

ANEXO III Contenido de la memoria descriptiva de la inversión

Parte 1. Identificación del proyecto

Esta parte tendrá carácter introductorio, y su objetivo es proporcionar información general sobre el proyecto, con el objetivo de situar en contexto las actuaciones que plantea en la solicitud de inversión.

1. Nombre descriptivo del proyecto: **REST AND ENJOY**

- *Tal vez seamos los primeros turistas que llegan aquí después de la guerra*
- *Taner, no somos turistas, somos viajeros*
- *¿Y cuál es la diferencia?*
- *Un turista es el que piensa regresar a casa desde el mismo momento de su llegada, Taner*
- *Mientras que un viajero puede no querer regresar jamás*

El Cielo Protector – Bernardo Bertolucci.

2. Actuación/es financiable/s de las descritas en el artículo 9:

GASTOS DIRIGIDOS A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Para favorecer el acceso al turista en su lugar de origen	Creación de plataforma digital Web/App y Redes Sociales
		Desarrollo interoperabilidad APIs
		Promoción en redes sociales
		Generación de mapa interactivo digital
		Generación de cuaderno de viaje digital
		Herramienta de análisis de redes
		Creación de Contenidos Digitales
	Para facilitar la comunicación y acceso de recursos y servicios al turista en destino	Geolocalización de los recursos turísticos
		Generación de Contenidos de alta calidad
		Plataforma Web/App
		Aplicación gamificación
		Creación de Oficina de Turismo inteligente.
		Aplicación Chefs Voice
		Aplicación QR de recursos, productos y oferta de servicios.
		Puntos de recarga de vehículos eléctricos
		Impulso y apoyo a la instalación de empresas de alquiler de bicicletas
		Accesibilidad Parque de los Paules.
	Para la Gestión del impacto que genera el turismo en el Destino	Implantación de Red Wifi municipal
		Análisis de Redes
		Guía y observatorio de consecución de los ODS
	Gobernanza pública y su acceso a la tecnología.	Intranet plataforma Web/App y aplicaciones para facilitar la participación ciudadana
		Creación del Consejo de Turismo
		Formación en acceso y uso de las utilidades digitales
GASTOS DE FOMENTO DE LA INTEROPERABILIDAD, SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN.		Formación para la utilización de las herramientas digitales.

3. Breve descripción/resumen del proyecto:

La cita de la mítica película de Bernardo Bertolucci sintetiza la esencia del proyecto que se presenta y da lugar a su título. Por un lado, es un guiño a uno de los recursos que la localidad de Tardajos pretende poner en valor, la figura de su paisano **Mariano Díaz Tobar**, precursor o inventor, según las fuentes, del cinematógrafo. Y, por otro lado, la propuesta pretende atraer viajeros, más que turistas; personas que se interesen por su territorio, por sus valores, por sus vecinos, su cultura, su gastronomía, que alarguen su estancia, a veces efímera como corresponde a un turismo peregrino, o que simplemente no quieran regresar a su casa.

El proyecto **REST AND ENJOY** propone la adopción de medidas vinculadas con la digitalización del Destino para superar las debilidades detectadas en el diagnóstico realizado **apoyándose en sus fortalezas y aprovechando sus oportunidades**. El Camino de Santiago, como principal proveedor de turistas a la localidad, cobra un papel esencial en este proyecto, pero no único, al tratar de **compensar la excesiva dependencia y estacionalidad**; así, busca apoyarse en su cercanía a la ciudad de Burgos para atraer otro tipo de turismo que complemente al anterior y permita generar un flujo de visitantes a lo largo de todo el año.

El proyecto se apoya en 4 elementos bien diferenciados. Por una parte, la **creación de un entorno digital** que sirva de elemento central y repositorio de toda la información digitalizada que se pretende crear, que sustente el desarrollo de una promoción digital del Destino, que surta de contenido al resto de elementos físicos que van a configurar el proyecto y que sea una vía de interrelación para el desarrollo tanto de la gobernanza como de la formación. Los otros 3 elementos donde va a desarrollarse fundamentalmente la acción son **espacios físicos digitales** como es el Parque de los Paules, la proyectada Oficina de Información Inteligente y la propia Casa Consistorial.

El proyecto, tal y como se ha descrito en el apartado anterior incide con sus actuaciones en los dos apartados de la propia convocatoria, el dirigido a la transformación digital, y dentro de este a sus 4 subapartados, y el dirigido al fomento de la interoperabilidad, la sensibilización y la formación.

4. Impacto generado por el proyecto:

- Número de comercios beneficiados y porcentaje sobre el tejido comercial del municipio (efecto previsto).
Son en este momento 7 los comercios que tienen como cliente principal a los peregrinos del Camino de Santiago y **los 7 serán beneficiados de una manera directa** (acceso a herramientas digitales, formación, sensibilización en interoperabilidad), y de una manera indirecta con el posicionamiento del destino y la mejora de sus infraestructuras físicas y digitales.
- En el grado de digitalización del sector comercial (efecto previsto).
Dado que se parte de una **digitalización muy básica del sector comercial** se espera un efecto de alta intensidad en el cambio de esta situación.

5. Fecha de inicio o fecha prevista: **2 de enero de 2023**

6. Fecha finalización prevista: **31 de diciembre 2023**

7. Presupuesto de inversión total (Desglosado por cada una de las actuaciones a realizar):

ACTUACIONES	Importe en € con IVA
Creación de Plataforma Digital Interactiva.	15.000
Cuaderno de viaje digital	1.000
Geolocalización de los recursos turísticos	500
Generación de contenidos digitales de alta calidad	6.000
Gamificación	5.000
Generación de códigos QR de recursos, oferta y servicios. (incluida instalación de señalética)	5.000
Chefs Voice	2.000
Herramienta de análisis de redes	5.000
Promoción en Redes Sociales	3.000
Encuestas de satisfacción	500
Creación oficina de Turismo Inteligente	7.500
Mejora accesibilidad Parque de los Paules	3.000
Tótem de información Digital	10.000
Instalación de cámaras de seguridad Parque de los Paules	4.000
Ampliación Red Wifi municipal	3.000
Punto de recarga de vehículos eléctricos	8.000
Apoyo a la instalación de empresa de alquiler de bicicletas	1.000
Formación en acceso y uso de las herramientas digitales	2.000
Creación del Consejo de Turismo	500
Guía y Observatorio de consecución de las ODS	2.000
Gastos de personal contratado para el proyecto	16.000
TOTAL	100.000

8. Presupuesto de inversión en la anualidad en curso:

Se prevé que toda la inversión de este proyecto se realice en el año 2023, por lo que la **inversión en el año 2022 es 0€.**

9. Fuentes de financiación (Se deberá indicar específicamente si existe cofinanciación y las cantidades y porcentajes)

ENTIDAD	IMPORTE	%
Ayto. Tardajos	20.000€	20
MINCOTUR	80.000€	80

Parte 2. Justificación del proyecto

El objetivo de esta parte es justificar la idoneidad del proyecto.

1. Antecedentes. Especificar si el proyecto se enmarca en algún plan estratégico o desarrollo del Municipio o de la Comunidad, o si es una necesidad sobrevenida. Asimismo, también se detallarán aquellas acciones que permitan conocer la situación de partida, pertinencia de las actuaciones a realizar, necesidades del sector turístico incluidas o no en un plan de viabilidad, o el diseño del plan de acción. Todas ellas deberán conducir a realizar una mejor selección y adaptación de las acciones a emprender por parte del beneficiario:

El Proyecto que se presenta nace del análisis de la situación actual del municipio de Tardajos. Una mirada a su configuración económica sitúa al turismo como uno de los ejes importantes de su desarrollo económico que junto a su cercanía a la capital de Burgos y a uno de sus polígonos industriales, hacen entender el repunte de población de los últimos años, **pasando de 590 habitantes en 2003 a los 800 del 2021**, existiendo algunos altibajos en este recorrido.

El Camino de Santiago, que atraviesa la localidad, ha sido fundamental para este desarrollo basado en el turismo y prueba de ello son las 113 plazas de alojamiento creadas y con algunos proyectos ya desarrollándose que harán incrementar ese número. La crisis del Covid19 ha puesto de manifiesto la **vulnerabilidad del turismo basado en casi un único tipo de visitante**, en este caso el Camino de Santiago que ha tardado más en recuperarse por el carácter social de este tipo de turismo como por su carácter internacional al que las restricciones de movimiento han afectado sobremanera. Ante esta situación sobrevenida, ya que el desarrollo del Camino de Santiago es un fenómeno que sale de las competencias del municipio, Tardajos ha entendido que necesita aprovechar las oportunidades de financiación que en este momento se producen para apoyar a las empresas con acciones encaminadas a generar nuevos públicos aprovechando su situación privilegiada en la red de carreteras y su cercanía a la ciudad de Burgos, que actualmente es una clara oportunidad desaprovechada y que permitirá no solo mejorar la atención a los visitantes y turistas, sino también a los residentes.

Tardajos ve en la **digitalización de su promoción y gestión turística** una oportunidad de posicionarse, generar esos nuevos públicos y **vencer la alta estacionalidad** que el recurso del Camino de Santiago genera y que hace difícilmente viables inversiones rentables vinculadas únicamente a este nicho de turismo.

En esa actitud el Ayuntamiento ha adquirido recientemente el edificio de las antiguas escuelas donde se propone crear una **Oficina de Turismo Inteligente** que dé respuesta a la necesidad de atender al turismo no solo durante un periodo de tiempo al año, sino de una forma continuada. De la misma manera ha llegado al acuerdo con la congregación de los Paules que han cedido un magnífico espacio verde en el centro de la población (**Parque de los Paules**) y que el propio Ayuntamiento está en proceso de rehabilitación como **espacio de encuentro y esparcimiento** y donde se está generando un espacio singular con la plantación de especies vegetales a modo de pequeño jardín botánico y donde se están realizando proyectos para mejorar su accesibilidad.

Y, por otra parte, está construyendo un mirador sobre el importante **yacimiento de Deobrigula**, y ruta guiada, en el margen del Camino de Santiago.

Todas estas actuaciones, entre otras, denotan el **interés decidido de la corporación local** por poner en valor los recursos turísticos del municipio, de modo que permita una actividad económica estable para los negocios ya establecidos y genere un entorno atractivo para los emprendedores. También ha decidido acelerar su propia digitalización, como muestra además de esa voluntad digitalizadora de Tardajos cabe resaltar que en el año 2020 fue la primera localidad de 1.000 habitantes en España que conseguía certificar su Sede Electrónica en el Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

Para la gestión y promoción de estos recursos el municipio ha entendido que es necesario utilizar la **digitalización del destino** como herramienta esencial y como prueba de esa determinación fue la solicitud que remitió la entidad para **formar parte de la Red DTI**, y cuya aceptación se ha producido con fecha **28 de febrero de 2022**. Bien es cierto que esta inclusión en la Red implicará una evaluación que dará paso a tener un plan claro de digitalización, y dado que aún no se ha producido dicho informe de evaluación por parte de la Red, no parecía prudente realizar ninguna planificación al margen, pero tampoco dejar de pasar la oportunidad que los fondos NextGenEU ofrecen, por lo que se ha procedido a realizar un **análisis DAFO** que permita orientar ir acometiendo alguna de las acciones en materia de digitalización a la espera del informe que emane de la integración en la red DTI.

