

# Plan Estratégico Provincial de Turismo 2021 - 2023



# Índice de contenidos

<b>0.</b>	<b>Antecedentes</b>	<b>7</b>
<b>1.</b>	<b>Introducción: Estrategia colaborativa y consensuada con el sector</b>	<b>9</b>
<b>2.</b>	<b>Visión y pilares</b>	<b>20</b>
<b>3.</b>	<b>Alcance, misión y objetivos</b>	<b>25</b>
<b>4.</b>	<b>Diagnóstico turístico</b>	<b>34</b>
	4.1. Impacto de la Covid-19 en la industria	34
	4.2. La dinámica turística en Galicia y el impacto de la Covid-19	42
	4.3. Radiografía de la provincia: oferta y demanda	46
	4.4. Entorno competitivo	73
	4.5. Análisis estratégicos (DAFOs)	84
	Debilidades	85
	Amenazas	87
	Fortalezas	89
	Oportunidades	92
	4.6. Conclusiones	94
<b>5.</b>	<b>Líneas estratégicas, programas</b>	<b>106</b>
	5.1. Oferta Turística	107
	5.2. Competitividad y reactivación tras la Covid-19	111

5.3.	Promoción y Comunicación	113
5.3.1.	Impulso a la segmentación de mercados	115
5.3.2.	Inteligencia turística aplicada a la gestión de la marca y posicionamiento	117
5.3.3.	Red de oficinas de turismo	120
5.4.	Destino inteligente y sostenible	122
5.4.1.	Gobernanza	128
5.4.2.	Innovación	136
5.4.3.	Tecnología	144
5.4.4.	Sostenibilidad	154
5.4.5.	Accesibilidad	161
<b>6.</b>	<b>De la estrategia a la implementación</b>	<b>164</b>
6.1.	Fichas de impacto	166
<b>7.</b>	<b>Agradecimientos</b>	<b>352</b>
<b>8.</b>	<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>356</b>
<b>9.</b>	<b>Reflexiones finales</b>	<b>359</b>

# Índice de gráficos

<b>Gráfico 1</b>	Evolución histórica del empleo en el sector turístico 2016 - 2020	43
<b>Gráfico 2</b>	Distribución del empleo por subsectores turísticos 2020	44
<b>Gráfico 3</b>	Variación del número de personas afiliadas a la Seguridad Social 2019-2020	44
<b>Gráfico 4</b>	Comparación de la variación intermensual entre 2019 - 2020	45
<b>Gráfico 5</b>	Distribución del número de establecimientos en turismo rural según categoría	51
<b>Gráfico 6</b>	Distribución del número de plazas en albergues turísticos según categoría	51
<b>Gráfico 7</b>	Distribución del número de plazas en alojamientos reglados según localización y categoría	53
<b>Gráfico 8</b>	Evolución del número de pasajeros en aeropuertos 2012-2020	64
<b>Gráfico 9</b>	Variación interanual de en el número de viajeros 2016 - 2020	70
<b>Gráfico 10</b>	Variación interanual de en el número de viajeros 2016 - 2020 en la comunidad de Galicia y la provincia de Pontevedra	70
<b>Gráfico 11</b>	Evolución de la demanda hotelera en 2019 y 2020 en la provincia de Pontevedra según la categoría del establecimiento	70
<b>Gráfico 12</b>	Evolución del número de viajeros 2019-2020 en destinos competidores	81
<b>Gráfico 13</b>	Evolución de pernoctaciones 2019-2020 en destinos competidores	82

# Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Peso relativo según tipología del establecimiento en la provincia de Pontevedra	49
<b>Tabla 2</b>	Distribución de los establecimientos hoteleros según categoría	50
<b>Tabla 3</b>	Distribución de los establecimientos de turismo rural según categoría	50
<b>Tabla 4</b>	Distribución de los albergues turísticos según categoría	51
<b>Tabla 5</b>	Distribución de la oferta alojativa según localización y categoría	52
<b>Tabla 6</b>	Evolución del número de viajeros y pernoctaciones 2015 - 2020	67
<b>Tabla 7</b>	Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en los principales mercados emisores 2015 - 2020	68
<b>Tabla 8</b>	Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones 2019 - 2020 en la provincia de Pontevedra	69
<b>Tabla 9</b>	Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones 2019 - 2020 en la provincia de Pontevedra	69
<b>Tabla 10</b>	Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones en cámpings 2019 - 2020 en la provincia de Pontevedra	71
<b>Tabla 11</b>	Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones en apartamentos turísticos 2019 - 2020 en la provincia de Pontevedra	72
<b>Tabla 12</b>	Comparativa en número de visitantes 2019-2020 en destinos competidores	81
<b>Tabla 13</b>	Comparativa en pernoctaciones 2019-2020 en destinos competidores	82

# Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Etapas y tramos de las rutas del Camino de Santiago en la provincia de Pontevedra	54
<b>Figura 2</b>	Mapa del Camino Portugués en la provincia de Pontevedra	54
<b>Figura 3</b>	Etapas del Camino Portugués	55
<b>Figura 4</b>	Etapas del Camino Portugués de la Costa	57
<b>Figura 5</b>	Mapa de la Red Provincial de Carreteras. Provincia de Pontevedra	61
<b>Figura 6</b>	Relación de estaciones de tren en la provincia de Pontevedra	62
<b>Figura 7</b>	Pilares de un Destino Turístico Inteligente	124

# 0.

## Antecedentes

(Bases sobre las que se asienta el plan)

La Diputación de Pontevedra, a través del Servicio de Turismo, lleva trabajando intensamente desde hace años para que Rías Baixas se convierta en un territorio donde el turismo sea uno de los motores económicos que permita mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y ciudadanas, la competitividad de las empresas, y que, sobre todo sea percibido como un destino innovador en el que su identidad histórica y sus recursos (sociales y medioambientales) sean atributos diferenciales para la atracción de visitantes y turistas.

El nuevo Plan Estratégico de Turismo de Rías Baixas es una iniciativa promovida por la Diputación de Pontevedra con el objetivo de definir la estrategia a seguir para consolidar Rías Baixas como un territorio turístico inteligente, alineado con la Norma UNE178501 y la Agenda 2030 de Naciones Unidas, así como para establecer un sistema de medición que sirva para orientar la acción del departamento de Turismo de la Diputación de Pontevedra.



El presente documento toma como referencia los siguientes documentos:

**Plan Estratégico Turismo**  
2017-2020.

**Directrices Generales**  
**Estrategia Turismo**  
**Sostenible** de España 2030.

**Guía de reactivación de**  
**los DTI's** elabora elaborador  
por Segittur.

**Plan de impulso de**  
**Sostenibilidad** de la Diputación  
de Pontevedra 2020.

**Norma UNE 178501,**  
Requisitos de gestión para  
un DTI.

**Plan de Recuperación,**  
**Transformación y Resiliencia**  
de la Economía (España Puede).

**Plan de mejora de la**  
**Accesibilidad** de la  
Diputación de Pontevedra.

**Norma UNE 178502,**  
Herramientas e indicadores  
de un DTI.

**Documento de Fondos**  
**Europeos** de Diputación  
de Pontevedra.

**Agenda 2030 de**  
**Naciones Unidas.**

**Plan Renacer**  
de Exceltur.

Todo el proceso de la elaboración del nuevo plan estratégico ha tenido un carácter participativo desde el inicio, donde se ha contado con representantes sectoriales, a través de mesas participativas, de entrevistas con personas expertas y reuniones de contraste, para plasmar las opiniones de los diferentes agentes públicos y privados y sensibilidades que trabajan cada día a favor del turismo de Rías Baixas.

**El objetivo de**  
**definir la estrategia**  
**a seguir para**  
**consolidar Rías Baixas**  
**como un territorio**  
**turístico inteligente.**



# 01.

## Introducción

Estrategia colaborativa  
y consensuada con el sector

Tomando como punto de referencia el plan estratégico 2017-2020, así como las diferentes iniciativas que está impulsando la Diputación de Pontevedra y las correspondientes metas que se quieren conseguir en materia de turismo, se han desarrollado los pilares estratégicos y su concreción en la Visión y Alcances, que constituyen el fundamento de la estrategia.

La Visión es una declaración del objetivo aspiracional que se persigue y respondiendo a las preguntas “dónde queremos ir, qué queremos hacer y para qué lo queremos hacer”. En este sentido, se ha identificado que la conversión en Territorio Inteligente, y por consiguiente todas las dimensiones que ello conlleva, es el núcleo sobre el que se asienta este nuevo plan estratégico de Turismo Rías Baixas.





Asimismo, en esta fase se ha iniciado el desarrollo de los componentes sectoriales del plan estratégico de turismo, mediante la identificación, y validación con el sector, de los aspectos clave que pueden afectar positiva o negativamente a la consecución de la visión de convertir Rías Baixas en el primer Territorio Inteligente certificado por la norma UNE 178501. En este aspecto es importante destacar que a fecha de elaboración de este plan estratégico existen dos destinos turísticos de ámbito municipal certificados, Benidorm y Málaga. Sin embargo, Rías Baixas, aspira a convertirse en el primer territorio, de ámbito supramunicipal, que se certifique como Destino Turístico Inteligente (DTI).

Esta fase ha requerido de un proceso exhaustivo de análisis, tanto en el ámbito interno como externo, al objeto de identificar elementos a favor de la visión (fortalezas y oportunidades) y en contra (debilidades y amenazas), que una vez evaluados, han permitido priorizar los aspectos clave a ser gestionados por la estrategia. En esta etapa se ha recurrido tanto a fuentes primarias como secundarias para radiografiar la situación actual del destino Rías Baixas y su sector turístico, así como para la realización de un análisis estratégico del entorno y destinos competidores. Para estos análisis se han diferenciado dos líneas temporales, por un lado, el ciclo 2016-2019 que permite ver la evolución natural del destino en un contexto “normal”, mientras que el análisis del año 2020 permite discernir la mejor o peor capacidad de adaptación al nuevo escenario, generado por el Covid-19, que ha tenido la provincia de Pontevedra.

Una vez realizado el diagnóstico estratégico del destino y del entorno se llevó a cabo la validación del mismo, a través de 12 mesas participativas de diferentes actores del ecosistema turístico gallego, así como diferentes personas expertas a nivel nacional. Los objetivos que se persiguen con las mesas de trabajo o Focus Group son:



**Servir de mecanismo abierto de participación para todo el ecosistema turístico. En este caso se ha contactado con actores a nivel provincial, autonómico y nacional.**



**Hacer partícipes a dichos agentes del proceso de definición del Plan Estratégico.**



**Conocer las expectativas y necesidades de los sectores implicados.**



**Extraer aportaciones y recomendaciones en lo relativo al proceso de conversión de Rías Baixas en Destino Turístico Inteligente.**

Debido a la situación generada por el Covid-19, las sesiones tuvieron que realizarse por videoconferencia desarrollando una metodología específica para poder maximizar la participación de los actores implicados. En primer lugar, todas las mesas incluyeron unos componentes comunes para definir la visión y misión de Rías Baixas como DTI en este nuevo plan estratégico, así como para conocer los valores, atributos y las ventajas competitivas del destino. La

segunda parte de las mesas de trabajo fue específica, según la temática de la mesa en cuestión. A este respecto es importante destacar que el enfoque de las mesas ha tenido un cariz innovador, rompiendo con la visión tradicional de un plan estratégico, habiéndose escogido 12 temas relacionados con la transformación inteligente, la sostenibilidad, la Agenda 2030 y la situación de crisis generada por el Covid-19.

A continuación, se presenta una relación de las mesas celebradas, así como las temáticas planteadas durante las mismas:

## 01.

**Estrategias de generación contenidos turísticos:** El objetivo de esta mesa era analizar diferentes enfoques a la hora de crear contenidos (lo que funciona y lo que no), y experiencias, así como nuevas tendencias de posicionamiento online: la semántica, etc.

## 02.

**Innovación aplicada a la promoción turística:** En esta mesa se propuso un debate sobre técnicas de posicionamiento en metabuscadores, agencias de comunicación y nuevas tendencias en la promoción turística, como los influencers y el marketing digital.

## 03.

**Estrategias de comercialización:** En este focus group se debatió sobre canales de venta, las nuevas tendencias generadas por la Covid-19 y sobre el impacto generado por estas nuevas estrategias en agencias de viajes y comercio online.

## 04.

**Estrategias de interacción con el turista en destino:** En el ciclo de viaje, el análisis de lo que ocurre dentro del destino es una de las asignaturas pendientes, por lo tanto, a través de esta mesa se conoció la opinión del sector sobre las herramientas tecnológicas disponibles para interactuar con el visitante y conocer su comportamiento en el destino.

## 05.

**Gestión del dato turístico:** Los datos son uno de los elementos centrales del DTI. En esta mesa se debatió sobre cómo mejorar la gestión del destino a través de los datos turísticos.

## 06.

**Digitalización de las pymes turísticas:** La implicación de las pymes en el desarrollo turístico del territorio, mejorará la gestión del destino y la experiencia turística del visitante. Durante la mesa se valoraron estrategias para ayudar a las pymes en su proceso de transformación digital.

## 07.

**Accesibilidad universal:** La accesibilidad además de ser un derecho universal, es uno de los ejes fundamentales del DTI. En esta mesa, las personas expertas analizaron la accesibilidad en el destino desde diferentes dimensiones para garantizar que toda la cadena de valor sea accesible, mejorando así la percepción del destino.

## 08.

**Sostenibilidad y economía circular:** La sostenibilidad se ha convertido en uno de los atributos diferenciales de los destinos y, por lo tanto, es fundamental generar acciones de desarrollo que, situando a las personas como su eje central, preserven el medioambiente, fomenten la cultura y favorezcan la competitividad del tejido empresarial turístico.

## 09.

**Movilidad turística en los destinos:** La vertebración territorial es una de las estrategias esenciales para la conversión de Rías Baixas en un territorio inteligente. En esta mesa se han debatido estrategias que, generando bajo impacto medioambiental, faciliten los desplazamientos de las personas visitantes sobre el territorio.

## 10.

**Gobernanza turística público-privada:** La Covid-19 ha acelerado la necesidad de desarrollar estrategias de gobernanzas más sólidas y ágiles, que permitan hacer frente a los retos de la crisis sanitaria. Se valora la necesidad de crear estructuras que favorezcan la resiliencia del destino y fortalezcan la competitividad del ecosistema turístico.

## 11.

**Agenda 2030 y ODS:** El objetivo de debate de este focus group ha sido la estrategia a seguir para consolidar Rías Baixas como un destino turístico sostenible, la cual debe diseñarse en alineación con los Objetivos Desarrollos Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

## 12.

**Protocolos sanitarios y mejora de la percepción de la seguridad sanitaria:** La finalidad de esta mesa ha sido debatir los aspectos relacionados con la recuperación de la confianza de los viajeros, objetivo que se ha consolidado como uno de los grandes retos para el turismo en los próximos meses.

Este proceso de validación contó con la participación de más de 60 personas expertas y representantes de instituciones públicas y privadas con competencias tanto a nivel nacional, autonómico y local (en el apartado 9 de agradecimientos se puede ver la relación de todos los participantes en las mesas). Seguidamente se presentan los principales temas y conclusiones derivadas de las mesas de trabajo:

**Se debe afianzar la imagen de Rías Baixas como destino seguro** a través de la implantación de protocolos sanitarios con reconocimiento internacional y la promoción de estos a través de campañas de comunicación cuya base sea la transparencia.

**Se destaca la necesidad de mejorar el grado de digitalización y profesionalización del sector a través de la formación**, puntualizando que estos deben adaptarse a las necesidades reales de los proveedores turísticos, con el objetivo de mejorar la calidad de la oferta turística del destino. Coinciden en que la administración correspondiente debe poner a disposición de la oferta turística dicha formación.

**Se prevé una alta competitividad entre destinos una vez finalizada la crisis sanitaria.** Se plantean como puntos claves para la mejora competitiva del destino, la reinversión y diversificación de la oferta turística a través del análisis en profundidad de la oferta actual, con el objetivo de aportar una mejor experiencia y satisfacción del turista, y la promoción, utilizando técnicas de microsegmentación de mercados.

