PLANO OPERATIVO: RETOS, ESTRATEXIA E PROPOSTAS DE ACTUACIÓN

CONCELLO DE FISTERRA

pQliar
facilitadores & diferenciadores

0

ÍNDICE

1 Retos _____ páx. 3

2 Estratexia a seguir _____ páx. 6

3 Eixos de actuación _____ páx. 8

4 Medidas _____ páx. 9

1 RETOS

Dentro do plano estratéxico de turismo para o Concello de Fisterra, este terceiro documento céntrase na parte operativa do mesmo.

A tal fin se identifican inicialmente uns retos do plan, vinculados a cada unha das AAPEM (áreas de prioridade estratéxica municipal marcadas inicialmente), e derivados das conclusións dos documentos DIAGNÓSTICO DA SITUACIÓN ACTUAL COA OFERTA E A DEMANDA e ESTUDO DO IMPACTO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA NO TERRITORIO.

Os retos son os seguintes:

a Vinculados aotipodemodelodeturismo

i. Obter niveis de OCUPACIÓN sostibles, que permitan compaxinar o aumento de turistas, coa CALIDADE de vida da poboación residente, e coa protección da contorna.

ii. Conservación e posta en valor da CONTORNA (natureza, paisaxe) e o PATRIMONIO INMATERIAL, limitando a pegada ambiental e social no territorio.

iii. Reestruturar a PRESIÓN TURISTICA entre o cabo, o casco urbano e o demais territorio (parroquias), atraendo o turismo máis aló do faro e a súa zona de actuación, xerando un fluxo equilibrado, que permita obter unha repercusión adecuada na actividade económica de Fisterra.

b Vinculados áharmonizacióndomodelodeturismoconoutrossectores

iv. Xerar OPORTUNIDADES DE NEGOCIO (derivadas do turismo) noutros sectores de Fisterra, especialmente a pesca.

v. Facilitar espazos que faciliten o establecemento de SINERXIAS útiles e rendibles entre establecementos de distinto signo (aloxamentos, restauración, comercio, sectores produtivos, servizos).

c Vinculados aopapeldotecidoempresarialnodesenvolvemento turísticolocal

vi. Fortalecer o papel das ASOCIACIÓN EMPRESARIAIS relacionados co sector turismo directa ou indirectamente.

vii. Potenciar o papel do CONSELLO DE TURISMO como órgano consultivo e participativo. I

viii. Impulsar ideas e proxectos INNOVADORES que aporten valor ao territorio.

ix. Desenvolver unha labor de OBSERVATORIO de turismo, coa estreita colaboración do tecido empresarial, de cara a recabar información cualificada que permita coñecer mellor a demanda, de cara a deseñar e customizar a oferta turística.

d Vinculados ácreacióndemarcaturística

x. Dar forma a un MARCA "Turismo de Fisterra/Finisterre" que reflicta eficazmente os atractivos turísticos e os atributos asociados ao mesmo.

xi. Aproveitar o papel de concello punta de lanza na COSTA DA MORTE, e pasar a desenvolver un papel motriz do xeodestino.

xii. DESESTACIONALIZAR o turismo e impulsar eventos, actividades, experiencias (xa existentes ou novas) que permitan poñer en valor e dar visibilidade –durante todo o ano- ao turismo en Fisterra.

xiii. Aposta polo MAR, tanto os seus produtos (e as actividades ligadas, como a pesca, especialmente a tradicional) como o lecer asociado ao mesmo (navegación, rutas, fondos mariños, …).

xiv. Aposta pola valorización do PATRIMONIO INMATERIAL como xerador de experiencias.

xv. PROTEXER e acondicionar os espazos naturais e urbanos, convertíndoos en focos de atracción turística significativa.

xvi. IMPLICAR á cidadanía no feito turístico, escoitándoa e promovendo a súa participación activa na mellora da calidade percibida polo turista.

2 ESTRATEXIA A SEGUIR

A estratexia a a adoptar parte da definición de 5 eixos estratéxicos de actuación derivados do análise estrutural e o análise DAFO incluídos no documento DIAGNÓSTICO DA SITUACIÓN ACTUAL COA OFERTA E A DEMANDA. Por tanto obedecen a unha aposta polo modelo de turismo alí indicado.

É importante, en todo caso, indicar que tanto a marca, como a comunicación da mesma, parte –por tanto- dunha serie de atributos concretos, que son os que glosamos a continuación.

a Atributos

Os atributos que identificarían o modelo de turismo desexado e o diagnóstico efectuado con este plan estratéxicos son:

1. Turismo sustentable.
2. Turismo de natureza, paisaxe e ecolóxico
3. Aposta polo turismo náutico, subacuático e turismo mariñeiro
4. Enclave territorial privilexiado.

5. Fin do mundo.
6. Fin do Camiño.
7. Patrimonio inmaterial de altísimo valor cultural, antropolóxico e social.
8. Respeto á contorna natural.
9. Posta en valor do produto autóctono de calidade e da pesca artesanal apostando polo turismo gastronómico
10. Harmonizar raigame (tradicións, acervo cultural e social) e innovación.
11. Aposta pola calidade da oferta turística.
12. Desestacionalización da oferta turística.
13. Turismo de experiencias.

3 EIXOS DE ACTUACIÓN

As propostas de actuación están recollidas en 5 eixos estratéxicos que a continuación se indican. Cada eixo está dividido en liñas estratéxicas.

EIXOS ESTRATÉXICOS	LIÑAS ESTRATÉXICAS
EIXO 1. ESTRATEXIA DE GOBERNO	TURISMO UTURAS CIÓN OMINISTRACIÓNS RATÉXICOS
EIXO 2. ACTIVIDADE ECONÓMICA	
EIXO 3. POBOACIÓN E TERRITORIO	
EIXO 4. MARCA	
EIXO 5. PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN	IZACIÓN

4 MEDIDAS

EIXOS ESTRATÉXICOS	LIÑAS ESTRATÉXICAS	MEDIDAS
EIXO 1. ESTRATEXIA DE GOBERNO	1.1. ESTRUTURAS PERMANENTES EN MATERIA DE TURISMO	Xerar e ocupar unha praza estable de persoal técnico de turismo. Poñer en marcha unha oficina permanente de turismo e atención ao peregrino. Estudar a viabilidade dunha oficina permanente de turismo para o xeodestino.
	1.2. MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS	Deseñar e implementar un plan de sinaléctica municipal. Redeseñar e implementar o plan de limpeza, mantemento e recollida de lixo. Redefinir o sistema de xestión de augas. Renovar o alumeado municipal. Mellorar as instalacións náuticas. Redeseñar e implementar un plan de parques e zonas verdes. Deseñar e implementar un plan de aparcamento. Estudar a viabilidade de crear zonas de aseo públicas.
	1.3. INFORMACIÓN CUALIFICADA	Crear un observatorio de turismo. Sistematizar a información cualificada doutros axentes.
	1.4. MEDIDAS DE PROMOCIÓN E REGULAMENTACIÓN	Programa de impulso das asociacións empresariais do sector. Promover a calidade das condicións laborais e medio ambientais. Elaborar e actualizar unha guía de oportunidades de negocio. Regulamentar a publicidade comercial en espazos públicos.
	1.5. RELACIÓN COMPETENCIAL CON OUTRAS ADMINISTRACIÓNS	Redelimitar as competencias con Portos de Galicia. Plan de relacións públicas a nivel xeodestino.
	1.6. DECISIÓNS DE GOBERNO	Establecer protocolos de funcionamento interno do Consello de Turismo. Valorar a viabilidade dunha taxa turística.
	1.7. COMPATIBILIDADE CON OUTROS PLANS ESTRATÉXICOS	Establecer niveis de viabilidade e oportunidade para a aplicación do Plan Director do Monte do Cabo. Implementar medidas doutros plans estratéxicos supralocais.

EIXO 2. ACTIVIDADE ECONÓMICA	**2.1. PROMOCIÓN ECONÓMICA**	**2.1.1.** Deseñar e executar un programa piloto de emprendemento local. **2.1.2.** Crear espazos de transferencia de coñecemento e colaboración.
	2.2. MELLORA DAS CUALIFICACIÓNS	**2.2.1.** Impulsar espazos formativos para profesionalizar as actividades vinculadas ao turismo.

EIXO 3. POBOACIÓN E TERRITORIO	**3.1. SENSIBILIZACIÓN**	Crear campaña educativa e de sensibilización da poboación. Promover accións de participación cidadá.
	3.2. PRESIÓN TURÍSTICA	**3.2.1.** Redeseñar e implementar un plan de mobilidade municipal.
	3.3. MEDIO AMBIENTE	Desenvolver unha campaña de compromiso medio ambiental. Adecentar e humanizar o acceso ás praias Habilitar prazas para coches híbridos ou eléctricos. Habilitar no cabo alternativas para o ritual da queima. Elaborar unha guía de boas prácticas de uso e xestión dos espazos da Rede Natura.

EIXO 4. MARCA	**4.1. CREACIÓN DE MARCA**	**4.1.1.** Definir e construir a marca. **4.1.2.** Crear un manual de boas prácticas asociadas ao modelo de turismo.
	4.2. POSTA EN VALOR DA MARCA	Elaborar un catálogo de atractivos turísticos municipais. Solicitar de concellos próximos un catálogo de atractivos turísticos. **4.2.3.** Accións de posta en valor de atractivos turísticos municipais. Centro de interpretación no Faro Cemiterio de Portela Castro de Castromiñán San Guillermo Mercado municipal Accións de fomento da cultura do mar. Deseñar proxecto de realidade aumentada Accións de posta en valor da fin do Camiño. Crear unha campaña de promoción gastronómica sustentada no produto local. Accións de posta en valor das festas tradicionais. Accións de posta en valor do turismo de clima. Elaborar unha axenda de participación do Concello en eventos.

EIXO 5. PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN	**COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA**	Xerar información homoxénea en distintos tipos de soportes. Deseñar e implementar unha web específica para turismo. **5.1.3.** Deseñar e implementar un plan de posicionamento on-line. **5.1.4.** Elaborar anualmente un plan de medios e publicacións. Crear un bono multiactividade para visitantes. Estudar a viabilidade de crear produtos turísticos complementarios Aproveitar as utilidades da APP de xeolocalización da CMAT Deseñar e implementar un programa de seguimento da reputación da marca.
	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN	Crear e difundir unha axenda turística de Fisterra. Elaborar anualmente unha memoria sobre a actividade turística en Fisterra. **5.2.3.** Crear unha "film commission" municipal. **5.2.4.** Realizar campaña de relacións públicas con prescriptores. Valorar a creación dun punto de información e promoción en Santiago de Compostela. Impulsar a celebración de eventos de repercusión. Humanidade. **5.2.8.** Crear a figura de embaixador/a (ou similar) de Fisterra.

Cada liña estratéxica contén unha serie de medidas, expostas nos cadros anteriores, e que se desenvolven nas páxinas seguintes. O total do plan operativo contempla 63 medidas específicas.

As medidas responden a 4 preguntas básicas:

- **Por que se precisa esa medida**: cal é a razón que justifica a adopción da mesma.
- **Descrición da medida**: están enunciadas de tal xeito que permiten facer unha check-list para a revisión do seu cumplimento, desagregando as tarefas esenciais vinculadas á realización daquela.