		OPORTUNIDADES								AMENAZAS							
		Relevancia del Camino de Santiago Francés	Posibilidad de acceso a nuevas fuentes de financiación			Integración en la Red DTI	Facilidad de acceso a las NT y mejora de la conectividad	Incremento del valor de la experiencia de compra	Proximidad a Burgos	Interés por lo rural, por lo original	Alta estacionalidad	Incremento de los competidores	Degradación del entorno	Falta de iniciativa empresarial	Decaimiento del Camino de Santiago	No controlar la gestión del principal recurso	Pérdida de servicios básicos
FORTALEZAS	Disponibilidad de recursos patrimoniales, culturales y naturales	3	2	2	3	0	3	2	-2	-1	-1	-2	0	-2	-2	5	
	Nuevos emprendedores	1	2	2	3	2	2	2	-1	-1	0	1	0	-1	-2	10	
	Singularidad de la oferta	2	2	2	2	1	2	2	-2	-1	0	-2	-2	-2	-2	2	
	Conexión con la producción más próxima	1	1	2	3	2	2	3	-2	2	1	-2	0	-1	0	12	
	Disponer de espacios municipales	2	2	2	2	1	2	1	-1	-1	-1	0	1	-2	-1	7	
	Buen nivel de SP y seguridad	3	2	2	3	2	3	3	0	0	-2	-1	-1	-1	-1	12	
	Gran capacidad de resiliencia	3	2	2	1	1	2	2	1	0	-1	-1	-1	0	-2	9	
DEBILIDADES	Excesiva dependencia del turismo del Camino de Santiago	-2	0	-1	0	-2	2	0	-3	-3	-1	-2	-3	-2	-1	-18	
	Falta de datos sobre turistas y visitantes	-1	-2	2	1	-2	-1	-2	-3	-2	0	-3	-3	-2	-2	-20	
	Oferta comercial y de servicios escasa	-2	-2	-1	0	-2	-2	-2	-3	-3	-3	-3	-1	-1	-3	-28	
	Reducida capacidad financiera	0	1	1	-1	0	0	0	-1	-2	-2	-1	-2	0	-3	-10	
	Bajo nivel de residentes	0	-2	0	1	-1	2	1	0	0	-3	-3	0	0	-3	-8	
	Modelo de negocio poco adaptado	-2	1	1	1	-2	-1	-2	-3	-3	-2	-3	-3	0	-3	-21	
	Falta de definición e implantación de procesos de digitalización	-1	-1	1	1	-2	-2	-2	-3	-2	-1	-3	-2	-1	-3	-21	
		7	8	17	20	-2	14	8	-23	-17	-16	-25	-17	-15	-28		

2. Justificación del proyecto/actuación (La justificación busca responder porqué es importante realizar el proyecto, qué problema o problemas busca resolver, qué se quiere realizar y cuáles son los beneficios que se buscan obtener con el proyecto):

Después del análisis DAFO en relación con el turismo y la inteligencia turística en Destino son varios problemas los que pretende resolver este proyecto.

- **La excesiva dependencia del turismo proveniente del Camino de Santiago** que además de ser una fortaleza del destino también se convierte en una amenaza al depender en exceso de un solo recurso. A ello se cuenta con la alta estacionalidad que este tipo de turismo provoca y que hace difícil la viabilidad estable de muchos negocios turísticos. Es por ello que el proyecto busca, por un lado, seguir potenciando el turismo de peregrinos a través de hacer atractiva la estancia del caminante y que por ello sea elegido como lugar de parada, es decir como final de una etapa, que incrementará la posibilidad de fidelizarlo como turista; y por otro lado, el proyecto trata de poner en valor una serie de recursos que posee la población y su territorio para que gestionados y promocionados de una manera digital sirvan de reclamo a turistas en general, pero específicamente a visitantes provenientes de la ciudad de Burgos y de su alfoz así como el importante número de personas que discurren por las carreteras y autovías que la circundan.
- **El déficit de digitalización de la propia administración local en materia de turismo y de los emprendimientos turísticos que parten de la iniciativa privada.** Es el caso que algunos de ellos no cuentan tan siquiera con una página Web y otros carecen de presencia en las Redes Sociales. Tanto en las acciones que encajan en el tipo de gasto de la transformación digital como en las que corresponden con el fomento de la interoperabilidad, sensibilización y formación tienen como objetivo impulsar la tecnología digital tanto en la administración local como en los negocios vinculados al turismo de la localidad.
- **El individualismo y el aislamiento empresarial que dificulta acciones que sumen sinergias.** Las acciones de gobernanza que propone este proyecto, desarrolladas tanto de una manera presencial como a través de una plataforma que integre todo el tejido económico y social de la localidad, buscan vencer estos problemas estructurales impulsando y facilitando la participación.
- **La despoblación que sufre el medio rural** y que sin embargo en el caso de Tardajos esa tendencia de los últimos años ha sido la del crecimiento; el proyecto trata tanto de mantener la actividad de las empresas turísticas como crear un territorio atractivo para nuevos emprendimientos que no solo fijen, sino que atraigan población a la localidad. No se trata solo en el caso de las empresas de aquellas dedicadas a la restauración y el alojamiento sino también en la de atracción de otros servicios turísticos como el alquiler de bicicletas eléctricas, la artesanía y el comercio.

3. Objetivo/s general/es:

Impulsar la digitalización de la localidad como destino turístico y de las empresas turísticas y desarrollar un sistema de inteligencia turística basado en la información y la comunicación, capaz de fidelizar los públicos objetivos actuales y captar otros nuevos, para contribuir al desarrollo sostenible de Tardajos, que sea accesible para todos, que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno e incremente la calidad de su experiencia y a la vez mejore la calidad de vida de los residentes gracias a las nuevas tecnologías, a un proceso de innovación continua y a la gobernanza participativa y colaborativa.

4. Objetivo/s específico/s:

- Ganar en visibilidad y mejorar la imagen y la reputación de la localidad como destino turístico
- Desestacionalizar y diversificar la demanda atrayendo nuevos públicos objetivos.
- Buscar en la digitalización la captación de un turista joven
- Poner en valor elementos patrimoniales y culturales, incrementando la oferta.
- Disponer de contenidos digitales de alta calidad que faciliten la promoción del destino y el disfrute de sus visitantes.
- Impulsar el proceso de digitalización de las empresas y mejorar su competitividad
- Crear un destino atractivo para la implantación de empresas turísticas
- Promover la cooperación público-privada generando un sistema de gobernanza más participativo y corresponsable
- Ganar en calidad estancial
- Incrementar la interacción con el visitante y fidelizarlo
- Disponer de datos que faciliten la planificación y gestión de los servicios
- Mejorar el nivel de vida de los residentes.
- Construir una red de prescriptores del destino.

5. Grado de alineación de la propuesta con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España (Se deberá indicar de manera motivada la concordancia de la propuesta con las políticas indicadas):

El proyecto **REST AND ENJOY** responde al reto de recuperar los niveles de actividad prepandemia COVID19 que en el caso de Tardajos, con una actividad turística extremadamente vinculada al Camino de Santiago, se vio muy afectada por la prácticamente inexistente presencia de peregrinos. En este momento de recuperación también pretende revisar el modelo de negocio para que resulte sostenible a largo plazo desde el punto de vista financiero, medioambiental, territorial y social, introduciendo cambios tanto en la planificación como en los contenidos y la gestión del destino.

Alineación del proyecto con los ejes del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la UE.

► Con la transición ecológica

Con el proyecto se promueve la economía circular, la mejora de la resiliencia de las empresas del sector, y contribuirá a la sensibilización de los ciudadanos.

► **Con la transformación digital**

Con el proyecto se potencian las infraestructuras, las competencias y el uso de nuevas tecnologías.

► **Con la cohesión social y territorial**

Las acciones que se desarrollarán reforzarán el estado del bienestar en el entorno rural y contribuirán a mantener el empleo de calidad y los servicios.

► **Con la igualdad de género**

El proyecto contribuirá a mantener una alta tasa de empleo femenino, contribuyendo a la igualdad de oportunidades y a reducir la brecha digital.

El proyecto **REST AND ENJOY** se inserta dentro de la **Política Palanca V. Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora**, y más concretamente y de acuerdo con las Bases de la convocatoria de las ayudas a las que se concurre, en su **Componente 14. Plan de modernización y competitividad del sector turístico** y en su **Inversión 2 Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico, que tiene como objetivo implementar actuaciones de impulso de la digitalización tanto de los destinos como en las empresas turísticas**. Sus acciones contribuirán a conseguir el objetivo del **etiquetado digital** con un 100%.

► **Con relación a la sostenibilidad turística.**

○ **Medioambiental**

- El modelo propuesto tiene una escasa incidencia sobre el medio ambiente al centrarse en los desplazamientos a pie o en bicicleta.
- Proximidad a la capital. La cercanía con Burgos como núcleo proveedor de visitantes hace igualmente que el desplazamiento sin vehículo resulte posible.

○ **Socioeconómica**

- Estacionalidad. Uno de los objetivos del proyecto se centra en reducirla.
- Alto nivel de autoempleo. La mejora de la actividad turística incidirá directamente en el empleo, destacando el autoempleo y la presencia relevante de mujeres.
- Mejora de la capacidad de atracción del patrimonio. El proyecto plantea su puesta en valor, destacando algunos elementos históricos y culturales.

○ **Territorial**

- Rural y urbano. La proximidad a la capital facilitará una mayor conexión entre los dos ámbitos.
- Colaboración público-privada. El desarrollo del proyecto prevé la participación privada no sólo en la gobernanza, sino también en la generación de contenidos, acceso a datos y uso de Nuevas Tecnologías.

► **Con relación a los objetivos del Componente**

- **Economía circular.** El proyecto contribuirá a promover la economía circular apoyando a los productores locales y realizando actuaciones de reutilización de inmuebles y espacios.
- **Implantación de nuevas tecnologías digitales.** Es el eje central del proyecto.

