento de puertas), instalación de señalética en Braille o con altorrelieve en puntos informativos, etc. También se contemplará la accesibilidad del propio **trazado del Camino** en tramos urbanos o de fácil adecuación (mejora de firme en accesos a pueblos, pasos de peatones adaptados). Para ello, se realizará una auditoría de accesibilidad durante el **Año 1** cubriendo una muestra de etapas de la ruta y las instalaciones clave. A partir de ese diagnóstico, se priorizarán intervenciones y se buscarán recursos (p.ej. colaboración con ayuntamientos para pequeñas obras en entornos públicos cercanos al Camino, o con propietarios de albergues privados para apoyar adaptaciones básicas).

La accesibilidad informativa implica que la **información turística y de servicio esté disponible en formatos accesibles**: la web y app del Observatorio deberán cumplir con estándares de accesibilidad digital (WCAG 2.1 AA, por ejemplo), ofreciendo opciones para personas con discapacidad visual (lectores de pantalla), auditiva (videos con subtítulos), cognitiva (lenguaje claro, pictogramas). Además, se elaborará una **Guía del Camino Mozárabe Accesible** (en línea y en folleto digital) que recopile los recursos disponibles para peregrinos con necesidades especiales: tramos recomendados, alojamientos adaptados, consejos, contactos de asistencia, etc., basada en la Guía Camino de Santiago Inclusivo, Accesible y Seguro desarrollada en el marco de SEMTAYR (Acción A7.3).

Por inclusión social, el plan fomentará la **igualdad de oportunidades**: involucrar a mujeres emprendedoras (muchos negocios rurales son liderados por mujeres) en las acciones de formación y marketing; incluir a jóvenes y población local en la gestión (por ejemplo mediante voluntariados o empleos en servicios al peregrino); garantizar que los precios de servicios sigan siendo asequibles para peregrinos de distintos perfiles económicos, etc. También se considerará la diversidad cultural, dado que llegan peregrinos internacionales: traducir la información clave a varios idiomas y capacitar al personal de PYMEs en atención intercultural básica.

Principales acciones

(1) Auditoría de accesibilidad universal en **Año 1** abarcando al menos 10 alojamientos representativos y 5 tramos urbanos/rurales del Camino para detectar barreras. (2) Elaborar un **plan de mejoras accesibles en Año 1** con listado de intervenciones (ej.: instalación de 10 rampas portátiles en albergues, adaptación de 5 baños, adquisición de 3 sillas anfibias o ayudas técnicas donde haya ríos/piscinas naturales, etc.) y gestionar financiación para ejecutarlas en Años 2-3. (3) Implementar las mejoras priorizadas: meta de al menos 5 alojamientos adaptados adicionalmente cada año (Año 2 y 3) gracias a pequeñas inversiones. (4) Adecuar la plataforma digital del Observatorio para que cumpla estándares de accesibilidad web para finales de Año 1; probar con usuarios con discapacidad. (5) Publicar la **Guía del Camino Accesible en Año 2**, difundirla vía webs de turismo y asociaciones. (6) Organizar en **Año 2 y Año 3** talleres de sensibilización para empresarios y personal de atención al peregrino sobre atención a personas con discapacidad, lenguaje inclusivo, etc. (7) Incorporar criterios de accesibilidad e inclusión en todas las acciones de marketing (por ejemplo, imágenes de promoción que reflejen diversidad de peregrinos) y en la formación.

Indicadores (KPI)

Número de alojamientos/establecimientos que mejoran su accesibilidad (meta: ≥ 10 en total adaptados con criterios básicos al final del plan); kilómetros o tramos de ruta adaptados o mejorados (ej.: x km de senderos adaptados, x obras de mejora en accesos urbanos realizadas); publicación de la Guía Accesible (sí/no y número de descargas o accesos a la misma); nivel de conformidad WCAG alcanzado por la web/app (AA); número de personas (PYME staff) formadas en atención a clientes con discapacidad; satisfacción de peregrinos con discapacidad encuestados sobre su experiencia (por ejemplo, $\geq 80\%$ indican experiencia satisfactoria en accesibilidad al final del periodo).

Actores responsables

Grupos de Acción Local lideran las evaluaciones de accesibilidad en sus ámbitos y coordinan con ayuntamientos las mejoras físicas locales; CEDER La Serena supervisa la integración de accesibilidad en las herramientas digitales (en coordinación con los desarrolladores); ayuntamientos y diputaciones aportan cofinanciación o ejecutan obras en espacios públicos (ej. accesos municipales al Camino, señalética adaptada); las PYMEs implementan mejoras en sus establecimientos (posiblemente con apoyo de subvenciones o asesoría técnica) y envían a sus empleados a las capacitaciones; asociaciones de personas con discapacidad (ONCE, PREDIF, etc.) pueden consultarse para validación de soluciones y quizás colaborar en formaciones o difusión de la guía.