- **Quen a debe levar cabo**: ordinariamente será o Concello de Fisterra pero nalgúns casos precisará da participación necesaria doutros axentes.

- **Cando se levará a cabo**: constitúe o cronograma de posta en marcha da medida, vai marcado por trimestres e, nalgúns casos (a través dunha frecha) indícase que unha vez implementada a medida, esta debe xestionarse o seu mantemento no tempo.

Estas medidas son compatibles con outras que poidan ir xurdindo con sucesivas revisións deste plan, ou con outras saídas doutras plans estratéxicos de ámbito supralocal. Por tanto, trátase dun documento vivo que debe considerar as circunstancias que rodean a realidade do Concello en cada momento. Existen medidas (como a 1.7.1 ou a 1.7.2) que deixan aberta a porta á incorporación doutras novas.

A continuación incluímos as 67 medidas específicas, unha por páxina:

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.1	ESTRUTURAS PERMANENTES EN MATERIA DE TURISMO
MEDIDA	**1.1.1**	**XERAR E OCUPAR UNHA PRAZA ESTABLE DE PERSOAL TÉCNICO DE TURISMO**

POR QUE?

Pola necesidade de que exista (de maneira estable) un/ha responsable a nivel técnico na administración local, con independencia da coxuntura política, que dea resposta ás demandas do sector.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A praza xa está xerada. Será pública polo seu carácter estrutural.

A medida consiste en definir o posto de traballo, desenvolvendo os seguintes apartados:

a) Cualificación precisa

b) Probas de selección

b) Funcións e responsabilidades

c) Convenio de aplicación.

Respecto ás probas de selección, nelas debería haber un bloque de preguntas relacionadas co coñecemento de Fisterra, a súa historia, cultura e tradicións, atractivos turísticos, e oferta e demanda turística.

Como funcións e responsabilidades habería de terse en conta o seu papel de interlocución técnica co tecido empresarial e os axentes sociais, a xestión técnica do Consello de Turismo, a coordinación do observatorio de turismo, o estudo da segmentación turística, entre outras que se definan. Todo isto sen perxuízo do apoio especializado preciso cando a situación o demande.

Deberá existir un plano de formación interna para este persoal.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.1	ESTRUTURAS PERMANENTES EN MATERIA DE TURISMO
MEDIDA	**1.1.2**	**POÑER EN MARCHA UNHA OFICINA PERMANENTE DE TURISMO E ATENCIÓN AO PEREGRINO**

POR QUE?

Pola necesidade de que exista un punto de referencia permanente relacionado con Fisterra, para turistas, peregrinos e visitantes onde exista información útil en distintos formatos.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A oficina ubícase na Praza da Constitución e estará centrada no turismo en Fisterra, sen deixar de lado os atractivos turísticos que presenta a área de influencia (Costa da Morte), dado que aportan valor engadido ao turista/peregrino/visitante, e repercuten positivamente na súa captación, fidelización, e aumento de tempo de estancia.

Con esta medida lograrase que o albergue municipal non adopte o papel de oficina de atención ao peregrino, e se cinga ao seu papel de albergue.

A medida consiste en definir os seguintes aspectos da oficina:

a) Persoal necesario en función da tempada: nº, cualificacións, probas de selección, funcións e responsabilidades, convenio de aplicación.

b) Servizos a prestar

c) Datas e horarios de apertura, en función da tempada.

Respecto ao persoal: as probas de selección deberían ter un bloque de preguntas sobre o coñecemento de Fisterra (historia, patrimonio inmaterial, atractivos turísticos); e outro relacionado con atención ao público.

Deberá existir un plano de formación interna para este persoal.

Respecto aos servizos a prestar, será necesario incluír: distribución de información en distintos soportes segundo dispoñibilidade (véxase medida 5.1.1); información presencial sobre servizos básicos, atractivos turísticos, aloxamento, etc.; recopilación de información estatística sobre consultas. Estudarase a implementación de servizos como central de . reservas, venta de bonos turísticos ou billetes de transporte, entre outros.

Haberá que establecer un cauce de información actualizada entre albergue e oficina de turismo e atención ao peregrino, de tal xeito que o nivel de ocupación poida ser coñecida por quen o queira consultar a través da oficina de turismo.

Debería valorarse o impacto da oficina na súa ubicación actual, e determinar a viabilidade doutras ubicacións (especialmente no cabo, pola súa privilexiada situación). Todo isto sen perxuízo de que puidera crearse unha oficina de turismo para o xeodestino nas proximidades do faro ou accesos.

Esta oficina poderá integrarse no futuro nunha supraoficina para o xeodestino (véxase medida 1.1.3) se esta radicase no propio Concello, sempre e cando non supuxese unha merma dos servizos que prestase.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.1	ESTRUTURAS PERMANENTES EN MATERIA DE TURISMO
MEDIDA	**1.1.3**	**ESTUDAR A VIABILIDADE DUNHA OFICINA PERMANENTE DE TURISMO PARA O XEODESTINO**

POR QUE?

Polo feito de que Fisterra é a punta de lanza comunicativa do xeodestino e o cabo o lugar máis emblemático de dito xeodestino.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A oportunidade de deseñar, acondicionar e dotar unha oficina deste tipo en Fisterra dependerá da existencia de financiamento por parte de entidades supralocais.

O seu obxectivo é o xeodestino e debe articular o seu funcionamento coa oficina local xa existente.

A medida consiste en:

a) Abrir un diálogo cos distintos axentes públicos e privados implicados a nivel do xeodestino

b) Determinar niveis de viabilidade da oficina, tanto para a súa creación como para o seu mantemento: inversións, equipamento, persoal, etc.

En caso de que se estimase un proxecto viable e contase co financiamento axeitado, habería que determinar:

a) Persoal: cualificacións, probas de selección, funcións e responsabilidades

b) Servizos a prestar

c) Datas e horarios de apertura, en función da tempada.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.1**	**DESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PLAN DE SINALÉCTICA MUNICIPAL**

POR QUE?

Pola necesidade de que exista información pública visible e útil para turistas e visitantes, pero tamén para a mellor coñecemento xeral do pobo, que contribúa á difusión dos atractivos naturais, urbanos, culturais, puntos e rutas de interese, etc.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida ten dúas partes diferenciadas. A primeira é deseñar o plan de sinaléctica, e a segunda é implementar o mesmo.

O deseño do plan de sinaléctica consisitirá en:

a) **Identificar a sinaléctica existente, e de quen depende (Concello, entidades privadas, entidades públicas supralocais)**
b) **Deseño gráfico (tipografía, estrutura visual, tamaño) dos paneis informativos e demais sinais indicativas.**
c) **O tipo de participación do tecido empresarial (a través das asociacións representativas existentes).**
d) **Lugares ou ubicacións da sinaléctica.**
e) **Como regular a coexistencia da información pública e privada nos lugares que se decidan, para evitar a confusión informativa.**
f) **Orzamento preciso para a implementación, así como limitacións orzamentarias posibles que puidesen conlevar implementar en distintas fases non consecutivas Igualmente poderá contemplar un custo adicional de mantemento do mesmo.**
g) **Cronograma que estableza tempos para o deseño e a elaboración dos soportes (paneis, etc.).**

A implementación do previsto anteriormente establecerá un cronograma de actuacións que, en calquera caso, non debera rebasar a data tope indicada abaixo.

QUEN?

Concello de Fisterra, en colaboración coas asociacións empresariais locais existentes.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.2**	**REDESEÑAR E IMPLEMENTAR O PLAN DE LIMPEZA, MANTEMENTO E RECOLLIDA DE LIXO**

POR QUE?

Pola necesidade de minimizar o impacto dos residuos urbanos na visión de Fisterra como destino turístico, e que se acondicionen estruturas e mobiliario urbano rotas ou en mal estado que xeren unha mellor imaxe de Fisterra como tal destino. Tamén por transmitir unha imaxe coherente coa sustentabilidade medio ambiental propio do modelo de turismo buscado.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en elaborar uns protocolos de limpeza e mantemento no territorio do concello onde teña competencia o goberno local. Naqueles espazos onde non ten competencia, buscarase chegar a acordos coa entidade titular, sempre que a ausencia de limpeza ou mantemento neses espazos sexan perxudiciais para a imaxe e desfrute de Fisterra como destino.

O plan de limpeza, mantemento e recollida de lixo abranguerá todos os espazos públicos (rúas, parques, xardíns e zonas verdes, …) e mobiliario urbano.

O plan deberá indicar, cando menos:

a) Espazos onde se realizarán as actividades de limpeza, así como as de mantemento preventivo

b) Periodicidade

c) Protocolos de mantemento correctivo: reparacións.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.3**	**REDEFINIR O SISTEMA DE XESTIÓN DE AUGAS**

POR QUE?

Pola necesidade de que Fisterra dispoña dun sistema de depuración de augas residuais que non se colapse co aumento da demanda turística, e que -no casa de avarías- minimice o impacto das mesmas.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida a adoptar está condicionada polas competencias atribuídas a Augas de Galicia. O modelo que xurda da redefinición do sistema de xestión de augas, será comunicado a esa entidade, con quen se poderá negociar. Non obstante a decisión final depende de Augas de Galicia.

Esta medida consiste en distintas accións:

a) Avaliar o impacto do crecemento dos aloxamentos (novos hoteis, etc.) no sistema actual.

b) Redeseñar o sistema con criterios máis actuais e ecolóxicos, e que permitan descentralizar a xestión de augas residuais (exemplo a considerar: fitodepuradoras nos núcleos rurais).

c) Retomar o contacto con Augas de Galicia.

QUEN?

Concello de Fisterra. Augas de Galicia.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.4**	**REDUCIR A CONTAMINACIÓN LUMÍNICA DO ALUMEADO MUNICIPAL**

POR QUE?

Polo compromiso medio ambiental de reducir a contaminación lumínica producida polo alumeado municipal.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Esta medida consiste en:

a) Identificar o alumeado municipal próximo a renovar.

b) Solicitar propostas a distintas empresas, as cales permitan unha redución da contaminación lumínica do alumeado a renovar. A proposta incluirá os seus modelos, prezos, condicións de pagamento.

c) Asignar prioridades de puntos de alumeado a renovar

d) Dotar unha partida orzamentaria (con fondos propios e/ou doutras administracións) e indicar os puntos de alumeado concretos a renovar nunha primeira fase, quedando os demais en espera para sucesivos exercizos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.5**	**MELLORAR AS INSTALACIÓNS NÁUTICAS**

POR QUE?

Pola necesidade de aproveitar a oportunidade que supón o enclave privilexiado de Fisterra como porto de recalada e porto deportivo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Esta medida e a extensión da mesma depende directamente da redelimitación de competencias con Portos de Galicia (medida 1.5.1). Unha vez redelimitadas as competencias incluirase a proposta de accións.

A reforma e melloras do actual porto permitiría posicionar a Fisterra como porto de recalada, dadas as súas condicións de maniobrabilidade, puidendo xerar un evidente impacto económico.

O acondicionamento como porto deportivo permitiría albergar unha ampla gama de actividades: eventos (ex: regatas), negocios (ex: escola de vela, turismo activo mariño), entre outras.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.6**	**REDESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PLAN DE PARQUES E ZONAS VERDES**

POR QUE?