**Se propone la creación de una plataforma digital que integre todos los recursos disponibles en el destino, que sea de fácil acceso y comprensión para los usuarios y usuarias**, adaptable a los intereses de los diferentes segmentos de la demanda e inclusiva. Se apunta la necesidad de aplicación de la norma semántica con el objetivo de mejorar la conectividad de dicha plataforma con otras plataformas o herramientas.

**Las personas profesionales del sector mostraron especial preocupación por el nivel de implantación real de los proyectos y objetivos contemplados en la estrategia.** Hacen hincapié en la necesidad de utilizar herramientas de implementación e instrumentos de medida (KPI's) del grado ejecución, especialmente aquellos relacionados con la aplicación de protocolos sanitarios.



**Se debe afianzar la imagen de Rías Baixas como destino seguro.**

**Se debe apostar por la sostenibilidad entendida en su sentido integral:** ambiental, económica y social. Se perfila como especialmente relevante la formación en prácticas sostenibles, debido al desconocimiento mostrado por las empresas del sector, la conversión de la gobernanza pública en un modelo coordinado, colaborativo y horizontal y su participación en redes relevantes para el sector turístico del destino.

**Reforzar la visibilidad del sector en mercados internacionales:** a través de la capacitación en idiomas, mejora de la disponibilidad de información, formación en hospitalidad, etc.

**Existe división de opiniones entre los y las profesionales del sector** entre la vuelta a una normalidad anterior a la crisis o la instauración de una nueva normalidad, una vez terminada la crisis sanitaria.

**Existen problemas de conectividad, especialmente en las áreas más rurales,** de movilidad específicamente en lo relacionado a la señalética de recursos y la conexión entre destinos turísticos y puntos de entrada al destino, y de accesibilidad, desde el punto de vista de la inclusión.

**Se destaca la importancia prioritaria del rescate (ayudas) del sector en la actual crisis sanitaria** y la potenciación del turismo de proximidad en el corto plazo.



**Se debe apostar por la sostenibilidad entendida en su sentido integral.**

Siguiendo esta misma metodología se han reforzado las conclusiones extraídas en las mesas participativas a través de la realización de 23 entrevistas personalizadas a expertos y profesionales del sector dentro de la provincia (en el apartado 9 se puede ver la relación de todos profesionales entrevistados). La realización de estas entrevistas ha permitido:



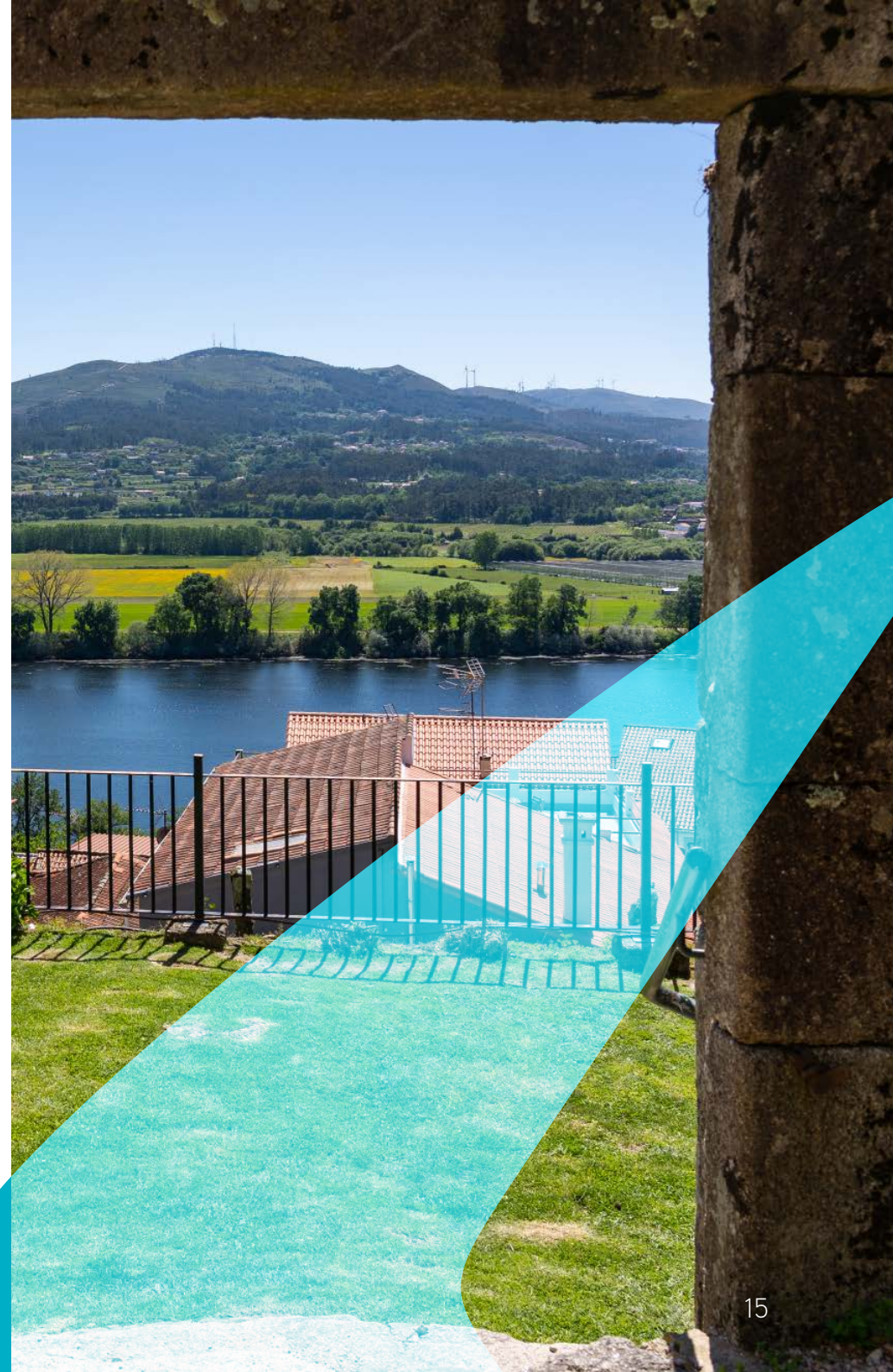
**Conocer en profundidad la percepción del sector**, tanto en el ámbito privado como público, sobre la situación del destino.



**Reforzar las conclusiones extraídas en las mesas de validación.**



**Obtener recomendaciones y propuestas** en relación a las medidas a adoptar en la estrategia para la mejora del destino.





Debido a la situación generada por la crisis sanitaria las entrevistas han sido realizadas a través de medios telefónicos y online. Siguiendo la metodología propuesta para las mesas de validación, se presentan los ejes del plan estratégico para su validación por parte de las personas entrevistadas y se incluyen consultas comunes sobre los atributos y aspectos de mejora del destino. De forma específica, se han incluido cuestiones sobre las expectativas del sector en la conversión del destino en Destino Turístico Inteligente y la recuperación de la demanda post-crisis sanitaria.

Las conclusiones extraídas de las entrevistas personales coinciden en gran medida con los temas tratados en las mesas de validación, aportando ligeros matices sobre las mismas:





---

En los ejes estratégicos, **las personas expertas destacan la importancia de apostar por una mayor colaboración público-privada** destinada a la generación de estrategias conjuntas, que faciliten el desarrollo de sinergias en el sector privado y una mejora en la comunicación con el sector turístico y la población local.



---

**Se debe modificar la distribución de los tipos de turismo tradicionales apostando por nuevos tipos de turismo**, algunos de los cuales ya se encuentran en fase de desarrollo en el destino, como el turismo de naturaleza o el ecoturismo, el Camino de Santiago y los relacionados con grandes eventos. **Se pone especial énfasis en la apuesta por el desarrollo del turismo enogastronómico.**



---

Los expertos y expertas definen el destino a través de sus aspectos más relevantes: la calidad de los equipamientos, la relación calidad-precio y la oferta gastronómica. **Resalta su escasa relación con aspectos como la innovación y la sostenibilidad.**



---

Se espera que **la conversión del destino en Destino Turístico Inteligente tenga un efecto positivo en el nivel de digitalización del sector y en el impacto de las campañas promocionales** a través de la aplicación de técnicas de segmentación de mercados, adaptando el destino a la nueva realidad tecnológica y a los turistas digitales. Se pone en valor la importancia de la puesta disposición por parte de la administración correspondiente de ayudas para la mejora de los niveles de digitalización de las empresas.



Se hace **especial hincapié en la necesidad de mejora de la competitividad a través de la formación del sector** esencialmente en idiomas, promoción y herramientas digitales aplicadas a la comercialización. Coinciden en la necesidad de que la administración ponga a disposición del sector dicha formación.



Se prevé que la **comercialización se realice de forma casi exclusiva a través de dispositivos móviles** una vez finalizada la crisis sanitaria, por lo que señalan **la necesidad de desarrollar aplicaciones y plataformas de reserva adaptadas a este formato**. Se menciona una nueva figura relevante en la consulta de información por parte de los usuarios, los “influencers” o creadores de tendencias.



**Se propone la diversificación, deslocalización y desestacionalización de la oferta turística** como herramientas para la recuperación posterior a la crisis sanitaria. **El desarrollo de la oferta complementaria se basa en la puesta en valor del producto local** a través de tipos de turismo alternativos como el turismo deportivo, rural o científico. Asimismo, se destaca la importancia de la conservación y adaptación de los recursos disponibles en el territorio.



Se perciben como **características esenciales para la selección de destinos por parte de los visitantes después de la crisis sanitaria:** la escasa masificación del destino, la relación calidad-precio de sus servicios, la variedad de la oferta (centrada en los recursos naturales) y el posicionamiento como destino seguro, a través de la disponibilidad de información fiable y accesible y la correcta aplicación de las medidas sanitarias.

Todas las aportaciones recibidas en esta fase, han sido tomadas como base para definir las fortalezas y debilidades del destino, plasmadas en matrices DAFO (apartado 4.6). Asimismo, se ha utilizado el resumen de conclusiones (apartado 4.7) como eje para redactar la formulación estratégica.

Una vez identificados los temas más relevantes a gestionar en la etapa de Preparación de la Estrategia, se inicia una fase completamente diferente en el desarrollo del Plan Estratégico, la de Formulación de la Estrategia, que consiste en desarrollar el camino a seguir para abordar cada uno de los asuntos clave que afectan a alcanzar los objetivos identificados.

La estrategia contiene los ejes y las direcciones estratégicas para abordar cada uno de los aspectos clave. El conjunto de ejes y direcciones Estratégicas constituyen la estrategia misma, que tiene como objeto final informar del conjunto de acciones que se llevarán a cabo en este Plan estratégico de Turismo 2021-2023.

Para conseguir los resultados esperados, las estrategias deben ser convertidas en un conjunto de acciones que se puedan implantar. Las iniciativas deben ser entendidas y asumidas por el equipo del Servicio de Turismo de la Diputación de Pontevedra, así como otros servicios cuya actividad afecte al turismo de Rías Baixas.

Este conjunto de acciones guiará la ejecución del Plan Estratégico, establecerán las necesidades en términos de recursos humanos y económicos, definirán el modelo de gestión y gobernanza que el plan requiere, así como los métodos de seguimiento necesarios para evaluar si el plan ha alcanzado los resultados esperados y medidas a tomar en caso de desviaciones.



# 02.

## Visión y pilares

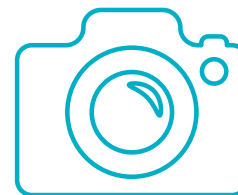
El turismo es uno de los sectores económicos de mayor reconocimiento por su capacidad de contribución a la Agenda 2030, es **una industria global que genera el 10,4% del PIB global. En 2019 el sector acumuló más de 1.400 millones de viajes internacionales y es, además, uno de los mayores creadores de empleo del mundo: 1 de cada 10 empleos son turísticos.** Desde hace décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura del mundo. Hasta la pandemia de la Covid-19, la actividad turística había mantenido una senda de crecimiento sostenido, con una previsión de 1.800 millones de turistas internacionales para 2030, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).



Es importante destacar que la transformación digital de los destinos turísticos es la gran asignatura pendiente de la industria turística. Los destinos deben atender las expectativas y necesidades de turistas y residentes, de su tejido empresarial y de una industria global y digital. Y, para ello, deben reinventarse bajo el nuevo paradigma tecnológico.

La Diputación de Pontevedra, siendo consciente de esta situación, aborda la elaboración de este nuevo Plan Estratégico 2021-2023 co-nocedora de que la inteligencia turística exige desarrollar políticas públicas eficaces que permitan mover a todo el ecosistema de la provincia hacia un modelo de crecimiento beneficioso para el turismo y para la sociedad receptora. Además, es fundamental disponer de herramientas adaptadas para que todos los actores del destino saquen el máximo provecho del proceso de transformación en el que estamos inmersos.

Por todo esto, el eje central sobre el que gira este plan estratégico es convertir Rías Baixas en el primer territorio inteligente certificado bajo la norma UNE178501, alineado con la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Este nuevo Plan Estratégico proyecta la posición competitiva del territorio Rías Baixas en el mercado con una mirada a medio plazo, y fija prioridades, objetivos y estrategias que contribuyen a hacer del turismo una industria capaz de dinamizar la economía local de la provincia de Pontevedra y de generar oportunidades y beneficios para todos de manera inclusiva y sostenible.



**La inteligencia turística exige desarrollar políticas públicas eficaces que permitan mover a todo el ecosistema de la provincia hacia un modelo de crecimiento beneficiosos para el turismo y para la sociedad receptora.**

La visión de la Diputación de Pontevedra gira en torno a dos principios inspiradores: **transformación digital y sostenibilidad**. Ambos principios rectores son los que van a permitir desarrollar la hoja de ruta para los próximos años con el objetivo de conseguir las metas propuestas.

## En primer lugar,

**Rías Baixas como DTI debe adoptar la mejor tecnología**, de manera continua, para la máxima satisfacción de los turistas, y a la vez mejorar la eficiencia en la gestión tanto en las competencias turísticas como en orientar la acción a ser un destino más sostenible. La tecnología nos va a permitir ser más eficientes en la atracción de visitantes, aumentando la rentabilidad de la actividad turística, dinamizando nuestra economía local, y ofreciendo una experiencia en destino innovadora y diferencial. **El proceso de transformación en un Destino Turístico Inteligente va a permitir a Rías Baixas consolidar un ecosistema de innovación en nuestro territorio que dará servicio tanto a las empresas como a la administración pública, lo que permitirá no sólo ser más eficientes, sino estar preparados para gestionar los nuevos escenarios de incertidumbre generados por la Covid-19.**

## En segundo lugar,

**no hay que perder de vista que el mundo es cada vez más globalizado, interconectado e interdependiente**, lo que produce que los destinos tengan que enfrentarse a problemas medioambientales globales como el cambio climático, la sobreexplotación de los recursos naturales (que incluyen, entre otros, las materias primas, el agua, energía, biodiversidad, tierra, etc...) o la destrucción de los ecosistemas. De ahí que la sostenibilidad se haya convertido en un valor de vital importancia en la industria turística. La diputación de Pontevedra elaboró recientemente un plan específico de impulso a la sostenibilidad que fija las líneas estratégicas y las acciones a desarrollar en esta materia en los próximos años. Para la elaboración de este Plan Estratégico y especialmente en el eje de sostenibilidad que marcan los DTI, las directrices y acciones que marca el plan de sostenibilidad ha sido el documento que marca la dirección a seguir por el servicio de turismo de Rías Baixas.

La elaboración de este Plan Estratégico ha tenido un marcado carácter colaborativo con todo el ecosistema turístico de la provincia de Pontevedra que, junto a la revisión de la documentación analizada y las metas a alcanzar, han servido de guía para elaborar una propuesta de actuaciones en materia de turismo para el periodo 2021-2023.