- **Diversificación y desestacionalización.** El acceso a información y disponer de la posibilidad de interactuar con los clientes potenciales de la localidad permitirá acceder a nuevos perfiles de turistas e impulsar su visita de manera más regular a lo largo de todo el año.
 - **Contribución a la desconcentración.** Un mayor atractivo de la oferta próxima a la capital contribuirá a la desconcentración de sus visitantes.
 - **Apuesta por la calidad.** El acceso a la información y la digitalización de procesos, junto con una gobernanza colaborativa mejorará el nivel de sensibilización y gestión de los recursos.
 - **Gobernanza participativa y colaborativa.** Se considera la garantía de mantener y desarrollar el proyecto a lo largo del tiempo y de rentabilizar la inversión.
- **Con relación a la Submedida 1.**
- **Desarrollo sostenible:**
 - **Accesible para todos.** Los elementos sustanciales del proyecto se orientan precisamente a que la información y los recursos resulten accesibles al mayor número de personas posible.
 - **Interacción e integración del visitante.** La cultura derivada del propio Camino de Santiago y el estilo de vida de los residentes hacen fácil la interacción con los visitantes y su integración.
 - **Mejora de la calidad de la experiencia.** Se busca mejorar la experiencia desde el momento inicial de la búsqueda, pasando por la información y el acceso a los recursos.
 - **Mejora de la calidad de vida de los residentes.** Incrementar y desestacionalizar la oferta supondrá mejorar el nivel de calidad de vida de los residentes, tanto desde el punto de vista económico como social.
 - **Plataforma digital interactiva (API) (Red DTI):**
El proyecto plantea el diseño de una estructura que resulte no sólo atractiva e intuitiva, sino que pueda interoperar en red con otras administraciones o entidades.
 - Generación de contenidos digitales. La divulgación de los activos a través de las NT requiere disponer de contenidos de alta calidad.
 - Captación y gestión de datos. Se consideran no sólo a nivel estadístico, sino también desde el punto de vista de la gestión de los servicios y de generación de riqueza.

Pero el conjunto del proyecto y más específicamente algunas de sus acciones también resultan acordes y contribuirán con otros Componentes del PRTR y otras políticas públicas. Así, sus acciones resultan alineadas con:

Componentes 12 y 13: *“reducir la desigualdad y las brechas sociales y territoriales. contribuyendo al equilibrio entre territorios urbanos y rurales”,* así como a apoyar su doble objetivo transversal: *“que la digitalización contribuya de forma importante a cerrar las diferentes brechas sociales, territoriales y de género y contribuya a apoyar la transición ecológica”.*

La configuración del proyecto de cara a su ejecución disponiendo una metodología de trabajo participativa con el sector y el hecho de integrar programas que desarrollan proyectos colaborativos contribuirán también a demostrar como *“la colaboración público-privada constituye un elemento indispensable para la puesta en marcha de las reformas e inversiones”.*

Plan Nacional de Competencias Digitales (digital skills). VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades *“El refuerzo del capital humano es fundamental para que el Plan de inversiones y reformas tenga el impacto deseado...”*.

Considerando la relevancia que la digitalización tiene dentro del proyecto, se identifican también algunos elementos que integra y hacen que se alinee igualmente con el PNCD.

El sector muestra, como ya se ha indicado en el apartado dedicado al análisis y diagnóstico, los déficits identificados en el Plan al ser el turismo uno de los sectores más afectados por los cambios acelerados derivados de la pandemia; para superarlos se prevé la importancia de *“la adquisición y el desarrollo de competencias digitales se erige, así como una de las prioridades clave del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia”*.

El proyecto se alinea con la **Estrategia Digital Europea** que reconoce la necesidad de fomentar la implantación de tecnologías digitales para promover una economía justa y competitiva (*“la Agenda Digital 2025 establece la capacitación digital entre sus 10 ejes prioritarios, con el objetivo de “reforzar las competencias digitales de las personas trabajadoras...”*). También se alinea con la política orientada al aprendizaje permanente recogida en varias recomendaciones (*Recomendación 2006/962/CE, de 18 de diciembre de 2006 sobre competencias digitales y Recomendación del 22 de mayo de 2018 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*).

También el proyecto contribuirá al desarrollo de la **Nueva Agenda de Capacidades para Europa** que pide *“Ofrecer oportunidades para adquirir competencias digitales es esencial para preservar la competitividad económica en todos los sectores”*, ya que los programas que integra orientados a la **digitalización** permitirán como parte de esta política comunitaria que *“las competencias digitales incluyen destrezas y habilidades de utilidad para la ciudadanía en general, que debe buscar información y comunicarse en línea, hasta aquellos profesionales que necesitan construir una identidad digital para posicionarse y llegar a sus consumidores, creando y publicando contenidos digitales, e incluso, aplicaciones específicas que necesitan programación”*. Como también se alinea para dar respuesta a una de las necesidades recogidas en la misma: *“se necesita que todas las empresas, y en particular las PYMEs, cuenten con emprendedores/as que entiendan la necesidad de estar presentes en línea, no solo mediante una página web, sino estableciendo canales de venta, de difusión, utilizando múltiples plataformas, etc”*.

Finalmente cabe destacar que el proyecto también considera, de manera acorde con uno de los objetivos del PRTR, que **“la comunicación es un factor de gran relevancia para alcanzar los objetivos del Plan de Recuperación”**:

- *Informar a la opinión pública sobre el desarrollo de las reformas y las inversiones previstas*
- *Hacer visible para la opinión pública la contribución del Plan a la doble transición ecológica y digital, con cohesión social y territorial e igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres*
- *Incrementar el conocimiento de la ciudadanía acerca del papel de la Unión Europea en la salida de la crisis*
- *Proporcionar información clara sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrece a los potenciales beneficiarios (principal destinatario de la información)*
- *Comunicación interna. “Merecen una atención particular los empleados públicos de las distintas Administraciones implicadas en la ejecución del Plan de Recuperación, para los que es necesaria una comunicación interna eficaz que asegure un correcto desarrollo del Plan, garantice la transparencia de las actuaciones y facilite el cumplimiento de la normativa comunitaria”*.

Todo ello con el propósito de “...fomentar un clima favorable a las reformas e importantes inversiones...**visualizando y poniendo en valor el impacto positivo de los fondos en la recuperación y la transformación de la economía...**” y para lo que también se utilizará la plataforma del proyecto y la web institucional del Ayuntamiento.

Para realizar el análisis del principio sobre **“no perjuicio significativo”** en relación con las actuaciones propuestas en este proyecto se han tenido en cuenta las indicaciones de la Comunicación de la Comisión Guía Técnica sobre la aplicación del principio de «no causar un perjuicio significativo» en virtud del Reglamento relativo al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (2021/C 58/01) en relación con lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) 2020/852 (Reglamento de taxonomía), que define qué constituye un «perjuicio significativo» a los seis objetivos medioambientales que comprende el Reglamento.

Dicha guía indica que puede adoptarse una estrategia simplificada de evaluación según el principio DNSH para aquellas medidas que no tengan un efecto previsible, o cuyo efecto previsible sea insignificante, en todos o alguno de los objetivos medioambientales.

En aplicación de esta estrategia se considera que no es previsible que ninguna de las actuaciones incluidas en el proyecto pueda causar ningún perjuicio significativo a alguno de los objetivos medioambientales y, sí, en cambio, contribuir a alguno de dichos objetivos, tal como se detalla a continuación.

Mitigación del cambio climático	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas de lugar a considerables emisiones de gases de efecto invernadero.
Adaptación al cambio climático	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas pueda provocar un aumento de los efectos adversos de las condiciones climáticas actuales y de las previstas en el futuro, sobre sí misma o en las personas, la naturaleza o los activos.
Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas vaya en detrimento del buen estado o del buen potencial ecológico de las masas de agua, incluidas las superficiales y subterráneas, o del buen estado ecológico de las aguas marinas
Transición hacia una economía circular	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas: - genere importantes ineficiencias en el uso de materiales o en el uso directo o indirecto de recursos naturales, como las fuentes de energía no renovables, las materias primas, el agua o el suelo en una o varias fases del ciclo de vida de los productos, en particular en términos de durabilidad y de posibilidades de reparación, actualización, reutilización o reciclado de los productos - de lugar a un aumento significativo de la generación, incineración o eliminación de residuos - genere residuos cuya eliminación a largo plazo pueda causar un perjuicio significativo y a largo plazo para el medio ambiente.

Prevención y control de la contaminación	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas dé lugar a un aumento significativo de las emisiones de contaminantes a la atmósfera, el agua o el suelo, en comparación con la situación existente antes del comienzo de la actividad
Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas	No es previsible que ninguna de las actividades propuestas vaya en gran medida en detrimento de las buenas condiciones y la resiliencia de los ecosistemas, o vaya en detrimento del estado de conservación de los hábitats y las especies, en particular de aquellos de interés para la Unión.

6. Grado de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Se deberá indicar de manera motivada las metas y objetivos de los ODS que contribuye a conseguir):

El proyecto **REST AND ENJOY** también contribuirá a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible, alineándose con un número importante de sus Metas:

ODS 2: HAMBRE CERO

2.4 Para 2030, asegurar la **sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos** y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra

- › Apostar por los productos locales para apoyar al comercio y a los productos de proximidad.
- › Apostar por los productos agroalimentarios de temporada, ecológicos, de origen local

ODS 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD

4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los **estilos de vida sostenibles**, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible

- › Apoyar la formación y sensibilización del personal empleado, proveedores y grupos de interés en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030.
- › Apoyar una cultura empresarial enfocada en la sostenibilidad, comprometida con los derechos humanos, el medioambiente, la transparencia y la igualdad de género
- › Colaborar con centros de educación primaria

ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO.

5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública

5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres

- › Participación activa en la Gobernanza
- › Utilización de las aplicaciones TIC

ODS 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

6.2 *De aquí a 2030, lograr el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos para todos...*

- › **Asegurar y facilitar el acceso a agua potable y espacios apropiados para higiene personal a través de los Albergues del Camino**

ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

7.1 *De aquí a 2030, garantizar el **acceso universal a servicios energéticos** asequibles, fiables y modernos*

7.b *De aquí a 2030, ampliar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios energéticos modernos y sostenibles...*

- › **Punto de recarga para vehículos eléctricos**

ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

8.2 *Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación*

8.3 *Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas...*

8.9 *De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales*

- › **Impulso a la economía y cultura locales**
- › **Promoción del turismo sostenible en el medio rural**

ODS 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

9.c *Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones...*

- › **Digitalizar procesos de negocio.**
- › **Difundir buenas prácticas relacionadas con las nuevas tecnologías**

ODS 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

10.3 *Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados...*

- › **Mejora de las oportunidades de negocio**

ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

11.3 *De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible*

11.4 *Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo*

11.7 *De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad*

- › **Eliminación de barreras arquitectónicas y disponibilidad de información inclusiva**
- › **Mecanismos participativos que permitan tener en cuenta las necesidades y prioridades de los ciudadanos.**
- › **Promover el desplazamiento andando y en bicicleta. Facilitar aparcamiento para bicicletas y recarga de vehículos eléctricos.**
- › **Mejora del entorno físico para garantizar la salud y la seguridad de los visitantes y residentes.**
- › **Apoyo a los vínculos entre la zona rural y la urbana más próxima.**
- › **Protección del patrimonio cultural**

ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

12.b *Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales*

- › **Promoción de productos locales**
- › **Gobernanza del proyecto**

ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA

13.3 *Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana*

- › **Apoyar acciones de transporte sostenible**
- › **Fomentar el negocio con proveedores locales bajo criterios de sostenibilidad**
- › **Involucrar a clientes y consumidores en el logro de los ODS, promoviendo la acción por el clima.**

ODS 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

15.5 *Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales*

- › **Reutilizar locales, oficinas e infraestructuras en lugar de nueva construcción.**
- › **Aprovechar la tecnología para reducir la emisión de papel**

ODS16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

16.7 *Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades*

- › **Fomento de la participación ciudadana. Apoyo a la generación de redes de participación en el medio rural en el ámbito comercial, cultural, económico y social para evitar el aislamiento y la vulnerabilidad a todos los niveles que implica la exclusión participativa del medio rural.**

ODS17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

17.17 *Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil...*

- › **Gobernanza del proyecto**

7. Grado de alineación con los tipos de proyecto indicados en el artículo 9:

En el **punto 2** se ha descrito una tabla precisando las actuaciones previstas en el proyecto y su relación directa con los tipos de proyecto indicados en el artículo 9.

