

PDEEST

turismo.cec.es

Plan para el Desarrollo Empresarial y Contribución
a la Mejora de las Perspectivas de Empleo en el
Sector Turístico Provincial de A Coruña

01

AS
PONTES

Es el municipio de mayor extensión territorial de la provincia de A Coruña.

02

SOBRADO
DOS MONXES

El monasterio de Santa María fue declarado en 2015 patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

03

FISTERRA

La prolongación del Camino hasta la Costa da Morte es un ritual que siguen muchos peregrinos que desean llegar hasta el Finis Terrae.

Cofinanciado por:



CONFEDERACION
DE EMPRESARIOS
DE LA CORUÑA



Deputación
DA CORUÑA

Plan de
Emprego Local
2016-2019 **PEL**

ÍNDICE

PRÓLOGO	4
CAPÍTULO 1	5
Análisis de la industria turística en la provincia de A Coruña	
CAPÍTULO 2	18
Conclusiones preliminares sobre la industria turística en la provincia de A Coruña	
CAPÍTULO 3	19
Objetivos de la actuación	
CAPÍTULO 4	20
Criterios de la selección de los municipios piloto para el PDEEST	
CAPÍTULO 5	21
Análisis comparativo previo de los municipios piloto	
CAPÍTULO 6	25
Recursos turísticos de los municipios seleccionados	
6.1 As Pontes de García Rodríguez	25
6.2 Fisterra	37
6.3 Sobrado dos Monxes	49

CAPÍTULO 7	56
Directrices generales para los municipios seleccionados	
CAPÍTULO 8	76
Actuaciones PDEEST 2020	
CAPÍTULO 9	83
Ordenanzas municipales a desarrollar	
CAPÍTULO 10	84
Equipo de gestión del PDEEST	
BIBLIOGRAFÍA	85

PRÓLOGO

La Confederación de Empresarios de La Coruña (CEC), creada el 24 de junio de 1977, es, sin duda, el principal interlocutor empresarial de la provincia. En concreto, aglutina más de 60 asociaciones sectoriales o territoriales y unas 30.000 empresas de todos los sectores productivos. Su objetivo es la representación, gestión y defensa de los intereses generales y comunes del colectivo empresarial.

La provincia de A Coruña es la más poblada de Galicia. Una de las que genera más empleo, la que más contribuye al PIB y, en consecuencia, crea más riqueza.

Esa posición privilegiada, sitúa a la CEC en la senda correcta para dar respuesta a los retos y desafíos que nos plantea el futuro y seguir contribuyendo a generar riqueza sostenible, que es, indiscutiblemente, la misión que asumen las empresas comprometidas con la sociedad en la que vivimos.

Teniendo en cuenta el papel tractor y dinamizador del sector turístico en la provincia y las potencialidades de desarrollo que ofrece como generador de empleo y riqueza, resulta de especial interés, trabajar en la mejora de las perspectivas de empleo en el sector turístico provincial y aprovechar los efectos positivos del turismo sobre las economías locales como factor de desarrollo y lucha contra la despoblación y el envejecimiento que amenaza a nuestros pueblos.

Partiendo de los antecedentes anteriores, dada la significación económica y social que el turismo representa para nuestra sociedad, la Confederación de Empresarios de La Coruña ha puesto en marcha encuentros con los actores del sector, así como mesas transversales de trabajo y técnicas de profesionales del sector turístico, de la formación y el empleo, para sentar las bases de un **PLAN DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y CONTRIBUCIÓN A LA MEJORA DE LAS PERSPECTIVAS DE EMPLEO EN EL SECTOR TURISTICO PROVINCIAL**. Este plan se elabora con el fin último de incrementar la masa asociativa de la CEC y reforzar el apoyo al sector turístico en ayuntamientos de la provincia. De este modo se conseguirá aunar esfuerzos, recursos y conocimientos para detectar necesidades, definir estrategias y líneas de actuación que contribuyan a identificar nichos de empleo, generar actividad en el sector turístico y de ocio en todas sus formas: autoempleo, cuenta ajena, pequeña empresa, etc o a abrir, dentro de las empresas existentes, nuevas líneas de actividad para responder a las demandas identificadas, así como a generar alianzas público- privadas, clústeres o agrupaciones que contribuyan al mismo fin de la dinamización económica y la generación de empleo en la provincia.

Considerando que, las actuaciones encaminadas a fortalecer su presencia en el sector tienen más efectividad en el ámbito local o municipal, donde es más fácil apreciar su evolución y por tanto, más fácilmente evaluable, por ser este el espacio más cercano a la ciudadanía residente y por supuesto al turista, principal receptor de estas medidas, ha decidido centrar el ámbito de acción de este Plan en dicho ámbito local, seleccionando tres municipios de la provincia:

- As Pontes de García Rodríguez
- Sobrado dos Monxes
- Fisterra

CAPÍTULO 1

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA

La provincia de A Coruña se caracteriza por el gran número y la diversidad de recursos y atractivos turísticos de los que dispone en un territorio pequeño. Este hecho, que puede parecer una ventaja competitiva de por sí, requiere no obstante de grandes esfuerzos del sector público para identificar e inventariar aquellos de esos recursos y atractivos con expectativas claras de futuro para su potenciación selectiva, de acuerdo con sus propias características y las tendencias dominantes en el sector turístico gallego.

IMPACTUR Galicia, pone de manifiesto que la contribución del 10,4% de la actividad turística al total del PIB de la Comunidad Autónoma se encuentra muy cerca del 11,7% de participación media que representa el turismo en la economía nacional, según la última estimación recogida por el INE en la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE).

El PIB Turístico de Galicia registró un incremento interanual del 9,6% en el año 2017, 8,4% en términos constantes (una vez descontado el efecto de los precios), hasta los 6.341 millones de euros, generando en tan sólo un año, 553 millones de euros adicionales, lo que supone un crecimiento superior al +5,6% real registrado por el conjunto del sector turístico español en el mismo año. Se trata por tanto, de un sector de gran importancia económica y en auge.

	2016	2017
PIB Turístico (Millones de euros corrientes)	5.788	6.341
Tasa de variación interanual		9,6
Aportación del turismo al PIB de Galicia	9,9%	10,4%
Empleo turístico (personas)	101.885	109.050
Tasa de variación interanual	10,40%	7%
Aportación del Turismo al Empleo de Galicia		11%

La contribución del turismo en Galicia también es evidente en términos de empleo. Concretamente el turismo genera 109.050 empleos en 2017, lo que representa el 11,0% del total del empleo de toda la comunidad autónoma en ese mismo año, según los resultados del Estudio IMPACTUR Galicia.

Este excelente registro alcanzado por la actividad turística se sitúa por encima del dinamismo observado para el conjunto de la economía gallega, 4,1% según los datos de la contabilidad trimestral del IGE, y se ha concretado en un incremento de la aportación del turismo al total de la economía de la comunidad, desde el 9,9% de 2016 hasta el 10,4% con el que cierra 2017, según revelan los resultados de IMPACTUR.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el sector servicios aporta el 69,5% de la generación del PIB provincial, más de dos puntos porcentuales que en Galicia, que supone el 67,27%, y algo más de cuatro puntos porcentuales menos que en el conjunto del Estado, que alcanza el 73,76%. La actividad turística, que se ve reflejada en el número de viajeros y pernoctaciones, se comportó de forma positiva, aumentando casi un cuatro y medio por ciento las segundas. En este sentido, el Camino de Santiago sigue siendo un atractivo turístico de primer nivel.

(1) Los datos confirman que el peso económico de la industria turística en Galicia justifica el trabajo de estudio y las inversiones en el desarrollo del sector y que, necesariamente, debe ser en el futuro, un objetivo económico prioritario para nuestra Comunidad Autónoma.

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018 EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total Actividades Industria turística	53.739	7,2
Hostelería	32.869	3,3
Servicios de alojamiento	5.846	51,1
Servicios de comidas y bebidas	27.023	-3,4
Transporte de viajeros	5.171	51,7
Otras Actividades Industria turística	15.700	5,3
Agencias de viajes		
Alquiler de vehículos y anexas al transporte	5.531	12,7
Actividades de creación, artísticas y de espectáculos		
Actividades culturales y deportivas	6.292	10,9
Actividades recreativas		

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

Del total de actividades de la industria turística, la más relevante por el volumen de empleo es la restauración, que representa el 50,28% de total de ocupados en la industria turística de la provincia de A Coruña, de forma que sus características y condicionantes afectan en gran medida al conjunto del sector. Hay que tener en cuenta también, que una parte importante de su actividad no tiene ninguna relación con el turismo, al no estar relacionado con el consumo que realizan los propios turistas, sino los residentes. Concretamente, de toda la producción y el empleo del sector de la restauración en España, sólo el 27% está directamente vinculado al turismo, según la cuenta satélite del turismo que elabora el INE.

(2) La restauración es en Galicia y por supuesto en la provincia de A Coruña, tanto desde el punto de vista del consumo interno en la propia Comunidad Autónoma como el de su potencial turístico, un sector económico estratégico. Es un pueblo con una profunda cultura gastronómica por la calidad y abundancia de nuestros productos naturales y también por nuestros hábitos de consumo lo que sin duda, tiene un claro reflejo en la percepción que de nosotros se tiene en el exterior.

OCUPACIONES CON MAYOR CONTRATACIÓN DE LOS MAYORES DE 45 AÑOS PROVINCIA DE A CORUÑA 2017

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el sector servicios aporta el 69,5% de la generación del PIB provincial, más de dos puntos porcentuales que en Galicia, que supone el 67,27%, y algo más de cuatro puntos porcentuales menos que en el conjunto del Estado, que alcanza el 73,76%. La actividad turística, que se ve reflejada en el número de viajeros y pernoctaciones, se comportó de forma positiva, aumentando casi un cuatro y medio por ciento las segundas. En este sentido, el Camino de Santiago sigue siendo un atractivo turístico de primer nivel.

Ocupaciones	Total contratos	Tasa >45 años (%)	Tasa temporalidad (%)	Var.2017/2016 %
Camareros asalariados	11648	17,05	95,82	14,12
Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares	11179	49,71	95,23	11,29
Peones de las industrias manufactureras	3587	13,4	95,43	24,2
Ayudantes de cocina	3517	36,49	93,2	17,23
Peones de transportes de mercancía y descargadores	3355	20,6	96,96	-7,06
Cocineros asalariados	3300	38,31	87,58	9,24
Trabajadores de la industria del pescado	2853	32,35	98,25	16,78
Vendedores en tiendas y almacenes.	2750	10,76	85,38	17,57
Empleados domésticos	2592	56,2	54,78	10,2

Fuente: EPA (INE)

En cuanto a su asignación al sector turístico, la restauración tiene una situación paralela a la de otras actividades como la del transporte terrestre de viajeros, vinculado al uso del transporte público en los lugares de residencia o las actividades de ocio. De hecho, según la misma fuente, tan sólo en el caso de los servicios de alojamiento, de las agencias de viajes y del transporte aéreo, casi toda la actividad y empleo en el transporte de viajeros está directamente vinculada y depende del turismo.

En sentido contrario, existe una parte significativa del empleo dependiente del turismo que no se recoge en las estadísticas y análisis del sector, pero que no existiría sin su actividad. Se trata de puestos de trabajo y perfiles profesionales generalmente de elevado nivel de formación, concentrados, entre otras, en la rama de servicios a empresas que trabajan para el sector. Y en los empleos relacionados con la planificación y la gestión turística de los destinos por parte de las diversas administraciones públicas. La mayor parte de ellos son empleos cualificados que forman parte de la capacidad de arrastre que ejercen las actividades turísticas sobre otros sectores, y que el INE cifra en el 41,1%. No obstante, estos puestos de trabajo no se incluyen en los datos de empleo generado por el sector turístico y, por tanto, no repercuten en la mejora de su imagen global.

En un contexto de previsible crecimiento de la demanda turística para los próximos años, y a pesar de los notables desafíos estructurales, se anticipa un notable crecimiento de las oportunidades laborales en las distintas empresas que conforman el sector, por lo que el turismo seguirá siendo uno de los principales motores para la generación de empleo en la provincia, dada su escasa exigencia formativa y fácil adaptación profesional.

(3) El turismo facilita la incorporación al mercado laboral de colectivos con dificultades de inserción. Los condicionantes del sector y especialmente los de la hostelería, hacen que las oportunidades laborales se concentren en los estratos demográficos con niveles de desempleo más elevados. El empleo de las mujeres es también aquí mayoritario. Estos dos factores sociológicos, la absorción por el turismo de los sectores más afectados por el desempleo y con menos cualificación y la incorporación mayoritaria de las mujeres al mismo, hacen que el turismo en Galicia haya de ser, también por esa razón, objeto de una atención preferente.

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN EDAD

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total	471.335	3,2
16-29 años	49.578	0,7
30-44 años	190.213	-0,1
45 años y más	231.544	6,7
Total actividades industria turística		
Total	53.739	7,2
16-29 años	9.925	25,6
30-44 años	21.867	-1,3
45 años y más	21.948	9,2

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN SEXO

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total	471.335	3,2
Varones	242.618	2,7
Mujeres	228.717	3,8
Total actividades industria turística		
Total	53.739	7,2
Varones	25.503	2,2
Mujeres	28.237	12,1

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN NACIONALIDAD

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total nacionalidad	471.335	3,2
Española	443.484	3,2
Doble	13.456	0,6
Extranjera	14.395	7,7
Europa		
América Latina		
Resto del mundo y apátridas		
Total actividades industria turística		
Total nacionalidad	53.739	7,2
Española	46.572	6,9
Doble		
Extranjera		
Europa		
América Latina		
Resto del mundo y apátridas		

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

La población total de la provincia de A Coruña asciende a 1.120.294 personas, de las que el 2,83% son extranjeros. A nivel autonómico la tasa de extranjeros es ligeramente menor a la provincial, alcanzando el 1,95%; no ocurre lo mismo a nivel nacional, que llega al 9,82%. En la provincia de A Coruña, más de la mitad de la población extranjera es mujer (52,20%). El número de afiliaciones a la Seguridad Social, en la provincia de A Coruña, a diciembre de 2017, se situó en 418.139 personas, de las cuales 11.623, es decir el 2,78%, eran extranjeras. El total de demandantes de empleo parados en la provincia, a 31 de diciembre de 2017, fueron 73.526, siendo los extranjeros el 4,68%, es decir, 3.439. El perfil de este colectivo es una mujer cuyo país de origen es Portugal, con estudios primarios o sin acreditar, con una antigüedad de la demanda de entre uno y tres meses y cuyo último empleo fue en el sector servicios.

(4) Puede deducirse de los datos estadísticos que, mientras el porcentaje de extranjeros en la provincia es del 2,83% y el porcentaje de ocupados representa sobre el total el 3,05%, en el sector turístico los extranjeros representan el 13,33% de la actividad provincial, casi cinco veces más que lo que les correspondería por nivel de población, lo que indudablemente nos indica que el sector absorbe de manera muy preferente a los inmigrantes.

Como se puede ver en la siguiente tabla, aunque el turismo en general está sometido a eventos excepcionales y puntuales como reuniones de empresa, fiestas o celebraciones, la oscilación del empleo generado por las empresas turísticas es muy inferior a la volatilidad y variaciones de la demanda.

Esto lo podemos ver en las diferentes ramas de la actividad turística, aunque la estacionalidad es una característica estructural del turismo. Así, en los servicios de alojamiento de la provincia de A Coruña, el personal empleado es un 46% inferior en el primer trimestre de 2018, frente al tercero. Sin embargo, en el conjunto de la hostelería el porcentaje es inferior, debido a que la diferencia entre los ocupados del primer trimestre y del tercero en los servicios de comidas y bebidas es muy inferior, del 24%, pero afecta de manera importante al empleo debido al elevado número de ocupados que abarca.

Es importante recordar que una parte relevante de la actividad del servicio de comidas y bebidas no depende del turismo, sino de los propios residentes, aunque sea difícil de identificar los trabajadores turísticos de los que no lo son, pero no obstante parece claro que la restauración es, dentro de la industria turística, el sector más sólido y que mejor resiste la estacionalización.

ESTACIONALIDAD DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

	T1	T2	T3	T4
Total actividades industria turística nivel provincial 2018	46.135	51.905	59.259	53.739
Hostelería	28.170	31.834	39.270	32.869
Servicios de alojamiento	3.668	5.400	6.829	5.846
Servicios de comidas y bebidas	24.501	26.434	32.441	27.023

ESTACIONALIDAD ALOJAMIENTO

ESTACIONALIDAD AYB



(5) El contacto directo y la relación personal necesaria en la mayoría de los servicios en las ramas vinculadas a la industria turística, explica que la mayor parte del empleo se concentre en el segmento de "estudios no reglados", en comparación con otros sectores de actividad. Este dato hace que la industria turística sea una de las que presenta una mayor concentración de empleados en los grupos inferiores de la clasificación por categorías en la Seguridad Social correspondiente a dichos empleados base. Esta situación es una indudable ventaja inicial para el empleo en sí mismo y representa también una oportunidad para la formación en el propio ámbito profesional dentro del sector de una parte importante de ese colectivo laboral menos cualificado.