Presupuesto orientativo

Año 1: 10.000 € (auditoría accesibilidad, planificación, algunas adaptaciones iniciales menores); **Año 2:** 20.000 € (ejecución de mejoras físicas prioritarias, producción de guía accesible, talleres de sensibilización); **Año 3:** 5.000 € (completar adaptaciones pendientes, mantenimiento de señalamientos, seguimiento). Total 3 años: ~35.000 €.

Línea 4: Impulso de la Sostenibilidad Ambiental en las PYMEs

Descripción

Esta línea está enfocada en la **transición verde** de las PYMEs de alojamiento y restauración del Camino Mozárabe, promoviendo prácticas respetuosas con el medio ambiente y la adopción de medidas que contribuyan a la lucha contra el cambio climático. Un turismo verdaderamente sostenible considera los impactos ambientales presentes y futuros para satisfacer las necesidades de visitantes y comunidades. Por ello, se trabajará con los pequeños negocios para reducir su huella ecológica, al tiempo que se mejora su eficiencia operativa. Esto abarca dimensiones como la **eficiencia energética**, la gestión responsable del agua, la reducción y manejo adecuado de residuos, la movilidad sostenible y el consumo de productos locales.

En concreto, se animará a los alojamientos a implementar medidas de **ahorro energético** (p.ej., cambiar a iluminación LED, instalar temporizadores en calefacción/aire acondicionado, mejorar aislamiento) y a incorporar **energías renovables** siempre que sea viable, como paneles solares para agua caliente o electricidad. Cada vez más establecimientos turísticos están invirtiendo en energías renovables y sistemas de ahorro para reducir su huella de carbono, y las PYMEs del Camino deberían sumarse a esta tendencia con apoyo técnico. En cuanto al agua, se propondrán prácticas de **uso eficiente** (reductores de caudal en duchas, políticas de cambio de sábanas/toallas bajo pedido en alojamientos, reutilización de aguas grises para riego donde sea posible). La gestión de residuos se enfocará en la **reducción de plásticos de un solo uso** (por ejemplo, fomentar que los peregrinos rellenen cantimploras en lugar de vender botellas desechables, eliminar amenities de plástico en alojamientos), la correcta separación y reciclaje (dotando a los establecimientos de papeleras selectivas y puntos de reciclaje accesibles) y el compostaje de residuos orgánicos en aquellos con servicio de restauración.

Otro aspecto clave será promover el **consumo de proximidad**: alentar a restaurantes y bares a abastecerse de productores locales (alimentos kilómetro 0), lo que no solo reduce la huella de carbono del transporte sino que apoya la economía rural local. Del mismo modo, impulsar menús de temporada, gastronomía autóctona (ligado a la Ruta Gastronómica Mozárabe prevista en el proyecto) y opciones vegetarianas/veganas para reducir impacto ambiental. Se explorará la posibilidad de implantar un **sello o certificación verde** propio del Camino Mozárabe para aquellos establecimientos que cumplan ciertos estándares de sostenibilidad (por ejemplo, un distintivo "Camino Verde") o adherirlos a sellos reconocidos (Biosphere, Ecohostel, etc.), de forma que puedan diferenciarse por su compromiso.

Principales acciones

(1) Realizar evaluaciones o eco-auditorías básicas en **Año 1** en un conjunto de PYMEs piloto (al menos 10, repartidas por territorios) para identificar oportunidades concretas de mejora ambiental y calcular sus consumos/huella inicial. (2) Desarrollar y difundir un **Manual de Buenas Prácticas Ambientales para PYMEs del Camino** (tomando como insumo el Manual de Sostenibilidad de las PYMEs elaborado en SEMTAYR, Acción A7.1) en **Año 1**, que incluya recomendaciones prácticas, casos de éxito y una checklist de autoevaluación. (3) Asesorar individualmente a las PYMEs participantes en la implementación de 2-3 medidas verdes por negocio en **Año 2** (por ejemplo, facilitar contactos con proveedores de paneles solares colectivos, empresas de eficiencia energética, etc., quizás organizando compras conjuntas para obtener descuentos). (4) Conseguir apoyos financieros o incentivos: en **Año 2**, coordinar con administraciones (Diputaciones, programas LEADER) alguna línea de subvención parcial para inversiones verdes en las PYMEs (p. ej., cubrir hasta 30% del costo de paneles solares o mejorar accesos con bicicleta). (5) Implementar un **sistema de reconocimiento** en **Año 3**: otorgar distintivos o incluir en la web del Observatorio un listado destacado de “Establecimientos Sostenibles del Camino” con aquellos que lograron mejoras significativas, incentivando a otros a sumarse. (6) Promover la movilidad sostenible en la ruta: instalar aparcabicicletas en ciertos alojamientos o impulsar que ofrezcan alquiler de bicicletas eléctricas, en coordinación con la línea de marketing para atraer cicloturistas.

Indicadores (KPI)

Número de PYMEs que realizan auditorías ambientales iniciales; porcentaje de PYMEs del Camino que implementan al menos una medida de eficiencia energética o renovable en el periodo (meta: $\geq 50\%$); reducción estimada del consumo energético promedio o de agua en esas PYMEs (p.ej., -15% al final del plan, según encuestas de seguimiento); cantidad de establecimientos adheridos al sello/distintivo de sostenibilidad al final (meta: al menos 20 distintivos otorgados); toneladas de residuos plásticos evitadas (indicador cualitativo a estimar a partir de medidas implementadas, e.g. si X negocios eliminan botellas plásticas, etc.); aumento en la proporción de insumos alimentarios locales en restaurantes (medir cualitativamente vía encuestas a empresarios).

Actores responsables

CEDER La Serena y los GDR coordinan la elaboración del manual y la campaña de adhesión, contando con expertos ambientales/energéticos para las auditorías y asesorías; las PYMEs son protagonistas implementando las acciones en sus locales; Diputaciones y Consejerías de Medio Ambiente/ Energía de las CCAA pueden colaborar en financiación de eco-inversiones (por ejemplo, programas provinciales de energías renovables en pymes); proveedores locales (instaladores, productores agroalimentarios) también se involucran ofreciendo servicios o productos sostenibles; posiblemente Ecovidrio u organizaciones de reciclaje para campañas específicas (p.ej., instalar contenedores adecuados y concienciar sobre reciclaje en los albergues).

Presupuesto orientativo

Año 1: 5.000 € (auditorías piloto, elaboración de manual, difusión inicial); **Año 2:** 15.000 € (asesorías técnicas personalizadas, apoyo a pequeñas inversiones, implementación de medidas); **Año 3:** 5.000 € (seguimiento de resultados, programa de distintivos verdes, cierre). Total 3 años: ~25.000 €. (Nota: No se incluye aquí el coste de grandes inversiones que requieran subvenciones externas, sino solo apoyo técnico y pequeñas acciones. Se espera apalancar fondos adicionales de otras convocatorias para inversiones mayores.)

Línea 5: Marketing Turístico Sostenible y Promoción del Camino

Descripción

Esta línea de actuación tiene por objetivo posicionar el Camino Mozárabe – Vía de la Plata como un destino atractivo dentro del turismo cultural y de naturaleza, resaltando sus valores de sostenibilidad, autenticidad y calidad, en concordancia con las tendencias actuales del mercado turístico responsable. Se trata de desarrollar un **Plan de Marketing Turístico Sostenible** específico para la ruta, que impulse su visibilidad sin comprometer sus recursos, gestionando la demanda de forma equilibrada a lo largo del año y a lo largo del territorio.

El marketing sostenible pone énfasis en **promocionar el destino destacando sus prácticas responsables y beneficios locales**, atrayendo a un perfil de viajero consciente que busca experiencias genuinas y de bajo impacto. En la práctica, se elaborarán mensajes y materiales promocionales que integren la riqueza cultural (patrimonio histórico-artístico, tradiciones, gastronomía mozárabe) con la belleza natural de la ruta, invitando a descubrir un Camino menos masificado, más íntimo y espiritual. Se utilizarán historias (storytelling) centradas en las comunidades locales, los saberes tradicionales y los proyectos de sostenibilidad emprendidos (por ejemplo, un video mostrando cómo un albergue solarizado mejora la experiencia del peregrino y cuida el entorno). Esta narrativa de sostenibilidad refuerza la marca del Camino Mozárabe como una experiencia transformadora y respetuosa con el medio ambiente.

La promoción se llevará a cabo principalmente a través de **canales digitales** (sitios web, redes sociales, plataformas de viaje) para maximizar alcance con bajo coste ambiental, complementada con presencia en ferias de turismo especializadas (p.ej. FITUR, ferias de turismo de aventura y cultural) donde se enfatizará el enfoque sostenible. Se mantendrán actualizadas las redes sociales creadas (Facebook, Instagram del proyecto) , alimentándolas con contenido atractivo de manera continua en **Año 1-3**. Además, se creará material divulgativo específico: p. ej., un **video promocional** de la ruta con enfoque sostenible, folletos electrónicos, blogs de viaje colaborativos, etc.

Una acción clave será el desarrollo de la **Ruta Gastronómica Mozárabe** (mencionada en las acciones territoriales del proyecto original) , integrándola en la estrategia de marketing: esto permitirá promover la cocina local histórica como elemento diferenciador, invitando al viajero a consumir en restaurantes locales que ofrecen recetas tradicionales (posiblemente adaptadas de la guía de recetas identificadas por el proyecto). Igualmente, se podrían organizar eventos anuales como una **Semana del Camino Mozárabe** en distintas localidades, con actividades culturales y ecológicas, para atraer visitantes en temporadas bajas. Todo ello deberá comunicarse destacando que al participar en estas experiencias el turista está contribuyendo a comunidades rurales, preservando patrimonio y fomentando un turismo de valores.

Principales acciones

(1) Elaboración de un **Plan de Marketing Sostenible** en **Año 1**, que identifique segmentos objetivo (p.ej. peregrinos extranjeros interesados en rutas menos conocidas, senderistas nacionales que buscan naturaleza/cultura, etc.), defina mensajes clave y canales, y un calendario de campañas. (2) Producción de **material promocional**: en Año 1, producir al menos 1 vídeo profesional multi-idioma, un folleto digital, banco de fotografías y relatos de peregrinos; en Años 2-3 continuar con microvídeos para redes, podcast de historias del Camino, etc. (3) Gestión activa de **redes sociales**: publicaciones semanales destacando diferentes tramos, consejos sostenibles, testimonios; interacción con la comunidad online de peregrinos (Año 1-3). (4) Lanzar una **campaña de difusión nacional e internacional** en **Año 2** apoyándose en Turespaña y redes Jacobeas: por ejemplo, conseguir que el Camino Mozárabe aparezca en portales como spain.info en la sección de turismo sostenible/cultural, y en medios de comunicación. (5) Colaborar con agencias o tour-operadores especializados en turismo responsable para que incluyan la ruta en sus ofertas, especialmente de cara al **Año Santo Jacobeo 2027** (que puede ser un hito de promoción). (6) Implementar la **Ruta Gastronómica Mozárabe**: en **Año 2**, publicar el recetario/storytelling de la cocina mozárabe, y organizar un circuito de restaurantes adheridos que ofrezcan menú del peregrino mozárabe, promocionándolo en la web y a través de influencers gastronómicos. (7) Evaluar en **Año 3** los resultados de las campañas (encuestas a peregrinos sobre cómo conocieron la ruta, análisis de tráfico web, etc.) para reorientar estrategias a futuro.

Indicadores (KPI)

Aumento en el número de peregrinos en el Camino Mozárabe (porcentaje de crecimiento anual, con meta, por ejemplo, de +10% anual moderado si la capacidad lo permite, evitando crecimientos descontrolados); porcentaje de ocupación media de alojamientos a lo largo del año (indicando desestacionalización si sube en meses tradicionalmente bajos); métricas de marketing digital: seguidores en redes sociales (meta: +X% por año), alcance de publicaciones, visualizaciones del vídeo promocional; número de apariciones en prensa especializada o generalista mencionando el Camino Mozárabe; número de restaurantes/alojamientos participando en la Ruta Gastronómica u otras iniciativas promocionales; encuestas de reconocimiento de marca (por ejemplo, % de turistas encuestados en oficinas de turismo que han oído hablar del Camino Mozárabe como opción viable).

Actores responsables

CEDER La Serena y un equipo de marketing (propio o contratado) lideran la ejecución del plan promocional; los GDR locales aportan contenido local (historias, eventos) y organizan actividades promocionales en sus comarcas; Turespaña y organismos de turismo autonómicos (Juntas de Andalucía, Extremadura, etc.) colaboran integrando la ruta en sus campañas de destino y ofreciendo apoyo para ferias internacionales; las PYMEs (alojamientos, restaurantes) participan ofreciendo experiencias auténticas que se puedan promocionar y eventualmente contribuyendo a campañas conjuntas (ej. descuentos promocionales, paquetes); medios de comunicación locales y bloggers se implican en difundir las novedades; asociaciones del Camino de Santiago ayudan a conectar con la comunidad jacobea más amplia.

Presupuesto orientativo

Año 1: 10.000 € (diseño del plan de marketing, creación de contenido base – video, fotos, folletos); **Año 2:** 15.000 € (campañas en redes sociales, eventos de promoción, actualización de contenidos, acciones con agencias); **Año 3:** 15.000 € (participación en ferias clave, nuevos contenidos, influencia digital, monitoreo de resultados). Total 3 años: ~40.000 €.

Línea 6: Formación y Fortalecimiento de Capacidades

Descripción

La última línea transversal del plan se enfoca en la **formación continua** y la capacitación de los distintos actores involucrados en el desarrollo turístico del Camino Mozárabe, con especial atención a las PYMEs de alojamiento y restauración. La premisa es que la sostenibilidad y la innovación requieren un cambio cultural y de habilidades; por lo tanto, dotar a los emprendedores y trabajadores locales de los conocimientos y herramientas adecuados es fundamental para que las demás líneas de actuación tengan éxito y perduren.

El programa formativo cubrirá múltiples áreas: **calidad y sostenibilidad turística, transición digital, accesibilidad y atención inclusiva, marketing y atención al cliente, gestión empresarial orientada a ODS**, entre otras. Se aprovecharán los materiales desarrollados por SEMTAYR (por ejemplo, los manuales de Sostenibilidad, Transición Digital, Camino Inclusivo producidos en las acciones A7.1, A7.2 y A7.3) para estructurar contenidos adaptados a la realidad de las pequeñas empresas del Camino. Asimismo, se invitará a expertos y se fomentará el intercambio de experiencias entre los propios empresarios (aprendizaje colaborativo).

El plan formativo contemplará distintas metodologías: **talleres presenciales** en diferentes comarcas (acercando la formación a los territorios, con apoyo de los GDR locales para la logística), **webinarios** o cursos en línea para facilitar la participación de quienes no puedan asistir en persona, **visitas técnicas** o viajes de intercambio a otros destinos que hayan implementado iniciativas exitosas (por ejemplo, conocer otro Camino o ruta turística sostenible), y elaboración de **material didáctico** (guías, videos cortos, fichas) de fácil consulta. Se prevé un **calendario anual de formación** estable, con módulos trimestrales centrados en distintos temas.

Además de la capacitación de las PYMEs, se incluirá formación para **gestores públicos y equipo técnico** de los GDR en gestión turística sostenible, para fortalecer la institucionalidad local. Y se realizarán acciones de **sensibilización comunitaria**: charlas abiertas a la población sobre la importancia del turismo sostenible, involucrando a la ciudadanía (por ejemplo, escuelas locales aprendiendo sobre el Camino y cómo cuidar al peregrino y el entorno).

Principales acciones

(1) Elaboración de un **Plan Formativo** detallado en **Año 1**, basándose en la detección de necesidades (encuesta o focus group con empresarios para saber qué áreas consideran prioritarias). (2) Implementación de **ciclos de talleres**: por ejemplo, en Año 1, talleres sobre “Atención al peregrino internacional y marketing digital básico”, “Gestión ambiental en alojamientos” y “Accesibilidad en turismo”; en Año 2, talleres sobre “Innovación y experiencias turísticas”, “Gastronomía local como atractivo”, “Herramientas avanzadas de marketing online”; en Año 3, talleres de recapitulación y coaching personalizado según demanda. (Se procurará al menos 4 talleres por año, en distintas provincias). (3) Desarrollo de **cursos en línea** modulares (Año 2) alojados quizás en la plataforma del Observatorio o en aula virtual de algún GDR, para llegar a más participantes. (4) Organización de una **jornada anual** de encuentro de PYMEs del Camino (por ejemplo, “Foro de Turismo Sostenible del Camino Mozárabe”) cada año, donde además de capacitación puntual se facilite la creación de redes entre empresarios y se compartan logros (Año 1 en Andalucía, Año 2 en Extremadura, Año 3 en Castilla y León/Galicia, rotando regiones). (5) Edición de **materiales didácticos**: guías de bolsillo con consejos, videos testimoniales de empresas ejemplares, etc., entregados a los participantes y disponibles online. (6) Seguimiento post-formación: en **Año 3**, visitas de asesores a los negocios para asesoría personalizada (“mentoring”) en la aplicación de lo aprendido.

Indicadores (KPI)

Número de acciones formativas realizadas por año (talleres, cursos) y número de asistentes total (meta: >100 personas formadas a lo largo de todo el programa, sumando todas las actividades); porcentaje de PYMEs de la ruta que participan en al menos una capacitación (meta: 60% o más); nivel de satisfacción de los participantes con la formación (meta: >85% evalúan útil/muy útil); número de materiales didácticos producidos (ej.: 5 guías o videos); porcentaje de participantes que implementan cambios en su negocio tras la formación (medido por encuesta de seguimiento, por ejemplo 50% reportan haber aplicado al menos una mejora en procesos o servicios gracias a la formación).

Actores responsables

CEDER La Serena coordina el plan formativo general, asegurando la consistencia de contenidos; cada GDR colabora organizando la logística y convocatoria en su zona para maximizar asistencia; formadores y expertos (consultores en turismo, tecnología, accesibilidad, idiomas, etc.) son contratados para impartir los módulos especializados; las PYMEs y sus empleados participan activamente; instituciones educativas o de formación locales (p.ej. universidades populares, centros de formación profesional) pueden apoyar con infraestructura o certificación de los cursos; administraciones públicas (como la Secretaría de Estado de Turismo a través de Turespaña, o los organismos de formación para empleo regionales) podrían avalar o aportar recursos para ciertos cursos.

Presupuesto orientativo

Año 1: 5.000 € (diseño del programa, primeros talleres presenciales con formadores, materiales impresos básicos); **Año 2:** 5.000 € (continuidad de talleres, desarrollo plataforma online, honorarios formadores, evento anual); **Año 3:** 5.000 € (últimos talleres, mentoring individual, evaluación de resultados). Total 3 años: ~ 15.000 €.

Cronograma Plurianual de Actuaciones (Resumen)

A continuación se presenta un cronograma anual sintético de las actuaciones previstas en las líneas anteriores, a lo largo de un horizonte mínimo de 3 años:

Año 1 Planificación y Puesta en Marcha

Constitución de la Mesa de Coordinación y acuerdos de gobernanza participativa. Auditorías iniciales (digitalización de PYMEs, accesibilidad en ruta, sostenibilidad ambiental en negocios). Elaboración de planes base (Plan de Marketing, Plan Formativo) y materiales guía (manual de sostenibilidad para PYMEs, etc.). Lanzamiento de mejoras digitales: actualización de la plataforma Observatorio con nuevas funciones y accesibilidad web. Inicio de acciones formativas (talleres iniciales). Difusión incipiente en redes sociales y video promocional de la ruta. (En síntesis, el primer año sienta las bases técnicas y organizativas: se diagnostica la situación, se planifica y se comienzan a implementar las primeras mejoras visibles.)

Año 2 Implementación y Ejecución Intensiva

Desarrollo a pleno rendimiento de las acciones en cada línea. En gobernanza, reuniones regulares de la Mesa monitoreando avances. En digitalización, integración efectiva de PYMEs en la plataforma y despliegue de sistemas de reservas online; instalación de equipamientos (tótems, WiFi) en puntos clave. En accesibilidad, ejecución de las intervenciones priorizadas (adaptación de alojamientos, señalética accesible) y publicación de la Guía del Camino Accesible. En sostenibilidad ambiental, asesoramiento directo a PYMEs para aplicar medidas verdes, con algunas inversiones apoyadas y lanzamiento del distintivo "Camino Verde". En marketing, lanzamiento de campañas promocionales nacionales/ internacionales y activación de la Ruta Gastronómica Mozárabe, con eventos promocionales locales; intensificación de contenidos en redes sociales. En formación, continuidad de talleres (incluyendo modalidad online) y segundo foro anual de PYMEs. (El segundo año es de acción concreta: muchas mejoras tangibles para peregrinos y empresas ocurren en este período.)

Año 3 Consolidación y Evaluación

Continuidad de las actividades con ajustes basados en la experiencia de Año 2. La gobernanza participativa evalúa los resultados intermedios mediante indicadores y planifica la sostenibilidad a futuro (posible estrategia post-2027). La plataforma digital se mantiene activa con soporte reducido pero eficaz; se analizan los datos de uso para retroalimentar decisiones. Se culminan las últimas obras de accesibilidad pendientes y se verifica un Camino significativamente más accesible. Se consolida la red de PYMEs sostenibles: entrega formal de distintivos a negocios cumplidores, creando casos de éxito locales. Las campañas de marketing enfatizan la preparación de la ruta para el Xacobeo 2027, aprovechando el reconocimiento ganado; se evalúa el impacto promocional mediante encuestas a peregrinos. El programa de formación cierra con talleres de alto nivel y se documentan las mejores prácticas aprendidas, entregando a cada participante un compendio de recursos. Finalmente, se elabora un **Informe de Evaluación Final** del Plan de Sostenibilidad, midiendo todos los KPIs definidos, identificando logros (p.ej., aumento de peregrinos, mejoras en PYMEs) y áreas de mejora, y formulando recomendaciones para los siguientes años. (El tercer año asegura que las acciones sean sostenibles en el tiempo: se institucionalizan los logros y se deja preparado el terreno para continuar más allá del plan.)

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

A modo de resumen, se presentan los principales **KPIs (indicadores clave de desempeño)** asociados a cada línea de actuación, que servirán para medir el éxito del plan:

- **Gobernanza Participativa:** Número de actores implicados en la Mesa de Coordinación; número de reuniones celebradas por año; porcentaje de acuerdos del plan ejecutados; nivel de satisfacción de los participantes con el modelo de gobernanza; grado de actualización periódica del Observatorio por parte de los responsables locales (ej. actualizaciones trimestrales completadas al 100%).
- **Transformación Digital:** Porcentaje de PYMEs conectadas a la plataforma online; número de reservas gestionadas vía el sistema digital; usuarios activos de la app/portal web (p. ej., descargas de la app); cantidad de puntos con nuevas tecnologías instaladas (WiFi, totems); retroalimentación de peregrinos sobre herramientas digitales (valoración media $\geq 8/10$).
- **Accesibilidad e Inclusión:** Cantidad de establecimientos con mejoras de accesibilidad implementadas; tramos del Camino acondicionados para peregrinos con movilidad reducida (km adaptados); cumplimiento de estándares de accesibilidad en la web/app (WCAG AA); uso de la Guía de Camino Accesible (descargas); valoración positiva de peregrinos con discapacidad sobre la experiencia (p.ej. % que la califican de satisfactoria).
- **Sostenibilidad Ambiental (Green PYMEs):** Número de PYMEs que han reducido consumo energético/agua (y % de reducción promedio); número de instalaciones de energías renovables añadidas (p.ej., X paneles solares instalados en alojamientos); volumen de residuos plásticos evitados (medido en kg o unidades anuales, si posible); PYMEs con sello “verde” obtenido; aumento en compras locales (feedback cualitativo de empresas indicando mayor gasto en proveedores locales).
- **Marketing Sostenible:** Incremento anual de peregrinos en la ruta (y distribución mensual más equilibrada); métricas de visibilidad (seguidores en redes sociales, alcance de publicaciones, visualizaciones de vídeos promocionales); número de eventos/promociones realizadas; nivel de conocimiento del Camino Mozárabe en mercados objetivo (medido por menciones en medios o encuestas); grado de satisfacción general de los peregrinos con la experiencia (medido por encuesta, meta $\geq 90\%$ satisfechos).
- **Formación y Capacitación:** Número de participantes formados (y porcentaje sobre total de PYMEs objetivo); número de acciones formativas realizadas (vs planificadas); nivel de aplicación de conocimientos (porcentaje de empresas formadas que implementan mejoras concretas tras la formación); satisfacción de los asistentes con la formación (encuestas post-curso); existencia de un repositorio de materiales formativos accesible en línea (sí/no y uso del mismo).

Estos indicadores serán recopilados y revisados anualmente por la Mesa de Coordinación para verificar el progreso. En caso de desviaciones respecto a las metas, se plantearán medidas correctivas o refuerzos en las áreas necesarias. De esta forma, el plan incorpora un ciclo de mejora continua basado en datos objetivos, coherente con el enfoque de “inteligencia turística” promovido por el PRTR.

Actores Clave y Responsabilidades

La implementación exitosa de este plan requiere la cooperación de diversos actores, cada uno asumiendo responsabilidades definidas:

- **CEDER “La Serena”:** Como coordinador del proyecto SEMTAYR, lidera la supervisión general del plan de sostenibilidad. Preside la Mesa de Coordinación, gestiona la continuidad del Observatorio digital (infraestructura técnica, alojamiento web) y vela por la integración de las acciones entre territorios. También centraliza la búsqueda de financiación complementaria si fuese necesaria y reporta los avances a entidades superiores (Ministerio, etc.).
- **Grupos de Acción Local (GDR) socios:** Cada uno de los 30 GDR implicados (en Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Galicia) actúa como gestor territorial del plan. Sus funciones incluyen: coordinar las acciones en su comarca (p.ej., convocar a las PYMEs locales a formaciones, supervisar instalaciones tecnológicas en su zona), aportar personal técnico a los grupos de trabajo (digitalización, marketing, etc.), canalizar las necesidades y propuestas locales hacia la Mesa de Coordinación, y asegurar que las peculiaridades de cada microdestino se integren en la estrategia común. En esencia, los GDR son el brazo ejecutor en campo, apoyando directamente a las empresas y conectándolas con el plan.
- **PYMEs de Alojamiento y Restauración:** Son tanto beneficiarias como corresponsables del plan. Deben participar activamente en las actividades propuestas (formaciones, reuniones, iniciativas de marketing), aplicar en sus negocios las mejoras sugeridas (tecnológicas, sostenibles, de calidad) y aportar información veraz y actualizada al Observatorio (sobre sus servicios, plazas, precios, etc.). También, a través de sus asociaciones o representantes, contribuyen con ideas y feedback continuo para ajustar las actuaciones a la realidad. Su compromiso individual y colectivo es vital para que los cambios perduren (ej.: un albergue mantiene sus paneles solares y comparte datos de ahorro, un restaurante sigue ofreciendo menú local tras la campaña inicial, etc.).
- **Administraciones Públicas Locales y Regionales:** Incluye ayuntamientos de las localidades por donde pasa el Camino, diputaciones provinciales y las consejerías/autonomías correspondientes de turismo, cultura y desarrollo rural. Su rol es facilitar y apoyar. Por un lado, proporcionando infraestructura pública adecuada (mantenimiento de caminos, señalización turística, limpieza, seguridad) y colaborando en mejoras de accesibilidad en espacios públicos. Por otro, alineando sus propias iniciativas (Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, Planes de Dinamización, etc.) con las acciones de este plan para aprovechar sinergias. También pueden cofinanciar o subvencionar algunas actuaciones (p.ej., subvenciones a PYMEs, o campañas de promoción autonómicas integradas). Su involucración institucional da respaldo y legitimidad al plan.
- **Instituciones supralocales y redes:** Aquí se considera el **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo** (que a través de Turespaña u otros organismos puede aportar visibilidad internacional y marcos estratégicos), la **Xunta de Galicia** en lo relativo a coordinación jacobea (por ser Santiago destino final, integra este camino en la planificación jacobea global), y redes nacionales/internacionales de Caminos de Santiago. Estas entidades pueden brindar lineamientos (por ejemplo, encajar este plan con el Plan Nacional de Turismo Jacobeo si existe), recursos adicionales en convocatorias futuras, o facilitar la inclusión del Camino Mozárabe en iniciativas de promoción global del Camino de Santiago.

- **Comunidad local y peregrinos:** Aunque no sean “ejecutores” formales, se consideran actores en tanto receptores e involucrados finales. Las comunidades locales (vecinos, asociaciones culturales) aportan hospitalidad y autenticidad a la ruta; su apoyo al proyecto –por ejemplo, participando en eventos o acogiendo a peregrinos– refuerza la sostenibilidad social. Los peregrinos, por su parte, con sus comportamientos (respetando el entorno, consumiendo localmente, difundiendo sus experiencias) también contribuyen a los objetivos. El plan prevé canales para escuchar sus opiniones (encuestas, redes sociales) y ajustarse a sus expectativas, ya que en último término un peregrino satisfecho y concienciado es el mejor embajador y garante de continuidad para el Camino.

En suma, se adopta un enfoque de cuádruple hélice (sector público, sector privado, academia/ consultores, sociedad civil) para la implementación, asegurando que las múltiples perspectivas enriquezcan el desarrollo turístico del Camino Mozárabe y que ninguna parte interesada quede al margen. La clara definición de roles evita duplicidades y fomenta la corresponsabilidad en la sostenibilidad del destino.

Presupuesto Orientativo Resumido

El siguiente listado resume la estimación presupuestaria orientativa por línea de actuación y año, considerando los montos mencionados en cada sección. Todas las cifras están en euros (€) y se refieren a costos anuales aproximados:

Línea 1 Gobernanza: Año 1: 5.000; Año 2: 4.000; Año 3: 4.000 - **Total:** 13.000 €

Línea 2 Transformación Digital: Año 1: 15.000; Año 2: 10.000; Año 3: 10.000 - **Total:** 35.000 €

Línea 3 Accesibilidad e Inclusión: Año 1: 10.000; Año 2: 20.000; Año 3: 5.000 - **Total:** 35.000 €

Línea 4 Sostenibilidad Ambiental: Año 1: 5.000; Año 2: 15.000; Año 3: 5.000 - **Total:** 25.000 €

Línea 5 Marketing Sostenible: Año 1: 10.000; Año 2: 15.000; Año 3: 15.000 - **Total:** 40.000 €

Línea 6 Formación: Año 1: 5.000; Año 2: 5.000; Año 3: 5.000 - **Total:** 15.000 €

Presupuesto total estimado (3 años): ~ 163.000 €.

Este presupuesto es orientativo y deberá refinarse con proyectos específicos. Cabe destacar que muchas acciones pueden coordinarse con fondos ya existentes o futuros (por ejemplo, Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, programas LEADER, aportaciones de administraciones regionales, etc.), por lo que el coste real para el partenariado SEMTAYR podría optimizarse. La estimación sirve para dimensionar el esfuerzo económico anual (~ 54.000 € por año en promedio) necesario para llevar a cabo el plan en su integridad.

Cada línea de actuación podría gestionarse como un subproyecto con financiación compartida: **CEDER La Serena** y los **GDR** podrían destinar parte de sus recursos de funcionamiento o concurrir a subvenciones para cubrir, por ejemplo, la asistencia técnica digital (Línea 2) o las obras de accesibilidad (Línea 3). Asimismo, se podrán buscar patrocinios privados éticos (empresas tecnológicas, fundaciones bancarias interesadas en desarrollo rural) especialmente para las vertientes de innovación y medio ambiente.

Conclusiones

El **Plan de Sostenibilidad y Programa Plurianual de Actuaciones del Proyecto SEMTAYR** establece una hoja de ruta clara para consolidar y prolongar en el tiempo los beneficios del proyecto en el Camino Mozárabe – Vía de la Plata. A través de seis líneas de actuación integrales, el plan aborda las dimensiones clave de un destino turístico moderno y responsable: la cooperación institucional y empresarial (gobernanza participativa), la innovación tecnológica (digitalización del Camino), la inclusión social (accesibilidad universal), la responsabilidad ambiental (transición verde de las PYMEs), la proyección de mercado (marketing sostenible) y el desarrollo de talento local (formación continua). Estas acciones, concebidas de manera coordinada, buscan asegurar que el Camino Mozárabe se posicione como **un itinerario jacobeo de excelencia, sostenible y competitivo**, sirviendo de modelo para otros destinos emergentes.

El plan se alinea firmemente con los objetivos del **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**, contribuyendo a la transformación digital y ecológica del sector turístico español, así como con las políticas europeas que abogan por maximizar la contribución del turismo al desarrollo socioeconómico sin comprometer el patrimonio cultural ni el medio ambiente. Al enfocarse en las PYMEs rurales, se promueve la **cohesión territorial y la fijación de población**, demostrando cómo el turismo puede actuar como palanca de revitalización local en línea con las prioridades de cohesión de la Unión Europea.

Por supuesto, la sostenibilidad es un proceso continuo: este plan sienta las bases para los próximos tres años, pero su éxito último residirá en crear una dinámica permanente de mejora en el Camino Mozárabe. Gracias a los indicadores definidos, los responsables podrán monitorear el progreso y adaptar las estrategias según las lecciones aprendidas. La participación activa de todos los actores garantizará que las acciones no queden en esfuerzos aislados, sino que se integren en la cultura operativa del destino.

En resumen, el Camino Mozárabe – Vía de la Plata, apoyado en la red SEMTAYR, está encaminado a convertirse en un destino **inteligente, inclusivo y sostenible**, donde la experiencia del peregrino mejora año a año a la vez que las comunidades locales prosperan y el patrimonio natural y cultural se protege para las generaciones futuras. Este plan de sostenibilidad es la herramienta para hacer realidad esa visión, asegurando que la senda abierta por SEMTAYR siga viva y en evolución constante más allá de la duración inicial del proyecto. Los próximos pasos serán decisivos: con compromiso, inversión adecuada y trabajo colaborativo, los objetivos planteados se irán alcanzando y el Camino Mozárabe brillará con luz propia dentro del mapa de los grandes itinerarios culturales europeos, conjugando tradición y modernidad en un ejemplo de turismo verdaderamente sustentable.





Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGeneration EU