8. Capacidad del proyecto de dinamizar, incorporar nuevas tecnologías, actualizar y enriquecer la oferta turística del municipio, así como de revitalizar la actividad comercial en zonas que hayan sufrido un importante descenso de la misma:

El proyecto **REST AND ENJOY** integra una serie de NT que permitirán modernizar las estructuras digitales orientadas al turismo y que contribuirán a recuperar, consolidar y ampliar la actividad comercial tras el completo descenso de los caminantes que supuso para la localidad las restricciones y prevenciones derivadas de la pandemia.

- La incorporación de las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión y promoción de los recursos turísticos del municipio. Esa incorporación queda patente en las actuaciones tendentes a la creación de la **plataforma digital**, en la puesta a disposición de los

empresarios del servicio de **Chefs Voice**, en la generación de **contenidos digitales** o en la creación de una **Oficina Turística Inteligente**.

- La puesta en valor de recursos turísticos ociosos del municipio a través de su incorporación a los contenidos digitales enriquecerá su oferta turística; ejemplo claro es el del **yacimiento arqueológico de Deobrigula** que será un elemento fundamental en esta creación de contenidos digitales y que actualmente pasa casi desapercibido por lo visitantes. De la misma manera la puesta en valor de personajes como el **Padre Mariano Díaz Tobar**, precursor del cinematógrafo o el de algunos productos gastronómicos con origen en la localidad, como el famoso **queso fresco de Burgos** enriquecerán sin lugar a duda la oferta cultural y turística del municipio.
- La actividad comercial de Tardajos fundamentada principalmente en el peregrino que recorre el Camino de Santiago fue muy castigada durante la pandemia de Covid19, no solamente por los cierres obligatorios sino posteriormente con la importante caída de peregrinos. Hay que tener en cuenta que el turismo de peregrinos está compuesto por un elenco de nacionalidades con restricciones de movimiento en ese periodo y que además el propio espíritu de relación y de configuración de los espacios para pernoctar, no generaban una seguridad a los posibles caminantes. Por ello este proyecto busca no solo recuperar esos niveles prepandemia, que este año ya se han conseguido e incluso superado, sino la búsqueda de **nuevos nichos que permitan diversificar y desestacionalizar** el turismo revitalizando sin lugar a duda la restauración, el hospedaje y otro tipo de comercio en la localidad.
- La dinamización del territorio proponiendo actuaciones de **gamificación** que permitan interactuar a visitantes y vecinos y que permitan a los primeros conocer más e integrarse mejor en la sociedad del municipio.
- Acercar el destino a un público joven, que valore los entornos naturales y rurales. Este público es siempre un revulsivo y dinamizador de los territorios que obliga a los gestores a adaptarse a los nuevos gustos, a “estar al día” y provoca un impulso beneficioso a la oferta del destino.

9. Capacidad del proyecto para innovar y mejorar la productividad del sector:

El proyecto tiene entre sus fines la de apoyar la **innovación** y la mejora de la **productividad** del sector turístico de la localidad. Todas las acciones van encaminadas a ello bien sea de una forma directa o bien sea de una manera más transversal. La propia promoción de la localidad con sus recursos en el mundo de lo digital pudiendo **captar al turista en origen** representa un paso innovador en la estrategia turística de la localidad tal y como se ha venido desarrollando hasta ahora.

Esta promoción conlleva una **puesta en valor de sus recursos ahora ociosos** que incidirá en una prolongación de la estancia del turista y que sin duda redundará en una mejora de la productividad del sector.

También algunas actuaciones concretas como la implantación del Chef,s Voice que permitirá a las empresas turísticas ofrecer sus servicios a través de una “**carta digital accesible**” a un público internacional, de una manera más eficaz y accesible también a otros grupos específicos de personas.

Por otra parte, la integración de la oferta en la **plataforma digital** que se genera en este proyecto, como la **promoción en redes sociales** será una ayuda para mejorar la productividad del sector, pero sobre todo la búsqueda de nuevos tipos de turismo que permitirá la **diversificación** y sobre todo la **desestacionalización** que sin lugar a duda mejorará la cuenta de resultados de las empresas y promoverá el emprendimiento.

10. Capacidad del proyecto para mejorar la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular:

El proyecto busca la **utilización intensiva de las tecnologías digitales**, lo que influye directamente en una mejora de la sostenibilidad al no utilizar materiales que luego han de reciclarse, o simplemente se desechan.

La eficiencia energética se sustancia en la creación de una Oficina de Turismo Inteligente que **reducirá el consumo de energía** en los momentos en que nadie la visita a través de la activación de los elementos cuando se accede a ella.

La mejora de la calidad ambiental se refleja en el proyecto de la instalación de **puntos de recarga de vehículos eléctricos** y en la búsqueda de empresas que implanten un sistema de **alquiler de bicicletas** tanto normales como eléctricas.

11. Capacidad de mejorar la experiencia del turista online:

Es precisamente ese uno de ellos objetivos perseguidos; se pretende que ya desde el origen el turista experimente aquello que Tardajos puede ofrecer al visitante, a través de la **generación de los contenidos digitales de alta calidad** y toda la información que la plataforma podrá suministrar al interesado o curioso que puede convertirse en turista y que podrá consultar antes de decidir o partir al destino.

Una vez en el destino el proyecto será capaz de **generar unas buenas experiencias** al turista que hagan su **visita memorable**. El Gaiming es una de las experiencias que mejora la estancia del turismo en la localidad y que unido a una puesta en valor de recursos ociosos como la digitalización del yacimiento de Deobrigula, sorprenderá sin lugar a duda al visitante, incluso al que repite el destino.

La mejora en la accesibilidad y puesta en valor del **Parque de los Paules** que centra el proyecto **REST AND ENJOY** será sin duda una grata experiencia al turista y sobre todo al peregrino del camino de Santiago, hoy por hoy el principal turista de Tardajos. Por otra parte, a través de la formación y del propio **Consejo de Turismo** se mejorará el sentido de acogimiento no solo por parte de las personas que desarrollan su actividad en los servicios turísticos, sino **también por parte de los propios vecinos**, entendiendo que la inmersión en la cultura, la manera de vivir y entender la sociedad es una de las experiencias más gratificantes que el turista puede experimentar. Dejar de ser solo turista para convertirse en viajero.

Parte 3. Descripción del proyecto

1. Descripción completa del proyecto/actuación financiable:

Estructuralmente el proyecto tiene cinco focos de actuación, interrelacionados entre sí y que en su entorno cada uno de ellos configura las diferentes acciones del proyecto dándole coherencia y generando una serie de sinergias entre ellas que potenciarán su desarrollo.

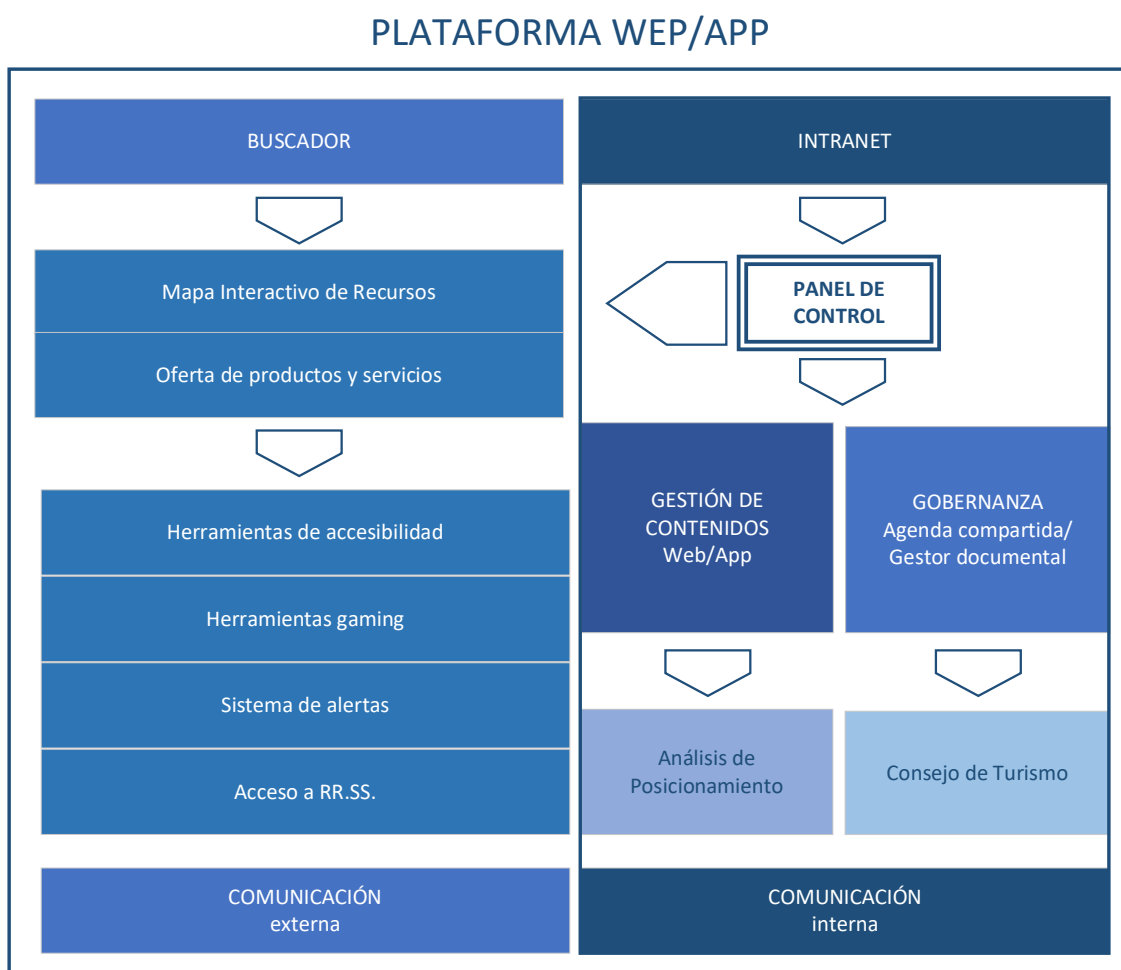
Todo el proyecto se concibe como **“digital” y “turístico”** más allá de que sus acciones se enmarquen en un entorno puramente digital o se trate de aplicaciones o soluciones digitales insertadas en elementos físicos, en este caso centrados en tres elementos significativos como es el Parque de los Paules, la Oficina de Turismo Inteligente y la Casa Consistorial.