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN ESTUDIOS

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total estudios reglados	471.335	3,2
No sigue estudios reglados	449.746	3,1
Clasificación año 2000	21.589	5,7
Estudios secundarios		
Estudios postSecundarios	19.079	17,6
Total actividades industria turística		
Total estudios reglados	53.739	7,2
No sigue estudios reglados	49.263	4
Clasificación año 2000		
Estudios secundarios		
Estudios postsecundarios		

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN OCUPACIÓN

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total	471.335	3,2
Directores y gerentes	19.644	0,7
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	98.628	14,9
Técnicos y profesionales de apoyo	56.298	15
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	50.637	9,1
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	95.134	-3,7
Trabajadores cualificados en el sector agrícola, ganadero, forestal y pesquero	19.676	-14,6
Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras y la construcción (excepto operadores de instalaciones y maquinaria)	53.689	-4,8
Operadores de instalaciones y maquinaria y montadores	32.589	3,7
Ocupaciones elementales	41.698	-0,3
Ocupaciones militares		
Total actividades industria turística		
Total	53.739	7,2
Directores y gerentes		
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales		
Técnicos y profesionales de apoyo		
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	5.318	36,3
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	27.354	-3,7
Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras y la construcción (excepto operadores de instalaciones y maquinaria)		
Operadores de instalaciones y maquinaria y montadores		
Ocupaciones elementales	4.952	6,2

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

Esta situación de baja cualificación mayoritaria impide, no obstante, que se reconozca la amplia y creciente dotación de personal cualificado de directivos, mandos intermedios y técnicos, que en términos absolutos supera a muchos otros de los grandes sectores de la economía española.

(6) Sin embargo, el sector muestra un elevado déficit de inversión en la formación especializada requerida en cada ocupación. Concretamente, según la Encuesta Anual Laboral de 2015, el 69,8% de las empresas de hostelería proporcionaban formación por debajo de la media nacional, situada en el 77,3%. De los datos se deduce una clara necesidad de inversión formativa en el sector.

La actividad turística se caracteriza por una alta variabilidad e inestabilidad de la demanda que exige disponer de fórmulas de contratación flexible. La información disponible refleja que esta realidad se ha traducido en el uso de la contratación temporal y parcial, trasladando una sensación de precariedad que afecta a su imagen como empleador.

Como es de esperar por estos condicionantes, el porcentaje de contratos temporales en la actividad turística en la provincia de A Coruña se sitúa en el 27,88%, aunque por debajo de la media nacional, que se encuentra en el 35,2%. A su vez, del total de empleados, el 24,79% son contratos a tiempo parcial.

Sobre estos puntos es necesario aclarar que la temporalidad y la parcialidad caracterizan la realidad del mercado español en su conjunto, siendo incluso inferiores en la actividad turística que en otros sectores, por lo que no se pueden extraer conclusiones particularizadas en ese aspecto de la industria turística.

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN SITUACIÓN PROFESIONAL

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total Situación Profesional	471.335	3,2
Autónomos	91.638	-0,5
Asalariados	379.697	4,3
Otra Situación	0	-100
Total actividades industria turística		
Total situación profesional	53.739	7,2
Autónomos		
Asalariados	39.229	4,5

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN TIPO DE CONTRATO

CNAE 09	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total tipo contrato	471.335	3,2
De duración indefinida	288.311	6,4
Temporal	91.386	-2
No clasificable	91.638	-0,9
Total actividades industria turística		
Total tipo contrato	53.739	7,2
De duración indefinida	24.241	-9,2
Temporal	14.989	38,1
No clasificable		

PARADAS REGISTRADAS POR TRAMOS DE EDAD EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA

Tramos de edad	Mujeres	Mujeres sobre el total %	Var.2016/2017 %
Menor de 25	1.679	48,82	-1,99
De 25 a 45	19.678	59,91	-8,68
Mayor de 45	19.723	53,76	-3,73
Total	41.079	55,87	-6,1

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral

OCUPADOS EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL AÑO 2018, SEGÚN TIPO DE JORNADA LABORAL

	Valor absoluto	Tasa de variación interanual
Total actividades a nivel provincial		
Total tipo jornada	471.335	3,2
A tiempo completo	406.251	2,6
A tiempo parcial	65.084	7,5
Total actividades Industria turística		
Total tipo jornada	53.739	7,2
A tiempo completo	40.414	1,6
A tiempo parcial	13.326	28,6

ACTIVIDADES ECONÓMICAS CON MAYOR CONTRATACIÓN DE MUJERES EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA

Actividades económicas	Contratos	Tasa mujeres %	Var.2017-2018 %
Servicios de comidas y bebidas	41.145	52,47	13,73
Comercio al por menor, excepto vehículos de motor y motocicletas.	30.849	73,13	16,41
Servicios a edificios y actividades de jardinería	11.950	77,3	-0,5
Industrias de alimentación.	10.279	61,83	3,75
Servicios de alojamiento	9.671	62,07	14,33
Educación	9.440	67,02	4,49
Otros servicios personales.	8.175	81,34	-13,65
Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.	7.670	53,43	-2,94
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	6.994	83,6	8,52
Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	6.975	50,44	35,28

Fuente: EPA (INE)

Nota: Las celdas en blanco responden a una insuficiente base muestral.

Fuente: Elaborado por el Observatorio del SEPE a partir de los datos del SISPE. 31 de diciembre de 2017.

En el ámbito territorial de la comunidad autónoma de Galicia, la tasa de mujeres desempleadas, 55,95%, es muy similar a la provincial, solo ocho centésimas mayor. No ocurre así en el conjunto del Estado, en donde llega al 57,23%, es decir casi punto y medio porcentual más que en A Coruña. En los últimos cinco años, con descensos continuados en el número de parados totales, las mujeres han disminuido en menor medida que los hombres, en todos ellos casi la mitad, en concreto en este último los hombres bajaron un 11,85%, mientras que las mujeres, un 6,10%.

En el análisis del número de mujeres desempleadas por meses, se observa una estacionalidad evidente, con descensos en los meses de junio, julio y diciembre, meses en los que se produce un incremento de la contratación. Las mujeres paradas son mayoría en todos los niveles formativos, en los de menor nivel, estudios primarios, están prácticamente igualadas a los hombres, pero en los niveles universitarios son claramente mayoritarias, llegando a duplicar a los hombres. Las desempleadas de larga duración suponen el 48,07% del total de mujeres que demandan empleo. Esta proporción ha estado disminuyendo muy ligeramente en los últimos cinco años, aunque desde el año 2008 hasta la fecha en que se elaboró este estudio ha aumentado en más de ocho puntos porcentuales.

En el caso de los hombres, el comportamiento de los cinco años anteriores es similar al caso de las mujeres, si bien el porcentaje de parados de larga duración es inferior, un 42,82% en 2017; no obstante en el periodo de diez años, el porcentaje casi se ha duplicado.

Más de las tres cuartas partes de las mujeres demandantes de empleo proviene del sector servicios, en concreto el 75,47%, mientras que en 2008 este porcentaje llegaba al 62,75%. En los últimos diez años, se ha producido, por tanto, un desplazamiento en la distribución por sectores de las desempleadas, dado que en 2008, el 15,53% y el 18,37% estaban inscritas en los sectores agricultura y pesca e industria, respectivamente, mientras que en el año 2017 estos sectores acogen el 9,69 % y el 11,81%, es decir, se ha producido un trasvase de desempleadas de estos sectores al de servicios.

EMPRESAS CON ACTIVIDAD EN GALICIA (GRUPOS CNAE 2009)

2017	Galicia	A Coruña	Lugo	Orense	Pontevedra
1 Agricultura y pesca	40.616	15.382	11.493	3.254	10.487
2 Industria, incluida la energía	14.766	5.700	1.878	2.112	5.076
3 Construcción	31.609	12.947	4.141	4.226	10.295
4 Servicios	158.667	66.638	19.392	17.404	55.233
49 Transporte terrestre y por tubaje	9934	3868	1765	1067	3234
50 Transporte marítimo y por vías navegables interiores	46	13	2	2	29
51 Transporte aéreo	3	1	1	0	1
HOSTELERÍA	20.928	8.728	2.654	2.618	6.928
55 Servicios de alojamiento	2.069	815	387	219	648
55.1 Hoteles y alojamientos similares	1.253	505	207	127	414
55.2 Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	681	245	165	84	187
55.3 Cámpings y aparcamientos para caravanas	82	30	8	5	39
55.9 Otros alojamientos	53	35	7	3	8
56 Servicios de comidas y bebidas	18.859	7.913	2.267	2.399	6.280
56.1 Restaurantes y puestos de comidas	4.353	1.745	600	463	1545
56.2 Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	549	268	50	53	178

IGE. Explotación del directorio de empresas y unidades locales. I.G.E. Instituto Gallego de Estadística.

(7) El grupo ocupacional que concentra mayor número tanto en los contratos realizados a mujeres como en las mujeres desempleadas fue el nº5, trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores, que acumula un 41,52%, en el primer caso y un 34,88%, en el segundo. El sector turístico resulta pues, con arreglo a los datos, un ámbito claramente propicio para la contratación de la mujer.

MEDIA DEL SALARIO BRUTO ANUAL EN GALICIA SEGÚN EL GRUPO DE COTIZACIÓN Y SEXO

	Total	Hombres	Mujeres
Total 2016 Galicia	17.156	19.371	14.807
1 Ingenieros y licenciados. Personal de alta dirección	38.521	46.000	31.545
2 Ingenieros técnicos peritos y ayudantes titulados	26.287	31.898	23.842
3 Jefes administrativos y de taller	29.267	30.842	26.372
4 Ayudantes no titulados	23.639	28.085	17.795
5 Oficiales administrativos	19.067	22.250	16.819
6 Subalternos	15.000	16.447	13.995
7 Auxiliares administrativos	12.590	13.789	12.144
8 Oficiales de primera y segunda	14.850	16.353	10.240
9 Oficiales de tercera y especialistas	11.210	13.916	8.078
10 Trabajadores mayores de 18 años no cualificados	8.981	9.740	8.241
No consta o trabajadores menores de 18 años	4.640 *	*	*

*En las empresas con sede social "España" se incluyen las empresas que realizan actividades en Galicia y que tienen su sede social fuera de Galicia.

(8) El sector turístico está marcado por la fuerte presencia de las pequeñas empresas familiares en la restauración. El predominio de empresarios individuales y la todavía baja presencia de las cadenas en el ámbito de los bares, restaurantes y cafeterías explica que la mayoría de los negocios de restauración sean microempresas. Se trata, la de la restauración y la gastronomía, de una realidad diferente a la del resto de las ramas de la hostelería, que tienen un tamaño medio notablemente superior, pero también representan una posibilidad de reparto de la riqueza y posibilidades de estabilidad en el empleo muy superiores.

El Plan Estratégico Provincial elaborado por la Diputación de A Coruña y la Fundación Caixa Galicia para el sector turístico 2007-2013, establece que:

"En cuanto al turismo, en el capítulo relativo al diagnóstico de esta actividad se muestra como el 70% de los recursos turísticos de la provincia se refieren al patrimonio histórico-monumental, especialmente, al patrimonio religioso. Sólo el 3% corresponde a los yacimientos arqueológicos. No ha de ser desdeñable, sin embargo, para que el sector alcance un mayor dinamismo el recurso paisajístico-natural, como también la oferta cultural, lúdica o festiva".

(9) En cualquier trabajo proyectual sobre el sector turístico y con independencia del patrimonio monumental, religioso, militar o industrial del que cada lugar disponga habrá de prestarse, de acuerdo con las conclusiones del Plan Estratégico provincial, atención a la puesta en valor de los yacimientos arqueológicos, así como a la planificación y dotación de infraestructuras necesarias para el disfrute racional y sustentable de los recursos paisajísticos y el turismo activo.

Con arreglo al documento elaborado por la Xunta de Galicia "Estrategia del Turismo de Galicia 2020", las razones para visitar Galicia en el año 2015 expresadas por los mismos visitantes fueron porcentualmente las siguientes:

"Las visitas a lugares de interés turístico, 21%; el descanso, 14%; el turismo gastronómico, 12%; el sol y playa, 10%, y las visitas a museos y monumentos, 9%. Otras actividades que despiertan interés entre los viajeros son las compras, 5%; la visita a parques naturales, 5%; el ocio nocturno, 4%; el termalismo, 4%, y las actividades deportivas en general, 3%. El 13% correspondiente a otras actividades representa fundamentalmente actividades deportivas como el deporte náutico, caza/pesca, deportes de equipo, así como la asistencia a congresos, espectáculos culturales y deportivos, fundamentalmente"

Directamente el 12% de los visitantes de nuestra comunidad autónoma lo hace por la gastronomía y no cabe duda que a los mismos habría que añadir una parte importante de los que lo hacen por el descanso, que representan a su vez un 14%. Puede deducirse pues que, con independencia de fenómenos como el Camino de Santiago, la gastronomía y la restauración son, en consecuencia, los factores con mayor proyección de los que dispone Galicia para su industria turística.

Se reafirma la importancia del sector de la restauración en la percepción que de nuestra Comunidad Autónoma se tiene en el Gráfico 10 de ese mismo documento "**Estrategia del Turismo de Galicia 2020**", donde se reflejan los recursos turísticos más destacados de Galicia, que se ponen de manifiesto en las páginas web, y donde la gastronomía, con un 15%, está por encima incluso del Camino de Santiago, el termalismo o las fiestas tradicionales.

Recursos turísticos más destacados en las principales webs



Fuente: Universidad de Vigo

La restauración y el sector de la gastronomía constituyen, en su conjunto, un sector clave en el desarrollo de la industria turística de Galicia y al mismo habrá que prestarle una atención preferente en cualquier proyección de futuro.

CAPÍTULO 2

CONCLUSIONES PRELIMINARES SOBRE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE A CORUÑA

La industria turística gallega es un sector estratégico tanto desde el punto de vista económico, por su nivel porcentual sobre el PIB, como por su tendencia al crecimiento desde un punto de vista sociológico. La industria turística presenta además la característica peculiar de absorber de forma muy importante y casi mayoritaria a los sectores de población más desfavorecidos y con menor formación, a los inmigrantes y también a las mujeres, lo que le confiere una enorme importancia desde el punto de vista del equilibrio social y el reparto de la riqueza.

Resulta también innegable, a la vista de los datos y nuestra tradición, que la restauración y la gastronomía de Galicia, en su conjunto, son un activo de extraordinaria importancia, de cuyo desarrollo va a depender gran parte de nuestra industria turística en general, sin olvidar lugares Patrimonio de la Humanidad, paisajismo, eventos culturales o turismo rural.

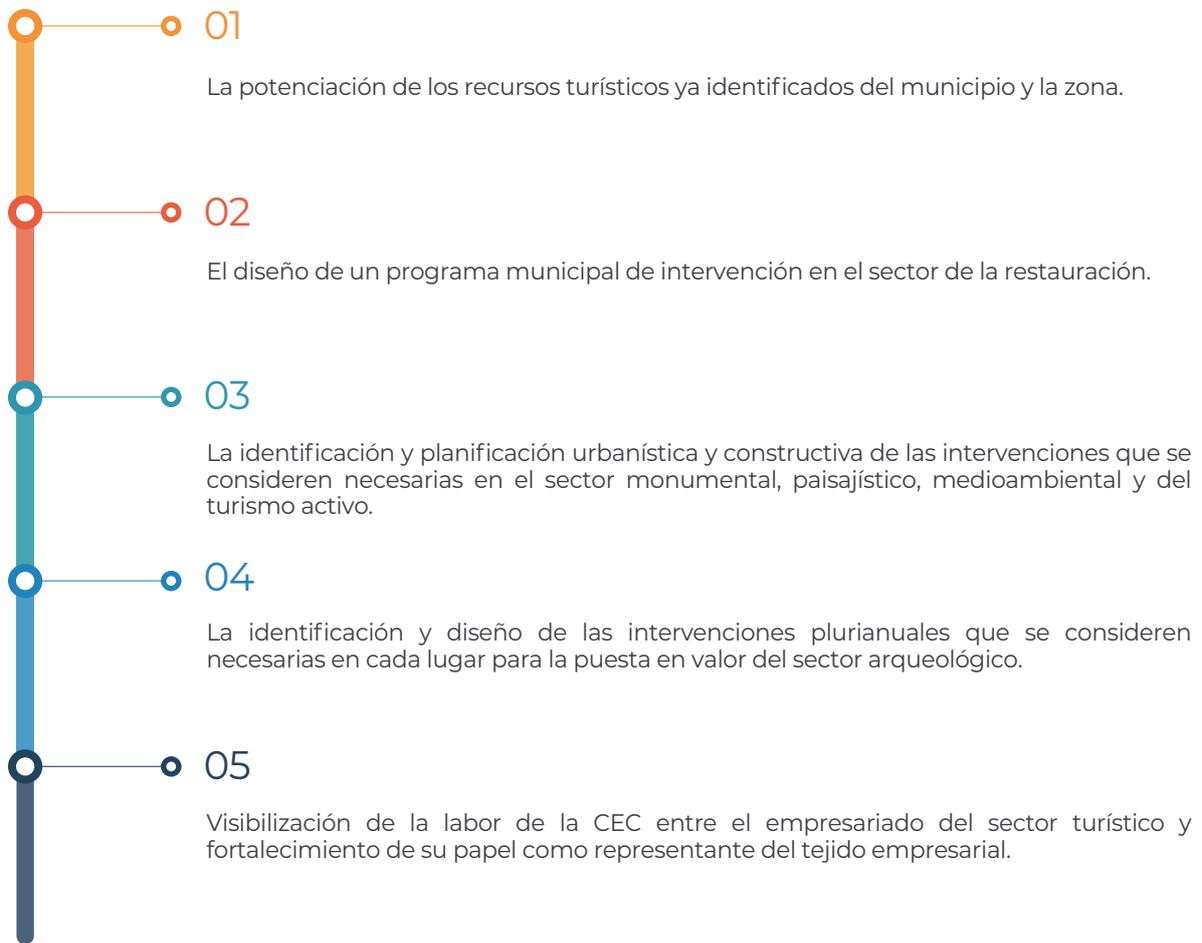
Por tanto, con independencia del desarrollo de los valores consolidados relacionados con nuestro patrimonio monumental, especialmente el religioso, y los fenómenos vinculados al mismo, como el Camino de Santiago, habrá también que prestar atención al desarrollo de nuestros recursos arqueológicos, así como a los paisajísticos y medioambientales, especialmente a los vinculados con el turismo activo. Todo ello, en directa relación con las conclusiones del Plan Estratégico de la Provincia de A Coruña.