**Todas las actuaciones del plan estratégico se articulan a través de los siguientes pilares:**

## Pilar Estratégico

## Fin que se persigue



### Oferta turística

Continuar el proceso de consolidación de una “Oferta Rías Baixas” que sea excepcional a lo largo de todo el ciclo de viaje del turista. El proceso de acogida, las vivencias en el territorio y los servicios ofrecidos a lo largo de la estancia del visitante deben estar orientados en todo momento a generar experiencias memorables, con un alto grado de personalidad propia y aprovechando las ventajas competitivas que tiene el territorio.



### Promoción y comunicación

Trabajar un marketing innovador y efectivo, con el objetivo de crear una demanda más cualificada y de mayor poder adquisitivo en los mercados objetivo. Además, es importante trabajar canales de comunicación con todos los agentes de la cadena de valor al objeto de desarrollar una gobernanza fuerte y participativa de todo el ecosistema turístico de la provincia de Pontevedra.



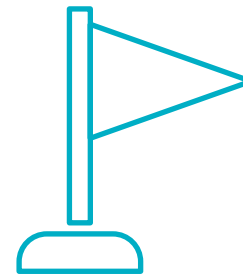
### Competitividad y reactivación del sector tras el Covid-19

Desarrollar mecanismos para que el turismo sea un generador de progreso económico y social, de riqueza y de calidad de empleo y de vida para todo el ecosistema: las personas emprendedoras, las pymes, los y las profesionales y la sociedad en general. Por otro lado, la Covid-19 ha supuesto que la actividad turística retroceda a los niveles de hace 30 años, es por ello fundamental que se trabaje en el alineamiento operativo y presupuestario de las administraciones públicas para apoyar la recuperación de esta crisis de una manera resiliente y asentando los pilares del nuevo modelo turístico que persigue Rías Baixas, más digital, más humano y más competitivo.



### Destino Turístico Inteligente

Convertirse en el primer territorio que se certifique en la Norma UNE178501, dando respuesta a los ejes de innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad. Respecto al eje de sostenibilidad, éste debe seguir siendo el principio rector del desarrollo turístico de Rías Baixas con el objetivo de apostar por un modelo de crecimiento sostenible y responsable, que sea compatible con la preservación de la calidad de vida de sus habitantes y la capacidad de continuar creando valor, alineando visiones con la Agenda 2030 de Naciones Unidas.



Trabajar en el desarrollo de estos pilares permitirá a Turismo de Rías Baixas la consecución de la visión que se plantea en este nuevo Plan Estratégico de Turismo:

*“Promover el desarrollo de un Destino Turístico Inteligente, que refuerce los atributos turísticos del territorio desarrollando experiencias únicas para los turistas y mejore la calidad de vida del residente, a la vez que genera competitividad económica al tejido empresarial e impulsa un territorio sostenible con la sociedad, los y las empresarios, las personas colaboradoras y el medio ambiente.”*



# 03.

## Alcance, misión y objetivos

Este nuevo Plan Estratégico surge de la necesidad de consolidar un modelo de desarrollo turístico que concilie el crecimiento de la actividad turística con el modelo de territorio inteligente y que permita consolidar Rías Baixas como un destino sostenible, inclusivo e inteligente donde el turismo sea un elemento de crecimiento económico y de prosperidad social.

El alcance espacial del sistema de gestión de Destino Turístico Inteligente Rías Baixas se aplica al destino Rías Baixas, cuyo territorio es la provincia de Pontevedra. Por otro lado, es importante destacar que el alcance material del Destino Turístico Inteligente Rías Baixas se aplica a las actividades y/o productos que destacan especialmente por su influencia en el destino.

En primer lugar, **hacer del turismo un medio para mejorar la calidad de vida de la población local**; en segundo lugar, reforzar el **posicionamiento de Rías Baixas** como un destino con identidad propia, sostenible, de calidad y singular, reforzando los atributos que definen sus señas de identidad; en tercer lugar **perfeccionar la propuesta turística del destino** orientándose en segmentos de mayor gasto; y finalmente alinear miradas y esfuerzos de todos los actores del sistema turístico hacia el objetivo compartido de **convertir a Rías Baixas en un Destino Turístico Inteligente** de referencia internacional.

Es precisamente el objetivo de ser referencia como Destino Turístico Inteligente sobre el que gira todo el plan estratégico 2021-2023, dado que la revolución tecnológica que vivimos está dando forma a nuevos modelos de consumo, de comunicación, de trabajo y de ocio. Las herramientas digitales están alterando cómo viajamos, habilitando nuevos modelos de negocio y de gestión del territorio provocando una profunda transformación de la sociedad y la economía.

En los últimos meses se puede apreciar cómo destinos y territorios están avanzando en su transformación inteligente; España es el primer país del mundo en desarrollar un marco de trabajo para destinos turísticos inteligentes, motivo por el cual es importante que Rías Baixas trabaje en sumarse al desarrollo de la inteligencia turística convirtiéndose en referente en la materia.

**Esta nueva estrategia va más allá de la mera incorporación de herramientas tecnológicas a la gestión del destino:** la transformación digital de Rías Baixas debe reformularse para atender las necesidades y expectativas de todos los actores y beneficiarios del proyecto, y además servir para que el destino desarrolle estrategias que sirvan como una fuente de riqueza y bienestar para el territorio y sus ciudadanos.



**La transformación digital de Rías Baixas debe reformularse para atender las necesidades y expectativas de todos los actores y beneficiarios del proyecto, y además servir para que el territorio desarrolle estrategias que sirvan como una fuente de riqueza y bienestar para el territorio y sus ciudadanos.**

A modo más específico este plan persigue los siguientes objetivos:



Desplegar una metodología adaptada a las necesidades y características del sector turístico en la provincia de Pontevedra.



El fortalecimiento de la capacidad institucional en todos los niveles administrativos de la Diputación.



La reducción de la brecha digital y la desigualdad de adopción tecnológica en el territorio, tanto en los ámbitos público como privado.



La consolidación de esquemas colaborativos público-privados de innovación continua.



La convergencia de presupuestos de distintas fuentes a favor de objetivos compartidos con el Plan Estratégico de Turismo de Rías Baixas.



La maximización del valor de la marca "Rías Baixas".

Finalmente, cabe destacar que para la elaboración de este plan se han alineado las visiones de instituciones supramunicipales, con el objetivo de trabajar para la convergencia de presupuestos de distintas fuentes a favor de los objetivos identificados y, por lo tanto, alinearse con las siguientes políticas palanca definidas por el Gobierno de España para el Fondo de Recuperación y Resiliencia:

Agenda Urbana y rural. Cohesión territorial

Infraestructuras y ecosistemas resilientes

Administración pública del siglo XXI

Modernización y digitalización de la pyme, e impulso al emprendimiento

Educación y formación continua

Nueva economía y políticas de empleo

Impulso a la industria de la cultura y el deporte

Todas las líneas de acción que se han definido en el plan están alineadas con los ejes transversales de transición digital y cohesión territorial definidos por el Gobierno de España.

Este capítulo requiere mención especial, dado que la Diputación de Pontevedra ha elaborado un Plan Estratégico Provincial de Fondos Europeos con 10 programas de trabajo y 54 acciones con el objetivo de captar 300 millones de euros en el horizonte temporal de 2021-2026.

A este respecto, desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se han concretado las siguientes **6 líneas de trabajo en el ámbito de los Fondos Europeos:**





### **Impulso de sostenibilidad turística de comarcas en riesgo de despoblación**

Aprovechar la fortaleza del Plan de Sostenibilidad en el destino Rías Baixas para generar un turismo ordenado que fomente la creación de riqueza de una forma equilibrada para el conjunto del territorio contando con la participación colectiva de todos los agentes que conforman el sector, tanto público como privado, priorizando las áreas menos desarrolladas y del medio rural que cuentan con grandes potenciales en la naturaleza, la artesanía o el sector primario para generar productos turísticos que atraigan personas visitantes.



### **Oficinas de turismo inteligentes y sostenibles**

La Diputación de Pontevedra cuenta con 25 oficinas adheridas a la Red de oficinas INFO RIAS-BAIXAS, 10 de las cuales cuentan con el distintivo Q de calidad. Estas oficinas, muchas de las cuales están municipios de menos de 5.000 habitantes, como A Illa de Arousa o Cuntis, y en municipios por los que pasa el Camino de Santiago, contribuyen de forma sustancial a la planificación y comercialización de un turismo sostenible y de calidad. Por ello se propone incentivar la creación de puntos de información turística inteligentes y sostenibles en los municipios de menos de 5.000 habitantes, aprovechando los buenos resultados del modelo existente, mediante la adecuación de los edificios y la gestión de los espacios de información, tanto físicos como digitales, bajo parámetros de sostenibilidad.



### **Tourist Inside II**

El proyecto TOURIST INSIDE II forma parte del objetivo central de la acción de gobierno de la Diputación de Pontevedra de ser un destino inteligente y sostenible. Para avanzar en este objetivo es necesario “acelerar” la digitalización de los servicios turísticos y del sector privado.



### Turismo Deportivo

Convertir la provincia en un destino de turismo deportivo e impulsar el fortalecimiento de la industria deportiva mediante la creación de experiencias de calidad en entornos naturales de gran valor ambiental. La Diputación de Pontevedra busca favorecer el desarrollo socioeconómico de los municipios en riesgo de despoblación mediante el turismo deportivo así como concienciar a la población sobre sus valores.



### Plan de accesibilidad Destino Rías Baixas

Desarrollo de las acciones contempladas en el Plan de Accesibilidad del Destino aprobado en junio de 2020 para promover la inclusión social en la oferta turística y el desarrollo de experiencias turísticas accesibles a través de la digitalización. Este Plan incluye la accesibilidad física e informativa de toda la Red de oficinas INFO RIASBAIXAS, así como los recursos turísticos gestionados por la Diputación de Pontevedra y la elaboración de un libro de buenas prácticas para las entidades locales en mejora de la accesibilidad de las infraestructuras turísticas.



### Plan de gestión de Turismo de Festivales

Desarrollo del Plan de Gestión de Turismo de Festivales (aprobado en el año 2020 por la Diputación de Pontevedra) para el fortalecimiento de la industria musical y la promoción de los festivales como producto turístico a potenciar.



Desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se estima que el desarrollo de estas líneas de acción tendrá un gran impacto en la transformación de la provincia debido a que se podrá trabajar en una agenda rural y urbana, mediante la potenciación de actividades turísticas sostenibles y responsables y el desarrollo de iniciativas locales en turismo deportivo y de naturaleza. El impulso a la digitalización del sector turístico mejorará la competitividad de la industria y agilizará el proceso de transición verde que requieren, tanto la situación como las demandas del visitante. Además, este proyecto permitirá poner en valor el patrimonio natural y cultural que tiene la provincia y, facilitará la fijación de la población en el medio rural.





# 04.

## Diagnóstico turístico

### 4.1 IMPACTO DE LA COVID-19 EN LA INDUSTRIA

La crisis provocada por la Covid-19 ha generado una situación sin precedentes en la industria turística. Es importante destacar que nos enfrentamos a una emergencia sanitaria, social y económica nunca antes vivida, siendo el turismo es uno de los sectores en los que más impacto ha generado esta crisis.

El sector turístico genera de manera directa el 12,7% del empleo en España y supone el 12,3% del PIB según datos del INE. Dentro del sector se plantean diferentes escenarios, tanto en relación al impacto de la Covid-19 como en la posterior recuperación de esta crisis sanitaria. Estos escenarios evolucionan de forma distinta según el impacto de diferentes factores, como por ejemplo:



El efecto de las diferentes vacunas que se están utilizando en los países.

La capacidad de recuperación de la industria aérea.

Los medios desplegados para garantizar la seguridad sanitaria.

La confianza de los consumidores y su capacidad de ahorro en estos meses.

La evolución de la pandemia y si el virus muta y/o se vuelve más letal.



Por ello, es importante tener presente a la hora de realizar este plan estratégico algunos de los principales factores que están afectando a la situación del sector durante esta crisis sanitaria:

La desigual evolución del virus Sars-Cov2 está provocando que se generen nuevas oleadas, aumentando y disminuyendo los contagios. Esta inestabilidad en conjunto con el desconocimiento sobre el comportamiento del virus hace complicado gestionar satisfactoriamente la evolución sanitaria.

La llegada de diferentes vacunas a tiene la posibilidad de mejorar la situación sanitaria, aunque todavía no se disponen datos suficientes para asegurar la efectividad de las mismas.

Necesidades de liquidez de las empresas.

Procesos de regulación de empleo.

Limitaciones en la capacidad de ocupación de los establecimientos.

Limitaciones de movilidad tanto a nivel regional como internacional.

Crisis de confianza que reduce los desplazamientos al mínimo imprescindible

Aparición de nuevos hábitos de consumo.

Aunque a día de hoy la evolución de esta crisis no es fácil de prever, lo que sí podemos analizar es el impacto que ha tenido la Covid-19 en la industria turística. A nivel global, el turismo se ha encontrado con una situación impensable meses atrás, siendo uno de los sectores más afectados. Cabe recordar que durante las semanas posteriores a la declaración del Estado de Alarma en el mes de marzo de 2020 los aviones no despegan, los hoteles permanecían cerrados y se establecieron restricciones de viaje en prácticamente todos los países del mundo.

Esta crisis ha asestado un golpe sin precedentes al sector turístico, **la pandemia de la Covid-19 ha reducido las llegadas de turistas internacionales en el primer trimestre de 2020 a una fracción de lo que eran hace un año.** Según datos de la OMT, solo entre los meses de enero y abril hubo una caída del 44% de turistas internacionales, lo que representa una pérdida estimada de 195 mil millones de dólares a nivel mundial.

A modo de resumen, podemos ver el impacto de la Covid-19 en el ámbito nacional durante el primer trimestre del 2020:

Según los datos de la balanza de pagos del Banco Central Europeo, **entre enero y septiembre, España tuvo unas pérdidas de 43.000 millones de euros en ingresos procedentes de los turistas del exterior.** Para hacernos una idea de la magnitud del impacto, el PIB perdido en España en los tres primeros trimestres del año 2020 se situó cerca de los 100.000 millones de euros (datos sin corrección de estacionalidad), lo que significa que los 43.000 millones de euros perdidos por la **caída del turismo internacional suponen un tercio de la caída del PIB.**



A nivel nacional, la crisis de la Covid-19 ha puesto de manifiesto fortalezas y debilidades de la industria turística española, que debido a la senda alcista del crecimiento turístico en los últimos años, no han sido evidentes. Esta crisis ha proporcionado la oportunidad de mirar con retrospectiva el modelo productivo del turismo español.

Es importante destacar que a pesar del liderazgo de España como destino turístico internacional, el mercado nacional es también ocupa un peso relevante dentro del sector, con una cifra de 173,7 millones de desplazamientos realizados por los españoles y españolas dentro del territorio nacional en 2019, sumando un gasto total de 32.000 millones de euros.

En el lado de las amenazas que genera el Covid-19 hay que destacar que la percepción de España como destino seguro se ha agravado de forma significativa, generando una imagen de inseguridad que ocasiona cancelaciones y cambios de preferencia por otros destinos internacionales. Por otro lado, **no hay que olvidar que los principales mercados emisores internacionales de España son los más afectados por la Covid-19 y que además sufrirán el impacto económico reduciendo los viajes a España.** En relación a otros mercados internacionales de mayor distancia, seguramente tardarán más

tiempo en recuperarse y por lo tanto tampoco debemos esperar una vuelta inminente de dichos turistas internacionales. También es importante destacar que todos los países están haciendo una fuerte llamada para reactivar su turismo local, lo que podría impactar en el turismo internacional.