Polo necesidade de ir creando unha contorna urbana esteticamente atraínte e medio ambientalmente responsable.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O plan deberá indicar, cando menos:

a) Identificar e delimitar as zonas verdes e parques existentes actualmente.

b) Establecer aquelas/es que necesiten dun redelimitación ou un redeseño (máis aló do mero mantemento correctivo, xa contemplado na medida 1.2.2).

c) Establecer tamén a necesidade de crear novos espazos ou eliminar outros existentes.

d) Proceder ao redeseño das zonas verdes e parques xa existentes, ou ao deseño de novos espazos que poidan xurdir.

e) Asignar prioridades.

f) Dotar unha partida orzamentaria (con fondos propios e/ou doutras administracións) e indicar as zonas verdes ou parques concretos a renovar nunha primeira fase, quedando os demais en espera para sucesivos exercizos. existentes.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.7**	**DESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PLAN DE APARCAMENTO**

POR QUE?

Polo necesidade de mellorar cuantitativa e cualitativamente o aparcamento para residentes, visitantes e turistas, especialmente en tempada alta e en datas de acontecementos relevantes locais (Semana Santa, Entroido, etc.).

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en:

a) Identificar novas zonas posibles que poidan ser habilitalas como aparcamento libre, estudar os custos, deseñar ditas zonas, e acometer as obras necesarias.

b) Establecer as condicións para quen queira habilitar zonas de aparcamento privado, suxeito a permiso estacional ou permanente.

c) Establecemento de duracións máximas de parking en determinadas zonas.

d) Identificar a idoneidade de establecer zonas O.R.A. para non residentes

e) Identificar claramente as zonas de aparcamento de caravanas.

Todos ou parte dos anteriores puntos poderán ser desenvoltos mediante ordenanza municipal na materia.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.2	MELLORAS RELACIONADAS CON INFRAESTRUTURAS
MEDIDA	**1.2.8**	**ESTUDAR A VIABILIDADE DE CREAR ZONAS DE ASEO PÚBLICAS**

POR QUE?

Pola falta de espazos de aseo públicos en puntos de alta frecuencia turística, como o cabo, onde non hai zonas habilitadas para o mesmo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

De cara a viabilidade da medida, poderá valorarse o cobro polo uso deses aseos. Isto permitiría sufragar total ou parcialmente o mantemento dos mesmos.

A medida consiste en:

a) Identificar zonas no cabo que poidan ser habilitadas como aseos.

c) Valorar pros (servizo ao turista) e contras (custo de mantemento, saúde pública, etc.)

En caso de que se estimase un proxecto viable e contase co financiamento axeitado, habería que determinar:

a) Persoal preciso para o mantemento.

b) Horarios de limpeza

c) Establecer as condicións de uso (de pago ou non, horario)

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.3	INFORMACIÓN CUALIFICADA
MEDIDA	**1.3.1**	**CREAR UN OBSERVATORIO DE TURISMO**

POR QUE?

Pola falta de información cualificada, útil (sobre aspectos relevantes da oferta e a demanda) e o máis fidedigna posible respecto ao feito turístico en Fisterra, de modo que sirva de base para a elaboración de medidas concretas (públicas e privadas) que redunden no beneficio social, económico e medio ambiental do pobo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Non se trata da creación dunha nova entidade nin departamento, senón dun conxunto de procesos tendentes a captar, sistematizar e analizar información cuantitativa (estatística) e cualitativa en materia de turismo.

A medida consiste en definir uns protocolos de:

a) Captación de información cualificada
b) Sistematización e análise da mesma
c) Avaliación da labor de captación.

Respecto á captación, hai que responder ás seguintes cuestións: que (información captar), quen (se responsabiliza de captala), onde (é o punto onde se capta), como (se capta), e cada canto (periodicidade).

A este respecto véxase o documento ESTUDO DO IMPACTO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA NO TERRITORIO, onde se recollen suxestións detalladas respecto a estes extremos.

Esta información sería trasmitida cada seis meses ao Consello de Turismo, para o seu estudo, valoración e propostas baseadas neses datos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.3	INFORMACIÓN CUALIFICADA
MEDIDA	**1.3.2**	**SISTEMATIZAR A INFORMACIÓN CUALIFICADA DOUTROS AXENTES**

POR QUE?

Pola necesidade de dispoñer e empregar activamente toda a información cualificada respecto ao feito turístico en Fisterra e contorna, de modo que sirva de base para a elaboración de medidas concretas (públicas e privadas) que redunden no beneficio social, económico e medio ambiental do pobo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Os axentes públicos e privados a considerar nesta medida serán:

a) Xunta de Galicia
b) Deputación provincial
c) GALP Seo de Fisterra, ría de Muros-Noia; GDR Costa da Morte
d) CMAT
e) Outras entidades con ámbito supralocal e incluso internacional.

A información cualificada será analizada e informarase aos demais axentes locais a través do Consello de Turismo.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.4	MEDIDAS DE PROMOCIÓN E REGULAMENTACIÓN
MEDIDA	**1.4.1**	**PROGRAMA DE IMPULSO DAS ASOCIACIÓNS EMPRESARIAIS DO SECTOR**

POR QUE?

Pola aposta por un tecido asociativo empresarial que participe activamente na mellora da oferta turística en Fisterra, así como pola necesidade de promover e favorecer a creación de medidas que poidan levar a cabo as asociacións.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O impulso enfocarase en diversas liñas: participación, visibilidade, axudas directas,

No referente á liña de participación, a medida consiste en potenciar o papel das asociacións no Consello de turismo, tal e como se indica na medida 1.6.1.

No referente á liña de visibilidade, a medida consiste en implicar ás asociacións na estratexia de promoción e comercialización indicada no eixo 5 deste plan.

No referente á liña de axudas directas a medida consiste en promover e favorecer a creación de medidas que poidan levar a cabo as asociacións, como por exemplo: paquetes turísticos, xestión de determinados espazos públicos, centrais de compras, centrais de reservas, etc.

a) Anualmente (preferiblemente no primeiro trimestre) establecerase unha convocatoria para desenvolver accións de xestión de espazos públicos, que redunden na mellora da oferta turística.

b) A través do consello de turismo canalizaranse o resto de iniciativas.

QUEN?

Concello de Fisterra, en colaboración coas asociacións empresariais locais existentes.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.4	MEDIDAS DE PROMOCIÓN E REGULAMENTACIÓN
MEDIDA	**1.4.2**	**PROMOVER A CALIDADE DAS CONDICIÓNS LABORAIS E MEDIO AMBIENTAIS**

POR QUE?

Polo compromiso de recompensar aquelas boas prácticas a nivel laboral e medio ambiental, que repercuten na mellora da calidade percibida por parte do visitante, peregrino ou turista.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en incluír cláusulas, en calquera axuda, licitación, concesión, … promovida polo Concello, que permitan fixar criterios de admisión ou de valoración sustentados na calidade das condicións laborais ou medio ambientais dos concurrintes.

Inicialmente definirase de modo xeral as condicións xerais de admisión e/ou de valoración que habería que incluír nas referidas convocatorias. Outras específicas serán estudadas en cada caso.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.4	MEDIDAS DE PROMOCIÓN E REGULAMENTACIÓN
MEDIDA	**1.4.3**	**ELABORAR E ACTUALIZAR UNHA GUÍA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO**

POR QUE?

Pola necesidade de promover a reconversión ou creación de negocios turísticos, cara a oportunidades de negocio non saturadas e con potencial de crecemento.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Debe partirse da información que se obteña do Observatorio de turismo (medida 1.3.1), e dos outros axentes públicos e privados (indicados na medida 1.3.2).

Esta medida consiste en:

a) Elaborar unha primeira guía de oportunidades de negocio relacionadas co turismo (empresas de turismo activo, servizos complementarios á hostalaría, etc.)

b) Impartir charlas ou xornadas formativas relacionadas con esas oportunidades.

c) Actualizar anualmente a guía, en función dos novos datos (estatísticos e/ou cualitativos) que se vaian recopilando.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.4	MEDIDAS DE PROMOCIÓN E REGULAMENTACIÓN
MEDIDA	**1.4.4**	**REGULAMENTAR A PUBLICIDADE COMERCIAL EN ESPAZOS PÚBLICOS**

POR QUE?

Polo necesidade de erradicar ou minimizar o impacto negativo de actividades publicitarias invasivas, que crean unha imaxe e reputación negativa de Fisterra como destino turístico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Esta medida consiste en:

a) Regular normativamente as actividades de captación de clientes (reparto en man en espazos non lindantes ao seu negocio, captación en rúa e acompañamento ao local, etc.)

b) Regular normativamente a publicidade comercial privada en espazos tales como: puntos de información xeral; espazos públicos; etc.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.5	RELACIÓN COMPETENCIAL CON OUTRAS ADMINISTRACIÓNS
MEDIDA	**1.5.1**	**REDELIMITAR AS COMPETENCIAS CON PORTOS DE GALICIA**

POR QUE?

Pola necesidade de desbloquear o conflito de intereses entre o Concello e Portos de Galicia, de tal modo que se poidan implementar medidas municipais de mellora que redunden no crecemento económico sustentable de Fisterra.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consistiría en:

a) Abrir un diálogo operativo con Portos de Galicia e a Autoridade portuaria respecto aos espazos en cuestión.

b) Determinar a viabilidade da desafectación das zonas concretas que pasarían ao Concello.

c) En función dos acordos ou non acordos alcanzados, plantear un plan de acción.

No caso de acordo, deberíase facer un convenio previo entre o Concello e Portos de Galicia, relativo á xestión conxunta deses espazos en tanto se tramita o expediente de desafectación.

Por parte do Concello xa se enviou un escrito a Portos de Galicia vía FEGAMP, para desbloquear a situación.

QUEN?

Concello de Fisterra. Portos de Galicia.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.5	RELACIÓN COMPETENCIAL CON OUTRAS ADMINISTRACIÓNS
MEDIDA	**1.5.2**	**PLAN DE RELACIÓNS PÚBLICAS A NIVEL XEODESTINO**

POR QUE?

Pola necesidade de crear unha oferta turística colaborativa que resulte beneficiosa para a actividade económica derivada do turismo de cada concello implicado.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida implica establecer liñas de traballo para o establecemento de sinerxías a nivel Costa da Morte.

Os contactos poderán canalizarase a través de dúas vías:

a) Relacións bilaterais ou multilaterais con outros concellos do xeodestino

b) CMAT.

Buscarase manter unha primeira reunión coas entidades antes indicadas, posterior á aprobación deste plan estratéxico, de cara a poder establecer unha folla de ruta onde converxan os intereses de cada entidade.

Froito destas relacións poderanse impulsar iniciativas de diverso tipo, como a existencia dunha liña regular de transporte que comunique aos distintos concellos, regulación respecto aos cans abandoados procedentes doutras poboacións, etc.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

oQlia

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.6	DECISIÓNS DE GOBERNO
MEDIDA	**1.6.1**	**ESTABLECER PROTOCOLOS DE FUNCIONAMENTO INTERNO DO CONSELLO DE TURISMO**

POR QUE?

Pola necesidade de establecer unha operativa de traballo para que o Consello de Turismo sexa un instrumento eficaz como punto de encontro da administración local co tecido empresarial e social do concello, e así adoptar decisións estratéxicas locais en materia de turismo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O Consello de Turismo estará coordinado polo/a técnico/a de turismo, segundo as funcións que se establezan en virtude da medida 1.1.1. do presente plan estratéxico.