La formación resulta también un objetivo estratégico en la industria turística de Galicia, pues de la misma dependerá en gran medida el desarrollo, hasta ahora espontáneo, de un sector en auge y de gran importancia económica.

CAPÍTULO 3

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

De acuerdo con lo expuesto en los puntos anteriores, los objetivos de la presente actuación proyectual serán los cinco siguientes:

- 
- 01
La potenciación de los recursos turísticos ya identificados del municipio y la zona.
 - 02
El diseño de un programa municipal de intervención en el sector de la restauración.
 - 03
La identificación y planificación urbanística y constructiva de las intervenciones que se consideren necesarias en el sector monumental, paisajístico, medioambiental y del turismo activo.
 - 04
La identificación y diseño de las intervenciones plurianuales que se consideren necesarias en cada lugar para la puesta en valor del sector arqueológico.
 - 05
Visibilización de la labor de la CEC entre el empresariado del sector turístico y fortalecimiento de su papel como representante del tejido empresarial.

Los objetivos se reflejarán mediante dos líneas de actuación: una a medio plazo, a la que denominaremos “Directrices de actuación”, y otra a corto plazo que se denominará “Actuaciones 2020”.

CAPÍTULO 4

CRITERIOS DE LA SELECCIÓN DE LOS MUNICIPIOS PILOTO PARA EL PDEEST

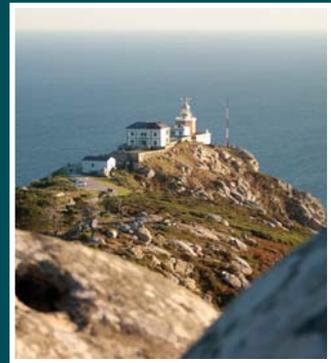
En el contexto del desarrollo del PLAN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y CONTRIBUCIÓN A LA MEJORA DE LAS PERSPECTIVAS DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO PROVINCIAL DE A CORUÑA (PDEEST) se han seleccionado tres municipios para poner a prueba la metodología, para encontrar nichos de mercado y para generar actividad en el sector turístico y de ocio, al tiempo que para abrir nuevas líneas de actividad que respondan a las demandas identificadas y a los objetivos propuestos:



As Pontes de
García Rodríguez



Sobrado
dos Monxes



Fisterra

El municipio de As Pontes es el más grande de la provincia y sus características industriales y medioambientales lo singularizan. Un lago artificial con unos quince kilómetros cuadrados de superficie y una actividad industrial especializada hacen de este municipio un lugar en el que pueden ensayarse proyectos ambiciosos de futuro en todos los órdenes.

El municipio de Sobrado representa a la Galicia agrícola tradicional del interior con un factor monumental añadido de carácter religioso de importancia excepcional: su grandioso monasterio.

Al igual que Sobrado representa a la Galicia tradicional, Fisterra es fiel imagen de la Galicia costera, y cuenta asimismo con un componente histórico-religioso singular, como es el final del Camino de Santiago.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS COMPARATIVO PREVIO DE LOS MUNICIPIOS PILOTO

CONTRATOS

CONTRATOS REGISTRADOS 2019	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
As Pontes de García Rodríguez	2614	2324	4938
Fisterra	526	669	1195
Sobrado dos Monxes	97	183	280

(10) Consejería de Economía, Empleo e Industria. Información suministrada directamente. La clasificación de los contratos se hace según la localidad del centro de trabajo, independientemente de que el contrato se registre en la Comunidad Gallega o no. I.G.E.- Instituto Gallego de Estadística

HOSTELERÍA

Establecimientos hostelería 2018	As Pontes de García Rodríguez	Fisterra	Sobrado
55 Servicios de alojamiento	4	35	2
56 Servicios de comidas y bebidas	84	56	11
TOTAL	88	91	13

IGE. Explotación del directorio de empresas y unidades locales
I.G.E. Instituto Gallego de Estadística

AS PONTES DE GARCÍA RODRÍGUEZ



22

 Turismo As Pontes
Lago artificial de As Pontes

As Pontes de García Rodríguez, con un censo de población de más de 10.000 habitantes, es el municipio de mayor extensión territorial de la provincia de A Coruña. Su economía depende principalmente de la industria, aunque también dispone de núcleos de población dedicados a la agricultura y a la ganadería.

Su principal actividad industrial es la producción eléctrica, ya que cuenta con una central térmica y una planta de gas. En el municipio se encuentra desde el 2007 un enorme lago artificial de 800 hectáreas, ocupando el hueco de lo que en su día fue la mina de lignito, una infraestructura con múltiples posibilidades de utilización y desarrollo lúdico e industrial. Hay también en funcionamiento tres polígonos industriales con más de mil personas trabajadoras: Cruz de las Cabezas, Os Airios y Penapurreira.

Además, el municipio cuenta con numerosos parques eólicos, contribuyendo definitivamente con ello al liderazgo que tiene Galicia en España en esta tecnología y haciendo del municipio el **que más energía eléctrica produce de toda España, aproximadamente un 7% del total**. Cuenta además con dos grandes reservas de agua en dos embalses, el del Eume, con 100 millones de metros cúbicos y el de la Ribeira, con 40 millones, así como el propio lago de As Pontes, con unos 600 millones de metros cúbicos.

SOBRADO DOS MONXES



La importancia histórica de **Sobrado dos Monxes**, con apenas 1.800 habitantes, viene dada por el monasterio cisterciense de Santa María, durante siglos motor espiritual y económico de la comarca y que, en el año 2015, fue declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO, como patrimonio individual dentro del Camino de Santiago. Su conservación, teniendo en cuenta la importancia del propio monumento, es aún muy deficiente y su puesta en valor mínima, siendo como es su principal activo turístico y casi diríamos económico. El monasterio dispone de un albergue para peregrinos, lo que acentúa el perfil hotelero y, en consecuencia turístico, del mismo.

Sobrado es uno de los Ayuntamientos por el que **discurre el Camino Norte de Santiago**, declarado también Patrimonio de la Humanidad, lo que supone para la localidad la llegada de miles de peregrinos que aportan gran riqueza cultural y constituye un importante motor económico para su desarrollo.

Por otra parte, La laguna y el campamento romano de A Cidalla son otros activos turísticos de un Ayuntamiento que ve nacer los ríos Tambre y Mandeo, como es Sobrado, y que complementan al monasterio en un municipio con escasa actividad económica.

FISTERRA



24

 Turismo Fisterra
Faro de Fisterra

Con más de 4.700 habitantes, Fisterra es un municipio costero con un fuerte componente turístico - sin duda, el mayor de los tres seleccionados- tanto por el número de empresas turísticas que concentra y porque forma parte del Camino de Santiago a Fisterra, itinerario que, en auge en los últimos tiempos, es la única ruta jacobea que tiene su origen en Santiago de Compostela y constituye un activo turístico fundamental para el municipio.

Fisterra está formado por un núcleo antiguo crecido en anfiteatro sobre el puerto. Sus casas y estrechas calles son de un gran tipismo y originalidad. En el centro se encuentra la Plaza de Arasolis, en las afueras, de camino al faro, encontramos el monumento más interesante de la villa: la Iglesia de Santa María das Areas y dentro del conjunto histórico de la villa destaca también el Castillo de San Carlos. Su puerto es el mayor lugar de actividad del pueblo y su lonja la primera lonja turística de Galicia. La singularidad de Fisterra surge de las muchas leyendas que envuelven a estas tierras, en las que se entrelazan temas religiosos, marítimos y elementos pétreos. Entre ellas destacan la del Ara Solis, Ermita de San Guillerme, Orca Vella, Piedras Santas, Santo Cristo de Fisterra y la Ciudad de Dugium, entre otras. Gracias a la memoria de las gentes de este lugar, estas leyendas siguen vivas, cautivando, junto a las maravillosas vistas que Fisterra posee, a todo aquel que se asoma a visitar el **Fin del Mundo**.

Fisterra es también un extraordinario enclave para la observación del paso migratorio de multitud de aves marinas que además buscan refugio y reposo en los arenales y ensenadas pantanosas entre las Playas de Rostro y Langosteira. Los islotes rocosos como los de las Islas Loberías albergan una importante colonia de gaviota argéntea, gaviota sombría, gaviota patiamarilla y cormorán moñudo.

CAPÍTULO 6

RECURSOS TURÍSTICOS DE LOS MUNICIPIOS SELECCIONADOS

Los municipios seleccionados disponen de recursos turísticos que pueden contribuir a desarrollar una oferta turística muy atractiva. Estos recursos requieren de un proceso más o menos intenso de puesta en valor. Para ello, es necesario disponer de un inventario actualizado con el detalle de los sitios y atracciones turísticas, con el fin de poder acceder con facilidad a los recursos y productos turísticos disponibles de calidad y capaces de ofrecer una propuesta atractiva para los turistas.

El proceso de puesta en valor de los recursos turísticos inventariados requerirá de un mantenimiento adecuado de los espacios físicos, así como la realización de un seguimiento especial a aquellos recursos más relevantes. En paralelo al proceso de inventariado, se elaborarán planes de actuación para identificar espacios y recursos turísticos susceptibles a recuperar o bien a potenciar/desarrollar.

En el presente apartado se relacionan los principales recursos y productos turísticos presentes en el territorio, obteniendo así tanto una aproximación a la amplitud y estado de la oferta turística en la actualidad, como a sus posibilidades futuras en cuanto a creación de productos turísticos. El resultado de este análisis condicionará la estrategia a emprender para mejorar el modelo turístico.

6.1 AS PONTES DE GARCÍA RODRÍGUEZ



a) RECURSOS TURISTICOS

a.1) Monumentos y restos arqueológicos

En el municipio se encontraron importantes objetos prehistóricos, entre ellos el tesoro de la Vilavella. Más de 125 mámoas, torques, mazas, puntas de flecha, hachas, fragmentos de cerámica e incluso vasos correspondientes a la cultura europea del vaso campaniforme. Entre los años 6000 a 2800 a. C. se cree que un importante asentamiento humano poblaba la zona, aunque la mayoría de los restos encontrados son sobre enterramientos y no sobre la vida. Incluso hay teorías que mantienen que el valle fue un enorme recinto funerario (Dugusón) para los pueblos nómadas de la zona, a lo que muy probablemente haya contribuido el contenido simbólico y mágico que para los pueblos de la época tendrían las combustiones espontaneas del lignito pardo del yacimiento. Los restos arqueológicos con origen en As Pontes, se encuentran hoy dispersos en distintos museos provinciales y también en la universidad de Santiago de Compostela.

Conocida como la villa de los cien ríos, destaca por el protagonismo merecido de sus antiguos y conservados puentes, donde se configuraron como imprescindibles para salvar los caminos de agua que atraviesan el municipio y que nos aportan la gratificante riqueza hídrica.

Puente Romano del Chamoselo

Seguramente el puente más antiguo de As Pontes, emplazado sobre el río Chamoselo, en el camino romano que pasaba por la zona desde Lugo hacia la costa en la ría de Ferrol y descrito en las crónicas del emperador Caracalla con el nombre “Viae Per Loca Marítima”. Junto al mismo y en excavaciones arqueológicas realizadas a principio de los años noventa, pudieron encontrarse restos de cerámica romana (tegulas) que atestiguan el emplazamiento del campamento romano entre el río Eume y el Chamoselo en el mismo lugar donde luego se emplazaría la fortaleza del Sr. García Rodríguez y a la que se entraba junto a ese puente desde el que se “chamaba” lo que dio origen al nombre de Chamoselo, con el que se conoce el actual barrio.



Puente Romano del Chamoselo

Puente Viejo S-XV

También conocido por sus barandillas como el “ponte dos ferros”, se sitúa sobre el río Eume, cerca del puente de Isabel II, en pleno centro de la antigua villa. Fue mandado construir por García Rodríguez tras serle concedidas las tierras de As Pontes, en agradecimiento a la ayuda prestada en la guerra contra Pedro El Cruel. Desde entonces a la villa se la conoce como As Pontes de García Rodríguez. Por este puente pasaron las tropas del Mariscal francés Ney en 1808 camino de Ferrol. Al no obedecer el alcalde de As Pontes la orden para derribarlo fue fusilado al año siguiente.



Puente Viejo S-XV

Puente romano de Illade

Se encontraba a unos dos kilómetros al noroeste de As Pontes sobre el río del mismo nombre y en la ruta primitiva de As Pontes a la Barqueira, según denomina a este camino la tradición popular. Fue trasladado para su conservación al área recreativa del Caneiro en 1992.



Puente romano de Illade

Puente de Isabel II

Data de 1860. De estilo historicista decimonónico, en su modalidad neorrománica, adaptado al arco de medio punto rebajado, que se convertiría en la calzada de conexión Rábade con Ferrol. Construcción en granito, de tres arcos que conserva una inscripción de la época.



Puente de Isabel II

Ponte da Pedra

Su ubicación original era en el desaparecido lugar que llevaba su nombre, Ponte da Pedra, a 500 metros al noroeste del lugar de A Casilla. Al quedar dicho lugar destruido por el avance de la mina de lignito, el puente fue trasladado piedra a piedra hasta el Parque de Lesneven (municipio bretón hermanado con As Pontes), en el centro urbano, en 1993.



Ponte da Pedra

Puente de la presa de Alende

Situada sobre el río Eume, en el lugar de la presa de Alende, cerca del conocido molino de Alende. Destaca por su valor innovador y vanguardista, en contraste con otros puentes modernos de la villa y realizados por el mismo ingeniero yugoeslavo, Lasic, pero menos atrevidos: el puente de Perfolla y el puente de Os Chaos. Construido en 1992, emplea el hormigón y diversas estructuras metálicas entrelazadas y atirantadas de color rojo, las formas del cual hacen sobresalir en altura dos grandes pináculos triangulares, al estilo del Puente de San Francisco.



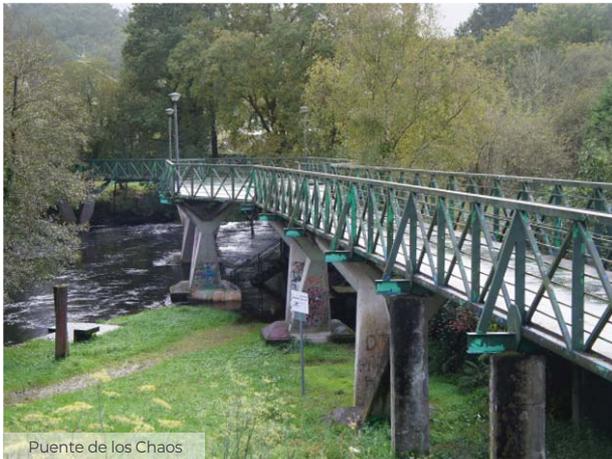
Puente de la presa de Alende

Puente de Perfolla

Recibe este nombre por el delegado del Conde de Andrade, Pedro Folla, cobrador de tributos que vivió en el lugar de As Cortes cercano a esta zona del río. Fue construido en 1994.



Puente de Perfolla



Puente de los Chaos

Puente de los Chaos

Pensado en un inicio como una pasarela peatonal, el puente de los Chaos comunica las urbanizaciones del Barreiro y la Fraga con el lugar de Os Chaos, salvando las aguas del río Eume. Fue construido en 1991.

Arquitectura popular de la Vilavella





Capilla de la virgen del Carmen



Capilla de San Roque de Goente



Iglesia parroquial de San Martiño de Goente



Iglesia del Poblado de las Veigas



Casco vello de As Pontes



Ermita de nuestra señora de Pena de Francia



Iglesia de Santa María de Vilavella



Iglesia parroquial Santa María de Ribadeume



Iglesia de San Vicente de Pontoibo



Iglesia parroquial de Santa María



Iglesia parroquial San Xoan do Freixo

a.2

Naturaleza y paisaje

Fragas del Eume

31

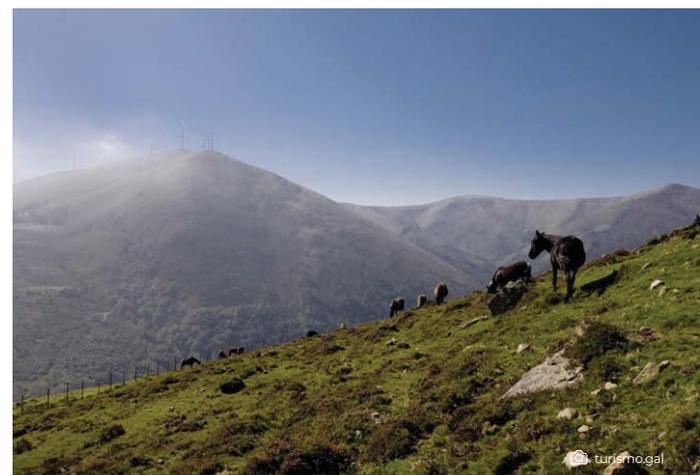
Las Fragas del Eume

Parque Natural que cuenta con el mayor bosque atlántico de ribera de Galicia.



Monte Caxado

Es el de mayor altitud de la provincia, con 756 metros.



Serra do Xistral

Gran importancia en los ámbitos geomorfológico y botánico.



Xubia-Castro

Esta zona protegida abarca dos espacios naturales diferentes. Por un lado el tramo del río Grande de Xuvia, con su afluente el Castro, y por otro, la sierra de Forgoselo.

