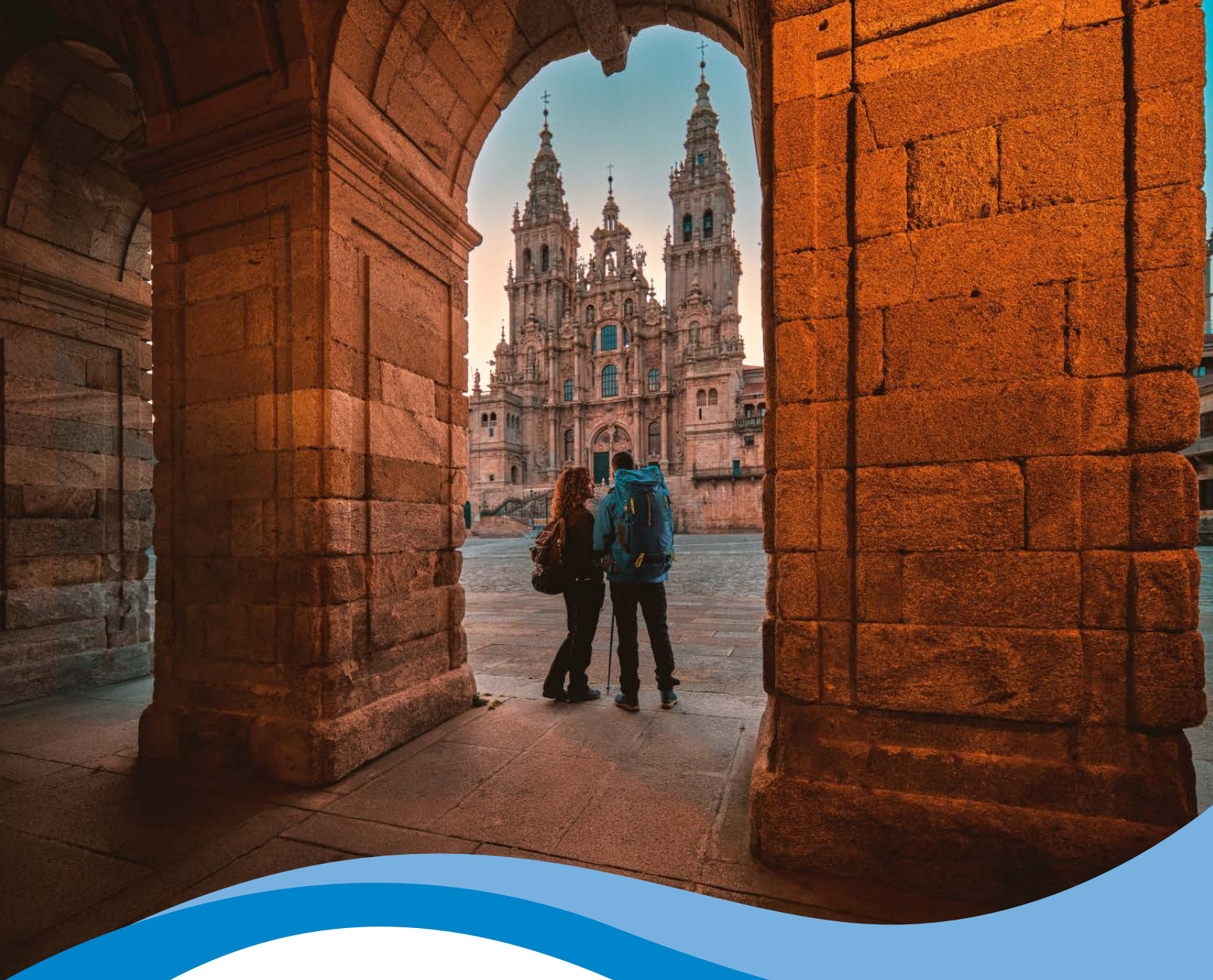




**PLAN
DIRECTOR
2021-2023
GALICIA
DESTINO SEGURO**

XUNTA DE GALICIA

ÍNDICE

1	Introdución	4
2	Proceso participativo	7
3	Principais conclusións da diagnose	10
4	Medidas impulsadas pola Xunta de Galicia en 2020 para garantir a supervivencia das empresas	27
5	Aspectos facilitadores e limitadores	31
6	Misión, obxectivos estratéxicos e visión do plan director	39
7	Liñas estratéxicas e plans de acción	45
8	Resumo orzamentario	174
9	Impacto esperado	176





A Mariña da Coruña

01. INTRODUCCIÓN

O turismo é un sector estratéxico para a economía galega. Esta afirmación pode referendarse con datos: antes da chegada da COVID-19, o sector turístico representaba o 10,4 % do total do produto interior bruto autonómico e o 11 % do emprego xerado en Galicia.

Os principais indicadores da demanda turística reflectían unha clara tendencia alcista, culminada en 2019 con máis de 5 millóns de turistas que acumularon case 11 millóns de noites nos establecementos regrados do territorio galego. Ademais, datos como a ocupación, a estadía media ou a rendibilidade amosaban unha mellor evolución que o promedio nacional. **Nos albores de 2020, as expectativas eran moi positivas**, con xaneiro e febreiro rexistrando cifras superiores a 2019 na comparativa interanual e coa proximidade dun Ano Santo (o primeiro en máis dunha década) insuflando optimismo ao sector.

A senda de crecemento continuado e sostido interrompeuse de súpeto en marzo de 2020.

A confirmación da pandemia e a declaración do estado de alarma trouxeron consigo unha situación descoñecida para o ecosistema turístico, obrigado a parar a súa actividade ao non ser considerado dentro dos servizos esenciais. De forma repentina, as empresas do sector, principalmente pemes e persoas autónomas, atóparonse inmersas en procesos de regulación de emprego temporal (ERTE), con problemas de

liquidez ao non ter ingresos e afrontando cambios normativos constantes derivados da situación de excepcionalidade.

A esta **crise da oferta**, provocada polas restricións e polo contexto cambiante e de incerteza, uniuse unha **forte contracción da demanda**. Ás limitacións legais á libre circulación, cun especial impacto no turismo internacional, uniuse a perda de confianza e a redución do gasto dedicado a turismo por parte da sociedade.

Así, tras o confinamento domiciliario da primavera, ao longo de 2020 sucedéronse períodos ben diferenciados, cun proceso de desescalada por fases que desembocou nun verán relativamente normal e sen restricións, as cales volveron no outono coa chegada da segunda vaga do virus. No cómputo dos doce meses, **o impacto sobre a economía galega en xeral, e sobre a actividade turística en particular, foi moi contundente**, con descensos nos principais indicadores. A continuación, recórrase a datos da Área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia para mostrar en cifras a comparativa de 2020 respecto a 2019. Rexistráronse caídas en:

-60,9 %

Nº persoas viaxeiras aloxadas en establecementos regrados

-56,8 %

Nº de noites en establecementos regrados

-31,0 %

Nº de prazas de aloxamento regrado dispoñibles

-79,9 %

Nº de noites de persoas estranxeiras en establecementos regrados

-39,0 %

Ocupación hoteleira

-3,7 %

Tarifas

-62,3 %

Ingresos hoteleiros

-42,9 %

Rendibilidade

-28,1 %

Gasto medio diario dos turistas galegos

-14,9 %

Gasto medio diario dos
turistas nacionais

-21,6 %

Gasto medio diario dos
turistas estranxeiros

-84,5 %

Nº de peregrinos

-68,2 %

Tráfico nos 3 aeroportos
galegos

-94,0 %

Tráfico de cruceiros

-31,6 %

Nº de empregos no
sector

A anterior Estratexia de Turismo de Galicia 2020 prevía un período de execución de catro anos, que expiraba precisamente en 2020, polo que tocaba deseñar unha nova folla de ruta para os vindeiros anos. De non ter irrompido a COVID-19, esta planificación realizaríase nun contexto de optimismo e boas perspectivas futuras. En todo caso, a necesidade dun plan non só segue vixente, senón que é, de feito, máis urxente, xa que **o impacto da crise obriga a reorientar a estratexia do turismo galego.**

Nos últimos meses puxéronse en marcha diversas medidas de rescate orientadas á supervivencia do tecido empresarial, se ben é preciso definir liñas de traballo a medio prazo que impulsen a reactivación da actividade. Así, **este plan director debe servir non só para com-**

bater os efectos da crise, senón tamén para reinventar ao ecosistema turístico galego, situándoo na mellor situación competitiva posible ao remate da crise sanitaria. O obxectivo é posicionar a Galicia como un destino destacado na grella de saída despois da crise.

Liderado pola Xunta de Galicia e contando coa colaboración do Clúster de Turismo de Galicia como entidade máis representativa do sector, o Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro plasma o marco de traballo en materia turística para o referido período 2021-2023 e supón, ao igual que sucedeu coa Estratexia de Turismo de Galicia 2020, un exemplo de colaboración público-privada á hora de deseñar a estratexia sectorial do turismo galego.



Clúster Turismo
de Galicia



Illas Cíes

02. PROCESO PARTICIPATIVO

A elaboración do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro ten un marcado **carácter participativo**. Ao igual que catro anos atrás, momento no que se artellou a Estratexia de Turismo de Galicia 2020, buscouse dar voz a todos os grupos de interese da cadea de valor do turismo para facer unha radiografía óptima da situación e perspectivas do ecosistema turístico tras a irrupción da COVID-19.

Deste xeito, cóntase con achegas e información proporcionadas por turistas (nacionais e internacionais), empresas e profesionais do sector, asociacións sectoriais, persoas expertas en materia turística, así como responsables políticos e da administración pública con competencias neste eido.

O presente documento aséntase nun exhaustivo **traballo de diagnose capitaneado polo sistema universitario galego**, co obxectivo de aproveitar o capital científico de Galicia para identificar os principais retos a abordar á hora de establecer unha folla de ruta para o sector. Ademais, da man do Clúster de Turismo de Galicia, as tres universidades coordinaron a participación de todos os grupos de interese anteriormente mencionados.

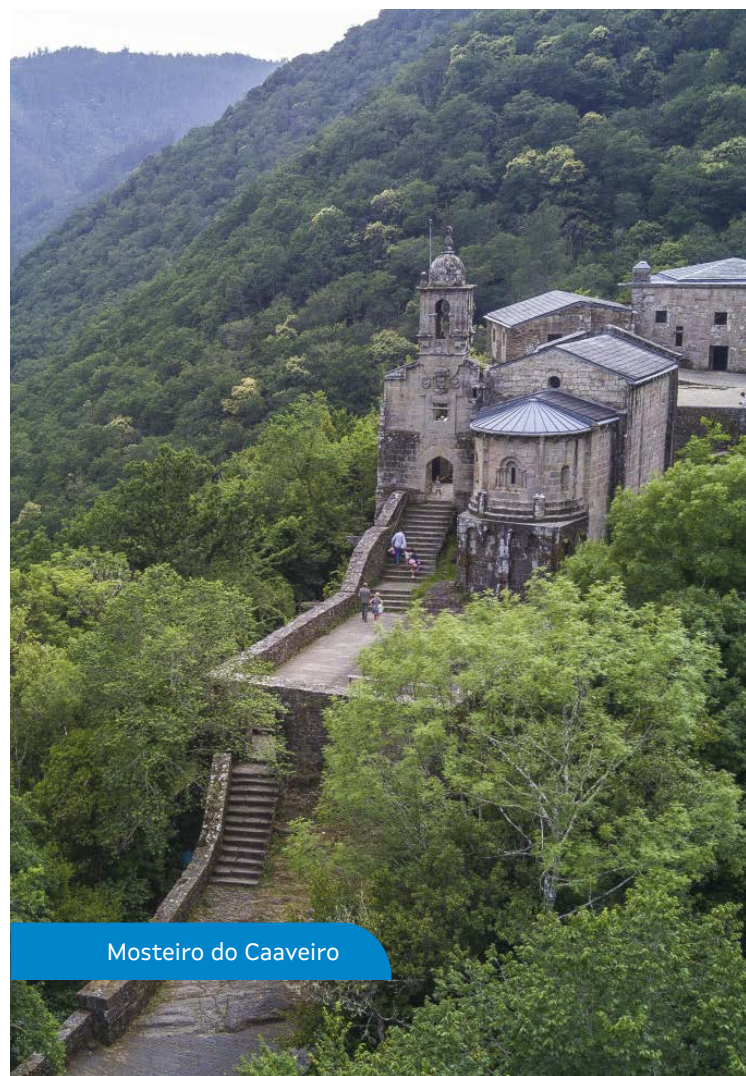
Se ben nas seguintes páxinas se exporán, de forma resumida, as principais conclusións derivadas do traballo realizado polos equipos de investigación das tres institucións, pódense consultar os documentos íntegros no Anexo: Informes de diagnose para a elaboración do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro .

A **Universidade da Coruña** centrou o seu labor en estudar o impacto da crise no tecido empresarial. Ademais, con base nos principais indicadores do sistema turístico galego, reflectiu o efecto da COVID-19 nas cifras da demanda e comparounas coa súa evolución no período 2015-2019.

A **Universidade de Santiago de Compostela**, describiu a situación para os principais segmentos e produtos turísticos, examinou as políticas impulsadas como resposta á crise desde os diferentes niveis da administración e recompilou achegas de diferentes representantes do sector público e do tecido asociativo.

A **Universidade de Vigo** analizou a demanda turística, con especial atención ás pautas de comportamento das persoas que viaxaron en 2020 e ás expectativas de consumo no curto e medio prazo, co obxectivo de identificar os cambios que se avestiñan nos procesos de márketing e comercialización turística e na procura de definir o posicionamento de Galicia tanto a nivel nacional como internacional.

O traballo de campo e o proceso participativo desenvolvéronse nos meses de outubro, novembro e decembro. A fase de escoita implementada apoiouse no uso de técnicas cualitativas e cuantitativas para facilitar a participación activa dos diferentes grupos de interese convocados, na procura da identificación e priorización dos principais retos que se deben abordar nos vindeiros anos fronte a situación xerada pola COVID-19.



Mosteiro do Caaveiro

Para dar voz a todas as partes implicadas, recorreuse a dúas enquisas diferentes, mediante as cales se deu cabida ás opinións e valoracións tanto de turistas nacionais e internacionais como de representantes do tecido empresarial turístico de Galicia. Esta metodoloxía participativa complementouse con **entrevistas persoais a persoas expertas e mesas de traballo**, para as cales se convocou a responsables políticos e altos cargos da administración autonómica, alcaldes, alcaldesas e persoal técnico municipal, así como a diversos responsables doutros ámbitos da administración con competencias de turismo.

712 enquisas

A turistas nacionais e internacionais.

389 enquisas

A representantes de empresas do sector turístico de Galicia de 114 concellos diferentes.

61 entrevistas

A persoas expertas nas áreas de comercialización, comportamento de persoas consumidoras e turismo.

9 mesas de traballo

Con responsables políticos e altos cargos da administración autonómica, alcaldes, alcaldesas e persoal técnico municipal, así como con diversos responsables doutros ámbitos da administración con competencias de turismo.

26 entrevistas

A empresarios e empresarias e a representantes do sector público.

72 participantes nas mesas



Miradoiro de estrelas da lagoa de Ocelo

03.

PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS DA DIAGNOSE

3.1 ANÁLISE DO SECTOR EMPRESARIAL

O sector turístico **galego**, formado principalmente por pemes e persoas autónomas, é moi sensible aos efectos da crise provocada pola COVID-19. Por este motivo, mediante técnicas cuantitativas e cualitativas, **analizouse o clima empresarial** para:

Estimar as variables que condicionaron o desenvolvemento do sector durante o ano 2020. Pretendíase obter de xeito directo a opinión de empresarios, empresarias e persoas autónomas, referida as actuacións das diferentes administracións públicas e mesmo as das súas propias empresas e asociacións.

Facer unha fotografía das consecuencias inmediatas de todo o ocorrido, con especial incidencia no referido ao emprego.

Definir a capacidade de resposta do sector diante da crise, así como a súa situación de cara aos cambios de modelo de xestión que a mesma implicou e pode implicar.

Contribuír a propor, a partir da análise dos resultados, alternativas de futuro para o sector turístico galego que tracen unha posible senda a seguir tanto polo eido público como polo privado.

Para a **análise cuantitativa** deseñouse unha enquisa cuxo público obxectivo estivo conformado por representantes dun amplo abano de empresas vinculadas de forma directa ao sector, e déuselle difusión en todo o territorio galego. Desta forma, cóntase finalmente con **datos achegados por 389 persoas** diferentes. A súa participación permitiu extraer conclusións acerca da caracterización das empresas turísticas galegas, o impacto da COVID-19 na súa actividade, a valoración que fai o sector privado das medidas tomadas polas administracións públicas, así como das principais perspectivas de futuro.

Pola súa parte, o **estudo cualitativo** baseouse en **20 entrevistas** en profundidade a profesionais do sector turístico. A selección das persoas informantes realizouse a través dunha mostraxe por conveniencia, mediante criterios de representatividade dos diferentes segmentos do sector turístico galego. O guión da entrevista compúxose de catorce preguntas estruturadas en catro seccións, abordando temas relativos á situación e contexto, variables que condicionaron a oferta turística durante os primeiros compases da pandemia, cambios que tivo que afrontar o sector para adaptarse ao novo escenario e, por último, propostas de futuro para o período posterior á COVID-19.

No Anexo: Informes de diagnose para a elaboración do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro analízanse con detalle os resultados das enquisas e entrevistas. De seguido, preséntanse as principais conclusións extraídas:

CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA TURÍSTICA GALEGA

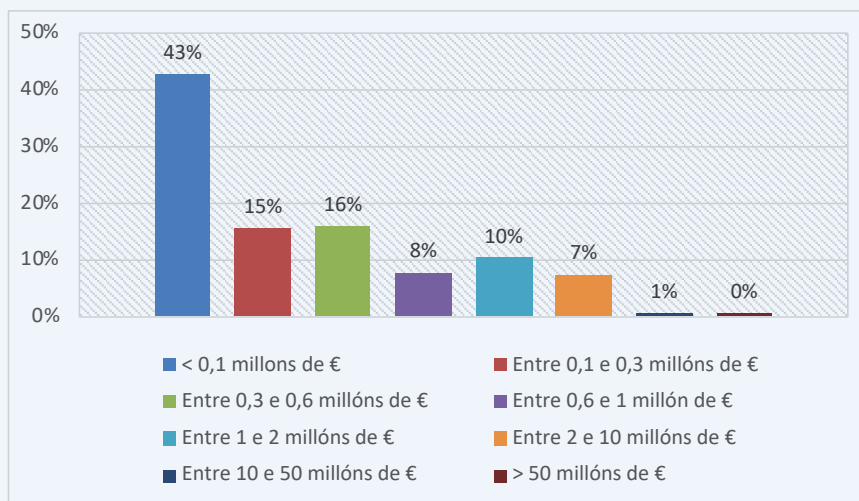
As fórmulas xurídicas relevantes son as sociedades limitadas (53 %) e persoas autónomas (34 %).

As empresas distribúense en porcentaxes homoxéneas entre as que teñen menos de 10 anos de vida, entre 11 e 20 e máis de 21 anos.

O 43 % das empresas consultadas factura menos de 100 000 euros ao ano.

O 59 % da mostra ten cinco ou menos persoas empregadas.

Gráfica 1: Cifra de negocio no ano 2019



Fonte: Universidade da Coruña

IMPACTO DA COVID-19

O 75 % da mostra considera que a súa facturación se reducirá como mínimo o 60 % en 2020 respecto a 2019.

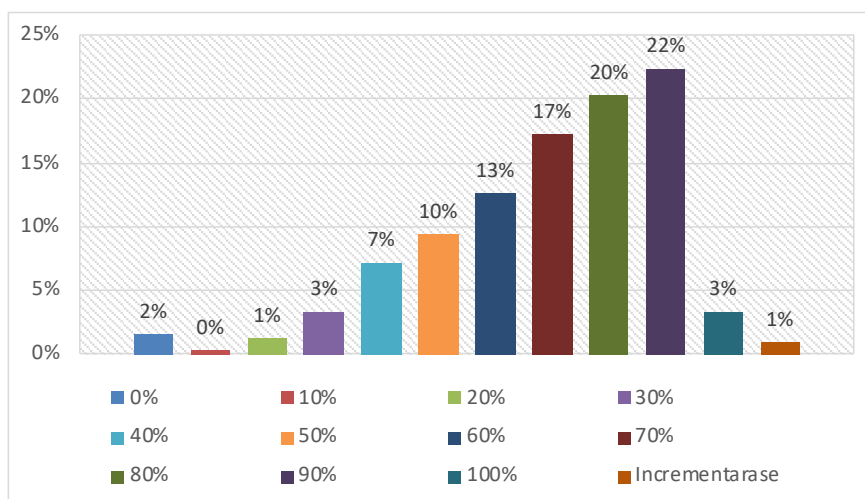
O 45 % das empresas consultadas non tiveron persoas traballadoras en ERTE en 2020.

O 78 % dos empresarios e empresarias enquisados non despediron persoas traballadoras a causa da pandemia.

O 62 % da mostra percibe un cambio de perfil do visitante.

Catro de cada cinco empresas consideran que a situación provocada pola pandemia é de extrema gravidade.

Gráfica 2: Previsión de redución da facturación en 2020 respecto a 2019



Fonte: Universidade da Coruña

VALORACIÓN DO CLIMA EMPRESARIAL

As principais demandas do sector ás administracións, por orde de importancia, son:

- Reducións fiscais
- Axudas directas a fondo perdido
- Axudas directas ao emprego
- Promoción dos destinos
- Acceso ao crédito
- Incentivos á demanda turística por medio de bonos
- Axudas directas para adaptación dos establecementos en materia de seguridade

Se ben o sector valora como adecuado o confinamento inicial da poboación, enténdese que o proceso de desconfinamento tras a primeira vaga foi apresurado e sen control.

Determinadas axudas ao consumo, como o bono turístico #Quedamos en Galicia, reciben unha valoración positiva, se ben se definen como mellorables en termos de promoción e requerimentos.

Durante o confinamento reforzáronse as liñas de colaboración entre empresas e fomentouse o asociacionismo. Así mesmo, desenvolvéronse procesos formativos e, en xeral, incidiuse en liñas de mellora tanto no que se refire a servizos como a captación de clientes e adecuación de establecementos.

Demándase máis coordinación entre administracións e que estas asuman as súas funcións sancionadoras.

FUTURO DO SECTOR

Seis de cada dez empresas enquisadas ven con optimismo o futuro, pois consideran que 2021 será mellor ano que 2020.

Cara ao futuro preocupan especialmente a supervivencia da pequena empresa, a precariedade e inestabilidade do emprego e o aumento do intrusismo.

Considérase que a pandemia acelerará cambios xa previstos no sector e no comportamento das persoas que viaxan. Algúns destes aspectos refírense ás estratexias de márketing, ao turismo de proximidade ou á flexibilización das ofertas.

Os novos produtos estarán máis vinculados á natureza e agárdase a aparición de novos segmentos que reduzan a dependencia do Camiño.

Precísase máis investimento en márketing enfocado ao público de proximidade.

Os modelos de xestión tenderán a ser máis colaborativos e baseados en alianzas, dixitalizados e con empresas máis profesionalizadas.

As empresas asumen que deben adaptarse ás novas tecnoloxías, tanto na xestión diaria como nos procesos de comercialización.

É preciso reducir a complexidade burocrática e acelerar trámites administrativos para o cobro das axudas.

O tecido empresarial debe incrementar o seu coñecemento acerca do reparto competencial en material de turismo.

3.2.- VALORACIÓNS DO SECTOR PÚBLICO E TECIDO ASOCIATIVO

Ao longo de 2020 as políticas públicas desempeñaron un papel fundamental á hora de adaptar os destinos á nova normalidade. As decisións tomadas polos diferentes niveis da administración teñen consecuencias directas no sector, ben sexa desde un punto de vista restritivo (por exemplo, mediante pechamentos sectoriais ou limitacións de capacidade) ou ben a través de axudas ou compensacións. No Anexo: Informes de diagnose para a elaboración do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro pódese coñecer o detalle das principais **políticas impulsadas desde os diferentes niveis da administración**, desde a Unión Europea ata as administracións locais, pasando polos gobernos nacional e autonómico.

Como parte da metodoloxía de traballo participativa do presente plan, planificouse a celebración de **mesas de traballo** coa finalidade de coñecer de primeira man a opinión do sector público galego sobre o impacto da pandemia no turismo de Galicia e os plans e medidas necesarios para afrontar o futuro máis inmediato.

Nesta fase participaron **72 persoas de 43 entidades diferentes, en 9 mesas de traballo telemáticas**, celebradas ao longo do mes de novembro de 2020. As persoas participantes foron seleccionadas en función dos cargos de representación e xestión desempeñados. Deste xeito, contou coas opinións de responsables políticos e altos cargos da administración auto-

nómica, alcaldes, alcaldesas e persoal técnico municipal, así como de diversos responsables doutros ámbitos da administración con competencias en turismo.

Desde o punto de vista metodolóxico, as mesas adoptaron un formato focus group e un esquema homoxéneo. Procurouse aplicar un enfoque descentralizador que reflectise a gran diversidade territorial e turística de Galicia, abrangendo destinos de interior e de litoral, urbanos e rurais, e mesmo considerando a necesidade de representar proporcionalmente a cada unha das provincias de Galicia.



Hórreos en Combarro

A continuación, preséntanse as principais conclusións extraídas deste proceso:



PRINCIPAIS CONCLUSIÓN DAS MESAS DE TRABALLO

É unánime a solicitude de medidas de apoio para as empresas e persoas autónomas do sector turístico, que precisan axudas económicas ante o desplome da actividade provocado pola COVID-19.

Hai que dar continuidade aos plans de reactivación do sector, mediante axudas directas a persoas autónomas e pequenas empresas para compensar as perdas económicas e para diminuír a mortalidade empresarial.

Débense impulsar liñas de axuda a emprendedores que aproveiten novos nichos de mercado.

É importante reactivar a actividade no sector MICE, mediante liñas de subvención específicas.

É necesario dar continuidade aos convenios co tecido asociativo para incidir na formación en cuestións hixiénico – sanitarias.

O previsible cambio de modelo turístico obriga a formar ás empresas e xestores de destino en novas tecnoloxías.

É imprescindible mellorar o acceso a internet en todo o territorio para superar a fenda dixital, polo que se deben aproveitar as oportunidades que se ofrecen ás empresas no marco da Estratexia Galicia Dixital 2030.

As diferentes restricións legais dos últimos meses racionalizaron os horarios do sector, o que provocou un achegamento aos horarios centroeuropeos, con xornadas laborais máis curtas e menor presencialidade.

Comeza a reflexionarse sobre o concepto de capacidade de carga, da man da necesidade de establecer limitacións de capacidade máxima de ocupación nos establecementos.

Todo o ecosistema turístico galego debe comprender a importancia da calidade fronte á cantidade.

A oferta dun destino seguro baséase non só na adopción das medidas hixiénico – sanitarias e protocolos precisos para ofrecer unha confianza mínima ás persoas usuarias, senón tamén en adecuadas políticas de comunicación e márketing que se adapten aos diversos escenarios.

Na comunicación do lema "Galicia destino seguro" é relevante trasladar, tanto a turistas como residentes, a boa cobertura sanitaria.

Son necesarias campañas que eviten actitudes de rexeitamento do turismo por parte da poboación local.

Hai que apostar pola diversificación na promoción do Camiño de Santiago, mediante o reforzo da visibilidade das rutas oficiais menos transitadas.

A pandemia obriga a redefinir a programación do Xacobeo 21-22, adaptándoa aos diferentes escenarios posibles.

As restricións á mobilidade internacional reduciron a mínimos o turismo estranxeiro e puxeron o foco no turismo doméstico, tanto galego como nacional.

A recuperación progresiva do turismo foráneo dependerá da evolución da pandemia e da recuperación da conectividade aérea con destinos nacionais e, sobre todo, internacionais.

Obsérvase un cambio de paradigma, baseado no paso dun turismo clásico con tendencia á masificación a un modelo que valora os espazos abertos e as baixas densidades, o cal supón unha gran oportunidade para o turismo de interior.

As restricións á mobilidade acurtaron a tempada turística nos destinos consolidados, o que obriga a poñer en marcha iniciativas desestacionalizadas.

Para a recuperación do turismo urbano é preciso aproveitar as convocatorias de plans de sustentabilidade turística, atinar nas campañas de promoción e beneficiarse dos plans de recuperación da actividade que impulsen as aeroliñas.

É clave apostar pola calidade e a sustentabilidade para adaptarse aos novos perfís de visitantes.

Entre as empresas turísticas identifícase un déficit de coñecemento do territorio, o que dificulta que sexan prescritoras e dinamizadoras da súa contorna.

Os traballos de planificación dos últimos anos fan que algúns destinos galegos contencun perfil de turista moi fiel.

A incerteza provocada pola pandemia obriga a buscar ferramentas que faciliten unha colaboración institucional efectiva e coordinada, co compromiso dos sectores público e privado e con interlocutores que teñan capacidade para dinamizar a execución dos proxectos.

É preciso continuar a senda da cooperación entre administracións con competencias en planificación, xestión e promoción do turismo.

No tocante aos xeodestinos, débese incrementar a súa participación na gobernanza turística e fomentar a comunicación e coordinación entre eles.

Como complemento ás mesas de traballo, realizáronse **6 entrevistas** en profundidade adicionais, neste caso a persoas que desempeñan funcións de xestión de destinos, así como a representantes do tecido asociativo. As entrevistas estiveron estruturadas en torno a dous bloques, un con preguntas relacionadas con posibles escenarios de futuro en Galicia, e outro relativo á súa opinión sobre as principais conclusións obtidas das mesas de traballo.



PRINCIPAIS IDEAS FORZA EXTRAÍDAS

O éxito da recuperación turística en Galicia reside na cooperación entre os diferentes niveis da administración, a cooperación público – privada e a actividade positiva da cidadanía.

É necesario concibir una nova tipoloxía de produtos turísticos, é dicir, produtos combinados e transversais que abran o camiño cara novas experiencias turísticas diversificadas.

Os desafíos do turismo esixen formación continua de todos os axentes involucrados.

A toma de decisións deberá consensuarse cos axentes territoriais e adaptarse aos diferentes escenarios impostos pola evolución da pandemia, o que condicionará a aplicación das medidas ata que se recupere a normalidade.

Apréciase un cambio de paradigma cara as 4 S: solidariedade, saúde, sustentabilidade e seguridade.

3.3.- CAMBIOS NOS PROCESOS DE MÁRKETING E COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA CON MOTIVO DA COVID-19

Co fin de analizar o **comportamento turístico durante o ano 2020** e co afán de realizar unha predición das **pautas de consumo que proliferarán no período posterior á COVID-19**, recorreuse novamente a técnicas cuantitativas e cualitativas para, por un lado, obter datos estatísticos procedentes dunha enquisa a público final e, por outra parte, recoller as impresións de persoas expertas mediante entrevistas. No Anexo: Informes de diagnose para a elaboración do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro afóndase en ambos procesos.

Para a **análise cuantitativa** elaborouse unha enquisa cuxa poboación obxecto de estudo son maioritariamente turistas de España e Portugal. Para ser máis exactos, o 89,19 % das persoas enquisadas son españolas (o 55 % de fóra de

Galicia, sobre todo de Madrid, Castela e León, Cataluña, Andalucía e a Comunidade Valenciana). O proceso tivo lugar nos meses de outubro e novembro de 2020, cun total de **712 enquisas válidas**, e permitiu extraer conclusións acerca do comportamento turístico das persoas que viaxaron a partir do 14 de marzo de 2020, a imaxe de Galicia e as expectativas de consumo para o período posterior á pandemia.

A mostra analizada é bastante equilibrada en canto a xénero, cun 53,93 % de mulleres e un 46,07 % de homes. A idade media das persoas enquisadas é de 45 anos, cun claro dominio do tramo de 41 a 55 anos (48,17 %), case o dobre que o segundo intervalo de idade, o de 26 a 40 anos (24,02 %). A maioría ten estudos universitarios (73,74 %) e traballan por conta allea (66,01 %).



Muralla romana de Lugo

Os principais resultados da enquisa son os seguintes:



COMPORTAMENTO DAS PERSOAS QUE VIAXARON EN 2020 (PERÍODO COVID-19)

O 54,78 % das persoas consultadas viaxaron a partir de marzo de 2020.

A marxe de planificación das viaxes foi moi inferior á media habitual. Según Google, en 2019 as reservas facíanse cunha antelación media de doce semanas, mentres que o 61,53 % da mostra analizada planificou a súa viaxe nas dúas semanas previas. Concretamente, o 18,20 % fixeron a xestión dentro das 72 horas anteriores á viaxe.

A reserva en liña foi maioritaria (95,10 %), xa fose vía intermediación ou directamente con cada provedor de servizos.

Sete de cada dez persoas desprazáronse en vehículo propio. Resentíronse especialmente medios como o autobús ou o tren, con menos dun 2 % de elección cada un deles.

No que respecta ás fontes de información usadas para informarse das actividades turísticas, as amizades foron a preferencia (30,36 %), seguidas das ferramentas en liña: redes sociais, blogs turísticos e axencias de viaxe en liña, principalmente.

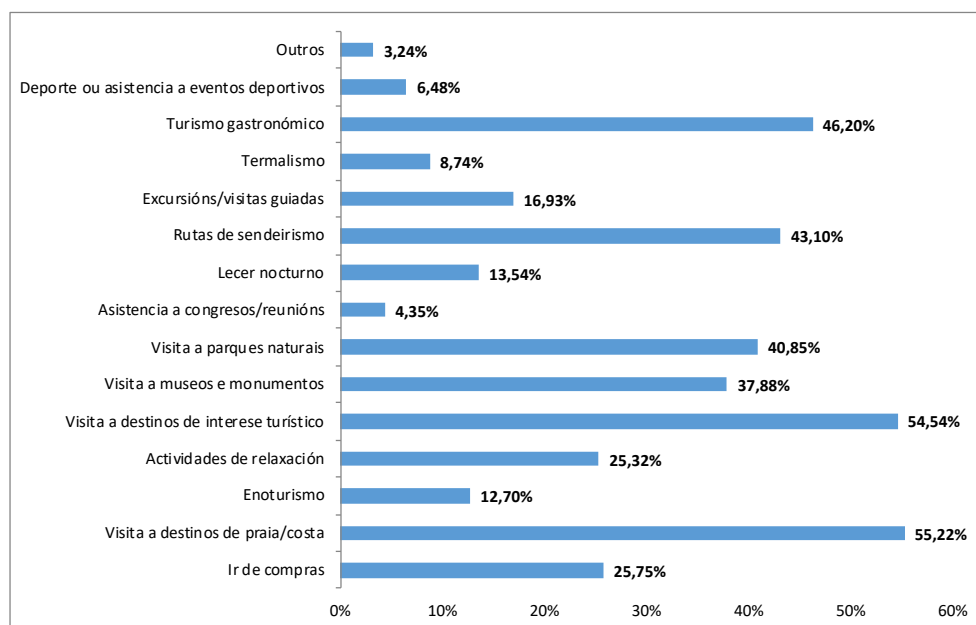
O confinamento disparou o consumo de internet e os dispositivos de acceso á información máis usados neste período foron o teléfono móbil e o ordenador, cun 44,23 % e un 40,28 % respectivamente.

Familia e parella foron os principais influenciadores e prescritores (3,93 de valoración media nunha escala do 1 ao 5), algo habitual no consumo turístico e no consumo en xeral. A continuación aparecen factores como a seguridade sanitaria (3,86 sobre 5), a seguridade cidadá (3,68) e o prezo (3,50).

O hoteis de máis de tres estrelas foron o aloxamento preferido polo 34,79 % da mostra, seguido de lonxe por outras opcións como as casas de familiares e/ou amigos (13,70 %), os apartamentos turísticos (11,23 %) ou os aloxamentos rurais (10,41 %).