**Se debe destacar que España es también un importante emisor de turismo internacional, con más de 20 millones de desplazamientos anuales.** El cambio en la tendencia de los desplazamientos, en los próximos años debido a la Covid-19, **presenta una oportunidad interesante para los destinos nacionales, dado que es muy posible que un porcentaje de esos desplazamientos internacionales se reorienten a viajar dentro de España.**

---

**España es también un importante emisor de turismo internacional, con más de 20 millones de desplazamientos anuales.**

A lo largo del 2020 diferentes instituciones nacionales y supranacionales han estado generando informes sobre el impacto de laCovid-19 en la industria y sus previsiones futuras. A modo de resumen, se presentan los siguientes datos:

Según el INE, a nivel nacional el número de pernoctaciones hoteleras se ha reducido un 71,1% entre los meses de enero a julio de 2020, comparados con los datos del mismo periodo de 2019. Las pernoctaciones de viajeros residentes en España disminuyeron un 50% y las de no residentes bajaron un 85,7%.

Las llegadas de turistas internacionales se redujeron un 72,4% en el primer trimestre del 2020 y el gasto turístico internacional un 72,6%.

Exceltur destaca que el cierre de la temporada estival estuvo marcado por un desplome histórico de 39.903 millones de euros menos de actividad turística en España durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2020 respecto a los mismos meses de 2019 (una caída del -69,2%), debido a las crecientes restricciones a la movilidad, cuarentenas, cierre de fronteras, pérdida de confianza y el deterioro económico.

El empleo en el sector tuvo 595 mil empleos afectados por la pandemia hasta el mes de septiembre. Ello fue debido a la reducción de afiliados (281 mil menos que en 2019) y al alto número de personas en ERTE (315 mil personas, estando el 42% aún en ERTE en septiembre). La suma de ambos supone una caída del -28,5% respecto de septiembre de 2019, muy por encima del resto de la economía española, cifrada en el -3,6%.

Es relevante mencionar que la demanda extranjera durante la temporada estival ha sido inexistente (con caídas superiores al 80% en número de noches y gasto) y la demanda española en niveles un 30% por debajo de la de 2019.

La encuesta lanzada por INE y Exceltur al sector para analizar el resultado de la temporada estival concluyó que tanto el sector turístico como las empresas de toda la economía española que más sufrieron el descenso de las ventas en el tercer trimestre de 2020.

Según la Encuesta de confianza de Exceltur: los hoteles tuvieron un descenso del 70,8% en sus ventas, las agencia de viajes del 82,2%, las empresas de transportes el 67,4%, el alquiler de coches un descenso del 62,6% y finalmente las empresas de ocio sufrieron un descenso del 65,8% en sus ventas, mientras que el INE informó que en el mismo periodo de tiempo las empresas industriales sufrían un descenso en sus ventas del 11,2% y las de servicios un 13,8%.



En relación al cierre del año, todavía no hay datos definitivos pero sí que se avanzan algunos indicadores clave que nos permiten ver el estado del sector al cierre del 2020. Según Exceltur, el deterioro de las expectativas se extiende por todas las empresas y destinos de la cadena de valor turística. Las previsiones de caídas de ventas para el cuarto trimestre se elevan al 82,7% en el caso de las agencias de viajes, al 82,5% en los hoteles tanto urbanos como vacacionales, al 72,5% en las de transporte, el 70,5% en el ocio y el 60,1% en las de alquiler de coches.

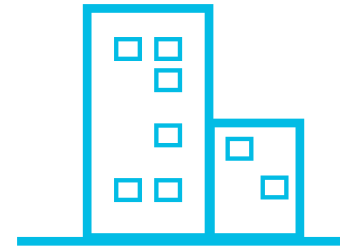
Ante estas previsiones, la patronal Exceltur estima que el PIB turístico español sufrirá una caída del 69,6% al cierre del 2020, lo que supondría un descenso de actividad de 106.159 millones de euros respecto al 2019. Esto supone que los 46.431 millones finales de euros de actividad directa más indirecta en el PIB turístico en 2020 se situarían en los mismos niveles del año 1995, es decir, supondría un retroceso de 25 años en la historia del sector turístico español.

Por otro lado, el INE confirma que durante los 10 primeros meses de 2020, hubo una reducción del 76,1% de turistas internacional recibiendo 17,9 millones de turistas frente a los 74,7 millones en el mismo periodo de tiempo del 2019. Los principales países emisores durante el 2020 fueron Francia (con más de 3,6 millones de turistas y un descenso del 63,6% respecto a los 10 primeros meses de 2019), Reino Unido (con casi 3,0 millones y una bajada del 81,8%) y Alemania (con cerca de 2,3 millones de turistas, un 77,7% menos).





A nivel del impacto por Comunidades Autónomas, se espera un elevado impacto en todas ellas aunque el grado de intensidad dependerá de la mayor o menor presencia de la demanda externa, de la dependencia del largo radio en la conectividad aérea, del turismo de negocios y de la mayor o menor estacionalidad y el consecuente peso de la temporada veraniega, sobre el total del año. Según el INE, Cataluña fue el principal destino de los turistas en octubre de 2020, con el 22,6% del total de turistas internacionales recibidos. Le siguieron la Comunitat Valenciana con el 17,4% y Andalucía con el 14,1%. A pesar de la Covid-19 los aeropuertos siguieron siendo la puerta de entrada al mayor número de turistas en octubre de 2020, sin embargo, este medio de transporte sufrió un descenso anual del 91,6% con respecto a octubre del 2019. Con respecto a otros medio de transporte cabe destacar que por carretera llegaron un 51,2% menos de turistas, por barco un 96,6% menos y por ferrocarril accedieron un 74,0% menos respecto al año pasado.



En relación a la tipología de alojamiento escogido por los turistas internacionales durante el año 2020 cabe destacar que los hoteles tuvieron un descenso del 79,3% y la vivienda de alquiler un 75%. No obstante, se aprecia que el pasar tiempos en casas de familiares y amigos ha tenido un descenso inferior al sufrido por los alojamientos de mercado, dado que su descenso ha sido, en términos generales, del 64,3%.

Existen dos datos relevantes de cara a la recuperación del sector: en primer lugar, según datos del INE los hogares españoles gastaron en el segundo trimestre, periodo que coincidió con el estado de alarma por la Covid-19, menos de lo que ingresaron, lo que llevó a que la tasa de ahorro de las familias españolas se situara en el 31,1%, el valor más alto desde 1999, y en segundo lugar, según una encuesta realizada por Vrbo, plataforma online experta en alquiler vacacional para familias, el 91% de las familias españolas ya tiene planes de viaje para 2021.

## 4.2 LA DINÁMICA TURÍSTICA EN GALICIA Y EL IMPACTO DE LA COVID-19

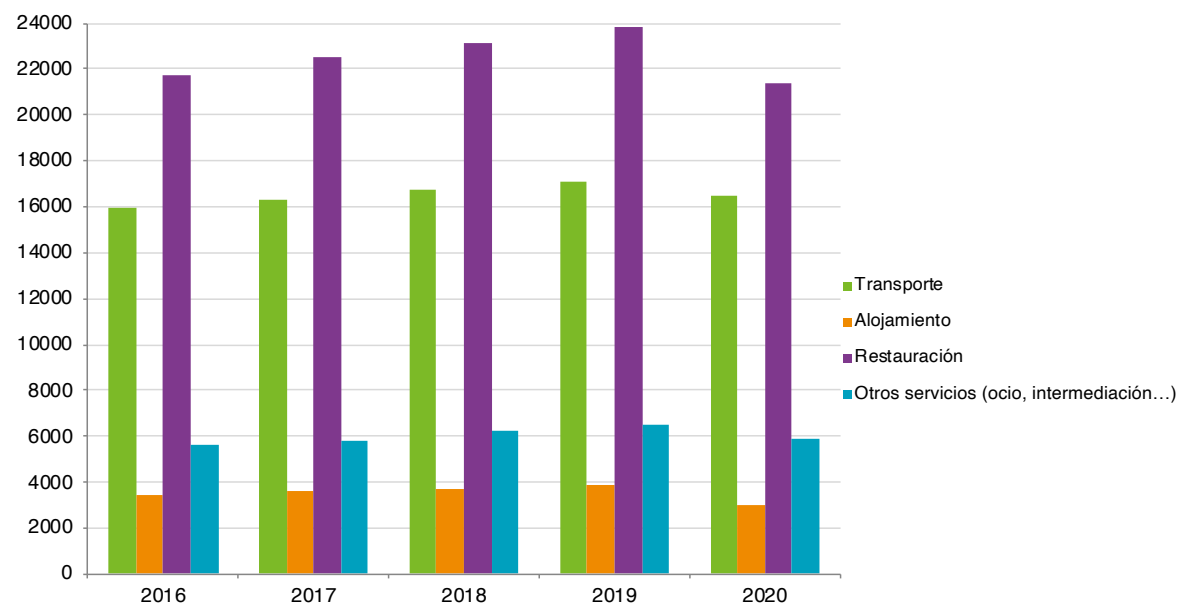
Una vez analizado el impacto del Covid-19 a nivel macro, procedemos a ver cómo está afectando esta crisis a la industria turística tanto a nivel de Galicia como más concretamente a nivel provincial. A nivel autonómico, el turismo en Galicia es un sector estratégico representando el 10,4% del total del Producto Interior Bruto de la región y el 11% del empleo generado en Galicia (con 123.772 personas ocupadas en el sector en 2019, según datos del Área de Estudios e Investigaciones de Turismo de Galicia). Los principales indicadores de demanda turística reflejan cifras récord en 2019: más de 5,1 millones de turistas que acumularon casi 11 millones de noches en nuestros establecimientos. Datos como ocupación, estancia media o rentabilidad mostraron una mejor evolución que la media nacional.

A estos datos tan favorables, habría que añadir que la llegada del Año Santo en 2021 iba a mejorar aún más el panorama turístico en Galicia, sin embargo, la crisis del Covid-19 cambió completamente el escenario. A modo de ejemplo, el Foro Económico Gallego estimaba en el mes de mayo del 2020 que las seis semanas de confinamiento por el estado de alarma (del 15 de marzo al 26 de abril) supondría una pérdida aproximada del 5,6% del PIB de Galicia en 2020, que podría ascender al 7,4% si el confinamiento duraba 8 semanas, como finalmente fue, por lo que la pérdida económica ascendería a más de 4.600 millones. Una vez que se ha iniciado el desconfinamiento, se ha ido produciendo un restablecimiento progresivo de la actividad turística, ante esto hay que tener en cuenta la existencia de diversos factores que influyen en el impacto de dicha recuperación y que hacen que afectan a la estabilidad de la situación, por lo que se presenta complicado prever escenarios de acción.

Por otro lado, el **Clúster de Turismo de Galicia estimó que el impacto de la Covid-19 sobre el sector turístico gallego generaría unas pérdidas de al menos 2.476 millones de euros, que se traducirían en una caída del PIB turístico del 33,2% y del 3,9% en el cómputo total del PIB gallego en el escenario más optimista** con una reducción en la llegada de viajeros en torno al 50%, con caídas superiores a los 2,5 millones de viajeros.

En relación al empleo al realizar una radiografía de su evolución podemos apreciar que a nivel provincial la evolución histórica marca una tendencia positiva en el empleo del sector turístico, alcanzando cifras históricas en agosto de 2019 con 57.218 afiliados a la seguridad social.

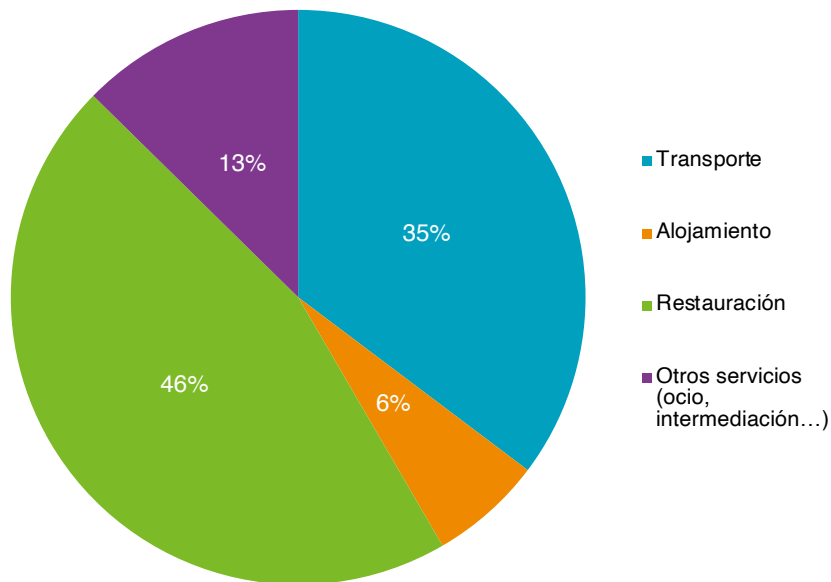
**Gráfico 1. Evolución histórica del empleo en el sector turístico 2016 - 2020**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

Además, realizando un análisis desglosado por sectores se puede apreciar que uno de los sectores con mayor peso dentro del sector turístico de la provincia es el sector de la restauración, que representaba en 2020 el 45,74% del empleo dentro del sector.

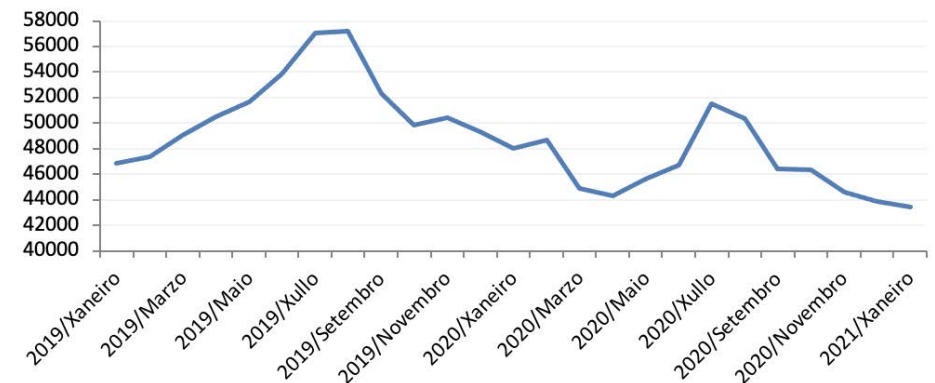
**Gráfico 2. Distribución del empleo por subsectores turísticos 2020**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

Sin embargo, la crisis provocada por la Covid-19 también se puede observar en los niveles de empleo turístico de la provincia de Pontevedra. En términos generales, la crisis sanitaria ha provocado una caída del 8,7% en el empleo del sector con respecto al año anterior. Y si analizamos esta caída desglosada por subsectores podemos apreciar que uno de los sectores más afectados es el del alojamiento, con una bajada del 23,17% seguido del sector restauración con una caída del 10,16%. A continuación, se muestra la evolución del empleo desde enero de 2019 a enero de 2021:

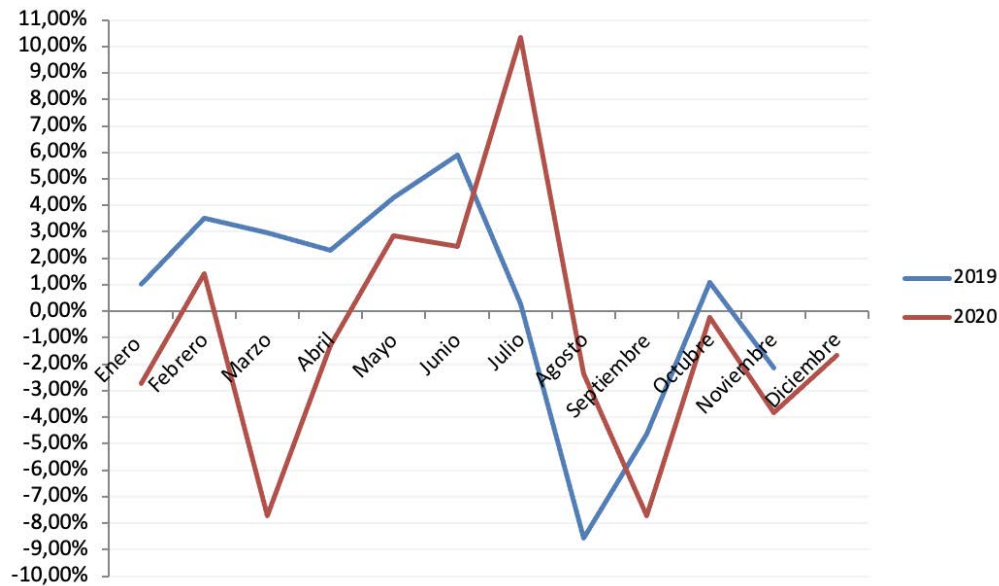
**Gráfico 3. Variación del número de personas afiliadas a la Seguridad Social 2019-2020**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

Si comparamos las variaciones intermensuales de 2019 (pre-crisis sanitaria) y 2020 (durante la crisis sanitaria) podemos apreciar el impacto de la Covid-19 en el empleo. Durante el año 2019 estas variaciones se corresponden con las distintas temporadas del turismo, mientras que durante 2020 estas variaciones se invierten correspondiendo a las épocas de relajación de las restricciones.