A medida consiste en establecer unha serie de protocolos de funcionamento interno.

Estes protocolos tratarán sobre:

a) como canalizar a voz dos axentes implicados (tecido empresarial, axentes sociais) para que formulen iniciativas, queixas, retos;

b) cada canto reunirse;

c) como deben ser as reunións (planificación previa, convocatorias, desenvolvemento e comunicación das mesmas);

d) como articular grupos de traballo.

Respecto á canalización da voz dos axentes implicados, suxírese habilitar un medio dixital que permita recoller as súas iniciativas, propostas, suxestións, queixas, preguntas ou calquera outra consideración oportuna. Poderán ser tratadas publicamente sempre que se incorporen á orde do día da reunión correspondente, co obxectivo de evitar que as reunións se colapsen con temas fóra da orde do día.

Respecto á frecuencia de reunións, mellor diferenciar as reunións ordinarias (que disporán dunha estrutura maiormente permanente e unha periodicidade predeterminada), das reunións extraordinarias, as cales poden incluso non requerir a convocatoria de todos os membros do consello, e que se convocarán para casos concretos, unha vez xustificada a súa necesidade.

As reunións usualmente terán unha finalidade mixta informativa, de traballo e/ou decisoria. Requeriría dunha convocatoria (con estimación de tempos para cada asunto da orde do día), preparación previa, e do propio desenvolvemento da sesión con alguén que opere como facilitadora/a e que vele polo mellor cumprimento posible dos tempos. Finalmente a acta da reunión debera ser comunicada ao grupo e publicada na web que se cree, segundo o establecido na medida 5.1.2.

Respecto á articulación de grupos de traballo (cando sexan necesarios), a composición dos mesmos sería decidida na reunión correspondente do Consello, e implicará a entrega de documentación ou a información sobre algunha xestión efectuada, nos prazos acordados, pero sempre con carácter previo á reunión onde deban tratarse.

QUEN?

Concello de Fisterra, co apoio dos axentes implicados no Consello de Turismo.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.6	DECISIÓNS DE GOBERNO
MEDIDA	**1.6.2**	**VALORAR A VIABILIDADE DUNHA TAXA TURÍSTICA**

POR QUE?

Pola necesidade de xerar ingresos a nivel administración municipal que permitan facer fronte ao gasto en inversións, programas, axudas, etc. relacionadas co turismo en Fisterra, e que permita transmitir unha imaxe de concello comprometido coa conservación da contorna.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A acción consiste en valorar a viabilidade dunha medida deste tipo (taxa turística). Para iso haberá de entablarse un diálogo co tecido empresarial, de cara a establecer as posibles opcións existentes. O Consello de Turismo sería o lugar adecuado para estudar este tema.

A medida consiste pois en:

a) informar das distintas opcións de repercusión da taxa turística;

b) valorar pros e contas de cada opción;

c) chegar a unha decisión sobre implantala ou non implantala;

d) en caso afirmativo, delimitar cando se implementaría, cal é o proceso legal a seguir, e cal sería a forma de recaudala.

QUEN?

Concello de Fisterra. Tecido empresarial.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.7	COMPATIBILIDADE CON OUTROS PLANS ESTRATÉXICOS
MEDIDA	**1.7.1**	**ESTABLECER NIVEIS DE VIABILIDADE E OPORTUNIDADE PARA A APLICACIÓN DO PLAN DIRECTOR DO MONTE DO CABO**

POR QUE?

Pola necesidade de aproveitar a labor efectuada no seu día, dende o enfoque do modelo de turismo que se establece no presente plan, e buscando un maior consenso social.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O Plan Director do Monte do Cabo é unha extensa e altamente cualificada proposta técnica, datada en 2010 e presentada no ano 2012. A súa implementación está paralizada.

Ese Plan Director presenta dificultade interpretativa e dúbidas en canto á oportunidade das propostas indicadas no mesmo. Por iso debería buscarse -en torno a el- un maior consenso respecto ás actuacións a levar adiante, e a prioridade das mesmas. O Consello de Turismo parece a entidade axeitada para canalizar ese consenso.

A misión do presente plan estratéxico non é determinar a oportunidade ou non desas medidas, senón establecer os puntos esenciais do proceso que debe facerse a nivel local para facer operativo dito plan (ou, cando menos, parte del).

A medida, por tanto, consiste nas seguintes accións:

a) Identificar as accións propostas no mesmo, e comunicalas aos membros do Consello de Turismo nun formato sinxelo.

b) Determinar a oportunidade ou non de cada proposta, en función do grao de aceptación da mesma, viabilidade económica, social e medio ambiental. Poderase valoralas de grao 1 (necesarias e urxentes), grao 2 (necesarias non urxentes), e grao 3 (non necesarias).

c) Poderase reavaliar esa clasificación cada vez que se vexa oportuno.

Por tanto, as medidas que decidan levarse a cabo, constituirán un anexo ao presente plan estratéxico, ou unha ampliación ao mesmo, constando como medidas 1.7.1.a), etc.

QUEN?

Concello de Fisterra, co apoio dos axentes implicados no Consello de Turismo.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	1	ESTRATEXIA DE GOBERNO
LIÑA	1.7	COMPATIBILIDADE CON OUTROS PLANS ESTRATÉXICOS
MEDIDA	**1.7.2**	**IMPLEMENTAR MEDIDAS DOUTROS PLANS ESTRATÉXICOS SUPRALOCAIS**

POR QUE?

Pola necesidade de optimizar a relación entre entidades públicas e privadas, integrando aquelas medidas concebidas dende unha óptica supralocal (comarca, xeodestino, provincia, comunidade autónoma) e que repercutan na mellora local e supralocal, favorecendo as sinerxías entre concellos.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida representa unha porta aberta a outras medidas provintes doutros plans estratéxicos, e que poidan ser compatibilizadas co modelo de turismo que propón Fisterra e as medidas incluidas no presente plan local.

As propostas neste sentido pasaranse ao Consello de Turismo para o seu debate, como órgano consultivo, respecto á idoneidade ou non da medida.

Deste xeito, as medidas que decidan levarse a cabo, constituirán un anexo ao presente plan estratéxico, ou unha ampliación ao mesmo, constando como medidas 1.7.2.a), etc.

QUEN?

Concello de Fisterra, co apoio dos axentes implicados no Consello de Turismo.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	2	ACTIVIDADE ECONÓMICA
LIÑA	2.1	PROMOCIÓN ECONÓMICA
MEDIDA	**2.1.1**	**DESEÑAR E EXECUTAR UN PROGRAMA PILOTO DE EMPRENDEMENTO LOCAL**

POR QUE?

Pola necesidade de implantar no territorio proxectos de negocio innovadores e responsables e, en definitiva, atraer talento.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en crear unha especie de microincubadora (ou similar) para negocios innovadores e que aporten valor á oferta turística en dous sentidos:

a) Implantar novos servizos para o turista/visitante (ex. negocios de turismo activo)

b) Xerar produto ou implantar novos servizos que aporten valor a outros negocios xa existentes (ex: servizos para aloxamentos ou restaurantes do pobo; produción agrícola ecolóxica para a restauración local).

O programa de emprendemento local poderá estar integrado dentro de redes supralocais de incubación ou microincubación de negocios, o cal ordinariamente significaría dispoñer de maiores opcións de financiamento.

Neste programa necesariamente farase un test de mercado previo á posta en marcha do negocio, para verificar os niveis de viabilidade previstos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				**2020**				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	2	ACTIVIDADE ECONÓMICA
LIÑA	2.1	PROMOCIÓN ECONÓMICA
MEDIDA	**2.1.2**	**CREAR ESPAZOS DE TRANSFERENCIA DE COÑECEMENTO E COLABORACIÓN**

POR QUE?

Pola oportunidade de que os negocios xa existentes poidan mellorar grazas á colaboración entre varios deles.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Trátase dunha medida dirixida a empresas e profesionais cuxos negocios xa están en marcha no territorio, e pertenzan ao sector turismo ou estean relaconados directa ou indirectamente co mesmo.

A medida consiste en crear un espazo de encontro para empresas e profesionais, asistidos ou non por algún/ha facilitador/a profesional, onde busquen puntos de colaboración para a mellora mutua (prestación de servizos, creación de paquetes turísticos, visibilización recíproca, etc.)

QUEN?

Concello de Fisterra. Asociacións empresariais locais existentes.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	2	ACTIVIDADE ECONÓMICA
LIÑA	2.2	MELLORA DAS CUALIFICACIÓNS
MEDIDA	**2.2.1**	**IMPULSAR ESPAZOS FORMATIVOS PARA PROFESIONAIZAR AS ACTIVIDADES VINCULADAS AO TURISMO**

POR QUE?

Pola necesidade de dispoñer dun ou varios espazos onde contar con formación cualificada para mellorar as competencias profesionais de persoal vinculado ao sector.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Recoméndase incidir nas necesidades dos seguintes colectivos: traballadr@s en activo, desempregad@s que buscan traballo no sector, emprendedor@s, persoal xerencial ou directivo, e persoal municipal.

A formación do persoal en activo non se fará en tempada alta.

Aproveitaríanse os recursos formativos existentes en Fisterra e na contorna. Engadiríase, á oferta xa existente, outra oferta de proximidade.

A medida consistirá en:

a) Determinar as necesidades formativas existentes no territorio, en función de cada tipo de colectivo aos que se facía referencia máis arriba. Necesidades detectadas: idiomas (especialmente inglés), cociña, atención ao cliente, viño, produto local (peixe, mariscos, especialmente), coñecemento da zona (cultura, lugares, atractivos turísticos, …), novas tecnoloxías, decoración, entre outras.

b) Delimitar a oferta preexistente que podería cubrir parte desas necesidades.

c) Determinar os espazos adecuados para a formación a realizar, agás que xa teña lugar predeterminado de realización.

d) Solicitar propostas de formación para as necesidades non cubertas pola oferta preexistente.

e) Planificar temporalmente a actividade e facer a convocatoria/comunicación.

f) Avaliar a formación impartida.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.1	SENSIBILIZACIÓN
MEDIDA	**3.1.1**	**CREAR CAMPAÑA EDUCATIVA E DE SENSIBILIZACIÓN DA POBOACIÓN**

POR QUE?

Pola necesidade de informar e implicar á cidadanía respecto ao papel real e potencial do turismo na vida do concello, así como do rol que a veciñanza pode desempeñar para mellorar Fisterra como destino turístico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As temáticas clave a tratar serían dúas: 1) papel do turismo na vida do concello; 2) valores cívicos, legalidade e medio ambiente.

A medida consiste en deseñar unha campaña que actúe a tres niveis:

a) Centros escolares

b) Cidadanía en xeral

b) Empresariado

Respecto a centros escolares suxírese determinar: actuacións a desenvolver (charlas, obradoiros, saídas); centros implicados; temporalización das mesmas. A campaña preverase para un ano e, en funcións dos resultados acadados, poderá retomarse cada curso escolar (aínda que non necesariamente coa mesma programación).

Respecto á cidadanía en xeral, a campaña debería: deseñar e editar material (carteis, folletos, etc., por determinar); difundilo a través das asociacións veciñais, de paneis informativos públicos, etc.