32

Lago de As Pontes

Es uno de los lagos artificiales más grandes de Europa, fruto de la rehabilitación medioambiental de la mina a cielo abierto más grande de España, con 15 km² de superficie y unos 150 metros de profundidad. Su reserva de agua es de unos 600 millones de metros cúbicos con unos excedentes anuales hacia el Eume, fruto de las aportaciones de los ríos de la zona, de unos 20 millones.



Molino de Alende

Construido en el año 1805 a la orilla del río Eume a su paso por el casco histórico de la Villa de As Pontes.



b) PRODUCTOS TURISTICOS

b.1) Turismo Activo

- Área recreativa Vilarbó
- Área recreativa O Caneiro
- Northwest Trimán: Campeonato gallego de larga distancia de Iroman
- Regatas lago de As Pontes
- Club de Montaña Caxado: Organiza rutas todos los meses una o dos veces. Se puede ver el calendario de rutas por anticipado de todo el año 2019 en su web.
- Grupo xuvenil piragüismo As Pontes: Organiza cursos de iniciación en el lago de As Pontes en verano
- Club náutico Folixa
- Grupo ciclista As Pontes-Villalba
- Gran Premio Vila de As Pontes: "El Desafío"
- BTT Monseivaine. Ruta Serra do Xistral
- Club Atletismo Olimpo: Organiza con el ayuntamiento el Campeonato gallego absoluto de atletismo en el lago de As Pontes.
- Club Silex Tiro con Arco
- Rutas de senderismo:
 - As fragas da Ribeira e Lostegal
 - Ruta del camino de los arriegos
 - Ruta del Forgoselo
 - Ruta cascada painceiras
 - Ruta cascada de Somede
 - Ruta senda da Ribeira
 - Ruta senda da memoria

b.2) Turismo Activo

- Casa do Mel de Goente
- Museo etnográfico Monte Caxado
- Visita guiada empresas y patrimonio industrial As Pontes
- EnPEZAS As Pontes: Iniciativa de dinamización social cuyo fin es transformar las calles, las plazas y los parques de As Pontes en espacios creativos en los que disfrutar de piezas de arte al aire libre.
- ECOescuela As Campeiras: Antigua escuela rehabilitada para la realización de actividades educativas. Cuenta con exposiciones sobre la historia del reciclaje.

b.3) Hoteles, Pensiones y Albergues

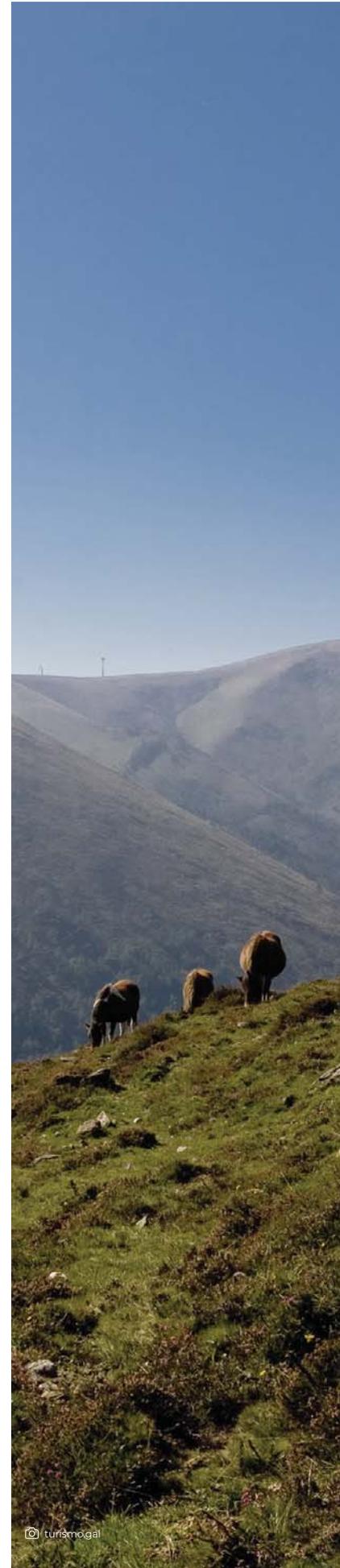
- Hospedaje Cantábrico
- Hotel Pontes do Eume
- Pensión Casa Díaz
- Casa rural Tresfontes
- Casa rural Roca

b.4) Fiestas, Mercados y Celebraciones

- Fiestas del Carmen
- Fiestas de la Fraga
- Festa do freixó
- Feira de fungos e cogumelos
- Feira do grelo
- Feira do queixo e do mel
- Cita coa historia de As Pontes

c) WEBS

	Ayuntamiento de As Pontes aspontes.org	
	Turismo de As Pontes turismoaspontes.com	
	As Pontes experiencia industrial experienciaindustrial.es	
	Lago de As Pontes lagodeaspontes.com	
	Club de montaña Caxado clubmontañacaxado.es	
	Club náutico Folixa activo365.ferrolterra.gal	





Club de padel As Pontes
padelaspontes.es



Club de piragüismo As Pontes
xuenil.com



Club de rugby Fendetestas
twitter.com/fendetestasrugb



Club atletismo Olympto
tatletismoolympo.wordpress.com



Enpezas As Pontes
enpezas.aspontes.org



Aula de reciclaxe As Campeiras
auladareciclaxe.es



Folleto gastronómico provincia de A Coruña
turismo.dacoruna.gal



Turismo de Galicia
Folleto Rías Gallegas
turismo.gal



La provincia: Rías Altas Ferrolterra
Diputación A Coruña
turismo.dacoruna.gal



Turismo Ferrolterra
turismoferrolterra.es



Turismo Activo Ferrolterra
activo365.ferrolterra.gal



Turismo Galicia: Fragas do Eume
Parques naturales de Galicia
turismo.gal



A Turismo de Galicia:
APP Parques naturales de Galicia
play.google.com



R Turismo de Galicia
Romaría da Fraga
turismo.gal



A Turismo rural: Mapa y relación de
alojamientos rurales de Galicia
turismo.gal



B Turismo de Galicia
Bosques de Galicia
turismo.gal



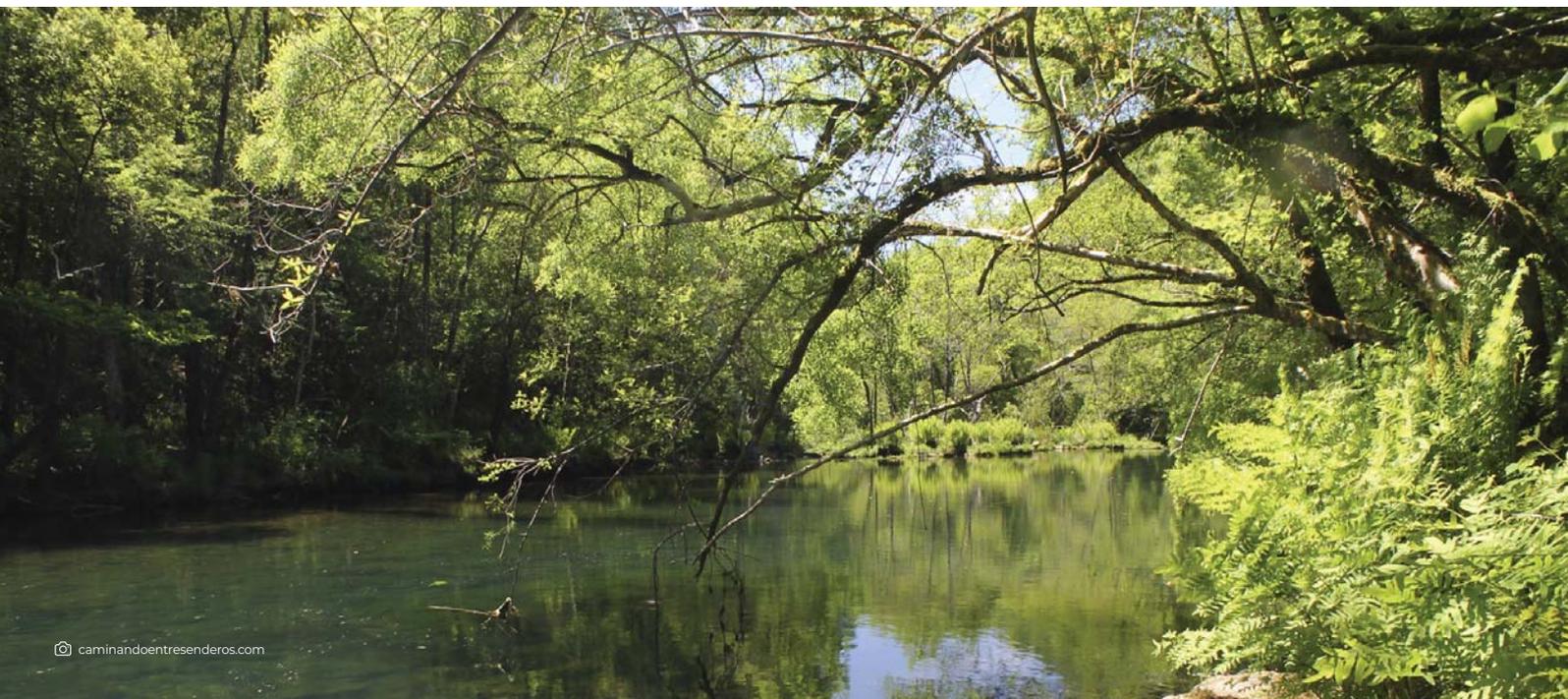
S Turismo de Galicia: “Sendas para
descubrir un país”
enpezas.aspontes.org



A Turismo de Galicia:
Alojamientos accesibles
turismo.gal



R Galicia Activa. Xunta de Galicia:
Localizador de recursos
galiciactiva.xunta.es



6.2 FISTERRA



a) RECURSOS TURISTICOS

a.1) Restos arqueológicos y monumentales

De la época romana y mezclados con objetos anteriores a la misma, se han encontrado en las parroquias de Duyo innumerables restos que dan testimonio de la existencia de una importante población. La tribu de los Nerios habitó estas tierras y es probable que en este valle de Duyo se localizara su principal asentamiento, conocido como la ciudad de Dugium.

Castillo de San Carlos

Construido a mediados del S. XVIII (1757) dentro de un plan defensivo de la ría de Corcubión junto con el Castillo del Príncipe, en Ameixenda (Cee) y el del Cardenal, en Corcubión. No se terminó hasta 10 años después por Real Orden de Carlos III. Tras el incendio y destrucción que le sobrevino en el asalto francés a Fisterra durante la Guerra de la Independencia, contaba con tres frentes y una nave interior con la dependencia del oficial, el cuartel y el polvorín. Posteriormente se le reformó la nave central. Fue restaurado recientemente.



Castillo de San Carlos



Iglesia de Nuestra Señora de las Arenas



Iglesia Parroquial de San Juan



Iglesia Parroquial de San Vicente de Duyo



Monumento al Emigrante



Capilla de Inmaculada Concepción



Capilla del Buen Suceso



Faro de Fisterra



Casa do Porto



Lonja Turística



Cementerio del Fin de la Tierra



Casa do Cuadrante

a.2

Naturaleza y paisaje





Miradoiro de Corbeiro



Miradoiro de Talón



Miradoiro de Mar de Fóra



Monte Veladoiro o Cabo da Nave



Monte Seoane



Monte do Facho



Playa O Rostro
Turismo Fisterra

Abierta hacia el Océano Atlántico, cuenta con un interesante sistema dunar que se extiende a lo largo de sus casi tres kilómetros de longitud.

La **playa O Rostro** es uno de los pocos arenales que pueden calificarse como prácticamente virgen, y actualmente está protegida por la Red Natura 2000.



Playa de Langosteira



Playa de Talón



Playa de Corveiro



Playa de la Ribeira



Playa de Sardiñeiro



Playa de Mar de Fóra



Playa de Arnela

Desde el emblemático faro de Fisterra podemos contemplar el Centulo “demonio”, donde, entre otros, naufragaron buques como el Captain, el Blas de Lezo, el Bitten. Está a 700 metros de la costa y se eleva 25 metros sobre el nivel del mar. Además se puede disfrutar de una de las más hermosas vistas de la costa y de las más impresionantes puestas de sol. Los alrededores de esta roca, que limita la forma de la concha del crustáceo al que le debe su nombre “el centollo”, son zonas de duro trabajo para los marineros del litoral.



Fisterra, el fin del Camino de Santiago

El Camino a Fisterra es el único de los caminos que no tiene su meta en Santiago, sino su origen. Por ello, la prolongación del Camino hasta la Costa da Morte es un ritual que siguen muchos peregrinos que desean llegar hasta el Finis Terrae para seguir disfrutando de la ruta y conocer algunos de los parajes más impresionantes de la costa europea occidental.



b) PRODUCTOS TURISTICOS

b.1) Turismo Activo

- Multiaventura no fin da Terra
- Rutas de senderismo:
 - Ruta Cabo Fisterra
 - Ruta Fisterra-praia do Rostro
 - Ruta Fisterra-Monte Seoane

b.2) Eventos Culturales y Visitas Guiadas

- Día de Rosalía de Castro
- Camiño a Fisterra. El único cuyo destino no es Santiago sino su origen
- Etapas:
 - Santiago de Compostela- Negreira
 - Negreira-Olveiro
 - Olveiroa-Fisterra

Empresas de rutas en barco.

- Galicia incoming. Rutas en catamarán. Ruta de la puesta de sol
 - Simplygalicia. Excursión Costa da Morte
 - NaturFis. Rutas en barco por Fisterra
 - Cruceros Fisterra. Cruceros turísticos por los mares del cabo Fisterra
 - Mar de Galicia. Web de actividades y excursiones. Buceo, cruceros, cursos de surf, rutas, etc
-
- ECOescuela As Campeiras. Antigua escuela rehabilitada para la realización de actividades educativas. Cuenta con exposiciones sobre la historia del reciclaje

b.3) Fiestas, Mercados y Celebraciones

- Entroido de Fisterra
- Festa da Praia.
- Festa do Longueirón
- Festa Folk na Fin do Camiño
- Fiestas patronales de nuestra señora del Carmen
- Fiestas del Buen Suceso
- Semana Santa de Fisterra

b.4) Hoteles

- Cabañas Fisterra
- Hotel Áncora
- Albergue Encontro
- Hotel Alén do Mar
- Hotel Arena
- Hotel rústico Spa Finisterrae
- Hotel Sempre Fisterra
- Hotel temático do Banco Azul

b.5) Pensiones y Apartamentos

- Pensión Finistellae
- Hotel Bela Fisterra
- Hotel Cabo Fisterra
- Hotel Langosteira
- Hotel rústico Dugium
- Hotel rústico Prado da Viña
- Hostal López
- Hostal Mariquito
- Hostal Residencia Rivas
- Pensión Cabo
- Pensión Casa Velay
- Pensión Fin da Terra
- Pensión Playa de Sardiñeiro
- Residencial El Merendero
- Residencia turística Mirador Fin da Terra
- Apartamentos Lestón
- Apartamentos San Guillermo

b.6) Albergues

- Albergue de Sonia "Buen Camino"
- Albergue A Pedra Santa
- Albergue Arasolis
- Albergue de Sol e da Lúa
- Albergue Espiral
- Albergue Fin da Terra
- Albergue Finistellae
- Albergue Mar de Fora
- Albergue Mar de Rostro
- Albergue - Municipal
- Albergue Oceanus
- Albergue por Fin

 c) WEBS

- | | | |
|---|--|---|
|  | Ayuntamiento de Fisterra
concellofisterra.com |  |
|  | Portal turístico Costa da Morte
acostadamorte.info |  |
|  | Mar de Galicia
mardegalicia.com |  |
|  | Folleto gastronómico
Fiesta do longueirón
turismo.dacoruna.gal |  |
|  | Guía Geodestinos
"Seis destinos mágicos"
turismo.dacoruna.gal |  |
|  | Folleto Geodestino Costa da Morte
turismo.dacoruna.gal |  |
|  | La provincia: Costa da Morte
turismo.dacoruna.gal |  |
|  | Cruceros Fisterra
crucerosfisterra.com |  |
|  | Rutas en barco por Fisterra
nauturfis.com |  |
|  | Excursión Fisterra-Costa da Morte
galiciaincoming.com |  |
|  | Excursión Costa da Morte
simplygalicia.es |  |
|  | La Ruta Conservera
larutaconserversa.es |  |





Asociación Turismo Costa da Morte
visitacostadamorte.com



Multiaventura no fin da terra
galiciadestinoactivo.com



Escenarios al volante Ruta 7: Ézaro
turismo.gal



Galicia Birding: Costa da Morte
turismo.gal



Alta cocina: Fiesta del longueirón
turismo.gal



Fiestas de interés turístico
turismo.gal



Turismo rural
Alojamientos rurales de Galicia
turismo.gal



Turismo de Galicia
Campings
turismo.gal



Turismo de Galicia
Hoteles
turismo.gal



Estrellas Michelin de Galicia
turismo.gal



Costa da Morte: App Móvil
play.google.com



**Turismo Galicia: Establecimientos
o recursos turísticos certificados**
turismo.gal



F Turismo de Galicia
Faros y playas salvajes
turismo.gal 

S Turismo de Galicia
Santuarios mágicos
turismo.gal 

C Turismo de Galicia
Camino de Santiago
turismo.gal 

A Turismo de Galicia
Alojamientos accesibles
turismo.gal 

T Turismo de Galicia: Villas marineras,
Muros, Fisterra y Muxía
turismo.gal 

E Turismo de Galicia
Espacios naturales de Galicia
turismo.gal 

T Top Ten de lugares únicos
Cabo Fisterra
turismo.gal 

R Xunta de Galicia: Galicia Activa
Localizador de recursos
galiciactiva.xunta.es 



6.2 SOBRADO DOS MONXES



a) RECURSOS TURISTICOS

a.1) Monumentos y restos arqueológicos



Monasterio de Santa María de Sobrado

Monasterio de Santa María de Sobrado

Gran complejo que alcanzó su apogeo en los s. XV y XVI. Abandonado en el siglo pasado, fue nuevamente ocupado y restaurado desde finales de los años 50. La iglesia actual es Barroca, del S XVII. Destacan las capillas de la Madalena y la del Rosario, y la sacristía Renacentista (obra de Juan de Herrera). Los tres claustros, el de la hospedería, el de las procesiones y el grande, la sala capitular, su espectacular cocina y el comedor, completan las principales estancias.