No relativo ás actividades realizadas durante a estadia turística, o turismo de sol e praia adquiriu un papel protagonista, ao igual que a visita a destinos de interese turístico. Ambas opcións foron elixidas por máis da metade da mostra (un 55,22 % e un 54,54 %, respectivamente), seguidas polo turismo gastronómico (46,20 %), as rutas de sendeirismo (43,10 %) e a visita a parques naturais (40,85 %).

Gráfica 3: Actividades realizadas en destino durante 2020



Fonte: Universidade de Vigo





EXPECTATIVAS DE CONSUMO TURÍSTICO TRAS A PANDEMIA

Existe confianza no turismo, se ben se anteporá a seguridade ao lecer. O 52,94 % das persoas consultadas serán propensas (valoración de 4 nunha escala do 1 ao 5) ou moi propensas (valoración de 5 na mesma escala) a viaxar.

O 56 % da mostra afirma que tras a COVID-19 fará o mesmo número de viaxes que antes da pandemia, mentres que un 32 % prevé incluso aumentar o seu consumo turístico.

O 61,26 % farán uso do vehículo propio para desprazarse. As preferencias no que respecta aos medios de transporte mantéñense durante e tras a COVID-19.

En canto ás tipoloxías de turismo preferidas, as expectativas sitúan ao turismo de natureza en primeira posición seguido, por esta orde, do turismo gastronómico, o turismo de sol e praia, o turismo rural e o turismo cultural.

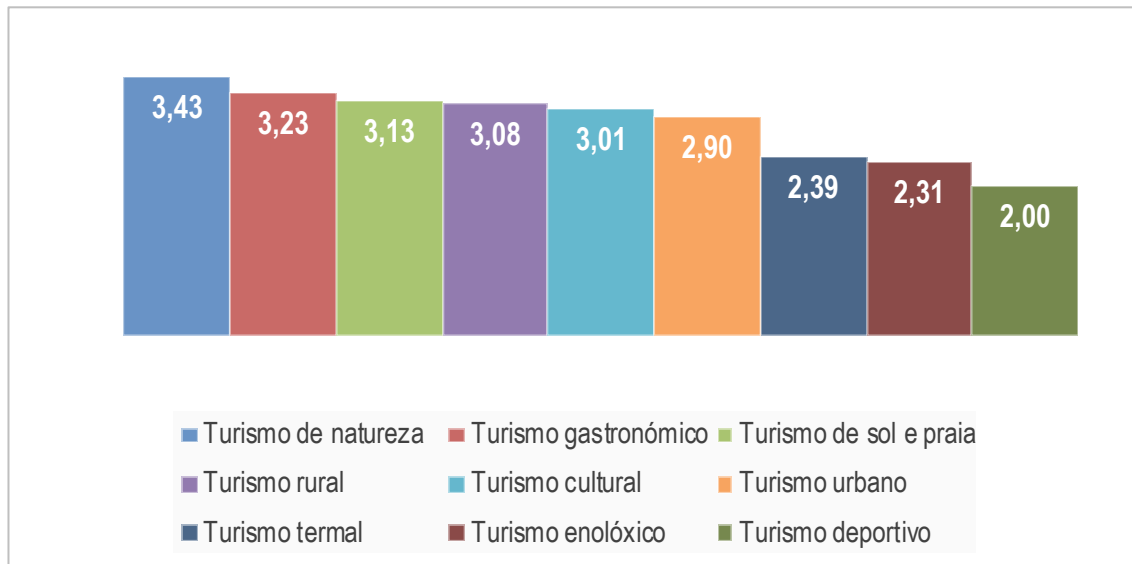
A tarxeta de crédito ou débito seguirá sendo o medio de pago maioritario, se ben o teléfono móbil comeza a ter protagonismo neste sentido.

Respecto aos influenciadores da elección turística, mantéñense os mesmos e a mesma orde reflectida para 2020, e incluso os valores medios se elevan: familia / parella (4,13), seguridade sanitaria (4,10), seguridade cidadá (3,96) e prezo (3,77). Tras a pandemia cobran relevancia factores como o seguro de cancelación ou o feito de que un destino sexa rural.

En cambio, os períodos de planificación asemellaranse máis á situación anterior á COVID-19: o 29,88 % das persoas enquisadas reservará as súas viaxes con máis dun mes de antelación e o 21,92 % polo menos un mes antes.

O hoteis de máis de tres estrelas manteñen a primeira posición como aloxamento preferido, se ben gañarán peso tanto os hoteis balneario como os aloxamentos rurais.

Gráfica 4: Expectativas de consumo turístico tras a pandemia (valoración nunha escala do 1 ao 5)



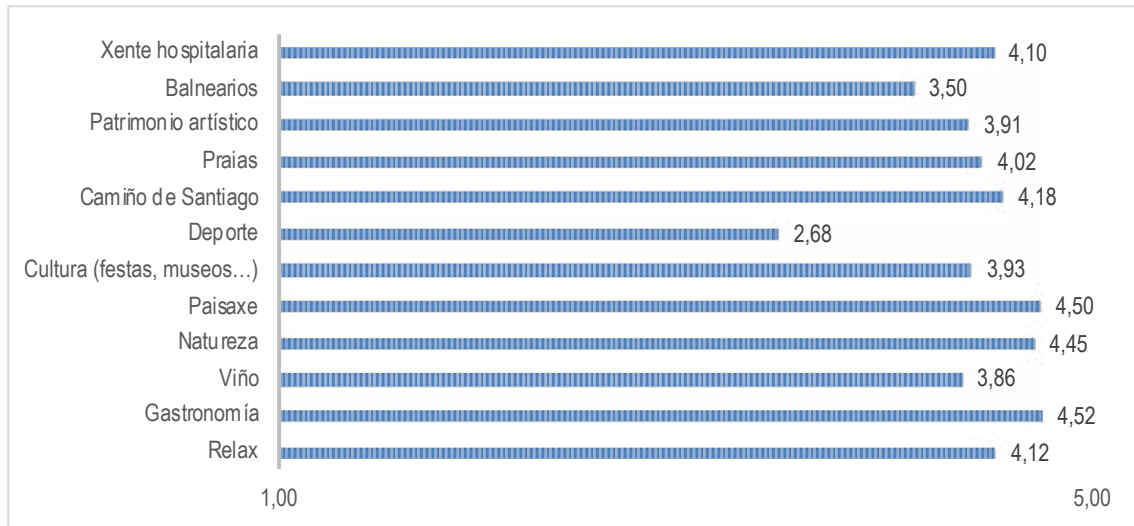
Fonte: Universidade de Vigo





POSICIONAMENTO DO DESTINO DURANTE A COVID-19

Gráfica 5: Grao de asociación con Galicia (valoración nunha escala do 1 ao 5)



Fonte: Universidade de Vigo

Destaca a vinculación de Galicia coa gastronomía, a paisaxe, a natureza, o Camiño de Santiago, o relax, a xente hospitalaria e as praias.

Á hora de definir Galicia cunha palabra, resáltanse conceptos vinculados aos anteriores atributos: natureza, verde, paraíso, gastronomía, calidade ou maxia. Isto refórzase coas imaxes empregadas para definir Galicia: mar, montaña, costa, camiño ou bosque.

En xeral enténdese a imaxe de Galicia como un todo, aínda que con tres grandes referentes: o Camiño de Santiago, a catedral de Santiago e as illas Cíes.

Á hora de pensar unha cor relacionada con Galicia, o 62 % das persoas enquisadas salientaron o verde, seguido do azul, elixido polo 24 % da mostra.

En relación ás frases empregadas para facer referencia a Galicia, estas son moi variadas, aínda que as palabras que máis se repiten son amor, casa, morriña, terra, lugar, natureza, gastronomía e paraíso. Recoñécense numerosos termos asociados a unha vinculación emocional positiva co destino, así como unha continua referencia a volver.

Respecto á **análise cualitativa**, esta baseouse en **61 entrevistas** en profundidade a persoas expertas en comercialización turística e comportamento do consumidor. Contactouse con profesionais técnicos do sector, así como representantes do eido universitario e da consultoría. Optouse polo deseño dunha entrevista semiestruturada, cun total de trece preguntas, e deuse certa liberdade para comentar aspectos relevantes a maiores de dar resposta ás cuestións propostas.

As entrevistas, realizadas durante o mes de novembro de 2020, permitiron obter información acerca dos posibles escenarios futuros, factores influenciadores no turismo tras a COVID-19, tipoloxías turísticas que terán éxito, fontes de información máis utilizadas ou o papel das novas tecnoloxías, entre outras cuestións. A continuación, recapitúlanse as principais conclusións:



PREDICIÓNS DE PERSOAS EXPERTAS ACERCA DA SITUACIÓN TURÍSTICA TRAS A COVID-19

En función da situación sanitaria, das diferentes restricións legais e, en gran medida, da eficacia do proceso de vacinación, contémpnanse os seguintes escenarios:

- o Ao longo de 2021 predominará o turismo interno e de proximidade (galegos e galegas), se ben co paso dos meses recuperarase o turismo nacional por estrada.
- o En 2022 predominará o turismo nacional, se ben o 52 % dos expertos e expertas consultados anticipa que se volverá á situación de normalidade anterior á pandemia.
- o Nove de cada dez persoas entrevistadas afirma que en 2023 a situación será de plena normalidade.



A Ponte Maceira

Imaxe 1: Tipoloxías turísticas que medrarán tras a COVID-19



Fonte: Universidade de Vigo

A seguridade será o principal factor contemplado á hora de elixir destino ou produto turístico. Destacan tamén cuestións que xa eran relevantes antes da irrupción do virus, como o prezo, a accesibilidade, a calidade, a sustentabilidade ou a proximidade do destino. Cabe salientar como un factor a ter en conta a situación económica persoal, en moitos casos dana-da pola crise económica.

Prevense cambios no consumo turístico. Medrarán o turismo de sol e praia, o turismo de natureza, o turismo gastro-nómico, os turismos cultural e urbano, e tamén se volverán a realizar viaxes internacionais. Por outra parte, existe a opi-nión de que modalidades como o turismo de negocios ou os cruceiros experimentarán unha recuperación máis lenta.

O modelo de axencia de viaxes tradicional perderá protago-nismo. Espérase unha hipe-respecialización de pequenos operadores en produtos ou ac-tividades para microsegmentos e mercados de maior complexi-dade.

No tocante ás fontes de infor-mación, á hora de tomar deci-sións outorgarase veracidade principalmente ás redes sociais e blogs, e ás opinións doutras persoas que realizaron con ca-rácter previo a viaxe en cues-tión. Así mesmo, consultaranse fontes gobernamentais para obter datos sanitarios.

O contacto en liña será o prefe-rido polos clientes e clientas á hora de comunicarse coas em-presas turísticas, por cuestións de rapidez de resposta, dispo-ñibilidade e prezo. As vías máis usadas serán o teléfono móbil e as redes sociais. Se ben a co-municación en persoa quedará relegada a un segundo plano, seguirá sendo útil para orga-nizar viaxes complexas ou que requiran un maior orzamento.

En canto aos hábitos de consumo, anticipáanse dous comportamentos diferenciados: por un lado, un grupo de persoas máis conservadoras que demorarán e meditarán as súas viaxes por un tempo, aprazando o gasto; e, por outra parte, un grupo de persoas que están desexando volver a facer turismo como antes. A curto prazo espérase unha maior presenza do primeiro colectivo, con preferencia por turismos de proximidade, non masivos e sustentables, así como pola esixencia de seguridade no destino e nos medios de transporte.

A flexibilidade nas políticas comerciais será primordial e predominarán turistas cun maior poder de decisión, que intercambiarán máis información con outros viaxeiros e viaxeiras, e que darán máis importancia ás emocións e ao factor experiencial.

As novas tecnoloxías desempeñarán un papel moi importante, posto que permiten personalizar a interacción coas persoas que realizan turismo antes, durante e despois da viaxe. O *big data*, a intelixencia artificial, a realidade virtual e a realidade aumentada provocarán cambios substanciais na experiencia turística e facilitarán a adaptación do proceso de venda aos gustos dos compradores.

Na promoción de destinos será clave poñer en valor as medidas de seguridade sanitaria implementadas, utilizar as emocións para optimizar a imaxe percibida polas persoas que se achegan ao destino e empregar estratexias que favorezan a personalización.

Se ben a comunicación tradicional seguirá empregándose en segmentos maduros, imperarán as estratexias dixitais para novos públicos obxectivos. Convivirán accións de promoción personalizadas para nichos reducidos coa presenza en medios de masas.



Faro de Illa Pancha

Miradoiro Mar de Fóra

04.

MEDIDAS IMPULSADAS POLA XUNTA DE GALICIA EN 2020 PARA GARANTIR A SUPERVIVENCIA DAS EMPRESAS

A COVID-19 ocasionou graves perdas económicas ao sector turístico galego ao longo do ano 2020. O impacto para o conxunto do exercicio acadou os 4199 millóns de euros (cun efecto directo de 2879 millóns e indirecto de 1320 millóns), o que implicou unha **caída interanual do produto interior bruto turístico de Galicia dun 61,7 %** respecto a 2019, según cálculos de Exceltur.

Neste contexto, era imprescindible que a Xunta de Galicia impulsara actuacións para garantir a supervivencia do tecido empresarial. En maio de 2020 presentouse o Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19, que contou cunha dotación orzamentaria de 26,8 millóns de euros.

A finalidade do plan era **impulsar a recuperación económica e a reactivación dos sectores cultural e turístico**, mediante o **fomento do emprego** e a **inxección de liquidez** no tecido empresarial.



OBXECTIVOS DO PLAN

Apoiar a viabilidade das empresas durante a transición cara o proceso de normalización.

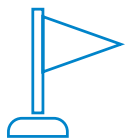
Reforzar as medidas xerais de mantemento do emprego en áreas especialmente sensibles.

Manter a cadea de valor dos sectores produtivos.

Crear instrumentos, dialogados cos axentes sectoriais, para favorecer a recuperación da estrutura empresarial.

Establecer estratexias que posibiliten a adaptación ao novo escenario socioeconómico xerado pola evolución epidemiolóxica da COVID-19.

Impulsar procesos integrais que permitan ofrecer garantías hixiénico – sanitarias.



OBXECTIVOS ESPECÍFICOS NO EIDO TURÍSTICO

Reforzar a marca propia e potenciar os seus atributos referenciais de calidade.

Potenciar a competitividade dos profesionais e empresas turísticas galegas.

Impulsar novos produtos e solucións enfocadas ao novo escenario global posterior á crise sanitaria.

Reaxustar as campañas de promoción tomando como referencia o mercado de proximidade e o Camiño de Santiago.

Crear protocolos e certificar medidas hixiénico – sanitarias.



Hórreos na Merca

O Plan contemplou un investimento de 26,8 millóns de euros, dos cales preto de **11 millóns** estaban destinados a financiar 25 medidas relativas ao sector turístico e **5,6 millóns** a 11 medidas transversais enmarcadas no Xacobeo 2021¹. A súa execución, ben con recursos propios ou vía convenios con outras entidades, abrangueu o intervalo de meses que transcorre entre maio e decembro de 2020.

Táboa 1: Resumo orzamentario dos eixes con incidencia no sector turístico

TURISMO	
EIXE DE ACTUACIÓN	ORZAMENTO ESPECÍFICO
Accións de promoción de Galicia e reactivación da demanda	2 020 000 €
Creación de novos produtos turísticos	1 871 000 €
Apoio ao tecido empresarial e mantemento do emprego turístico	5 100 000 €
Formación, competitividade e innovación	1 970 000 €
XACOBEO 2021	
EIXE DE ACTUACIÓN	ORZAMENTO ESPECÍFICO
Medidas transversais enmarcadas no Xacobeo 2021	5 645 000 €

Fonte: Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19 (Xunta de Galicia)



Ao longo de 2020, a Xunta de Galicia inxectou ao redor de **70 millóns de euros** no sector turístico para garantir a supervivencia das súas empresas.

No tocante ao eido turístico, identificáronse catro eixes de actuación diferenciados. O primeiro centrouse na **adaptación da promoción do destino ao novo contexto** e en accións de colaboración con outras entidades para impulsar a imaxe de Galicia como destino seguro. O segundo bloque enfocouse na **creación de novos produtos turísticos** co obxectivo de potenciar a recuperación do tecido produtivo. O terceiro eixe, o de maior partida orzamentaria, incluíu **medidas de apoio ás empresas**, especialmente para adecuar a súa operativa diaria á nova situación hixiénico – sanitaria. O cuarto apartado deu cabida a **actuacións formativas, de asesoramento e de incentivo do consumo**.

No marco do plan, cabe destacar o programa Galicia Destino Seguro como un dos máis relevantes. Consistiu nun conxunto de medidas que tiñan unha dobre finalidade: por un lado, garantir a adaptación do sector ao novo escenario e, por outra parte, que as persoas que se achegan a Galicia o fagan con total confianza. Traballouse en catro ámbitos diferenciados: a **información**, coa elaboración e publicación de manuais e protocolos hixiénico – sanitarios; a formación, a través de diferentes cursos gratuítos e certificables; o **asesoramento** e o **financiamento** para que empresas e profesionais do sector turístico se adaptaran ás novas circunstancias.

¹No momento da presentación do Plan aínda non fora ampliado o Ano Santo ao 2022, polo que aínda se facía referencia ao Xacobeo 2021 e non ao Xacobeo 21-22.

Tamén foi reseñable a posta en marcha do bono turístico #Quedamos en Galicia, que contou cunha dotación orzamentaria inicial de 1,5 millóns de euros que sería ampliada aos 5 millóns.

A maiores do Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19, **desde a Xunta de Galicia impulsáronse outras axudas específicas para o sector turístico**. Concretamente, o Instituto Galego de Promoción Económica (Igape) dedicou 5,9 millóns de euros ao programa Reactiva Turismo, cuxo obxecto foi garantir a seguridade laboral e contribuír a xerar confianza nas persoas consumidoras mediante a adopción de actuacións para crear espazos seguros. Con esta iniciativa financiáronse medidas de protección para persoas traballadoras e clientes, adaptáronse espazos para reducir o contacto físico e instaláronse equipos de desinfección ou ventilación, entre outras accións. Pola súa parte, o propio Igape publicou en 2020 as axudas para a instalación, reforma e adaptación das terrazas dos establecementos de hostalería e restauración e a adquisición de elementos de envasado e empaquetado para o servizo de consumo no domicilio.

Ao longo do ano puxéronse en marcha **actuacións de carácter transversal** e multisectorial para garantir a supervivencia do tecido empresarial, **das cales tamén se puido beneficiar o sector turístico**. Entre estas medidas, promovidas na súa maior parte polo Igape, inclúense:

Axudas a proxectos de dixitalización para facer fronte á COVID-19 (Cheques Dixitalización). Concretamente, o sector turístico recibiu máis de 3 millóns de euros por esta vía.

Apoio no acceso ao crédito ás pemes e persoas autónomas, mediante avais e asumindo a totalidade dos intereses.

Aprazamento do pago das cotas de amortización e xuros de liquidación dos préstamos formalizados co Igape e Xesgalicia.

Refinanciamento de débedas co Igape.

Axudas ás persoas traballadoras e ás empresas afectadas por expedientes de regulación temporal de emprego de suspensión de contratos ou redución da xornada para favorecer o mantemento do emprego ante flutuacións da economía.

Axudas aos servizos de desenvolvemento estratéxico, profesionalización, innovación e dixitalización no marco do programa Re-Acciona.

No mes de novembro, a Consellería de Emprego e Igualdade puxo en marcha o primeiro **plan de rescate** das persoas autónomas, as micropemes e pequenas empresas afectadas pola crise da COVID-19. Concretamente, destináronse en axudas directas 30 millóns ás persoas autónomas e 37 millóns ás microempresas, co obxectivo de inxectarlles liquidez para asumir as súas obrigas empresariais, garantir a súa supervivencia e o manter o emprego. A esta iniciativa transversal, que pretendía apoiar a sectores especialmente paralizados a causa da pandemia, uniuse un programa de rescate específico para hostalería, cunha dotación orzamentaria de 17 millóns de euros. En total, **este primeiro plan de rescate permitiu inxectar ao sector da hostalería cerca de 40 millóns de euros**.



O Cebreiro

05.

ASPECTOS FACILITADORES E LIMITADORES



Aspectos facilitadores

Compromiso da administración para o mantemento da actividade e a conservación de postos de traballo no sector, mediante a posta en marcha de plans de reactivación e rescate.

A dispoñibilidade de fondos *Next Generation* supón unha importante inxección económica para reanimar o sector e para sentar as bases dun novo modelo turístico máis sustentable, dixitalizado e competitivo.

Existe predisposición a viaxar na sociedade: cando se permite a mobilidade, hai actividade turística.

Galicia ten unha menor dependencia do turismo internacional que outros territorios de España.

Moderado optimismo respecto aos meses de tempada alta de 2021, principalmente polo comezo da vacinación e polo impulso que pode supoñer o Xacobeo 21-22. Seis de cada dez persoas consultadas no proceso participativo considera que a situación mellorará en 2021 respecto a 2020.

Os establecementos regrados galegos resistiron mellor o impacto da crise no tocante á demanda: en 2020 rexistraron un descenso interanual do 56,8 % no número de noites, fronte á caída do 69,3 % do total nacional.

Galicia sitúase entre as CC.AA. que reflectiron un mellor comportamento da demanda en 2020 no tocante aos apartamentos turísticos (2ª a nivel nacional, cunha caída interanual do 28,8 % no número de noites) e campings (5ª CC.AA. española con menor descenso, un 32,0 % respecto a 2019).

A estadia media incrementouse en 2020 un 10,5 % en establecementos regrados galegos respecto a 2019.

Boa evolución dos principais indicadores da demanda nos anos previos á COVID-19: Galicia estaba medrando como destino.

O Camiño de Santiago é o principal elemento de atracción de visitantes a Galicia e antes da chegada da COVID-19 rexistraba cifras récord de peregrinos e peregrinas ano tras ano.

Ampliación do Ano Santo a 2022. O Xacobeo 21-22 e o Camiño son vehículos excepcionais para a posta en valor de Galicia no exterior.

Os principais atributos de Galicia como destino seguen vixentes: na mente dos visitantes evoca natureza, paisaxe, gastronomía e relax, e asóciase ás cores verde e azul.

A gran cantidade de recursos relevantes en Galicia a nivel patrimonial e cultural, así como a diversidade paisaxística e espazos naturais protexidos, facilitan a creación de experiencias.

As persoas consultadas durante o proceso de diagnose coinciden en que tras a pandemia emerxerán tipoloxías de turismo como natureza, sol e praia, rural e cultural, para as cales Galicia conta cunha boa oferta de recursos.

A potencia da marca Galicia e o seu bo posicionamento nos principais mercados emisores nacionais.

Vinculación emocional positiva dos turistas co destino, así como unha continua referencia a volver no futuro. Moitos territorios galegos teñen o seu perfil de turista fidelizado. Galicia é percibida como un destino hospitalario.

Cambio de paradigma nos hábitos de consumo, priorizando un turismo que valora os espazos abertos e as baixas densidades de persoas, así como o compromiso co medio natural e as comunidades locais.

Preferencia a curto prazo por turismos non masivos e sustentables, valorándose a proximidade do destino como un elemento máis de seguridade.

Potencial do turismo de natureza e do ecoturismo para o desenvolvemento sustentable (social, económico e medioambiental) do rural e como elemento desestacionalizador.

Os destinos e aloxamentos rurais aparecen entre as preferencias dos das persoas consumidoras no curto e medio prazo. O patrimonio material e inmaterial, a diversidade natural e as posibilidades para a práctica de actividades ao aire libre, así como contar con espazos de baixa densidade de poboación son vantaxes competitivas de partida.

O auxe do sendeirismo nos últimos anos, así como a proliferación de rutas e itinerarios turísticos, contribúen á valorización e recuperación de recursos territoriais infrautilizados.

A creación de experiencias ecoturísticas desempeñará un rol importante na captación de segmentos internacionais, cun poder adquisitivo medio-alto, con formación e sensibilidade co medio. Sirva como exemplo o turismo ornitolóxico.

O crecente interese polo coidado da saúde e o benestar, xunto coa riqueza mineromedicinal e a oferta de prazas hoteleiras en balnearios de Galicia, outorgan un gran potencial ao turismo termal.

Do proceso de diagnose extráese que o turismo náutico non só aguantou os efectos da crise, senón que incluso viu como melloraba o comportamento da súa demanda.

Potencial das cidades galegas como destino base para turistas de estadia media (4-5 días) que fan noite nas mesmas e coñecen Galicia en diversas excursións diarias.

A chegada definitiva do AVE supón unha gran oportunidade para a comercialización de *city breaks* e escapadas de fin de semana durante todo o ano.

Tanto a finalización da conexión vía AVE como as boas comunicacións por estrada coa meseta favorecen ao destino nun momento no que predominan as viaxes de curta distancia en vehículo propio.

Impulso ao patrimonio galego para o seu recoñecemento internacional. Sirvan como exemplo as candidaturas a Patrimonio Mundial da Ribeira Sacra e da "Cidade de Ferrol: porto da Ilustración".

Potencial do Xacobeo 21-22 como elemento descentralizador, grazas á programación de iniciativas culturais en todo o territorio galego.

Galicia é percibida polas persoas visitantes como un destino cunha excelente relación calidade – prezo.

Iniciativas como Elixé Galicia ou o bono #Quedamos en Galicia incentivan o consumo turístico.

Aposta decidida, desde os eidos público e privado, pola calidade: Galicia é unha referencia nacional en canto a certificacións da Q de Calidade Turística e varios territorios galegos están adheridos ao Sistema Integral de Calidade Turística en Destinos (Sicted).

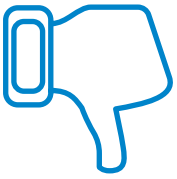
Papel da Eurorrexión Galicia - Norte de Portugal como elemento creador de sinerxías entre ambos destinos.

Oferta formativa de calidade, liderada polo Centro Superior de Hostalería de Galicia e as tres universidades públicas galegas.

Percíbense avances no traballo conxunto entre diferentes administracións.

O parón provocado pola pandemia é unha oportunidade para repensar o modelo de destino que Galicia quere ser.





Aspectos limitadores

O 82,6 % dos empresarios e empresarias consultados no proceso participativo consideran que a situación xerada pola pandemia é de máxima gravidade, con grandes perdas económicas e destrución de emprego.

Agás tipoloxías de negocio moi específicas, a cadea de valor turística sentiuse de forma considerable coa chegada da COVID-19. Os aloxamentos teñen moitas dificultades para chegar a umbrais de ocupación que permitan cubrir custos; a hostalería séntese demonizada; a situación regulatoria fai especialmente complexa a situación das axencias de viaxe; actividades como o enoturismo, guías ou o turismo activo tiveron dificultades para reanudar a súa actividade.

Durante a fase de escoita ao sector, dúas de cada tres empresas consultadas manifestaron que as medidas tomadas polo conxunto das administracións ante a COVID-19 foron pouco ou nada adecuadas. O xuízo é moi crítico coas administracións locais e máis benévolo coa administración autonómica.

Preocupación pola supervivencia das pequenas empresas: a empresa turística galega é maioritariamente unha micropeme (o 58,09 % das entidades consultadas durante o proceso participativo reportan unha facturación anual inferior aos 300 000 euros e un 58,87 % contan con cinco ou menos empregados), o cal facilita unha elevada morbilidade empresarial.

O número de persoas empregadas no sector turístico galego reduciuse un 31,6 % en 2020.

Ao longo de 2020 combinouse unha crise de oferta (o número de prazas dispoñibles en establecementos regrados galegos caeu un 31 %) cunha crise de demanda (os descensos interanuais en persoas viaxeiras e noites foron do 60,9 % e do 56,8 %, respectivamente).

Asturias e Cantabria, competidoras directas, resistiron mellor o envite da crise na demanda (o número de noites reduciuse respecto a 2019 un 38,8 % e un 43,0 %, respectivamente, fronte ao 56,8 % de Galicia).

Os descensos en tarifas e ocupación hoteleira tiveron consecuencias moi negativas nos ingresos e na rendibilidade (-62,3 % e -42,9 % interanual en 2020 respecto a 2019).

O volume de noites consumidas por persoas estranxeiras en aloxamentos regrados galegos baixou un 79,9 % en 2020.

Os establecementos rurais de Galicia tiveron un peor comportamento en termos de demanda respecto a outras CC.AA (ocupa o penúltimo posto a nivel nacional, cun 57,4 % de descenso no número de noites respecto a 2019).

Os aloxamentos de destinos urbanos galegos sentiron con moita intensidade o efecto sobre a demanda, especialmente Santiago de Compostela que perdeu tres de cada catro noites a nivel estatístico en 2020.

As viaxes de negocios caeron drasticamente debido aos efectos da pandemia, o que provocou un forte descenso de viaxeiros e viaxeiras aloxados en establecementos regrados, sobre todo no segundo e cuarto trimestre de 2020.

O número de Compostelas expedidas en 2020 reduciuse un 84,5 % respecto ao ano anterior, que supuxera o récord na serie histórica.

Cancelación da práctica totalidade das accións previstas para o ano previo ao Xacobeo 21-22.

O tráfico aeroportuario caeu en 2020 un 68,2 % nos aeroportos galegos.

A declaración da pandemia supuxo a cancelación de todos os cruceiros desde marzo de 2020, polo que no cómputo do ano os portos galegos recibiron un 94,0 % menos de cruceiristas.

Os continuos cambios legais e normativos derivados da situación de excepcionalidade están xerando grandes dúbidas nas empresas.

Bótase en falta unha acción sancionadora máis enérxica por parte das administracións con aquelas empresas e persoas usuarias que non cumpren os protocolos sanitarios.

O sector solicita maiores reducións fiscais, así como axudas directas ao emprego e axudas a fondo perdido para financiar o gasto corrente.

Demándase máis coordinación entre administracións para facilitar a burocracia no acceso ás axudas e a axilidade na súa concesión.

O curto prazo seguirá dominado pola incerteza e pola dependencia da evolución da crise sanitaria, polo menos ata que se estime que existe inmunitade de rabaño ou ata que se declare oficialmente rematada a pandemia.

Ao longo de 2020 percibiuse certa desconfianza ante a chegada de turistas doutros territorios, aínda que se trata de casos puntuais e temporais.

Menor capacidade de gasto das familias debido á crise económica e menor porcentaxe dedicado a turismo na cesta da compra.

O gasto medio diario das persoas que visitan Galicia segue moi por debaixo do rexistrado no cómputo do estado, a pesar de que segue unha tendencia alcista nos últimos anos.

Prevese un importante incremento das reservas de última hora e unha maior flexibilización das condicións de cancelación, o cal resta marxe de manobra ás empresas na súa planificación.

Forte impacto da crise nas axencias de viaxe tradicionais, tanto físicas como as que traballan en liña, que precisarán especializarse en segmentos concretos.

A competencia pola captación de novos nichos de mercado será moi intensa nos vindeiros anos e outros destinos están mellor preparados de partida.

Durante o ano 2020, viño e balnearios non estiveron entre os atributos máis identificados con Galicia, a pesar de contar con cinco denominacións de orixe e ser a segunda CC.AA. con máis balnearios.

A despoboación e a escasa puxanza económica do rural dificultan o desenvolvemento e consolidación de actividade turística nun segmento moi demandado no actual contexto de pandemia.

O sector turístico galego apenas conta con empresas coa dimensión suficiente como para exercer un efecto tractor sobre a actividade da súa contorna.

Necesidade de actualización dixital do tecido empresarial e dos xestores de destino para aproveitar o potencial das novas tecnoloxías nos procesos de promoción e comercialización, así como na interacción coas persoas usuarias, de cara a competir no mercado global nos vindeiros anos.

Persistencia e continuidade da fenda dixital, con problemas de acceso á rede en moitos territorios.

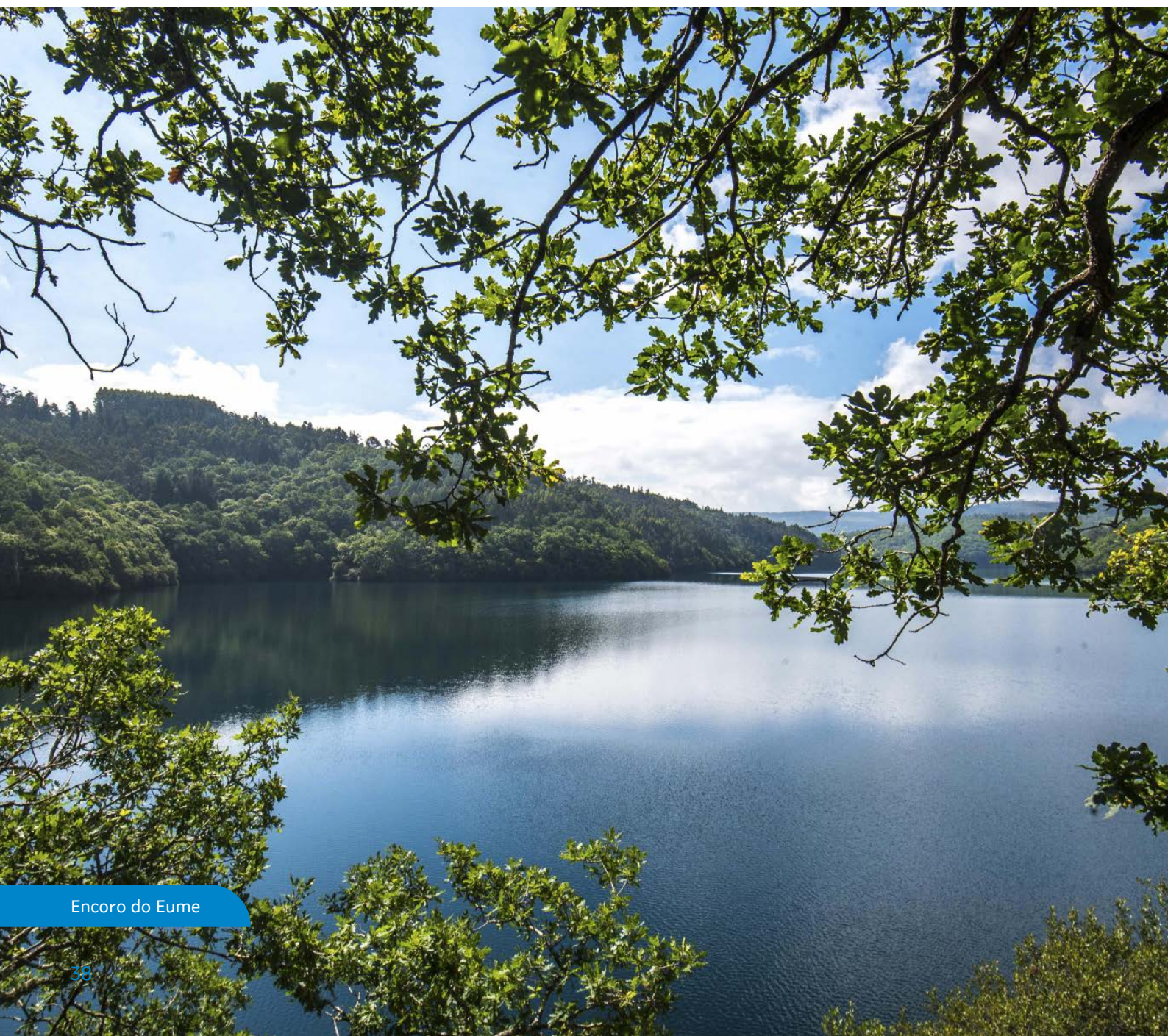


O feísmo segue presente en ámbitos rurais e urbanos, con moitos exemplos susceptibles de actuación no patrimonio arquitectónico e paisaxístico.

Escasa concienciación medioambiental por parte do sector turístico privado.

Existe marxe de mellora no tocante ás condicións de accesibilidade universal na oferta turística galega.

Déficit de coñecemento do territorio e da oferta turística da contorna por parte de empresarios e traballadores do sector.



Encoro do Eume



Pazo de Oca

06. MISIÓN, OBXECTIVOS ESTRATÉXICOS E VISIÓN DO PLAN DIRECTOR

Antes de pasar a definir a misión do presente plan director e a visión do destino en clave 2023, é preciso recalcar unha serie de ideas relevantes que marcan o novo paradigma.