Respecto ao empresariado, a campaña buscaría concienciar en materia medio ambiental e xestión de residuos, condicións laborais, posta en valor da pesca artesanal local, etc. Con independencia da formación que poida ofertarse ao abeiro da medida deste plan. Buscarase a colaboración activa das asociacións empresariais nesta labor de sensibilización.

A campaña inicial podería ser complementada con campañas puntuais en anos sucesivos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	**2ºT**	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.1	SENSIBILIZACIÓN
MEDIDA	**3.1.2**	**PROMOVER ACCIÓNS DE PARTICIPACIÓN CIDADÁ**

POR QUE?

Por darlle á veciñanza a posibilidade de que participe en accións que repercutan na mellora do pobo e da percepción de Fisterra como destino turístico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Considérase aparte da labor que a veciñanza pode desempeñar, a través das asociacións veciñais correspondentes, no Consello de Turismo (véxase media 1.6.1).

A medida consiste en levar adiante un concurso de balconadas. Isto implica determinar:

a) As rúas ou zonas que participarían en cada ocasión.

b) A cuantía do premio.

c) As bases do concurso.

d) As accións de divulgación do concurso (a través dos axentes sociais e empresariais, mediante anuncio en prensa, etc.).

As accións iniciais poderán ser complementadas coa repetición das mesmas en anos sucesivos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				**2020**				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	**2ºT**	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.2	POBOACIÓN RESIDENTE E REESTRUTURACIÓN DA PRESIÓN TURÍSTICA
MEDIDA	**3.2.1**	**REDESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PLAN DE MOBILIDADE MUNICIPAL**

POR QUE?

Pola necesidade de dar solucións ás situacións de saturación, que son restrictivas para a mobilidade no concello.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en crear protocolos de mobilidade por rúas/zonas e/ou tempadas. Poderá derivar no establecemento de cupos para a visita de determinados puntos turísticos (como o cabo Fisterra) en función da necesidade detectada, así como a peatonalización ou corte ao tráfico de rúas ou zonas.

Este plan contemplará:

a) As situacións nas que se activarán os protocolos de mobilidade extraordinarios.

b) Que protocolo se activa para que situación.

c) Durante canto tempo se activará ese protocolo.

d) Custo diario que supón a activación de cada protocolo.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.3	MEDIO AMBIENTE
MEDIDA	**3.3.1**	**DESENVOLVER UNHA CAMPAÑA DE COMPROMISO MEDIO AMBIENTAL**

POR QUE?

Pola necesidade de minimizar o impacto medio ambiental na contorna, así como pola necesidade de sensibilizar á cidadanía sobre o respecto ao medio ambiente.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Considérase esta medida referida directamente ao empresariado (aloxamentos, restauración e turismo activo, fundamentalmente), pero que busca -indirectamente- a concienciación da cidadanía (partindo do exemplo positivo que dean esas empresas).

A medida consiste en conseguir que o maior número de establecementos posibles asuman un pequeno compromiso ambiental (cada un o que determine) e facelo visible para poñer en valor esa boa práctica. Exemplos: non uso de bolsas de plástico, aforro de auga, compostaxe, etc.

QUEN?

Concello de Fisterra. Asociacións empresariais locais.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.3	MEDIO AMBIENTE
MEDIDA	**3.3.2**	**ADECENTAR E HUMANIZAR O ACCESO ÁS PRAIAS**

POR QUE?

Pola necesidade de dispoñer duns accesos en condicións adecuadas (de saneamento e estéticos), e sensibles respecto á protección da riqueza natural que supoñen as praias de Fisterra.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Esta medida deberá compatibilizarse co establecido ao respecto do plan de limpeza e mantemento e recollida de lixo (medida 1.2.2).

A medida consiste en:

a) **Determinar as praias onde se realizarán as actividades de adecentamento e humanización.**
b) **Establecer as actuacións a realizar en cada praia.**
c) **Asignar prioridades.**
d) **Dotar unha partida orzamentaria (con fondos propios e/ou doutras administracións) e indicar as actuacións concretas a realizar nunha primeira fase, quedando as demais en espera para sucesivos exercizos.**

As praias de Fisterra son un atractivo turístico non optimizado, cuxa aposta é un turismo que aprecie o clima, condicións de calidade da auga en Fisterra, ou os propios ecosistemas naturais (como O Rostro, protexido pola Rede Natura 2000).

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				**2020**				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.3	MEDIO AMBIENTE
MEDIDA	**3.3.3**	**HABILITAR PRAZAS PARA COCHES HÍBRIDOS OU ELÉCTRICOS**

POR QUE?

Pola necesidade de dar cabida a usos menos contaminantes e fomentar a utilización de vehículos máis respectuosos co medio ambiente.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en:

a) Determinar os lugares onde habería prazas para coches híbridos e/ou eléctricos.

b) Determinar o nº de prazas en cada lugar ou punto turístico.

c) Realizar as accións de acondicionamento desas prazas.

d) Sinalizar adecuadamente e informar da existencia destas prazas.

Trátase dunha medida visible de respecto medio ambiental da contorna, e que resulta coherente co modelo de turismo sustentable buscado.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				**2020**				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.3	MEDIO AMBIENTE
MEDIDA	**3.3.4**	**HABILITAR NO CABO ALTERNATIVAS PARA O RITUAL DA QUEIMA**

POR QUE?

Pola necesidade de dar cabida a usos menos contaminantes no cabo e reducir a pegada medio ambiental desta práctica.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As posibles alternativas a valorar son:

a) habilitar un espazo acotado e fixar unhas condicións das prendas a queimar.
b) implantar unha práctica alternativa non lesiva medio ambientalmente.

A primeira opción consistiría en:

a) Convocar propostas, con orzamento.
b) Establecer un ou varios tipos de prenda, respectuosos medio ambientalmente, que poderá ser adquirido polo visitante ou peregrino para a súa queima. A tal efecto solicitarase orzamento para ditas prendas, marcarase o prezo de venda das mesmas e os lugares habilitados para dita venta.
c) Informar da existencia desta espazo e as condicións de queima, a través de información en distintos soportes (papel, dixital) .
d) Instalar ou construír o elemento elexido sobre a plataforma xa existente.
e) Implementar os puntos de venta das prendas de roupa autorizadas para a súa queima.

A segunda opción consistiría en:

a) Convocar propostas de prácticas alternativas, con orzamento.
b) Valorar pros e contras das mesmas.
c) Implementar a proposta elixida.

QUEN?

O Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	3	POBOACIÓN E TERRITORIO
LIÑA	3.3	MEDIO AMBIENTE
MEDIDA	**3.3.5**	**ELABORAR UNHA GUÍA DE BOAS PRÁCTICAS DE USO E XESTIÓN DA REDE NATURA**

POR QUE?

Pola necesidade de dar a coñecer unha serie de recomendacións asociadas a un uso respectuoso dos espazos da rede Natura, que permita compatibilizar a sustentabilidade deses espazos e o desfrute a nivel turístico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As recomendacións respectarán o marco competencial da Rede Natura, e farán énfase nas prácticas responsables medio ambientalmente, divulgando ao turista/visitante/ peregrino as razóns de ditas prácticas.

Isto permitirá ligar esta medida ao turismo de natureza ou outros turismos en crecemento (como o ornitolóxico), dado que mellorará a experiencia do visitante/turista/peregrino.

A medida consiste en:

a) **Establecer as boas prácticas ou recomendacións, co apoio de entidades ou profesionais adicados á defensa do medio natural.**

b) **Co apoio desas entidades ou profesionais, condensar unha mensaxe que xustifique a necesidade desa boa práctica.**

c) **Editar a guía de boas prácticas.**

d) **Implementar as mensaxes correspondentes mediante a sinaléctica, sempre e cando sexa posible.**

e) **Dalo a coñecer aos negocios asociados ás asociacións empresariais locais e supralocais (a través delas), así como aos non asociados a ningunha (a través do concello directamente), para que se poida difundir nos establecementos hostaleiros.**

f) **Tamén estará visible esta información na oficina de turismo e outros espazos físicos de xestión municipal que se determinen, así como na web do Concello.**

Valorarase traer especialistas na materia que impartan charlas e así enriquecer a experiencia asociada ao turismo de natureza.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				**2020**				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.1	CREACIÓN DE MARCA
MEDIDA	**4.1.1**	**DEFINIR E CONSTRUÍR A MARCA**

POR QUE?

Pola necesidade de plasmar comunicativamente o modelo turístico que se pretende desenvolver, aproveitando a forza comunicativa que ten Fisterra/Finisterre a nivel mundial.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A marca ven determinada por un significado e un significante.

O significado comprende o modelo de turismo explicado no plan, e concrétase na serie de atributos definidos no **Punto 2.a do documento RETOS, ESTRATEXIA E PROPOSTAS DE ACTUACIÓN**. A partires de aí créase un relato turístico. O significante é a manifestación comunicativa da marca.

A medida consiste en desenvolver os seguintes apartados:

a) **A denominación: Fisterra/Finisterre. A denominación local Fisterra debe coexistir coa denominación Finisterre, cuxo peso a nivel comunicativo é moi forte e permite unha asociación practicamente automática do/a receptor/a da mensaxe. A nivel internacional segue sendo un referente e recoméndase aproveitar o seu valor comunicativo.**

b) **Imaxe distintiva. Isto inclúe tipografía/s, cor/es ou elementos visuais, que configuren un logotipo concreto que se asocie a Fisterra/Finisterre como destino turístico, pero tamén como suma de experiencias que se poden atopar.**

c) **Promesas de marca. Son esloganes ou frases curtas que fan fincapé nos atributos da marca.**

d) **Imaxes. Irán referenciadas aos atractivos turísticos gancho, que permitan unha primeira composición mental das experiencias a atopar.**

Todos estes apartados servirán de guía para a estratexia comunicativa en materia de destino turísitico, e que son desenvolvidas no Eixo 5 (promoción e comercialización) deste plan operativo.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.1	CREACIÓN DE MARCA
MEDIDA	**4.1.2**	**CREAR UN MANUAL DE BOAS PRÁCTICAS ASOCIADAS AO MODELO DE TURISMO**

POR QUE?

Pola necesidade de facer visibles una serie de prácticas asociadas ao modelo de turismo desexado, de cara a crear unha impronta de calidade relacionada con Fisterra como destino turístico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O manual de boas prácticas deberá ser consensuado coas asociacións empresariais representativas do sector, e servirá como guía dos puntos considerados necesarios para ofrecer un servizo de calidade, que ademais sexa coherente co modelo de turismo que se busca para Fisterra.

A medida consiste en:

a) **Fixar as áreas: medio ambiente, atención ao cliente, promoción do produto local (especialmente a pesca artesanal), condicións laborais, promoción do produto artesanal, entre outras posibles.**
b) **Establecer os puntos concretos a desenvolver en cada unha desas áreas.**
c) **Editar o manual de boas prácticas.**
d) **Dalo a coñecer aos negocios asociados ás asociacións empresariais (a través delas), así como aos non asociados a ningunha (a través do concello directamente).**
e) **Tamén estará visible esta información na oficina de turismo e outros espazos físicos de xestión municipal que se determinen.**
f) **Tamén se fará unha comunicación xeral deste manual (web, medios de comunicación e presentación pública á sociedade).**

Recoméndase establecer puntos de criticidade en diversas materias. É dicir: fitos ou cifras que -cando se chegue a eles- impliquen adoptar unha serie de medidas.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.1**	**ELABORAR UN CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LOCAIS**

POR QUE?