**Gráfico 4. Comparación de la variación intermensual entre 2019 - 2020**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)



## 4.3 RADIOGRAFÍA DE LA PROVINCIA: OFERTA Y DEMANDA

La provincia de Pontevedra es un territorio donde convergen diferentes paisajes y que a su vez aglutina una amplia variedad de recursos naturales, culturales y gastronómicos con gran potencial para estructurarse en productos turísticos y que dotan a la provincia de una identidad singular. El turista del siglo XXI está ávido por vivir experiencias únicas y descubrir lugares donde conocer la raíces de la sociedad local y por ello, Rías Baixas lleva años trabajando de manera innovadora sus recursos turísticos para potenciar los atributos que hacen de este territorio un lugar con una identidad propia que emana la autenticidad que buscan los viajeros.

A modo de resumen, la provincia está compuesta por 61 ayuntamientos con una población en 2019 (según datos del INE) de 942.665 habitantes de los cuales sólo el 4% son extranjeros. Esta población supone el 34,92% del total autonómico, siendo el municipio más poblado Vigo, con 295.364 habitantes, seguido de Pontevedra con 83.029. A nivel de género el 48% son hombres y el 52% mujeres.

Por otro lado, la pirámide poblacional muestra una mayoría de personas adultas y de mediana edad. La horquilla poblacional entre 40 y 65 años representa el 38% y los mayores de 65 representan un 22%, por otro lado la edad comprendida entre 25 y 39 años suman el 18% y por lo tanto el segmento poblacional de menos de 25 años representa únicamente el 22%. En cuanto a la distribución territorial es importante destacar que el 40,65% de la población vive en municipios de menos de 20.000 habitantes, el 28% de la población en municipios de hasta 100.000 habitantes y finalmente el 31,33% en la ciudad de Vigo.

En relación a la actividad económica, los datos del INE indican que durante el 2019 hubo un promedio de casi 372.000 personas trabajando en la provincia, de las cuales el 67,89% pertenecen al sector servicios, un 20,14% a industria, el 6,62% a la construcción y el 5,35% restante a la agricultura. La provincia tuvo una tasa de desempleo durante el 2019 del 14,29%, afectando más a las mujeres (15,54%) que a los hombres (13,16%).

---

**Rías Baixas lleva años trabajando de manera innovadora sus recursos turísticos para potenciar los atributos que hacen de este territorio un lugar con una identidad propia que emana la autenticidad que buscan los viajeros.**



Desde un punto de vista de **análisis de la oferta turística**, además de Vigo y Pontevedra como principales destinos, es preciso destacar aquellos ayuntamientos que cuentan con la declaración de Municipio Turístico: A Guarda, Baiona, Cambados, Cangas, Mondariz Balneario, Nigrán, Poio, O Grove, Sanxenxo, Tui y Vilagarcía de Arousa.

Los datos más recientes del Registro de Empresas y Actividades Turísticas (REAT) indican que la provincia de Pontevedra cuenta con 5.993 alojamientos turísticos (se incluyen hoteles, pensiones, alojamientos rurales, campings, apartamentos turísticos, albergues, viviendas de uso turístico y viviendas turísticas), que acumulan 79.485 plazas, lo que supone que casi **cuatro de cada diez plazas de alojamiento registradas en Galicia se encuentran en la provincia de Pontevedra (37,39%)**. En el caso de los hoteles, las 24.653 plazas elevan el peso de la provincia al 43,08% y, en lo referente a las viviendas de uso turístico las casi 5.000 viviendas disponibles computan 26.408 plazas, que representan un 41,22% del total autonómico. Finalmente, destacar que el peso se reduce en el caso de alojamientos rurales (25,93%), pensiones (20,34%) y albergues (11,87%).



A continuación se muestra la relación del peso relativo de cada tipología de alojamiento en la provincia de Pontevedra, según REAT:

**Tabla 1. Peso relativo según tipología del establecimiento en la provincia de Pontevedra**

	Establecimientos	Plazas	% plazas
<b>Albergues</b>	60	1.803	2,27%
<b>Apartamentos</b>	103	5.100	6,42%
<b>Cámpings</b>	43	14.675	18,46%
<b>Hoteles</b>	374	24.653	31,02%
<b>Pensiones</b>	276	4.679	5,89%
<b>Turismo rural</b>	143	1.773	2,23
<b>Viviendas Uso Turístico</b>	4.939	26.408	33,22%
<b>Viviendas Turísticas</b>	55	394	0,50%
<b>TOTAL</b>	5993	79485	100,00%

Elaborado a partir del REAT (2021)



Poniendo el foco en los alojamientos hoteleros de la provincia obtenemos el siguiente desglose tanto en número de plazas disponibles como número de hoteles disponibles en la provincia:

**Tabla 2. Distribución de los establecimientos hoteleros según categoría**

	Establecimientos	Plazas	% plazas
<b>1 Estrella</b>	119	4401	17,85%
<b>2 Estrella</b>	141	7541	30,59%
<b>3 Estrella</b>	70	6263	25,40%
<b>4 Estrella</b>	41	5863	23,68%
<b>5 Estrella</b>	3	585	2,37%
<b>TOTAL</b>	374	24.653	100,00%

Elaboración propia a partir de los datos del REAT (2021)

Como conclusión se puede afirmar que en términos generales se observa un perfil medio bajo de la estructura hotelera del territorio, mostrando un mayor número de establecimientos entre aquellos de categoría inferior.

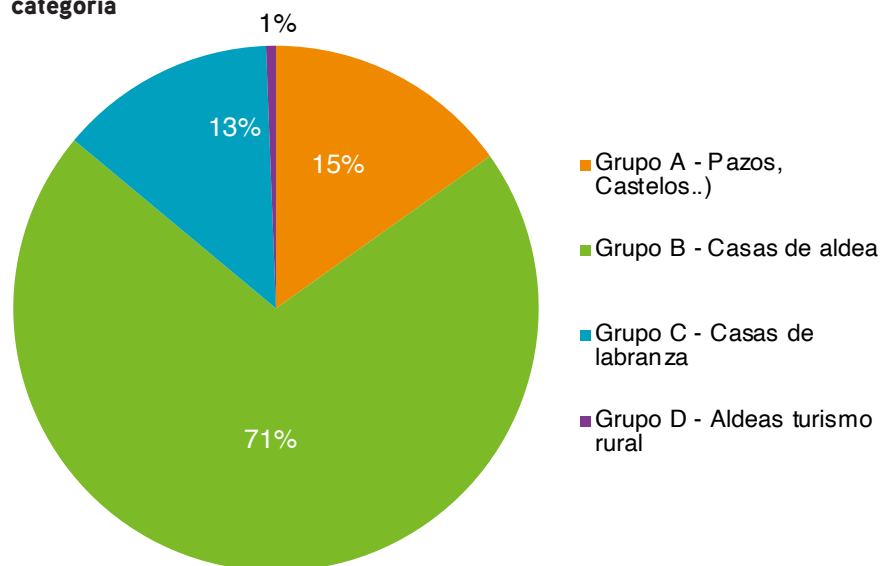
Otra tipología de alojamiento especialmente relevante para el destino, si bien con menor peso relativo en número de plazas, es el turismo rural y los albergues turísticos, los cuales se relacionan con dos tipos de turismo de interés para el destino, el turismo de natural y el Camino de Santiago respectivamente. Se muestra un resumen de la distribución de número de establecimientos según su tipología y categoría:

**Tabla 3. Distribución de los establecimientos de turismo rural según categoría**

	Tipología	Establecimientos	Plazas
<b>TURISMO RURAL</b>	GRUPO A (Casas grandes, pazos, castillos, monasterios y casa rectorales)	25	418
	GRUPO B (Casa de aldea)	117	1304
	GRUPO C (Casa de labranza)	22	243
	GRUPO D (Aldeas de turismo rural)	1	30

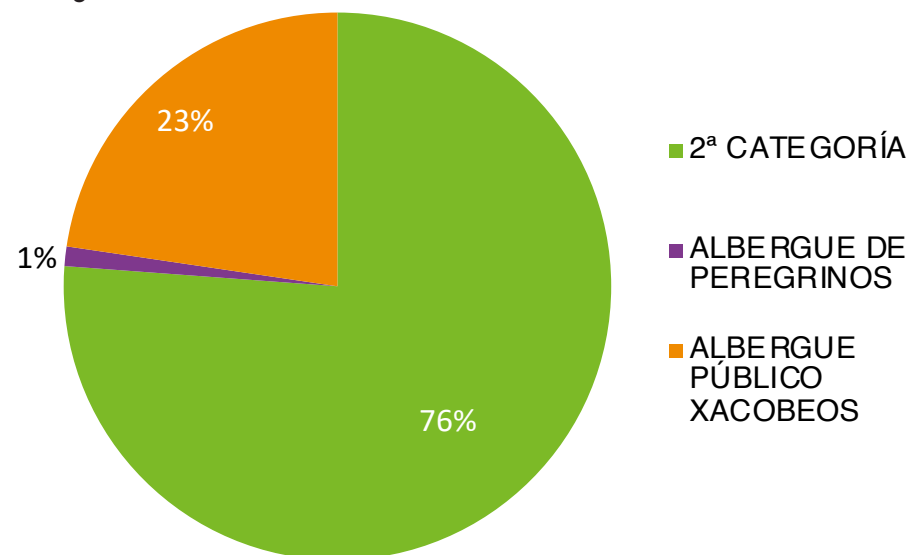
Elaboración propia a partir de los datos del REAT (2021)

**Gráfico 5. Distribución del número de establecimientos en turismo rural según categoría**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

**Gráfico 6. Distribución del número de plazas en albergues turísticos según categoría**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

**Tabla 4. Distribución de los albergues turísticos según categoría**

ALBERGUES TURÍSTICOS	Categoría	Establecimientos	Plazas
	2ª Categoría	60	1.586
	Albergue de peregrinos	1	24
	Albergue público Xacobeos	10	472

Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)

A continuación, se realiza un análisis de la distribución en el territorio de las diferentes plazas alojativas. Debido a la marcada distinción entre el litoral y el interior existente en el territorio es importante llevar a cabo un análisis de la distribución de la oferta alojativa siguiendo esta división:

### Ayuntamientos de costa

Catoira, Vilargarcía de Arousa, Vilanova de Arousa, Cambados, A Illa de Arousa, O Grove, Ribadumia, Meaño, Sanxenxo, Poio, Pontevedra, Marín, Bueu, Cangas, Moaña Vilaboa, Soutomaior, Redondela, Vigo, Nigrán Baiona, Oia, O Rosal, A Guarda.

### Ayuntamientos de interior

Rodeiro, Agolada, Vila de Cruces, Silleda, Lalín, Dozón, A Estrada, Forcarei, Pontecesures, Cuntis, Campo Lameiro, Cerdedo-Cotobade, A Lama, Caldas de Reis, Moraña, Portas, Barro, Meis, Ponte Caldelas, Fornelos de Montes, Covelo, A Cañiza, Crecente, Arbo, As Neves, Salvaterra de Miño, Salceda de Caselas, Tui, Tomiño, Gondomar, O Porriño, Gondomar, Mos, Pontearreas, Mondariz- Balneario, Mondariz, Pazos de Borbén.

**Tabla 5. Distribución de la oferta alojativa según localización y categoría**

Zona	Tipología	Establecimientos	Plazas
<b>COSTA</b>	Albergues turísticos	35	929
	Apartamentos turísticos	105	5.425
	Camping	45	16.259
	Hotel	347	23.190
	Pensiones	222	4.054
	Turismo rural	55	683
	Viviendas de uso turístico	5247	27.075
	Viviendas turísticas	29	206
<b>INTERIOR</b>	Albergues turísticos	35	1.075
	Apartamentos turísticos	7	248
	Camping	3	588
	Hotel	60	3.387
	Pensiones	103	1.598
	Turismo rural	109	1.315
	Viviendas de uso turístico	472	2918
	Viviendas turísticas	32	210

Elaboración propia a partir de los datos del IGE (2021)

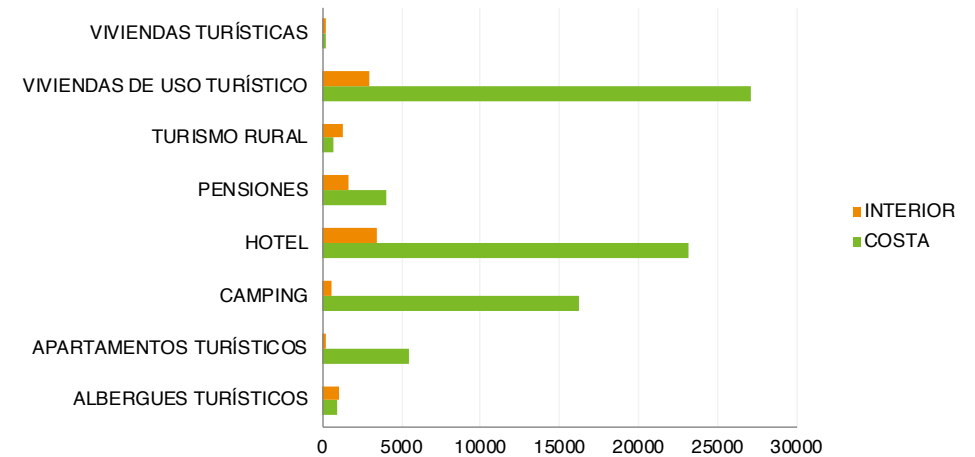
Analizando la distribución de las plazas y número de establecimientos de alojamiento reglado, se puede afirmar que existe una diferencia entre la tipología de establecimientos situados en las zonas costeras y en las zonas de interior. En las zonas de costa predomina la existencia de viviendas de uso turístico, seguidas por los hoteles mientras que en las zonas de interior cuentan con una mayor concentración de plazas en alojamientos de turismo rural y albergues turísticos. Es importante destacar el peso que muestran las viviendas turísticas, tanto en número de plazas como de establecimientos dentro del territorio.

El eje principal de la oferta turística en el territorio de Pontevedra son sus recursos turísticos, la provincia cuenta con multitud de **recursos culturales, naturales y**

**patrimoniales** que conforman la base de los productos turísticos del destino.

Uno de los recursos más relevantes del territorio en términos de atracción, afluencia de visitantes e impacto, recurso que comparte con otras provincias de la comunidad y que agrupa varios tipos de turismo como el turismo cultural, patrimonial y de naturaleza, es el **Camino de Santiago**. Por el territorio cruzan dos rutas oficiales del camino: el Camino Portugués y el Camino Portugués de la Costa, que en conjunto recorren más de 150 kilómetros de peregrinación a través de la provincia de Pontevedra. A estas rutas se le añaden la Vía de la Plata, Ruta del Mar de Arousa y río Ulla, el Camino de Invierno y por último, la Ruta del Padre Sarmiento, que no se encuentra reconocida como ruta oficial del Camino.