A **"vella normalidade"** non volverá nos vindeiros meses. Existe a sensación de que a actividade turística se recuperará en canto se normalice a situación sanitaria pero cun **escenario diferente**. A sociedade volverá a viaxar pero hai pautas de comportamento que mudarán. A curto e medio prazo, as expectativas son as seguintes:



Existe unha confianza xeneralizada no turismo. A predisposición é positiva para viaxar unha vez finalice a pandemia.



Os mercados emissores de turistas para Galicia manterán o seu consumo e incluso o aumentarán.



Predominará o turismo doméstico, con preferencia polo uso do vehículo propio e incremento dos grupos reducidos.



Os viaxeiros e viaxeiras reservarán con menos antelación e buscarán condicións flexibles para unha hipotética cancelación.



A recuperación dos desprazamentos de longa distancia será máis tardía.

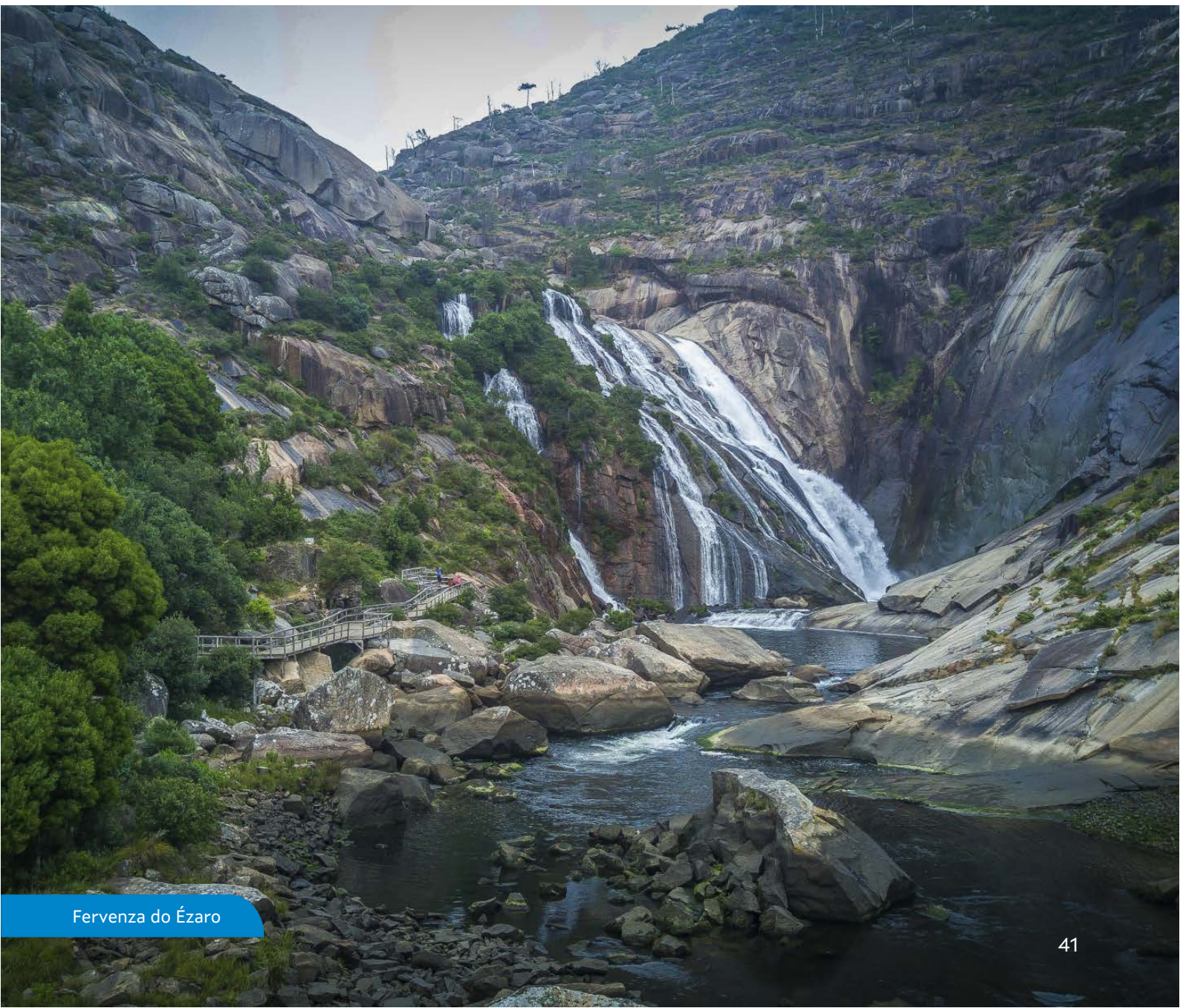
A día de hoxe, **as persoas antepoñen a seguridade ao lecer á hora de elixir destino**. Neste sentido, as certificacións de saúde e seguridade son un elemento clave e son sinaladas como un dos principais motivos á hora de planificar a viaxe. A implantación de protocolos sanitarios que aseguren a seguridade do destino ten unha

importancia capital, pero non basta con ser un destino seguro, senón que tamén o ten que percibir o usuario. Por tanto, a promoción e comunicación desempeñarán un rol decisivo para que a demanda perciba a Galicia como un destino seguro.

Os valores e atributos diferenciadores de Galicia como destino, definidos na Estratexia de Turismo de Galicia 2020, **manteñen a súa vixencia e son ideais para artellar unha oferta turística adecuada para o futuro próximo**. Entre as máis de 700 persoas enquisadas, destaca a vinculación de Galicia coa gastronomía, a paisaxe, a natureza, o Camiño de Santiago, o relax, a xente hospitalaria e as praias.

A dixitalización é o gran catalizador do cambio empresarial: na xestión do día a día, na relación con provedores, na interacción con clientes, na creación e comercialización de produtos e servizos, no seguimento da competencia etc. A transformación dixital do sector é unha obriga e, ao mesmo tempo, unha oportunidade no contexto actual.

A proposta de destino debe ser coherente coa demanda social dun turismo sustentable e aliñado coa Axenda 2030 das Nacións Unidas.



A conxuntura especial do momento require planificar actuacións a executar nos próximos 2-3 anos, con vistas a deseñar con posterioridade unha nova folla de ruta a longo prazo que contemple propostas para o resto da década.



Por tanto, defínese a seguinte misión do plan director:

Impulsar coa maior celeridade posible a reactivación turística de Galicia tras a crise sanitaria, económica e de emprego provocada pola COVID-19 no sector, de tal maneira que se conte cunha oferta forte e consolidada que permita recuperar en 2023 os indicadores de ocupación, rendibilidade e gasto previos á crise.

Como consecuencia desta misión, establécense os seguintes **obxectivos estratéxicos**, que marcarán a pauta á hora de delimitar as diferentes liñas de traballo do presente plan:

01.

Reanimar a actividade do sector turístico galego e minimizar os danos que a crise sanitaria provocou no tecido empresarial e na confianza das persoas que viaxan.

02.

Afianzar a imaxe de **Galicia como destino seguro no curto prazo**, co obxectivo de recuperar o favor dos turistas.

03.

Impulsar proxectos tractores que aceleren a recuperación do sector.

04.

Deseñar unha estratexia de sustentabilidade de Galicia desde o punto de vista turístico, en liña cos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable da Axenda 2030.

05.

Posicionar a Galicia como destino preferente na mente dos novos consumidores e consumidoras turísticos

06.

Estimular a innovación e a intelixencia turística.

07.

Reforzar a gobernanza turística a través da coordinación entre diferentes niveis da administración e mediante a colaboración público-privada, imprescindibles nun sector tan transversal.

Ademais destes fins cualitativos, contémplanse metas cuantitativas. O ano 2020 deixou a cifra oficial de turistas en establecementos regrados galegos na contorna dos 2 millóns de visitantes. **Aspírase a recuperar a senda do crecemento, de tal maneira que ao remate de 2023 o listón se volva a situar por riba dos 5 millóns de persoas.**

Para poder acometer o cumprimento destas metas, Galicia conta con **elementos diferenciadores**: a natureza e a paisaxe, a cultura e o patrimonio, así como a gastronomía definen a identidade de Galicia como territorio e como destino turístico. Ademais, o feito de ser o **espazo xeográfico onde conflúen todas as rutas do Camiño de Santiago e contar con tres Anos Santos nun período inminente de once anos** (2021-22, 2027 e 2032) debe exercer un efecto panca que acelere a recuperación da actividade e que reactive a chegada de turistas internacionais nos vindeiros anos.

A **hospitalidade** dos galegos e galegas é unha cualidade altamente destacada polos visitantes e supón un valor de especial relevancia en tempos nos que é preciso trasladar ás persoas consumidoras unha imaxe de seguridade en todas as súas dimensións.

Antes da declaración da pandemia Galicia era un destino en expansión apoiado nunha excelente relación calidade / prezo, e aspira a volver a esa senda de crecemento dando continuidade á **aposta pola calidade** desenvolvida nos últimos anos e outorgando **protagonismo tanto ao rural como ás cidades galegas como elementos desestacionalizadores.**



Castro de Viladonga



A partir do comentado, artéllase a visión do plan director, formulada como a aspiración do destino de cara ao ano 2023:

Galicia é un destino seguro e de calidade, que mellora o seu posicionamento nacional e internacional tras a crise da COVID-19 grazas aos seus atributos característicos: a natureza e a paisaxe, a hospitalidade da súa xente, o patrimonio, a gastronomía e a cultura propia que lle outorgan o seu carácter singular e único, co Camiño de Santiago como principal embaixador da marca Galicia.

O sector turístico galego inicia un proceso de transformación cara o horizonte 2030 baseado en catro piares:

PIAR 1

A calidade como sinal de identidade do sector.

PIAR 2

A seguridade e hospitalidade no destino.

PIAR 3

O uso intensivo da tecnoloxía e o impulso da innovación.

PIAR 4

A sustentabilidade 360° como elemento vertebrador de todas as accións.

Para facilitar e organizar a planificación de actuacións que permitan acadar esta aspiración, defínense as seguintes **liñas ou ámbitos estratéxicos de actuación**:

01.

Galicia destino seguro e de saúde

02.

Apoio ao tecido empresarial

03.

Territorio e recursos turísticos

04.

Promoción, comercialización e márketing turístico

05.

Innovación e tecnoloxía

06.

Sustentabilidade 360°

07.

Gobernanza e política turística



Praia das Catedrais

07. LIÑAS ESTRATÉXICAS E PLANS DE ACCIÓN

1. GALICIA DESTINO SEGURO E DE SAÚDE

- 1.1 Axudas e formación para garantir a seguridade
- 1.2 Turismo termal e de saúde
- 1.3 Turismo activo e deportivo
- 1.4 A auga como recurso turístico
- 1.5 Turismo accesible e inclusivo
- 1.6 Turismo MICE: atracción de eventos seguros
- 1.7 Escenario tras a COVID-19: novos turistas, novos produtos

2. APOIO AO TECIDO EMPRESARIAL

- 2.1 Axudas para o mantemento das empresas e do emprego
- 2.2 Axudas para a modernización do sector
- 2.3 Plan de emprego e formación turística
- 2.4 Investimentos tractores e renovación da infraestrutura hoteleira
- 2.5 Apoio ao sector receptivo e axencias de viaxe a través de produtos sustentables

3. TERRITORIO E RECURSOS TURÍSTICOS

- 3.1 Plans de sustentabilidade turística como elemento de dinamización
- 3.2 Ecoturismo
- 3.3 Enogastronomía
- 3.4 Turismo cultural
- 3.5 Grandes rutas e percorridos naturais
- 3.6 Camiño de Santiago
- 3.7 A Eurorrexión como oportunidade: Clúster Transfronteirizo de Turismo
- 3.8 Turismo como ferramenta de desenvolvemento rural
- 3.9 Plan de infraestruturas e embelecemento

4. PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN E MÁRKETING TURÍSTICO

- 4.1 Xacobeo 21-22
- 4.2 Impulso ás misións empresariais no exterior e mercados turísticos internacionais
- 4.3 Tecnoloxías innovadoras aplicadas á comercialización
- 4.4 Posicionamento de produtos específicos e novos produtos
- 4.5 Novos atributos da marca: destino seguro
- 4.6 Programas de estímulo da demanda: bono turístico
- 4.7 Embaixadores e prescritores: Presume de Galicia

5. INNOVACIÓN E TECNOLOXÍA

- 5.1 Conectividade dixital e 5G
- 5.2 Turislab: polo de innovación turística
- 5.3 Comunicación co turista en destino e modernización dos centros de atención
- 5.4 Demostracións e showroom tecnolóxico ao sector
- 5.5 Realidade virtual e aumentada para usos turísticos

6. SUSTENTABILIDADE 360°

- 6.1 Redistribución de fluxos turísticos
- 6.2 Mellora da eficiencia das infraestruturas turísticas e impulso da economía circular
- 6.3 Mobilidade sustentable e intermodalidade
- 6.4 Calidade turística con criterio de sustentabilidade

7. GOBERNANZA E POLÍTICA TURÍSTICA

- 7.1 Mellora dos sistemas de intelixencia turística
- 7.2 Inspección turística, vixilancia e control
- 7.3 Vertebración do tecido asociativo turístico
- 7.4 Papel dos xeodestinos
- 7.5 *Think tank* turístico e alianzas estratéxicas

LIÑA ESTRATÉXICA 1

GALICIA DESTINO SEGURO E DE SAÚDE

A continuidade da actividade turística mentres dure a pandemia e o posterior e desexado proceso de reactivación aséntanse inequivocamente nun destino seguro. É primordial garantir que a oferta, tanto pública como privada, cumpre con todos os requirimentos sanitarios pero non é menos importante **promocionar esta aposta pola seguridade** para recuperar a confianza das persoas que viaxan.

Insistirase na comercialización de produtos e servizos turísticos comprometidos co coidado

das persoas e a súa saúde, non só en termos de seguridade e prevención ante a COVID-19, senón mediante o deseño de produtos que redunden de forma positiva no benestar físico e mental dos clientes e clientas.

É preciso **adaptar a oferta ás necesidades dos consumidores e consumidoras actuais**, mediante condicións flexibles de reserva e cun mínimo contacto físico co usuario no curto prazo, co obxectivo de atraer a unha demanda de calidade.

PLANS DE ACCIÓN

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1.1 | Axudas e formación para garantir a seguridade | 1.5 | Turismo accesible e inclusivo |
| 1.2 | Turismo termal e de saúde | 1.6 | Turismo MICE: atracción de eventos seguros |
| 1.3 | Turismo activo e deportivo | 1.7 | Escenario tras a COVID-19: novos turistas, novos produtos |
| 1.4 | A auga como recurso turístico | | |

LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.1

AXUDAS E FORMACIÓN PARA GARANTIR A SEGURIDADE



DESCRIPCIÓN

Apoio ao sector na **implantación de medidas que garantan a seguridade e saúde** de todas as partes implicadas, desde clientes ata persoas traballadoras, pasando pola propia poboación local. O cumprimento da normativa, o correcto funcionamento dos protocolos sanitarios e a adecuada preparación do capital humano das empresas turísticas galegas son requisitos indispensables para avalar a Galicia como destino seguro.

O Xacobeo 21-22 é unha oportunidade única para proxectar, tanto a nivel nacional como internacional, a **imaxe dun sector turístico galego preparado para ofrecer aos visitantes unha experiencia segura durante a súa estada en Galicia**. Trátase dun proceso no que todo o ecosistema turístico, administracións públicas e empresas, deben ir da man para inspirar a máxima confianza na demanda.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Según a enquisa realizada a persoas consumidoras durante a fase de diagnose, a seguridade sanitaria situouse no segundo lugar entre os factores decisivos á hora de elixir destino durante a pandemia, cunha valoración de 3,86 sobre 5. Neste sentido, a maioría

das persoas que viaxan optarán no curto prazo por ubicacións non masificadas e próximas ao seu lugar de orixe, polo menos ata que o proceso de vacinación estea o suficientemente avanzado como para acadar a inmunidade de rabaño.



ACCIÓN OPERATIVAS



Posta en marcha dun **seguro fronte á COVID-19**, que se fará efectivo para todos os visitantes con residencia fóra de Galicia que se aloxen nun establecemento regrado e que non contraeran a enfermidade antes de chegar a territorio galego. O seguro dará cobertura aos custos médicos, cirúrxicos, farmacéuticos e de hospitalización, así como aos gastos de repatriación sanitaria ou de prolongación da estadia en caso de corentena, incluídos acompañantes.



Impulso de axudas para a **instalación, reforma e adaptación das terrazas** dos establecementos de hostalería e restauración e para a **adquisición de elementos de envasado e empaquetado** para o servizo de consumo no domicilio. Contémplanse:

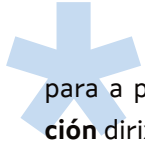
- o A instalación de pechamentos estables ou de elementos desmontables e móbiles que sirvan de illamento, acoutamento do perímetro ou protección.
- o A adecuación estética e mellora da imaxe e funcionalidade da terraza mediante a renovación do mobiliario, instalación de sistemas de iluminación e de aparellos calefactores exteriores, así como actuacións de mellora da fachada exterior do local.
- o O fomento da economía circular mediante a adquisición de elementos sustentables de envasado e empaquetado de comida e bebidas para o servizo de entrega a domicilio ou de recollida no propio establecemento.



Coordinación, por parte do Centro Superior de Hostalería de Galicia, de accións de **formación continua en materia de seguridade sanitaria** para todos os axentes do sector involucrados.



Deseño e produción de **material divulgativo sobre seguridade e hixiene sanitaria**, dirixido especialmente a visitantes dos espazos turísticos máis concorridos.



Colaboración co tecido asociativo para a posta en marcha de **accións de concienciación** dirixidas ao sector turístico, cuxo obxectivo será incidir no papel das persoas traballadoras á hora de transmitir seguridade e de supervisar o correcto cumprimento de protocolos e normativas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
11 715 000,00 €	550 000,00 €	100 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Sanidade

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de persoas españolas beneficiarias do seguro
fronte á COVID-19

Nº de persoas estranxeiras beneficiarias do seguro
fronte á COVID-19

Gastos totais de cobertura do seguro fronte á
COVID-19

Nº de beneficiarios das axudas para mellora das
terrazas e adquisición de elementos de envasado

Importe concedido en axudas

Nº de accións formativas

Nº de persoas participantes nas accións formativas

Materiais divulgativos creados

Nº de accións de concienciación



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.2

TURISMO TERMAL E DE SAÚDE



DESCRICIÓN

Impulso do termalismo como elemento de dinamización socioeconómica do territorio, sobre todo en contornas rurais, mediante estratexias de creación de produto e utilizando as posibilidades que ofrecen as novas tecnoloxías para unha xestión turística máis sustentable e intelixente.

Galicia é unha referencia termal a nivel nacional e debe aproveitarse esta óptima situación de partida para acelerar **sinerxías con outras actividades da cadea de valor turística** que desemboquen no artellamento de experiencias de destino nas que o visitante se mergulle na cultura local, coñeza o patrimonio, goce da paisaxe e deguste a gastronomía da zona.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O termalismo notou especialmente os efectos da pandemia en 2020 posto que, según reflicten os resultados da enquisa a turistas dos principais mercados emisores para Galicia, tan só o 8,74 % o inclúen entre as actividades realizadas nese período. En todo

caso, de cara ao futuro os hoteis balneario vólvense a situar entre as preferencias en canto a aloxamento. Ademais, o crecente interese polo coidado da saúde e o benestar outorgan un gran potencial a este segmento.



ACCIÓN OPERATIVAS

Impulso do **Plan territorial de sustentabilidade turística das vilas termais e augas interiores de Galicia** para a posta en marcha de actuacións transformadoras nos eidos da transición verde, eficiencia enerxética, transición dixital e mellora da competitividade turística na contorna dos principais polos termais do territorio galego. Esta iniciativa levarase a cabo no marco da convocatoria extraordinaria do programa de plans territoriais de sustentabilidade turística.

Apoio ao Plan de sustentabilidade turística Ourense Provincia Termal como estratexia turístico – termal da provincia para posicionar ao territorio á vangarda do termalismo nos mercados nacional e internacional, con base en modelos de gobernanza colaborativos e implementando experiencias piloto e solucións innovadoras que axuden a conformar un destino termal intelixente. Contémplanse:

- o Creación dun ente xestor que lidere a gobernanza.
- o Mellora e construción de infraestruturas.
- o Acondicionamento de pozas termais.
- o Incorporación da sustentabilidade aos sistemas de calidade.
- o Fomento dun turismo responsable baseado en recursos termais.
- o Utilización das TIC para a mellora da xestión interna das empresas e para afondar no coñecemento das persoas usuarias.
- o Apoio ao I+D+i no sector.
- o Organización de accións formativas.
- o Deseño de rutas e produtos turísticos.

Establecemento de mecanismos de colaboración público – privada que faciliten o deseño de iniciativas baseadas nos recursos do territorio e que cristalicen na **comercialización de paquetes turísticos**. Darase continuidade a iniciativas como Un descanso en los Caminos.

Estudo de viabilidade para a **construción de infraestruturas termais con aloxamento de categoría *premium* (catro ou cinco estrelas)**, co obxectivo de que se convertan nun reclamo capaz de influenciar na decisión de destino en calquera momento do ano e que permita atraer a turistas cunha maior capacidade de gasto.

Adaptación da carteira de produtos turísticos termais ao contexto da COVID-19 (e posterior), para a conformación dunha oferta atractiva, segura e saudable que permita acelerar a recuperación da demanda nacional e internacional de proximidade.

Apoio a iniciativas públicas e privadas que fomenten un turismo de benestar, entendido como aquel que axuda a preservar e mellorar a saúde física e mental das persoas.

Aproveitamento dos fondos europeos para **reforzar a colaboración con Portugal** na promoción e comercialización de rutas e experiencias termais.

Consolidación de **Termatalia como feira referente internacional** de turismo de saúde e termal.

**ENTIDADE RESPONSABLE/
LÍDER DO PROCESO**

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo

**ESCENARIO
TEMPORAL**

2021	2022	2023
X	X	X

**ORZAMENTO**

2021	2022	2023
1 030 000,00 €	1 030 000,00 €	7 780 000,00 €

**ENTIDADES
IMPLICADAS**

Deputación de Ourense (INORDE)

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Sanidade

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Confederación Hidrográfica Miño – Sil (CHMS)

Confederación Hidrográfica do Douro (CHD)

Asociación de Vilas Termais de España

Asociación de Cidades Históricas Termais de Europa
(ETTHA)

Campus da Auga

Eurocidade Chaves – Verín

Concellos con actuacións

Asociación de Balnearios de Galicia (Balnegal)

Clúster Turismo de Galicia

**INDICADORES DE EXECUCIÓN/
CONTROL**

Nº de actuacións contempladas no Plan territorial de
sustentabilidade turística das vilas termais e augas
interiores

Creación da Axencia Termal

Nº de reunións / informes da Axencia Termal

Implantación do piloto de Sicsted

Nº de empresas adheridas ao piloto de Sicsted

Nº de proxectos tractores / investimentos

Nº de actuacións de acondicionamento

Nº de proxectos de I+D+i

Nº de programas / produtos implementados

Nº accións de traballo en rede (workshops)

Nº de accións de comunicación

Nº de accións formativas

**ALIANCIÓN COS OBOECTIVOS DE
DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE**

LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.3

TURISMO ACTIVO
E DEPORTIVO

DESCRICIÓN

Aproveitamento da oferta de turismo activo e dos recursos naturais presentes en Galicia para a **creación de produto turístico con gran capacidade desestacionalizadora e adaptado ao contexto de pandemia**, dada a preferencia por actividades en grupos reducidos e en contornas naturais abertas.

Nun momento no que vai prevalecer o turismo de proximidade, polo menos a curto e medio prazo, é importante apostar polo mercado interno, **mobili-zando aos galegos e galegas** que se desprazan dentro do territorio autonómico motivados pola práctica deportiva ou as actividades ao aire libre para que fagan noite no destino.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Según os datos extraídos da enquisa a consumidores e consumidoras, durante o ano 2020 tan só o 6,48 % das viaxes a Galicia estiveron motivadas pola práctica deportiva ou pola asistencia a eventos deportivos. Esta cifra contrasta coa porcentaxe de persoas que afirmaron realizar rutas de sendeirismo duran-

te a COVID-19, concretamente un 43,10 %. Galicia aínda non está posicionada como destino deportivo pero conta con grandes posibilidades neste segmento grazas á variedade de espazos dispoñibles para a práctica de deporte ao aire libre.



ACCIÓN OPERATIVAS

Posta en marcha de **accións de traballo en rede** enfocadas a poñer en contacto aos diferentes grupos de interese vencellados ao turismo activo e deportivo, coa finalidade última de facilitar a creación de produto turístico. Contéplase a organización de *workshops* e/ou viaxes de familiarización que visibilicen a oferta turística galega dirixida a este segmento.

Colaboración co Clúster de Turismo de Galicia para dar un **impulso á marca Galicia Destino Activo** como paraugas promocional da oferta de turismo activo e como ferramenta que permita a súa catalogación.

Deseño de **accións promocionais en mercados de proximidade**, co obxectivo de posicionar a Galicia como destino de escapadas idóneo para a práctica de actividades ao aire libre.

Apoio a eventos congresuais de temática deportiva que se celebren en territorio galego. Darase especial difusión ao Congreso Internacional de Turismo Deportivo, que se celebrará en 2022 en Ourense.

Desenvolvemento de **programas deportivos vinculados ao Camiño de Santiago**, mediante a posta en valor da peregrinación como unha vía para desconectar e adoptar hábitos saudables.

Utilización da infraestrutura existente en torno aos **centros BTT de Galicia** como reclamo para atraer ao destino a usuarios e usuarias de bicicleta de montaña. Promocionarase os diferentes centros BTT existentes e/ou en fase de desenvolvemento na actualidade, e estudarase a posibilidade de poñer en marcha novos centros da man das administracións locais. Por outra parte, colaborarase co Instituto de Estudos do Territorio para a posta en valor de rutas cicloturistas xa existentes.

Promoción de Galicia como destino de golf e saúde, co dobre obxectivo de revitalizar a demanda de turismo estranxeiro e de atraer a un segmento cunha maior capacidade de gasto. Organizaranse viaxes de familiarización nas que se contará con operadores internacionais especializados neste nicho de mercado.

Posicionamento de Galicia como sede de probas deportivas con capacidade de impacto nos ámbitos nacional e internacional. Aproveitarase o pulo do Xacobeo 21-22 para promover e patrocinar a celebración de competicións que permitan visibilizar o destino.

Aposta polo deporte base e amateur como activo desestacionalizador e mobilizador de visitantes do mercado interno e doutras comunidades adxacentes.

Aproveitamento turístico da infraestrutura da estación de montaña de Manzaneda durante os doce meses do ano.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
2 688 300,00 €	2 988 300,00 €	2 188 300,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Secretaría Xeral para o Deporte

Federacións deportivas

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de viaxes de familiarización

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de accións de comunicación

Nº de congresos / foros de temática deportiva

Nº de programas deportivos vinculados ao Camiño de Santiago

Nº de centros BTT

Nº de novos centros BTT

Nº de rutas nos centros BTT

Nº de quilómetros en rutas dos centros BTT

Nº de eventos deportivos con dimensión turística apoiados



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.4

A AUGA COMO RECURSO TURÍSTICO



DESCRICIÓN

Valorización da auga como recurso e base para o **deseño de experiencias en torno aos activos hídricos de Galicia, tanto marítimos como fluviais**.

Ademais de facilitar o artellamento de actividades durante todo o ano, este plan de actuación ten un carácter claramente descentralizador, posto que inclúe iniciativas en todo o territorio galego.

Por unha parte, as óptimas condicións de navegación das rías galegas servirán para fomentar o turismo náutico de costa, e, por outro lado, aproveitarase o rico entramado de ríos e encoros para o desenvolvemento de **iniciativas sustentables que teñan unha incidencia turística e permitan redistribuír fluxos**.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A auga, como elemento, confire a Galicia un gran potencial á hora de artellar experiencias turísticas. Tanto na costa, con rías navegables os 365 días do ano, como no interior, con innumerables ríos e encoros, pódense realizar diversas actividades acuáticas.

Concretamente, respecto ao turismo náutico, este non só aguantou os efectos da crise, senón que incluso viu como melloraba o comportamento da súa demanda.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Impulso do Plan territorial de sustentabilidade turística do litoral galego para a posta en marcha de actuacións transformadoras nos eidos da transición verde, eficiencia enerxética, transición dixital e mellora da competitividade turística na costa galega, mediante intervencións nos seus recursos naturais e no seu patrimonio material e inmaterial. Esta iniciativa levarase a cabo no marco da convocatoria extraordinaria do programa de plans territoriais de sustentabilidade turística.

Posta en valor do deporte náutico como actividade desestacionalizadora nas rías galegas e base para artellar produto turístico. Organizaranse accións de traballo en rede nas cales es poña en contacto á oferta privada do sector náutico con axencias de receptivo e con outras actividades da cadea de valor.

Apoio aos principais eventos deportivos que se celebran na costa galega e que contan con proxección global. No marco do Xacobeo 21-22 darase continuidade á colaboración con probas asentadas no calendario internacional de vela ou surf, como por exemplo, a Pantín Classic.

Fomento do turismo mariñeiro e de experiencias turísticas que poñan en valor o patrimonio inmaterial vencellado ao mar. Preténdese que as persoas que visitan a costa galega se mergullen nos costumes e tradicións forxados ao longo dos séculos, mediante o coñecemento das artes de pesca e marisqueo, as materias primas, a carpintería de ribeira ou a historia económica vencellada á conserva.

Promoción da **Travesía Náutica Xacobe** como alternativa para realizar o Camiño de Santiago e vía para obter a Certificación de Peregrinación Náutica.

Interlocución coas confederacións hidrográficas que administran os ríos e encoros galegos para a elaboración dunha **diagnose dos recursos fluviais** das catro provincias. Preténdese definir zonas de especial interese para acometer actuacións no curto e medio prazo, así como identificar iniciativas privadas de explotación turística que xa estén en marcha.

Potenciación do Centro de adestramento de remo e piragüismo de Laias, Arnoia e Castrelo de Miño (**Cerlac**) como **centro de alto rendemento e elemento dinamizador da actividade turística** da contorna.

Visibilización do **Clube de produto da auga de Galicia** como aglutinador de experiencias turísticas de diversa índole que teñan a auga como base.

Promoción internacional de Galicia como destino náutico mediante a **presenza en feiras sectoriais de renome**, como a Southampton Boat Show, Grand Pavois La Rochelle e Salon Nautique de Paris.

Impulso do **Centro Galego de Vela como epicentro da actividade náutica** vencellada coa vela e punto de adestramento de deportistas de alto nivel. Farase un especial énfase naquelas probas e/ou actividades que permitan atraer a usuarios e usuarias doutras comunidades autónomas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
14 200 500,00 €	700 500,00 €	700 500,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería do Mar

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Secretaría Xeral para o Deporte

Augas de Galicia

Confederación Hidrográfica Miño – Sil (CHMS)

Confederación Hidrográfica do Douro (CHD)

Campus da Auga

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións contempladas no Plan territorial de
sustentabilidade turística do litoral galego

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de viaxes de familiarización

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de accións de comunicación

Nº de eventos deportivos náuticos con dimensión
turística apoiados

Nº de actuacións en recursos fluviais



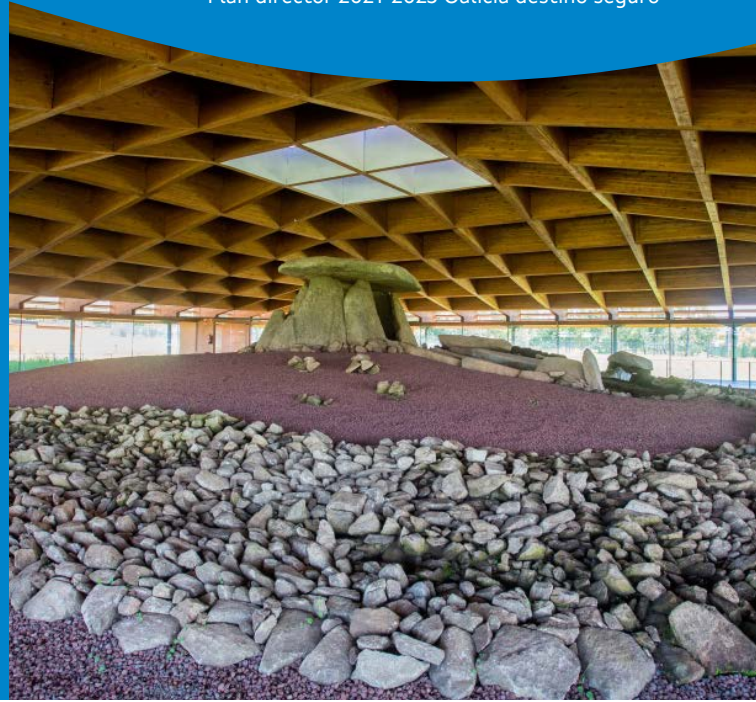
ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.5

TURISMO ACCESIBLE
E INCLUSIVO

DESCRIPCIÓN

Posta en marcha de **actuacións que garantan as condicións de accesibilidade universal** (física, cognitiva e sensorial) da oferta turística galega, así como a procura de oportunidades de negocio no tocante ao turismo accesible.

Ademais de realizar investimentos en recursos turísticos e na súa contorna para optimizar a experiencia de todas as persoas, implementaranse melloras no acceso á información turística e farase un especial fincapé en **trasladar ás empresas a oportunidade de negocio que supón posicionar a Galicia como destino de turismo accesible**.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A accesibilidade é un dos cinco eixes sobre os que se asenta un destino turístico intelixente, avaliándose catro ámbitos diferentes (marco normativo, xestión da accesibilidade, implantación no destino e ferramentas tecnolóxicas). En Galicia, existe marxe de

mellora neste eido, polo que é preciso implicar aos sectores público e privado para lograr que a oferta turística sexa accesible e deseñada de forma universal.



ACCIÓN OPERATIVAS



Aproveitamento das convocatorias dos plans territoriais de sustentabilidade turística para a inclusión de eixes de traballo e accións específicas enfocadas a mellorar a accesibilidade do destino.



Impulso, no marco das subvencións para actuacións de mellora das infraestruturas dos establecementos turísticos de aloxamento e restauración, de actuacións destinadas a **mellorar as condicións de accesibilidade e a supresión de barreiras arquitectónicas**.



Elaboración de documentación en materia de accesibilidade turística. Inclúense manuais de boas prácticas dirixidos ao sector privado e unha análise do estado actual dos principais recursos da oferta turística para identificar necesidades de mellora e definir plans de acción para a mellora da accesibilidade universal do destino desde un punto de vista global.



Identificación de operadores nacionais e internacionais especializados en turismo accesible para a creación e comercialización de produto turístico dirixido a este segmento.



Interlocución coas principais entidades galegas implicadas no eido da accesibilidade para a posta en marcha de **accións de sensibilización e formación do sector privado**. Difundiranse boas prácticas en turismo accesible para concienciar ás empresas da importancia de apostar por este segmento.



Apoio nas TIC para mellorar a experiencia turística das persoas con diversidade funcional, especialmente no tocante ao acceso á información.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
2 689 709,75 €	2 450 000,00 €	2 450 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Política Social

Tecido asociativo galego relacionado coa accesibilidade universal

Fundacións e outras entidades relacionadas coa accesibilidade universal

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de beneficiarios de axudas para a mellora das condicións de accesibilidade

Importe concedido en axudas

Manuais de boas prácticas

Nº de actuacións en materia de accesibilidade

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de viaxes de familiarización

Nº de produtos / paquetes turísticos específicos de turismo accesible

Nº de accións de concienciación

Materiais divulgativos creados



ALÍÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.6

TURISMO MICE: ATRACCIÓN DE EVENTOS SEGUROS



DESCRICIÓN

Apoio ao sector MICE galego na retención e captación de eventos, na procura de posicionar a Galicia como destino de turismo de congresos e reunións. As viaxes de negocios desempeñan un importante papel desestacionalizador e impulsor do turismo urbano, e atraen a un perfil de usuarios e usuarias cunha maior capacidade de gasto e posibilidades de fidelización fóra do ámbito laboral.