Pola necesidade de identificar todos os puntos de atracción turística do concello, históricos, culturais, naturais e de calquera outra índole, de cara a establecer un mapa de microdestinos turísticos.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Trátase de crear unha lista aberta, que permita ir introducindo novos focos de atracción turística, así como ilos transformando en puntos de experiencia turística, a través da acción pública (administracións) ou privada (asociacións empresariais, empresas, profesionais, asociacións de veciños).

A medida consiste en:

a) Identificar os atractivos turísticos, agrupándoos en: natureza e contorna (rutas turísticas, praias, miradores, montes), patrimonio histórico (faro, castelo, igrexas, pazos, cruceiros, muíños, hórreos ...), mercados e festas, lendas e patrimonio inmaterial.

b) Para cada recurso indicar unha breve explicación do mesmo, costumes asociadas a ese lugar (se as hai), e puntos de especial interese do mesmo. Isto facilitará a elaboración de materiais informativos axeitados.

c) Editar o catálogo en formato dixital.

d) Dalo a coñecer aos negocios asociados ás asociacións empresariais (a través delas), así como aos non asociados a ningunha (a través do concello directamente). Tamén se fará unha comunicación xeral deste manual (web, medios de comunicación e presentación pública á sociedade).

QUEN?

Concello de Fisterra, coa aportación dos axentes sociais e empresarias, e veciñanza.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.2**	**SOLICITAR DE CONCELLOS PRÓXIMOS UN CATÁLOGO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LOCAIS**

POR QUE?

Pola necesidade de identificar puntos de atracción turística de concellos cercanos que supoñan un valor engadido aos dispoñibles localmente, e que configuren unha oferta de microdestinos turísticos que favoreza o aumento das estancias do cliente turista.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en:

a) Determinar os concellos aos que se solicitará a información.

b) Solicitar que aparten unha listaxe de atractivos turísticos, agrupándoos en: natureza e contorna, patrimonio histórico, mercados e festas, lendas e patrimonio inmaterial.

c) Para cada recurso solcitarase unha breve explicación do mesmo, costumes asociadas a ese lugar (se as hai), e puntos de especial interese do mesmo. Isto facilitará a elaboración de materiais informativos axeitados.

c) Editar o catálogo en formato dixital.

d) Dalo a coñecer aos negocios asociados ás asociacións empresariais (a través delas), así como aos non asociados a ningunha (a través do concello directamente). Tamén se fará unha comunicación xeral deste manual (web, medios de comunicación e presentación pública á sociedade).

QUEN?

Concello de Fisterra. Concellos aos que se solicite a información.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3**	**ACCIÓNS DE POSTA EN VALOR DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MUNICIPAIS**

POR QUE?

Pola necesidade de dotar de melloras aos atractivos turísticos indicados. Non só a nivel de estruturas, equipamento ou mantemento, senón a través da recreación de experiencias que poñan en valor o recurso concreto.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Non se inclúen aquí as medidas relacionadas con sinaléctica (xa indicadas en 1.2.1) ou relacionadas con limpeza e mantemento (recollidas na medida 1.2.2).

Tampouco se contemplan aqueles que xurdan á raíz da medida 1.7.1.

A medida establece un primeiro nivel de acción (2018-20) nos seguintes recursos ou atractivos turísticos, sen perxuízo do disposto na medida 1.7.1:

- **Centro de interpretación no Faro (4.2.3.a)**
- **Cemiterio de Portela (4.2.3.b)**
- **Castro de Castromiñán (4.2.3.c)**
- **San Guillermo e a súa contorna (4.2.3.d)**
- **Mercado municipal (4.2.3.e)**

Un segundo nivel de acción (2021-2022) será determinado antes do fin do ano 2020 nos recursos/atractivos que se determinen.

QUEN?

O Concello de Fisterra.

CANDO?

VÉXANSE AS RESPECTIVAS MEDIDAS 4.2.3.a ata 4.2.3.e

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3.a**	**CENTRO DE INTERPRETACIÓN NO FARO**

POR QUE?

Pola necesidade de dispoñer no faro, como máximo expoñente de punto de atracción turística do concello, dun espazo que represente a Fisterra, especialmente o seu patrimonio inmaterial, poñendo en valor a dimensión poliédrica do pobo como destino turístico de experiencias.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As actuacións concretamente ligadas ao faro dependen de acordos coa Autoridade Portuaria.

A medida busca transformar o faro principalmente nun espazo mixto centro de interpretación do fin do mundo e do Camiño, así como do patrimonio inmaterial de Fisterra (lendas, naufraxios, …).

Resultaría adecuado acondicionar unha zona ou espazo de usos múltiples adicado a difusión cultural (exposicións, presentacións, etc.) e á celebración de eventos de diversa índole.

Estaría aberto a turistas, visitantes, peregrinos, empresas e outras entidades, así como á propia veciñanza de Fisterra.

A medida consistiría en:

a) Retomar a idea proposta no Plan Director do Monte do Cabo, valorando a oportunidade da mesma (consonte o especificado na medida 1.7.1).

b) Establecer un modelo de explotación do mesmo que parta de:

- ***as obras a acometer.**
- ***a tecnoloxía a implementar.**
- ***programación de actividades de acceso público, unhas gratuítas e outras cun custo por determinar (que permitirá sufragar os custos de mantemento, e engadir melloras sucesivamente nos servizos).**
- ***o réxime de explotación, de ser o caso.**
- ***o espazo/s para a realización de actividades (presentacións, charlas, reunións, etc.), previa reserva.**
- ***os recursos humanos precisos.**

Paralelamente habería de valorar a posta en funcionamento da bocina que avisaba da néboa (tamén coñecida como a "vaca de Fisterra") como patrimonio acústico da localidade.

Respecto aos postos de venta de artigos na zona próxima ao faro, as licencias de actividade primarán os postos de venta de produtos artesanais locais e respectuosos medio ambientalmente, seguindo a orientación da medida 4.1.2.

Respecto aos accesos e estacionamento de vehículos, terase en conta o resultante do plan de mobilidade (medida 3.2.1), e o plan de aparcamento (media 1.2.7).

A estrada de acceso ao Faro debe pasar a titularidade municipal, para unha xestión directa da mesma polo concello. Desde o Concello xa se aprobou o convenio enviado pola Autoridade Portuaria da Coruña e xa lle foi remitido. O convenio podería ser inmediato pero o procedemento de desafectación pode levar uns 4 anos.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3.b**	**CEMITERIO DE PORTELA**

POR QUE?

Pola necesidade de poñer en valor un atractivo turístico de alto valor arquitectónico, así como de asignarlle un uso específico como cemiterio

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consistiría en:

a) Acometer as obras precisas para rematar o cemiterio

b) Delimitar o/s uso/s do mesmo.

Haberanse de estudar distintas posibilidades de uso do cemiterio de Portela, tendo en conta as necesidades da veciñanza, dado que o cemiterio actual está saturado.

Recoméndase valorar a viabilidade de uso do mesmo por persoas non residentes en Fisterra, dado o potencial interese que pode suscitar, ou o seu uso como cemiterio de cinzas.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				**2020**				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3.c**	**CASTRO DE CASTROMIÑÁN**

POR QUE?

Pola necesidade de poñer en valor un atractivo turístico de alto valor cultural e antropolóxico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consistiría en:

a) Resolver o problema da titularidade dos terreos

b) Facer os estudos proxectados no mesmo, e xa existentes.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3.d**	**SAN GUILLERMO E A SÚA CONTORNA**

POR QUE?

Pola necesidade de poñer en valor un atractivo turístico de alto valor cultural e antropolóxico.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Existe unha percepción xeralizada de que San Guillermo e a súa contorna precisan dunha visita guiada sobre as lendas do Apostol, da Orca Vella, o Ara Solis e as Pedras Santas.

A medida consistiría en:

a) **Determinar o contido, duración e custo da visita guiada, a realizar por guía turístic@ acreditado.**

b) **Determinar as datas e número de visitas guiadas.**

A tal fin poderanse solicitar propostas orzamentadas ou marcar un custo máximo por visita.

Valorarase a creación dun posible refuxo para observación de estrelas na antiga caseta do Marconi.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.3.e**	**MERCADO MUNICIPAL**

POR QUE?

Pola necesidade de dar utilidade e encher de contido aos espazos do edificio do mercado municipal.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O mercado municipal disporía dun doble uso: a planta baixa funcionaría como mercado turístico, e a parte de arriba serviría de espazo cultural para a celebración de eventos de diverso tipo.

A medida consistiría en:

a) Establecerase un modelo de explotación do espazo cultural que parta de:

***as obras a acometer,**

***a tecnoloxía a implementar,**

***programación de actividades de acceso público, unhas gratuítas e outras cun custo por determinar (que permitirá sufragar os custos de mantemento, e engadir melloras sucesivamente nos servizos),**

***o espazo/s para a realización de actividades (presentacións, charlas, reunións, etc.), previa reserva.**

***os recursos humanos precisos.**

b) Establecerase un modelo de explotación do mercado turístico que parta, cando menos de:

***as obras a acometer,**

***a tecnoloxía a implementar,**

***negocios ou actividades que terían cabida no mesmo e réxime de explotación,**

Para o modelo de explotación do mercado turístico é adecuado facer unha valoración das distintas opcións, partindo da experiencia doutras localidades.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.4**	**ACCIÓNS DE FOMENTO DA CULTURA DO MAR**

POR QUE?

Pola necesidade de poñer en valor o mar como eixo da vida fisterrá, e de crear oportunidades de negocio vinculadas ao mesmo, máis aló da pesca.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As actuacións dependen directamente da redelimitación de competencias con Portos de Galicia (medida 1.5.1). O acondicionamento das instalacións naúticas (medida 1.2.5) permitiría desenvolver unha serie de accións que permitisen a recalada de embarcacións de distinto tipo.

De igual modo, como se apuntaba nesa medida, o acondicionamento como porto deportivo permitiría albergar unha ampla gama de actividades: eventos (ex: regatas), negocios (ex: escola de vela, turismo activo mariño), entre outras.

A medida consiste nunha serie de accións concretas relacionadas co mar e fondos mariños.

a) Incorporarse ao proxecto de turismo subacuático da Xunta de Galicia.

b) Incorporarse ao proxecto Tesouros de Galicia, de posta en valor do patrimonio costeiro e subacuático.

c) Valorar a posta en funcionamento da "vaca de Fisterra".

d) Deseñar proxecto de realidade aumentada (4.2.4.a)

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.4.a**	**DESEÑAR PROXECTO DE REALIDADE AUMENTADA**

POR QUE?

Polo gran potencial que supón incorporar tecnoloxías avanzadas como produtos turísticos que permitan xerar un alto coñecemento da relación de Fisterra co mar, e crear experiencias personais con alta repercusión comunicativa a nivel relacional.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A realidade aumentada permite recrear contornas e experiencias altamente realistas, con moi alto poder divulgativo.

Os puntos sobre os que se podería articular un proxecto de esas características poden ser: coñecemento dos fondos mariños, recreación de naufraxios ou fenómenos climatolóxicos (temporais, néboa, …), coñecemento dos procesos de pesca artesanal, recreación de lendas, etc.