49

Campamento romano de Ciudadela

En el campamento romano de Ciudadela, en Sobrado dos Monxes, vivían unos 400 soldados de la *cohors I Celtiberorum*, unidad perteneciente a la *Legio VII Gemina*. Es decir, la legión encargada de defender la provincia de Lugo y el norte de A Coruña. Las 2,4 hectáreas de terreno que ocupaba el campamento estaban configuradas como un acuartelamiento militar.

El campamento, data de los siglos I y II d. C., pero fue abandonado sobre el siglo V, cuando las legiones de esta zona se desplazan al norte para defender los territorios del imperio de las invasiones germánicas. En los siglos VI y VII se vuelve a «reutilizar» el campamento por los habitantes de la zona, que dejaron sus vestigios en los restos de una pequeña basílica y tumbas de enterramientos tardorromanos.



Campamento romano de Ciudadela



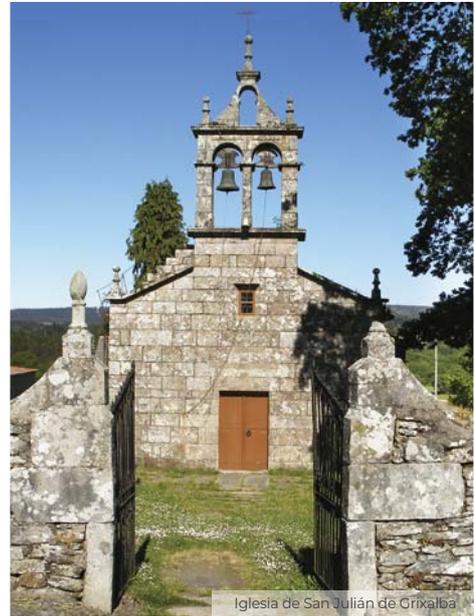
Iglesia de Santa Cristina de Folgoso



Pazo de Golmar



Puente gótico de Guisó



Iglesia de San Julián de Grixalba



Iglesia de San Jorge de Nogueira



Iglesia de San Lorenzo de Carelle



Iglesia de San Pedro de Porta



Iglesia de Santa María de Ciadella



Iglesia de San Julián de Cumbras



Iglesia de San Mamede de Pousada



Capilla de Santa Columba de las Pias

Capilla de Santa Columba de las Pias



Iglesia de San Miguel de Codesoso

a.2

Naturaleza y paisaje

52

As Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo
Turismo de Galicia



La Laguna

Construida por los monjes cistercienses entre los años 1500 y 1530, embalsando las aguas de algunos ríos pequeños para regar prados, mover molinos o disponer de pesca. Está declarada como espacio húmedo de interés europeo.

Carballeira de la Casa do Gado

Conocida por ser una de las más bellas de Galicia.





b) PRODUCTOS TURISTICOS

b.1) Turismo Activo

- **Camino norte** de Santiago.
- **Rutas Proyecto Mandeo:** Diputación de A Coruña
- **Complejo turístico Casa do Queixo:** Restauración, zoo, animales y fines lucro recreativos.
- **Ruta da Carballeira:** En esta ruta se encuentra uno de los robles más antiguos de Galicia, entre dos y tres siglos.
- **Área recreativa Grixalba:** Inspirada en un campamento romano.
- **Portocabado motosport Sobrado:** Organiza actividades automovilísticas y participa en la competición de rally regional gallego.
- **Grupo ciclista:** As Pontes-Villalba
- **Día de la bicicleta:** Organizado por el ayuntamiento cada primer domingo de agosto.
- **Fiesta del agua:** Organizada por el ayuntamiento en la piscina municipal.
- **Centro ecuestre Marco das Pías:** Campamentos de verano con yeguas profesionales. Enseñan todo lo relacionado con el funcionamiento de una empresa de cría, entrenamiento y venta de caballos.

b.2) Eventos Culturales y Visitas Guiadas

- Visita monasterio Santa María de Sobrado
- Rutas trenes turísticos de Galicia: Los Caminos de Santiago

b.3) Hoteles, Pensiones y Albergues

- Albergue convento de Sobrado
- Hotel San Marcus
- Casa de Millares
- Casa Abeleiras
- Casa o Mesón
- Casa Picoto
- Casa Quinto
- Casa Rebordiños

b.4) Fiestas, Mercados y Celebraciones

- Día de la Familia (Julio)
- Feira da Troita (Agosto)
- Festival intercultural da xuventude (Agosto)
- Feira do 27: Los 27 de cada mes, feria centenaria donde se puede degustar pulpo y hacer compras.

c) WEBS

 **Ayuntamiento de Sobrado**
sobrado.es



 **Proyecto Mandeo**
riomandeo.com



 **Recursos turísticos en Galicia**
turismo.gal



 **Página del Monasterio Santa María de Sobrado**
monasteriodesobrado.org





-  **Camino de Santiago**
caminodesantiago.gal 
-  **Complejo turístico: Casa do Queixo**
casadoqueixo.com 
-  **Centro ecuestre Marco das Pías**
campamentoecuestre.com 
-  **Folleto gastronómico**
Festa da Troita
turismo.dacoruna.gal 
-  **Guía Geodestinos**
“Seis destinos mágicos”
turismo.dacoruna.gal 
-  **Folleto Geodestino: Terras Santiago**
turismo.dacoruna.gal 
-  **La provincia: Terras de Santiago**
turismo.dacoruna.gal 
-  **Santa María Sobrado dos Monxes**
La magia de los monasterios
turismo.gal 
-  **Alta cocina gallega**
Produce queso de tetilla
turismo.gal 
-  **Alojamientos accesibles**
turismo.gal 
-  **Turismo rural: Mapa y relación de alojamientos rurales de Galicia**
turismo.gal 
-  **Turismo de Galicia: Hoteles 2019**
turismo.gal 

CAPÍTULO 7

DIRECTRICES GENERALES PARA LOS MUNICIPIOS SELECCIONADOS

Concluido el análisis global de la industria turística en la provincia y definidos y analizados los municipios seleccionados, el objetivo del proyecto será definir las metas realistas a las que debe optar cada uno de ellos en cuanto al desarrollo socioeconómico, mediante el sector turístico, así como las actuaciones concretas y viables a implementar para ello.

Se trata por tanto, de definir una serie de intervenciones en materia de gestión, de construcción y dinamización de productos turísticos y, finalmente, de promoción turística. Se integrarán todas las actuaciones por una parte a medio plazo, definiéndolas como directrices, y por otra, a corto plazo, con el nombre de Actuaciones 2020.

7.1 DIRECTRICES PARA EL MUNICIPIO DE AS PONTES DE GARCÍA RODRÍGUEZ

El turismo está alcanzando en los últimos años un elevado grado de desarrollo y fortalecimiento en el municipio de As Pontes de García Rodríguez, como consecuencia de un continuo incremento de la oferta de servicios. As Pontes es hoy un **referente comarcal en cuanto a la oferta deportiva**. Alguno de sus eventos son ya aceptados como importantes en Galicia como el Northwest Trimán, diversos torneos ciclistas y la vela y el piragüismo en el lago. Estos eventos citan todos los años en As Pontes a cientos de deportistas y visitantes.

Gracias a su historia industrial, As Pontes alberga numerosos recursos pero, sobre todo, numerosas razones como para pensar que existe el conjunto de elementos idóneo para, con un adecuado desarrollo, convertirse en un lugar de referencia de turismo industrial.

Adicionalmente As Pontes, rodeado de espacios naturales como las **Fragas del Eume** y el **Monte Forgoselo** y especialmente con su enorme **lago artificial**, se confirma como un municipio con un elevado potencial para el desarrollo de turismo de naturaleza y aventura, en el que los turistas pueden disfrutar de unas vacaciones activas, generadoras de múltiples experiencias.



7.1.1 Directrices de actuación en el sector del turismo activo

1

Organización de **mesas de trabajo** con agentes del sector (empresas de turismo activo, alojamientos, intermediarios, etcétera) para impulsar la creación de productos turísticos basados en actividades acuáticas.

- Organización de jornadas, encuentros y mecanismos de transferencia sobre experiencias exitosas en otros entornos geográficos para su apropiación por parte de agentes locales, permitiendo el desarrollo de productos y experiencias con mayor valor añadido.

2 Creación de **miradores** en puntos estratégicos con buenas vistas y promoción de senderos en torno a los miradores. La promoción de los miradores puede hacerse mediante un concurso fotográfico del paisaje del lago de As Pontes, siendo el jurado todo aquel usuario que visite la página web y las redes sociales y vote las fotografías.

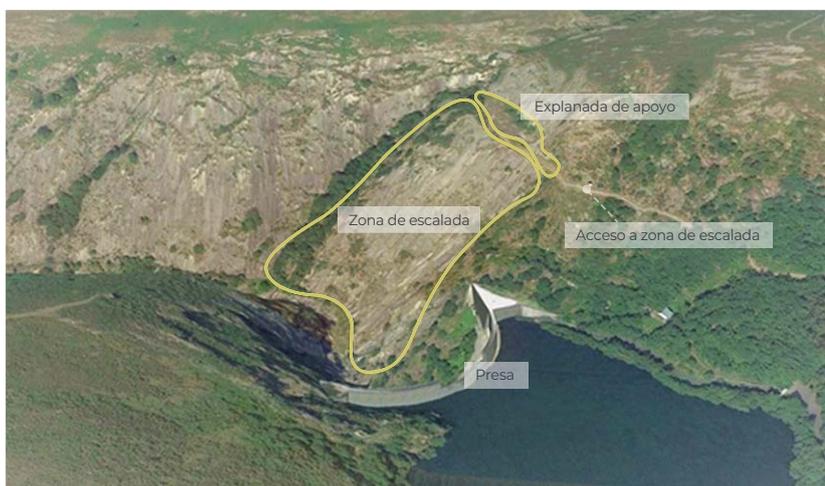
3 Ruta por los diferentes **puentes de “As Pontes”**. Explicación de sus características y origen histórico.

4 Ruta de los **colores del otoño** en torno a la tradición de las castañas acompañado de posibilidades gastronómicas relacionadas con este producto.

5 Plan estratégico de **senderos**:

- Inventario de los senderos existentes.
- Trabajo de campo y realización de informes.
- Redacción de Plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...
- Presentación de resultados: registro fotográfico, datos gps de cada ruta, diseño de guía de senderismo, página web, aplicación para móviles, perfiles en las redes sociales...

6 Habilitar zona de **vía ferrata y tiroлина** en el pantano de A Ribeira. Constituir la escalada como actividad principal de un nuevo producto turístico de aventura en As Pontes, lo que generaría la posibilidad de crear nuevas empresas relacionadas directamente con dicho producto, además de ayudar a diversificar la oferta turística posicionando al municipio como un nuevo referente geográfico para el desarrollo de esta actividad.



7 Estudio para el acondicionamiento del **túnel del Canal Cuatro** para su incorporación a los senderos y circuitos ciclistas ofertados y eventualmente como elemento del paisaje y la historia industrial.

8 Desarrollo del producto “**Formas de conocer las Fragas del Eume**”, intentando promover el conocimiento de la entrada a las Fragas desde el municipio de As Pontes por los organismos oficiales, y no solo desde Pontedeume. Potenciar el uso del campamento de Vilarbó y recuperar el hoy abandonado del Caneiro. Dentro de este proyecto se establecerán los siguientes recursos:

- Rutas de senderismo
- Rutas en Bicicleta
- Kayak de río
- Barcos a motor

Se trata de generar una red de itinerarios y rutas, a poder ser interconectados, y con diversidad de dificultad (desnivel y longitud) y tipología.

9 Seminarios de “**Arquitectura Industrial**” en coordinación con la Universidad de La Coruña, en los que se estudien posibilidades de mantenimiento, objetivos de conservación, posibilidades de realzar el patrimonio mediante la iluminación, etcétera. El ámbito de actuación serían las propias instalaciones de la central térmica y de gas, los pantanos de A Ribeira y A Capela, el túnel del Canal 4, los molinos de Allende y A Ribeira y las fervenzas de Bermuy.

- Se potenciará el acceso, ilustración e iluminación de la maquinaria de explotación minera (rotopala), recientemente adquirida por el ayuntamiento de As Pontes.

10 Estudio de las **infraestructuras de desarrollo en el lago**:

- Plan desarrollo del lago de As Pontes

a) Accesos y áreas de esparcimiento en el entorno del lago: Estudio de accesos, aparcamientos, carriles- bici, senderos peatonales, áreas de descanso, vestuarios, baños, parques... Delimitación de espacios especiales acondicionados para el descanso y el ocio de las personas que los visitan. Crear un mapa de sus localizaciones con los usos permitidos: Playa frontal (acceso de perros permitido), barbacoa, baños, zona de pesca... Lo ideal es que todos estos equipamientos estén identificados y disponibles en una App móvil asociada y en un mapa online a disposición de proveedores y visitantes.

b) Ejecución de embarcaderos y adquisición o concesión para tres embarcaciones de recreo para promocionar recorridos y actividades en el lago (1) y las Fragas del Eume (2). Diseño de un programa específico de cooperación para la elaboración de un plan estratégico que permita la gestión de la oferta variada de embarcaciones tradicionales, estableciendo un modelo de explotación de las mismas orientado al mercado turístico.

c) Zonas de acampada, campamentos de verano y concesiones para restaurantes en las antiguas edificaciones del Tesouro.



PC: Península de Conciertos con 10 hectáreas de superficie

CG: Centro Gastronómico conectado con Península de Conciertos

B: Zona de Bungalows con 6 hectáreas de superficie

A: Zona de Acampada con 6 hectáreas de superficie

RD: Edificaciones para su adaptación al uso residencial turístico, deportivo y de servicios

d) Habilitación de espacios para conciertos y estudio de posibilidades para festivales en el área de la playa del lago.

e) Construcción de un conjunto de bungalows de gestión privada y concurso público, con el objetivo de dotar a As Pontes de un nuevo tipo de alojamiento, distinto de los hoteles tradicionales e inmerso en la naturaleza en la zona comprendida entre el Tesouro y la Vilavella.



f) Áreas de esparcimiento en el entorno del lago. Creación de otra playa en el margen oeste del lago de cara a su uso por los municipios limítrofes.



En la zona de los antiguos talleres de la mina se crea un espacio para el deporte náutico a cuyo servicio se ponen las naves existentes.

Al tiempo y lindando con la antigua carretera comarcal se crea una nueva playa y un parque público.

g) Acondicionamiento y uso de las naves de los talleres de Endesa a la orilla del lago, ya cedidos al ayuntamiento de As Pontes, como instalaciones y dotaciones permanentes para estacionamiento y reparación de embarcaciones, creando un embarcadero en la misma zona.

h) Aparcamiento de bicicletas de alquiler cerca del acceso a la playa del lago.

i) Señalizaciones puntuales para un mejor conocimiento de la zona (flora, fauna, toponimia...)

j) Paseos en quad: Delimitación de itinerarios autorizados.

k) Diseñar e impulsar programas de fidelización con beneficios, descuentos y otro tipo de ventajas que incentiven a los usuarios a tener su experiencia en As Pontes en temporada baja. Crear bonos LAGOexperience con descuentos especiales por reserva de zonas de esparcimiento, alquiler de kayak/canoas...

La implantación de estos descuentos tiene como beneficios:

- Dar a conocer de manera completa, ordenada y segmentada la oferta de destino.
- Promover la visita al lago y su entorno.
- Incorporar oferta complementaria de valor aumentando el consumo y gasto medio.

l) Estudio de la posibilidad de crear una pasarela desde la carretera hasta la zona de la maquinaria de explotación minera (rotopala).

m) Apoyo a la promoción de actividades deportivas con capacidad de captación de nuevos flujos turísticos. El lago a pie, el lago en bici, ruta de los miradores, etcétera, con diferentes recorridos en función de la dificultad para adaptarlos a todo tipo de público.

11

Concesiones de **actividades acuáticas** en temporada alta: Se impulsará el desarrollo de empresas de actividades acuáticas a través de concursos públicos para la implantación de los servicios. La gestión de rutas, itinerarios y actividades, en ocasiones ya existentes, recaerá así en empresas especializadas y con personal profesional que preste correctamente este servicio.

- Vela
- Windsurf
- Padel surf
- Kayak
- Barcas de remo para alquiler
- Botes de remo múltiple con monitor

12

Estudio de las posibilidades de la temática puestas de sol. **Concursos fotográficos** de las puestas de sol en el lago, rutas que terminan con la puesta de sol. Iniciativas en instagram para promocionar la idea. Se invita a los usuarios de la red social a fotografiar la puesta de sol en el lago, la fotografía que tenga un mayor número de "me gusta" será la ganadora.