**Gráfico 7. Distribución del número de plazas en alojamientos reglados según localización y categoría**



Elaboración propia a partir de datos del IGE (2021)



A continuación se muestran las etapas y tramos que recorren dentro del territorio de la provincia hasta Santiago de Compostela las distintas rutas del Camino:

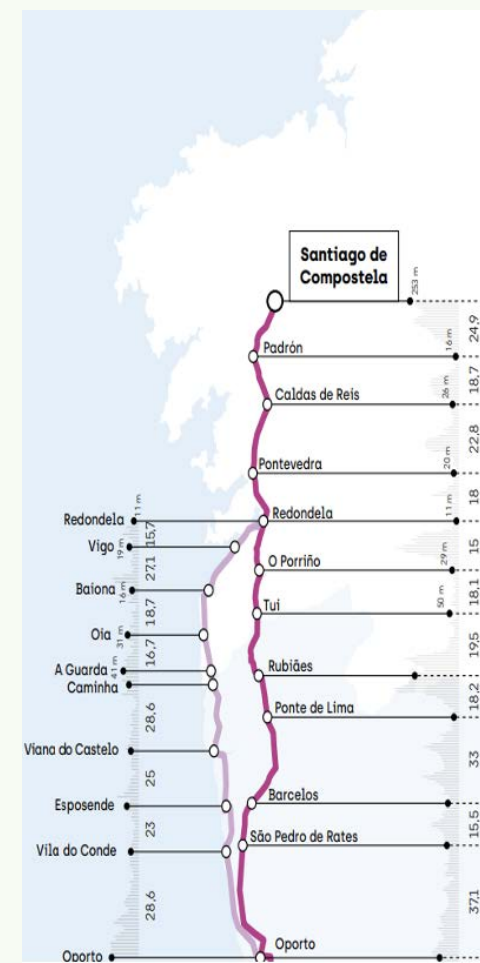
**Figura 1. Etapas y tramos de las rutas del Camino de Santiago en la provincia de Pontevedra**

	<b>Sanxenxo</b>	
	Meaño	
	<b>O Grove</b>	
	Meis	
	Cambados	
	Ribadumia	
	Vilagarcía de Arousa	
	Illa de Arousa	
	Vilanova de Arousa	
	Catoira	
	Valga	
	Pontecesures	
	<b>Ribeira</b>	<b>Rodeiro</b>
	A Pobra do Caramiñal	Penerbosa
<b>Dozón</b>	Boiro	Ponte Pedroso
Pontenoufe	Dodro	Palmaz
<b>Bendoiro</b>	<b>Padrón</b>	<b>Bendoiro</b>
Silleda	Rois	Silleda
A Bandeira	Brión	A Bandeira
<b>Outeiro</b>	Ames	<b>Outeiro</b>
Rubial		Rubial
<b>Santiago de Compostela</b>	<b>Santiago de Compostela</b>	<b>Santiago de Compostela</b>
<b>VÍA DE LA PLATA</b>	<b>RUTA DEL MAR DE AROUSA Y RÍO ULLA</b>	<b>CAMINO DE INVIERNO</b>

Fuente: Xunta de Galicia

Los caminos que presentan una mayor relevancia en atracción de visitantes son el Camino Portugués y el Camino Portugués de la Costa.

**Figura 2. Mapa del Camino Portugués en la provincia de Pontevedra**



Fuente: Turismo de Galicia

El Camino Portugués entra a Galicia por Tui, continuando a lo largo del territorio hasta alcanzar Santiago de Compostela. A continuación, se muestran las distintas etapas del Camino Portugués que se pueden recorrer dentro de la provincia de Pontevedra según el tipo de vía y la capacidad de los albergues que en esta se encuentra:

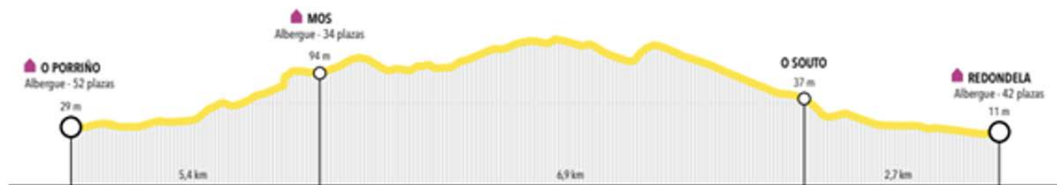
Figura 3. Etapas del Camino Portugués

## CAMINO PORTUGUÉS

### Tui - Porriño



### O Porriño - Redondela



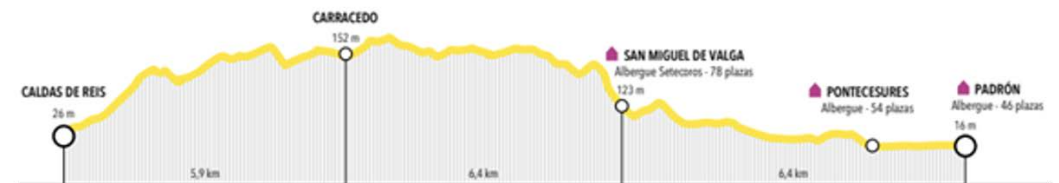
## Redondela - Pontevedra



## Pontevedra - Caldas de Reis



## Caldas de Reis - Padrón



Fuente: Turismo de Galicia



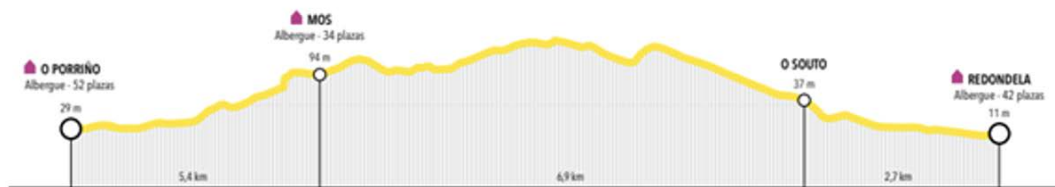
Figura 4. Etapas del Camino Portugués de la Costa

## CAMINO PORTUGUÉS DE LA COSTA

### A Guarda - Oia



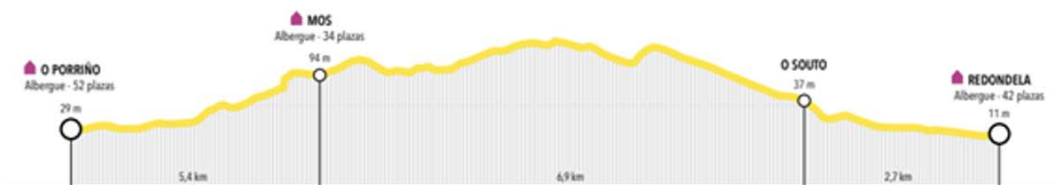
### Oia - Baiona



### Baiona - Vigo



### Vigo - Redondela



Fuente: Turismo de Galicia



Otro de los elementos más importantes dentro del Patrimonio cultural que tiene Rías Baixas son los Bienes de Interés Cultural (BIC) que están regulados por la Ley 5/2016 (art. 22) del Patrimonio Cultural de Galicia. El destino Rías Baixas cuenta con:

**253**

Monumentos

**2**Jardines  
históricos**1**Sitio  
histórico**17**Yacimientos  
o zonas  
arqueológicas**1**Lugar de valor  
etnográfico**7**Conjuntos  
históricos**3**Paisajes  
culturales

**Pontevedra cuenta con multitud de recursos culturales, naturales y patrimoniales que conforman la base de los productos turísticos del destino.**

También es relevante destacar los **11 Jardines de la Ruta de la Camelia**: Pazo de Gandarón, Pazo de Oca, Pazo de Lourizán, Pazo da Saleta, Xardíns do Palacio Provincial de Pontevedra, Estación Fitopalóxica de Areiro, Pazo de Quinteiro da Cruz, Castelo de Soutomaior, Parque do Castro, Pazo Museo Quiñones de León y Pazo de Rubiáns.

En relación al patrimonio natural es importante destacar los siguientes recursos:

Parque Nacional Marítimo Terrestre (Islas Cíes, Islas Ons, Sálvora y Cortegada).

Parque Natural Monte Aloia.

Monumento Natural: Fraga de Catasós

Zona Húmeda (RAMSAR): Complejo intermareal Umia O Grove

3 Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA): Complejo Intermareal Umia - O Grove, Espacio Marino de las Rías Baixas de Galicia y Esteiro do Miño.

5 Lugares de Importancia Comunitaria (LIC) - Zonas de Especial Protección de los Valores Naturales (ZEPVN): Costa da Vela, A Ramallosa, Baixo Miño, Brañas de Xestoso y Cabo Udra.

300 kilómetros de litoral con 53 Playas con Bandera Azul.

34 Senderos Homologados por la Federación Gallega de Montañismo (FGM).



Otro de los elementos en los que la provincia de Pontevedra es líder es en lo tocante a las fiestas y festivales.

**Los Festivales Rías Baixas** han sido en los últimos años un gran apoyo para la consolidación de la marca Rías Baixas como destino cultural, así como para poder activar los procesos de desarrollo local en la provincia de Pontevedra. La provincia de Pontevedra es un territorio de festivales de música que poco a poco ha ido posicionándose a través de festivales como: PortAmérica, Vive Nigrán, Atlantic Fest, Sinsal, SonRías Baixas, O Marisquiño y Revenidas, creando así el RíasBaixasFest, con una personalidad propia y localizaciones únicas en el destino.

Teniendo en cuenta este gran peso estratégico, se ha creado un Plan de Gestión de Turismo de Festivales para que, a partir de un análisis y diagnóstico de la situación, fuese posible implantar una metodología de trabajo que facilite la toma de decisiones.

Y por supuesto, **la gastronomía no puede faltar** ya que es uno de los atributos más relevantes de Rías Baixas y por el que muchos visitantes y turistas deciden pasar sus vacaciones en el territorio. Algunos de los elementos más destacados a este respecto son:



#### 5 Subzonas de Denominación Origen (DO) RIASBAIXAS.

#### 7 Indicación Geográfica Protegida (IGP)

Castaña de Galicia, Grelos de Galicia, Lacón Gallego, Miel de Galicia, Patata de Galicia, Tarta de Santiago, Ternera Gallega.

#### 4 Bebidas espirituosas con Indicación Geográfica

Orujo de Galicia, Aguardiente de hierbas de Galicia, Licor café de Galicia, Licor de hierbas de Galicia.

#### 4 Denominación Origen Protegida (DOP)

Mexillón de Galicia, Pemento de Herbón, Queso Tetilla y Queso Arzúa-Ulloa.

#### 4 Denominación Origen Protegida (DOP)

Mexillón de Galicia, Pemento de Herbón, Queso Tetilla y Queso Arzúa-Ulloa.

#### 7 Estrellas Michelin

Culler de Pau (cuenta con 2 estrellas Michelin), Silabario, O Eirado, Yayo Daporta, Casa Solla, Pepe Vieira-Camiño da Serpe, Maruja Limón.

#### 25 Soles Repsol

Casa Solla, Culler de Pau, D'Berto, Maruja Limón, Pepe Vieira-Camiño da Serpe, Yayo Daporta, Eirado da Leña, Silabario, A Ultramar-Pepe Vieira, Alameda 10, Alcabre, Bitadorna A Guarda, Brasería Sansibar, Casa Román, Detapaencepa, Doade, La casa de las 5 puertas, la Molinera, Taberna de Rotilio, Los Abetos, Malauva Wine Bar, Mauro, Meloxeira, Nordés, Vinoteca Bagos.

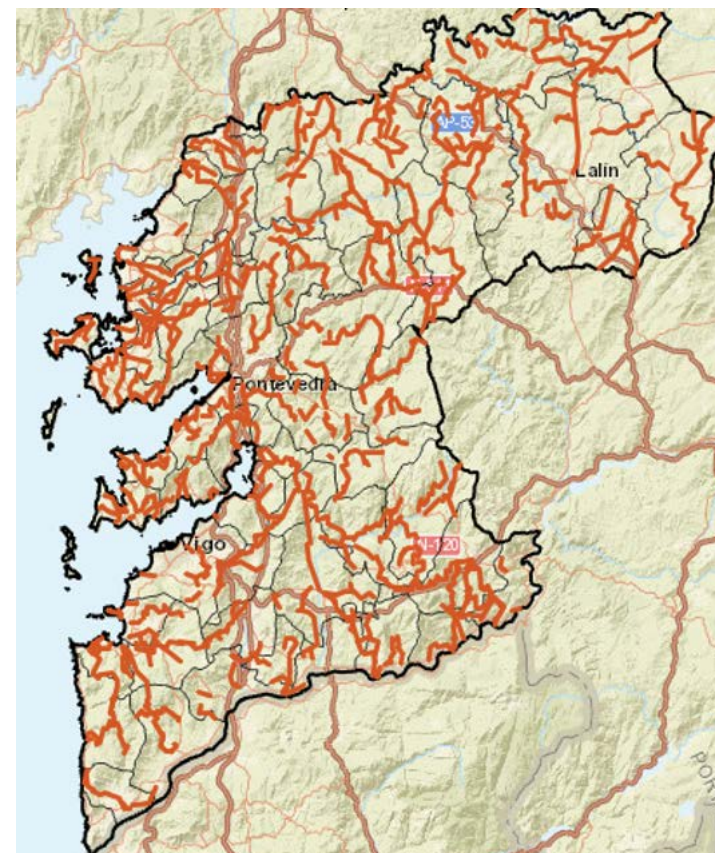
Un punto clave para el destino que afecta en gran medida a la calidad de su oferta turística son las comunicaciones tanto entre los puntos de entrada de visitantes en el destino como entre los distintos puntos turísticos del territorio.

En primer lugar, debemos analizar las vías de entrada al destino utilizadas por los visitantes. La situación geográfica de la provincia permite al territorio contar con accesos a través de las principales líneas terrestres y tres aeropuertos en un radio de 125-150 kilómetros. A pesar de esto, para lograr una óptima conectividad de la oferta turística se debe trabajar en la intermodalidad y la conexión de destinos de difícil acceso. A continuación vamos a realizar un análisis de los diferentes tipos de comunicaciones en la provincia:

---

En las comunicaciones terrestres, el territorio cuenta con uno de los ejes vertebradores de la conexión en el destino, la AP-9, que permite la conexión de Galicia de norte a sur (Ferrol - Tui). A mayores, el territorio cuenta con conexiones con los principales mercados emisores del territorio a través de vías de alta capacidad como la A-52 que conecta Rías Baixas con la meseta y la A-5 que se conecta con Portugal a través de la frontera en Tui. Además, se destacan otras vías relevantes como la conexión por la carretera nacional N-550 que cruza la provincia hasta Tui y las conexiones provinciales, PO-552 (Tui- Baiona) y PO-340 (Gondomar - Tui), pertenecientes a la Red Provincial de Carreteras, gestionada por la Diputación de Pontevedra.

**Figura 5. Mapa de la Red Provincial de Carreteras.  
Provincia de Pontevedra**



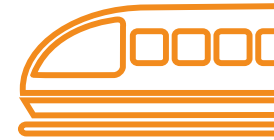
Fuente: Diputación de Pontevedra

En lo que respecta a las conexiones por tren, estas tienen una menor relevancia en el transporte de viajeros, especialmente para aquellos destinos se encuentran alejados de los grandes núcleos urbanos. No obstante, se prevé que esta tendencia se modifique en el futuro próximo con la conexión de la provincia con la comunidad de Madrid a través del AVE. En la actualidad el territorio de Rías Baixas cuenta con las siguientes estaciones:

**Figura 6. Relación de estaciones de tren en la provincia de Pontevedra**

Arbo	Filgueira	Pontevedra Universidad	Salvaterra
Arcade	Frieira	Pontevedra	Sela
As Neves	Guillarei	Portela	Tui
Caldelas	Lalín	Pousa-Crecente	Vigo Guixar
Catoira	O Porriño	Redondela Picota	Vigo Urzaiz
Cesantes	Pontecesures	Redondela	Vilagarcía de Arousa

Elaboración propia a partir de datos de RENFE



El mayor volumen de pasajeros se encuentra en las estaciones de Vigo (Vigo Guixar /Vigo Urzaiz) que en 2018 recibieron 1.117.672 pasajeros, a través de una de sus conexiones principales, la que une Vigo con Santiago de Compostela, considerada uno de los principales flujos de viajeros a nivel nacional. Según el Observatorio del Ferrocarril, esta línea trasladó a 336.128 pasajeros en 2018, lo que supone un incremento del 2,3% con respecto al año 2017. Entre el resto de las estaciones destacan las estaciones de Pontevedra (822.882 pasajeros en 2018) y Vilagarcía de Arousa (654.115 pasajeros en 2018).