A utilización de dispositivos para a visualización de realidade aumentada poden estar a disposición en museos ou espazos públicos, previo pago de cantidade a determinar. Incluso prevese a opción de ser comercializado, co cal amplificaría a visibilidade de Fisterra como destino turístico de calidade.

A medida consiste en:

a) Solicitar propostas orzamentadas para o desenvolvemento dun proxecto de realidade aumentada sobre Fisterra e a súa relación co mar.

b) Buscar o financiamento ou cofinanciamento a nivel público e privado.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.5**	**ACCIÓNS DE POSTA EN VALOR DA FIN DO CAMIÑO**

POR QUE?

Pola necesidade de potenciar a imaxe de Fisterra como fin do Camiño, de lugar de chegada e acollida ao peregrino.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Trátase de poñer en valor o logro acadado polo peregrino coa súa chegada a Fisterra. A acollida resulta así ser unha especie de homenaxe ao reto superado.

A medida consiste nestas accións concretas:

a) **Valorar a instalación dalgún panel ou elemento distintivo á entrada do pobo, dando a benvida ás persoas que chegan a Fisterra.**

b) **Reforzar a visibilidade da Festa Folk na Fin do Camiño,segundo o establecido no Eixo 5 do presente plan estratéxico.**

c) **Valorar a viabilidade da creación e xestión dunha rede de voluntariado, que sirva de apoio ao peregrino.**

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.6**	**CREAR UNHA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN GASTRONÓMICA SUSTENTADA NO PRODUTO LOCAL**

POR QUE?

Pola necesidade de poñer en valor a calidade do produto local, especialmente o derivado da pesca artesanal.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A campaña implicaría a suma de sinerxías entre Concello, Cofraría de pescadores e produtores do sector agroalimentario, así como do sector hosteleiro.

A medida consiste en deseñar unha campaña que actúe a tres niveis:

a) Produto local = posta en valor da pesca local, especialmente, pero non exclusivamente.

b) Elaboracións con ese produto local = posta en valor d@s profesionais da cociña.

c) Establecementos de restauración onde se fan as diversas elaboracións = posta en valor dos negocios hostaleiros.

A campaña poderá partir da celebración dun evento central, que se recomenda de duración mínima 1 semana e duración máxima 1 mes, que inclúa degustacións de diverso tipo nos establecementos hostaleiros de Fisterra, actividades divulgativas da pesca artesanal, etc.

Irá acompoñada dunha campaña informativa en medios de comunicación, redes sociais e os demáis medios previstos no Eixo 5 deste plan estratéxico (promoción e comercialización).

A medida implica:

a) Fixar datas da campaña, especialmente para desestacionalizar o fluxo turístico.

b) Crear unha programación de actividades.

c) Buscar a adhesión de establecementos hostaleiros.

d) Comunicar a campaña. A nivel comunicativo seguerase o plan de comunicación e comercialización establecido no eixo 5 deste plan operativo.

QUEN?

Concello de Fisterra. Cofraría de pescadores. Asociacións empresariais locais.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.7**	**ACCIÓNS DE POSTA EN VALOR DAS FESTAS TRADICIONAIS**

POR QUE?

Pola necesidade de evitar solpamentos en canto aos eventos ou festas locais máis representativas, así como de facilitar a labor da veciñanza para a organización das mesmas.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste nestas accións concretas:

a) Favorecer a coordinación na celebración de eventos entre asociacións veciñais, canalizándoo a través do Consello de Turismo, para evitar -na medida do posible- solapamentos

b) Manter un cauce aberto constante entre organizadores das festas e Concello, de cara a tratar as necesidades puntuais que vaian xurdindo.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.8**	**ACCIÓNS DE POSTA EN VALOR DO TURISMO DE CLIMA**

POR QUE?

Pola oportunidade de convertir o clima nun aliado e non nun inconveniente para atraer ao turismo, potenciando as características propias (choiva, temporais, etc.) e así favorecer a desestacionalización cun público non masivo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Búscase ante todo favorecer a implantación de propostas de negocio ou actividades privadas de turismo de inverno ou de temporais mediante a concesión dun premio a nivel local.

A medida consiste en:

a) Determinar posibles entidades cofinanciadoras, públicas ou privadas.

b) Determinar as bases da convocatoria do premio: quen se pode presentar, requisitos de admisión, criterios de valoración, cuantía do premio, prazo de presentación, forma de presentación.

c) Dar publicidade á convocatoria.

d) Comunicar o proxecto/s gañadores a través das estratexias indicadas no Eixo 5.

Esta acción permitiría obter repercusión pública e atraer ideas innovadoras na materia.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	4	MARCA
LIÑA	4.2	POSTA EN VALOR DA MARCA
MEDIDA	**4.2.9**	**ELABORAR UNHA AXENDA DE PARTICIPACIÓN INSTITUCIONAL EN EVENTOS**

POR QUE?

Pola necesidade de facer visible a labor da administración local ou das asociacións empresariais, para a posta en valor da marca Fisterra/Finisterre en distintos eventos a nivel nacional e internacional, e así manter informada á cidadanía.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en compilar as distintas accións que se desenvolvan e concretalas nunha axenda ou calendario, cunha descrición da participación que houbo nos respectivos eventos, quen asistíu, e que conclusións ou compromisos se obtiveron.

A axenda estará visible na páxina web, permanentemente actualizada. Poderá integrarase esta axenda na que se indica na medida 5.2.1.

QUEN?

Concello de Fisterra, coa aportación das asociacións empresariais.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.1**	**XERAR INFORMACIÓN HOMOXÉNEA EN DISTINTOS TIPOS DE SOPORTES**

POR QUE?

Pola necesidade de crear unha imaxe clara e unificada do turismo en Fisterra, que permita ao visitante, turista ou peregrino obter información útil (a través de folletos, planos, guías, etc., tanto en soporte físico como dixital), sinxela e non duplicada.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida comprende:

a) Identificar o tipo de documentos a deseñar e editar, indicando o tipo de soporte a empregar: papel, dixital, audio ou audiovisual.

b) Establecer os contidos a incluir en cada un deles.

c) Determinar o nº de exemplares de cada documento, en función dos lugares de reparto dos mesmos.

d) Solicitar propostas orzamentarias para o deseño, edición e impresión dos distintos soportes.

e) Establecer as fontes de financiamento.

f) Realizar o deseño gráfico, visual e/ou artístico dos mesmos, partindo da imaxe de marca que se cree a raíz da medida 4.1.1, en función das dispoñibilidades orzamentarias.

g) Distribuir os documentos nos lugares de reparto previamente considerados, así como publicalos nos medios que se determinen: web, redes sociais, prensa, etc.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.2**	**DESEÑAR E IMPLEMENTAR UNHA WEB ESPECÍFICA PARA TURISMO**

POR QUE?

Pola necesidade de dispoñer dun espazo on-line onde se recolla toda a información esencial relacionada con turismo en Fisterra, e que sirva como punto de información público en Internet.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Buscarase que aporte valor e información útil, sinxela e directa a turistas, visitantes e peregrinos.

A medida consiste en:

a) Elección de dominio.
b) Predeseño de apartados e contidos da web.
c) Solicitude de orzamentos para o deseño da web (contidos; deseño gráfico, visual e artístico.
d) Deseño definitivo de apartados e contidos da web.
e) Deseño gráfico, visual e artístico.
f) Publicación da web.
g) Mantemento (técnico e de contidos) anual da web.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.3**	**DESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PLAN DE POSICIONAMENTO ON-LINE**

POR QUE?

Pola necesidade de que a web que se cree sexa visible de maneira adecuada, atendendo ao tipo de cliente que se busca segundo o modelo de turismo. E pola necesidade de empregar de xeito eficaz as redes sociais on-line.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

O traballo de redes sociais canalizarase a través desta medida.

A medida consiste en:

a) Solicitude de proposta e orzamentos para o posicionamento en Internet da marca.

b) Execución do plan de posicionamento.

c) Avaliación do plan de posicionamento.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	**2ºT**	**3ºT**	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.4**	**ELABORAR ANUALMENTE UN PLAN DE MEDIOS E PUBLICACIÓNS**

POR QUE?

Pola necesidade de ter unha presenza permanente en medios de comunicación e publicacións especializadas.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

As temáticas relevantes a estes efectos, e sempre asociadas a Fisterra directa ou indirectamente, son: viaxes, aloxamento, gastronomía, contorna e natureza, tradicións, lendas, negocios innovadores, atractivos turísticos, Camiño de Santiago, mar e navegación, actividades mariñas, turismo activo, medio ambiente, patrimonio histórico, clima, participación da veciñanza, novos modelos de turismo, ou temáticas análogas.

A medida consiste en establecer anualmente unha axenda de accións en medios de comunicación e en revistas especializadas. Indicarase:

- **a) Acción a desenvolver (artigo, entrevista, nota de prensa …)**
- **b) Medio/s onde se realizará ou publicará cada unha**
- **c) Data desexable.**

Este plan anual non impide que se poidan facer actuacións non previstas inicialmente, que serán consideradas extraordinarias, pero que dependerá de que se considere a súa relevancia.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.5**	**CREAR UN BONO MULTIACTIVIDADE PARA VISITANTES**

POR QUE?

Pola oportunidade que supón a nivel comunicativo crear un bono para diversas actividades de pago que se desenvolvan en Fisterra.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Trátase dunha medida dirixida ao turista/visitante/peregrino, pero tamén cara a veciñanza. Permite un aforro económico derivado da paquetización das actividades. A veciñanza xa podería ter acceso a ese bono polo mero feito de estar empadroados ou por xustificar doutro xeito (a determinar) a súa residencia ou afincamento en Fisterra.

A nivel comunicativo permite poñer á venda un bono con entradas a atractivos turísticos emblemáticos de Fisterra (que requiran pago actualmente ou no futuro) e, por tanto, facer visible dun xeito práctico e eficaz a marca.

A medida consiste en:

a) Determinar os lugares de pago que entrarían no bono.

b) Establecer o importe e o aforro respecto á compra de entradas por separado.

c) Realizar o deseño do bono, tanto en soporte físico como virtual.

d) Determinar os puntos de venta físicos e virtuais.

e) Calcular a tirada inicial e o seu custo.

f) Imprimir os exemplares en papel.

g) Distribuir os exemplares en papel polos puntos de venta.

Iranse xerando novas tiradas conforme se vaian esgotando. Recoméndase establecer unha cantidade de exemplares crítica a parires da cal é necesaria a impresión de novos exemplares en papel.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.6**	**ESTUDAR A VIABILIDADE DE CREAR PRODUTOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS**

POR QUE?

Trátase de crear produtos de iniciativa municipal que permitan mellorar a experiencia turística, ademais de xerar uns ingresos económicos que permitan soster estas e outras medidas públicas relacionadas co sector.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Os produtos sobre os que se valorará a súa viabilidade poderían ser: audioguías, libros, etc.

O proceso consiste en:

a) Determinar distintas opcións de produtos.

b) Valorar pros e contras.

c) Determinar cales deles se levan a cabo.

As audioguías deberan tomar de referencia o catálogo de atractivos turísticos (medida 4.2.1).