- 13 Cursos de **pesca y caza**. Crear un club de producto de pesca y caza que englobe asociaciones, clubes y los establecimientos que quieran adherirse y que servirá para desarrollar, de forma conjunta, el recurso turístico.
- 14 Proyecto de **iluminación nocturna del lago** para temporada alta. Una iluminación adecuada, homogénea y en una tonalidad acorde con el entorno supondría un cambio trascendental en su proyección visual y el realce de su imagen nocturna, tanto como reclamo turístico como a nivel identitario hacia la población.
- 15 Implementación de un **turismo accesible en el agua**. Programas terapéuticos para niños con discapacidad en el lago.
- 16 Creación de un área para **aparcamiento y servicio de autocaravana** entre la zona del Tesouro y la Vilavella y otro en la zona de La Casilla, que complemente a la existente en el área del Canal 4.

El turismo de autocaravana no pretende sustituir al hotel. Ha nacido y ha tenido un gran crecimiento exponencial porque permite el contacto con la naturaleza y la movilidad inmediata sin necesidad de reservar. El perfil de autocaravanista actual es de clase media y nivel cultural alto por lo que debe desarrollarse un producto turístico innovador y fácil de promocionar para este tipo de turistas, incluso en colaboración con los municipios limítrofes.



7.1.2 Directrices en el sector de la restauración y gastronómico

- 1 Elaboración a través de un **concurso entre las escuelas de hostelería de Galicia**, abierto también a cocineros profesionales, de dos platos de As Pontes, uno para cada una de sus ferias gastronómicas principales y tres postres, en los que se incluyan alguno de los ingredientes principales como la miel y las mantecadas. La elección de los platos se haría tras la degustación y votación durante un fin de semana por la población en los restaurantes de As Pontes.

Promoción de dichos platos a través de ayudas a los restaurantes en la semana anterior a la de celebración de las correspondientes ferias del Grelo y las Setas.

- 2 Comercialización y promoción de As Pontes focalizada en el **networking de empresarios**, visitas de otras empresas dedicadas a la energía, etcétera, ofreciendo paquetes atractivos que incluyan diferentes elementos gastronómicos y culturales.

- 3 Elaborar **itinerarios**, también dentro de los previstos para el turismo activo, para aprovechar al tiempo los recursos gastronómicos y paisajísticos de la zona, ofreciendo experiencias originales, orientadas a un creciente público interesado en la gastronomía, visitando tierras e instalaciones de los productores y restaurantes de alta calidad, empapándose de la cultura propia que acompaña a esa producción y degustando los propios alimentos y bebidas. Se elaborará un listado de restaurantes e instalaciones que cumplan los requisitos de calidad necesarios consensuados con la Asociación de Empresarios.
- 4 Se estudiará, de acuerdo con la **Asociación de Empresarios**, la posibilidad de comercializar cajas regalo con productos gastronómicos de calidad. Mantecadas, miel, quesos y productos de temporada como setas y grelos. Es interesante incorporar la posibilidad de que los productos y las rutas puedan ser adquiridos a través de la web, añadiéndolos a un “carrito de la compra” que pueda pagarse por transferencia bancaria o tarjeta de crédito.



7.1.3 Directrices en el sector monumental y arqueológico

- 1 Plan plurianual de excavación y puesta en valor de los **restos arqueológicos y de restauración de los monumentales**. Estudiar las posibilidades de acercar los restos arqueológicos o, en su defecto sus réplicas, encontrados por Endesa durante la excavación de la mina y que, actualmente, se encuentran acopiados por la citada empresa, la universidad de Santiago y el castillo de San Antón. El objetivo es su exhibición y estudio en un espacio o local de la villa de As Pontes, como la actual Casa de la Energía.
- 2 Taller de **fotografía** medio natural y monumental. Concurso anual de fotografía sobre As Pontes.
- 3 Buscar **acuerdos con establecimientos** para potenciar diferentes actividades y visitas turísticas en diferentes estaciones.



7.1.4 Directrices en el sector del apoyo a la promoción turística

- 1 Mejora de la **señalización turística** de orientación e interpretación de los principales recursos turísticos e indicaciones sobre los puntos de conexión WiFi en la página web.

- 2 Impulsar **acciones de innovación** en señalización turística, especialmente la denominada “Señalización turística inteligente”.
- 3 La **oficina de información** debe tener un papel más activo en la prestación de servicios turísticos (reserva/venta de ticket-entradas de recursos, organización de exposiciones-degustaciones...) y extender la función de información a otros agentes turísticos (alojamientos, restaurantes...), para lo cual deberán recibir material de apoyo y una formación que garantice la prestación de un buen servicio de información al turista.
- 4 Potenciación de las herramientas existentes y creación de nuevas **herramientas tecnológicas** como aplicaciones para móviles, dirigidas a mejorar la información y comunicación turística del destino:
 - a) Apartado artesanos y productores locales en la web, en relación a los productos propios de la zona.
 - b) Apartado de actividades para familias.
 - c) Línea de souvenirs con ilustraciones temáticas de As Pontes.
- 5 Estudio de la **reputación online**: Se mantendrá vigilancia especial sobre las opiniones vertidas del destino en webs de terceros, especialmente en webs turísticas de participación. Se tendrá en cuenta si existe información del destino en las webs consultadas, y en caso afirmativo, si son positivas, negativas o neutras. Tanto de los aspectos negativos como de los positivos se realizará un ranking con los resultados para que puedan ser utilizados por el área de turismo del ayuntamiento.
- 6 Puesta en valor de los **recursos turísticos** del territorio. Se trata de subvencionar determinados gastos de actividades empresariales que contribuyen al desarrollo turístico del destino:
 - a) Gastos de paneles interpretativos y señalizaciones interiores.
 - b) Coste de un mapa turístico, una guía y un catálogo de actividades por solicitante.
 - c) Gastos de soportes audiovisuales, estáticos o digitales y otros costes de difusión.
 - d) Gastos de diseño, generación de contenidos e impresión de los componentes que formen parte de la propuesta.
 - e) Gastos de organización de puertas abiertas o propuestas de fin de semana.
 - f) Gastos de organización y difusión de cursos de formación.
 - g) Gastos de organización y difusión de encuentros profesionales.
 - h) Proyectos innovadores y/o que fomenten la digitalización del destino.
 - i) Gastos de diseño, desarrollo y difusión de un proyecto por solicitante de innovación en servicios o promoción de la oferta en destino.
 - j) Gastos de creación o mejora de una website, generación de contenidos para plataformas digitales y gestión de redes sociales. Estas herramientas deben ir dirigidas a público local o de lugares limítrofes.

6.1. Premios a las experiencias y los productos turísticos que:

- 1) Constituyan una motivación para los turistas.
- 2) Incluyan más de una experiencia o una combinación de experiencias.
- 3) Tenga al menos un producto estrella o que contribuya a mejorar el tiempo de permanencia del turista o el beneficio económico.

6.2. También se subvencionarán los negocios que estén alineados y contribuyan a la mejora de la experiencia turística. Se trata de negocios que generalmente no motivan al visitante por derecho propio, pero son clave para sumergirlo en el conjunto.

7

Cursos de formación adaptados a las nuevas necesidades.

- 1) Curso de monitor multiaventura.
- 2) Curso de monitor de piragüismo/kayak/padel surf.
- 3) Curso de monitor de escalada.

8

Estudiar la posibilidad de formar parte de **Spain Film Commission**, asociación sin ánimo de lucro que desde 2001 lidera el posicionamiento del país como destino de rodajes audiovisuales, coordinando los esfuerzos de una amplia red de film commission y film offices distribuidas por toda España.

9

Creación de **Oficinas de turismo portátiles** (mostrador, banners o roll-ups, etcétera), con apoyo de tablets que faciliten la labor de información turística en los distintos momentos y lugares de necesidad:

- Ferias, congresos que solicitan el servicio de asistencia turística.

7.2 DIRECTRICES PARA EL MUNICIPIO DE FISTERRA

El municipio de Fisterra participa, desde el punto de vista turístico, de los cuatro ámbitos territoriales que se consideran básicos en la actividad turística: el urbano, el litoral, el espacio natural y el espacio rural. Su **importancia dentro del Camino de Santiago** es creciente y un **activo de la industria turística de primer orden**, si bien el tratamiento a los flujos de peregrinos es muy deficiente en cuanto a la escasez de infraestructuras de apoyo y la imperfección de las mismas.

Fisterra dispone de un gran número de productos locales y de proximidad muy apreciados por los consumidores que los conocen. El uso de estas materias primas incrementa el beneficio de las empresas y la generación de puestos de trabajo. Se trata de fomentar un modelo de crecimiento que genere valor no solo a los turistas, sino también al entorno natural, los ciudadanos y las empresas.

La estancia media de la Costa da Morte osciló en el año 2018 entre 1,4 días en enero y 1,9 días en agosto, por lo que el objetivo debe ser crear productos turísticos, rutas, guías para recorrer la zona en 24 y 48 horas, o incluso desarrollar un producto atractivo que prolongue la estancia más días.



7.2.1 Directrices de actuación infraestructurales y urbanísticas

- 1 Ejecución de un **Plan especial de acondicionamiento del Camino de Santiago** en su discurrir por el municipio. En el mismo deberá recogerse su pavimentación, balizamiento, señalización e información sobre servicios e instalaciones evitando que el discurrir de los peregrinos se produzca, como actualmente sucede, por el margen de la carretera entre guardarrailes de forma insegura, incómoda y al margen de todo tratamiento estético-urbanístico.

Dentro del citado plan, se buscará el tratamiento y uso –curso de ideas con la Escuela Oficial de Arquitectura- para el cementerio frustrado de César Portela, creándose al tiempo miradores y aparcamientos para turismos y autobuses en las zonas de acceso a esos miradores.

Se contemplará en el plan especial, la mejora del entorno del Monumento al Peregrino.

- 2 Identificación, señalización y potenciación de los establecimientos hosteleros y servicios con interés turístico en el recorrido del **Camino por el municipio**. El peregrino debe conocer desde su inicio del Camino y tras la entrada del mismo en el municipio, donde dormir y comer así como las actividades posibles y el modo de acceder a las mismas. Homogeneización de la rotulación de las vías urbanas, lo que otorgará al conjunto una estética más atractiva.

- 3 Embellecimiento del entorno de la **playa do Corbeiro**: Redacción de proyecto urbanístico de mejora con cambio de pavimentación, plantación de vegetación ornamental y desarrollo y finalización de las obras contiguas.



7.2.2 Directrices de actuación sobre la restauración y la gastronomía

El viajero gastronómico y enoturista se alía al slow travel y es de perfil de alto gasto y nivel cultural, respetuoso con la comunidad local y aprecia lo autóctono. En línea con este perfil de turista se plantea:

- 1 Creación de **estaciones gastronómicas** basadas en productos de temporada, vinculando a todos los sectores del turismo a esa estación. Periodo de realización: 4 fines de semana al año: #AntoxoDeCENTOLA, en febrero; #AntoxoDePERCEBE, en mayo; #AntoxoDeLONGUEIRÓN, en agosto (coincidiendo con las fiestas), y #AntoxoDeNECORA en noviembre.

- En coordinación con los profesionales del sector y el Ayuntamiento se ofertarán paquetes de estancia con visitas guiadas y descuentos y ventajas especiales en alojamientos y restaurantes.
- Cada #ANTOXO debe ser patrocinado por una casa comercial o entidad, con fuertes vínculos con el producto estrella de la estación.
- Los productos son “Símbolos culinarios de Galicia” y muy demandados en los restaurantes gallegos por todo tipo de público.
- Se premia al ganador del concurso y se promociona en la web y en cada uno de los establecimientos participantes con un cartel identificativo del concurso.

Este producto puede contribuir a incrementar la estancia media de los turistas en el municipio.

- 2 Elaboración de un plato de Fisterra a través de un **concurso entre las escuelas de hostelería** de Galicia, un menú –fundamentalmente a base de pescado y marisco- que estaría presente en todos los restaurantes formando parte de la oferta turística. En la elección del plato, intervendrían los vecinos de la localidad con su degustación y voto en la forma que se acordase con la representación municipal y empresarial de la localidad.



7.2.3 Directrices de actuación sobre promoción turística en general

- 1 Incorporar **nueva normativa** que se adecue a los requerimientos que exige la competitividad del sector, y que otorgue beneficios fiscales a las empresas que apuesten por la apertura todo el año.
- 2 Impulso de actuaciones de desestacionalización conjuntas con asociaciones y empresariado local. Fomento del **turismo experiencial**. Apoyo a la promoción de nuevos productos, experiencias y actividades innovadores de turismo activo y de aventura, destinadas a segmentos de público específicos, con especial repercusión en la desestacionalización de la demanda. Es importante aprovechar los elementos especializados y con tradición y gran valor diferencial con los que cuenta el destino para atraer nuevos flujos turísticos.

1) **Tours turísticos** en torno a tradiciones gallegas como la queimada, elaboración de los trajes tradicionales de la zona o elementos de madera como las zocas o las gaitas.

2) Generar un **producto turístico** en torno al gallego nacido en Fisterra que inventó el juego más universal surgido en todo el territorio español, el fútbol. Aprovechar el campeonato de fútbol que se desarrolla en las fiestas del Carmen del municipio para promocionar el destino, generando un producto atractivo con museo, explicación de su vida, la historia del fútbol con modelos de fútbol de diferentes países y épocas.

3

Rutas en coche: Diálogo y participación entre los municipios da Costa da Morte para el desarrollo y promoción de rutas en coche o moto. En este marco de promoción y comunicación paisajística, será clave emprender campañas de información y publicidad en varios idiomas y en diversos soportes según el público objetivo a quien se destinen. Asimismo, deberá desarrollarse una importante estrategia de información en el propio municipio (planos, información en hoteles y alojamientos...) y de señalización visible y reconocible en dichas rutas.

4

Puesta en valor de su **esencia pesquera** y sus infraestructuras maríneas:

- Creación de un club de producto en torno a los naufragios, teniendo en cuenta que solo este destino suma más naufragios que todo el litoral español:
 - Elaboración de una propuesta de recorrido en barco por los lugares de interés paisajístico, las zonas de marisqueo y los lugares de naufragios más relevantes en la Costa da Morte.
 - Apoyo y promoción de la “ruta de los naufragios”, iniciada por la empresa “La Bayonaisse” y de su escuela de buceo, desarrollando una experiencia de “Buscar el tesoro” de los naufragios.

- Experiencias gastronómicas en la lonja:
 - Degustaciones de platos, con explicaciones de la receta y la elaboración.
 - Clases de cocina sobre cómo tratar el pescado y elaborar platos
 - Los restaurantes se turnarán para realizar cada showcooking
 - Ciclos de conferencias y actividades de divulgación científica sobre la pesca y el mar
 - Exposiciones temporales en el museo

5

Plan estratégico de **senderos**:

- Inventario de los senderos existentes
- Trabajo de campo y realización de informes
- Redacción de un plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...

6

Estrategia de **marketing 360°** multicanal: Potenciar las herramientas existentes y crear nuevas herramientas tecnológicas y en papel (webs, redes sociales, aplicaciones para móviles), dirigidas a mejorar la información y comunicación turística del destino. La campaña podrá desarrollarse en los siguientes soportes:

- Estrategia SEO. Redes Sociales, fundamentalmente Instagram y Twitter
- Plataformas web de video: Youtube y Vimeo
- Publicidad en sitios web
- Medios de comunicación: prensa escrita, portales web, apps, radio, televisión
- Publicidad directa
- Asistencia a ferias, jornadas y workshops
- Presentaciones en destino
- Patrocinios
- Viajes de familiarización
- Viajes de prensa
- Visitas técnicas

- 7 Generar apartado de ruta de las **grandes vistas de Fisterra**. Se nombran los lugares del territorio con mejores vistas y más representativas del entorno. La creación de miradores con paneles informativos y la utilización de los ya existentes le otorgará valor al conjunto.
- 8 Desarrollar **programas de verano**, con actividades específicas para los turistas; exposiciones, conciertos, actividades deportivas, etcétera.
- 9 Estudiar la posibilidad de formar parte de **Spain Film Commission**, asociación sin ánimo de lucro que desde 2001 lidera el posicionamiento del país como destino de rodajes audiovisuales, coordinando los esfuerzos de una amplia red de film commission y film offices distribuidas por toda España.
- 10 Actividades de **formación continua y reciclaje** y de acuerdo a las necesidades reales detectadas entre asociaciones y empresas del sector con el objetivo de mejorar las competencias y la tecnificación de los trabajadores en activo mediante campaña de sensibilización de la sociedad de Fisterra sobre la importancia que la formación continua tiene como valor estratégico por su contribución a la mejora de la productividad y la competitividad de las empresas y a la mejora personal y profesional de los trabajadores que en ellas prestan sus servicios:
 - Aplicación de sistemas de seguimiento y evaluación de los resultados de los cursos de formación continua y formación para el empleo para medir su eficacia y adecuar su diseño a las necesidades cambiantes del tejido empresarial.
- 11 Regulación del **turismo de autocaravanas**, creando puntos de estancia de no más de 48 horas con el objetivo de paliar la actual situación de acampada ilegal en diferentes puntos no acondicionados de la zona, dañando consecuentemente la imagen del municipio.
- 12 Desarrollo de un plan para la **construcción de un parking** que facilite el acceso tanto a la población en general como a los turistas al centro de Fisterra. No se pueden desarrollar zonas peatonales sin prever una solución para el acceso de los vehículos.
- 13 Generación de una **encuesta de calidad** disponible para el visitante, que pueda ser contemplada y analizada por el personal técnico del ayuntamiento. A través de una serie de preguntas de valoración cuantitativa, se pretende evaluar la calidad de las instalaciones y servicios turísticos de Fisterra: el trato del personal, la información recibida, la localización de los recursos y los horarios de los mismos, la limpieza... tanto de productos y lugares públicos como privados.
- 14 Plan plurianual de excavación y puesta en valor de los **restos arqueológicos** del municipio. Especial énfasis en Castromiñán.

7.3 DIRECTRICES PARA EL MUNICIPIO DE SOBRA DO DOS MONXES

Sobrado dispone de una serie de recursos que confirman el **potencial turístico** del municipio. El análisis interno, entre otros elementos, refleja y pone en valor esos recursos disponibles y atractivos desde un punto de vista turístico.

Se trata de crear, en este caso, un nuevo modo de comprender la relación entre cultura y turismo mucho más colaborativa y generadora de sinergias, donde, además, la población local y la sociedad en general, saldrá más beneficiada. De esta manera, el turismo se convierte en un aliado de la cultura, siempre con una visión respetuosa y siguiendo el principio de la sostenibilidad. El valor cultural e histórico del monasterio debe ponerse pues al servicio de la sociedad a través, esta vez, de la industria turística.

En la actualidad, el grado de conservación del monasterio de Sobrado es muy deficiente, teniendo en cuenta la reconocida importancia histórica y artística del monumento, al igual que ocurre con el tratamiento de su entorno, especialmente en cuanto al acceso de vehículos que, además de insuficiente, no está tratado acorde con la importancia y valor artístico del lugar.



7.3.1 Directrices en el sector monumental y arqueológico

- 1 Implantación de un sistema de **audios descargables** en el teléfono móvil a través, por ejemplo, de una nueva página de turismo de Sobrado, o la descarga de los mismos por medio de códigos QR instalados en balizas a lo largo del recorrido, lo que garantizaría un ahorro económico por prescindir de elementos físicos como audífonos aprovechando la actual generalización de teléfonos móviles en la población.

Actuaciones que deberán implementarse:

- Encuentros con empresas que proporcionen este servicio y firma de acuerdo con la que mejor oferta proponga.
- Análisis de los elementos y de los puntos que requieren interpretación.

- 2 Plan plurianual de excavación y puesta en valor de los **restos arqueológicos y de restauración** de los monumentales.



7.3.2 Directrices de actuación infraestructurales y urbanísticas

1

Plan dinamización de usos monasterio:

a) **Escuela Taller de empleo** para contribuir a la rehabilitación del monasterio de Sobrado. Durante el trabajo en esta escuela, las personas desempleadas de más de 25 años aprenderán las labores de cantería y todas las propias de la restauración de edificios al mismo tiempo que continúan con la recuperación del emblemático monasterio. Las funciones de la Escuela serían:

1. La organización e impartición de cursos específicos destinados a los profesionales de la conservación, restauración y rehabilitación de bienes culturales, en los cuales se difundan los principios, métodos y criterios de intervención en el patrimonio cultural.
2. La programación de actividades de formación en materia de patrimonio histórico orientadas a los diversos niveles educativos y profesionales, con el consiguiente establecimiento de una política de becas destinadas a tal fin.
3. El establecimiento de un sistema de información sobre conservación y restauración de patrimonio histórico destinado a los ciudadanos y diversas corporaciones.
4. El intercambio de conocimientos en materia de conservación y restauración de bienes culturales con instituciones de la Unión Europea y otros países.
5. Con carácter preferente, se realizarán actividades para profundizar en el estudio y desarrollo del Convenio Europeo del Paisaje de Florencia 2002 del Consejo de Europa (ratificado por España, BOE de 1 de marzo de 2008) y para la mejora de los estudios destinados a la formación de técnicos en la restauración de bienes culturales, conforme a las recomendaciones de la Unión Europea y la UNESCO.

b) **Fundación para el uso cultural del monasterio:** Se creará un consejo académico constituido por miembros de las escuelas de humanidades de diferentes facultades, que se ocuparán de crear los programas e informar los convenios de colaboración con las universidades.

1º. Aprovechar la fundación y sus actuales obras de recuperación, para el desarrollo de un festival cultural internacional dedicado y especializado en la divulgación histórica de la época medieval. Los festivales se pueden desarrollar a lo largo de todo el año, contribuyendo a la desestacionalización.

Estas actividades son capaces de atraer a un público heterogéneo, con intereses específicos y de diferentes perfiles de edad y de muy diversas procedencias, pudiendo incrementar tanto el número de viajeros y pernoctaciones, como una mayor diversificación de los mercados de origen de los visitantes.

Los objetivos del festival serán:

- Divulgar el conocimiento de la historia y ser capaz de poner a disposición del gran público herramientas de reflexión sobre el pasado. Sin la divulgación y democratización del conocimiento histórico que nos proporciona el patrimonio, se pierde una gran parte del valor cultural y social del mismo.
- Sensibilizar a los ciudadanos y visitantes de la importancia de conservar el patrimonio.

- 2 Crear un **producto cultural** de gran calidad para generar flujos turísticos. Aprovechar la situación de obras de larga duración en la que se encuentra el monasterio, para generar visitas guiadas bajo el título “abierto por rehabilitación”, explicando las obras que se están realizando y haciendo uso de las nuevas tecnologías para que el turista pueda ver cuál será el resultado.
- 3 Facilitar un espacio de “**participación ciudadana**” en la gestión del patrimonio histórico, impulsando y promoviendo ideas sobre el monasterio, el campamento romano y la laguna.
- 4 Buscar la **colaboración de asociaciones de arqueología y patrimonio**, a cambio de espacios o stands en el festival durante los días de celebración de los actos.
- 5 Desarrollo de actividades para **centros educativos**: Exposiciones, manualidades, visitas experimentales...
- 6 Las **nuevas tecnologías** enriquecen las visitas turísticas, reconstruyendo de forma virtual lo que fue. Generar contenido para Google expeditions. Visita guiada virtual del monasterio. 360°.
- 7 Realizar un **programa de dinamización** de Sobrado en verano con base en el monasterio, formalizando contactos con empresas de eventos y publicidad de las salas y posibles espacios multiusos del edificio en la página web con los siguientes objetivos:
 - a) Festivales musicales
 - b) Música Sacra o Canto Gregoriano
 - c) Música clásica. Conciertos al aire libre de violín
 - d) Agrupaciones Corales
 - e) Exposiciones arte
 - f) Proyecciones en el interior del monasterio contando su historia. Esto abre posibilidades para las visitas guiadas en otoño y primavera
 - g) Programas de exposiciones. Se trata de consensuar el posicionamiento de Sobrado en el turismo de reuniones y exposiciones
 - h) Festival de comida y actividades dentro del mundo ecológico
- 8 Elaboración de un **proyecto de accesos, aparcamientos de turismos y autobuses**, pavimentación, balizamiento y señalización que una el monasterio, la laguna y el campamento romano, de forma que se haga cómoda e ilustrativa la visita a los tres lugares turísticos. En el itinerario se indicarán los servicios de alojamiento y restauración cercanos así como todas las referencias culturales del entorno. En el proyecto se realizará un apartado específico para la pavimentación y balizamiento del Camino de Santiago a su paso por el municipio.
- 9 Posibilidad de **comprar las entradas online** en la página web del ayuntamiento, en la página del monasterio y en los albergues anteriores. El objetivo será poder ofrecer paquetes de visitas monasterio-laguna- campamento romano.

10

Venta online de los productos del monasterio

11

Nueva **señalética mejorada** en los alrededores del monasterio con indicación de las zonas de estacionamiento. La señalización ayuda a las personas usuarias a no utilizar otras zonas del ámbito, evitar el pisoteo de las zonas aledañas y garantizar la seguridad de las personas. Además hay que buscar la homogeneización de la rotulación a través de materiales tradicionales.

- Estudio y diagnóstico de la señalética actual.
- Elaboración de inventario con problemáticas, necesidades y especificidades concretas de la señalética en el municipio.

12

Visitas guiadas al monasterio incluyendo la laguna, el campamento romano y las fábricas de quesos. Las visitas guiadas también deben ofrecerse en albergues previos del Camino de Santiago. El objetivo turístico cultural deseado para Sobrado dos Monxes se basa en la creación de una experiencia de visita memorable, que pivote sobre los siguientes elementos clave:

- a) Creación de un espacio de acogida, información e interpretación.
- b) Sistema de control de accesos en el monasterio, diferenciando el sello de la compostelana de los peregrinos de la entrada al monasterio para turistas. Es necesario un protocolo de bienvenida a los turistas para evitar colas y una mala sensación inicial.
- c) Definición de itinerarios de visita del conjunto de los elementos y posibilidades de visitas temáticas.
- d) Promoción de diferentes tipos de visita según perfil. Generar contenidos para peregrinos, escolares, turismo adulto, turismo más joven, etc.
- e) Incorporar las fotografías históricas del monasterio, existentes en la primera planta a las visitas guiadas.
- f) Posibilidad de degustar menús monásticos o conocer el estilo de vida de los monjes.
- g) Actuación sobre el campamento romano:



01

Realizar una **maqueta explicativa** del conjunto del campamento que se exponga en la edificación anexa al mismo y analice sus funciones e importancia militar y social. El edificio existente se convertirá así en un centro de información e interpretación de las ruinas que actualmente parecen abandonadas.

02

Promover la **reconstrucción de las edificaciones** singulares y características del campamento con indicación de sus funciones. Utilización de las nuevas tecnologías para que el turista pueda ver el estado original del campamento.

03

Confeccionar un **folleto explicativo** con indicación de las características y valor histórico del campamento y las posibilidades ofertadas para su visita así como las direcciones de las entidades gestadoras de dichas visitas y ofertas disponibles para el conjunto de los monumentos del municipio.



7.3.3 Directrices de actuación en el ámbito gastronómico y de la restauración

- 1 Elaboración de un **plato de Sobrado dos Monxes** con base en la trucha y a través de un concurso entre las escuelas de hostelería de Galicia. Este menú estaría presente en todos los restaurantes, formando parte de la oferta turística. El concurso se realizará en colaboración con la asociación empresarial y el plato habrá de ser elegido con el voto de los vecinos.
- 2 Dinamización de la hostelería, la restauración, el pequeño comercio y los artesanos. El desarrollo de ese **pequeño comercio ligado al producto local** de calidad gracias al turismo, ayudará a identificar oportunidades empresariales atractivas y a poner en marcha modelos de negocio rentables y sostenibles en el tiempo, que generen puestos de trabajo de calidad para la población local.
 - En esta línea, será necesario facilitar y mejorar la visibilidad de las fábricas de quesos y potenciar las rutas turísticas que la incluyan. La visibilidad incluye incorporar su presencia en el monasterio de Sobrado e informar sobre el producto en albergues anteriores del Camino de Santiago.
- 3 Desarrollar una marca de **productos ecológicos de Sobrado dos Monxes**, fomentando el asociacionismo de los agricultores de la zona. El objetivo es impulsar la riqueza gastronómica como atractivo y señal de identidad.
 - Creación de una mesa de expertos donde se defina la estrategia y la hoja de ruta para el impulso al turismo ecológico y la mejora de su competitividad.
 - Rutas enogastronómicas vinculadas a productos locales.
 - Complemento a los eventos culturales celebrados en torno al monasterio, sirviendo a la programación general.



7.3.4 Directrices de actuación en el ámbito del turismo activo

- 1 Programación, de acuerdo con el **centro ecuestre Marco das Pías**, de recorridos a caballo por los espacios naturales más relevantes y paradas en el monasterio, la laguna, el campamento romano y las fábricas de quesos.
- 2 Delimitar una **zona de acampada municipal**, reclamada actualmente por turistas y peregrinos.
- 3 **Desarrollar rutas BTT:** Gestionado desde el ayuntamiento en colaboración con el Club Atlético Sobrado, los mejores conocedores del entorno, se pretende no solo ofrecer recorridos sino crear profesionales de un sector en auge y organizar eventos que potencien tanto el turismo como el deporte.

4

Plan estratégico de **senderos**:

- Inventario de los senderos existentes
- Trabajo de campo y realización de informes
- Redacción de Plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...

Presentación de resultados: Registro fotográfico, datos GPS de cada ruta, diseño de guía de senderismo, página web, aplicación para móviles, perfiles en las redes sociales...



7.3.5 Directrices de actuación en el ámbito de la promoción turística

1

Incorporar **nueva normativa** que se adecue a los requerimientos que exige la competitividad del sector y que otorgue beneficios fiscales a las empresas que apuesten por la apertura todo el año y el incremento de las plazas de alojamiento.

2

Creación de **oficinas de turismo portátiles** (mostrador, banners o roll-ups, etc.), con apoyo de tablets que faciliten la labor de información turística en los distintos momentos y lugares de necesidad, como ferias, congresos que solicitan el servicio de asistencia turística.

3

Crear una **marca turística de Sobrado dos Monxes**. Desarrollar la visibilidad, el posicionamiento e impulsar la notoriedad de la marca. Potenciar las herramientas existentes y crear nuevas herramientas tecnológicas (webs, redes sociales, aplicaciones para móviles), dirigidas a mejorar la información y comunicación turística del destino. Los visitantes interactúan sobre Sobrado dos Monxes en las principales redes sociales pero el ayuntamiento solo dispone de Facebook para su propia promoción. Figura de community manager como coordinador de las campañas de promoción.

4

El corazón de la **información y promoción** de Sobrado dos Monxes se encuentra en su web, por lo que es de primordial importancia la renovación del portal y la inclusión de una página de turismo de Sobrado dos Monxes, repensando su función y sirviendo a los objetivos estratégicos y de marketing que se contemplan en este plan, su adaptación al entorno móvil y su interacción con redes sociales, servicios de mensajería y los diferentes soportes de las acciones de marketing. Las principales características de esta nueva web serán:

- Protagonismo de los contenidos de imagen y video.
- Difusora de la oferta cultural y de ocio del municipio.
- Realizar recomendaciones de planificación de la estancia según el perfil del turista.
- Adecuada presencia de las empresas turísticas y sus ofertas.
- Recoger opiniones y recomendaciones de turistas.
- Permitir la compra de servicios y experiencias turísticas.
- Incentivar compartir los diferentes contenidos.
- Informar de los recursos con diferentes grados de exhaustividad a elección del usuario.

La existencia de un módulo agenda permanentemente actualizado es muy importante ya que sirve para la promoción de la actividad cultural y festiva de Sobrado.

Se hace necesario adaptar las estrategias online de los destinos turísticos a todos los tipos de dispositivos: Web (escritorio), móvil, tablet. Las actividades se inician en un dispositivo y se completan en otro, por lo que debemos conectar con los viajeros a través de los diferentes dispositivos.

5

Explorar y gestionar eficazmente las oportunidades que ofrece internet y las redes sociales en términos de **promoción, marketing y comercialización on-line**:

- Es fundamental diferenciar las **propuestas asociadas a segmentos culturales específicos** o motivacionales (Camino de Santiago, etc.), donde los requerimientos del visitante (información, interpretación, servicios, etc.) son mucho más específicos y exigentes, de las propuestas de viaje orientas al segmento cultural genérico, donde hay una motivación multipropósito más abierta, y donde se incorporan diferentes recursos del patrimonio cultural (patrimonial, etnográfico, gastronómico, etc.) e incluso del patrimonio territorial (paisaje, naturaleza, etc.)

- En este segmento, es necesario estudiar las posibilidades de mejorar para adaptar las propuestas actuales a los requerimientos y **preferencia de los turistas**, especialmente de los procedentes de los mercados internacionales objetivos. Es decir, no se trata de traducir y preparar material en el idioma de origen, sino que se trata de adaptar culturalmente la propuesta a las preferencias del turista. Sería deseable tener articulados instrumentos que sean capaces de proporcionar información sobre temas, perfiles y aspectos como:

- Perfil turista usuario de vivienda de alquiler
- Perfil turista usuario de alojamiento hotelero
- Perfil turista albergue
- Perfil turista mayor gasto
- Estudio-análisis de los canales de compra del turista

- La existencia de dos recursos declarados **Patrimonio de la Humanidad** (Camino de Santiago Norte y monasterio de Sobrado como patrimonio individual dentro del Camino de Santiago) en un municipio tan pequeño, debe tener un mayor protagonismo en el hilo argumental de la comunicación y la promoción turística.

6

Crear un apartado de **artesanos y productores locales** en la web del ayuntamiento con especial énfasis en promocionar los productos ecológicos.

7

Mejora de la comunicación en torno al **camino de Santiago**. Incremento de información en la web, traducida también al inglés.

8

A pesar de la anunciada muerte de la información en papel, repetida desde hace bastantes años, la realidad es que sigue habiendo una **importante demanda de información impresa** que se debe seguir cubriendo.

El formato, imagen y contenidos de los **folletos de Sobrado dos Monxes** deberán adecuarse a los objetivos generales y específicos de este plan, realizándose un catálogo de publicaciones racional basado en dos conceptos de publicaciones: promocionales e informativas.

Generar y diseñar una **documentación más atractiva** que se facilitará a los turistas; revistas, folletos, mapas y cualquier otro artículo de propaganda y difusión . Producir todo tipo de material informativo, bajo cualquier soporte que divulgue los recursos, bienes y servicios turísticos. Esta información debe estar disponible también en formato digital que podrá descargarse desde la propia web municipal o solicitarse a través de correo electrónico.

9

Líneas de incentivos para el embellecimiento y puesta en valor de los establecimientos hosteleros:

- Definición de líneas de incentivos
- Redacción de normativa reguladora de concesión de ayudas
- Configuración de un programa y valoración de proyectos
- Evaluación de propuestas y acuerdo de los beneficiarios

CAPÍTULO 8

ACTUACIONES PDEEST 2020



8.1 Actuaciones PDEEST 2020: As Pontes

a

Actuaciones Infraestructurales y Urbanísticas:

- Redacción del **Plan especial del entorno del lago de As Pontes**: En el mismo se incluirá la creación de otra playa en el sector oeste, áreas de embarcaciones y embarcadero en los antiguos talleres de la mina, zonas de alojamiento temporal en el sector del Tesouro, zona de conciertos y acampada entre el Tesouro y la maquinaria de explotación minera y los servicios y equipamientos necesarios en ambas playas, incluyendo vestuarios y baños para dar soporte a los actuales eventos deportivos y de ocio existentes.