Optarase por unha **estratexia híbrida** que permita compaxinar formatos presenciais e virtuais. No curto prazo predominarán iniciativas telemáticas, que permiten reducir custos e simplifícan a loxística, se ben non poden suplantará moitas das características e atributos das reunións presenciais, tan fundamentais para o desenvolvemento dos vínculos, a partir dos cales se xeran negocios.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O sector MICE foi dos máis prexudicados desde a declaración da pandemia. O estudo realizado durante o proceso participativo de diagnose indica que apenas o 4,35 % das persoas asistiu a congresos e/ou reunións en 2020. Ademais, as persoas expertas con-

sultadas prevén unha recuperación máis lenta que a media do sector, posto que o turismo de negocios non se atopa entre as principais preferencias de consumo para os vindeiros meses.



ACCIÓN OPERATIVAS



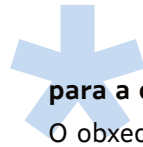
Colaboración con Galicia MICE para a promoción de Galicia como destino de congresos e viaxes de negocios. Incidirase no traballo en rede entre os diferentes axentes e infraestruturas do MICE galego para poñer en marcha accións de desestacionalización, captación de novos eventos e dixitalización. Tamén se habilitarán platós virtuais e establecerase un fondo económico de contratación de espazos e sedes.



Apoio, mediante **subvencións**, a entidades organizadoras de congresos, seminarios, convencións, incentivos ou calquera outro evento relativo ao turismo de reunións en Galicia.



Aproveitamento do **Xacobeo 21-22 como panca para a celebración de novos eventos e feiras en territorio galego**. A estratexia porá o foco en promocionar especialmente as infraestruturas da Coruña, Santiago de Compostela e Vigo, por ser as tres cidades con maior número de prazas hoteleiras e por contar con recintos feirais e pazos de congresos.



Aposta por **solucións tecnolóxicas para a celebración de feiras e congresos virtuais**. O obxectivo é organizar eventos virtuais en escenarios tridimensionais, onde cada persoa asistente sexa representada por un avatar. Estas aplicacións contarán cun espazo de exposicións (onde cada entidade expositora terá un stand personalizado) e un auditorio para presentacións.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
700 000,00 €	800 000,00 €	200 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Pazos de congresos e recintos feirais

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de eventos MICE en formato presencial

Nº de eventos MICE en formato virtual

Nº de eventos MICE en formato híbrido

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de viaxes de familiarización

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de accións de comunicación



ALÍÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE

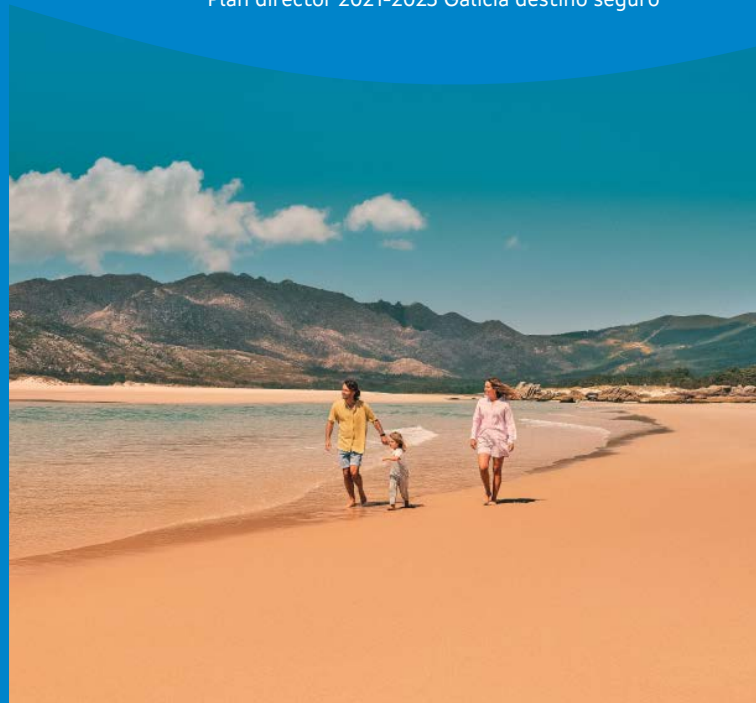


LIÑA ESTRATÉXICA 1

Galicia destino seguro e de saúde

PLAN DE ACCIÓN 1.7

ESCENARIO TRAS A COVID-19: NOVOS TURISTAS, NOVOS PRODUCTOS



DESCRIPCIÓN

Adaptación ao novo contexto xerado pola COVID-19 no tocante á segmentación do mercado, de tal maneira que se afonde no coñecemento das novas necesidades e prioridades das persoas que via-xan para ofrecerlles produtos e servizos adecuados ás súas preferencias.

O proceso de evolución dos hábitos de consumo das persoas que fan turismo é algo natural e paulatino. A globalización, as novas tecnoloxías, as melloras en conectividade ou un maior peso da cultura do ocio provocaron importantes cambios nas últimas décadas, se ben **a pandemia está acelerando este proceso evolutivo** en cuestións como as estratexias de márketing, a flexibilización da oferta ou o peso da dixitalización na relación co público final.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A irrupción da COVID-19 non só afectou ao estilo de vida das persoas, senón tamén á súa maneira de entender o turismo. Se ben é predominante a sensación de confianza e a propensión a viaxar cando as circunstancias melloren, a maior parte das persoas

consultadas (o 56 %) anteporán a seguridade ao le-
cer á hora de elixir destino. Tamén serán determi-
nantes factores como a relación calidade – prezo, a
proximidade do destino ou a flexibilidade nas políti-
cas de cancelación.



ACCIÓN OPERATIVAS

Elaboración de **estudios de mercado sobre os novos patróns de comportamento determinados pola COVID-19**, co obxectivo de identificar os principais produtos e servizos demandados na procura de delimitar novos segmentos que sexan rendibles para o sector turístico galego. Avaliaranse os principais mercados emisores para Galicia, de cara a coñecer a súa evolución e para poder axustar as mensaxes promocionais.

Organización dun **foro sobre novas tendencias e hábitos de consumo**. Conformarase un panel de persoas expertas para que debatan sobre novos escenarios e segmentos. Sirvan como exemplos:

- o Ecoturismo
- o Turismo de luxo
- o Turismo familiar multixeracional
- o Turismo familiar monoparental
- o *Dinkies* (Double Income, No Kids) ou parellas sen fillos e con ingresos por partida dobre
- o *Singles* ou *solo travellers*
- o Turismo LGTBIQ
- o Sénior
- o Xeración Z ou *posmillennial*
- o Persoas que viaxan con mascotas
- o Persoas que viaxan para teletraballar
- o *Staycation* ou vacacións sen saír da casa (persoas que fan turismo facendo base no domicilio particular)

Implicación do receptivo galego na creación e comercialización de **produto turístico slow** mediante o aproveitamento dos atributos diferenciadores de Galicia para conformar experiencias sustentables en contornas non masificadas.

Aproveitamento da marca Galicia Destino Familiar para promocionar a Galicia como destino ideal para familias. Da man do Clúster de Turismo de Galicia, darase continuidade ás tarefas de identificación e captación da oferta turística privada enfocada a este segmento, coa finalidade última de artellar experiencias e actividades pensadas para toda a familia. Trátase dun perfil de visitantes cunha estadía media máis longa.

Posta en marcha de **accións de promoción dirixidas a mercados nacionais de proximidade**, especialmente aqueles ben conectados con Galicia por vía terrestre.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
637 000,00 €	637 000,00 €	637 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de informes / estudos de mercado

Nº de novos segmentos identificados

Nº de foros / xornadas sobre novas tendencias orga-
nizados

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de empresas adheridas a Galicia Destino Familiar

Nº de accións de comunicación



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 2

APOIO AO TECIDO EMPRESARIAL

A prioridade absoluta no prazo máis inmediato é a supervivencia das empresas e salvar o maior número posible de postos de traballo.

Pero tamén hai que facer un exercicio prospectivo e aproveitar a conxuntura para modernizar e transformar un sector que conta cunha estrutura empresarial moi atomizada. É preciso mellorar a resiliencia das empresas, de tal forma que estean preparadas no futuro ante hipotéticos períodos prolongados de inactividade.

Preténdese **saír da crise cun tecido empresarial fortalecido e mellor preparado** para competir no mercado global da vindeira década. Farase énfase na profesionalización e calidade, mediante a

valorización do capital humano e o uso intensivo das TIC en todo o ciclo de xestión turística. Pola súa parte, as empresas deben aproveitar o potencial dos recursos turísticos do territorio para vender produtos de alto valor engadido, sustentables e rendibles.

Un destino competitivo debe contar con **proxectos empresariais co calado e dimensión suficientes como para dinamizar a actividade turística** da súa contorna máis directa. Por tanto, apoiaranse proxectos singulares de iniciativa privada que exerzan un efecto tractor sobre o resto do sector.

PLANS DE ACCIÓN

- 2.1 Axudas para o mantemento das empresas e do emprego
- 2.2 Axudas para a modernización do sector
- 2.3 Plan de emprego e formación turística

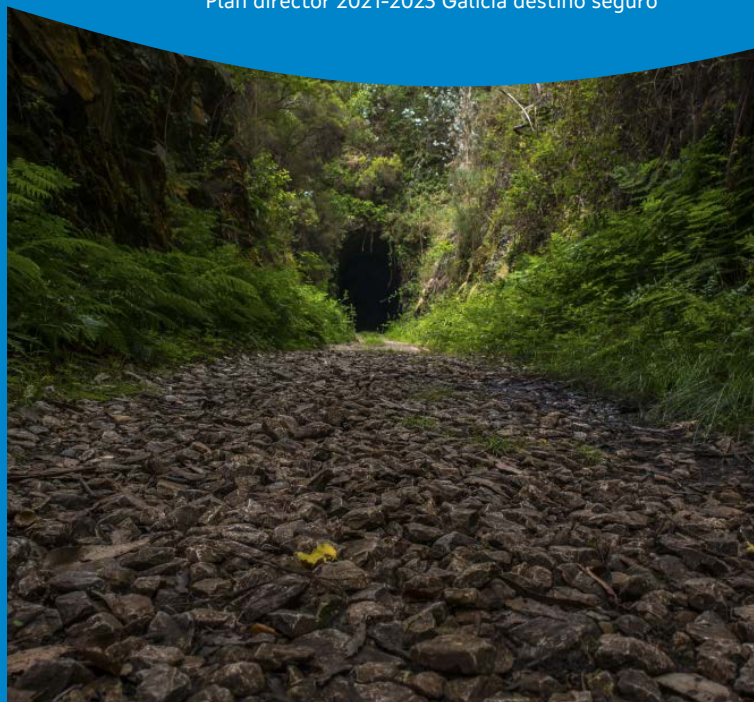
- 2.4 Investimentos tractores e renovación da infraestrutura hoteleira
- 2.5 Apoio ao sector receptivo e axencias de viaxe a través de produtos sustentables

LIÑA ESTRATÉXICA 2

Apoio ao tecido empresarial

PLAN DE ACCIÓN 2.1

AXUDAS PARA O MANTEMENTO DAS EMPRESAS E DO EMPREGO



DESCRIPCIÓN

Deseño de **instrumentos de axuda ao entramado empresarial turístico**, principalmente persoas autónomas e pemes, co obxectivo de garantir a súa supervivencia ante a redución drástica dos seus ingresos e para minimizar o impacto da crise provocada pola COVID-19 no emprego do sector.

A evolución da pandemia obrigou a tomar decisións con criterios sanitarios que implicaron diferentes

restricións á actividade das empresas: pechamentos temporais, reducións de capacidade máxima de ocupación ou limitacións á mobilidade xeográfica de persoas ocasionaron abruptas caídas na facturación empresarial. Por tanto, **é primordial inxectar liquidez ás persoas autónomas e ás empresas para que poidan cumprir coas súas obrigas empresariais e sufragar os seus custos fixos.**

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O 82,6 % dos empresarios e empresarias consultados no proceso participativo de diagnose consideran que a situación xerada pola pandemia é de máxima gravidade, con grandes perdas económicas e destrución de emprego. Agás tipoloxías de negocio moi específicas, a cadea de valor turística resentiuse considerablemente coa chegada da COVID-19. A situa-

ción agrávase polo feito de que a estrutura do tecido empresarial está dominada por pemes que, a pesar de contar en moitos casos con modelos de negocio contrastados e de éxito, non teñen o músculo financeiro preciso para soportar o desplome dos ingresos que ocasionou a inactividade.

**ACCIÓN
OPERATIVAS**

Aproveitamento dos **plans de rescate (II e III)** das persoas traballadoras autónomas e das empresas afectadas pola crise da COVID-19, impulsados pola Consellería de Emprego e Igualdade, para contribuír ao mantemento do emprego e a actividade económica no tecido produtivo do sector turístico galego. Contémplanse programas de axuda específicos e diferenciados para persoas autónomas, empresas de ata 25 persoas traballadoras e empresas de máis de 25 persoas traballadoras. Estipúlanse umbrais mínimos e máximos de axuda dependendo de variables como o volume de facturación, a porcentaxe de caída nos ingresos ou o número de persoas traballadoras. As achegas irán dirixidas a satisfacer pagos a provedores e acredores, así como os custos fixos incorridos desde o 1 de marzo de 2020 e que procedan de obrigas contractuais anteriores a aquel momento. As entidades beneficiarias comprométense a manter a actividade polo menos ata o 30 de xuño de 2022.



Posta en marcha dunha liña específica de **axudas para empresas con máis de 25 persoas traballadoras**, que incluírá dotación orzamentaria para actuacións de mellora nos establecementos, así como para medidas de transformación dixital e impulso da comercialización.

**ENTIDADE RESPONSABLE/LÍDER DO PROCESO** Consellería de Emprego e Igualdade**ESCENARIO
TEMPORAL**

2021	2022	2023

X

**ORZAMENTO**

2021

2022

2023

111 423 788,00 €

- €

- €

**INDICADORES DE EXECUCIÓN/
CONTROL**

Nº de persoas autónomas beneficiarias

Nº de empresas beneficiarias con ata 25 persoas traballadoras

Nº de empresas beneficiarias con máis de 25 persoas traballadoras

Importe total concedido en axudas

Importe medio de axuda

**ALIÓN COS
OBXECTIVOS DE
DESENVOLVEMENTO
SUSTENTABLE****ENTIDADES
IMPLICADAS**

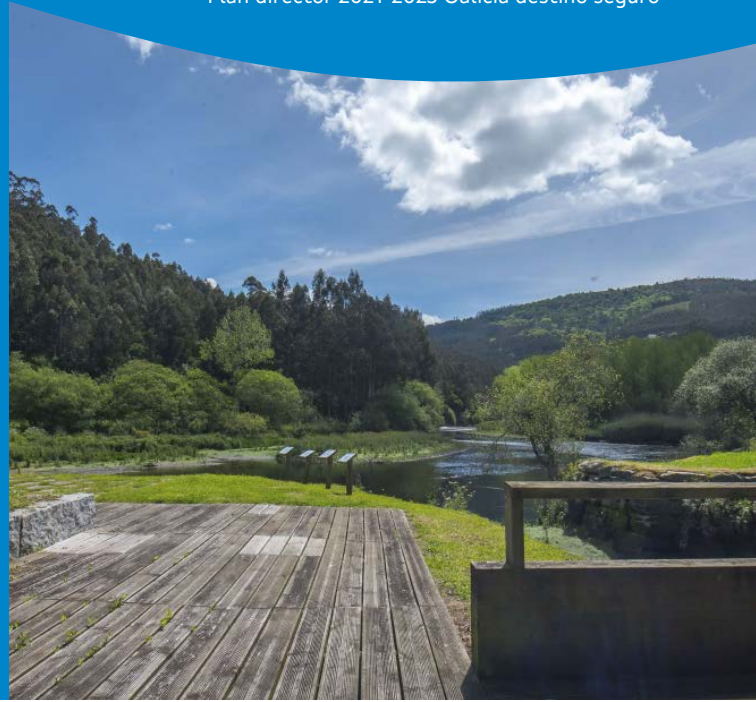
Vicepresidencia primeira e Consellería de Presidencia, Xustiza e Turismo

LIÑA ESTRATÉGICA 2

Apoio ao tecido empresarial

PLAN DE ACCIÓN 2.2

AXUDAS PARA A MODERNIZACIÓN DO SECTOR



DESCRIPCIÓN

Impulso de **liñas de axuda que faciliten procesos de dixitalización e automatización** no entramado empresarial turístico galego, co obxectivo de evolucionar e transformar os modelos de negocio para contar con empresas máis profesionalizadas, innovadoras e produtivas.

Búscase poñer en mans das empresas mecanismos que lles permitan afrontar con garantías os efectos directos e indirectos que a pandemia pode ter sobre a súa actividade diaria, así como **modernizar a organización e os seus procesos** coa mira posta na recuperación e posicionamento para competir no mercado na vindeira década.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Se ben o sector xa tiña asumida a necesidade de adaptar a súa xestión diaria ás novas tecnoloxías, a chegada da COVID-19 acelerou a dixitalización das empresas turísticas galegas. Isto afecta non só ás es-

tratexias de márketing e á comercialización en liña, senón tamén a todo tipo de procesos da operativa diaria e, especialmente, á interacción con clientes e clientas cada máis conectados e informados.



ACCIÓN OPERATIVAS



Impulso dos **Cheques Dixitalización**, liña de axudas a fondo perdido dirixida a apoiar actuacións de implantación e uso de solucións dixitais de baixo custo para reducir ao máximo o contacto e dotar á empresa de cartelería, mecanismos de control de capacidade máxima de ocupación ou sistemas dixitais de control e medida de parámetros ambientais, que serán de aplicación ao sector turístico no seu conxunto.



Difusión entre as empresas turísticas dos **préstamos para investimentos estratéxicos promovidos polo Igape**, destinados a financiar novos investimentos, intervencións de ampliación da capacidade produtiva e/ou mellora de instalacións existentes. O importe do préstamo, que en ningún caso superará o 50 % do custo do proxecto financiable, oscilará entre os 500 000 euros e os 5 000 000 euros.



Posta en marcha de proxectos avanzados de dixitalización nas pemes galegas para a **implantación de solucións de sensorización, intelixencia artificial e ou internet das cousas**, mediante unha liña de axudas á cal se poden acoller empresas turísticas de forma individual ou en proxectos cooperativos. Trátase dunha iniciativa con impacto na xestión, na automatización e dixitalización de proxectos empresariais, que ofrece ao sector posibilidades de mellora competitiva.



Aproveitamento do programa de asesoramento empresarial **Re-Acciona**, dirixido a pemes, para optar a servizos de profesionalización, estratexia empresarial, dixitalización e innovación.



Fomento da innovación nas empresas turísticas a través do programa **InnovaPeme**. Apoiaranse actividades innovadoras nos procesos internos e na creación de produtos e servizos, na procura de modelos de negocio máis sustentables e dixitalizados.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia segunda e
Consellería de Economía,
Empresa e Innovación



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
4 016 398,72 €	750 000,00 €	750 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia primeira e Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de beneficiarios dos Cheques Dixitalización

Nº de proxectos de dixitalización 4.0

Nº de beneficiarios do programa InnovaPeme

Importe total concedido en axudas

Importe medio de axuda

Nº de préstamos para investimentos estratéxicos

Nº de beneficiarios do programa Re-Acciona



ALÍÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 2

Apoio ao tecido empresarial

PLAN DE ACCIÓN 2.3

PLAN DE EMPREGO E FORMACION TURÍSTICA



DESCRICIÓN

Posta en marcha de **políticas que faciliten a recuperación dos niveis de emprego previos á crise provocada pola COVID-19**. Aspírase non só a restablecer os postos de traballo, mediante programas de formación, reinserción ou reciclaxe profesional, senón tamén a incentivar maiores niveis de emprendemento no sector, a través de orientación, asesoramento e liñas de axuda. A **oferta de formación en turismo**, liderada polo Centro Superior de Hostalería de Galicia e as tres universidades públicas, desempeñará un papel protagonista na preparación de profesionais que contribúan á transformación do sector nos vindeiros anos.

O obxectivo é saír da crise cun sector turístico reforzado en todas as súas dimensións: con empresas máis resilientes e competitivas, con persoas empregadas máis preparadas e con novas competencias, con máis emprendedores e emprendedoras, e con maiores índices de empregabilidade da xente nova. En definitiva, **a través dun emprego de calidade, preténdese consolidar ao turismo como un sector estratéxico da economía galega**.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O número de persoas empregadas nas empresas turísticas galegas reduciuse un 31,6 % en 2020. Trátase dun dos sectores económicos máis danados pola pandemia en termos de destrución de postos de tra-

ballo, polo que se demandan especialmente axudas directas ao emprego, como quedou patente durante o proceso participativo de diagnose. É preciso tamén apostar pola inserción laboral da xente nova.



Impulso de obradoiros e programas integrados de emprego e formación dirixidos á mellora da empregabilidade. Plántase un formato dual, mediante o cal as persoas beneficiarias poderán compaxinar a formación nos obradoiros con contratos laborais. Isto facilitará a inserción laboral das persoas desempregadas, especialmente daqueles colectivos con maiores dificultades (xente nova, persoas en situación de vulnerabilidade ou persoas con diversidade funcional). Así mesmo, farase un especial fincapé en fomentar a igualdade de xénero nas oportunidades de acceso ao mercado laboral. Os obradoiros estarán centrados no Camiño de Santiago e na promoción turística e os programas integrados xestionaranse en colaboración co tecido asociativo do sector turístico.

Creación dun programa específico de recuperación do emprego, consistente en incentivar ás empresas para que contraten novamente a persoas coas que tiveron que interromper a súa relación laboral a causa da crise provocada pola COVID-19.

Deseño de instrumentos de apoio á escalabilidade empresarial, cuxa finalidade é aumentar o número de empresas de maior dimensión no sector turístico galego (en termos de facturación e estrutura humana), con capacidade tractora para acelerar os procesos de transformación e máis resilientes ante futuras crises. Os criterios de selección terán en conta a traxectoria pre-COVID e a viabilidade e proxección cara os vindeiros anos. Facilitaráselles o acceso a instrumentos de financiamento internacional.

Desenvolvemento de plans de capacitación que aceleren procesos de reciclaxe profesional e de adquisición de novas competencias, co obxectivo de mellorar a calidade do emprego turístico e para axudar ás persoas traballadoras a contar coa cualificación necesaria para continuar vencelladas ao sector. Entre as novas capacidades e coñecementos a adquirir inclúense cuestións de xestión medioambiental, eficiencia enerxética e/ou economía circular. Prevese contar con financiamento procedente dos fondos *Next Generation*.

Aproveitamento dos programas Principia e Talento Sénior, promovidos pola Axencia Galega de Innovación, para a fomentar a contratación de xente nova e de persoas con alta calificación e experiencia para implementar plans de innovación nas empresas turísticas.

Reforzo do Centro Superior de Hostalería de Galicia como centro de referencia en formación turística, mediante a implantación do **novo grao en Innovación Gastronómica e Xestión Hoteleira**, deseñado en formato dual.

Fomento da creación de empresas mediante o apoio a ideas emprendedoras. Prestarase asesoramento individualizado e adaptado ás necesidades de cada iniciativa, ademais de axudar na procura de financiamento, especialmente no marco do programa Galicia Emprende, do Igape. Contémplase:

- o Acelerar proxectos empresariais de persoas que traballaban por conta allea no sector, sobre todo daquelas que perderon o seu posto de traballo.

- o Atraer talento especializado e facilitar o emprendemento no sector turístico a persoas de fóra de Galicia.

- o Promover iniciativas de mulleres emprendedoras.

- o Consolidar proxectos de economía social.

- o Crear unha plataforma en liña que sirva punto de encontro para ideas innovadoras e repositorio de recursos e ferramentas de utilidade.

- o Establecer conversacións co Goberno de España para adherir a aceleradora turística de Turismo de Galicia (descrita no plan de acción 5.2) á futura Rede Nacional de Centros de Emprendemento (RENACE).

- o Impulsar *spin-offs* xurdidas no seo das tres universidades galegas, mediante o acompañamento empresarial a persoas do eido da investigación e estudos turísticos.

- o Favorecer a participación das persoas emprendedoras en proxectos europeos.

- o Organizar roldas de financiamento.

- o Fomentar aos grupos de desenvolvemento rural (GDR) e aos grupos de acción local do sector pesqueiro (GALP) como elementos tractores do emprendemento turístico no rural.

Colaboración coas tres universidades galegas para **facilitar a inserción laboral de persoas recién tituladas**, para que exerzan de axentes do cambio nos procesos de transformación das pemes, especialmente nos eidos da dixitalización e a transición verde.

Apoio ao Clúster de Turismo de Galicia para a posta en marcha de **plans de formación dirixidos ao persoal directivo**. Traballarase na diagnose dos ámbitos de xestión con máis marxe de mellora, de cara a evolucionar os programas formativos na procura de cubrir as principais necesidades identificadas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
14 280 000,00 €	14 280 000,00 €	14 200 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Sistema Universitario de Galicia

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de obradoiros

Nº de persoas participantes nos obradoiros

Nº de programas integrados

Nº de persoas participantes nos programas integrados

Nº plans de capacitación

Nº de persoas participantes nos plans de capacitación

Nº de postos de traballo creados

Nº de proxectos de emprendemento

Nº de persoas matriculadas no grao en Innovación Gas-
trónómica e Xestión Hoteleira

Nº de accións de formación para persoas directivas

Nº de persoas directivas participantes

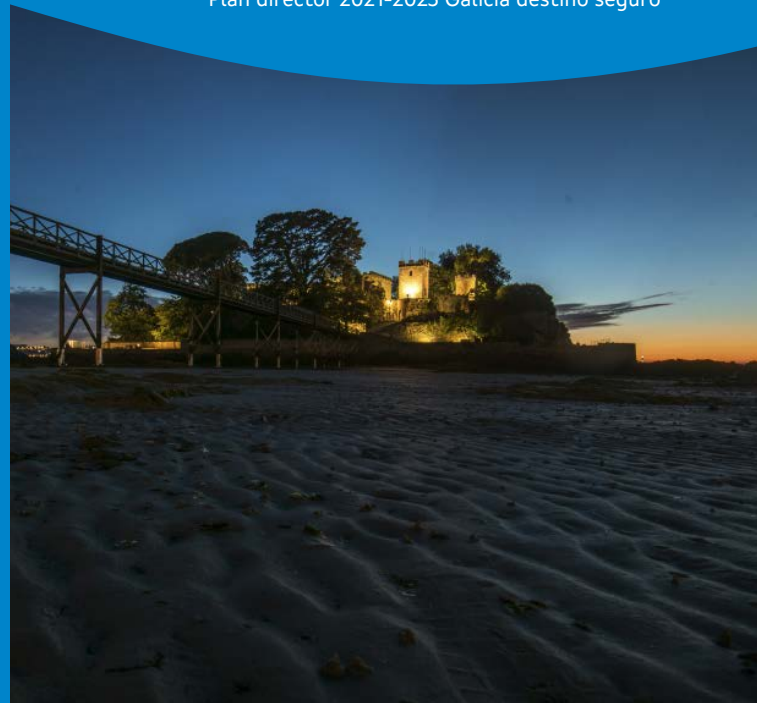


ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



PLAN DE ACCIÓN 2.4

INVESTIMENTOS TRACTORES E RENOVACIÓN DA INFRAESTRUTURA HOTELEIRA



DESCRIPCIÓN

Apoio a proxectos empresariais coa suficiente dimensión como para exercer un efecto tractor no resto de axentes turísticos da súa contorna, tanto do sector privado como do propio destino. Preténdese impulsar iniciativas con calado suficiente como para xustificar por si mesmas a elección do destino por parte dos visitantes, que sexan rendibles desde o punto de vista económico e que garantan un efecto a longo prazo da intervención.

Contar con este tipo de referentes no eido privado axudará a fortalecer o tecido produtivo, de tal maneira que estea formado por **empresas máis solventes e resilientes**, con capacidade para competir en novos mercados, que teñan unha visión sustentable da súa actividade diaria e que se apoiem na dixitalización para ser máis competitivas.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A crise xerada pola COVID-19 deixou ao descuberto a elevada morbilidade das empresas, maioritariamente micropemes, a pesar dos diferentes mecanismos de apoio impulsados polas administracións (ERTE,

axudas, créditos, incentivos á demanda, etc). É preciso reforzar a capacidade de resposta do tecido empresarial ante efectos adversos externos.



ACCIÓN OPERATIVAS

- Financiamento de **proxectos artellados baixo un enfoque singular** (baseados en solucións tecnolóxicas, propostas arquitectónicas, elementos ambientais, novos contidos, integración co medio etc.) que sexan capaces de incrementar o volume de actividade turística na súa contorna e que se apoiem en propostas diferenciais para a creación de valor.

- Apoio a novas iniciativas empresariais cuxos modelos de negocio e propostas comerciais teñan un **alto nivel de uso tecnolóxico** (grazas á xestión dos datos, a intelixencia artificial ou solucións de senso-rización, por exemplo) e contén cun enfoque de turismo sustentable. Analizarase a viabilidade de cada proxecto e prestaráselle acompañamento no acceso a financiamento privado.

- Aproveitamento dos fondos *Next Generation* para financiar **proxectos de recuperación do patrimonio histórico** para o seu uso turístico. Cada actuación estará sustentada nun plan director no se que definan accións de recuperación e valorización do elemento patrimonial en cuestión, contemplando a rehabilitación, conservación, mellora da accesibilidade ou dotación de servizos para a posta en marcha de actividade turística.

Renovación dos establecementos turísticos mediante investimentos en infraestrutura e na transformación do modelo de negocio, co obxectivo de mellorar a calidade no servizo e a percepción que os visitantes teñen do territorio. Contémplanse actuacións de:

o Medidas de eficiencia enerxética e redución da pegada de carbono.

o Optimización das condicións de accesibilidade e supresión de barreiras arquitectónicas.

o Implementación de melloras para a obtención de certificacións de calidade.

o Adaptación ás modificacións normativas.

o Incremento de categoría na clasificación do establecemento.

o Modernización e embelecemento das instalacións.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
9 000 000,00 €	15 250 000,00 €	9 000 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Cultura, Educación e Universidade



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de proxectos financiados

Importe financiado

Nº de actuacións en bens declarados de interese
cultural

Nº de beneficiarios de axudas para a renovación dos
establecementos turísticos

Importe concedido en axudas



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 2

Apoio ao tecido empresarial

PLAN DE ACCIÓN 2.5

APOIO AO SECTOR RECEPTIVO E AXENCIAS DE VIAXE A TRAVÉS DE PRODUTOS SUSTENTABLES



DESCRIPCIÓN

Definición de **medidas específicas de apoio ás axencias de viaxe** para garantir a súa supervivencia e para poñer en valor o seu rol na reactivación económica do sector turístico. Potenciarase ao receptivo galego como configurador de produto sustentable e comercializador do destino.

A competencia pola captación de novos nichos de mercado será moi intensa nos vindeiros anos, polo que é preciso apostar pola **especialización en segmentos** concretos e incentivar a axencias emisoras para que asuman un labor receptivo.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

As axencias de viaxe sufriron con especial intensidade os efectos da crise desde un primeiro momento. A paralización da actividade turística provocada polo confinamento e as restricións á mobilidade obrigounas a reembolsar ás persoas usuarias os importes

xa aboados, se ben as axencias mantiñan vixentes as obrigas contraídas coas empresas proveedoras. Por outra parte, avexíñanse cambios sostanciais na relación cos clientes e clientas, cun maior peso da comercialización en liña fronte aos formatos tradicionais.



ACCIÓN OPERATIVAS

Posta en marcha de **subvencións ás axencias de viaxe para contribuír ao desenvolvemento normal da súa actividade**. Este instrumento de axuda contempla a cobertura de:

o Gastos que obrigatoriamente se deben realizar en cumprimento da normativa turística con respecto á póliza de responsabilidade civil e garantía en materia de viaxes combinadas.

o Gastos derivados da creación e comercialización de produto turístico.

o Gastos derivados da transformación dixital.



Impulso do programa Elixir Galicia,

que ten por obxecto fomentar o turismo interno e a desestacionalización mediante o cofinanciamento, a diferentes segmentos da poboación galega (menores de 30 anos, familias co fillos/as menores de idade e pensionistas maiores de 55 anos), de viaxes nas catro provincias. Comercializaranse a través de axencias de viaxes, con catro modalidades diferentes: rutas de patrimonio histórico e cultura, rutas de natureza e montaña, vacacións en zonas costeiras e estadias en balnearios.



Definición de axudas ás axencias de viaxe para sufragar gastos que derivan do mantemento do establecemento físico para a prestación do servizo. Cubriranse **gastos de alugamento ou de préstamos hipotecarios** relativos aos locais nos que se desenvolve a actividade da empresa.



Apoio ao receptivo galego nos seus procesos de promoción e comercialización, tanto en mercados nacionais como internacionais. Contémplase a organización de misións directas e accións de traballo en rede específicas para axencias de viaxe.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
4 950 000,00 €	50 000,00 €	50 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de axencias de viaxe beneficiarias de axudas

Importe total concedido en axudas

Importe medio de axuda

Nº de persoas beneficiarias do programa Elix Galicia

Nº de paquetes comercializados no marco do programa Elix Galicia, desagregados por tipoloxía

Nº accións de traballo en rede (*workshops*)



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 3

TERRITORIO E RECURSOS TURÍSTICOS

Conseguir que as persoas que visitan Galicia leven na memoria vivencias auténticas e singulares depende en gran medida do estado no que atopen o destino. Este período de transición ata o remate da pandemia é unha boa oportunidade para **a posta a punto da oferta turística en todas as súas dimensións**. Farase fincapé no coidado do patrimonio e a paisaxe, con especial atención ao Camiño de Santiago e a súa contorna.

Factores como a conexión definitiva coa meseta vía AVE, que permitirá recortar tempos de forma

considerable cos principais mercados emisores nacionais e suporá un estímulo para a recuperación do turismo urbano, ou o Xacobeo 21-22 abren unha fiestra á chegada de novos perfís de visitantes, polo que o ecosistema turístico debe estar preparado para ofrecer óptimas experiencias a todo tipo de segmentos durante os doce meses do ano. Traballarase na evolución da demanda pola vía da calidade sen desbotar o crecemento en cifras, sempre de forma sostida e controlada.

PLANS DE ACCIÓN

- | | | | |
|-----|---|-----|--|
| 3.1 | Plans de sustentabilidade turística como elemento de dinamización | 3.6 | Camiño de Santiago |
| 3.2 | Ecoturismo | 3.7 | A Eurorrexión como oportunidade: Clúster Transfronteirizo de Turismo |
| 3.3 | Enogastronomía | 3.8 | Turismo como ferramenta de desenvolvemento rural |
| 3.4 | Turismo cultural | 3.9 | Plan de infraestruturas e embelecemento |
| 3.5 | Grandes rutas e percorridos naturais | | |

LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.1

PLANS DE SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA COMO ELEMENTO DE DINAMIZACIÓN



DESCRIPCIÓN

Aposta pola sustentabilidade turística como eixe estratéxico de actuación mediante a **elaboración de plans de sustentabilidade turística de carácter autonómico**, cuxo obxectivo será lograr unha transformación e reforma do ecosistema turístico galego desde unha perspectiva integrada e sustentable, tanto en ámbitos rurais como urbanos. Estes plans estarán enmarcados nas convocatorias ordinarias e extraordinarias impulsadas pola Secretaría de Estado de Turismo e serán financiados con fondos *Next Generation*.