Quizás pueda parecer un proyecto demasiado ambicioso o extenso para que pueda ser gestionado por una pequeña localidad, sin embargo su propia estructura, la facilidad que ofrecerá gestionar de manera integrada muchas de las aplicaciones y disponer de personal dedicado específicamente a la gestión del proyecto hacen que se considere no sólo viable, sino de interés prioritario para su Ayuntamiento.

Descripción pormenorizada de cada una de las actuaciones:

1. Diseño y desarrollo de WebApp con intranet, interoperabilidad APIs y generación de perfiles en RR.SS.



Configuración y Estructura de la Web/App

El esquema anterior representa las áreas de la plataforma considerando tanto su parte interna como la externa; a la vez se creará la marca del proyecto y su imagen con el fin de homogeneizar y dar coherencia a toda la aplicación en sus diferentes funcionalidades, así como la BB.DD. que permita gestionar toda la información de manera georreferenciada.

Aplicación PWA

Como parte del desarrollo de la versión de escritorio del aplicativo de usuarios, este se desarrollará teniendo en mente el empleo de la tecnología PAW (Progressive Web App) que permite de forma sencilla navegar la web como si de una aplicación nativa se tratase. Se integrarán las directivas impuestas por el estándar PWA incluyendo una pantalla inicial “SplashScreen” y un icono de aplicación en la versión web.

Con esto, cualquier usuario podrá generar un acceso directo a la plataforma desde el navegador de su móvil y disponer de la versión web como si se tratase de una aplicación nativa.

Compatibilidad con dispositivos

En cuanto a la compatibilidad del sitio web, este será compatible con todos los navegadores modernos, especialmente los basados en Chromium como Microsoft Edge, Opera o Google Chrome. También será 100% compatible con navegadores nativos de plataformas Apple como Safari.

Por otro lado, el diseño de la aplicación será *responsive* con lo cual se adaptará al tamaño de pantalla de los diferentes dispositivos de los usuarios, garantizando una buena experiencia tanto de navegación como de interacción.

Integración con terceros

Integración con APIs de terceros

Se automatizarán procesos y se desarrollarán servicios web que permitan transferir la información de forma automatizada desde otras plataformas.

Enlace a RR.SS.

Desde la página hom de la plataforma se podrá acceder a los perfiles de RR.SS. que desarrolle el proyecto.

DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DE LA PLATAFORMA DE GESTIÓN A NIVEL DE INTRANET.

Dispondrá de un interface intuitivo y sencillo (panel de control) que permita su gestión disponiendo de conocimientos informáticos a nivel de usuario.

Listado de funcionalidades Identificadas en la Arquitectura de la plataforma y la BBDD.

Las siguientes funcionalidades representan a nivel de arquitectura del sistema las tareas y requisitos que se desarrollarán para sostener los diferentes sistemas y el resto de las funcionalidades operativas:

- Creación de cuenta y perfil Google Cloud para la gestión centralizada del proyecto
- Planificación de arquitectura de información y Modelos de datos
- Setup de Google Firestore para la gestión de BBDD
- Configuración de Permisos de acceso a información de la BBDD
- Optimización de consultas a la BBDD
- Configuración de Autenticación y Roles de usuario
- Configuración de solución de Almacenamiento Estático (Fotos, Videos...)
- Reglas de seguridad Almacenamiento
- Configuración de Hosting para plataforma Web (Firebase)
- Configuración de Firebase Functions para lógica de Negocio
 - └ Acceso a aplicaciones de terceros: mapa interactivo digital, aplicación gaming; generación y control de códigos QR
- Configuración de Reglas de seguridad Firebase Functions
- Unificación de API de Firebase Functions
- Setup Motor de Búsqueda / Geobúsqueda Algolia
- Implementación API Algolia + Firebase Functions
- Configuración de Analytics
- Configuración de Sistema de Notificaciones Push
- Creación de repositorio Git para el proyecto
- Creación de Entornos de Pre-producción y Producción
- Documentación técnica del Proyecto

Listado de funcionalidades Identificadas en el backend.

Las funcionalidades listadas a continuación representan las funcionalidades “Core” del sistema de backend que gestionará el funcionamiento principal de la plataforma e incorpora las lógicas de negocio generales y las lógicas de negocio específicas:

- Creación de Métodos de Registro de Usuarios
- Creación de Gestión de Usuarios y Altas
- Creación de Métodos de Bajas y Bloqueos de Usuarios
- Creación de Métodos de reseteo de Contraseñas perdidas
- Creación de Métodos de verificación de Usuarios
- Creación de métodos de creación de productos
- Creación de métodos de actualización de productos
- Creación de métodos de envío de notificaciones
- Creación de métodos de gestión de analíticas de la plataforma
- Sincronización inicial de Negocios y Actualizaciones
- Automatismos de sincronización de Negocios Google Places API

Listado de funcionalidades Identificadas en el sitio web de gestión.

De cara al sitio web de gestión de la plataforma se identifican las siguientes funcionalidades específicas, para desarrollar e implementar:

- Diseño de la Aplicación Web
- Conexión con API y BBDD
- Desarrollo Navegación
- Desarrollo Librería de Componentes
- Validaciones de Formularios
- Integración con sistema de alta y validación de usuarios
- Desarrollo de formularios y gestión de Notificaciones
- Pantallas de Visualización de Analíticas
- Exportación de Analíticas

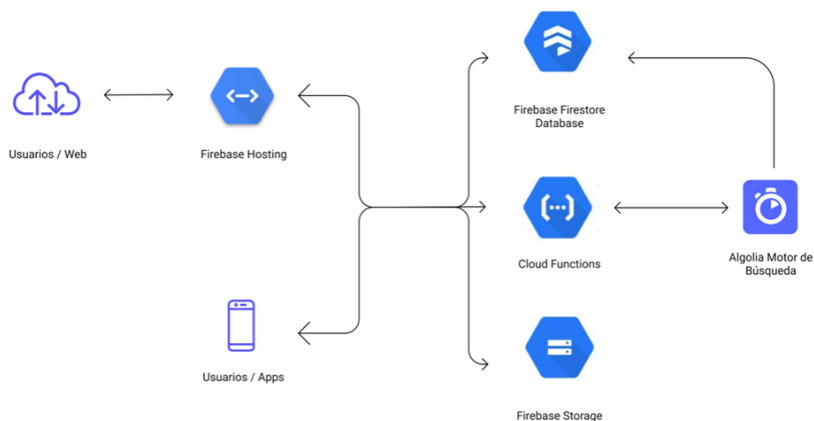
Listado de funcionalidades Identificadas de los aplicativos de los usuarios.

Por último, las siguientes funcionalidades se analizaron y desarrollaron en los aplicativos de los usuarios, tanto en sus partes públicas de usuarios consumidores como secciones privadas de asociaciones y comerciantes:

- Diseño de la Aplicación Híbrida Web / App iOS y Android
- Diseño Web PWA responsivo para todos los dispositivos
- Conexión con API y BBDD
- Desarrollo Navegación
- Desarrollo Librería de Componentes
- Validaciones de Formularios
- Integración Google Maps
- Pantallas de Registro de Usuarios
- Pantallas de Acceso de Usuarios
- Pantallas de Perfil de Usuarios
- Pantallas de Visualización de empresas
- Pantallas de Gestión de empresas
- Pantalla de Búsqueda Geoposicionada

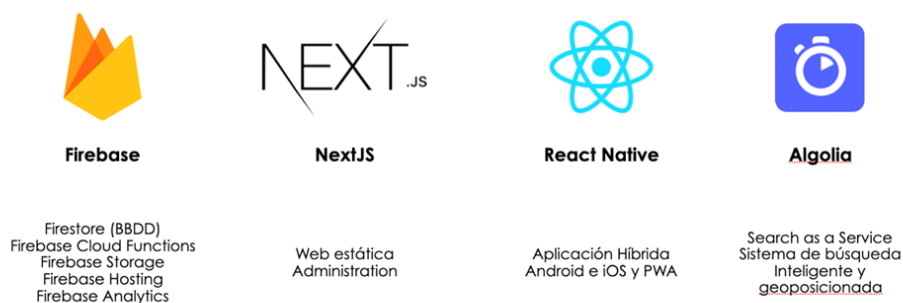
Diseño de estructura de la información

Una vez identificadas y definidas dichas funcionalidades, se procederá al diseño de la estructura de la información, comenzando por la definición de los distintos modelos y entidades de datos, para posteriormente definir los valores y campos que recibirán cada uno de ellos.



Tecnologías de desarrollo

A continuación, se presentarán las distintas tecnologías que se prevén emplear para el desarrollo tanto de la arquitectura de la plataforma como de los distintos aplicativos de administración y de los usuarios. La arquitectura de la plataforma responde a el siguiente esquema (simplificado para efectos de visualización a alto nivel)



Se prevé utilizar un “Stack de desarrollo” moderno y sobre todo escalable, contando con el servicio **Firestore**, enmarcado dentro de los servicios de Google Cloud por su flexibilidad y escalabilidad.

Para el desarrollo de los aplicativos de usuarios se basó el desarrollo en **React Native**, tecnología creada por Facebook para el desarrollo de aplicaciones altamente interactivas. En los aplicativos de administración se realizó el bootstrap del proyecto con dicha tecnología y con una base para el sistema de diseño de Grommet; sistema desarrollado

por HP con grandes funcionalidades de accesibilidad y buenas prácticas en interfaces y experiencia de usuario.

Para los aplicativos de usuario y con el objetivo de desarrollar una aplicación multiplataforma, se utilizará también React Native para poder mantener una sola base de código que resulte exportable en Web como una Progressive Web App tanto para iOS como para Android.

Para el motor de búsqueda, se integrará el ecosistema de Firebase con la plataforma **Algolia**, dotando al proyecto de funcionalidades avanzadas de búsqueda interactiva e inteligente, así como geoposicionamiento.

Gracias a el motor de búsquedas se podrá recoger información y realizar analíticas de uso que permitan conocer mejor los hábitos de búsqueda de los usuarios dentro de la plataforma, lo cual ayudará a conocer qué están buscando los usuarios y modificar las estrategias de márketing para ajustarse a cada escenario.

Arquitectura de microservicios

Una de las decisiones de diseño de la arquitectura de la plataforma más relevantes es el uso de microservicios. En vez de emplear servidores y arquitecturas de aplicación monolíticas, se emplearán microservicios para facilitar la escalabilidad del producto e ir desarrollando integraciones a medida que sean necesarias.

De esta forma permitirá mantener el desarrollo más ágil e ir identificando las necesidades a medida que vayan surgiendo en las sesiones de planificación y presentación a los usuarios.

La arquitectura de microservicios gestiona una serie de funcionalidades básicas de la plataforma para la operativa de la misma y para la gestión de procesos e integridad de la información.

Los microservicios se desarrollarán en 3 segmentos diferenciados:

- Funciones activadas por endpoints HTTP
- Funciones activadas por creaciones, actualizaciones o eliminaciones de documentos de la Base de Datos
- Funciones periódicas o de procesos Pub/Sub

Estos microservicios ayudarán a mantener el coste de gestión y mantenimiento de la plataforma de forma evolutiva a medida que el uso de la misma crezca con sus usuarios sin necesidad de preocuparnos de gestiones complejas de arquitecturas de servidores.

Firebase Framework y Google Cloud

Por último, como core central de la plataforma se encontrará el sistema de PASS (Platform as a service) Firebase de Google.

De este ecosistema de herramientas se ha intentado maximizar su uso para centralizar la mayoría de la operativa de negocio en un mismo servicio.

Se empleará su sistema de Base de datos en tiempo real Firebase Firestore para la gestión de la información fundamental de la plataforma de los modelos descritos anteriormente. Firestore permitirá la ejecución de *queries* simples y complejas a través de su API con lo que se podrá disponer de *queries* con subscripciones en tiempo real a cambios para dar al usuario feedback en cualquier momento de modificaciones y actualizaciones.

La Base de Datos se desplegará en el clúster de disponibilidad de "eur3" (europe-west) con lo que la disponibilidad de los centros de datos estará lo más cercana posible al origen de las consultas, resultando en mejores tiempos de respuesta y consultas más rápidas.

Para el almacenamiento estático de medios subidos por los usuarios se empleará el servicio de Storage de Firebase, que aportará un sistema flexible de almacenamiento sin

límites de uso y alta disponibilidad de los contenidos, así como distintas herramientas para controlar el contenido subido por los usuarios. Este sistema permitirá generar tokens de acceso a los propios contenidos en el caso de resultar objetos privados o distribuirlos de forma abierta para todos los usuarios como es el caso de imágenes de productos o establecimientos.

Para el sistema de autenticación de usuarios se implementará un sistema de login basado en email y contraseña a través de este framework, dejando la puerta abierta a la autenticación y el registro mediante distintos métodos como cuentas sociales (Facebook, Twitter, Microsoft, Yahoo, Apple, Google...) Por otro lado, se implementarán métodos para la recuperación y cambio de contraseñas de los usuarios. Mediante este sistema se podrán identificar los accesos de los usuarios de forma sencilla y acceder a facilitarles ayuda en caso de necesitarla.

ADMINISTRACIÓN DE LA PLATAFORMA

Funcionalidades Administración

La plataforma de administración es el **panel de control** central del sistema. Desde este sistema los usuarios con rol de Administrador podrán realizar sus funciones de gestión, mantenimiento y ayuda. Se diseñará este panel con la idea de facilitar el acceso a la información a dichos perfiles y simplificar y automatizar en la medida de lo posible este tipo de necesidades.

Desde esta área se podrá acceder a realizar acciones únicas a las cuales el resto de tipos de usuarios no podrán:

- Creación de artículos de ayuda
- Configuración general de la plataforma
- Gestión de usuarios (creación, verificación, bajas...)
- Gestión de Categorizaciones de productos y servicios
- Gestión de páginas de información dentro de los aplicativos.

Validaciones

Se desarrollará un sistema de validaciones para permitir el uso de nuevas altas a la plataforma. Este sistema permitirá filtrar los nuevos usuarios que se den de alta como empresas y garantizar que la información indicada es correcta, así como servir de referencia a nuevos usuarios de como emplear la herramienta, mejores prácticas, etc. Esta verificación es esencial de cara a ofrecer al usuario información fiable y de calidad a la hora de realizar las búsquedas.

Despliegue. Repositorios de Código

Para mantener un árbol de versiones y funcionalidades, así como claridad en el código y el trabajo realizado, se crearán dos repositorios de código *Git*.

SEGURIDAD DE LA PLATAFORMA

La seguridad de la información de la plataforma se estructura en 4 apartados fundamentales y diferenciados:

- Sistema de Autenticación de usuarios. Se emplea el servicio de *Firebase Auth* para la gestión de autenticación de usuarios garantizando que el primer nivel de acceso se cumple introduciendo y generando de forma individual un usuario y una contraseña que se almacena de forma anónima y encriptada en los propios sistemas de Google.

- Sistema de Autorización de lecturas y escrituras de la Base de Datos. Una segunda capa de seguridad de accesos y control de la información serán las reglas de seguridad desplegadas a nivel del servicio de base de datos de Firebase Firestore. Estas reglas de seguridad específicas y definidas en base a la lógica de negocio y permisos de la aplicación determinarán a qué piezas de contenidos y documentos los usuarios tienen acceso a la hora de realizar acciones CRUD (Lectura, escritura y actualización).
- Sistema de escritura en el sistema de archivos. Del mismo modo que las reglas de autorización en la base de datos, se emplearán las reglas de seguridad integradas en el servicio de Firebase Storage para gestionar los permisos de autorización a la hora de realizar acciones sobre los archivos, documentos, imágenes... que se encuentren en el sistema de almacenamiento.
- Backend y seguridad de las Conexiones. Por último, una capa final de protección para los usuarios será el cifrado de las conexiones entre su dispositivo y el servidor mediante certificado SSL, esta capa de encriptación asegurará que la conexión entre ambos es segura mediante el cifrado de la misma. Los certificados de autoridad serán expedidos por Google para los sitios web desplegados en Firebase Hosting.

GUÍA INTERACTIVA DE USO DEL SISTEMA

Manual general de uso

Se generará un manual de uso online y exportable en diferentes formatos para ayudar principalmente con el proceso de onboarding de un usuario y cualquier duda de uso que pueda surgir. Este manual online interactivo se creará con la plataforma Notion permitiendo no solo visualizar el contenido sino realizar búsquedas y sobre todo consultarlo desde cualquier dispositivo sin necesidad de descargar un documento PDF o tener un visualizador de este formato.

Plataforma Interactiva de Uso

Como herramienta general para los usuarios, se creará una herramienta de consulta de contenidos de ayuda para las acciones específicas que resulten parte de la operativa.

Esta herramienta será gestionable por los propios administradores y tendrá la posibilidad de ir implementando nuevos materiales de ayuda a medida que se necesite o se integren nuevas características en la plataforma.

El sistema permitirá realizar búsquedas y consultas de dudas o temáticas y mostrar resultados con breves tutoriales de ayuda.

2. Generación de contenidos digitales de alta calidad.

Para surtir esta plataforma digital referida en el capítulo anterior, así como para realizar las promociones que se desarrollen a través de las RR.SS., como para dotar de contenido la Oficina Turística Inteligente es necesario disponer de contenidos digitales de alta calidad. Este tipo de contenidos digitales se refiere fundamentalmente a fotografías y vídeos referidos a los recursos turísticos que se pretenden poner en valor y difundir. Las características de estas producciones tanto en su duración como en su calidad cumplirán unos estándares altos de calidad:

- ✓ La duración de los videos no ha de superar los 3 minutos.
- ✓ La calidad mínima será de 1080p Full HD, mp4.

- ✓ La adaptación a los diferentes formatos tanto de las redes sociales como a los otros medios de difusión que se necesite, como es el caso de la Oficina de Turismo inteligente.
- ✓ Composición de un Jingle que identifique al territorio y unifique los vídeos.

Se realizará un mínimo de 5 vídeos con tres de esas características y uno de larga duración resultado de la unión de los anteriores de tal modo que sirva de promoción en lugares como la propia Oficina Turística Inteligente que se creará a través de este proyecto.

3. Generación de mapa interactivo digital.

Para facilitar el acceso a los recursos por parte del visitante se pretende la generación de un mapa interactivo de los recursos y servicios que permita al visitante orientarse y localizarlos. Aunque la población de Tardajos no es extensa si es cierto que alguno de los recursos precisa de una localización, así como los servicios turísticos que se ofrecen.

4. Cuaderno de viaje digital.

El proyecto REST AND ENJOY busca generar una expectativa ilusionante al visitante en origen y una experiencia memorable en destino. También pretende fidelizar a un tipo de turista como es el peregrino que actualmente es el más numeroso y el que mantiene la actividad de servicios en la localidad. Esa fidelización pretende que el peregrino que está de paso piense en la localidad como un lugar donde volver no ya como peregrino sino como turista familiar, o de amigos o pareja.

Una de las mejores maneras de estar presente en ese futuro viajero es la de poder ofrecerle un cuaderno de viaje digital durante su peregrinaje que quede en el recuerdo de una forma permanente.

Este cuaderno de viaje digital ha de ayudar además al peregrino a reconocer y encontrar algunos de los recursos que el Camino ofrece, pero sobre todo los de la localidad de Tardajos que pudo llegar a ver o no tener tiempo para hacerlo, además de enlaces y contactos de interés para el peregrino.

De esa manera la utilidad en el camino y el recurso posterior contribuirán a crear un futuro visitante y a mejorar la reputación de la localidad.

Se trata de ofrecer recursos digitales que permitan al turista personalizar su interacción con los recursos y conservarlos, entre ellos:

- Personalización de la portada y páginas intermedias con imágenes de los recursos de Tardajos.
- Posibilidad de añadir notas y fotografías o vídeos.
- Posibilidad de añadir diferentes tipos de fondos y filtros
- Contactos de interés para el peregrino.
- Aviso de recursos o elementos patrimoniales o de otro interés a lo largo del Camino.
- Geolocalización de los recursos turísticos de Tardajos.

5. Geolocalización de los recursos.

La geolocalización de los recursos turísticos es una técnica ampliamente utilizada por los destinos, pero es necesario conocer cuál será su uso previsto para valorar las diferentes posibilidades de realizar esta geolocalización. De entre sus variadas finalidades, el proyecto plantea su utilización para el marketing digital y el uso en RR.SS. y se empleará el sistema GPS de coordenadas.

La importancia de tener bien geolocalizados los recursos turísticos es fundamental para poder desarrollar acciones de promoción; cada vez la herramienta de Google Maps es más utilizada para búsquedas de recursos hasta el punto de que Google ha iniciado la desaparición de Google My Busines para integrarla en la aplicación de Maps.

Por otra parte, según datos de Google, el 40% de las búsquedas realizadas a través de dispositivos móviles son locales, esto quiere decir que los consumidores buscaban información sobre el entorno que les rodea.

Así, todo el catálogo de recursos turísticos -patrimonio, naturaleza, cultura-, y los servicios serán geolocalizados para ponerlos a disposición de los usuarios desde las diferentes aplicaciones integradas en la plataforma.

6. Aplicación de Gamificación

La gamificación en turismo consiste en utilizar técnicas de juegos para aplicarlos a entornos no lúdicos y adaptarlos con herramientas digitales, como apps, páginas webs, dispositivos inteligentes, entre otros. Esto con la finalidad de lograr mejores resultados en las vivencias de las personas, ya que los visitantes conocen los atractivos más importantes de un destino mientras ponen a prueba su ingenio, curiosidad y pasan un rato divertido.