- Construcción de un conjunto de **bungalows de gestión privada y concurso público**, con el objetivo de dotar a As Pontes de un nuevo tipo de alojamiento, distinto de los hoteles tradicionales, más inmerso en la naturaleza en la zona comprendida entre el Tesouro y la Vilavella.

b

Actuación en el sector de la restauración:

- Promoción entre las Escuelas de hostelería de Galicia de un **concurso de platos de As Pontes** para cada una de las ferias gastronómicas de As Pontes:
 - Plato de Grellos
 - Plato de Cogumelos
 - Postres de As Pontes: miel, mantecadas, freixos...

El concurso se realizará en colaboración con las asociaciones de empresarios y comerciantes y los platos seleccionados por la población se ofertarán en todos los establecimientos de la localidad con subvención en los días de las respectivas ferias.

- Elaborar **itinerarios**, también dentro de los previstos para el turismo activo, para aprovechar al tiempo los recursos gastronómicos y paisajísticos de la zona, ofreciendo experiencias originales, orientadas a un creciente público interesado en la gastronomía, visitando tierras e instalaciones de los productores y restaurantes de alta calidad, empapándose de la cultura propia que acompaña a esa producción y degustando los propios alimentos y bebidas. Se elaborará un listado de restaurantes e instalaciones que cumplan los requisitos de calidad necesarios consensuados con la asociación de empresarios.

c

Actuación en el sector del turismo activo:

- Elaboración, en colaboración con las empresas del sector, de tres paquetes oferta de **recorridos guiados por la cuenca del Eume y el lago de As Pontes**, utilizando distintos medios (a caballo, a pie, kayak, parciales etc.) en los que se incluya el alojamiento y la manutención-platos de As Pontes en los restaurantes de la localidad- con duración de entre dos días y una semana. Promoción de esos paquetes en la web y las empresas especializadas mediante un proyecto de promoción específico. Se incluirá en una de las propuestas un recorrido de carácter industrial y otro con contenido arqueológico.

- Creación de **miradores en puntos estratégicos** con buenas vistas y promoción de senderos en torno a los miradores.

- Seminarios de **"arquitectura industrial"** en coordinación con la Universidad de A Coruña, en el que se estudien posibilidades de mantenimiento, objetivos de conservación, posibilidades de realzar el patrimonio mediante la iluminación...

- Plan estratégico de **senderos**:
 - Inventario de los senderos existentes
 - Trabajo de campo y realización de informes
 - Redacción de Plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...

Presentación de resultados: registro fotográfico, datos gps de cada ruta, diseño de guía de senderismo, página web, aplicación para móviles, perfiles en las redes sociales...

d

Actuación en el sector monumental y arqueológico:

- El ayuntamiento gestionará la confección de una réplica de todas y cada una de las **piezas arqueológicas** cuyo descubrimiento se haya realizado en As Pontes y recuperará la totalidad de las que fueron fruto de la excavación minera. Del conjunto hará una exposición permanente en el lugar apropiado de la Villa o, en su defecto, habilitando para tal fin la actual Casa de la Energía.
- Se establecerá un plan de **excavaciones anual** de medoñas y castros del municipio.

e

Actuaciones en el sector de la Información y la Señalización:

- La **oficina de información** debe tener un papel más activo en la prestación de servicios turísticos (reserva/venta de ticket-entradas de recursos, organización de exposiciones-degustaciones, etc.) y extender la función de información a otros agentes turísticos (alojamientos, restaurantes, etc.), para lo cual deberán recibir material de apoyo y una formación mínima en turismo, que garantice la prestación de un buen servicio de información al turista.
- Potenciación de las herramientas existentes y creación de **nuevas herramientas tecnológicas** (webs, redes sociales, aplicaciones para móviles), dirigidas a mejorar la información y comunicación turística del destino.
 - Apartado artesanos y productores locales en la web, en relación a los productos propios de la zona.
 - Apartado de actividades para familias.
 - Línea de souvenirs con ilustraciones temáticas de As Pontes. Concurso del diseño.

f

Actuación en el sector de la promoción turística:

- Creación de **Oficinas de turismo portátiles** (mostrador, banners o roll-ups, etc.), con apoyo de tablets que faciliten la labor de información turística en los distintos momentos y lugares de necesidad:
 - Ferias, congresos que solicitan el servicio de asistencia turística.

- Incrementar la **promoción del municipio de As Pontes** en los mercados nacionales e internacionales de referencia, promoviendo la consolidación de la marca turística de As Pontes como destino deportivo, consiguiendo que sea reconocida por sus valores específicos y singulares, amparando bajo ella los distintos productos específicos que configuran su oferta turística.



8.2 Actuaciones PDEEST 2020: Fisterra

a Actuaciones infraestructurales y urbanísticas:

- Redacción de un proyecto de trazado y tratamiento del **Camino de Santiago** desde la entrada al municipio de Fisterra. Dentro del trazado se incluirán puntos de información de los servicios disponibles y las distintas formas de contacto con los accesos a los puntos históricos y paisajísticos singulares.
- Concurso de **ideas en las escuela de arquitectura** de la Coruña para la elaboración de un proyecto de uso del cementerio de Cesar Portela.

b Actuación en el sector de la restauración:

- Promoción de los **cuatro fines de semana** del marisco, centollo, percebe, longueirón y nécora, con apoyo a los restaurantes para su venta a precios asequibles y con una campaña anual de difusión en España que incluya una oferta de estancia y visitas guiadas en cada uno de esos fines de semana, cuyo contenido se elaborará con la representación del sector.
- Elaboración de un plato de Fisterra a través de un **concurso entre las Escuelas de hostelería** de Galicia. Un menú que estaría presente en todos los restaurantes formando parte de la oferta turística. El longueirón podría ser el ingrediente principal.

c Actuación en el sector del sector arqueológico e histórico- monumental:

- Elaboración de **visitas guiadas** por el conjunto monumental y señalización normalizada de los monumentos con explicación exterior. Plan de difusión y promoción de los paquetes de estancia y visita junto con los gastronómicos.
- Plan plurianual de excavación y puesta en valor de los **restos arqueológicos** del municipio. Especial énfasis en Castromiñan.

d

Actuación en el sector del turismo activo:

- Generar un **producto turístico** en torno al gallego nacido en Fisterra que inventó el juego más universal surgido en todo el territorio español, el fútbolín. Aprovechar el campeonato de fútbolín que se desarrolla en las fiestas del Carmen del municipio para promocionar el destino generando un producto atractivo con museo, explicación de su vida y la historia del fútbolín con modelos de fútbolín de diferentes países y épocas.

- Plan estratégico de **senderos**:

- Inventario de los senderos existentes
- Trabajo de campo y realización de informes
- Redacción de Plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...

Presentación de resultados: registro fotográfico, datos gps de cada ruta, diseño de guía de senderismo, página web, aplicación para móviles, perfiles en las redes sociales, etc.

e

Actuación en el sector de la promoción turística:

- Estrategia de **marketing 360° multicanal**. Potenciar las herramientas existentes y crear nuevas herramientas tecnológicas (webs, redes sociales, aplicaciones para móviles), dirigidas a mejorar la información y comunicación turística del destino.

- Desarrollo de un **plan para la construcción de un parking** que facilite el acceso tanto a la población en general como a los turistas al centro de Fisterra. No se pueden desarrollar zonas peatonales sin prever una solución para el acceso de los vehículos.

- Regulación del **turismo de autocaravanas**, creando puntos con tiempo máximo de estancia de 48 horas así como para la reparación de los vehículos. Establecimiento de condiciones paliativas del daño ocasionado a los negocios de camping, por la incorporación de esta nueva opción y mejora, para el impedimento de la acampada ilegal en sus diferentes modalidades.

- Creación de **Oficinas de turismo portátiles** (mostrador, banners o roll-ups, etc.), con apoyo de tablets que faciliten la labor de información turística en los distintos momentos y lugares de necesidad:

- Ferias, congresos que solicitan el servicio de asistencia turística.



8.3 Actuaciones PDEEST 2020: Sobrado dos Monxes

a

Actuaciones Infraestructurales y Urbanísticas:

- Redacción de un plan especial de **itinerarios con pavimentación y señalización** que conecte el monasterio, la laguna y el campamento romano. Creación de un carril bici y un punto de alquiler de bicicletas que permita recorrer los principales puntos turísticos en bicicleta. Especial énfasis en el mantenimiento del paseo de la Laguna para evitar accidentes.
- La base del turismo son las infraestructuras. Redacción de un **plan de accesos y aparcamientos** del monasterio, laguna y campamento romano que permita un aparcamiento no invasivo de los usuarios y visitantes de los mismos.
- Creación de una escuela taller para la **restauración del monasterio**.
- Elaboración de una **maqueta del campamento romano** para su exposición en la instalación habilitada sobre el mismo y rehabilitación de una o varias de sus construcciones típicas con señalización de las zonas y los usos.

b

Actuaciones en el ámbito de la Gestión:

- Renovación del portal y la inclusión de una **página de turismo de Sobrado dos Monxes**, repensando su función y sirviendo a los objetivos estratégicos y de marketing que se contemplan en este plan, su adaptación al entorno móvil y su interacción con redes sociales, servicios de mensajería y los diferentes soportes de las acciones de marketing. La información sobre el Camino de Santiago debe ser ampliada y también traducida a distintos idiomas (gallego, francés, inglés...)
- A pesar de la anunciada muerte de la información en papel, repetida desde hace bastantes años, la realidad es que sigue habiendo una importante demanda de **información impresa** que se debe seguir cubriendo.

El formato, imagen y contenidos de los **folletos de Sobrado dos Monxes** deberán adecuarse a los objetivos generales y específicos de este plan, realizándose un catálogo de publicaciones racional, basado en dos conceptos de publicaciones: promocionales e informativas. Los folletos promocionales sirven de carta de presentación e imagen del municipio y deben estar especialmente cuidados en cuanto a imagen, contenidos y calidad de la impresión. Generar y diseñar una documentación más atractiva que se facilitará a los turistas: revistas, folletos, mapas y cualquier otro artículo de propaganda y difusión. Producir todo tipo de material informativo, bajo cualquier soporte, que divulgue los recursos, bienes y servicios turísticos.

- Creación de una fundación para fomentar el uso cultural múltiple del monasterio. Se creará un consejo académico constituido por miembros de las escuelas de humanidades de diferentes facultades, que se ocuparán de crear los programas e informar los convenios de colaboración con las distintas universidades.

- Confección de paquetes turísticos que contemplen alojamiento en el monasterio, rutas guiadas monasterio-laguna-campamento romano y degustación de los productos de la oferta gastronómica. Proyecto de difusión y apoyo al producto.

- Creación de oficinas de turismo portátiles (mostrador, banners o roll-ups, etc.), con apoyo de tablets que faciliten la labor de información turística en los distintos momentos y lugares de necesidad:

- Ferias, congresos que solicitan el servicio de asistencia turística.

C

Actuación en el ámbito gastronómico y de la restauración:

- Promoción entre las diferentes escuelas de hostelería de Galicia de un concurso de platos con trucha para la fiesta de del mes de agosto y como recurso gastronómico del municipio.

El concurso habrá de realizarse en colaboración con las asociaciones de empresarios y comerciantes y el plato o platos seleccionados se ofertarán en todos los establecimientos de la localidad de forma permanente y con subvención en los días de la feria.

- Desarrollar una marca de productos ecológicos de Sobrado dos Monxes. Aprovechar que actualmente la alimentación está más ligada a la sostenibilidad y al entorno humano para la promoción de la riqueza gastronómica ecológica de Sobrado dos Monxes, buscando la colaboración de los productores de la zona.

d

Actuación en el ámbito del turismo activo:

- Plan estratégico de senderos:

- Inventario de los senderos existentes

- Trabajo de campo y realización de informes

- Redacción de un plan estratégico con información de cada recorrido, necesidades de mantenimiento, propuestas de homologación...

Presentación de resultados: registro fotográfico, datos gps de cada ruta, diseño de guía de senderismo, página web, aplicación para móviles, perfiles en las redes sociales...

CAPÍTULO 9

ORDENANZAS MUNICIPALES A DESARROLLAR

As Pontes de García Rodríguez

- 1 Ordenanza reguladora de la actividad de servicios de deportes náuticos y viajes turísticos en barco.
- 2 Reglamento para la creación e inclusión de empresas con actividad en el sector agroalimentario y gastronómico en el registro municipal de calidad (diseño de un sello de calidad reconociendo el valor de los productos).
- 3 Reglamento municipal de ayudas para la recuperación del casco histórico y los edificios catalogados.
- 4 Incorporar nueva normativa que se adecúe a los requerimientos que exige la competitividad del sector y que otorgue beneficios fiscales a las empresas que apuesten por la apertura todo el año.

Fisterra

- 1 Reglamento municipal de ayudas para la recuperación del casco histórico y los edificios catalogados.
- 2 Ordenanza municipal que regule el aparcamiento y estancia de caravanas y autocaravanas.
- 3 Reglamento de formación y empleo para el diseño de un programa formativo de calidad y adaptado a las necesidades del municipio.
- 4 Incorporar nueva normativa que se adecúe a los requerimientos que exige la competitividad del sector y que otorgue beneficios fiscales a las empresas que apuesten por la apertura todo el año.

Sobrado dos Monxes

- 1 Reglamento para la creación e inclusión de empresas con actividad en el sector agroalimentario y gastronómico en el registro municipal de calidad (Diseño de un sello de calidad reconociendo el valor de los productos del municipio).
- 2 Reglamento municipal de ayudas para la recuperación del casco histórico y los edificios catalogados.
- 3 Ordenanza municipal de terrazas y veladores.
- 4 Reglamento de formación y empleo para el diseño de un programa formativo de calidad y adaptado a las necesidades del municipio.
- 5 Incorporar nueva normativa que se adecúe a los requerimientos que exige la competitividad del sector y que otorgue beneficios fiscales a las empresas que apuesten por la apertura todo el año.

CAPÍTULO 10

EQUIPO DE GESTIÓN DEL PDEEST

A la vez que se desarrolla el PLAN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y CONTRIBUCION A LA MEJORA DE LAS PERSPECTIVAS DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO PROVINCIAL DE A CORUÑA, será necesario el seguimiento y valoración de los niveles de consecución de los objetivos planteados y de la puesta en marcha de las diferentes acciones.

El equipo de gestión del PDEEST estará formado por un representante de cada Ayuntamiento y uno de la Diputación de A Coruña, así como representación de la Confederación de Empresarios de La Coruña. Los representantes municipales tendrán por objetivo la dinamización de las acciones en su propio ayuntamiento, así como la gestión de los recursos asignados para el PDEEST en el mismo. El representante de la Diputación tendrá como objetivo la coordinación de las acciones y la búsqueda de financiación exterior para los planes y programas de acción acordados. La representación de la CEC aportará la visión del asociacionismo empresarial.

El trabajo se llevará adelante a través de mesas interinstitucionales de seguimiento bimensual en las que se programarán y dará cuenta de las actuaciones dentro del plan previsto.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS

- Ley 7/ 2011 de 27 de octubre de Turismo de Galicia
- Plan Estratégico de Galicia 2020
- Plan estratégico provincia de A Coruña 2007-2013 (Diputación de A Coruña y Fundación Caixa Galicia)
- Informe 49 sobre perspectivas turísticas de EXCELTUR
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Instituto Galego de Estadística (IGE)
- Escuela de Organización Industrial. Sectores de la nueva economía 20+20
- IMPACTUR Galicia 2017. Estudio del impacto económico del turismo
- EXCELTUR. Estudio sobre el empleo en el sector turístico español 2018
- Instituto de Turismo de España. Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos
- Benito del Pozo, P. (2010). Industria y patrimonialización del paisaje urbano: la reutilización de las viejas fábricas. En Cornejo Nieto et al Ciudad, territorio y paisaje
- Reflexiones para un debate multidisciplinar (pp. 354-366). España: CSIC
- Plan estratégico Camino de Santiago 2015-2020
- Plan estratégico de turismo del concello de Fisterra. Pqliar Consulting
- Barómetro de la rentabilidad y el empleo en los destinos turísticos españoles. N° 29. Junio 2019
- Tourism Scotland 2020. The future of our industry in our hands
- Tourism Development. Framework for Scotland 2020
- Monitur 2018
- Turismo de Galicia
- Plan Asociación Sector Turístico de Fisterra
- Cuenta Satélite de Turismo de España (CSTE)
- Tourspain. Plan turismo español. Horizonte 2020
- Web Ayuntamiento de As Pontes de García Rodríguez
- Web Ayuntamiento de Sobrado dos Monxes
- Web Ayuntamiento de Fisterra
- El Turismo de Naturaleza en España. Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente
- Estrategia Turismo Sustentable de España 2030
- Código del turismo. Selección Garrigues. Edición actualizada octubre de 2019

PDEEST

turismo.cec.es

Plan para el Desarrollo Empresarial y Contribución
a la Mejora de las Perspectivas de Empleo en el
Sector Turístico Provincial de A Coruña



Cofinanciado por:



CONFEDERACION
DE EMPRESARIOS
DE LA CORUÑA



Deputación
DA CORUÑA

Plan de
Emprego Local
2016-2019

PEL