En liña coas directrices da Organización Mundial do Turismo e cos Obxectivos de Desenvolvemento Sus-

tentable das Nacións Unidas, traballarase a prol dun sector máis competitivo e resiliente contemplando as seguintes dimensións: **medioambiental**, mediante a optimización do uso dos recursos naturais, a introdución do concepto de "circularidade" e a protección da diversidade biolóxica; **social**, a través da conservación dos activos culturais e patrimoniais e respectando a autenticidade sociocultural de Galicia; e **económica**, na procura de actividades viables e rendibles a longo prazo e que reporten uns beneficios socioeconómicos ben distribuídos ao longo de toda a cadea de valor.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O Plan de recuperación, transformación e resiliencia da economía española, presentado á Unión Europea, inclúe un compoñente específico para a transformación e modernización do sector turístico español a través da sustentabilidade e da dixitalización, aumentando a súa competitividade e resiliencia. Con-

témplase un investimento total de 3400 millóns de euros en turismo no territorio nacional, dos cales 1858 millóns serán destinados ao desenvolvemento de plans de sustentabilidade turística no trienio 2021-2023, con cargo aos fondos *Next Generation*.



Desenvolvemento de **plans de sustentabilidade turística que permitan evolucionar o modelo turístico de destinos galegos** cunha visión a longo prazo. Fortalecerase a capacidade operativa das entidades locais na xestión, contemplando destinos urbanos, localidades de máis de 20 000 habitantes con identidade turística, destinos de sol e praia, destinos rurais e espazos naturais. Estes plans enmarcaranse nas convocatorias ordinarias lanzadas pola Secretaría de Estado de Turismo.

Impulso do Plan territorial de sustentabilidade turística dos cascos históricos, co obxectivo de poñer en marcha actuacións transformadoras nos eidos da transición verde, eficiencia enerxética, transición dixital e mellora da competitividade turística nas localidades galegas que contan cun plan especial de protección do seu casco histórico. Esta iniciativa levarase a cabo no marco da convocatoria extraordinaria do programa de plans territoriais de sustentabilidade turística.

Colaboración co concello de Santiago de Compostela e co consorcio da Ribeira Sacra na execución dos dous plans de sustentabilidade turística aprobados para o período 2021-2023.

Establecemento de mecanismos que faciliten o **diálogo entre diferentes administracións así como a cooperación público – privada**, para acadar un compromiso efectivo coa sustentabilidade por parte de todos os grupos de interese na procura dunha mellor gobernanza turística. Contémplase a creación dun grupo de traballo específico para a sustentabilidade turística.

Creación dun Observatorio da sustentabilidade turística de Galicia, aliñado co sistema de indicadores das axendas urbanas e rurais e que facilite a medición da pegada de carbono nos destinos turísticos galegos. Inclúirá unha análise da “circularidade” actual na cadea de valor e elaborárase un cadro de mando con base no Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) para destinos sustentables.

Inclusión, en futuros plans aprobados, de medidas de actuación en materia de:

o Transición verde e sustentable

- Restauración ambiental
- Adaptación ao cambio climático do destino e as súas infraestruturas
- Implantación de medidas de economía circular en servizos públicos
- Xestión do uso público en espazos naturais
- Posta en valor de servizos ecosistémicos
- Infraestrutura ciclista e adecuación de itinerarios non motorizados

o Eficiencia enerxética

- Mitigación do cambio climático
- Descarbonización
- Mobilidade sustentable

o Transición dixital

- Comunicación e acceso de recursos e servizos ao turista no destino
- Xestión do impacto que xera o turismo no destino
- Empresas e provedores turísticos do destino
- Gobernanza pública e o seu acceso á tecnoloxía

o Competitividade turística

- Comunicación e sensibilización de residentes e turistas
- Actuacións de mellora da contorna urbana
- Desenvolvemento de destinos turísticos do interior
- Reconversión de zonas turísticas
- Inventario de recursos turísticos
- Certificacións de sustentabilidade
- Creación de nova oferta turística
- Mellora da accesibilidade
- Creación de equipamentos de turismo activo
- Xestión de equipamentos para servizos turísticos
- Posta en valor de produtos locais para o turismo
- Programas e protocolos de seguridade e hixiene
- Funcionamento do ente xestor do destino
- Sistemas de avaliación de resultados
- Mellora da calidade do destino



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 800 000,00 €	1 800 000,00 €	8 550 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Secretaría de Estado de Turismo

Deputacións provinciais

Xeodestinos

Concellos con actuacións incluídas nos
vindeiros plans a aprobar

Concello de Santiago de Compostela

Consortio de Turismo da Ribeira Sacra



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de plans de sustentabilidade turística aprobados para Galicia en
convocatorias ordinarias

Nº de plans de sustentabilidade turística aprobados para Galicia en
convocatorias extraordinarias

Orzamento total

Nº de concellos con actuacións

Nº de actuacións no ámbito da transición verde e sustentable

Orzamento destinado ao ámbito da transición verde e sustentable

Nº de actuacións no ámbito da eficiencia enerxética

Orzamento destinado ao ámbito da eficiencia enerxética

Nº de actuacións no ámbito da transición dixital

Orzamento destinado ao ámbito da transición dixital

Nº de actuacións no ámbito da competitividade turística

Orzamento destinado ao ámbito da competitividade turística



ALIANCIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE

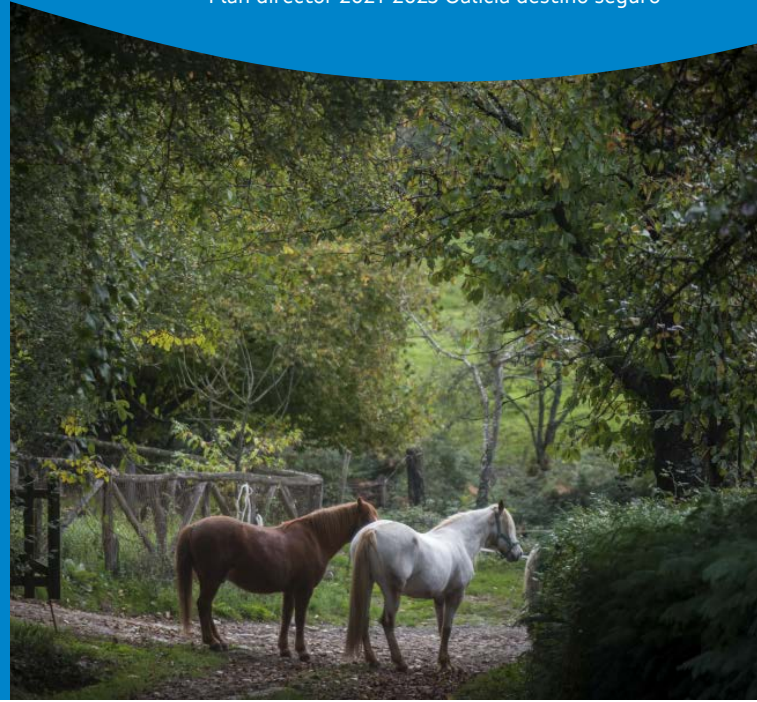


LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.2

ECOTURISMO



DESCRIPCIÓN

Valorización desde un punto de vista turístico dos recursos naturais e paisaxísticos do territorio para promocionar Galicia como un **destino comprometido coa conservación do medio ambiente e a biodiversidade**.

Incidirase na posta en marcha de mecanismos que faciliten ás empresas a **creación de produto turístico**

co innovador baseado nun uso sustentable da paisaxe, cun especial fincapé na contorna dos principais espazos imán, na procura dun desenvolvemento sustentable do rural e da concienciación da poboación local e dos visitantes sobre a necesidade de preservar os recursos naturais.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Galicia conta cunha gran diversidade paisaxística e con espazos naturais protexidos de primeiro nivel, o cal é unha vantaxe nun momento no que o turismo de natureza está en auxe. A creación de experiencias

ecoturísticas desempeñará un rol importante na captación de segmentos alto valor engadido, con formación, capacidade de gasto e sensibilidade co medio.



ACCIÓN OPERATIVAS



Aproveitamento de **Galicia Birding** para desenvolver paquetes baseados na observación da fauna ornitolóxica. Farase un especial énfase na promoción de rutas turísticas xa creadas, e outras de novo cuño, factibles de realizar en vehículo de motor, en bicicleta ou a pé.



Impulso da marca Galicia, Natural e Única e visibilización do Pasaporte Natural para a posta en valor de experiencias turísticas na contorna da rede de espazos imán de Galicia.



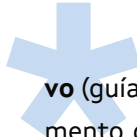
Posta en marcha de experiencias e actividades nocturnas que combinen a contemplación das estrelas coa divulgación do patrimonio inmaterial de Galicia. Darase continuidade á promoción dos dous destinos *starlight* existentes hoxe en territorio galego (Pena Trevinca e o Parque Nacional das Illas Atlánticas). Insistirase no **fomento do turismo astronómico** mediante a selección, adecuación, sinalización e difusión de enclaves e miradoiros idóneos para gozar das estrelas, especialmente na contorna do Camiño de Santiago.



Estudo detallado das políticas de promoción e dos produtos cabeceira doutras **comunidades autónomas da España Verde**, coa finalidade de posicionar a Galicia a través dos seus atributos diferenciadores. Tamén se procurarán posibles sinerxías ou liñas de traballo conxuntas.



Coordinación co Clúster de Turismo de Galicia para incentivar o **impulso desde o sector privado de produtos enfocados a atraer un turismo de calidade, seguro e non masificado**, que se apoién na natureza para facer propostas específicas para cada estación do ano. Organizaranse xornadas de traballo ou *workshops* nos que se poña en contacto ao receptivo galego coas empresas turísticas situadas na contorna dos espazos imán, co obxectivo de xerar o *networking* e coñecemento necesarios para facilitar o artellamento de produto comercializable.



Elaboración de material divulgativo (guías, cartelería etc.) sobre pautas de comportamento que deben seguir os ecoturistas nos espazos naturais.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 132 000,00 €	1 132 000,00 €	1 132 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Consellería do Medio Rural

Consellería do Mar

Organismo Autónomo de Parques Nacionais

Sistema Universitario de Galicia

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de accións divulgativas



ALIANZA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.3

ENOGASTRONOMÍA



DESCRIPCIÓN

Énfase na enogastronomía como elemento protagonista na promoción do destino e na comercialización de experiencias e produtos. En consonancia coas directrices de Galicia Sabe, a actual estratexia de turismo enogastronómico de Galicia, seguirase apostando por implicar a toda a cadea de valor na procura dun **turismo enogastronómico sustentable, baseado na calidade do produto local e no talento da cociña galega.**

O obxectivo é que a enogastronomía sirva como excusa para facer máis rendible a oferta turística galega, con base na súa perfecta maridaxe con outros atributos como a cultura ou a paisaxe, consolidándose como unha ferramenta ideal para o desenvolvemento socioeconómico de todo o territorio e garantindo a actividade os doce meses do ano.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O turismo gastronómico aparece en terceiro lugar entre as actividades realizadas desde que comezou a pandemia polos turistas dos principais mercados emisores a Galicia, sendo elixido por un 46,20 % das

persoas consultadas. Ademais, á hora de elixir a tipoloxía de turismo que realizarán tras a pandemia, a gastronomía ocupa a segunda opción entre as preferencias, tan só superada polo turismo de natureza.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Elaboración dunha **nova estratexia de turismo enogastronómico de Galicia**, que permita dar continuidade á folla de ruta iniciada con Galicia Sabe e planificar as principais directrices a seguir na vindeira década, cos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable da Axenda 2030 como guía irrenunciable.

Impulso do Plan territorial de sustentabilidade turística das comarcas vitivinícolas, co obxectivo de poñer en marcha actuacións transformadoras nos eidos da transición verde, eficiencia enerxética, transición dixital e mellora da competitividade turística nos ámbitos de influencia das rutas do viño de Galicia. Esta iniciativa levarase a cabo no marco da convocatoria extraordinaria do programa de plans territoriais de sustentabilidade turística.

Impulso de experiencias e rutas que poñan en valor a materia prima autóctona e os cociñeiros e cociñeiras locais. As festas gastronómicas de interese turístico serán a base para incentivar a creación de produto en torno ás mesmas.

Apoio en Enoturismo Galicia e nas cinco rutas do viño para a organización de accións de traballo en rede que faciliten o coñecemento entre os diferentes axentes da cadea de valor. Búscase involucrar ao receptivo para a comercialización de paquetes que combinen a propia experiencia enoturística coa visita a elementos patrimoniais e/ou naturais singulares. Aproveitaranse todas as fases de traballo en viñedos e adegas para a posta en marcha iniciativas que contribúan á desestacionalización.

Identificación e apoio a proxectos de **conservación e protección do patrimonio vencellado ao viño**, ben sexa mediante a restauración e adecuación de elementos como adegas ou lagares, ben sexa fomentando o uso de técnicas artesanais.

Uso do Centro Tecnolóxico do Turismo e a Gastronomía de Galicia (definido no plan de acción 5.2) como punto de encontro de todos os axentes innovadores da cadea de valor enogastronómica. Búscase involucrar á Axencia Galega da Calidade Alimentaria (Agacal), a centros de investigación e á empresa privada para **impulsar proxectos innovadores de base enogastronómica**.

Organización, da man dos entes xestores dos xeodestinos, de **accións divulgativas e formativas dirixidas á hostalería e ao sector primario**, co obxectivo de garantir a máxima calidade no servizo e o uso de produtos de proximidade. Faise un especial fincapé na contorna das diferentes rutas do Camiño de Santiago, polo seu potencial en termos de proxección internacional e visibilización.

Colaboración con cociñeiros e cociñeiras galegos recoñecidos (Estrelas Michelin, Soles Repsol) e / ou emerxentes, para a posta en marcha de **experiencias pop up gastronómicas singulares** en mercados emisores para Galicia, principalmente grandes cidades de España e Portugal.

Impulso da figura dos Mercados Excelentes de Galicia como dinamizadores da economía local e punto de encontro dos turistas coa poboación galega.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
760 000,00 €	14 200 000,00 €	700 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería do Medio Rural

Consellería do Mar

Denominacións de orixe

Estación de Viticultura e Enoloxía de Galicia (Evega)

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións contempladas no PTST das
comarcas vitivinícolas

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de rutas turísticas de base enogastronómica
creadas

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de actuacións en elementos patrimoniais
vencellados ao viño

Nº de proxectos innovadores de base
enogastronómica

Nº de accións divulgativas

Nº de experiencias pop-up

Nº de actuacións en Mercados Excelentes de Galicia



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.4

TURISMO CULTURAL



DESCRIPCIÓN

Impulso dun **turismo cultural sustentable** e implicado coa contorna, que se apoie na riqueza, variedade e singularidade do patrimonio material e inmaterial de Galicia para **conectar aos visitantes coa poboación local**, fomentando un comportamento responsable e respectuoso co patrimonio histórico e contribuíndo ao desenvolvemento socioeconómico do territorio.

Configurarase produto turístico con base en elementos patrimoniais físicos (como é o caso dos Bens de Interese Cultural), programando actividades culturais e divulgativas que faciliten a súa interpretación e a **inmersión na historia e costumes de Galicia**.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Según datos extraídos da enquisa realizada a turistas durante o proceso de diagnose, case catro de cada dez persoas (o 37,88 %) visitaron museos e/ou monumentos en 2020 desde que se declarou a pandemia. Isto reflicte que o turismo cultural segue a

ter plena vixencia. Ademais, as persoas expertas entrevistadas sitúan a esta tipoloxía de turismo entre as modalidades que medrarán nun futuro próximo. A cultura e o patrimonio teñen un gran potencial desestacionalizador.



ACCIÓN OPERATIVAS

Implementación de medidas que permitan a **revalorización de elementos do patrimonio material galego para a súa explotación turística**. Traballárase sobre a listaxe de Bens de Interese Cultural para facer unha selección de recursos susceptibles de intervencións en materia de acondicionamento, rehabilitación, conservación, adecuación dos accesos, sinalización e/ou edición de material promocional. Así mesmo, acometeranse actuacións de **mellora das condicións de accesibilidade universal** (física, cognitiva e sensorial) destes elementos patrimoniais.

Identificación de elementos do patrimonio arquitectónico civil e/ou relixioso situados en puntos de grande afluencia de persoas, co obxectivo de colaborar coas entidades titulares dos mesmos para **garantir a súa apertura e uso con fins turísticos**. Trátase dunha medida especialmente importante no Camiño de Santiago e na súa contorna.

Programación de **microeventos culturais en espazos singulares do patrimonio oculto** galego, que permitan a grupos reducidos de persoas gozar das características únicas de cada elemento e complementalo con degustacións gastronómicas e actuacións de artes escénicas e/ou musicais.

Posta en valor do papel dos **xeodestinos como identificadores de elementos do patrimonio inmaterial** dos seus concellos: tradicións orais, mitos, lendas, expresións artísticas, festividades, técnicas artesanais, usos da natureza etc. Permitirá poñer en valor a singularidade e os elementos característicos de cada territorio con vistas ao seu uso como elemento de unión entre a poboación local e os visitantes.

Impulso de **liñas de axuda a empresas titulares de orquestras** para a celebración de eventos dentro e fóra do territorio galego para a promoción do Xacobeo 21-22.

Deseño de liñas de traballo que sitúen á **historia de Galicia como eixe vertebrador á hora de artellar produto turístico**. Organizaranse reunións nas que se conte con investigadores, historiadores e guías turísticos que permitan establecer con rigor itinerarios ao redor de enclaves e elementos patrimoniais que foron testemuña de fitos ou momentos históricos. O fin desta medida é facilitar aos operadores de receptivo a comercialización de experiencias en torno a recursos como petróglifos, mámoas, castros, catedrais, mosteiros, igrexas, castelos, fortalezas ou pazos.

Promoción de iniciativas de **turismo idiomático**, visibilizando a importancia do galego á hora de artellar experiencias inmersivas que faciliten ao visitante o coñecemento da idiosincrasia de Galicia. Definíranse canles de colaboración con empresas que ofertan cursos de galego e castelán para maiores de 18 anos.

Fomento do **turismo literario**, mediante a promoción de rutas que visibilicen a biografía e traxectoria dos principais autores galegos. Contémplanse elementos arquitectónicos vencellados directamente á súa vida, así como espazos que inspiraron a súa obra.

Apoio ás diferentes candidaturas galegas que optan a obter recoñecementos de índole nacional e/ou internacional (Patrimonio Mundial, Rede de Xuderías etc.). Traballárase tamén na promoción dos territorios e/ou elementos patrimoniais galegos que xa se atopan baixo o paraugas dalgunha destas figuras de protección.

Utilización das novas tecnoloxías para a posta en valor do patrimonio galego. Inclúense iniciativas como Galiciana Semántica, que recorre a técnicas de intelixencia artificial e á aplicación da semántica de datos (con base na norma UNE 178503 Destinos Turísticos Intelixentes. Semántica aplicada ao turismo) para evolucionar a Biblioteca Dixital de Galicia; ou a inclusión de contidos sobre o Camiño de Santiago en *Google Arts & Culture*, ferramenta que permite realizar percorridos interactivos.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 870 200,00 €	1 070 200,00 €	1 070 200,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Cultura, Educación e Universidade

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Sistema Universitario de Galicia

Federación Española de Asociacións de Escolas de Es-
pañol para Estranxeiros (FEDELE)

Xeodestinos

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia

Asociación Profesional de Guías de Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións en elementos do patrimonio
material

Nº de microeventos culturais impulsados

Nº de elementos do patrimonio inmaterial
identificados

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de rutas turísticas de base cultural creadas

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de accións de comunicación

Nº de orquestras beneficiarias das liñas de axuda

Importe concedido en axudas



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.5

GRANDES RUTAS E PERCORRIDOS NATURAIS



DESCRICIÓN

Conservación e promoción das principais rutas e itinerarios turísticos de diferente temática, lonxitude e duración que visibilicen a paisaxe e o patrimonio de Galicia e que sirvan para enriquecer unha oferta turística sustentable e desestacionalizadora.

Impulsarase ademais a **creación e homologación de novas sendas, de longa distancia**, susceptibles de ser percorridas en diferentes medios de transporte (vehículo a motor, bicicleta, a pé etc.) e que vertebren diferentes comarcas de Galicia, incentivando estadias superiores por parte dos turistas.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O auxe do sendeirismo nos últimos anos en Galicia contribúe á valorización e recuperación de recursos territoriais infrautilizados. Ademais, as rutas de sendeirismo situáronse entre as actividades preferidas

entre as realizadas durante a estadia turística no período de pandemia. O 43,1 % das persoas consultadas durante o proceso de diagnose así o referendan.



ACCIÓN OPERATIVAS

Diseño, creación de contidos, sinalización e promoción de **itinerarios configurados en torno a puntos ou recursos senlleiros en temáticas concretas** (por exemplo, rutas que unan: lugares que albergaron batallas históricas, enclaves significativos do patrimonio industrial, xacementos arqueolóxicos, áreas de especial interese paisaxístico, poboacións singulares, escenarios de lendas etc.). Factores como a distancia, a orografía, a época do ano, o perfil das persoas usuarias ou o medio de transporte definirán plans de diferente duración (7-10 días; escapadas de fin de semana ou pontes festivas; ou unha única xornada de 6-8 horas).

Colaboración coa Federación Galega de Montañismo para a revisión, adecuación e promoción dos itinerarios de curto e longo percorrido que compoñen "Sendas para descubrir un país". Traballarase tamén na homologación e posta en valor de novas rutas.

Consolidación da Senda Litoral de Galicia como gran itinerario de referencia na costa galega, co obxectivo de valorizar os recursos territoriais e divulgar o patrimonio natural, material e inmaterial dos 1315 quilómetros de percorrido. Inclúese a revisión e promoción das 56 etapas que a compoñen, procurando sinerxías con outras iniciativas e fomentando o apego ao local.

Establecemento de **políticas de colaboración público – pública entre diferentes niveis da administración** para coordinar a homologación, sinalización, mantemento e acondicionamento de sendeiros de curto e longo percorrido. O obxectivo é implicar e corresponsabilizar aos concellos.

Impulso dunha gran senda interior de Galicia que, a semellanza da Senda Litoral de Galicia ou de iniciativas como "25 escenarios ao volante", una diferentes miradoiros e áreas de especial interese paisaxístico do rural galego, con especial énfase nas montañas ourensás e lucenses.

Apoio ás administracións locais que estean involucradas en **proxectos de recuperación de vías verdes**.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 260 000,00 €	1 260 000,00 €	1 260 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Consellería do Medio Rural

Consellería do Mar

Instituto Europeo de Itinerarios Culturais

Xeodestinos

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de rutas / itinerarios creados

Nº de actuacións na Senda Litoral de Galicia

Nº de sendas de longo percorrido homologadas

Nº de sendas de curto percorrido homologadas

Nº de Vías Verdes recuperadas

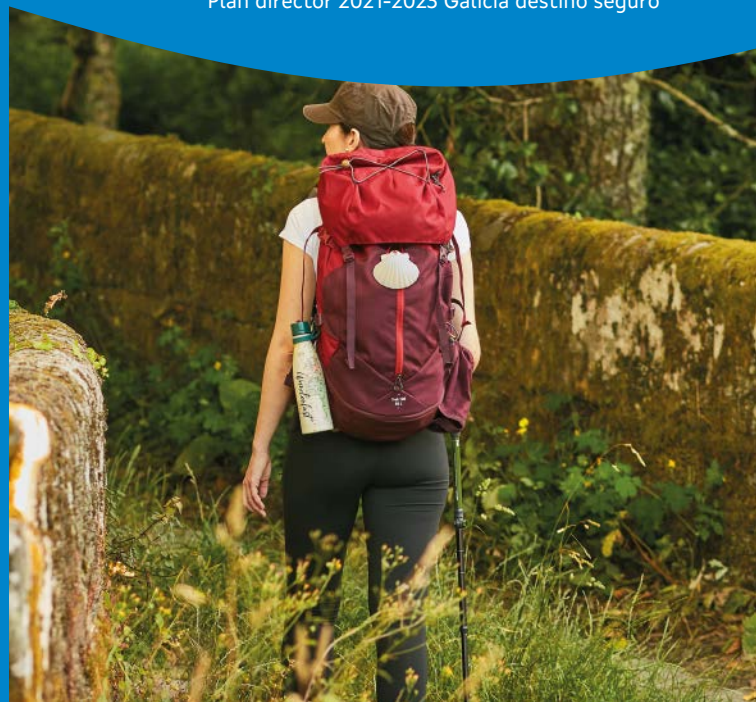


ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.6**CAMIÑO
DE SANTIAGO****DESCRIPCIÓN**

Planificación da xestión do Camiño de Santiago para a valorización da riqueza histórica, patrimonial, cultural e paisaxística dos seus trazados e da contorna. É preciso actualizar a folia de ruta para garantir a conservación e mantemento dos itinerarios, a adecuación de infraestruturas e a promoción das diferentes rutas. As liñas de traballo terán presente a realidade pos-COVID e incidirase na preservación dos valores xacobeos, a sustentabilidade e a calidade no servizo a peregrinos, peregrinas e turistas.

A proxección internacional do Camiño de Santiago e a celebración dos Anos Santos 2021-22, 2027 e 2032 nun prazo de apenas once anos deben servir para promocionar Galicia e, por un lado, incitar ás persoas que peregrinan a prolongar a súa estadía ou regresar nun futuro como turistas, e, por outra parte, inducir a turistas a volver a Galicia peregrinando.

**VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN**

O Camiño de Santiago é o principal elemento de atracción de visitantes a Galicia e antes da chegada da COVID-19 rexistraba cifras récord de peregrinos e peregrinas ano tras ano. Sen embargo, sufriu especialmente os efectos da pandemia en 2020, cunha caída interanual do 84,5 % no número de Compos-

telas entregadas. As restricións á mobilidade internacional teñen boa parte de culpa desta cifra, posto que as persoas doutros países teñen maior peso nas estatísticas do Camiño que as persoas que chegan a Santiago de Compostela desde outros puntos de Galicia ou do resto de España.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Redacción do novo Plan director e estratéxico do Camiño de Santiago con vixencia ata o ano 2032, de tal forma que contemple a planificación e xestión do Camiño nun período que contemple tres Anos Santos, e que estableza as directrices e liñas estratéxicas básicas para implantar un plan operativo. O proceso de elaboración do documento basearase en metodoloxías participativas que den cabida a todos os grupos de interese implicados no Camiño.

Reforzo do plan de investimentos na rede pública de albergues, mediante a acometida de obras de rehabilitación e ampliación e implementando melloras en cuestións como accesibilidade, conectividade, circularidade, eficiencia enerxética ou sinalización, na procura dun modelo de aloxamento máis sustentable e integrador. Estes criterios son tamén aplicables aos albergues de nova construción.

Posta en marcha de **actuacións de mellora paisaxística** no marco do Plan de embelecemento do Camiño de Santiago. Inclúense intervencións sobre o propio trazado e a súa integración coa natureza, pero tamén en vivendas, elementos etnográficos e no espazo agrario da contorna. Ademais, crearanse novas áreas de descanso e espazos verdes.

Intensificación de actuacións para garantir a seguridade de no Camiño e nas súas infraestruturas, en coordinación co Plan de seguridade do Ano Santo. Entre outras, contémpanse as seguintes medidas:

- o Xestión de fluxos e control de capacidade nos accesos a recursos senlleiros.
- o Seguridade viaria dos diferentes trazados.
- o Adecuación das infraestruturas aos requisitos hixiénico – sanitarios provocados pola COVID-19 e elaboración de material divulgativo ao respecto.
- o Plan de formación para as forzas de seguridade, voluntariado e Protección Civil.
- o Implantación de solucións tecnolóxicas que automaticen diferentes procesos de atención a peregrinos e peregrinas. Sirva como exemplo a aplicación da Credencial do peregrino.

Difusión dos Premios Camiño de Santiago como instrumento de distinción de boas prácticas públicas e/ou privadas na posta en valor do Camiño e da cultura xacobeá.

Valorización de todas as rutas oficiais do Camiño de Santiago, mediante a identificación de necesidades de conservación, sinalización e dotación de equipamentos e servizos, e centrando os esforzos promocionais naqueles itinerarios menos concorridos co obxectivo de aliviar a carga de peregrinos e peregrinas doutros camiños na procura de redistribuír fluxos.

Potenciación do Observatorio do Camiño de Santiago como mecanismo para aprofundar no coñecemento das persoas que peregrinan, coa finalidade de optimizar a toma de decisións con base nas súas pautas de comportamento e expectativas.

Impulso do receptivo galego como motor da creación de produto turístico, de tal maneira que se ofrezca ás persoas usuarias o propio proceso de peregrinación (verdadeiro fin de quen realiza o Camiño) e se incentive a comercialización de experiencias que prolonguen a estadía en Galicia e a repetición futura.

Promoción do trazado galego das rutas EuroVelo 1 "Ruta da costa atlántica" e EuroVelo 3 "A ruta dos peregrinos", itinerarios ciclistas de longa distancia que atravesan varios países europeos, e que están avalados pola Federación Europea de Ciclistas.

Cooperación coa rede *Green Pilgrimage* para a promoción do Camiño de Santiago con criterios de sustentabilidade.

Fomento da **implantación da Q de Calidade Turística na rede de albergues**.

Sinatura de **convenios de colaboración con entidades de diversa índole** (eclesiásticas, fundacións, universidades, concellos) para a posta en marcha de actuacións de valorización do Camiño e do seu patrimonio.

Establecemento de canles de diálogo co tecido asociativo do Camiño para a definición de liñas de traballo que permitan o desenvolvemento turístico da contorna das diferentes rutas sen menoscabo da preservación dos valores espirituais da peregrinación.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
9 096 529,46 €	7 965 590,00 €	7 760 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Cultura, Educación e Universidade

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Xeodestinos

Concellos con actuacións

Entidades eclesiásticas

Tecido asociativo do Camiño de Santiago

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións en infraestruturas

Investimento total

Nº de produtos / paquetes creados

Nº de accións de comunicación

Nº de albergues coa Q de Calidade Turística

Nº de convenios de colaboración asinados



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE

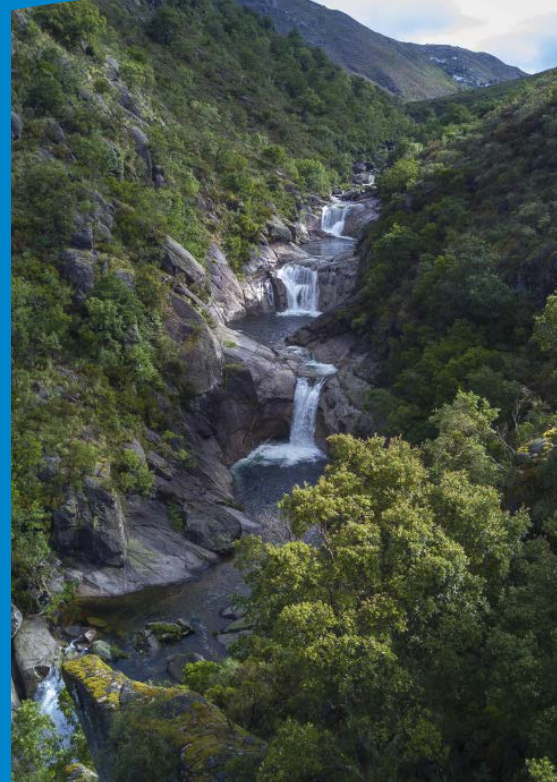


LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.7

A EUORREXIÓN COMO OPORTUNIDADE: CLÚSTER TRANSFRONTEIRIZO DE TURISMO



DESCRICIÓN

Aproveitamento de anteriores experiencias de clusterización conxunta co Norte de Portugal (textil, automóbil, TIC, metal e biotecnoloxía) e do papel protagonista do turismo nas estratexias de especialización intelixente, para a posta en marcha dunha folla de ruta común de turismo sustentable.

Reforzarase o papel da Eurorrexión Galicia – Norte de Portugal como elemento creador de sinerxías entre ambos destinos para a **mellora da competitividade das empresas** e da súa capacidade de internacionalización con base nun modelo turístico sustentable e seguro.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Galicia e o norte de Portugal vertebran un espazo transfronteirizo con características propias e comúns en moitos casos. É de gran interese establecer acordos para dinamizar o turismo na Eurorrexión, onde xa existen casos de éxito na colaboración entre paí-

ses para a posta en marcha de iniciativas turísticas. A conciencia dun destino común permitirá establecer estratexias de cooperación e impulsar políticas de desenvolvemento que impliquen a todos os actores do ecosistema turístico a ambos lados da fronteira.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Elaboración dun plan director para a constitución do clúster Transfronteirizo de Turismo. Partirase dunha análise da situación de partida a ambos lados da fronteira antes de definir a folla de ruta que permita poñer en marcha o clúster. Optarase por modelos de colaboración público – privada e definirase un plan de acción que contemple o deseño de estruturas de gobernanza que dean voz a toda a cadea de valor.

Aproveitamento do proxecto **Eurorexión Destino Turístico Intelixente (EDIT)** para a posta en marcha dun sistema de intelixencia turística que permita mellorar a xestión dos recursos turísticos e a información dispoñible sobre a actividade turística.

Liderado, por parte do novo Clúster Transfronteiro de Turismo, de **proxectos de base turística que opten a captar financiamento europeo** nos vindeiros anos. Preténdese aproveitar a experiencia conxunta demostrada en proxectos de cooperación transfronteiriza con incidencia no patrimonio cultural e natural.

Valorización das diferentes rutas do Camiño de Santiago que percorren a Eurorexión, no marco do proxecto Facendo Caminho, para o seu aproveitamento sustentable como recurso patrimonial, cultural e natural transfronteirizo.

Fortalecemento da colaboración entre empresas e xestores de destino dos dous países para dinamizar, no seo do novo clúster, a **transferencia de coñecemento e a difusión de boas prácticas.**

Impulso do corredor ferroviario Vigo – Porto como liña de alta velocidade para a vertebración da Eurorexión e para facilitar a mobilidade e o fluxo bidireccional de turistas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
150 000,00 €	150 000,00 €	150 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Eurorrexión Galicia – Norte de Portugal

Turismo do Porto e Norte de Portugal

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de entidades asociadas ao Clúster Transfronteirizo
de Turismo

Nº de proxectos de cooperación transfronteiriza de
base turística

Investimento total



ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE

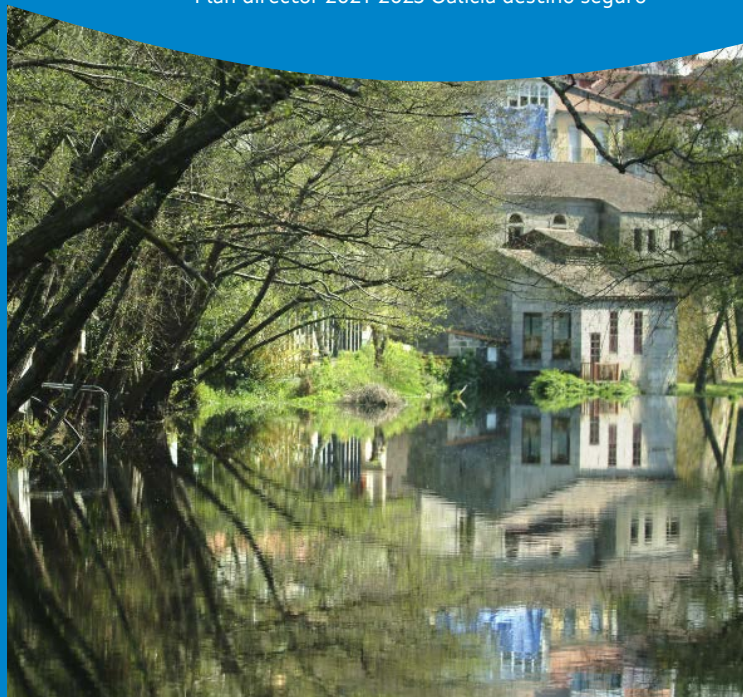


LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.8

TURISMO COMO FERRAMENTA DE DESENVOLVEMENTO RURAL



DESCRICIÓN

Desenvolvemento de políticas dirixidas ao uso dos recursos do medio rural (tanto no interior como na costa) para a dinamización da actividade económica a través do turismo. O obxectivo é **aproveitar as vantaxes que ofrece o rural galego nos contextos COVID e pos-COVID** para promocionar o destino de forma responsable e comercializar experiencias turísticas innovadoras, seguras e sustentables.