Isto con independencia de determinados servizos que poidan ser sacados a concurso público, e que habería que valorar igualmente. Exemplo: transporte turístico.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.7**	**APROVEITAR AS UTILIDADES DA APP DE XEOLOCALIZACIÓN DO CMAT**

POR QUE?

Pola necesidade de aproveitar as ferramentas preexistentes que afectan a Fisterra e darlles un uso orientado ao modelo de turismo que se desenvolve no presente plan.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A CMAT dispón dunha aplicación cuxa utilidade pode ser optimizada a nivel de visibilización de recursos públicos (roteiros, puntos de atracción turística, etc.) e privados (aloxamentos, restaurantes, etc.) de Fisterra

A medida consiste en:

a) Determinar a información que quere ser difundida a través da APP.

b) Incluir ditos contidos na plicación.

c) Empregar as estratexias deste Eixo 5 de promoción e comunicación, para que se difunda dita APP e as utilidades que proporciona ao turista/visitante/peregrino que ven a Fisterra.

QUEN?

Concello de Fisterra. CMAT.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.1	COMUNICACIÓN BASEADA NA MARCA
MEDIDA	**5.1.8**	**DESEÑAR E IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE SEGUIMENTO DA REPUTACIÓN DA MARCA**

POR QUE?

Pola necesidade de recabar información que permita avaliar a estratexia comunicativa da marca e, no seu caso, propoñer medidas que melloren dita estratexia.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Deberá asignarse unha persoa a esta labor: ordinariamente será quen desempeñe a praza de técnico de turismo, pero poderá ser un provedor de servizos ou outro personal cualificado.

A medida consiste en:

a) **Indicar os medios dixitais a revisar (medios de comunicación, plataformas relacionadas con turismo, webs e blogs especializados, redes sociais). Tamén se establecerá a periodicidade de dita revisión.**

b) **Empregar un sistema de enquisas a usuarios de determinados servizos públicos e privados.**

c) **Empregar búsquedas específicas en Internet que atinxan á reputación da marca.**

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.1**	**CREAR E DIFUNDIR UNHA AXENDA TURÍSTICA DE FISTERRA**

POR QUE?

Pola necesidade de manter visible e actualizada a actividade que se vai desenvolvendo en Fisterra ao longo do ano, tanto a nivel público como a nivel privado colectivo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida comprende:

a) Identificar os eventos a publicar na axenda, en colaboración coas asociacións veciñais e as asociacións empresariais.

b) Identificar o formato da axenda: dixital, papel, dixital e papel, outros soportes, etc.

c) Deseñar a axenda, no/s formato/s elexidos.

d) Empregar as estratexias deste Eixo 5 de promoción e comunicación, para que se difunda a axenda.

QUEN?

Concello de Fisterra, co apoio das asociacións veciñais e empresariais.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.2**	**ELABORAR ANUALMENTE UNHA MEMORIA SOBRE A ACTIVIDADE TURÍSTICA EN FISTERRA**

POR QUE?

Dar a coñecer datos útiles sobre o turismo en Fisterra, así como o total de actividades desenvolvidas, de forma que esta información xere unha percepción positiva e de calidade en potenciais turistas/visitantes/peregrinos, e axude a consolidar o modelo de turismo que se define no presente plan.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A medida consiste en:

a) Determinar a información estatística sobre oferta e demanda que se incluiría.
b) Determinar a información cualitativa sobre oferta e demanda que se incluiría.
c) Identificar as actividades realizadas durante o exercizo, cun breve resume das mesmas, preferentemente apoiadas con elementos fotográficos ou pictóricos.
d) Maquetar a memoria.
e) Publicala na web e difundila a través das redes sociais.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.3**	**CREAR UNHA "FILM COMMISSION" MUNICIPAL**

POR QUE?

Pola oportunidade que supón a efectos de recoñecemento, a presenza dunha localidade (ou puntos específicos da mesma) en series de televisión, programas e/ou películas, anuncios, etc. tanto a nivel nacional como internacional.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A film commission non implica asignar un posto específico á mesma, senón que pode estar ao cargo do/a técnico/a en turismo.

Interesa máis crear unha serie de protocolos tendentes a dar a coñecer Fisterra como posible punto de rodaxe, así como as condicións que se requiren para poder filmar en Fisterra.

A medida consiste en:

a) Establecer os lugares nos que se pode filmar coa autorixación municipal.

b) Determinar os requisitos ou criterios que precisan cumplir quen veña a rodar.

c) Establecer os protocolos de canalización de propostas ao concello por parte de produtoras, axencias de publicidade, etc.

d) Establecer os protocolos de achegamento a produtoras, etc.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.4**	**REALIZAR CAMPAÑA DE RELACIÓNS PÚBLICAS CON PRESCRIPTORES**

POR QUE?

Pola oportunidade de afianzar relacións mutuamente beneficiosas entre entidades públicas e privadas fisterrás e de localidades con especial repercusión (exemplos: Santiago de Compostela, A Coruña).

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A campaña centrarase en dar a coñecer a oferta turística e novo modelo de turismo que propón Fisterra, a partires de reunións con representantes de entidades públicas (concellos) e privadas (aloxamentos, restaurantes, asociacións empresariais de hostalaría, etc.).

A medida consiste, pois, en:

a) Identificar entidades públicas e privadas de referencia.
b) Ter reunións coas personas con capacidade decisoria nas mesmas.
c) Difundir a oferta turística de Fisterra, con documentación de apoio en distintos formatos.
d) Dar visibilidade a estas entidades, a partires da sinatura de acordos de colaboración ou similares.

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.5**	**VALORAR A CREACIÓN DUN PUNTO DE INFORMACIÓN E PROMOCIÓN EN SANTIAGO DE COMPOSTELA**

POR QUE?

Por ser Santiago de Compostela un foco principal de atracción turística a Fisterra, tanto a nivel Camiño de Santiago, como a nivel turismo en xeral, no que resultaría útil realizar un esforzo promocional equlibrado.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

A presenza do aeroporto de Lavacolla xera importantes oportunidades de visibilidade. A iso súmase a ampla oferta de viaxes organizados a Fisterra.

O punto de información podería ser iniciativa pública ou privada (a través das asociacións empresariais do sector). O espazo para o punto de información pode ser negociado con entidades privadas ubicadas en Santiago, de cara a visibilizar a oferta turística fisterrá.

A medida consiste en:

a) **Delimitar quen xestionaría o punto de información: o concello, as asociacións empresariais do sector, o algunha terceira entidade subcontratada para esa labor.**
b) **Identificar entidades (pública ou privadas) coas que poder negociar un punto de información e promoción.**
c) **Ter reunións coas personas con capacidade decisoria nas mesmas.**
d) **Establecer as condicións dun eventual acordo.**
e) **En caso de acordo, difundir a oferta turística de Fisterra, con documentación de apoio en distintos formatos.**

QUEN?

Concello de Fisterra. Asociación empresariais do sector.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.6**	**IMPULSAR A CELEBRACIÓN DE EVENTOS DE REPERCUSIÓN**

POR QUE?

Porque pódense dar a coñecer os valores da marca dunha maneira non directa, pero con alta repercusión mediática, social e/ou comercial, a partires da celebración de eventos con alto potencial comunicativo.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Fisterra ten a condición do foco atraínte para a celebración de determinados eventos, dado que -cunha adecuada campaña de comunicación- amplíficase o seu efecto. Trataríase dunha sinerxía en tanto en canto eses eventos atraídos son tamén favorecedores para a comunicación da marca Fisterra/Finisterre.

As categorías de eventos a considerar serían: deportivos (especialmente se están vinculados co mar), culturais, medio ambientais, tecnolóxicos ou formativos, entre outros que se poidan considerar.

A medida consiste en:

a) Elaborar, dende o Consello de Turismo, unha listaxe inicial de eventos que se vexan útiles a nivel comunicativo.

b) Avaliar a viabilidade de cada un deles e xerar prioridades.

c) No caso de asumilos directamente dende o Concello ou as entidades membros do Consello de Turismo, buscar as vías de financiamento correspondente.

Paralelamente irase realizando unha labor de divulgación xeral e de RRPP tendente a captar eventos de repercusión pública promovidos por outras entidades.

QUEN?

Concello de Fisterra, co apoio das entidades integrantes no Consello de Turismo.

CANDO?

2018	2019				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	**1ºT**	**2ºT**	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.7**	**POÑER EN VALOR A CODICIÓN DE B.I.C. E ESTUDAR O RECOÑECEMENTO COMO PATRIMONIO EUROPEO E PATRIMONIO DA HUMANIDADE**

POR QUE?

Pola oportunidade de facer valer estes recoñecementos a nivel comunicativo, e pola oportunidade de implicar activamente aos axentes económicos e sociais de Fisterra no proceso de mellora tendente á obtención dese recoñecemento.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Por unha parte trátase de informar á cidadanía, e a calquera persoa que pense en achegarse a Fisterra, respecto a que supón o recoñecemento actual como B.I.C.

Por outra parte, reviamente a tomar a decisión de involucrar tempo e recursos no recoñecemento como Patrimonio Europeo ou Patrimonio da Humanidade, é preciso avaliar se existe un consenso amplo de axentes económicos e sociais, así como da veciñanza.

Para iso precísase:

a) **Dar a coñecer como é o proceso de recoñecemento nos respectivos niveis (Ben de Interese Cultural, Patrimonio Europeo e Patrimonio da Humanidade).**
b) **Que implica obter e manter ese recoñecemento a nivel económico (gastos) e a nivel de tarefas ou actividades requeridas.**
c) **Establecer un horizonte e expectativas de retorno económico desas medidas, a través de comparativas con outras cidades con procesos similares.**

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT

EIXO	5	PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN
LIÑA	5.2	ESTRATEXIAS DE REPUTACIÓN E COMERCIALIZACIÓN
MEDIDA	**5.2.8**	**CREAR A FIGURA DE EMBAIXADOR/A (OU SIMILAR) DE FISTERRA**

POR QUE?

Pola oportunidade de que persoas de recoñecemento público e vinculadas dalgún xeito a esta terra, poidan contribuír á difusión dos valores e principios do modelo de turismo que se desenvolve no presente plan.

DESCRICIÓN DA MEDIDA

Non se debería buscar a maior repercusión mediática, senón a mellor, conforme ao modelo de turismo escollido. Primaríase a calidade e o recoñecemento da labor ou compromiso destas persoas en materia social, cultural, medio ambiental ou laboral.

O Consello de Turismo tomaría as decisións a este respecto, cunha maioría cualificada de 2/3 como mínimo, de cara a consensuar o máximo posible quen debe obter este recoñecemento e que implica dita figura para esa persoa e para o Concello.

A medida consiste en:

a) **Delimitar no Consello de Turismo a denominación que se elixa para esta distinción.**

b) **Determinar o tipo de recoñecemtno que se lle faría: acto público, figurar nun libro onde poida escribir o que supón Fisterra para esa persoa.**

c) **Delimitar que compromisos asume o Concello respecto a esa persoa, e que compromisos asumiría esa persoa respecto a Fisterra.**

d) **Se hai acordo nos puntos anteriores, anualmente ou coa temporalidade que se indique, propoñer dende o Concello ao Consello de Turismo unha ou varias posibles candidaturas.**

QUEN?

Concello de Fisterra.

CANDO?

2018	**2019**				2020				2021				2022			
4ºT	1ºT	2ºT	**3ºT**	**4ºT**	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT