**PLAN DE ACTIVACIÓN DEL ROMÁNICO DE ZAMORA**

**1. EL CONTEXTO**

Por razones de culto, la Iglesia de Zamora promovió a lo largo de los siglos una intensa producción artística que le permite concentrar a día de hoy un **ingente patrimonio cultural** de notable trascendencia religiosa, social e histórica. A las manifestaciones arquitectónicas, pictóricas y escultóricas que tutela la diócesis zamorana, se le suman las obras textiles, las rejerías, la orfebrería y el patrimonio documental y bibliográfico, tanto manuscrito como impreso. Todo este legado conforma una importante documentación sin la cual sería imposible comprender la historia no solo de la diócesis zamorana, sino también la de esta tierra y sus gentes**.**

Es indudable que este extraordinario legado ha pervivido en un óptimo estado de **conservación gracias al celo de la comunidad cristiana**, que lo asumió como recurso necesario para la evangelización y como elemento identitario. La Iglesia del siglo XXI quiere seguir preservando este patrimonio en las mejores condiciones para cumplir con sus fines propios, por eso, con ritmo anual, se vienen desarrollando dos campañas eclesiales: la de la *Iglesia Diocesana,* que se realiza en torno al mes de noviembre, y la que se conoce como *Jornada “pro-templos”*, convocada a mediados de agosto. Ambas tienen como objeto sensibilizar a la población en el cuidado del patrimonio religioso y recaudar fondos que permitan su sostenimiento. La diócesis también dedica recursos propios en otras intervenciones que exigen actuaciones urgentes para la preservación de bienes en riesgo. En el año 2022 la diócesis invirtió un total de 668.559,20€ en la restauración, preservación y cuidado de los templos y otros bienes muebles religiosos.

No solo han sido las comunidades cristianas las que se han ocupado del cuidado del patrimonio religioso. Con el desarrollo social, cultural y económico de occidente se fue forjando la idea de que velar por el patrimonio era también **una obligación de los poderes públicos,** dado que los bienes religiosos constituían una herencia testimonial insustituible, que era preciso preservar y transmitir en las mejores condiciones a las generaciones futuras. En este sentido, han sido muchas las iniciativas de carácter público dedicadas al sostenimiento del ingente patrimonio eclesiástico. En nuestro ámbito provincial, tenemos el ejemplo del *STP Zamora Románica*, un programa impulsado desde el año 2008 por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, en colaboración con el Ayuntamiento y el Obispado de Zamora, y pilotado por la Fundación hispano-lusa Rei Afonso Henriques. Este proyecto supuso la puesta en marcha de un plan de restauración, conservación, difusión y divulgación del románico de Zamora, centrado en la intervención en iglesias y ermitas de la provincia, en sus entornos y en sus bienes muebles, con una inversión global superior a los siete millones de euros. Este esfuerzo económico ha permitido consolidar el románico zamorano convirtiéndolo en el referente patrimonial más relevante de la ciudad y provincia. En este capítulo podemos también señalar el convenio que la Diputación de Zamora firma anualmente con la diócesis para la restauración de bienes muebles e inmuebles y que ascendió, en el año 2023, a zzzzzzz€. No menos importante es el convenio a tres bandas entre la Diputación, el Ayuntamiento y el Obispado que ha permitido la contratación de vvvv trabajadores y que posibilita la apertura de los templos románicos de la ciudad y provincia, con un montante de JJJJJJ€

Vistas la inversiones públicas y privadas realizadas en el sector del patrimonio cultural, es fácil intuir que el futuro de Zamora tiene en **el sector turístico uno de sus grandes aliados**. Si bien es cierto que el Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León indica que Zamora recibió cerca de medio millón de visitantes en 2022, nos parece que el margen de crecimiento es todavía alto si, como constata este mismo estudio, el patrimonio cultural es el reclamo turístico más relevante de la zona. Así se ha planteado repetidamente en diferentes foros de la provincia que consideran que Zamora, dado su rico patrimonio, podría convertirse en un escaparate turístico internacional de primer orden. La excepcional tipología arquitectónica religiosa y la riqueza del patrimonio mueble que esta contiene, obligan al tejido social de esta provincia a buscar soluciones coordinadas que permitan dinamizar y publicitar los atractivos turísticos y culturales de Zamora en orden a su promoción social, cultural y económica.

**2**. **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En los últimos años, la diócesis, sabedora del relevante papel que el patrimonio religioso tiene en el desarrollo cultural, económico y social del territorio, ha ido asumiendo un papel proactivo en su promoción. Desde esta clave, la Delegación Episcopal de Patrimonio encargó un estudio sobre el modelo de gestión de los templos románicos de la ciudad de Zamora. Se eligió este ámbito por considerarse el más singular y visitado de la provincia. El trabajo se enmarcó en el primer semestre del año 2023 y participaron en esta iniciativa Miguel Ángel Hernández, profesor universitario, José Manuel Chillón, gerente de la diócesis, Claudio Pedrero, arquitecto, y Juan Carlos López, director de la Oficina de Proyectos del Obispado. Las conclusiones de los expertos fueron las que siguen:

* **No existe un producto turístico definido y unitario que responda a la excepcionalidad de la oferta**: el románico zamorano se ofrece de manera desordenada, sin atender al criterio de unidad que requeriría una oferta tan interesante en lo cuantitativo y cualitativo de su propuesta. Las iglesias están abiertas al público, pero no interconectadas, aparecen como espacios independientes, ajenos entre sí y desvinculados de un relato común y progresivo que vertebre la visita.
* El **nivel de información que reciben los turistas es desigual.** Se observan diferencias sustanciales atendiendo al formato de su visita:
  + Si la esta se realiza en grupo organizado, el nivel de información es de calidad dada la habitual especialización de los guías turísticos oficiales. Este tipo de visitas representa el %%%%% del total.
  + Si por el contrario se realiza a título individual o en pequeño grupo (familia, amigos…), por lo general los visitantes reciben una información escasa, siendo pocos los que utilizan el material informativo de las oficinas de turismo u otros soportes.
* Los turistas **extranjeros no tienen una propuesta adaptada a sus necesidades** y no son pocos puesto que ascienden, según los datos ofrecidos por la propia Junta de Castilla y León, a unos 50.000 visitantes, un número nada desdeñable que debería ser mejor atendido.
* La **media de estancia** en los templos es de 7 minutos. La gran mayoría se conforma con una rápida visualización del templo, incluso podría calificarse como compulsiva, a todas luces insuficiente para captar la esencia del mismo.
* **Nulo impacto económico en quienes se encargan del mantenimiento**, conservación y restauración de los templos. Es la comunidad cristiana, es decir la parroquia, la que se encarga de asumir íntegramente el cuidado y sostenimiento de sus bienes muebles e inmuebles, una responsabilidad muy exigente para ella y con un recorrido poco esperanzador dada la nula generación de recursos que esta actividad le reporta.
* Como consecuencia del punto anterior, se observan algunos elementos, como **puertas y rejerías, en un lamentable estado de conservación.** El paso del tiempo y lo costoso de un puntual mantenimiento hace que no se aborden en tiempo y formas las pequeñas reparaciones.
* El Convenio de la Diputación, el Ayuntamiento y el Obispado permite que los trabajadores abran los templos, pero no les proporciona **espacios adecuados para el adecuado desarrollo de su actividad. Tanto en lo estético como en lo funcional**, la acogida de los turistas es deficiente y no ayuda a potenciar la marca del románico zamorano. Es habitual que estas personas reciban a los visitantes en mesa-camilla o que, por las condiciones térmicas de los edificios en los que se encuentran, desarrollen su trabajo en condiciones muy mejorables.
* **Escasa especialización** de las personas encargadas del cuidado de los templos. Si bien es cierto que su dedicación se centra en la apertura y control de las visitas, sería oportuno incorporar a estos trabajadores a un proceso de formación continua que permitiese su profesionalización.
* **Dificultosa accesibilidad** a algunos templos. Este es un ámbito en el que se ha mejorado, pero aún existen algunas barreras arquitectónicas que merecen ser eliminadas para facilitar la entrada y el movimiento por el templo.
* **Pobre iluminación**. Hay luz suficiente para ver o desplazarse por el templo, pero algunos templos muy visitados carecen de iluminación artística. Convendría también certificar que todas las instalaciones son respetuosas con el medio ambiente.
* **Nula innovación** y falta de creatividad: los templos permanecen abiertos, pero no ofrecen información física o digital atractiva para el visitante. Tampoco se conoce ninguna propuesta pedagógica adaptada a escolares.

El análisis concluyó que, teniendo en cuenta el contexto cultural coincidente en el que se construyen todos esos templos, la homogeneidad de su estilo, la cronología compartida, su buen estado de conservación, el amplio margen de mejora en cuanto a su promoción turística, su localización espacial manejable y la materialidad de los elementos compartidos en su construcción, **el románico zamorano es una manifestación singular y relevante** que reclama ser ofrecido como un producto cultural de excelencia, es decir, de otra manera.

Junto a las razones cualitativas ya expuestas, el gran esfuerzo económico realizado en la restauración de los templos románicos nos obligaun mejor aprovechamiento de estos recursos en orden a convertirlos en un valor de atracción para nuestra ciudad.

**3. ADECUACIÓN DE LA SOLUCIÓN PROPUESTA**

3.1. LOS PRIMEROS PASOS (2023)

Con los resultados del análisis interno y, tras el diálogo pertinente con profesionales del sector, con técnicos, con gestores y con responsables de administraciones públicas y entidades privadas, el equipo de expertos presentó al obispo de Zamora, en mayo de 2023, sus conclusiones. Como primer paso, se recomendaba la creación de una nueva entidad para asumir con criterios de profesionalidad la gestión del románico zamorano y, por extensión, del patrimonio cultural de la diócesis. Aceptada la iniciativa, **se constituyó la Fundación ZamorArte**, una entidad dedicada a promover la conservación, restauración, protección, investigación y difusión del patrimonio y del legado cultural perteneciente a la Iglesia de Zamora. Se firmaron las escrituras ante notario en mayo de 2023 y fue registrada en la Junta de Castilla y León.

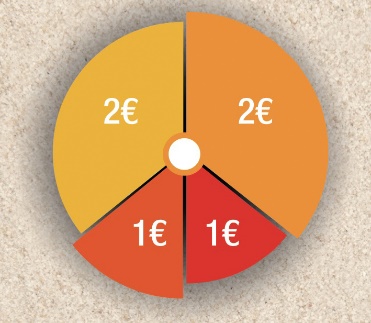
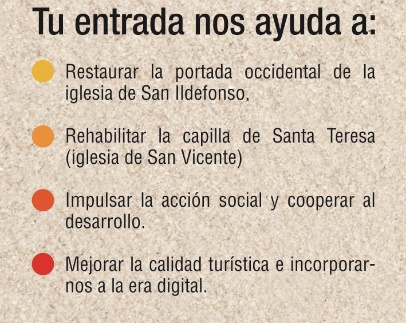
Con la aparición de ZamorArte, la prioridad fue buscar **un nuevo modelo de gestión** que concibiera el patrimonio cultural no como un lastre o elemento pasivo, sino como un factor de generación de recursos en orden a su propia sostenibilidad y al desarrollo económico y social del territorio. Desde esta clave, la fundación inició su actividad centrándose en la gestión del románico de la ciudad y diseñó para ello el proyecto denominado **La Milla Románica** ([www.lamillaromanica.com](http://www.lamillaromanica.com)), un itinerario turístico de 1610 metros que comienza en la iglesia de Santiago del Burgo y concluye en la catedral, conectando a su paso la mayor parte de las iglesias románicas ubicadas en el casco antiguo de Zamora, que son todas las existentes dentro del primer recinto amurallado, construido en el siglo XI, pero también las más emblemáticas, localizadas en el segundo recinto levantado en el siglo XIII. La lista de los templos románicos que se visitan en este proyecto es la siguiente: Santiago del Burgo, San Andrés, San Vicente, San Juan, Santa María la Nueva, San Cipriano, La Magdalena, San Ildefonso y San Isidoro.

Reunido el patronato de la Fundación, consideró oportuno solicitar al obispado de Zamora el derecho de uso de los templos “no parroquiales” enmarcados en La Milla Románica, a saber:…

Para el acceso a cada templo de La Milla Románica se estableció una entrada de 1€ (6€ por la visita completa). Sin contabilizar a los cientos de zamoranos que acceden diariamente de manera gratuita, han sido aproximadamente 3.000 los turistas que han hecho el recorrido completo de La Milla y otros 55.000 los que han visitado alguno de los templos que conforman esta propuesta turística y cultural.



A día de la fecha, La Milla ha ingresado unos 60.000€, cantidad que la fundación reinvertirá en el propio patrimonio y en la mejora de la oferta turística tal y como se recoge en la web.





Con el objeto de corregir la falta de información explícita para los turistas, tanto el ticket de entrada como un panel en el interior del templo incorporaron 40 códigos QR con una completa serie de audioguías explicativas.

La implantación de La Milla Románica ha permitido que en seis meses el sector turístico no especializado haya incrementado en 4 minutos la media de su visita a cada templo (11 minutos), obteniendo una información más detallada e incrementando su satisfacción según apuntan los indicadores establecidos.

3.2. LA PROPUESTA DE MEJORA (2024-25)

La experiencia de los últimos meses de 2023 nos permite pensar en la viabilidad de un proyecto más ambicioso que ponga en valor la totalidad del patrimonio cultural de la diócesis de Zamora. Y puesto que el románico es, sin duda, un valor esencial para la identidad de esta provincia, queremos desarrollar un plan integral que contemple, de manera especial, la mejora de su oferta e integre, además, otros bienes que hagan del patrimonio religioso zamorano un producto atractivo, dinámico, experiencial y abierto a las nuevas tecnologías.

Desde la Fundación ZamorArte, trabajaremos para que el patrimonio religioso, y particularmente el románico, sea la marca de excelencia de Zamora, el buque insignia de su ciudad y provincia. Estamos convencidos de que este trabajo es un servicio al bien común porque desarrolla el conjunto de aquellas condiciones de la vida social que permiten, ya sea a la colectividad como así también a los zamoranos, alcanzar la propia perfección más plena y rápidamente. Por todo lo anterior, planteamos un proyecto de activación patrimonial basado en los siguientes ítems:

* + 1. Elaboración de un **plan estratégico global**

La fundación ha elaborado un **plan estratégico global a cuatro años**. Desde esta herramienta se adecuaría toda la operativa de la fundación en orden a su propósito estatutario, que no es otro que el de la puesta en valor del patrimonio. El plan permitirá activar iniciativas perdurables, optimizando todos los recursos patrimoniales de la diócesis para alcanzar su sostenibilidad presente y futura.

La planificación estratégica nos ayudará a definir la dirección de la fundación en los próximos años y a clarificar su misión y visión, los objetivos y las acciones que llevar a cabo para alcanzar esas metas. Entendemos que, como fundación, si queremos perdurar en el tiempo, precisamos una gestión eficiente que ayude a profesionalizar la entidad y a posicionarla en la excelencia.

* + 1. **Mejora integral del modelo de gestión de La Milla Románica**

Atendiendo a las claves aportadas por los expertos en su trabajo de campo y a la experiencia de gestión realizada en la segunda mitad de 2023, proponemos una **mejora integral de La Milla Románica** en lo que sigue:

1. **Creación de un aula de interpretación del Románico** en San Cipriano o en La Magdalena, templos desacralizados que permitirían la instalación de los recursos necesarios para tal fin. La propuesta se enriquecería con el soporte de las nuevas tecnologías que ofrecerían un relato atractivo que sumergiese al visitante en un espectáculo sensorial sobre el románico zamorano. Una apuesta por la innovación tecnológica que hará de nuestro producto una oferta inmersiva de excelencia. Junto a la elaboración de un video mapping, pensamos en la incorporación de una maqueta de la ciudad medieval y la colocación de otras herramientas didácticas que ayuden a conocer la peculiaridad del románico zamorano. Daremos particular importancia a la percepción táctil mediante la reproducción de determinados elementos que puedan ser accesibles a los turistas y permitan la mejor comprensión de los matices propios del románico zamorano.
2. Creación de un **espacio de recepción moderno y funcional en cada templo**, unificado en cuanto al diseño y respetuoso con el entorno del edificio. Los trabajadores necesitan un mostrador funcional que acoja al turista y muestre la excelencia de la marca, con suficiente confortabilidad (ergonómica, térmica, etc.) y que permita desarrollar su actividad laboral en las mejores condiciones. Es el punto de acceso al templo y la sensación para el turista debe ser inmejorable.
3. **Señalización a lo largo de los 1610 metros** que identifique la propuesta y la visibilice en la ciudad. Instalando una señalética adecuada, se reforzaría la marca de este itinerario cultural. Entendemos que La Milla Románica necesita una señalización turística que contemple de manera específica, visible y compatible con el resto del paisaje urbano su recorrido. Atendiendo a las bases prácticas que la propia UNESCO diseña para el desarrollo de la señalética turística, hemos propuesto al Ayuntamiento un sistema de señalización en suelo y en altura que:
   * 1. Permita tanto al turista como al residente disfrutar el patrimonio sin elementos distorsionadores, teniendo siempre en cuenta que hay que aportar información del lugar y del monumento que facilite la visita permita generar una experiencia diferenciadora.
     2. Facilite el conocimiento al turista a través de diferentes medios. Actualmente la heterogeneidad de las señales, el deterioro, el diseño o el mal posicionamiento puede generar malas experiencias. Además, los soportes señaléticos ayudan a redefinir los flujos turísticos y por tanto en muchas ocasiones a mejorar la convivencia con el habitante.
     3. Retire y limpie toda la señalética obsoleta y/o deteriorada, racionalizando su uso e implementando las nuevas tecnologías, también en los soportes señaléticos, como base de un desarrollo turístico sostenible.
     4. Aporte una imagen de marca diferenciadora del resto de ciudades españolas. Se debe apostar por una señalética simple, sencilla y concreta que aporte la información necesaria con alternativas informativas adicionales soportadas por un material duradero y de calidad.
4. Adecuación de las torres (todas las existentes dentro del primer recinto amurallado construido en el siglo XI y las más emblemáticas localizadas en el segundo recinto levantado en el siglo XIII) para posibilitar el acceso, la contemplación panorámica de la ciudad y la comprensión histórico-artística dentro de la arquitectura global del templo, así como la observación del entramado urbanístico de la ciudad. En cada una de esas torres se dispondrá de una propuesta temática:
   * 1. Torre de San Vicente: Al hilo de la declaración del **toque manual de campanas** como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (BIC), se utilizaría la torre de san Vicente como centro de interpretación de las campanas y los campanarios y difusión de sus sonidos. La torre actualmente es accesible y podría subirse ya mismo, aunque es preciso hacer algunos ajustes por motivos de seguridad.
     2. Torre de Santa María La Nueva: **El Motín de la trucha y el milagro eucarístico** forman parte de la identidad de esta ciudad. Siendo que, en este caso no es una torre en sentido estricto, es accesible, y dispone de dos estancias medievales muy interesantes, suficientes para contar la leyenda de una manera pedagógica incorporando en ambas estancias el museo que atesora la iglesia.
     3. Torre de San Juan: Dada la peculiaridad de esta torre y su ubicación con la primera muralla de la ciudad, en ella abordaremos **el sistema defensivo de Zamora y la campana de la Queda** que marcaba el cierre y la apertura de una de las puertas más importantes de la ciudad. La torre es accesible, pero necesita muchas mejoras en los accesos, especialmente al cuerpo superior.
     4. Torre de San Ildefonso: Esta torre se emplearía para explicar la **jurisdicción medieval y para hablar de la cofradía de los caballeros Cubicularios** y del sentido del culto a San Ildefonso. Se haría una propuesta integrada con el coro que es un espacio ideal para el museo parroquial. La torre es accesible actualmente y podría subirse limpiando las estancias y haciendo algunas mejoras en las cubiertas.
5. **Instalación de nuevos sistemas de iluminación artística**. En algunos templos existen luminarias anticuadas que impiden una correcta contemplación de los templos. La iluminación artística interior de La Milla Románica tiene como objetivo potenciar el significado del espacio a través de la luz, una luz que vaya más allá de la simple visión y que interpele al visitante subrayando la belleza de los contemplado. El diseño de la iluminación debe ser respetuoso con los valores patrimoniales. Hasta la fecha solo se ha cuidado la iluminación para los servicios litúrgicos, decisivos para la marcha de una parroquia y suficientes tal cual se encuentran en la actualidad, pero muy deficitarios porque impiden la contemplación de la belleza de las distintas fases constructivas, de los elementos singulares que conforman el conjunto y del significado que la arquitectura representa. Para conseguir el efecto deseado, se necesita una iluminación que incida de manera precisa sobre aquellas zonas de especial interés patrimonial con una temperatura de color cálida, alta reproducción cromática y que tamice la incidencia directa de la luz. Una iluminación de este tipo permitirá que la arquitectura alcance su expresión simbólica más allá de su sentido funcional, provocando tanto en el espectador, como en los fieles la percepción de su sentido cultural y mistérico.
6. **Puesta en valor de otros espacios**, por ejemplo:
   1. Recuperación de la Capilla de Santa Teresa (Parroquia de San Vicente).
   2. Frescos de la sacristía de Santa María La Nueva. Explicación de cada una de las escenas mediante la técnica del videomaping.
   3. Apertura de capillas adyacentes y sacristías, etc.
7. **Adecuación de elementos varios** como puertas, rejerías, solados, etc. En este proyecto contemplamos la pintura y reparación de la puerta de la iglesia de La Magdalena y la retirada de su tarima porque, aunque la plaga está extinguida, ha sido dañada por las termitas. Cabe destacar que esta iglesia es la más visitada de todas. También requiere un adecentamiento las puertas de …
8. Convocatoria de las **jornadas anuales de estudio y promoción “Arte y fe”** wn wl mes de octubre, así como conferencias de difusión, programas de formación interna, conciertos, etc. Esta formación ya se ha realizado en los años 2021 y 2022, en el mes de octubre, y tienen vocación de permanencia. Van dirigidas a personas interesadas en el románico y al propio personal encargado de cuidar los templos. Concretar y anexo
9. **Propuestas expositivas temporales** que tengan que ver con el patrimonio mueble de los templos: textiles, esculturas, documentación, etc. Concretar y anexo.
10. **Traducción al portugués, francés e inglés de las audioguías**. El Boletín de Coyuntura Turística de España indica que un 12% del total de los visitantes a nuestra provincia son portugueses, franceses y británicos, aproximadamente 50.000. Esto indica que es un colectivo que debe ser atendido en su idioma para optimizar su experiencia entre nosotros. Concretar y anexo.
11. **Elaboración de material publicitario**: Hemos diseñado un plan estratégico global que contempla, entre otras cosas, un plan de márquetin que se basa en una doble línea de actuación: la digital y la tradicional en soporte papel. Muchos expertos aseguran que el éxito radica en conseguir una sinergia entre lo online y lo offline. Es importante no descuidar ninguno de los medios para llegar a todos los potenciales clientes. En un mundo marcado por Internet, pero que a su vez sigue apreciando la publicidad en formatos físicos, una estrategia omnicanal es imprescindible. Conocido el perfil de nuestros visitantes, entendemos que una vez que se encuentran en Zamora necesitan información escrita, ordenada, bien diseñada, manejable, práctica y con información suficiente para ayudarles a que su experiencia en la ciudad sea satisfactoria. La gente no ha perdido el gusto por lo físico, por tocar el papel. Un folleto impreso te permite conectar de manera directa con el mensaje, releerlo, además de tener la ventaja de que lo puedes guardar, generando una publicidad más duradera. Además, trabajamos en la idea de un vídeo promocional que difundiríamos en diferentes soportes, especialmente en redes sociales.
12. **Posicionamiento de la marca en el sector turístico**. En diálogo con las administraciones locales y autonómicas.
13. **Acercamiento del patrimonio a los escolares** a través de nuevas guías pedagógicas, visitas, talleres, campamentos, concursos de dibujo, de fotografía, de literatura, etc. Nuestra intención es que Zamora sea también puntera en la interpretación y difusión del románico en el mundo educativo, a todos los niveles (primaria y secundaria, universidad, educación no reglada, etc.) y en todas las provincias del entorno, incorporando nuestro patrimonio en situaciones de aprendizaje o como actividad extraescolar.

Nuestro proyecto busca ofrecer al visitante un mejor producto turístico, más enriquecedor y coherente en su conjunto, con un tono nítidamente experiencial que le sumerja en la hondura de este estilo artístico. No se trataría simplemente de abrir las puertas de los templos, sino de convertir el legado de nuestros antepasados en un valor irrenunciable para potenciar el diálogo de la fe con la cultura y, además, en un decisivo recurso para el mantenimiento del patrimonio y hacer de Zamora un referente turístico de excelencia que genere valor social, cultural y económico.

3.2.3. **Vinculación con el patrimonio rural como generador de riqueza**

La provincia de Zamora lidera la pérdida de población en España durante los últimos diez años, periodo en el que ha visto cómo el 12% de sus vecinos han emigrado a otras latitudes. Esta progresiva despoblación ha provocado, particularmente en la zona rural, una creciente reducción de servicios que agrava el problema de la llamada “España vaciada”, disminuyendo el atractivo de vivir en los pueblos. Para afrontar y corregir esta tendencia, hemos diseñado una experiencia piloto que pretende paliar estos síntomas y generar, desde la promoción del patrimonio local, valor social, cultural y económico en la zona rural.

La Hiniesta es una localidad cercana a la capital. Se encuentra situada a 5 km al noroeste de la capital zamorana. Tiene su origen en la repoblación fomentada por los reyes leoneses durante la reconquista de la península ibérica. Su valor patrimonial más relevante es la Iglesia de Santa María la Real y su espectacular pórtico. La cercanía a la capital y las buenas comunicaciones con el entorno, hacen de La Hiniesta un espacio privilegiado para una vida de calidad y oportunidades de desarrollo. Cuidamos nuestro patrimonio y nuestra identidad, cuando los conocemos y los amamos.

La Iglesia de La Hiniesta es Bien Cultural … Recientemente se ha restaurado su pórtico…

El ayuntamiento es titular de un cafetería-centro social que, en ocasiones, no ha sido fácil de explotar por la poca rentabilidad que la explotación de un negocio como este en un pueblo pequeño puede ofrecer. Estos espacios no solo son dispensarios de café sino que se convierten en verdaderos lugares de encuentro, puntos de reunión y activación social, por eso el ayuntamiento tiene interés en su apertura y mantenimiento.

Nuestra propuesta pasa por potenciar las visitas a la iglesia de La Hiniesta para darla a conocer desde el punto de vista artístico y, en consecuencia, afianzar el centro social de la localidad, lugar al que los turistas pueden acudir para tomar un café, informarse sobre otras opciones en el pueblo o pasar un rato agradable. Cabe destacar que el alquiler de esta dependencia está asociado a la residencia en la localidad. En este curso académico la familia encargada de su explotación ha aportado varios hijos al pueblo, permitiendo, entre otras cosas, que la escuela siga abierta.

Creemos que la gestión del patrimonio debe ir de la mano de la búsqueda de beneficios, sean estos económicos o de cualquier otro tipo, y que un modelo como el que presentamos puede asentar población, además de asegurar algunos servicios sociales necesarios para la localidad. Una experiencia como la que vamos a desarrollar en La Hiniesta animará a diseñar proyectos similares en otras localidades de la provincia.

Dado que es un templo que presenta una problemática muy particular por la disposición de su pórtico principal, hemos planteado con el ayuntamiento una intervención que permita adecuar la accesibilidad para los vecinos y visitantes, posibilitando una mejor contemplación del pórtico, que es su espacio más valioso. El proyecto consistiría en la apertura de una puerta en la fachada …

**4. CARÁCTER INNOVADOR**

Durante siglos la diócesis de Zamora concibió su patrimonio mueble e inmueble como un recurso exclusivo para su tarea evangelizadora, por ello lo cuidó con la intención de preservarlo para su misión propia que no era otra que la cultual. De un tiempo a esta parte, esta manera de entender el patrimonio ha evolucionado: los templos son también espacios abiertos para la contemplación de su belleza artística que pueden aspirar a una gestión sostenible y perdurable en el tiempo. El ejemplo más clarificador de este cambio de actitud es la constitución de la Fundación ZamorArte, una entidad que mantiene la preocupación original de dignificar sus espacios sagrados, pero que concibe, junto a esa función cultual propia, la posibilidad de que estos puedan y deban, gracias al turismo, convertirse en motores de desarrollo social, cultural y económico para el territorio.

Por todo lo anterior, consideramos que el proyecto que impulsa la fundación es innovador por las razones que siguen:

* Proyecta su futuro desde el diseño de un plan estratégico global que perfilará su acción para los próximos cuatro años. Esto es una manera de entender la gestión absolutamente desconocida en la provincia y pionera en la comunidad de Castilla y León.
* Integra el patrimonio cultural religioso de Zamora en una estrategia de:
  + desarrollo educativo:
  + ordenación del territorio
  + desarrollo urbanístico
  + promoción turística
  + desarrollo rural
* Busca la cooperación y colaboración entre Administraciones Públicas con el fin de potenciar la defensa, salvaguarda y puesta en valor del patrimonio cultural.
* Se abre a las ayudas europeas incorporándose a un circuito en el que se establecen alianzas con otras entidades que ayudarán al desarrollo de programas de alta exigencia.
* Potencia la participación ciudadana en la conservación del patrimonio cultural mediante la asistencia a jornadas de profundización en la materia.
* Posibilita la colaboración económica directa mediante programas de micro-mecenazgo o la participación como “amigos” de la Fundación ZamorArte.
* La accesibilidad del patrimonio cultural desde el punto de vista material e idiomático para garantizar su uso y disfrute por parte de todos los ciudadanos.
* Las nuevas tecnologías
* La apuesta por la sensorialidad

**5. CRONOGRAMA**

**6. PRESUPUESTOS DESGLOSADO**

**7. INCLUSIÓN DE INDICADORES** (visitas, descargas, encuestas de calidad, impactos mediáticos, etc.)

Ejemplos de indicadores de rentabilidad:

Nivel de satisfacción del cliente.

Ejemplos de indicadores de calidad del servicio:

Nivel de satisfacción del cliente.

Probabilidad de recomendación de la firma por parte del cliente.

Recurrencia del cliente con los servicios de la firma.

**7. PLAN DE NEGOCIO** <https://lanzadera.es/como-hacer-plan-negocios/>

**8. MANTENIMIENTO DEL EMPLEO**

**9. APUESTA POR LA ZONA RURAL (incorporar aquí las densidades de población de Zamora, La Hiniesta y otros lugares de la zona rural que justifiquen este punto)**

**10. TEMA DE TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD** (sería muy interesante incorporar a algún trabajador a las iglesias con una cierta tara, con todos mis respetos)

Asprosub, gente de las parroquias

[La Milla Románica: un proyecto que cumple con las expectativas | diocesisdezamora.es](https://www.diocesisdezamora.es/noticias/ver-la-milla-romanica-un-proyecto-que-cumple-con-las-expectativas-675)

[Las ocho iglesias de la milla del románico de Zamora (lavanguardia.com)](https://www.lavanguardia.com/magazine/viajes/20231002/9260716/ocho-templos-romanicos-dentro-muralla-zamora.html)

[La Milla Románico de Zamora: una ruta por siete templos de la zona antigua | Radio Zamora | Cadena SER](https://cadenaser.com/castillayleon/2023/06/15/la-milla-romanica-de-zamora-una-ruta-por-siete-templos-de-la-zona-antigua-radio-zamora/)

[Nace en Zamora el proyecto turístico y cultural "Milla Románica" (larazon.es)](https://www.larazon.es/castilla-y-leon/nace-zamora-proyecto-turistico-cultural-milla-romanica_20230615648b599244049c0001c17510.html)

[‘La Milla Románica’, nueva ruta turística en la capital - Zamora3punto0](https://zamora3punto0.com/la-milla-romanica-nueva-ruta-turistica-en-la-capital/)

[El proyecto turístico Milla Románica ofrecerá un recorrido hasta la Catedral pasando por siete templos (elespanol.com)](https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/zamora/20230615/proyecto-turistico-milla-romanica-ofrecera-recorrido-catedral/771673171_0.html)

[Proyecto Milla Romana, para el turismo de Zamora - cyltv.es](https://www.cyltv.es/videoSH/8d847c31-4499-4bbc-9c75-fa9ca4ff366d/Proyecto-Milla-Romana-para-el-turismo-de-Zamora)

[Zamora presenta la 'Milla Románica', un paseo turístico por los templos de la ciudad (zamora24horas.com)](https://www.zamora24horas.com/cultura/zamora-presenta-milla-romanica-paseo-turistico-por-templos-ciudad_15080977_102.html)

[La Milla Románica, una iniciativa de la diócesis que busca la excelencia turística y cultural | diocesisdezamora.es](https://www.diocesisdezamora.es/delegaciones/detalles-noticia/la-milla-romanica-una-iniciativa-de-la-diocesis-que-busca-la-excelencia-turistica-y-cultural-1407)

[Zamora presenta 'Milla Románica', un recorrido turístico por siete iglesias hasta la puerta de la catedral (abc.es)](https://www.abc.es/espana/castilla-leon/zamora-presenta-milla-romanica-recorrido-turistico-siete-20230615180845-nt.html)

[La Milla Románica suma 11.000 visitantes desde su puesta en marcha en junio - La Opinión de Zamora (laopiniondezamora.es)](https://www.laopiniondezamora.es/zamora-ciudad/2023/10/17/milla-romanica-suma-11-000-93438308.html)

- Hay otras iglesias que podrían incorporarse a esta dinámica, Este nuevo plan de actuación, que ahora presentamos, pondría en valor buena parte del románico zamorano, adecuándolo a las exigencias de un turismo de calidad y posibilitando su gestión sostenible. Se generaría así un beneficio económico que redunde en la creación de un empleo de calidad, así como en el mantenimiento del propio patrimonio. No en vano, uno de los principios estatutarios de nuestra fundación es que todos los ingresos que genere la gestión del patrimonio reviertan en su propia conservación y en la mejora de la experiencia turística de cuantos se acercan a nuestra ciudad y provincia.

El impacto directo del turismo en Zamora alcanzó los 20M de €, una cifra que demuestra el potencial de este sector en la actividad económica de la provincia. Los turistas que visitaron Zamora ocuparon el 20% de las plazas hoteleras y alcanzaron una media de 1´67 pernoctaciones. La provincia se sitúa en el puesto nº … de la región en cuanto a pernoctaciones. Todos estos datos ayudan a comprender la importancia del patrimonio cultural y su vinculación con el desarrollo económico y social del territorio de Zamora.

Posiblemente esta sea la razón por la que el número medio de pernoctaciones no llega a dos por turista. Existiendo una propuesta cultural tan amplia como la de Zamora, La vista a los templos se hace de manera compulsiva, sin atender a los hitos más relevantes de cada lugar. reduciendo así las posibilidades de pernoctación o precipitando la salida hacia cualquier otro lugar del entorno. Esta práctica reduce sustancialmente el impacto económico en nuestra provincia y le da la espalda a esa oferta de descanso tranquilo que una provincia como la nuestra puede ofrecer al turista.