Apostarase por un **modelo de turismo sustentable que sirva de motor de cambio e diversificación da oferta**, que contribúa ao desenvolvemento de actividade económica e á creación de emprego, na procura dun maior equilibrio territorial e da fixación de poboación no rural.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A despoboación e a menor puxanza económica do rural dificultan o desenvolvemento e consolidación de actividade turística nun segmento moi demandado no actual contexto de pandemia. O patrimonio material e inmaterial, a diversidade natural e as posibili-

dades para a práctica de actividades ao aire libre, así como contar con espazos de baixa densidade de poboación son vantaxes competitivas de partida para o rural galego.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Aproveitamento das vindeiras convocatorias de plans de sustentabilidade turística para a implementación de actuacións que consoliden unha oferta turística de calidade no rural. Traballárase da man das administracións locais impulsoras das candidaturas aprobadas para a definición de estratexias comúns a todas elas.

Apoio ao Plan de sustentabilidade turística da Mariña Lucense para o desenvolvemento dun modelo turístico sustentable e rendible que permita frear a perda demográfica no territorio, mediante a posta en valor do patrimonio cultural e natural da contorna.

Actualización da planificación estratéxica do turismo rural de Galicia, cuxa folia de ruta actual expira en 2023, de tal maneira que se definan estratexias e plans operativos que marquen o camiño a seguir na vindeira década.

Creación de aldeas modelo de orientación turística, nas que se poidan desenvolver iniciativas empresariais relacionadas co turismo de natureza, o enoturismo, o lecer e as actividades culturais. A aposta pola dixitalización será clave na creación de produto turístico, así como na promoción e comercialización.

Impulso de accións formativas e fomento do emprendemento no sector turístico rural na procura de desenvolver modelos de negocio sustentables e rendibles, que exerzan un efecto tractor sobre outros eidos da economía local. Preténdese reforzar e consolidar a viabilidade do tecido empresarial implantado no medio rural ao redor do sector turístico.

Conceptualización e deseño de itinerarios turísticos artellados en torno a recursos naturais e ao patrimonio material e inmaterial do rural galego, que sirvan de pretexto para a comercialización de escapadas durante todo o ano.

Colaboración cos grupos de desenvolvemento rural (GDR) e nos grupos de acción local do sector pesqueiro (GALP), como entidades coñecedoras do tecido empresarial dos seus territorios, para a organización de **accións de traballo en rede que fomenten a cooperación entre axentes do sector privado** e incrementen o coñecemento que as empresas teñen da oferta turística da súa contorna. Isto facilitará sinerxías que desemboquen na creación de produto turístico.

Promoción do rural galego como destino de escapadas e desconexión, onde o visitante pode establecer vínculos coa poboación local e gozar de experiencias activas en contacto co medio natural e co sector primario. Apostarase especialmente por mercados de proximidade (ciudades galegas, comunidades autónomas limítrofes e norte de Portugal). Tamén se traballará na visibilización dos establecementos rurais da contorna do Camiño, como alternativa de aloxamento para persoas que peregrinan.

Coordinación, por parte da Área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia, dun **estudo de mercado sobre a demanda de turismo rural** que, mediante técnicas cuantitativas e cualitativas, axude a definir as dinámicas e os perfís de turistas a captar, así como os principais mercados emisores.

Realización de tarefas de **benchmarking dos sectores do turismo rural nas outras comunidades autónomas da España Verde**, mediante a análise das políticas públicas de promoción e dos modelos de xestión e negocio utilizados no eido empresarial. Preténdese atopar exemplos de boas prácticas e casos de éxito.

Análise e estruturación da oferta de aloxamentos activos actualmente no rural, mediante a identificación de todos os establecementos regrados presentes no Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT), incluídas as vivendas de uso turístico.

Visibilización das **iniciativas premiadas na categoría de "Turismo" nos Premios Agader**.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
4 059 360,12 €	2 172 000,00 €	2 151 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería do Medio Rural

Consellería do Mar

Consellería de Cultura, Educación e Universidade

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Grupos de desenvolvemento rural (GDR)

Grupos de acción local do sector pesqueiro (GALP)

Xeodestinos

Concellos con actuacións

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de aldeas modelo con orientación turística

Nº de accións formativas

Nº de proxectos emprendedores impulsados

Nº de rutas turísticas creadas

Nº de accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de produtos / paquetes creados

Nº de accións de comunicación

Nº de estudos de mercado

Nº de casos de éxito identificados

Nº de aloxamentos activos no rural



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 3

Territorio e recursos turísticos

PLAN DE ACCIÓN 3.9

PLAN DE INFRAESTRUTURAS E EMBELECEMENTO



DESCRICIÓN

Impulso de políticas e accións de **protección, ordenación e embelecemento do patrimonio paisaxístico de Galicia**, co obxectivo de poñer en valor espazos urbanos e rurais e aproveitalos para facilitar ao sector turístico un contexto favorable para a creación de produto de alto valor engadido.

Seguiranse directrices estipuladas na Estratexia da Paisaxe de Galicia para potenciar a beleza de Galicia

en todas as súas dimensións, mediante estratexias de recuperación, mantemento, conservación e sinalización que optimicen o uso e disfrute da paisaxe. Farase cunha perspectiva de longo prazo e continuidade no tempo, promovendo a **revalorización estética e a integración paisaxística e urbana**, co fin de mellorar a percepción e satisfacción tanto das persoas que visitan Galicia como da propia poboación local.



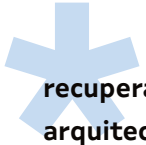
VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O despoboamento en medios rurais, o abandono dos montes, o envellecemento da poboación, a estrutura da propiedade e a desaparición de explotacións agrarias son algúns dos factores que ocasionan unha deficiente situación de contornas naturais. En todo

caso, o feísmo non é exclusivo de concellos do rural e en ámbitos urbanos, especialmente cascos históricos de cidades e vilas, atópanse exemplos de elementos arquitectónicos susceptibles de actuación.



ACCIÓN OPERATIVAS



Impulso de liñas de axuda para a **recuperación e acondicionamento de elementos arquitectónicos singulares e do patrimonio etno-gráfico de Galicia**, en espazos rurais e en cascos históricos de cidades e vilas galegas. Inclúense:

o Mellora de fachadas e pequenas infraestruturas en cascos históricos e núcleos de interese turístico.

o Proxectos que aposten pola utilización de materiais e técnicas construtivas tradicionais.

o Demolición de estruturas inacabadas.

o Posta en marcha de proxectos arquitectónicos que se convertan en pequenas infraestruturas destinadas a mellorar a experiencia do visitante: áreas de descanso, fontes, puntos de recarga, marquesiñas etc.

o Creación de estruturas centradas en lograr unha accesibilidade universal.

o Acondicionamento de miradoiros.

o Mellora de infraestruturas en áreas protexidas.



Divulgación de casos de éxito na xestión da paisaxe e loita contra o feísmo, así como accións que faciliten a prescrición por parte das persoas que nos visitan. Neste sentido, visibilízase Galicia Parabéns como mecanismo para premiar as iniciativas destinadas a conservar, mellorar e embelecer a paisaxe de Galicia e, máis concretamente, do Camiño de Santiago.



Coordinación de **tarefas de desbroce e acondicionamento en áreas paisaxísticas de especial interese turístico**, aproveitando os restos para o seu uso como biomasa.



Adecuación de espazos e miradoiros naturais para a posta en marcha de accións promocionais centradas en divulgar a beleza paisaxística e natural de Galicia.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
5 200 610,01 €	4 985 000,00 €	4 985 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Consellería do Medio Rural

Xeodestinos

Concellos con actuacións



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de intervencións en elementos arquitectónicos

Nº de intervencións en espazos naturais

Nº de intervencións en miradoiros naturais

Nº de casos de éxito identificados



ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN E MÁRKETING TURÍSTICO

Galicia é unha marca potente pero requírese **adaptar o posicionamento** ás tendencias de consumo turístico actuais e futuras. Baseándose nos principais atributos positivos do destino é preciso artellar un relato que empatee coas persoas, tanto visitantes como cidadanía galega, trasladando un discurso emocional.

A menor dependencia do mercado estranxeiro que ten Galicia respecto a outros destinos de España, supón unha vantaxe nun momento no que a COVID-19 obriga a atraer un **turismo de proximidade** (tanto nacional como, especialmente, de persoas residentes en territorio galego). En todo

caso, a folla de ruta debe contemplar o futuro e preparar ao sector para competir no mercado internacional unha vez se minimicen ou desaparezan as restricións á mobilidade.

O contexto xerado pola pandemia implica variacións na relación cliente – empresa, e algúns destes cambios chegaron para quedarse. Os viaxeiros e viaxeiras hiperconectados da actualidade demandan cada vez máis **personalización no servizo**, polo que será preciso apostar pola microsegmentación de mercados para captar turistas en novos caladoiros.

PLANS DE ACCIÓN

- | | | | |
|-----|--|-----|--|
| 4.1 | Xacobeo 21-22 | 4.5 | Novos atributos da marca: destino seguro |
| 4.2 | Impulso ás misións empresariais no exterior e mercados turísticos internacionais | 4.6 | Programas de estímulo da demanda: bono turístico |
| 4.3 | Tecnoloxías innovadoras aplicadas á comercialización | 4.7 | Embaixadores e prescritores: Presume de Galicia |
| 4.4 | Posicionamento de produtos específicos e novos produtos | | |

LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.1

XACOBEO 21-22



DESCRIPCIÓN

Apoio na programación de actividades do Xacobeo 21-22 para incentivar a demanda e acelerar os procesos de recuperación e reactivación do turismo nacional e internacional. Débese reforzar o papel do **Xacobeo 21-22 como ferramenta de estímulo da actividade económica no sector e de posicionamento da marca Galicia.**

A ampliación do Ano Santo a 2022 supón unha gran oportunidade en termos de reactivación, xa que o avance no proceso de vacinación unido a un Xacob Xacobeo 21-22 eo máis longo darán máis marxe de manobra ao sector para afrontar a súa recuperación. Sen dúbida, o Xacobeo 21-22 e o Camiño son vehículos excepcionais para a posta en valor de Galicia no exterior.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A evolución das cifras de peregrinos e peregrinas da última década, así como o feito de estar na antesala do primeiro Ano Santo en once anos, facían que o sector turístico galego albergara grandes expectativas respecto ao Xacobeo 2021 nos anos previos. De feito, o Plan Estratéxico do Xacobeo 2021, redactado no ano 2019, prevía superar o listón do medio millón de

Compostelas outorgadas no Ano Santo. En troques, estas cifras contrastan coa realidade provocada pola pandemia: en 2020, a cifra oficial de persoas que chegaron a Santiago desplomouse un 84,5 % respecto a 2019. En todo caso, a ampliación do Ano Santo a 2022 inxectou un moderado optimismo no sector.



ACCIÓN OPERATIVAS

Realización de **accións de promoción no marco do Xacobeo 21-22**, para consolidalo como un fito que proxecta a Galicia no eidos nacional e internacional. Deseñaranse campañas dixitais dirixidas de forma específica aos mercados prioritarios (España e Europa) e outros mercados de interese (Estados Unidos, Xapón e Corea).

Impulso de O teu Xacobeo como mecanismo de apoio a proxectos de dinamización sociocultural do Camiño de Santiago e de promoción do Xacobeo 21-22. Primaranse iniciativas novidosas en todo o territorio galego, coa finalidade de estimular a economía local e de incrementar a demanda turística na contorna onde se desenvolven as actividades.

Redefinición da programación cultural do Xacobeo 21-22 para adaptala ao novo contexto e aos posibles escenarios dos vindeiros meses. O programa de actividades debe servir como altofalante para vender a Galicia como destino e debe desempeñar un papel descentralizador, contemplando eventos en todo o territorio galego.

Encargo de **intervencións arquitectónicas efémeras e sustentables** que se instalarán en puntos do Camiño durante o Xacobeo 21-22, que serán realizadas por arquitectos e arquitectas emerxentes e/ou consolidados a nivel nacional e internacional.

Consolidación de O Son do Camiño como festival de proxección internacional. A evolución da situación sanitaria definirá o formato e capacidade máxima de asistencia ao do evento no curto prazo

Visibilización do papel histórico da muller no Camiño de Santiago para, no marco do programa **Xacobeo Peregrinas**, contar coa presenza de mulleres senlleiras de calado internacional en puntos significativos das diferentes rutas oficiais que atravesan o territorio galego. Organizaranse encontros ou ponencias que se poderán complementar co percorrido de pequenos tramos do Camiño por parte das invitadas.

Reedición de **Estrelas Solidarias no Camiño**, en colaboración con cociñeiros e cociñeiras galegos de renome, coa finalidade de obter fondos para causas benéficas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	-



ORZAMENTO

2021	2022	2023
23 709 000,00 €	20 355 000,00 €	- €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Cultura, Educación e Universidade

Consellería de Política Social

Xeodestinos

Concellos con programación cultural

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actividades culturais programadas

Nº de accións de promoción

Nº de proxectos aprobados no marco de
O teu Xacobeo

Nº de intervencións no Camiño de Santiago durante o
Xacobeo 21-22

Nº de mulleres participantes en Xacobeo Peregrinas

Nº de cociñeiros/as participantes en
Estrelas Solidarias no Camiño



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.2

IMPULSO ÁS MISIÓNS EMPRESARIAIS NO EXTERIOR E MERCADOS TURÍSTICOS INTERNACIONAIS



DESCRIPCIÓN

Desenvolvemento de **accións de promoción no exterior para reactivar a demanda en mercados internacionais**, co obxectivo de recuperar as cifras nos principais caladoiros e de posicionar a Galicia como destino para a vindeira década.

A crise sanitaria alimenta un contexto que inevitablemente afecta aos principais fluxos de turistas

chegados doutras partes do mundo. Esta reconfiguración do turismo internacional supón unha oportunidade para Galicia respecto a outros territorios de España que tradicionalmente recibían máis visitantes doutros países, polo que **é primordial afondar no coñecemento da demanda estranxeira** e establecer estratexias de colaboración público – privadas para consensuar os mercados prioritarios.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

As restricións á mobilidade instauradas ao longo de 2020 afectaron de forma intensa á chegada de turistas internacionais. O volume de noites consumidas por persoas estranxeiras en aloxamentos regrados galegos caeu un 79,9 % respecto ao ano 2019. Resentiuse especialmente o Camiño de Santiago, posto que nos anos previos a porcentaxe de peregrinos

e peregrinas foráneos era superior á proporción de camiñantes que chegaban doutros puntos do territorio español. En todo caso, Galicia ten unha menor dependencia do turismo internacional que outras comunidades autónomas.



ACCIÓN OPERATIVAS

Actualización da estratexia e da calendarización de feiras nas cales Galicia terá presenza nos vindeiros tres anos. A expensas da situación sanitaria, manterase a actividade presencial nos principais eventos internacionais (FITUR Madrid, ITB Berlín e WTM Londres). Así mesmo, priorizaranse aquelas feiras, de menor dimensión e/ou sectoriais, que se considere poidan ter unha incidencia real na reactivación da demanda estranxeira.

Organización dunha misión comercial inversa de gran dimensión, a celebrar en 2022, que achegue a Galicia a un número elevado de operadores internacionais chegados de todo o mundo. No marco da viaxe de familiarización celebraranse unha xornada técnica e un *workshop* no que empresas turísticas galegas poidan establecer contacto e facer negocio cos operadores invitados. Preténdese replicar o formato de España Reloaded, impulsado da man de Turespaña no ano 2017.

Impulso de misións comerciais directas a mercados europeos emisores de turistas para Galicia, principalmente aqueles con mellor conexión aérea cos aeroportos galegos. Organizaranse *workshops* ou encontros con operadores deses países para facilitar a comercialización da oferta turística galega. Contémplanse diversos formatos: presencial, virtual ou un híbrido que combine a presenza física con accións telemáticas.

Posta en marcha de accións específicas dirixidas ao **mercado portugués**, principal caladoiro de turistas para Galicia. A proximidade e a oportunidade que supón en termos de desestacionalización converten ao país veciño en prioritario para reactivar a demanda estranxeira.

Colaboración co Clúster de Turismo de Galicia para a promoción e comercialización de Galicia como destino turístico. Coordinarase a presenza conxunta en feiras, xornadas técnicas, congresos ou encontros de carácter internacional, así como accións que faciliten ás empresas galegas un mellor coñecemento dos principais mercados.

Difusión entre as empresas turísticas de diferentes **instrumentos do Iga** para o **impulso da internacionalización**: Galicia Exporta Empresas, Galicia Exporta Organismos Intermedios, Galicia Exporta Dixital, Plan Foexga, Programa Sinerxía e as axudas para a contratación de xestores da internacionalización.

Realización de **accións prospectivas en mercados emerxentes**, principalmente Norteamérica e Asia, co obxectivo de definir liñas de traballo que acheguen un impacto real en termos de captación de turistas a medio e longo prazo. Basearase a comunicación no Camiño de Santiago, a enogastronomía e as paisaxes galegas, e estableceranse contactos para analizar a viabilidade de vóos transoceánicos con estes países.

Organización de accións de traballo en rede con empresas turísticas galegas para consensuar estratexias de internacionalización. Preténdese analizar de forma conxunta a evolución da demanda internacional e as características particulares de cada país emisor no actual contexto ocasionado pola COVID-19, coa finalidade de adaptar produtos e mensaxes. Esta información será de especial interese para o sistema de intelixencia turística.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
3 152 576,00 €	3 220 176,00 €	3 220 176,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de feiras internacionais con presenza de Turismo
de Galicia

Nº de misións comerciais inversas

Nº de participantes en misións comerciais inversas

Nº de misións comerciais directas

Nº de participantes en misións comerciais directas

Nº de accións de promoción no exterior

Nº de empresas beneficiarias de axudas á
internacionalización

Importe concedido en axudas

Nº de accións en mercados emerxentes

Nº accións de traballo en rede (*workshops*)



ALIANCIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.3

TECNOLOXÍAS INNOVADORAS APLICADAS Á COMERCIALIZACIÓN



DESCRICIÓN

Adopción de ferramentas tecnolóxicas que permitan a destinos e empresas turísticas galegas afondar no coñecemento dos potenciais visitantes e personalizar accións de promoción e fidelización. Preténdese **acelerar e consolidar o proceso de dixitalización do sector turístico galego para incrementar a súa competitividade** (especialmente en termos de comercialización) e para levar á excelencia a experiencia turística das persoas que visitan Galicia.

A transformación dixital do ecosistema turístico galego permitirá dixitalizar toda a cadea de valor, así como ofrecer ao turista servizos e produtos totalmente adaptados ao contexto do turismo pos-COVID.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A transformación dixital e a utilización de ferramentas tecnolóxicas desempeñarán un papel decisivo na modernización da cadea de valor do turismo, especialmente na interacción co público final. Se ben fa-

miliares e xente coñecida seguen a ser importantes prescritores, as persoas que viaxan outorgan cada vez máis veracidade ás fontes de información en liña, como as redes sociais, blogs ou webs especializadas.



ACCIÓN OPERATIVAS

Posta en marcha de mecanismos que faciliten ás pemes o **acceso a ferramentas dixitais** que simplifiquen e automaticen os seus procesos internos, que lles permitan optimizar custos, mellorar as relacións cos diferentes grupos de interese e establecer sistemas automatizados de comercialización dixital. Inclúense aplicacións con percorrido no mercado pero con marxe de implantación na peme turística galega, como os PMS, ERP ou os CRM.

Adopción da norma UNE 178503 Destinos Turísticos Intelixentes. Semántica aplicada ao turismo para facilitar a comunicación do destino co turista, co obxectivo de facer máis fluído o intercambio de información entre a infraestrutura tecnolóxica de Turismo de Galicia e as persoas usuarias. Este proceso facilitará a ordenación da información do destino, posicionando mellor os resultados de búsqueda e personalizando ao máximo a comunicación. No marco desta medida, contémpase:

o Interlocución cos diferentes destinos galegos (xeodestinos, municipios turísticos, deputacións, mancomunidades, concellos) para artellar estruturas de datos compartidas, que faciliten a interoperabilidade entre as plataformas tecnolóxicas das diferentes institucións, de forma que se evite información redundante.

o Difusión entre o sector privado da norma UNE 178503 para implicar ás empresas.

o Adaptación da semántica ao contexto COVID e pos-COVID.

o Implantación da semántica no Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT).

o Desenvolvemento dun asistente virtual de Turismo de Galicia que se apoiará nas directrices da norma UNE 178503 para a interacción tanto con turistas como coas empresas galegas á hora de realizar xestións electrónicas coa administración.

Desenvolvemento de **solucións tecnolóxicas orientadas á problemática actual e características específicas do sector**, co fin de facilitar a promoción e comercialización. Nesta liña, inclúense ferramentas que permitan a celebración de feiras e/ou *workshops* virtuais.

Cooperación co Clúster de Turismo de Galicia e co Clúster TIC Galicia para o impulso de iniciativas divulgativas (xornadas, pílulas) da importancia da interacción tecnolóxica con clientes e clientas para xerar experiencias máis personalizadas. O obxectivo é que a peme turística galega aposte pola **integración da tecnoloxía na conformación de produto** e no concepto de viaxe.

Seguimento e apoio ao proxecto Hoxegal, froito da colaboración co Clúster TIC Galicia, o Clúster de Turismo de Galicia e o Instituto Tecnolóxico da Matemática Industrial (ITMATI), cuxa finalidade é poñer a disposición do sector hoteleiro unha ferramenta de xestión que facilite a toma de decisións sobre tarifas e rendibilidade e, ao mesmo tempo, captar información sobre o perfil de usuarios e usuarias que se aloxan en territorio galego.

Impulso, da man do Clúster TIC Galicia e do Clúster de Turismo de Galicia, de iniciativas que impliquen a empresas do sector TIC galego no **desenvolvemento de software que facilite a comercialización** por parte das empresas de toda a cadea de valor turística. Tratarase de solucións chave en man, preferentemente aloxadas na nube, que as pemes poidan implementar coa maior celeridade posible. Así mesmo, estas aplicacións permitirán obter e agrupar información de valor sobre as persoas que visitan Galicia, que poderá ser posta a disposición de xestores de destino e outras empresas.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 314 000,00 €	1 159 435,83 €	1 159 435,83 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Clúster Turismo de Galicia

Clúster TIC Galicia

Instituto Tecnolóxico da Matemática Industrial



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de ferramentas dixitais desenvolvidas

Nº de accións divulgativas

Nº de empresas con acceso a Hoxegal



ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.4

POSICIONAMENTO DE PRODUTOS ESPECÍFICOS E NOVOS PRODUTOS



DESCRIPCIÓN

Adaptación da carteira de produtos ao contexto marcado pola COVID-19 e **deseño de novos servizos e experiencias para optimizar o posicionamento do destino na vindeira década**. É preciso dar forma a unha oferta que garanta produtos seguros (e percibidos como tal), e que ao mesmo tempo sexan rendibles.

O artellamento de novas experiencias debe ter en conta as características da demanda e os posibles escenarios pos pandemia, non só de Galicia senón tamén dos mercados emisores. Unha **correcta segmentación será decisiva na procura dun turismo de alto valor engadido baseado na innovación, a calidade e a sustentabilidade**, e permitirá atraer a Galicia a persoas cun maior poder adquisitivo, con capacidade de desestacionalización e con predisposición a estadías máis longas no territorio.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A mostra de turistas consultados durante o proceso de diagnose destacan de Galicia a súa natureza, a paisaxe, a gastronomía e a sensación de relax, polo que os principais atributos do destino seguen vixentes. O territorio galego conta ademais cunha gran cantidade de recursos relevantes a nivel patrimonial e cultural, o cal facilita a creación de experiencias.

Por outra banda, o cambio de paradigma nos hábitos de consumo, cunha maior preferencia por espazos abertos que outorguen unha maior sensación de seguridade e por unha óptima relación calidade – prezo, debería supoñer unha vantaxe competitiva para Galicia nun contexto de gran competencia entre destinos na captación de novos nichos





ACCIÓN OPERATIVAS

Redefinición dos **produtos cabeceira de marca** de Turismo de Galicia para adaptalos ás circunstancias definidas pola pandemia e ao proceso de saída da mesma, cun especial fincapé no fomento da sustentabilidade ambiental e na toma de conciencia respecto ao cambio climático. As cabeceiras de marca desempeñan un importante papel como altosfalantes dos principais atractivos turísticos de Galicia.

Fomento do **turismo de festivais** como elemento de atracción de persoas que deixan unha pegada económica e social no destino. Aproveitarase o posicionamento da marca Fest Galicia como referencia de calidade e profesionalización na organización de eventos sustentables, co dobre obxectivo de promover o territorio galego como destino cultural e de poñer en valor outros recursos e produtos da oferta turística local.

Deseño de estratexias en torno á chegada do AVE, para impulsar a **reactivación do turismo nas principais cidades galegas**. A redución de tempos de viaxe achegará aos principais mercados nacionais de proximidade, especialmente Madrid. Farase unha especial aposta polos *city breaks*.

Creación de experiencias inmersivas en torno ao **patrimonio industrial de Galicia**, co obxectivo de poñer en valor a súa pegada histórica e a súa importancia no desenvolvemento económico de diferentes áreas xeográficas, tanto do interior como do litoral galego. Traballarase na explotación turística de infraestruturas, tanto operativas como en desuso, e na visibilización do coñecemento e da herdanza inmaterial asociada a cada sector de actividade.

Identificación de empresas turísticas galegas que comercializan produtos e servizos dirixidos a persoas cun alto poder adquisitivo para a posta en marcha de accións de traballo en rede que permitan configurar **experiencias premium**. Organizarase unha viaxe de familiarización na que se contará con operadores nacionais e internacionais especializados no segmento do luxo.

Aproveitamento da proliferación de viaxes en vehículo particular como unha oportunidade de negocio para o sector. Acometeranse accións de adecuación de espazos e itinerarios turísticos de especial interese para esta tipoloxía de turistas, en especial auxe en tempos de pandemia.

Análise da oferta turística galega, pública e privada, para a creación de **clubes de produto** que permitan implantar estratexias e liñas de traballo comúns en torno a recursos ou segmentos concretos.

Canalización e promoción, vía Turespazo, de **ofertas de última hora** dirixidas a persoas que reservan con moi pouca antelación



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 448 000,00 €	1 343 000,00 €	1 343 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Cultura, Educación e Universidade

Consellería de Infraestruturas e Mobilidade

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº de accións de traballo en rede (*workshops* e viaxes
de familiarización)

Nº de accións de comunicación

Nº de actuacións en espazos e itinerarios turísticos

Nº de clubs de produto impulsados

Nº de ofertas de última hora publicadas



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.5

NOVOS ATRIBUTOS DA MARCA: DESTINO SEGURO



DESCRIPCIÓN

Énfase no **posicionamento de Galicia como destino seguro**, apoiándose nos atributos diferenciadores e definitorios do destino para artellar unha oferta singular, sustentable e saudable, co obxectivo de gañar a confianza das persoas que visitan o territorio ou que teñen intención de facelo.

A conxuntura propiciada pola COVID-19 debe servir para refrescar a estratexia comunicativa de Galicia como destino para un óptimo posicionamento non só de cara á saída da crise sanitaria, senón tamén para a segunda metade da década. É preciso facer partícipe a toda a cadea de valor para un uso correcto e homoxéneo da marca Galicia, **adaptando as mensaxes aos diferentes escenarios que xurdan nos vindeiros meses e anos.**



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A marca Galicia está asentada e ben posicionada nos principais mercados emisores nacionais. Según se extrae do proceso de diagnose, os turistas que visitan Galicia teñen unha vinculación emocional positiva co destino, e fan continuas referencias a volver no futuro. As persoas consultadas utilizaron termos como

casa, morriña, terra, amor, volver, descubrir, natureza, paraíso ou gastronomía, e asocian ao territorio principalmente coas cores verde e azul. No futuro máis inmediato é fundamental non só ser un destino seguro, senón que as persoas que teñan interese en visitar Galicia así o perciban.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Elaboración dun **plan de márketing turístico** que se apoie nos principais activos turísticos de Galicia (natureza, patrimonio, enogastronomía e termalismo, co Camiño de Santiago como buque insignia) para artellar un relato adaptado ao contexto actual. Preténdese proxectar a Galicia como un territorio seguro, sustentable, innovador, moderno e enfocado no benestar das persoas. Diseñarase unha estratexia flexible, cun plan de medios pensado para diferentes escenarios a curto e medio prazo e adaptado a cada mercado específico. Estableceranse indicadores para medir o impacto das campañas.

Actualización do material audiovisual e do banco de imaxes de Turismo de Galicia para dar soporte en accións promocionais. Búscase contar con elementos gráficos adaptados á realidade actual, con especial preferencia polos espazos abertos e os grupos reducidos de persoas.

Posta en valor da hospitalidade dos galegos e galegas para comunicar un discurso empático coas persoas que desexan visitar Galicia, coa finalidade de garantirlles que serán ben recibidas e que a súa experiencia turística será enriquecedora e segura.

Definición de **estratexias de microsegmentación** na comunicación turística. Porase unha especial atención na correcta definición dos diferentes perfís de visitantes, para adecuar a oferta turística ás súas necesidades e para executar accións de comunicación adaptadas a cada segmento, sempre gardando coherencia coa estratexia de promoción de Galicia como destino.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
8 167 776,00 €	8 152 776,00 €	8 152 776,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Secretaría Xeral de Medios



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de accións de comunicación

Nº de persoas impactadas

Nº de novos vídeos

Nº de novas fotografías



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.6

PROGRAMAS DE ESTÍMULO DA DEMANDA: BONO TURÍSTICO



DESCRIPCIÓN

Impulso dunha nova edición do **bono turístico #Quedamos en Galicia como medida de incentivo da comercialización turística en Galicia**, aproveitando os mecanismos implantados na primeira edición, como o procedemento de adhesión das empresas e xestión das ofertas e beneficiarios, ou o sistema de pagamento. As persoas beneficiarias recibirán unha tarxeta moedeiro que poderán utilizar nos establecementos adheridos ao programa.

Na procura dun efecto multiplicador directo, **optase por un sistema de cofinanciamento**, mediante o cal as persoas usuarias asumirán o 40 % do custo, contando con tres opcións de importe total: 500 €, 375 € e 250 €. O pagamento realizarase vía TPV e a transacción efectuarase de forma inmediata.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O impacto negativo da crise sanitaria requiriu a posta en marcha de actuacións de reactivación da demanda turística. Así, no ano 2020, o Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19 incluíu entre as súas medidas un bono para consumo de produtos turísticos, que tiña

o dobre obxectivo de estimular o turismo interno e inxectar liquidez ás empresas turísticas. Se ben o resultado desta iniciativa foi valorado positivamente polo sector, a problemática segue vixente, polo que é necesario darlle continuidade.



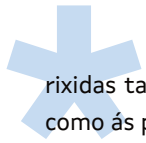
ACCIÓN OPERATIVAS



Definición das **condicións de adhesión das empresas** turísticas ao programa e elaboración das **bases reguladoras para a concesión**, en réxime de concorrencia non competitiva, do bono turístico ás persoas beneficiarias.



Xestión do proceso de adhesión de empresas, desde a alta no procedemento ata a incorporación de produtos e ofertas específicos en Turespazo. Darase soporte ante calquera incidencia que puidera xurdir e validaranse as ofertas antes da súa publicación definitiva.



Deseño de **accións de comunicación** dirixidas tanto ás empresas, para asegurar a súa captación, como ás potenciais persoas beneficiarias, para incentivar o seu interese pola iniciativa.



Establecemento de indicadores de medición do impacto tanto na demanda como no sector.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	-	-



ORZAMENTO

2021	2022	2023
4 830 250,00 €	- €	- €



ENTIDADES IMPLICADAS

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de empresas adheridas

Nº de ofertas publicadas

Nº de persoas beneficiarias, desglosadas por opción de importe

Importe total financiado



ALIÓN COS OXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 4

Promoción, comercialización e márketing turístico

PLAN DE ACCIÓN 4.7

EMBAIXADORES E PRESCRITORES: PRESUME DE GALICIA



DESCRICIÓN

Deseño de accións que convertan ás persoas que visitan Galicia en embaixadoras do destino. Neste sentido, **é preciso que os galegos e galegas sexan os principais prescritores**, polo que é necesario facelos partícipes da importancia do turismo para a economía e incentivar o seu consumo turístico en territorio galego.

A imaxe dos residentes visitando o seu propio destino en óptimas condicións de seguridade é vital para estimular a reactivación da demanda nacional e internacional e supón un escaparate inmejorable para recuperar a confianza dos mercados.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O papel do influenciador é un factor a ter en conta á hora de analizar a toma de decisións por parte das persoas que viaxan. Durante a pandemia, a familia e a parella seguiron a ser os principais influenciadores

á hora de tomar decisións, mentres que os amigos e amigas ocupan a primeira posición entre as fontes de información usadas para informarse das actividades turísticas.



ACCIÓN OPERATIVAS

Impulso do programa **Presume de Galicia** para a promoción de Galicia a través da dinamización das redes sociais. Búscase transmitir a beleza do destino e reforzar a hospitalidade como valor, así como fomentar o sentimento de orgullo e pertenza entre os propios galegos e galegas. Un dos obxectivos do programa é proxectar a Galicia como un destino moderno e cosmopolita.

Organización de **viaxes de familiarización** para achegar a Galicia a medios de comunicación, blogueiros e blogueiras e/ou *influencers*, co obxectivo de promocionar e visibilizar o destino.

Recuperación, a partir do ano 2022, dos Premios Galicia de Turismo como evento anual de recoñecemento social do sector turístico galego. Contémplase a execución dos traballos relativos ao artellamento dos premios (bases legais, categorías, conformación do xurado, mecanismos de fallo dos premios, deseño dos galardóns físicos), así como a produción do evento.

Interlocución con **empresas tractoras doutros sectores da economía galega**, con alta penetración de mercado en países que son emisores de turistas para Galicia, para asinar acordos de colaboración que as convertan en prescriptoras das bondades de Galicia como destino.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
359 000,00 €	459 000,00 €	459 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de fotografías publicadas en Presume de Galicia

Nº de vídeos publicados en Presume de Galicia

Nº de edicións dos Premios Galicia de Turismo

Nº de categorías premiadas nos Premios Galicia de Turismo

Nº de asistentes aos Premios Galicia de Turismo

Nº de viaxes de familiarización

Nº de acordos con empresas doutros sectores económicos



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 5

INNOVACIÓN E TECNOLOXÍA

A modernización do sector turístico pasa, en boa medida, pola adopción efectiva das novas tecnoloxías por parte de toda a cadea de valor. O seu uso é clave na xestión integral dun **destino turístico máis intelixente, competitivo, sustentable e inclusivo**. Tamén se debe implicar ao tecido empresarial no uso das TIC na súa actividade cotiá, polo que é preciso achegar ferramentas ás pemes para que melloren a súa eficiencia e produtividade.

Aínda que termos como tecnoloxía, dixitalización ou automatización serán recorrentes nos vindeiros anos no eido turístico, para contar cun sector verdadeiramente innovador é necesario crear un ecosistema favorable para a atracción e retención do talento, co obxectivo de impulsar o **desenvolvemento de novas ideas no sector privado**.

PLANS DE ACCIÓN

5.1 Conectividade dixital e 5G

5.2 Turislab: polo de innovación turística

5.3 Comunicación co turista en destino e modernización dos centros de atención

5.4 Demostracións e *showroom* tecnolóxico ao sector

5.5 Realidade virtual e aumentada para usos turísticos

LIÑA ESTRATÉXICA 5

Innovación e tecnoloxía

PLAN DE ACCIÓN 5.1

CONECTIVIDADE DIXITAL E 5G



DESCRIPCIÓN

Deseño de medidas que permitan estender a banda larga de moi alta velocidade a todo o territorio así como demandar ao goberno central o despregue e incremento da cobertura de 5G, co obxectivo de impulsar non só procesos de transformación dixital, senón tamén a cohesión de todo o territorio galego.

Fomento e apoio a iniciativas que permitan a mellora da conectividade para empresas turísticas de todo o territorio galego, así como á contorna de espazos singulares do patrimonio.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Unha óptima conectividade dixital é decisiva no día a día das empresas de calquera actividade económica, posto que permite acelerar procesos e incrementar

a produtividade. Nun sector como o turístico é clave a despregamento da tecnoloxía 5G para mellorar a experiencia das persoas que visitan o destino.