Se prevé que debido a la crisis sanitaria esta tendencia a la alza se reduzca, pero todavía no contamos con datos reales que lo confirmen. El resto de estaciones cuentan con conexiones menos relevantes, con una menor frecuencia y menor número de pasajeros. Se denota como importante resaltar que una gran parte de dichas estaciones son facultativas. A nivel nacional e internacional existen conexiones directas diarias con Madrid, cruzando la comunidad de Castilla y León y con O Porto, en Portugal.

**En relación al tráfico marítimo de pasajeros**, cabe destacar que Pontevedra es la provincia con mayor número de puertos de pasajeros de la comunidad. En total la provincia alberga 13 puertos de pasajeros: Baiona, Bueu, Cangas, Cesantes, San Adrián de Cobres, Moaña, O Grove, Corbaceiras, Portonovo, Tragove y Vilanova de Arousa, reservando una mención especial para los puertos de las Islas Atlánticas (Islas Cíes e Islas Ons) que cuentan con líneas regulares que salen desde destinos cercanos como Vigo, Cangas, Baiona, Sanxenxo y Portonovo.

Para la contabilización de pasajeros, se hace una distinción entre los barcos en tránsito procedentes principalmente de mercados extranjeros (francés, británico e irlandés) y los pasajeros de las líneas regulares. Según el informe de Portos de Galicia 2019, en total, los puertos de la provincia de Pontevedra acumularon 1.537.579 pasajeros, lo que supone el 98,89% de los pasajeros totales contabilizados durante el 2019 en la comunidad de Galicia, de los cuales el 67,53% provienen de la línea regular de transporte Cangas - Vigo.

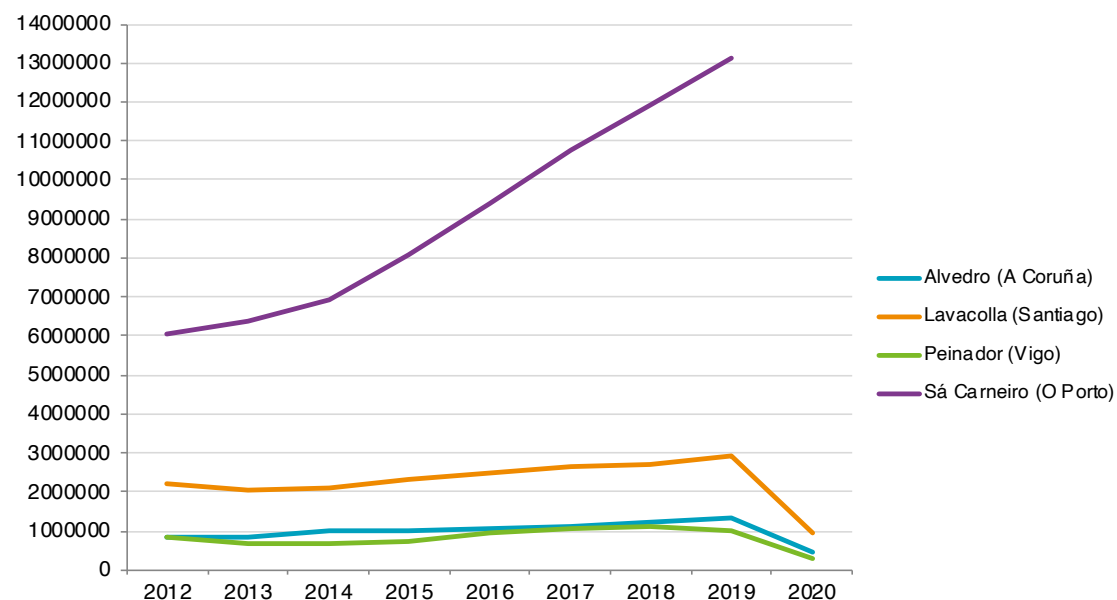
En relación a la recepción de barcos en tránsito destaca el puerto de Baiona con un total de 725 barcos contabilizados en 2019, seguido de Moaña (298) y Cangas (237). Entre los puertos de la provincia destaca principalmente, debido a su actividad de cruceros, el puerto de Vigo que durante 2019 acogió a 141.695 cruceristas, lo que supone un 8% menos que los recibidos durante 2018. Actualmente no se cuenta con una planificación de cruceros para el año 2021.



En lo relativo a las **conexiones aeroportuarias** destaca el aeropuerto de Peinador situado en el ayuntamiento de Vigo, seguido del aeropuerto de Sá Carneiro (O Porto) a 120 kilómetros de Tui y el aeropuerto de Lavacolla (Santiago de Compostela) situado a 100 kilómetros de la ciudad de Vigo. Estos aeropuertos son de especial relevancia para el destino, dado que a pesar de contar con un aeropuerto propio en la provincia, los principales flujos turísticos provienen de estos puntos de entrada debido a la proximidad y al mayor volumen de tráfico de pasajeros de los mismos.

**Los principales flujos turísticos provienen de estos puntos de entrada debido a la proximidad y al mayor volumen de tráfico de pasajeros de las mismas.**

**Gráfico 8. Evolución del número de pasajeros en aeropuertos 2012-2020**



Elaboración propia a partir de los datos de AENA (2020) y ANA (2019)

Se puede apreciar una mejora en el número de pasajeros en el aeropuerto de Peinador a partir de 2014, llegando a su pico máximo en 2018. El año 2019 muestra resultados negativos comparados con el año anterior, que se corresponden con la marcha de la compañía Ryanair del aeropuerto vigués.



En términos generales, los resultados para la anualidad de 2020, muestran **el alto impacto negativo de la crisis sanitaria actual con caídas de entre el 60 y 70% en el número de pasajeros**. La proximidad con estos aeropuertos puede considerarse una ventaja competitiva debido a la mayor facilidad de redirección de los flujos turísticos gracias a la proximidad del destino.

Finalmente, es importante destacar el esfuerzo que se hace desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas en materia de **calidad**. Desde el año 2006, la provincia dispone de la distinción SICTED (Sistema de Calidad Turística en Destino) que tiene como objetivo mejorar la experiencia de los turistas en un destino. El SICTED Rías Baixas supone una oportunidad de consolidación del destino como referente en calidad turística, para mejorar el posicionamiento del propio destino y de sus servicios. Cuenta con más de 300 empresas certificadas en diferentes oficios, que reconocen el esfuerzo y compromiso con la calidad homogénea de un destino, y representa una ventaja competitiva y de diferenciación frente a otros agentes del sector.

En relación a la calidad también es importante mencionar que desde el Servicio de Turismo Rías Baixas se lideran los distintivos Q de Calidad turística siguiendo la norma UNE-ISO 14785:2018 de oficinas de turismo. Las oficinas de turismo gestionadas por el propio servicio de Turismo: Palacete de las Mendoza y Monasterio de Armenteira fueron las pioneras de Galicia en certificarse en el año 2014, y en 2015 se ha incorporado al punto de información turística del Aeropuerto de Vigo. En el año 2018 se crea la Red de oficinas INFO RIASBAIXAS, bajo el objetivo de impulsar las acciones de promoción del destino con la apuesta por una oferta turística de calidad mediante la unificación de la prestación del servicio de atención al visitante.





## DEMANDA TURÍSTICA

En este apartado se realiza una caracterización de la demanda turística del territorio reflejada a través de los datos evolutivos de la demanda en los tipos de alojamientos principales en el destino, lo que permite ver su evolución en los últimos años.

Una vez analizada la situación de la oferta turística de Rías Baixas, procedemos a realizar una radiografía sobre la **evolución de la demanda turística** de la provincia. Como se aprecia en la tabla siguiente, el número de viajeros ha tenido una clara evolución positiva desde el 2015, hasta el 2019, pasando de 1.347 miles de viajeros a 1.758 miles de viajeros en el 2019; sin embargo, la estancia media ha descendido levemente estos años.

Por otro lado, si vemos los datos del 2020, se aprecia un acusado descenso derivado de la crisis sanitaria que ha provocado una caída del 68,25% en el cómputo total de viajeros, siendo más acuciada la caída entre los viajeros internacionales, con un 85,57% menos de viajeros. Las pernoctaciones han seguido una tendencia similar con una caída total del 69,56%. La estancia media sigue la tendencia de los últimos años, pero mostrando un descenso más pronunciado.

Tabla 6. Evolución del número de viajeros y pernoctaciones 2015 - 2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>VIAJEROS</b>						
<b>Total viajeros</b>	1.347.893	1.522.948	1.692.857	1.645.424	1.758.072	558.170
<b>Residentes en España</b>	1.109.125	1.204.034	1.321.533	1.257.667	1.315.283	494.281
<b>Residentes en el extranjero</b>	238.769	318.914	371.326	387.757	442.789	63.888
<b>PERNOCTACIONES</b>						
<b>Total pernoctaciones</b>	3.420.273	3.898.768	4.286.940	4.164.714	4.382.092	1.333.585
<b>Residentes en España</b>	2.927.934	3.251.777	3.548.419	3.392.140	3.516.352	1.187.666
<b>Residentes en el extranjero</b>	492.339	646.992	738.521	772.575	865.740	145.921
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	2,54	2,56	2,53	2,53	2,49	2,05

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

De las más de 4 millones de pernoctaciones que ha tenido el destino durante el 2019, el 79,3% fueron en hoteles, siendo la segunda opción elegida los campings con un 13,7% del total seguidos de los apartamentos turístico (4,4%) y un 2,7% que escogieron un alojamiento de turismo rural, según datos del IGE. En cuanto a la procedencia de los turistas el 80,3% de los

turistas que visitaron Rías Baixas en el 2019 fueron residentes en España y un 19,7% de procedencia internacional. En la siguiente tabla podemos ver la distribución de los principales mercados emisores de turistas nacionales para la provincia de Pontevedra comparando los años 2015 y 2019:

**Tabla 7. Evolución del número de viajeros y pernoctaciones en los principales mercados emisores 2015 - 2020**

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2019	2015	2019	2015
<b>Galicia</b>	38,72	40,00	32,36	31,87
<b>Comunidad de Madrid</b>	16,06	15,36	18,34	17,47
<b>Castilla y León</b>	9,56	8,80	10,60	9,90
<b>Principado de Asturias</b>	6,52	6,32	7,33	7,16
<b>Andalucía</b>	5,71	5,61	5,98	6,67
<b>Cataluña</b>	5,21	4,87	4,80	4,79
<b>País Vasco</b>	3,80	4,81	4,64	5,08
<b>Comunitat Valenciana</b>	3,02	3,28	3,39	3,70
<b>Castilla-La Mancha</b>	2,78	2,41	3,01	2,97
<b>Canarias</b>	1,76	1,11	1,84	1,64

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)



De las más de 4 millones de pernoctaciones que ha tenido el destino durante el 2019, el 79,3% fueron en hoteles.

Como se ha comentado anteriormente, a fecha de elaboración de este documento todavía no se disponía de datos definitivos del 2020 para poder ver el impacto de la Covid-19 hasta la fecha. Sin embargo, para analizar tremendo impacto que está causando la Covid-19 en la industria turística de la provincia de Pontevedra se realiza una comparativa en el número de viajeros y el número de pernoctaciones en el conjunto de los establecimientos reglados de los tres primeros trimestres del 2019 y del 2020, según datos del INE:

**Tabla 8. Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones 2019 – 2020 en la provincia de Pontevedra**

	Ene-Sept 2019	Ene-Sept 2020	Variación interanual
<b>VIAJEROS</b>	1.447.619	630.217	<b>-56,47%</b>
<b>PERNOCTACIONES</b>	3.746.200	1.767.168	<b>-52,83%</b>

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

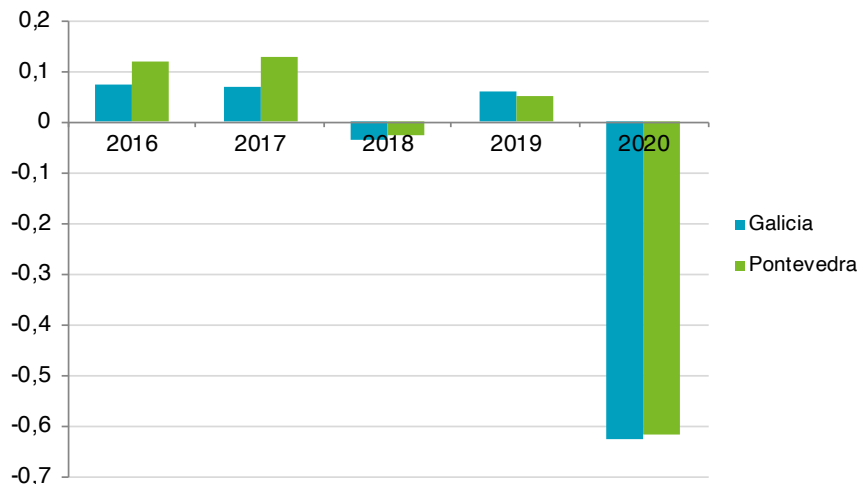
Según los datos del INE, durante el año 2019 los hoteles y pensiones de la provincia de Pontevedra han recibido 1.210.525 viajeros, que acumularon un total de 2.883.179 pernoctaciones. En 2020 estos valores se han visto disminuidos alcanzando un total de 478.532 de visitantes, que han acumulado 1.167.910, lo que supone una caída de 59,49% en pernoctaciones con respecto al año anterior.

**Tabla 9. Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones 2019 – 2020 en la provincia de Pontevedra**

	Ene-Sept 2019	Ene-Sept 2020	Variación interanual
<b>VIAJEROS</b>	1.210.525	478.532	<b>-60,47%</b>
<b>PERNOCTACIONES</b>	2.883.179	1.167.910	<b>-59,49%</b>

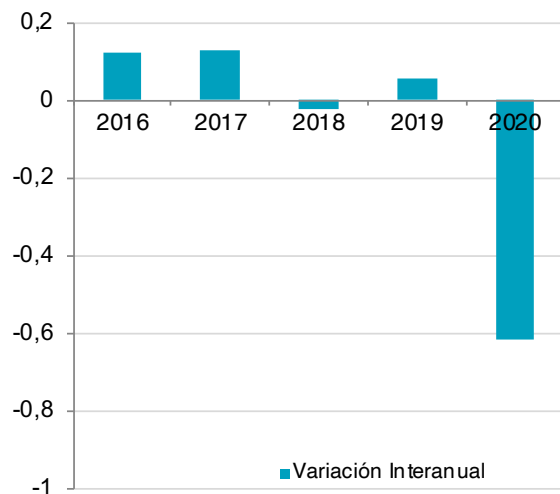
Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

**Gráfico 9. Variación interanual de en el número de viajeros 2016 - 2020**



Elaboración propia a partir de los datos de la AEIT (2021)

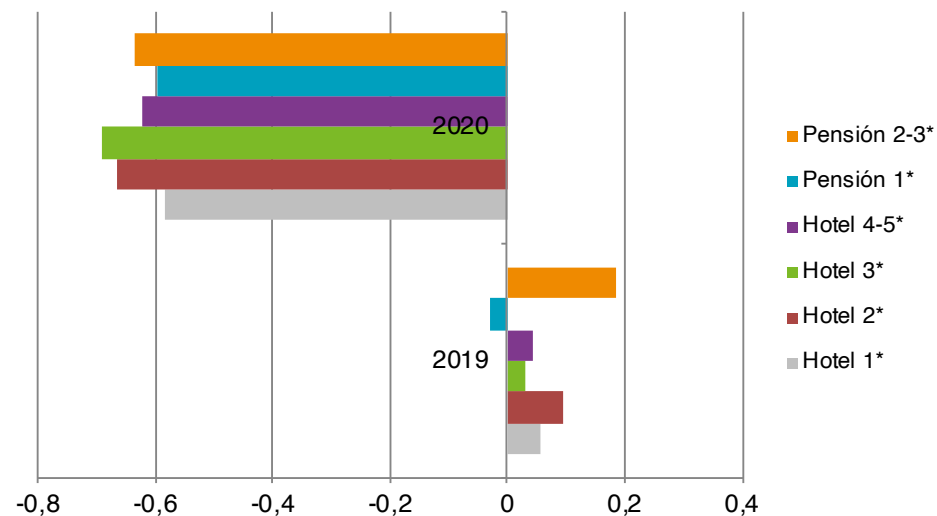
**Gráfico 10. Variación interanual de en el número de viajeros 2016 – 2020 en la comunidad de Galicia y la provincia de Pontevedra**



Elaboración propia a partir de los datos de la AEIT (2021)

Podemos apreciar que la caída en pernoctaciones en los establecimientos hoteleros ha sido ligeramente inferior a la ocurrida en la comunidad.