Además, estas estrategias permitirán la captación y fidelización de clientes, debido a que se establece un vínculo emocional y cultural con las personas, ayudado del marketing experiencial, podemos llegar al corazón de los viajeros de una manera más sutil, menos intrusiva, generando una experiencia inmersiva 360 grados. Como bien decía Marguerite Annie Johnson, mejor conocida como la escritora, poeta y actriz norteamericana Maya Angelou, *“la gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidarán como les hiciste sentir”*.

La aplicación de Gamificación plantea hacer recorrer a un turismo familiar y joven los recursos de la localidad, interesarse por ellos, aprender y todo ello para conseguir una recompensa. La aplicación pretende crear buenos prescriptores, aumentar las estancias en la localidad y facilitar una inmersión en la sociedad y la localidad; promoverá la interacción con el vecino y la sociabilidad en términos generales.

7. Generación códigos QR de recursos turísticos y servicios.

Creación de una **aplicación de gestión de etiquetado inteligente** que integrará:

1. Ficha del Ayuntamiento, de acceso restringido mediante usuario y contraseña, en el que se centraliza toda la información de la marca institucional, incluidas imágenes y videos, y que da acceso a toda la información de recursos turísticos. La ficha generará automáticamente un código QR que será único y específico para el Ayuntamiento de Tardajos.
2. Ficha individual de cada producto turístico, con información relativa al recurso y preparada para la incorporación de imágenes y videos corporativos. La ficha del recurso generará automáticamente un código QR que será único y específico de ese producto.

3. Generación automática de informes detallados de interacción de los usuarios con cada uno de los recursos incorporados a la plataforma incluyendo visitas, escaneos del QR, lugar geográfico donde se escanea, visionado de galería de imágenes, visionados de videos, intentos de interacción, etc.

La aplicación, que se insertará en la plataforma web/app, tiene los siguientes objetivos: Dar mayor visibilidad a los recursos turísticos y facilitar información a los visitantes y turistas sobre sus características.

Específicamente pretende:

- Hacer más accesible la información en todos los sentidos
- Fidelizar al usuario
- Facilitar las acciones de gamificación
- Mejorar la reputación turística de la localidad
- Impulsar la digitalización de las empresas rurales



8. Chef's Voice

Una de las maneras de apoyar a las empresas que prestan servicios al turista y más en un entorno multinacional, es facilitarles las herramientas que les permitan ganar en fiabilidad, confianza y proximidad. El Camino de Santiago provee en estos momentos a Tardajos de su mayor parte de turistas que necesitan entender los servicios que en cada parada del camino se les ofrece. La falta de comunicación sencilla con estos peregrinos minimiza la posibilidad de negocio y de servicios.

Por tanto, esta herramienta multilinguaje, que hace accesibles los servicios que las empresas ofrecen a sus potenciales clientes, es fundamental para aumentar su rentabilidad.

Las características de esta aplicación se pueden resumir en:

- Accesibilidad Universal
El contenido se puede leer o escuchar, facilitando el acceso a la información de muchas más personas
- Idiomas
Toda la información traducida a 14 idiomas con un solo clic.
- Alérgenos
Informar de manera sencilla sobre los alérgenos en los platos
- Ventas
Dinamización del negocio añadiendo la pasarela de pedido y compartiendo la carta en las redes sociales.

9. Herramienta de análisis de redes

Programa de escucha social

La presencia en internet resulta cada vez más importante para los destinos turísticos, pero ello conlleva conocer qué se publica y qué opiniones se manifiestan sobre él, incluso, más allá de este aspecto, qué se dice no sólo de los recursos públicos, sino también de la oferta privada porque será algo que afectará a la reputación del destino en su conjunto.

Para ello cabe la utilización de herramientas gratuitas que permiten en menor o mayor medida realizar un seguimiento en RR.SS., pero no resulta demasiado exhaustivo y tampoco realizan un análisis que permita adoptar decisiones sólidas, algo que requiere disponer de conocimientos y pericia en su uso.

Por ello, se considera oportuno disponer de un Informe profesional que estudie mediante varios hitos temporales la presencia del destino en el conjunto de la red, analice los resultados y diagnostique y oriente la acción que debiera desarrollarse, acorde a los medios disponibles, para disponer del mejor posicionamiento posible en internet.

A la vez, se adquirirá la licencia de uso de una herramienta de monitoreo para dar continuidad a la acción a lo largo del tiempo.

10. Promoción en Redes Sociales.

Una de las maneras más efectivas de realizar promoción en la actualidad es sin lugar a duda a través de las redes sociales. Esta promoción tiene varias ventajas respecto a otros medios de promoción más convencionales, ya que ofrece:

- La capacidad de segmentación del público objetivo al que quiere dirigirse la campaña.
- La buena relación coste-impactos, más asequible para entidades de pequeño tamaño como el de Tardajos
- La utilización de recursos digitales vistosos y efectivos, como el videomarketing
- La posibilidad de medir los impactos de una manera real y efectiva.
- La sostenibilidad del proceso, sin consumibles.

Las redes sociales más utilizadas en estos momentos son Facebook, Instagram, y YouTube y se prevén campañas en todas ellas, adaptando los recursos digitales a las exigencias de cada red.



11. Programación de encuestas de satisfacción.

Integrada en la intranet de la plataforma web/app se diseñará una aplicación que facilite al perfil de administrador generar encuestas de satisfacción con relación a los recursos turísticos de la localidad y de los servicios prestados. También servirá para facilitar la comunicación interna entre los residentes como elemento de apoyo al sistema de Gobernanza del proyecto.

La aplicación permitirá la explotación estadística automatizada de los datos obtenidos.

12. Creación Oficina de Turismo Inteligente.

Oficina Inteligente

En la actualidad las “oficinas inteligentes”, son configuradas como espacios de trabajo en los que la tecnología y la digitalización son elementos principales, que permiten nuevas posibilidades en lo que a interacciones se refiere en los nuevos lugares de trabajo.

Las tecnologías utilizadas ahorran tiempo y a su vez garantizan calidad y seguridad de todos los procesos que en estos espacios se llevan a cabo, además de ser altamente eficientes, no sobrecargan de gastos de personal inasumibles a entidades locales de pequeño tamaño y pueden domotizarse para su mejor eficiencia energética y su sostenibilidad económica y medioambiental. Otra de las ventajas es que sus horarios son más amplios que los de las oficinas convencionales y así consiguen adaptarse mejor a la demanda. Por lo tanto, podemos resumir las ventajas de las oficinas virtuales en lo siguiente:

- Asequibles en cuanto a gastos de personal para entidades locales de pequeño tamaño.
- Adaptación de las aperturas a la demanda.
- La actualización de la información en formato digital es inmediata.
- La domotización permite una sostenibilidad tanto económica como medioambiental
- La eficiencia energética es mayor a una oficina convencional al activarse los sistemas solo si hay demanda.
- Producen una alta satisfacción al usuario por el uso de recursos digitales.

El proyecto plantea la instalación de una oficina de información digital en el edificio de las antiguas escuelas de Tardajos que eran de propiedad particular pero que el Ayuntamiento ha adquirido hace pocas fechas con este propósito. El espacio será rehabilitado por el Ayuntamiento de Tardajos a través de su propio presupuesto (se adjunta Informe Técnico de Viabilidad).

La situación, junto al Parque de los Paules y a escasos metros de la Casa Consistorial y a la vera del Camino de Santiago, hacen una ubicación inmejorable para la instalación de la Oficina de Turismo Digital proyectada.

En este caso a través de sensores de movimiento, a la entrada a dicha oficina se activará una cámara que grabará la estancia del usuario en el espacio, para lo que es necesario la adquisición de una licencia de monitorización; al mismo tiempo se encenderán las luces, que se apagarán del mismo modo cuando la sala sea abandonada.

Se contará también con un proyector para que, a lo largo de la visita, se pueda emitir vídeo explicativo. A través de pantallas interactivas, se permitirá al usuario interactuar y elegir rutas y conocer la oferta de la zona que podrá ampliar mediante el uso de Códigos QR que, a su vez, permitirán obtener información del propio usuario a la vez que servirán de control de la instalación.

Como resumen, la equipación digital de la Oficina de Turismo Inteligente alcanzará al menos a:

- Dotación de sistemas de reproducción de recursos digitales en modo video
- Escaparate virtual (ya presupuestado y que será descrito en la acción 14)
- Sistema de domotización para aperturas y puesta en marcha de los sistemas
- Sistema de videovigilancia

13. Mejora accesibilidad y conectividad Parque de los Paules

Durante el año 2021 y 2022 el Ayuntamiento de Tardajos llegó a un acuerdo con la congregación de los Padres Paules por el que estos cedieron el uso de un espacio muy notable al Ayuntamiento para uso y disfrute público.

A raíz de ese acuerdo el Ayuntamiento asumió con presupuesto propio la rehabilitación del Parque creando un espacio de descanso y recreo que da nombre al proyecto presentado, **REST AND ENJOY** como punto de esparcimiento para los residentes, de descanso para los peregrinos y sobre todo de encuentro y de intercambio entre todos ellos.

En este momento se considera oportuno mejorar su accesibilidad, dotando al parque de instalaciones y amueblamiento inteligentes que faciliten la información y la interacción, además de cubrir aspectos funcionales para mejorar su calidad estancial.



14. Escaparate digital en Oficina Turismo Inteligente

Como ya se ha señalado anteriormente, la comunicación se considera un elemento esencial del proyecto y para ello se requiere de instalaciones técnicas que la faciliten y permitan aprovechar los recursos digitales disponibles.

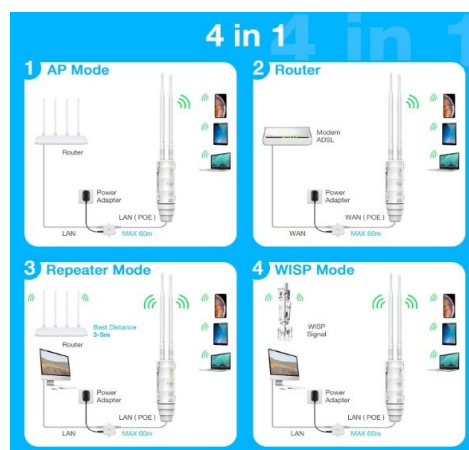
En el marco de la comunicación global el proyecto contará con la plataforma web/app y las RR.SS. que atenderá tanto a la comunicación interna como externa, pero se considera necesario informar al visitante y turista in situ, más allá de la información puesta a disposición a través de los códigos QR; se trata de ofrecer la mejor imagen de los recursos turísticos para captar su atención en el punto neurálgico de la Oficina de Turismo Inteligente y de la oferta de servicios de la localidad.