ACCIÓN OPERATIVAS

Fomentar as condicións que faciliten o despregue de redes de comunicación por parte dos operadores, que axuden a mellorar a velocidade de conexión e o servizo á poboación local, ás empresas turísticas e aos visitantes.

Elaboración de accións de información e difusión das actuacións levadas a cabo, de cara a que empresas e usuarios coñezan as novas posibilidades en canto a conectividade.

Apoio no fomento das condicións axeitadas para o despregamento de redes de banda larga de moi alta capacidade. O obxectivo é que se dote de cobertura en áreas de especial interese desde o punto de vista turístico, sen necesidade de que sexan zonas poboadas. Neste sentido, realízanse especiais esforzos no fomento de condicións axeitadas para a dotación de cobertura territorial:

- Na contorna das diferentes **rutas oficiais do Camiño de Santiago** que cruzan o territorio galego.
- En **municipios de interese turístico**, con alta densidade poboacional nos meses de tempada alta.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e Consellería de Presidencia, Xustiza e Turismo
Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO*

*Inclúense imputacións dos plans de sustentabilidade e accións de difusión/sensibilización ao ser estes despregues competencia do Ministerio.

2021	2022	2023
244 000,00 €	218 239,30 €	218 239,30 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Concellos con actuacións



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

% de operadores do sector turístico con conexión de alta velocidade

Nº de accións de comunicación



ALIANZA COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 5

Innovación e tecnoloxía

PLAN DE ACCIÓN 5.2

TURISLAB: POLO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA



DESCRICIÓN

Impulso de Turislab como *hub* de empresas tecnológicas e innovadoras. O obxectivo é implantar un ecosistema de innovación que integre as industrias turística, tecnolóxica e de capital risco para aliñar posicións e poñer en contacto o talento dixital, as persoas emprendedoras e o capital de inversión en *startups* que desenvolverán proxectos específicos para o sector turístico.

Crearase un **laboratorio de innovación** que sirva como plataforma para o intercambio de coñecemento, modelos de negocio ou exemplos de casos de éxito. Servirá como ferramenta de apoio a todos os actores do sector na implementación de modelos de negocio disruptivos e innovadores.

VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN

A modernización do sector turístico precisa empresas que aposten pola innovación e por modelos de negocio disruptivos. É preciso identificar os principais retos que afrontará o turismo nos vindeiros

anos, así como reter e atraer talento dixital (nacional e internacional) e conseguir capital privado para o financiamento de proxectos empresariais dixitais no sector.



ACCIÓN OPERATIVAS

Pulo á **aceleradora turística** de Turismo de Galicia como ferramenta para dar soporte e acompañar a proxectos de emprendemento cunha alta carga innovadora e tecnolóxica, de tal forma que se poña en contacto aos impulsores cunha rede de expertos e empresas tractoras. Ademais de prestar servizos de formación e titorización, a aceleradora fomentará o traballo en rede e procurará financiamento para as iniciativas beneficiarias. Entre outros, apoiaranse proxectos que integren solucións baseadas en intelixencia artificial e/ou uso intensivo de datos.

Interlocución cos diferentes axentes do ecosistema dixital (incubadoras, viveiros, aceleradoras, agrupacións empresariais innovadoras, centros tecnolóxicos) para implicalos na transferencia de coñecemento ao sector privado e a adopción das diferentes solucións tecnolóxicas por parte do entramado de pemes turísticas.

Fomento da formación directiva en competencias dixitais para axilizar os procesos de transformación dixital das pequenas e medianas empresas do sector. Aproveitarase a rede de centros para a modernización e inclusión tecnolóxica (rede CeMIT) para acreditar as competencias dixitais dos profesionais da actividade turística.

Desenvolvemento de tarefas de **benchmarking** de destinos para coñecer en que niveis se atopa o ecosistema innovador turístico de Galicia respecto a outros territorios.

Coordinación entre os diferentes subsectores da actividade turística para impulsar a comunicación en materia de I+D e así **crear sinerxías e artellar estratexias conxuntas innovadoras**.

Elaboración dunha **guía de innovación turística**.

Creación dun Centro Tecnolóxico do Turismo e a Gastronomía de Galicia cuxa misión será a de incorporar a investigación e aplicar o coñecemento xerado sobre as experiencias turísticas, gastronómicas e culinarias, dando lugar a espazos de colaboración entre empresas e o sistema científico de Galicia, en especial a través das competencias do Centro Superior de Hostalería de Galicia e do sistema universitario.

Dinamización de programas de asesores de innovación e emprendemento que poñan en contacto ao ecosistema conformado no *hub* con líderes do turismo internacional, coa finalidade de axudar ás *startups* galegas a escalar e internacionalizarse.

Organización de accións divulgativas con centros de formación en turismo, nas que se contará como ponentes con emprendedores que levaron a cabo con éxito as súas ideas.

Posta en marcha de **mecanismos de colaboración público-privada** que fomenten a I+D en turismo en Galicia.

Organización dun foro de debate anual sobre I+D en turismo no que se analicen as principais tendencias e ferramentas tecnolóxicas que poden axudar a responsables de destino e empresas na xestión do seu día a día. Preténdese concienciar a todos os actores da cadea de valor turística e demais grupos de interese da importancia de aproveitar as oportunidades que brindan as TIC e a súa aplicación en turismo.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 426 000,00 €	1 322 957,22 €	1 322 957,22 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Sistema Universitario de Galicia

Clúster Turismo de Galicia

Clúster TIC Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de axentes integrados no ecosistema de innovación

Nº de proxectos acelerados

Nº de accións formativas

Nº de participantes nas accións formativas

Nº de accións divulgativas

Nº de participantes nas accións divulgativas

Nº de foros de I+D organizados

Nº de participantes nos foros



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉGICA 5

Innovación e tecnoloxía

PLAN DE ACCIÓN 5.3

COMUNICACIÓN CO TURISTA EN DESTINO E MODERNIZACIÓN DOS CENTROS DE ATENCIÓN



DESCRICIÓN

Uso de solucións dixitais innovadoras que optimicen a interacción co visitante e incrementen a calidade da súa experiencia. É preciso aproveitar as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías para consumir contidos, polo que os sectores turístico e TIC deben traballar da man para atopar novas formas de satisfacer as necesidades dun turista dixital, máis esixente e que espera un servizo individualizado

con experiencias auténticas, baseadas nunha oferta diferencial e respectuosa coa contorna natural.

Estas solucións facilitarán a obtención de datos sobre o visitante (perfil, intereses, actividades realizadas, valoración do destino etc) o que permitirá afondar no seu coñecemento.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

É necesaria a actualización dixital do tecido empresarial e dos xestores de destino para aproveitar o potencial das novas tecnoloxías nos procesos de pro-

moción e comercialización, así como na interacción coas persoas usuarias, de cara a competir no mercado global nos vindeiros anos.



ACCIÓN OPERATIVAS

Intervención na **rede de oficinas de turismo** para a implementación de recursos que maximicen a interacción coas persoas visitantes e permitan establecer un fluxo bidireccional de datos, de tal maneira que o turista reciba o asesoramento que demanda e o destino poida obter información de valor sobre os seus hábitos de consumo no territorio. Ademais de redeseñar espazos físicos, a tecnoloxía desempeñará un papel protagonista na interacción, recorrendo a tecnoloxías inmersivas e universais. Contémplanse:

o Solucións de realidade aumentada e realidade virtual

o *Videowalls*

o Tótems ou pantallas interactivas

o Táblets

o Cartelería dixital

o Bucle magnético

o Impresoras braille

Optimización da app oficial do Camiño de Santiago para dotala de información en tempo real sobre a afluencia de peregrinos en puntos sensorizados do Camiño e/ou de Santiago de Compostela.

Adaptación da rede de oficinas de turismo ao contexto da COVID-19, de tal maneira que se prioricen aquelas solucións que eviten o contacto físico e minimicen os riscos sanitarios. Contémplase a adopción de sistemas de apertura automática con sensores e sistemas de xestión de colas mediante códigos QR ou tecnoloxía NFC.

Impulso dunha **plataforma colaborativa** que inclúa a todas as oficinas da rede.

Fomento, entre o sector privado, do **uso de chatbots e asistentes virtuais** baixo as directrices da norma UNE 178503 Destinos Turísticos Intelixentes. Semántica aplicada ao turismo.

Selección de recursos senlleiros do patrimonio histórico e/ou paisaxístico de Galicia para a **instalación de sensores** que permitan enviar información e mensaxes ás persoas usuarias.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
868 169,00 €	790 886,91 €	790 886,91 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de intervencións na rede de oficinas de turismo

Nº de proxectos privados que apliquen a norma
UNE 178503

Nº de sensores / beacons



ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉGICA 5

Innovación e tecnoloxía

PLAN DE ACCIÓN 5.4

DEMOSTRACIÓNS E *SHOWROOM* TECNOLÓXICO AO SECTOR



DESCRICIÓN

Introdución no sistema turístico galego de habilidades dixitais avanzadas orientadas aos profesionais do sector a través de **programas de formación, capacitación e mentoring**. Búscase concienciar ás empresas e ás persoas traballadoras acerca da importancia de aproveitar as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías.

Preténdese dar un salto cualitativo no proceso de dixitalización das pemes turísticas galegas mediante a cooperación entre axentes do ecosistema innovador e a transferencia tecnolóxica.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O contexto provocado pola COVID-19 acelerou forzosamente procesos de dixitalización en empresas de todos os sectores da economía, que tiveron que recorrer a ferramentas telemáticas para continuar coa súa actividade. No caso do turismo, os vindeiros anos

serán moi importantes para a transformación dixital do sector, para a cal serán necesarios o uso intensivo de datos, a intelixencia artificial e procesos baseados en algoritmos para unha óptima personalización dos procesos de comercialización.



ACCIÓN OPERATIVAS

Posta en marcha de **accións demostradoras** que permitan dar un pulo á transformación dixital das empresas e adquirir coñecementos en materias como *big data*, intelixencia artificial, tecnoloxías inmersivas, comercio electrónico ou ciberseguridade.

Creación dunha rede de **espazos demostradores** innovación-turismo en territorio galego (a nivel provincial/xeodestinos) que sirvan como punto de conexión entre empresas TIC e actores do sector turístico, e cuxa finalidade sexa prototipar e probar solucións tecnolóxicas para, en fases posteriores, implementar en destinos e empresas turísticas.

Procura de **sinerxías entre o hub de empresas tecnolóxicas e os centros demostradores**.

Coordinación co Observatorio da sociedade da información e a modernización de Galicia (Osimga) para a realización dun **estudo que permita determinar o nivel de penetración das TIC na empresa turística**, así como as principais carencias dixitais.

Elaboración dun **plan de capacitación dixital dos profesionais do sector turístico galego**, que axilice procesos de reciclaxe profesional e de adquisición de novas competencias dixitais, de tal forma que se acelere o proceso de transformación dixital de toda a cadea de valor, reforzando a resiliencia das empresas e a súa competitividade.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 082 000,00 €	1 004 717,91 €	1 004 717,91 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Clúster Turismo de Galicia

Xeodestinos

Clúster TIC Galicia

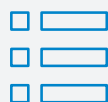


INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de espazos demostradores

Nº de accións demostradoras

Nº de informes de penetración TIC na empresa
turística



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 5

Innovación e tecnoloxía

PLAN DE ACCIÓN 5.5

REALIDADE VIRTUAL E AUMENTADA PARA USOS TURÍSTICOS



DESCRIPCIÓN

Impulso de ferramentas tecnolóxicas inmersivas que faciliten a visualización, exploración, interacción e interpretación de recursos patrimoniais e naturais por parte do visitante, enriquecendo e personalizando a experiencia turística en destino.

Apostarase pola **realidade virtual e aumentada tanto en contornas museísticas como en espazos abertos**. Estas solucións achegan valor antes da viaxe, posto que poden ser un elemento decisivo da compra, e durante a mesma, xa que permiten recreacións de gran calidade.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

As solucións de realidade virtual e aumentada desempeñarán un papel relevante a curto e medio prazo, en opinión das persoas expertas consultadas. Dan a posibilidade de facer tanxibles os servizos e de ofre-

cer un valor engadido a monumentos ou museos, e converxerán con outras tecnoloxías provocando un cambio substancial na experiencia turística.



ACCIÓN OPERATIVAS

Selección de monumentos ou tramos do Camiño de Santiago para a súa posta en valor mediante ferramentas de realidade virtual e/ou aumentada, que se apoiem en contidos históricos para enriquecer a narrativa e transportar ao usuario a outra época. As solucións deberán ser xeolocalizadas, sen necesidade de que a persoa usuaria teña que interactuar con elementos físicos (por exemplo, un código QR).

Posta en marcha de accións de **dixitalización da oferta museística**, recorrendo a tecnoloxías inmersivas para facer máis accesibles os contidos a todos os públicos.

Identificación de **Bens de Interese Cultural** nos diferentes xeodestinos que sexan susceptibles de crear contidos dixitais para ser consumidos mediante esta clase de solucións.

Colaboración co Centro de Innovación e Servizos da Tecnoloxía e o Deseño, organismo dependente da Axencia Galega de Innovación, para a **utilización das súas instalacións CAVE** (*Cave Automatic Virtual Environment*) para o desenvolvemento de aplicacións de realidade virtual e aumentada.

Apoio no Clúster TIC Galicia para **identificar empresas galegas proveedoras** deste tipo de tecnoloxía.

Fomento do uso e **adquisición destas ferramentas por parte da empresa turística galega**.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 082 000,00 €	1 004 717,91 €	1 004 717,91 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Clúster Turismo de Galicia

Clúster TIC Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de aplicacións de realidade virtual desenvolvidas

Nº de aplicacións de realidade aumentada
desenvolvidas

Nº de museos con tecnoloxías inmersivas

Nº de empresas proveedoras en Galicia



ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 6

SUSTENTABILIDADE 360°

A estratexia de Galicia como destino debe ser coherente coa demanda social dun turismo sustentable, que compaxine a creación de valor e o desenvolvemento económico do sector cun uso responsable dos recursos que permita **preservar o medio e a calidade de vida das persoas** que viven en Galicia.

A riqueza natural de Galicia supón unha vantaxe de partida como destino verde, pero é irrenunciable a redución das emisións para afrontar os retos do cambio climático. O aliñamento de to-

dos os grupos de interese coa Axenda 2030 das Nacións Unidas impulsará a actividade económica, de tal maneira que se beneficien tanto as empresas como as persoas, grazas a un sector máis competitivo e rendible que crea emprego de calidade.

Trátase dunha sustentabilidade en 360 graos, posto que contempla todas as súas dimensións para **implementar medidas a curto e medio prazo que non comprometan a estratexia futura do destino.**

PLANS DE ACCIÓN

- 6.1 Redistribución de fluxos turísticos
- 6.2 Mellora da eficiencia das infraestruturas turísticas e impulso da economía circular

- 6.3 Mobilidade sustentable e intermodalidade
- 6.4 Calidade turística con criterio de sustentabilidade

LIÑA ESTRATÉXICA 6

Sustentabilidade 360°

PLAN DE ACCIÓN 6.1

REDISTRIBUCIÓN DE FLUXOS TURÍSTICOS



DESCRIPCIÓN

Desenvolvemento de políticas que permitan **controlar os altos niveis de afluencia de persoas** aos que se ven sometidos determinados puntos turísticos en momentos concretos do ano, de cara a facilitar a xestión do destino e para obter información de valor a integrar na plataforma de intelixencia turística definida no plan de acción 7.1. Ademais, **é imprescindible adecuar os cálculos de capacidade de carga turística á realidade COVID e pos-COVID** atendendo a criterios sanitarios.

A redistribución de fluxos ten como meta **evitar ou minimizar diversos efectos negativos** que provoca a acumulación excesiva de persoas en contornas turísticas: o deterioro dos cascos históricos e do patrimonio cultural, a degradación do medio natural, o empeoramento da calidade de vida da poboación local e a frustración dos visitantes.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Ata a aparición da COVID-19, as políticas de redistribución de fluxos tiñan como principal obxectivo evitar a saturación de localidades concretas ou da contorna de recursos turísticos emblemáticos, os cales estaban masificados en determinados momentos

do ano, empeorando desta forma a experiencia dos visitantes. A declaración da pandemia ocasionou un cambio de paradigma nos hábitos de consumo, e os turistas priorizan espazos con baixas densidades de persoas.



ACCIÓN OPERATIVAS

Selección de recursos ou áreas (por exemplo: Bens de Interese Cultural, rúas de cascos antigos, miradoiros naturais ou praias) con altos niveis de demanda turística para a **instalación de sensores que acheguen información en tempo real sobre tráfico de persoas e ocupación de espazos**. Estas solucións de *IoT* (internet das cousas) permitirán estimar e controlar capacidades máximas de ocupación, estudar tempos de estadía e coñecer os accesos e rutas máis utilizados, o cal será de utilidade na toma de decisións e na xestión de servizos.

Colaboración entre diferentes niveis da administración e co sector privado para a **definición conxunta dun cadro de mando** que permita establecer estratexias proactivas e medidas correctoras en puntos e zonas vulnerables ao exceso de carga turística. Toda a información xerada será integrada na plataforma de intelixencia descrita no plan de acción 7.1.

Interlocución cos diferentes grupos de interese de destinos galegos susceptibles de recibir volumes inxentes de persoas para a posta en marcha de **accións de sensibilización que vinculen a desconxestión de zonas saturadas cunha maior calidade na experiencia turística**. Búscase comprometer a toda a cadea de valor turística e á propia cidadanía local para que se convertan en prescritores de ideas ou rutas alternativas que axuden a redistribuír a circulación de visitantes de forma natural.

Valorización de itinerarios e plans turísticos alternativos artellados na contorna dos principais puntos en risco de saturación. Definiranse estratexias de comunicación dirixidas aos principais mercados emisores co obxectivo de promover o destino desde unha perspectiva máis holística, mediante a visibilización de recursos turísticos atractivos e situados nas proximidades dos grandes polos atractores.

Apoio no sistema de intelixencia turística para **poñer a disposición de desenvolvedores de *software* datos procedentes das diferentes solucións de sensorización** implementadas, para facilitar a súa integración nas diferentes apps de destino que se publiquen. Como exemplo, incorporárase na app do Camiño información en tempo real sobre tempos de espera para o acceso á catedral de Santiago de Compostela.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
600 000,00 €	600 000,00 €	600 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Cultura, Educación e Universidade
Concellos susceptibles de actuación

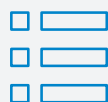


INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de solucións de sensorización instaladas

Nº de actuacións en concellos

Nº de itinerarios creados



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 6

Sustentabilidade 360°

PLAN DE ACCIÓN 6.2

MELLORA DA EFICIENCIA DAS INFRAESTRUTURAS TURÍSTICAS E IMPULSO DA ECONOMÍA CIRCULAR



DESCRICIÓN

Implantación do concepto de economía circular no sector turístico galego mediante o impulso de accións que contribúan a afrontar retos como a adaptación ao cambio climático, a redución da pegada de carbono, o uso eficiente dos recursos naturais, a eliminación de residuos e a loita contra a destrución de ecosistemas. O redeseño de procesos, a innovación tecnolóxica e as accións demostradoras e de concienciación terán unha importancia capital na **transición**

verde da actividade turística cara un modelo máis eficiente, sustentable e competitivo.

Seguindo as directrices da Estratexia Galega de Cambio Climático e Enerxía 2050 é preciso **integrar a adaptación ao cambio climático na planificación sectorial do turismo** e implicar a toda a cadea de valor para minimizar o impacto medioambiental da súa actividade.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Para o cumprimento dos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable, o sector turístico galego deberá modernizar nos vindeiros anos as súas infraestruturas en termos de transición verde e eficiencia enerxética.

É preciso apostar pola economía circular na xestión diaria, así como pola utilización de tecnoloxías que axuden a mitigar o cambio climático e reducir as emisións de CO₂.



ACCIÓN OPERATIVAS

Impulso de liñas de axuda destinadas a renovar e actualizar as infraestruturas das empresas turísticas desde un punto de vista ambiental. Preténdese promover o uso de enerxías renovables e a transformación do modelo enerxético, mediante proxectos de aforro e eficiencia que minimicen a pegada de carbono. Inclúense, entre outras, solucións de climatización, iluminación, consumo de auga ou equipamentos bioclimáticos.

Colaboración co Clúster de Turismo de Galicia para a **posta en marcha de accións demostradoras e de sensibilización sobre a importancia da economía circular** e os beneficios das 3R: reducir, reutilizar e reciclar. Entre outras cuestións, fomentárase o uso de produtos circulares (alugados, reutilizados e reutilizables, reciclados), a creación de plataformas para o uso compartido destes recursos, a xestión de residuos e reutilización de consumibles, o emprego de produtos biodegradables ou a eliminación de produtos dun só uso (por exemplo, en *amenities* de hoteis).

Modernización da infraestrutura turística de titularidade pública (oficinas de turismo, museos, elementos patrimoniais, mobiliario público, sinais, zonas verdes, praias etc.) a través da implantación de solucións tecnolóxicas que permitan incorporar a economía circular á súa xestión cotiá (por exemplo, facilitando a xestión intelixente de residuos mediante a sensorización de colectores). Prestarase especial atención a aqueles investimentos que se fagan para rehabilitar recursos turísticos do patrimonio histórico.

Elaboración de estudos sectoriais e manuais de boas prácticas, dirixidos a todos os grupos de interese da cadea de valor, que faciliten a introdución efectiva de procesos de economía circular, así como o seu control e seguimento. Preténdese inculcar ao sector os beneficios a longo prazo da aposta pola sustentabilidade.

Posta en marcha de **medidas de concienciación social** para a redución de residuos en espazos naturais, mediante campañas de sensibilización e participación activa con programas de voluntariado / RSE para recollida de lixo.

Realización de campañas de promoción, en colaboración co sector privado, para trasladar aos visitantes a aposta de Galicia pola economía circular e as innovacións en eficiencia. Fomentárase entre os turistas a necesidade dun consumo responsable dos recursos.

Apoio a iniciativas gastronómicas que favorezan o **uso de alimentos e materias primas de proximidade**, así como a redución de desperdicios de alimentos.

Introdución na normativa turística de aspectos relacionados coa economía circular e o cambio climático.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
2 990 202,44 €	2 990 202,44 €	2 990 202,44 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Consellería do Medio Rural

Consellería do Mar

Consellería de Política Social

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións en infraestruturas turísticas

Nº de accións demostradoras

Nº de manuais de boas prácticas

Nº de medidas de concienciación

Nº de accións de promoción



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 6

Sustentabilidade 360°

PLAN DE ACCIÓN 6.3

MOBILIDADE SUSTENTABLE E INTERMODALIDADE



DESCRICIÓN

Fomento da mobilidade sustentable no destino mediante a definición de estratexias que minimicen as emisións e a pegada de carbono, e que contribúan a mellorar a calidade de vida das persoas, tanto visitantes como cidadanía local. Para logralo **é preciso recorrer a vehículos máis modernos e menos contaminantes, pero tamén apoiar a peonalización, o uso da bicicleta e o transporte público**, especialmente nas cidades e principais municipios turísticos.

Na evolución cara un destino turístico intelixente é necesario **planificar os fluxos de turistas nas zonas máis concorridas**, garantindo a súa seguridade e a accesibilidade universal e facilitando información en tempo real ás persoas usuarias para que poidan tomar decisións e gozar da mellor experiencia turística posible.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

As boas comunicacións por estrada coa meseta favorecen a visita de turistas nacionais a Galicia nun momento no que predominan as viaxes de curta distancia en vehículo propio. Sete de cada dez persoas (o 69,29 %) chegadas a Galicia en 2020 optaron por este medio de transporte. En todo caso, para unha

mobilidade máis sustentable, é preciso ofrecerlle aos visitantes a posibilidade de moverse polo territorio galego en transporte público, para o cal será decisivo apostar pola intermodalidade.



ACCIÓN OPERATIVAS

Apoio a iniciativas públicas e privadas de mobilidade sustentable. Incentivarase especialmente o **uso de medios de transporte eléctricos en servizos turísticos**. Contémplanse axudas para:

- o Adquisición de flotas de vehículos
- o Instalación de puntos de recarga en equipamentos públicos e privados
- o Uso de autobuses eléctricos no transporte urbano e interurbano
- o Servizos de mobilidade urbana (*e-Bikes*, patinetes etc.)
- o Proxectos piloto de embarcacións eléctricas para o desprazamento de pasaxeiros nas rías e ríos galegos.

Creación dunha tarxeta turística que fomente a mobilidade urbana e interurbana en transporte público. Preténdese facilitar ás persoas que visitan Galicia os seus movementos por todo o territorio galego, centralizando as xestións nunha única tarxeta e outorgándolles descontos non só no propio transporte senón tamén no acceso a recursos turísticos como museos ou monumentos.

Aproveitamento da conexión por AVE coa meseta para intensificar a promoción en mercados nacionais de proximidade. As estacións intermodais desempeñarán un papel estratéxico como nós de conexión e punto de información a turistas (mediante oficinas de turismo ou, por exemplo, pantallas interactivas). Organizaranse mesas de traballo con receptivos galegos para identificar posibles medidas que melloren a mobilidade interna de Galicia, co obxectivo de facilitarlles a comercialización de paquetes e escapadas a Galicia en tren.

Posta en marcha de actuacións nos portos deportivos que **contribúan ao cumprimento dos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable**. Cobra especial relevancia a redución da contaminación e a protección da biodiversidade mariña, polo que se recorrerá á sensorización medioambiental para controlar a calidade das augas.

Implantación de solucións tecnolóxicas de destino turístico intelixente para o control da circulación de persoas e vehículos, de cara a súa integración coa plataforma de intelixencia turística definida no plan de acción 7.1. Preténdese optimizar a xestión integral da mobilidade en destino e establecer un fluxo bidireccional de datos coas persoas usuarias, de tal maneira que se lles facilite información en tempo real (por exemplo, sobre a ocupación en aparcadoiros) e ao mesmo tempo se obteñan datos de interese sobre os seus movementos no destino.

Fomento das estacións intermodais de Galicia como elementos tractores da combinación de diferentes tipos de transporte por parte dos viaxeiros e viaxeiras. Procurarase que as persoas usuarias poidan adquirir billetes únicos en orixe.

Interlocución co Comité de Coordinación Aeroportuaria de Galicia para a execución de actuacións que faciliten unha **boa conexión directa dos aeroportos galegos coas principais cidades europeas**. Deseñaranse estratexias de intermodalidade que permitan especializar aos aeroportos galegos en diferentes mercados emisores.

Establecemento de mecanismos colaboración público – pública entre diferentes niveis da administración para a **implantación de servizos de alugamento de bicicletas en municipios turísticos**, coa finalidade de ofrecer unha alternativa de transporte verde que axude a desconxestionar o tráfico rodado en áreas e períodos de especial densidade turística.

Impulso de **proxectos de creación e/ou rehabilitación de sendas peonís e ciclistas**.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
2 400 000,00 €	2 400 000,00 €	2 400 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Consellería de Infraestruturas e Mobilidade

Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Vivenda

Concellos susceptibles de actuación



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de proxectos de mobilidade sustentable apoiados

Nº de puntos de recarga

Nº de solucións de sensorización instaladas

Nº de actuacións en estacións intermodais

Nº de tarxetas turísticas expedidas

Nº de novas conexións directas dos aeroportos galegos

Nº de actuacións en portos deportivos

Nº de actuacións en concellos

Nº de itinerarios peonís creados

Nº de itinerarios ciclistas creados

Nº de accións de promoción



ALIÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 6

Sustentabilidade 360°

PLAN DE ACCIÓN 6.4

CALIDADE TURÍSTICA CON CRITERIO DE SUSTENTABILIDADE



DESCRICIÓN

Continuidade na **aposta por acreditar a calidade dos servizos prestados por toda a cadea de valor turística de Galicia**. Incentivaranse os procesos de mellora continua na xestión e o compromiso por parte de todos os grupos de interese (públicos e privados) co incremento dos niveis de calidade na oferta.

Contar con acreditacións como a Q de Calidade Turística, Galicia Calidade ou o Sicted é **importante en**

termos de imaxe e posicionamento, xa que permiten asegurar ante as persoas usuarias o cumprimento dunha serie de estándares. Ademais, os procedementos de auditoría necesarios para obter estas certificacións non só son un exame para as empresas, senón que supoñen unha **oportunidade de mellora en termos de procesos internos**.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Galicia é unha referencia nacional en canto a acreditacións de calidade para o sector turístico. Ocupa o segundo lugar en canto a certificacións da Q de Calidade Turística, tan só superada por Andalucía, e

ademais varios territorios galegos están adheridos ao Sicted. Tanto o eido público como o privado están implicados nesta aposta pola calidade.



ACCIÓN OPERATIVAS

Asesoramento ás empresas turísticas galegas para a consecución da Q de Calidade Turística. Estenderase a colaboración co Clúster de Turismo de Galicia como entidade responsable da implementación, difusión e promoción da marca no sector turístico galego. Darase continuidade ás tarefas de axuda para a implantación e certificación, de tal maneira que as empresas interesadas poidan superar con garantías o proceso de auditoría preciso para acreditarse.

Fomento, entre os aloxamentos galegos, da **obtención da Q de Calidade Turística baixo a modalidade de "Aloxamento sustentable"**, para o cal é preciso cumprir os estándares estipulados na norma UNE – ISO 21401:2019 Sistema de xestión da sustentabilidade para aloxamentos. Esta, xunto con outras normas UNE vinculadas co cumprimento dos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable, son ferramentas de xestión moi útiles para desenvolver políticas de transición ecolóxica no sector.

Subvencións a establecementos e servizos turísticos de xestión pública e/ou privada nos procesos de certificación, seguimento e renovación da Q de Calidade Turística, segundo as normas do Instituto para a Calidade Turística Española (ICTE).

Apoio a xeodestinos e destinos galegos na **adhesión a sistemas de recoñecemento como a Carta Europea de Turismo Sustentable (CETS), o Club Ecoturismo en España ou o Club de Produto Turístico Reservas da Biosfera (CPTRB)**, co obxectivo de estimular a aposta polo ecoturismo e o intercambio de coñecemento e boas prácticas con outros destinos.

Visibilización dos diferentes programas de calidade comprometidos coa Axenda 2030 e coa transición verde, mediante campañas de promoción que conciencien ao sector de que o **vínculo entre sustentabilidade e calidade permitirá atraer a segmentos de turistas sensibilizados co medio e cun maior poder adquisitivo.**

Interlocución cos xeodestinos para a súa adhesión ao Sicted e reforzo do seu papel na captación de empresas recoñecidas co distintivo Compromiso de Calidade Turística.



**ENTIDADE RESPONSABLE/
LÍDER DO PROCESO**

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



**ESCENARIO
TEMPORAL**

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
410 000,00 €	410 000,00 €	410 000,00 €



**ENTIDADES
IMPLICADAS**

Clúster Turismo de Galicia



**INDICADORES DE EXECUCIÓN/
CONTROL**

Nº de empresas turísticas acreditadas coa Q de Calidade Turística

Nº de aloxamentos acreditados coa Q de Calidade Turística baixo a modalidade de "Aloxamento sustentable"

Nº de xeodestinos adheridos ao Sicted

Nº de empresas distinguidas polo Sicted

Nº de empresas con acreditacións de ecoturismo



**ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE
DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE**



LIÑA ESTRATÉXICA 7

GOBERNANZA E POLÍTICA TURÍSTICA

Unha gobernanza óptima baséase na coordinación entre todos os axentes implicados, tanto públicos como privados, e será decisiva para rearmar o sector e transformar os modelos de xestión de cara a conseguir un **destino máis competitivo e resiliente** ante novos momentos de crise.

A colaboración entre os diferentes niveis da administración pública, respectando os diferentes roles e competencias, contribuirá a unha xestión holística do destino. Tamén é preciso contar coas

achegas do ámbito privado (tanto do sector turístico como doutras actividades) e incorporar a visión da sociedade galega para unha evolución e mellora constantes.

Os sistemas de intelixencia turística desempeñarán un papel capital á hora de procesar datos que se convertan en información de utilidade para a toma de decisións, así como no establecemento de mecanismos efectivos de control e seguimento da execución do propio plan director.

PLANS DE ACCIÓN

- 7.1 Mellora dos sistemas de intelixencia turística
- 7.2 Inspección turística, vixilancia e control
- 7.3 Vertebración do tecido asociativo turístico

- 7.4 Papel dos xeodestinos
- 7.5 *Think tank* turístico e alianzas estratéxicas

LIÑA ESTRATÉXICA 7

Gobernanza e política turística

PLAN DE ACCIÓN 7.1

MELLORA DOS SISTEMAS DE INTELIXENCIA TURÍSTICA



DESCRICIÓN

Posta en marcha dun **sistema de intelixencia turística** que opere como nodo central para o sector, integrando información procedente de todos os actores do ecosistema turístico e artellando cadros de mando baseados en datos de terceiros e en fontes de datos propias xeolocalizadas e creadas mediante a sensorización.

Búscase incorporar a economía de datos a destinos turísticos galegos, na procura dunha mellora na xestión de servizos públicos, e tamén ao tecido empresarial, para que Galicia converxa cara un destino turístico intelixente, sustentable e innovador.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O sector turístico galego debe aproveitar as posibilidades que as novas tecnoloxías brindan como xeradoras de grandes volumes de información útil para a toma de decisións de xestores de destinos e em-

presas turísticas. A continua interacción cun turista hiperconectado permite afondar no coñecemento da demanda e orientar accións personalizadas de promoción, comercialización e fidelización.



ACCIÓN OPERATIVAS

Desenvolvemento dunha plataforma de intelixencia turística modular, aberta, interoperable e escalable que conecte aos destinos galegos, aos axentes do sector e ás empresas turísticas co obxectivo de implementar aplicacións, produtos e servizos mediante o uso de *big data*, *business intelligence* e intelixencia artificial. Esta plataforma permitirá:

- o Dixitalizar recursos turísticos de maneira normalizada e accesible.
- o Desenvolver aplicacións para o aproveitamento dos recursos turísticos facilitando a vertebración territorial.
- o Impulsar accións de márketing dixital.

Integración no observatorio de datos procedentes das iniciativas de desenvolvemento de *software* de comercialización, impulsadas conxuntamente co Clúster TIC Galicia e o Clúster de Turismo de Galicia. Desta forma, aquelas deseñaranse con criterios de escalabilidade e permitirán nutrir ao observatorio de información procedente da empresa privada.

Elaboración dun plan de comunicación que permita trasladar ao tecido empresarial turístico a importancia do coñecemento dos hábitos de consumo e necesidades das persoas que visitan Galicia.

Aproveitamento das redes sociais para facer un seguimento e escoita activa das tendencias de comportamento, así como para analizar o grao de satisfacción e a percepción que os turistas teñen de Galicia como destino.

Creación dun Observatorio galego de intelixencia turística co obxectivo de:

- o Integrar bases de datos da industria turística
- o Incorporar datos de diferentes provedores
- o Sensorizar recursos turísticos.
- o Xerar cadros de mando e informes para compartir coñecemento nos eidos público e privado
- o Analizar o impacto da normativa de datos (GDPR)

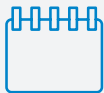
Sensorización de recursos turísticos singulares e/ou con altos niveis de demanda para obter información en tempo real de comportamentos e necesidades das persoas usuarias.

Valorización do papel da rede de oficinas de turismo como xeradoras de coñecemento, ademais da súa función como ferramentas de promoción. No marco dos xeodestinos, definiranse mecanismos de colaboración público-privada ao redor das oficinas de turismo, de tal maneira que se implique ás empresas locais na súa xestión.



**ENTIDADE RESPONSABLE/
LÍDER DO PROCESO**

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



**ESCENARIO
TEMPORAL**

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 131 436,25 €	1 131 436,25 €	326 000,00 €



**ENTIDADES
IMPLICADAS**

Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia

Clúster Turismo de Galicia

Clúster TIC Galicia



**INDICADORES DE EXECUCIÓN/
CONTROL**

Cadro de mando de indicadores da plataforma

Nº de solucións de sensorización instaladas

Nº de accións de comunicación



**ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE
DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE**



LIÑA ESTRATÉXICA 7

Gobernanza e política turística

PLAN DE ACCIÓN 7.2

INSPECCIÓN TURÍSTICA, VIXILANCIA E CONTROL



DESCRICIÓN

Reforzo da Área de Inspección Turística de Turismo de Galicia no seu labor de **supervisión, control e verificación do cumprimento da normativa turística** para garantir unha oferta de calidade e para velar polos dereitos dos consumidores e consumidoras de produtos e servizos turísticos comercializados en territorio galego.

Recorrerase ás novas tecnoloxías para optimizar as tarefas de inspección, de tal maneira que se axilice a detección e sanción de actividades ofertadas como turísticas que non estén rexistradas como tal e que non cumpran a normativa vixente que lles sexa de aplicación.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Algunhas persoas consultadas durante o proceso de diagnose indicaron a súa preocupación respecto ao intrusismo no sector, especialmente no eido das guías turísticas. Por outra parte, a situación provocada pola COVID-19 implica novos esforzos

en inspección e vixilancia para controlar o correcto cumprimento dos diferentes protocolos sanitarios e normativas de apertura e funcionamento que se aproban.



ACCIÓNS OPERATIVAS

Elaboración do **Plan de inspección turística de Galicia** para o período 2022 -2025, documento que servirá como folla de ruta e instrumento de avaliación das actuacións de vixilancia e supervisión. Implementaranse accións enfocadas a detectar e sancionar o intrusismo e/ ou calquera actividade que non se axuste á normativa, para preservar os dereitos das empresas e das persoas usuarias. O plan incluírá medidas específicas de actuación en actividades como vivendas de uso turístico, guías de turismo, empresas de turismo activo ou axencias de viaxes.

Colaboración co Instituto Nacional de Estadística para a obtención de **datos estadísticos sobre a oferta e a demanda de vivendas de uso turístico**.

Apoio en ferramentas tecnolóxicas e no **uso da intelixencia de datos para optimizar a inspección turística**. Neste sentido, a información procedente das diferentes funcionalidades da plataforma de intelixencia turística será de utilidade e permitirá mellorar e acelerar procesos de supervisión e control.

Impulso da **cooperación entre administracións** para concienciar ao sector turístico da importancia de respectar as directrices e protocolos de loita contra a COVID-19, así como para verificar a súa aplicación.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 300 000,00 €	1 300 000,00 €	1 300 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Concellos galegos
Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de actuacións contempladas no Plan de inspección turística de Galicia



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 7

Gobernanza e política turística

PLAN DE ACCIÓN 7.3

VERTEBRACIÓN DO TECIDO ASOCIATIVO TURÍSTICO



DESCRICIÓN

Potenciación do papel do tecido asociativo do sector turístico galego na identificación e visibilización das principais necesidades das empresas, co obxectivo de **artellar mecanismos de colaboración público - privada** e de impulsar accións de cooperación que impliquen a grupos de interese de toda a cadea de valor.

Nun sector económico tan atomizado como é o turismo é moi importante contar cun **asociacionismo forte e unido, con entidades suficientemente representativas e coñecedoras da realidade das empresas**, de tal forma que se lles dé voz de forma efectiva ante os diferentes niveis da administración.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

O asociacionismo turístico galego desempeñou un importante papel desde a declaración do estado de alarma en marzo de 2020. Durante o confinamento, as diferentes asociacións sectoriais e territoriais prestaron asesoramento ás empresas en diversos

ámbitos, especialmente no tocante á normativa e á tramitación de axudas. Ademais, leváronse a cabo accións formativas co obxectivo de preparar ás empresas para desenvolver a súa actividade diaria no contexto da COVID-19.



ACCIÓN OPERATIVAS

Reforzo do **papel do Clúster de Turismo de Galicia como ente aglutinador da cadea de valor turística galega** e principal interlocutor do sector coa administración pública. Preténdese dar continuidade ao Clúster como impulsor de accións que faciliten ás empresas a comercialización de produto turístico e a promoción de Galicia como destino. Tamén se seguirá prestando apoio no eido da internacionalización, na capacitación e formación, na identificación de oportunidades de negocio e na implantación de procesos que garantan a máxima calidade na operativa diaria e nos produtos e servizos ofertados.

Fomento da colaboración público – privada, mediante iniciativas que involucren a todos os niveis da administración pública e a asociacións de diferente índole, na procura de incrementar a competitividade do entramado empresarial turístico de Galicia.

Cooperación con entidades do tecido asociativo galego, tanto sectoriais como territoriais, para fortalecer a súa capacidade de apoio ás empresas e a posta en marcha de accións adaptadas ás necesidades específicas de cada sector ou territorio.

Impulso de **alianzas no ámbito privado**, mediante a interlocución con clusters doutros sectores económicos de Galicia e a cooperación con outros clusters turísticos de ámbito nacional e internacional. Neste sentido, o Clúster de Turismo de Galicia xa tivo presenza no Encontro Nacional Interclusters de Turismo.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
395 000,00 €	225 000,00 €	225 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de entidades asociadas ao Clúster Turismo de Galicia

Nº de reunións interclusters



ALIANCIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 7

Gobernanza e política turística

PLAN DE ACCIÓN 7.4

PAPEL DOS XEODESTINOS



DESCRICIÓN

Posta en valor dos xeodestinos como **polos de desenvolvemento turístico no eido local** e como axentes coordinadores e executores dunha xestión holística de destino para todo o territorio que abranguen. Apostarase pola implantación de sistemas de calidade, pola formación e o traballo en rede, coa finalidade última de impulsar a creación de produto turístico con base nos principais recursos turísticos locais.

Aproveitarase o profundo coñecemento que os entes xestores teñen do seu territorio para identificar necesidades e realizar propostas de actuación que sexan susceptibles de incluír nos diferentes plans de sustentabilidade turística que elaboren nos vindeiros tres anos, co obxectivo de acelerar procesos de reactivación económica e turística grazas aos fondos *Next Generation*.



VÍNCULO COA DIAGNOSE/ NECESIDADE DA ACTUACIÓN

Durante o proceso de diagnose quedou patente a importancia dos xeodestinos como unidades de xestión coñecedoras dos recursos do seu territorio e das necesidades das pemes turísticas locais. É preciso unificar, na medida do posible, os tipos de entes xestores

(a día de hoxe conviven xeodestinos liderados por diversas entidades, como grupos de desenvolvemento rural, mancomunidades ou consorcios), reforzar a súa estrutura e coordinar estratexias para facilitar a creación de produto e a promoción turística.



ACCIÓN OPERATIVAS

Posta en marcha de **accións de traballo en rede** para o impulso da cooperación empresarial. Procúrase chegar ao maior número de pemes posible, co fin que facilitarlles o contacto con empresas doutros concellos do xeodestino e a visibilización dos seus servizos cara as axencias de receptivo. Aspírase a tecer redes que impliquen a toda a cadea de valor na creación de produto turístico.

Creación de contidos e rutas turísticas en torno aos elementos diferenciadores da oferta de cada xeodestino, de tal maneira que se establezan **liñas de traballo enfocadas á comercialización**, por parte do sector privado, de produto turístico baseado nestes activos.

Produción de material divulgativo e contidos audiovisuais para a **promoción dos xeodestinos en mercados nacionais de proximidade**, mediante estratexias de difusión coherentes coas liñas mestras definidas na folla de ruta autónoma.

Fomento da **adhesión dos xeodestinos galegos ao Sicted**. Apoiarase aos entes xestores no proceso de certificación, así como nas tarefas de captación de empresas que se unan a este sistema de calidade.

Establecemento de **canles de colaboración público-privada** para garantir a planificación conxunta e un correcto seguimento da implantación das diferentes estratexias. Crearanse mesas permanentes de traballo, onde estarán representados todos os concellos de cada xeodestino e nas que terán presenza tamén empresas e asociacións. Fomentarase o papel dos xeodestinos como entidades promotoras de plans de sustentabilidade turística.

Organización de **accións divulgativas e de concienciación**, dirixidas ao tecido empresarial local, nas que visibilizarán casos de éxito en turismo sustentable e nas que se incidirá na necesidade de aliar a estratexia conxunta do territorio cos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable. Búscase implicar ás pemes na consecución deste fin.

Impulso da **cooperación entre xeodestinos** para a coordinación de accións e o intercambio de boas prácticas. Inclúese a organización de xornadas e foros para compartir experiencias e facilitar o traballo en rede.

Interlocución con todos os entes xestores para consensuar a **actualización do mapa oficial de xeodestinos**.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
1 125 000,00 €	1 125 000,00 €	1 125 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Xeodestinos

Concellos galegos



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de produtos / paquetes turísticos creados

Nº accións de traballo en rede (*workshops*)

Nº de reunións das mesas de traballo

Nº de accións de comunicación

Nº de xeodestinos adheridos ao Sicted

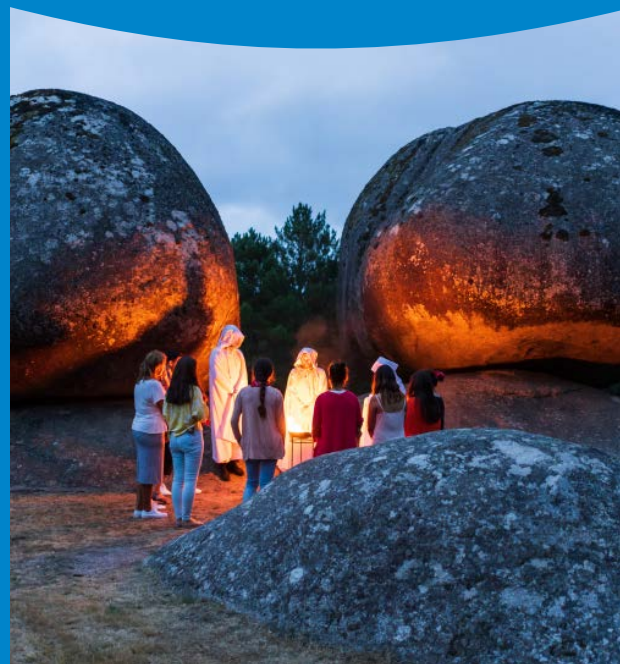


ALÍÑACIÓN COS OBXECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE



LIÑA ESTRATÉXICA 7

Gobernanza e política turística

PLAN DE ACCIÓN 7.5**THINK TANK TURÍSTICO E ALIANZAS ESTRATÉXICAS****DESCRIPCIÓN**

Creación dun **think tank** ou **laboratorio de ideas** que conte coa participación de persoas relevantes do ecosistema turístico galego para reflexionar sobre a evolución do sector e para propor novas ideas. Pórase en marcha como un instrumento de colaboración público – privada que terá como principal cometido a **identificación dos principais retos de futuro e o consenso de estratexias innovadoras** para acelerar a reactivación de Galicia como destino.

Así mesmo, traballarase en selar **alianzas estratéxicas** que redunden positivamente no destino e nas súas empresas. As devanditas alianzas poderán ter carácter nacional e/ou internacional, contemplándose tamén acordos con outros sectores da economía galega. Búscase compartir recursos e coñecemento para establecer sinerxías entre as diferentes partes.

**VÍNCULO COA DIAGNOSE/
NECESIDADE DA ACTUACIÓN**

O parón provocado pola pandemia é unha oportunidade para repensar o modelo de destino que Galicia quere ser. Co ano 2030 no horizonte, é preciso implicar a toda a cadea de valor na identificación dos prin-

cipais desafíos que debe afrontar o sector na vindeira década e na aplicación de procesos de innovación que garantan a converxencia cos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable das Nacións Unidas.



ACCIÓN OPERATIVAS



Selección de persoas expertas ven-
celladas ao sector turístico galego para a **posta en
marcha dun laboratorio de ideas ou *think tank*** que
traballe na proposta de liñas de actuación para a vin-
deira década. Terán cabida os eidos público e privado,
con presenza de integrantes do Consello Galego de
Turismo e do consello executivo do Clúster de Tu-
rismo de Galicia, e con representación de grupos de
investigación das universidades, empresas galegas
referentes en innovación turística e persoas proce-
dentes de ámbitos como a comunicación ou as novas
tecnoloxías. Contarase tamén con expertos e exper-
tas de fóra de Galicia, mediante a colaboración con
outros laboratorios de ideas que xa estén en marcha
a nivel nacional ou internacional.



**Reforzo do papel das tres universi-
dades públicas galegas** na realización de tarefas de
investigación e na transferencia de coñecemento ás
empresas turísticas.



Fomento de alianzas nacionais e in-
ternacionais con outros destinos. Neste sentido, re-
forzase a presenza de Galicia na **España Verde**, na
cal se comparte protagonismo con Asturias, Canta-
bria e Euskadi.



Elaboración de **informes periódicos**,
por parte do equipo que conforma o *think tank*, nos
cales se propoñan novas estratexias relativas a cues-
tións como dixitalización, sustentabilidade, valoriza-
ción do patrimonio, innovación gastronómica, novos
mercados, internacionalización, tendencias de con-
sumo, rendibilidade empresarial ou valor da marca.



**Colaboración con Galicia Calidade
como potencia como marca turística de referen-
cia** con proxección nacional e internacional. Darase
continuidade aos esforzos por adherir a empresas
turísticas galegas á marca.



**Interlocución con outros sectores
da economía galega** para que o turismo de Galicia
teña presenza nas súas misións comerciais directas,
de tal forma que sirvan de porta de entrada en novos
mercados.



ENTIDADE RESPONSABLE/ LÍDER DO PROCESO

Vicepresidencia primeira e
Consellería de Presidencia,
Xustiza e Turismo



ESCENARIO TEMPORAL

2021	2022	2023
X	X	X



ORZAMENTO

2021	2022	2023
50 000,00 €	50 000,00 €	50 000,00 €



ENTIDADES IMPLICADAS

Vicepresidencia segunda e Consellería de Economía,
Empresa e Innovación

Sistema Universitario de Galicia

Clúster Turismo de Galicia



INDICADORES DE EXECUCIÓN/ CONTROL

Nº de persoas expertas integrantes do *think tank*

Nº de reunións do *think tank*

Nº de informes do *think tank*

Nº de empresas turísticas adheridas a Galicia
Calidade

Nº de reunións da España Verde

Nº de empresas turísticas en misións comerciais
directas multisectoriais



ALIÑACIÓN COS OBOECTIVOS DE DESENVOLVEMENTO SUSTENTABLE





Praia de Carnota

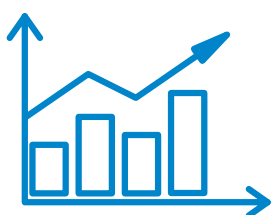
08.

RESUMO ORZAMENTARIO

A continuación, na táboa 2, móstrase o resumo orzamentario do plan director, **anualizado e desagregado por liña estratéxica**. Pódese observar a maior importancia en termos porcentuais do exercicio 2021, cuestión lóxica posto que coincide co momento no que é preciso facer un esforzo por salvar ás empresas e inxectarlles liquidez. Desde a óptica das liñas estratéxicas, destaca o investimento en actuacións de apoio ao tecido empresarial, o cal é coherente coa necesidade de garantir a supervivencia e posterior recuperación da actividade. É preciso resaltar que este orzamento inclúe unha previsión de achegas procedentes dos fondos *Next Generation*.

Táboa 2: Resumo orzamentario do plan director, desagregado por liñas estratéxicas

LIÑA ESTRATÉXICA	2021	2022	2023	TOTAL
Galicia destino seguro e de saúde	33 660 509,75 €	9 155 800,00 €	14 055 800,00 €	56 872 109,75 €
Apoio ao tecido empresarial	143 670 186,72 €	30 330 000,00 €	24 000 000,00 €	198 000 186,72 €
Territorio e recursos turísticos	25 328 699,59 €	34 734 790,00 €	27 758 200,00 €	87 821 689,59 €
Promoción, comercialización e márketing turístico	42 980 602,00 €	34 689 387,83 €	14 334 387,83 €	92 004 377,65 €
Innovación e tecnoloxía	4 702 169,00 €	4 341 519,26 €	4 341 519,26 €	13 385 207,53 €
Sustentabilidade 360º	6 400 202,44 €	6 400 202,44 €	6 400 202,44 €	19 200 607,32 €
Gobernanza e política turística	4 001 436,25 €	3 831 436,25 €	3 026 000,00 €	10 858 872,50 €
TOTAL	260 743 805,75 €	123 483 135,78 €	93 916 109,53 €	478 143 051,06 €



O plan director prevé un investimento total de 478 millóns de euros



Ría de Cedeira

09. IMPACTO ESPERADO

Ao longo do presente plan director describiuse desde diversas perspectivas a dimensión do impacto que a crise provocada pola COVID-19 tivo (e ten) no sector turístico galego. Son moitos e variados os indicadores que referendan este efecto negativo. Sirven como exemplo o número de turistas e o produto interior bruto (PIB) turístico. **En 2020 Galicia perdeu respecto a 2019 seis de cada dez viaxeiros e viaxeiras** aloxados en establecementos regradados. Por outra parte, en outubro de 2020 Exceltur calculou unha **caída interanual do PIB turístico galego do 61,7 %**, o cal se traduce en 4199 millóns de euros.

O conxunto de plans de acción contemplados neste documento teñen como finalidade común a **reanimación da actividade turística** e a consolidación de Galicia como destino seguro, sustentable, innovador e de calidade.

Nas seguintes liñas preténdese calibrar e cuantificar a evolución do sector no vindeiro trienio desde dúas ópticas diferentes: a previsión do número de persoas que farán noite en establecementos regrados galegos e o impacto esperado do investimento do plan director no produto interior bruto de Galicia.

EVOLUCIÓN PREVISTA DO NÚMERO DE TURISTAS

Nos anos anteriores á pandemia, o sector turístico galego melloraba os seus indicadores ano a ano, de forma paulatina e sostida. No período 2014-2017, o número de oficial de turistas en aloxamentos regrados pasou da contorna dos 4 millóns a superar os 5, deixando o teito histórico en 5 120 641 persoas. Tras un leve retroceso ao ano seguinte, en 2019 volveuse á senda do crecemento e Galicia comportouse como un dos territorios nacionais con mellor evolución. Sen embargo, e tal e como xa se comentou con anterioridade, en 2020 a cifra oficial de turistas caeu ata o nivel dos 2 millóns. Desde un punto de vista cuantitativo, a aspiración como destino debe ser rematar o período de execución do plan director igualando, polo menos, os datos de viaxeiros e viaxeiras previos á crise.

Considéranse as seguintes premisas de partida:

A terceira vaga do virus tivo unha repercusión moi negativa nas cifras oficiais de turistas do primeiro cuadrimestre de 2021, un 70,51 % inferiores ao mesmo período de 2019 e incluso un 40,21 % por debaixo dos números de 2020. Chama a atención este último dato, posto que o sector estivo completamente pechado todo o mes de abril e a metade de marzo de 2020, se ben se pode explicar dado que xaneiro e febreiro dese ano rexistraron números históricos nun exercicio que contaba con previsións moi positivas a priori. **O mal comezo estatístico de 2021 supón un contratempo para as aspiracións de crecemento do cómputo total do ano.**

A cifra oficial de viaxeiros e viaxeiras do cómputo dos meses de xullo e agosto de 2020 diminuíu un 41,00 % respecto ao mesmo período de 2019. Estes foron os mellores meses de 2020 e **en 2021 espérase un verán mellor no cal debería comezar a senda da recuperación.** Así, se ben os números estarán aínda lonxe dos rexistrados en 2019 (ano de referencia), as porcentaxes de caída serán moi inferiores ás de 2020 no segundo e terceiro cuadrimestre (por tanto, o descenso será máis pequeno e o dato máis positivo), especialmente no relativo ao mercado doméstico.

Entre os expertos e expertas entrevistados durante o proceso participativo de diagnose, existe **unanimidade na consideración de que en 2023 se recuperarán os indicadores de 2019**. En cambio, hai división de opinións no tocante ao ano 2022, posto que a metade das persoas consultadas xa adiantan a este ano o regreso á situación previa á crise, mentres que a outra metade prevé un ano con predominio claro do turismo nacional e con mobilidade internacional reducida. En todo caso, **2022 será o ano clave no que se acelerará o proceso de reactivación**.

A curto prazo, e supoñendo de que non se rexistrarán máis vagas do virus, **o bo ritmo do proceso de vacinación** da poboación española impulsará unha rápida recuperación da demanda nacional na segunda metade de 2021 e ao longo de 2022.

Pola contra, en exercicios posteriores aos Anos Santos rexístranse baixadas nas cifras oficiais de turistas. En todo caso, dado o contexto único do Xacobeo 21-22 e a dimensión e proxección adquirida polo Camiño de Santiago na última década, non se espera un descenso respecto a 2022, senón unha desaceleración no ritmo de recuperación. Por tanto, en termos absolutos, **o maior peso da reactivación do sector recaerá no ano 2022**.

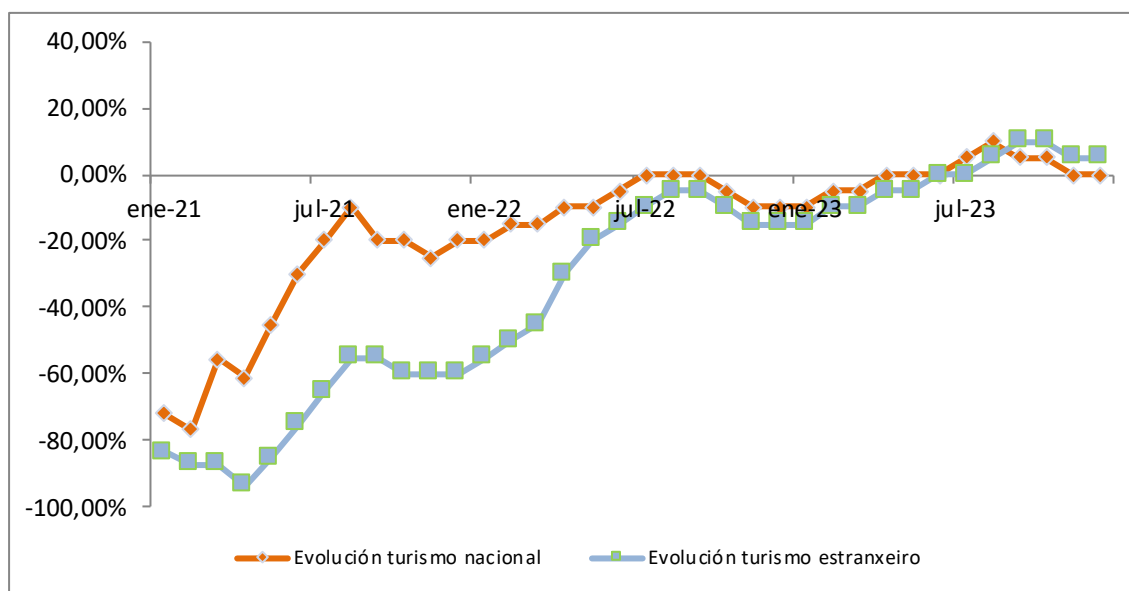
Isto vese referendado polas últimas perspectivas turísticas publicadas por Exceltur, de abril de 2021, que indican que sete de cada dez empresarios e empresarias turísticos españois esperan recuperar os niveis de facturación previos á crise en 2023. Según a mesma fonte, existe máis confianza no seo das empresas galegas, posto que **o 39,1 % considera que se recuperarán os niveis de ingresos previos á pandemia no segundo semestre de 2022, mentres que o 31,1 % espera que sexa en 2023**.

O Xacobeo 21-22 exercerá un efecto tractor sobre a demanda turística a partir do verán de 2021, cunha especial incidencia na recuperación do turismo internacional en 2022. En anteriores Anos Santos, as estatísticas de crecemento respecto ao ano previo foron moi positivas, incluso en períodos de crise económica. Neste caso, a excepcionalidade da ampliación do Ano Santo a 2022 debería supoñer un pulo á actividade turística.

No tocante á porcentaxe de persoas estranxeiras aloxadas nos establecementos regrados de Galicia, **o impulso ao turismo internacional previsto para o exercicio 2022** debería facilitar o regreso aos niveis previos á crise provocada pola COVID-19 en 2023.

Na gráfica 6 tómase como referencia o ano 2019 para estimar, para cada mes do período 2021 – 2023², a variación porcentual do número de turistas respecto ao mesmo mes do ano 2019.

Gráfica 6: Variación porcentual estimada do número de turistas en aloxamentos regrados de Galicia de cada mes respecto ao mesmo mes de 2019 (período 2021 - 2023)



Fonte: estimacións realizadas polo Clúster de Turismo de Galicia

Como se pode observar, prevese unha **rápida reactivación da demanda nacional en 2021, mentres que o turismo estranxeiro experimentará unha curva de recuperación máis suave e progresiva**. Na táboa 3 reflíctense, para cada exercicio do intervalo 2021 – 2023, as variacións interanuais estimadas do número de turistas respecto ao ano 2019.

Táboa 3: Variación porcentual estimada do número de turistas en aloxamentos regrados de Galicia de cada ano do período 2021 - 2023 respecto ao 2019 (período 2021 - 2023)

	2021 VS 2019	2022 VS 2019	2023 VS 2019
Evolución total viaxeiros/as	-41,72 %	-8,50 %	2,27 %
Evolución viaxeiros/as nacionais	-31,05 %	-5,87 %	2,46 %
Evolución viaxeiros/as internacionais	-69,05 %	-15,25 %	1,77 %

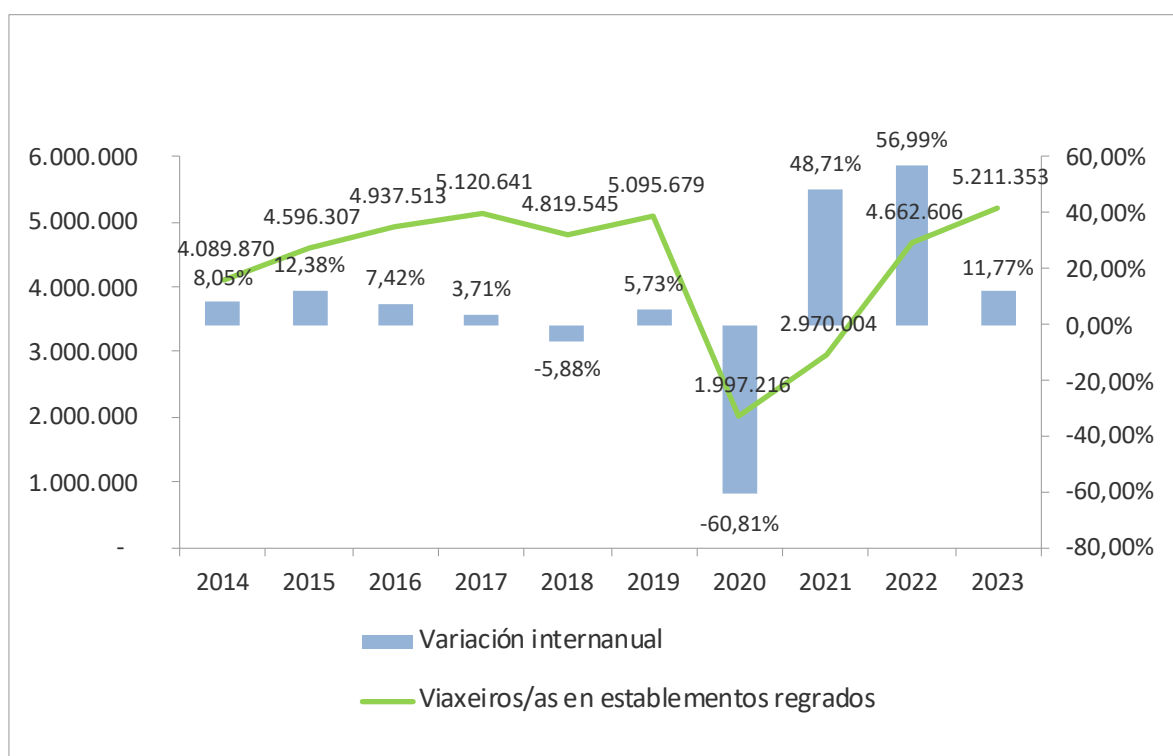
Fonte: estimacións realizadas polo Clúster de Turismo de Galicia

²Os datos do primeiro cuadrimestre de 2021 reflicten variacións reais respecto a 2019, con base nos datos oficiais e xa publicados polo Instituto Nacional de Estatística para ese período. A partir de maio de 2021 estímase, para cada mes, porcentaxes de variación respecto ao mesmo mes de 2019. As estimacións baséanse nas premisas indicadas.

As perspectivas publicadas por Exceltur estiman para 2021 unha caída do consumo turístico dos españois e españolas dun 28,70 % respecto a 2019, cifra moi similar ao 31,05 % resultante dos presentes cálculos.

Os datos da gráfica 6 serven para calcular a proxección do número de turistas que chegarán a Galicia en 2021, 2022 e 2023. Así, a gráfica 7 presenta a evolución do número de persoas aloxadas en establecementos regrados de Galicia, con datos reais para o período 2014–2020, mentres que as cifras do trienio 2021–2023 están calculadas con base nas porcentaxes da gráfica 6.

Gráfica 7: Evolución prevista do número de turistas en aloxamentos regrados de Galicia no período 2014 - 2023



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (período 2014 – 2020) e estimacións realizadas polo Clúster de Turismo de Galicia (período 2021 – 2023)

En resumo, as cifras de turistas estimadas para o vindeiro trienio son as que se mostran na táboa 4. Cabe resaltar que **no ano 2023, o 27,81 % das persoas que farán noite en establecementos regrados galegos serán estranxeiras**, número case idéntico ao 28,06 % que reflectía o mesmo indicador en 2019, polo que se confirmaría a recuperación do turismo internacional.

Táboa 4: Estimación do número de turistas en aloxamentos regrados de Galicia no período 2021 - 2023

	2021	2022	2023
Nº total viaxeiros/as	2 970 004	4 662 606	5 211 353
Nº de viaxeiros/as nacionais	2 527 396	3 450 748	3 756 138
Nº de viaxeiros/as internacionais	442 524	1 211 858	1 455 215

Fonte: estimacións realizadas polo Clúster de Turismo de Galicia

Na táboa 4 obsérvase que no ano 2021, o indicador de turistas achegárase ao umbral dos 3 millóns de persoas, mentres que **o maior salto cuantitativo darase en 2022 grazas principal-**

mente ao Xacobeo 21-22 e á recuperación paulatina do turismo internacional. Será en 2023 cando o número oficial de turistas volva a superar a barreira dos 5 millóns.



Galicia volverá a superar a barreira dos 5 millóns de turistas en 2023



IMPACTO NO PRODUTO INTERIOR BRUTO DE GALICIA

Como punto de partida para a estimación do impacto que as actuacións incluídas no presente plan director terán na economía galega, débense contemplar as estimacións que os diversos organismos oficiais fan sobre a evolución do produto interior bruto (PIB) de Galicia no vindeiro trienio. Na táboa 5 móstranse as **previsións de crecemento do PIB galego a prezos de mercado** para o período 2021 - 2023. O dato de 2021 está incluído nos orzamentos da Xunta de Galicia, mentres que as previsións para 2022 e 2023 coinciden coas realizadas polo Banco de España para o conxunto da economía nacional.

Táboa 5: Evolución prevista do produto interior bruto de Galicia a prezos de mercado no período 2021 - 2023

	2021 ³	2022 ⁴	2023 ⁵
Previsión incremento PIBpm	8,7 %	6,6 %	3,1 %

Fonte: orzamentos da Xunta de Galicia e previsións do Banco de España

A seguinte cuestión a definir é o **cálculo do impacto adicional que os investimentos concretados no plan terán na economía galega**. Por tanto, é preciso identificar un multiplicador que cuantifique o gasto complementario xerado por cada euro que se inxecta no sector turístico. O estudo *The economic impact of tourism in the European Union*, elaborado pola Universidade de

Boloña para a Comisión Europea no ano 2019, estipula para o sector turístico español⁶ un multiplicador de 0,98 euros por cada euro gastado. É dicir, por cada euro de investimento en turismo, prodúcese 0,98 euros de gasto extra.

Con estas premisas, realízanse os cálculos incluídos na táboa 6.

³ Estimación incluída nos orzamentos da Xunta de Galicia.

⁴ Proxección do Banco de España para o total da economía nacional (estimación de marzo de 2021).

⁵ Proxección do Banco de España para o total da economía nacional (estimación de marzo de 2021).

⁶ O Goberno de España utilizou este mesmo multiplicador para calcular o impacto que o orzamento do compoñente 14 "Plan de modernización e competitividade do sector turístico" do Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia terá no conxunto da economía española.

Táboa 6: Impacto total do Plan director 2021-2023 Galicia destino seguro no produto interior bruto de Galicia a prezos de mercado

	2021	2022	2023
PIBpm (en MM€ ⁷)	63 862,08	68 076,97	70 187,36
Orzamento plan director (en MM€)	260,74	123,48	93,92
Impacto adicional (en MM€)	255,53	121,01	92,04
Impacto total (en MM€)	516,27	244,50	185,95
% sobre o PIBpm	0,81 %	0,36 %	0,26 %

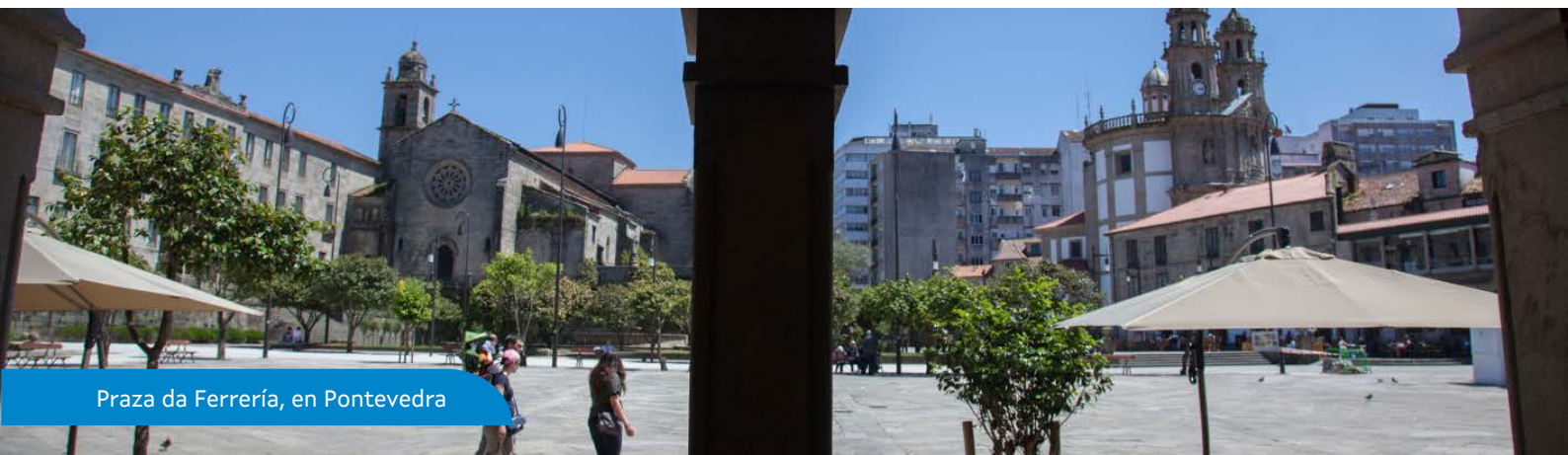
Fonte: cálculos do Clúster de Turismo de Galicia en funcións das premisas de partida

Da táboa 6 pódese extraer que o **impacto total ao longo dos tres anos será de 946,72 millóns de euros**, cifra resultante de sumar o impacto total de cada un dos tres anos. Por outra parte, en termos porcentuais, cabe destacar que **no**

ano 2021 (o de maior nivel de investimento do plan director) **o efecto sobre o total da economía galega estipúlase nun 0,81 % do produto interior bruto.**



Os investimentos contemplados no plan director suporán un impacto para a economía galega de 946 millóns de euros.



Praza da Ferrería, en Pontevedra

⁷ MM€ = millóns de euros