Para ello se instalará un totem como escaparate virtual y que responderá a las siguientes características:

- Pantalla:
 - De cristal líquido (LCD) para exteriores no táctiles
 - Con una dimensión mínima de 55"
 - Con una calidad de píxeles no inferior a 3.000 nits
 - Encastradas en un tótem estanco, con un grado mínimo de protección IP64; con cristal antirreflejos; refrigerado; con cerradura de seguridad; protegido

los residentes. Este último objetivo es fundamental para aquellas poblaciones en la que existe una brecha digital en el acceso a Internet. El Ayuntamiento de Tardajos ya cuenta en estos momentos con un sistema de conexión wifi pero su alcance no llega a los otros dos espacios que forman parte de la parte física de este proyecto, la nueva Oficina Turística Inteligente y el Parque de los Paules.

Por tanto, esta acción sencilla consiste en la instalación de dos repetidores exterior de red Wifi que permita la cobertura a estos dos lugares cercanos entre sí.



17. Puntos de recarga de vehículos eléctricos.

La instalación de puntos de recarga de vehículos eléctricos es una realidad que se va imponiendo en nuestros territorios. Tardajos pretende conseguir un desarrollo turístico sostenible y por ello apuesta por facilitar a los visitantes y vecinos la utilización de vehículos eléctricos. Para ello pretende impulsar la instalación de alguno de estos puntos de recarga en la localidad.

Estos puntos de recarga buscan por y desde la responsabilidad como administración pública, favorecer desde el ámbito local la utilización de energías limpias; en el caso de Tardajos se pretende también que sirvan de soporte al desarrollo de productos turísticos vinculados con los vehículos eléctricos, entre ellos las bicicletas.

Como se ha puesto de relieve en la presentación del proyecto, una de las intenciones es la de atraer al visitante de la ciudad de Burgos; como ventaja se cuenta con una magnífica vía ciclable como es el propio Camino de Santiago que puede ser utilizado para acceder desde la ciudad en un magnífico paseo siguiendo el curso del río Arlanzón.

18. Impulso y apoyo a la instalación de empresas de alquiler bicicletas

Como continuación de la acción anterior la complementariedad se provoca a través de la búsqueda y la proactividad para ayudar a la implantación de empresas cuyo objeto sea el del alquiler de bicicletas para turistas. En algunos territorios cercanos ya hay experiencias que están funcionando unas, y en proyecto otras, con este modelo de negocio.

Para ello se habilitará el espacio necesario que permita la instalación de un pequeño núcleo de movilidad para ser gestionado por la iniciativa privada, pero dotado de las instalaciones necesarias para poder realizar una gestión adecuada y ofrecer una imagen acorde con el entorno.



19. Formación en acceso y uso de las utilidades digitales

Las características de las pequeñas empresas del medio rural presentan una serie de déficits que incluso la oferta formativa gratuita resulta un reto, pero la dificultad que representa enfrentarse a un entorno desconocido como es el de las NT aplicadas a la gestión del negocio, el autoaprendizaje que conlleva al mal uso por falta de pericia, la falta de tiempo y de cultura empresarial, se considera en sí misma una oportunidad por la necesidad de digitalizarse para mantener la competitividad de los negocios.

Sin embargo, para llegar es necesario generar escenarios que les resulten factibles y para ello se considera conveniente utilizar la plataforma web/app del proyecto, a través de la cual se ofrecerá información y formación sobre nuevas tecnologías aplicadas a la venta y a la prestación de servicios, fundamentalmente orientadas a la gestión de clientes. Para ello se dispondrá:

- Un espacio en la intranet a modo de repositorio de herramientas útiles
- Una videoteca con utilidades digitales, clasificadas y descargables

Con el propósito de sensibilizar al colectivo y formarle en la utilización del sistema y de las herramientas se desarrollarán:

- Talleres grupales
- Sesiones individuales en el negocio

20. Creación del Consejo de Turismo

Entre los objetivos del Componente 14, (Plan de Modernización y competitividad del sector turístico), del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia figura el de la gobernanza. *“Fortalecer las capacidades de los destinos, mejorando los instrumentos de gobernanza pública-pública y pública-privada, estimulando la configuración del destino turístico como verdadero hub de innovación y sostenibilidad turística.”*

Es impensable que se pueda desarrollar una política turística acertada sin el concurso de la sociedad civil vinculada al turismo en una localidad. Los empresarios aportan su conocimiento profundo y fundamentado del fenómeno turístico local, los vecinos son necesarios para aportar soluciones que impidan que el turismo sea una influencia negativa en la convivencia y faciliten la inmersión cultural, y los expertos aportan una visión más amplia del fenómeno.

Por ello la acción propuesta es la de la creación del Consejo de Turismo de la localidad donde se den cita miembros técnicos y políticos del Ayuntamiento, empresarios de la localidad, expertos en turismo y vecinos.

Con una periodicidad marcada este Consejo tendrá la misión de debatir sobre la estrategia turística, las medidas a implementar, el seguimiento de las acciones aplicadas y aquellas cuestiones que competan a ese Consejo y su vinculación con el Turismo.

Su coste de inversión resulta simbólico, sin embargo, se considera muy conveniente impulsar y gestionar un sistema de gobernanza innovador, transparente, y que contribuya a mejorar la cultura participativa y la corresponsabilidad.

21. Guía y Observatorio de consecución de los ODS

Los actores que han de implicarse en conseguir un DTI tienen unas peculiaridades que les dificulta mantenerse actualizados; muchos de ellos tienen una escasa cultura empresarial, falta de tiempo para reciclarse, y, aunque sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible pueden llegar a tener algo de información, su atención se fija particularmente en aquellas cuestiones relacionadas con el medio ambiente, obviando el resto.

Para que puedan prestar un buen servicio a los turistas y visitantes necesitan revisar sus modelos de negocio, pasando de fundamentarlos en los productos a basarlos en las personas. Esto requiere un proceso de reflexión que se pretende promover generando y distribuyendo una Guía digital sobre los ODS aplicados al modelo de negocio.

La Guía irá desmenuzando uno a uno cada ODS y sus Metas correspondientes, pero también hará ver cómo, de manera práctica, pueden tenerlos en consideración en su negocio y las oportunidades y los beneficios que pueden llegar a obtener en cada caso, de tal modo que se capte su interés por utilizar la herramienta.

Además, la Guía contará con un sistema de autoevaluación continuo y referencias -links, documentos prácticos y bibliografía- para que puedan comprender mejor la importancia de los ODS y su alcance práctico.



2. Cronograma de ejecución de actuaciones según el modelo indicado en el anexo III:

Nº	ACTUACIÓN	Fecha inicio	Fecha finalización
1	Diseño y desarrollo de WebApp con intranet, interoperabilidad APIs y generación de perfiles en RR.SS.	02/01/2023	15/12/2023
2	Generación de contenidos digitales de alta calidad	02/01/2023	01/07/2023
3	Generación de mapa interactivo digital.	01/03/2023	01/10/2023
4	Cuaderno de viaje digital	01/03/2023	01/07/2023
5	Geolocalización de los recursos	01/03/2023	01/07/2023
6	Gamificación	01/03/2023	01/10/2023
7	Generación códigos QR de recursos turísticos y servicios	01/03/2023	01/06/2023
8	Aplicación Chef's Voice	01/03/2023	01/10/2023
9	Herramienta de análisis de redes	01/06/2023	15/12/2023
10	Promoción en Redes Sociales	01/09/2023	15/12/2023
11	Programación de encuestas de satisfacción	01/09/2023	15/12/2023
12	Creación Oficina de Turismo Inteligente	01/09/2023	15/12/2023
13	Mejora accesibilidad Parque de los Paules	01/03/2023	31/07/2023
14	Escaparate digital en Oficina Turismo Inteligente	01/09/2023	15/12/2023
15	Sistema de videovigilancia en Parque de los Paules	01/03/2023	01/06/2023
16	Amplificación de Red Wifi municipal	01/03/2023	01/06/2023
17	Punto de recarga de vehículos eléctricos	01/09/2023	15/12/2023
18	Impulso y apoyo a la instalación de empresas de alquiler bicicletas	02/01/2023	15/12/2023
19	Formación en acceso y uso de las utilidades digitales	01/09/2023	15/12/2023
20	Creación del Consejo de Turismo	02/01/2023	01/03/2023
21	Guía y Observatorio de consecución de los ODS	02/01/2023	15/12/2023

3. Presupuesto total que se solicita para la actuación financiable (€):

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO (en € con IVA)	IMPORTE DE LA SUBVENCIÓN SOLICITADA	% SOBRE EL TOTAL
100.000€	80.000€	80

4. Desglose del presupuesto por partidas de gastos indicando las fuentes de financiación:

TIPO DE GASTO	Nº	PARTIDAS DE GASTO	(en € con IVA)	Ayuntamiento de Tardajos	Ayuda solicitada
Estructuras Digitales	1	Diseño y desarrollo de WebApp con intranet, interoperatividad APIs y generación de perfiles en RR.SS.	14.000,00	2.800,00	11.200,00
Contenidos digitales	2	Generación de contenidos digitales de alta calidad	6.000,00	1.200,00	4.800,00
	3	Generación de mapa interactivo digital	1.000,00	200,00	800,00
	4	Cuaderno de viaje digital	1.000,00	200,00	800,00
	5	Geolocalización de los recursos	500,00	100,00	400,00
Aplicaciones digitales	6	Gamificación	5.000,00	1.000,00	4.000,00
	7	Generación códigos QR de recursos turísticos y servicios	5.000,00	1.000,00	4.000,00
	8	Chef's Voice	2.000,00	400,00	1.600,00
Herramientas digitales	9	Herramienta de análisis de redes	5.000,00	1.000,00	4.000,00
	10	Promoción en Redes Sociales	3.000,00	600,00	2.400,00
	11	Programación de encuestas de satisfacción	500,00	100,00	400,00
Infraestructuras turísticas	12	Creación Oficina de Turismo Inteligente	7.500,00	1.500,00	6.000,00
	13	Mejora accesibilidad Parque de los Paules	3.000,00	600,00	2.400,00
	14	Escaparate digital en Oficina Turismo Inteligente	10.000,00	2.000,00	8.000,00
	15	Sistema de videovigilancia en Parque de los Paules	4.000,00	800,00	3.200,00
	16	Implantación de Red Wifi municipal	3.000,00	600,00	2.400,00
	17	Puntos de recarga de vehículos eléctricos	8.000,00	1.600,00	6.400,00
Ecosistema participativo y formativo	18	Impulso y apoyo a la instalación de empresas de alquiler bicicletas	1.000,00	200,00	800,00
	19	Formación en acceso y uso de las utilidades digitales	2.000,00	400,00	1.600,00
	20	Creación del Consejo de Turismo	500,00	100,00	400,00
Gastos de Personal	21	Guía y Observatorio de consecución de los ODS	2.000,00	400,00	1.600,00
	22	Personal contratado para el proyecto	16.000,00	3.200,00	12.800,00
TOTAL:			100.000,00	20.000,00	80.000,00

Nota con relación a la contratación.

Dados los importes de las diferentes actuaciones no se prevé la necesidad de formalizar contratos de los previstos en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, en consonancia con lo previsto en el artículo 6.2 de la Orden reguladora de las Bases de la convocatoria de las ayudas.