**Gráfico 11. Evolución de la demanda hotelera en 2019 y 2020 en la provincia de Pontevedra según la categoría del establecimiento**



Elaboración propia a partir de los datos de la AEIT (2021)

A continuación hacemos el mismo análisis comparativo, pero viendo el impacto en campings y apartamentos turísticos:

**Tabla 10. Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones en cámpings 2019 – 2020 en la provincia de Pontevedra**

	Ene-Sept 2019	Ene-Sept 2020	Variación interanual
<b>VIAJEROS</b>	158.456	106.975	<b>-32,49%</b>
<b>PERNOCTACIONES</b>	582.374	407.119	<b>-30,09%</b>

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)





## APARTAMENTOS TURÍSTICOS

Tabla 11. Comparativa del número de viajeros y pernoctaciones en apartamentos turísticos 2019 – 2020 en la provincia de Pontevedra

	Ene-Sept 2019	Ene-Sept 2020	Variación interanual
<b>VIAJEROS</b>	36.729	25.346	<b>-30,99%</b>
<b>PERNOCTACIONES</b>	180.513	135.468	<b>-24,95%</b>

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

Cabe hacer una mención especial a la demanda vinculada al Camino de Santiago; actualmente no se dispone de datos estadísticos para los años 2019 – 2020 sobre la demanda de las distintas rutas del camino, pero a partir del análisis de los datos mensuales de la Oficina del Peregrino, se puede apreciar un acusado descenso en las cifras de peregrinos y peregrinas, en el mes de junio se registraron 12 entradas por lo se calcula aproximadamente una caída total del 84,5% con respecto al año 2019, así como un cambio en la procedencia de las personas visitantes, que pasaron de tener una procedencia marcadamente internacional a una casi exclusivamente europea.



## 4.4. ENTORNO COMPETITIVO

---

Una vez analizada la situación de la industria turística en el territorio de Rías Baixas, se procede a realizar un análisis de la situación de los principales destinos competidores. Antes de proceder con el análisis, cabe mencionar que el Servicio de Turismo de Rías Baixas ha desarrollado un análisis competitivo de los principales destinos competidores en redes sociales a través de herramientas de inteligencia turística. Las principales conclusiones se muestran en el apartado “5.3.2- Inteligencia turística aplicada a la gestión de la marca y posicionamiento”.



Es importante destacar que **debido a la situación provocada por la Covid-19 y el horizonte temporal de este plan estratégico (2021-2023), nos vamos a centrar en el análisis competitivo de destinos de proximidad dado que debido a las restricciones sanitarias, lo más probable es que el potencial turista escogerá destinos relativamente cercanos a su lugar de residencia.** Evidentemente, el comportamiento negativo de la demanda ha afectado a todas las Comunidades Autónomas, aunque existen diferencias de intensidad. En el conjunto de España, el descenso es del 66% para el número de viajeros alojados y del 69% para el volumen de noches, por lo que en este apartado analizaremos el impacto de la Covid-19 en los destinos competidores para ver su comportamiento durante los últimos meses.

A la hora de seleccionar aquellos destinos potencialmente competitivos hemos identificado primeramente los productos turísticos en los que competimos en el momento que una persona visitante está escogiendo su próximo destino. Estos productos turísticos son los siguientes:



### TURISMO DE SOL Y PLAYA

El turismo de sol y playa tiene una gran influencia en la economía española y, a pesar de que es uno de los principales motivos a la hora de escoger un destino, este tipo de producto muestra ciertos signos de madurez por lo que se muestra necesario **trabajar para renovar la oferta.** Algunos de los retos que se deben abordar son: la mejora de la calidad paisajística y ambiental, identificar potenciales puntos de saturación, especialmente en los entornos naturales dado que son los recursos más demandados por las personas visitantes en tiempos de la Covid-19, **y potenciar los atributos identitarios de los destinos.** Otro reto importantes es **trabajar en la desestacionalización** de los destinos fuera de la temporada estival potenciando otros tipos de productos turísticos en destino de playa como el turismo de salud, la cultura y la gastronomía.



### TURISMO CULTURAL

Este producto turístico sigue consolidándose año tras año, aunque todavía existe mucho margen de crecimiento. **Este producto se caracteriza por su baja estacionalidad y un mayor nivel de gasto por persona.** Los principales retos que debemos afrontar son la mejora de los procesos de gestión junto con una mayor articulación y promoción de los recursos dentro de este segmento así como la continuación en la mejora de la accesibilidad universal de los recursos turísticos.



### TURISMO DE REUNIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

Aunque pudiera parecer que debido a la Covid-19 y a la implementación de herramientas online para el teletrabajo, el sector MICE corriera el riesgo de sufrir una caída de difícil recuperación; en las mesas de validación con expertos del sector, **un gran consenso fue que una vez normalizada la situación, el contacto personal para las reuniones se verá reforzado y por lo tanto el sector MICE seguirá siendo un segmento importante al que seguir apoyando.**



### TURISMO ENOGASTRONÓMICO Y DE SALUD

Sin lugar a dudas, el segmento relacionado con la salud (entendiendo la gastronomía como un elemento clave en la salud) es uno de los que más demanda tiene y tendrá en los próximos meses. Es por ello, que Rías Baixas tiene una **oportunidad inmejorable para posicionar sus recursos y destinos debido a los atributos inherentes que tiene en la materia y a la fabulosa gastronomía local**, ya de por sí muy bien posicionada en la mente de los visitantes y turistas.



### TURISMO NÁUTICO

**El turismo náutico es uno de los segmentos de mayor crecimiento en los últimos años.** Los principales retos a abordar son el seguir trabajando para la mejora del marco jurídico-administrativo relacionado con estas actividades, así como el **seguir reforzando el compromiso con la calidad y profesionalización de estos servicios, para la innovación del producto y la creación de experiencias**, mediante su combinación con otras actividades.



### TURISMO ACTIVO

Este es otro de los segmentos con mayor potencial de crecimiento en la provincia debido a las características del territorio y a la diversidad de recursos existentes. Los principales retos a abordar son el **desarrollo de experiencias únicas que cuidan la calidad y el detalle, la mejora de la comercialización de productos rurales y activos, la armonización de la oferta y finalmente seguir mejorando en la gestión a través de la formación y capacitación al sector.**

A continuación se procede a analizar los diferentes destinos competidores de Rías Baixas. La información que se muestra a continuación ha sido elaborada a partir de las web de turismo de los destinos:

## A CORUÑA

Es uno de los territorios más cercanos, presentando grandes similitudes con las características y productos ofrecidos en la provincia de Pontevedra. Es un territorio en el que destacan sus numerosos recursos naturales, de un paisajismo marcadamente agreste, así como una oferta cultural liderada por sus recursos Patrimonio de la Humanidad y especialmente ligada al mar.

A Coruña tiene como bandera el faro de la Torre de Hércules, declarado Patrimonio de la Humanidad. Destacan además los cuidados jardines de San Carlos y Mendéz Núñez y el monte de San Pedro, así como el Casco Vello y la plaza de María Pita. El recurso por excelencia en Santiago de Compostela es la Catedral de Santiago y su casco histórico, culmen del Camino de Santiago. Son de especial interés las villas pesqueras situadas en el litoral, cuna de la cultura marinera, como Malpica de Bergantiños, Camariñas, Ribeira o Fisterra, donde su faro marca el fin del mundo en occidente. Sus recursos más destacables se encuentran en el ámbito natural, con especial énfasis en las zonas de costa donde destacan el Monte Pindo con la cascada del Ézaro, los

acantilados de Vixía de Herbeira, el complejo dunar de Corrubedo o las piedras de A Barca. Estos recursos son visitables a través de multitud de rutas de senderismo que surcan el territorio, tanto en la zona de costa, donde destaca la Ruta de los Faros, como en el interior, con las Fragas do Eume como producto estrella.

En lo relativo a la gastronomía cabe mencionar las más de 60 fiestas y ferias gastronómicas celebradas alrededor de productos de km0, las cuales son un referente para el turismo local, como la fiesta del percebe de Rinlo, los pimientos de Padrón y de Herbón o la fiesta del Pulpo.

El sector turístico de la provincia de A Coruña ha sufrido las consecuencias de la crisis sanitaria pero con una intensidad menor que en el resto del país. **El número de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros se redujo en un 47% en 2020, frente al 62% en la provincia de Pontevedra. Según datos del INE, la reducción en el número de viajeros muestra una bajada más acusada, con un descenso del 51%.**

## PAÍS VASCO

El País Vasco es un pequeño territorio que alberga un gran número de recursos turísticos, donde la tradición y las costumbres se fusionan con la innovación. Esto se refleja en su arquitectura, sus museos y su gastronomía, con una veintena de establecimientos con estrellas Michelin.

Bilbao es una ciudad reinventada en la que el arte contemporáneo del Museo Guggenheim no deja indiferente a nadie. Tampoco su Casco Vello y las Siete Calles, la ría de Bilbao y los puentes y pasarelas que unen el Bilbao nuevo con el antiguo o el Mercado de la Ribera. Un símbolo de San Sebastián es la Playa de A Concha, la práctica de actividades náuticas, pintxos, el Museo Cristóbal Balenciaga y su vida cultural, que alberga los prestigiosos Festivales Internacionales de Cine y Jazz. Los principales atractivos de Vitoria-Gasteiz son su casco antiguo y la Catedral de Santa María, sus pintxos y dulces típicos.





En relación a los recursos naturales, cabe destacar el más de medio centenar de playas que salpican su costa, polivalentes y propicias para actividades como el surf y el bodyboard, en playas como Zarautz, Bakio y Laidatxu. El interior destaca por su color verde y alberga la Reserva de la Biosfera de Urdaibai, el Geoparque de la Costa Vasca y los paisajes de viñedos de la Rioja Alavesa. La cultura es también uno de sus principales atractivos y cabe mencionar el Santuario de la Virgen de Guadalupe de Hondarribia, Santa Catalina de Mundaka y San Telmo de Zumaia. Otros atractivos son la ermita de San Juan de Gazte, la Casa de Encuentros de Gernika, el Camino Ignaciano, el Museo Guggenheim y el Museo de Bellas Artes de Bilbao, entre otros. Finalmente, en lo relativo a la enogastronomía, cabe mencionar el Club de Producto Euskadi Gastronomika, una red de establecimientos que cumplen determinados criterios de exigencia y compromiso. También destacan los 22 establecimientos con estrella Michelin, sus pintxos, los mercados de abastos, el vino de Rioja Alavesa y la sidra.

El impacto de la Covid-19 en el País Vasco ha sido, como en el resto del país, muy intenso dado que el **número de visitantes y pernoctaciones en los establecimientos hosteleros de Euskadi a lo largo del 2020 se desplomaron más del 61 % como consecuencia de la crisis sanitaria. El año 2020 terminó con el 41,1 % de los hoteles completamente cerrados** en el territorio y se calcula que el número de turistas tuvo un descenso de casi 2 millones respecto al 2019, situándose en 1,2 millones de visitantes.

## ASTURIAS

Este territorio asturiano tiene un alto valor ambiental marcado por la diversidad de paisajes entre costa y montaña, muy próximos entre sí. Además de una oferta cultural ligada a sus recursos Patrimonio de la Humanidad y productos alimenticios y enológicos muy arraigados que constituyen un elemento diferenciador del destino.

Los principales atractivos de Oviedo son el Casco Antiguo y su Catedral, el arte prerrománico y una intensa vida cultural que culmina con los Premios Princesa de Asturias. Por otro lado, en Gijón destacan el barrio pesquero de Cimadevilla, las arenas de San Lorenzo y Poniente, la Ciudad de la Cultural, el Centro de Arte y Creación Industrial y el Jardín Botánico. En Avilés, el Casco Antiguo, la Ría de Avilés y el Centro Niemeyer son una visita obligada.

Un tercio de la superficie de Asturias está protegida y por lo tanto se convierte en un territorio ambientalmente ejemplar que da lugar a cientos de rutas peatonales y cuenta además con 345 km de costa y más de 200 playas. Destacan el Parque Nacional de los Picos de Europa y los Lagos de Covadonga. Asturias posee una importante oferta cultural que se refleja en la abundancia de Sitios Patrimonio de la Humanidad declarados por la UNESCO, arte prerrománico y asturiano, arte rupestre, el Museo de Bellas Artes de Asturias, los Castros de Navia, la Fonte de Foncalada, la Cámara Santa de la Catedral de Oviedo y Caminos de Santiago. En lo referente a gastronomía, destacan los productos asturianos que son un referente del destino; se encuentran las sopas, guisos y verduras como las judías; la sidra, símbolo

de identidad; vino de alta montaña bajo el nombre de Cangas Quality Wine y más de 40 variedades de quesos artesanales, entre ellos el queso Cabraís.

En relación a la situación del sector en el **2020, Asturias es, en concreto, el destino que mejor ha sabido afrontar este año de crisis registrando un descenso del 39% en el volumen de pernoctaciones en alojamientos regulados. A nivel de establecimientos hoteleros han tenido una caída del 50,5% frente al 61% que ha habido en Galicia.** Es significativa que en turismo rural Asturias ha caído un 25,8% frente al 57,4% en Galicia.



## CANTABRIA

Es un territorio marcado por un legado cultural incomparable ligado a la arqueología y al arte rupestre. Cuenta además con espacios naturales de gran valor y muy diferenciados entre sí, con un litoral bañado por el Cantábrico dando lugar a numerosos acantilados y una zona montañosa presidida por la Cordillera Cantábrica.

Santander se encuentra en un paisaje privilegiado dominado por espacios verdes y una decena de playas, entre las que se encuentran las de Mataleñas, Sardinero y Magdalena. Los edificios más significativos de la ciudad son el Palacio Real de la Magdalena, el Hotel Real y el Gran Casino. Cabe mencionar el Festival Internacional de Santander, con una fuerte proyección internacional.

En relación a los recursos naturales, se trata de un abanico de paisajes y entornos, marcado por más de 220 km de costa bañada por numerosos acantilados y con más de 90 playas, entre las que se encuentran la playa del Sardinero, Oyambre y Salvé. Destacan además los valles y su sierra, que culmina en las torres de los Picos de Europa, así como un gran número de

espacios naturales protegidos, que conservan un estado de total pureza. En Cantabria se encuentra el Parque Natural de Cabárceno, que es el parque de animales más grande de Europa. En la parte cultural destaca el patrimonio artístico rupestre de Cantabria, que es uno de los más importantes del mundo, con 10 cuevas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, entre ellas la Cueva de Altamira. También alberga importantes y variadas muestras arquitectónicas y artísticas de origen prerrománico, gótico, románico, contemporáneo, etc. Entre los pilares fundamentales de la gastronomía cántabra se encuentran sus quesos, el sobao pasiego, la carne del Cantábrico, las patatas Valderredible, los pimientos de Islas, el orujo de Liébana, los Vinos del Cantábrico, el marisco, el puchero de montaña y el cocido libanés.

Al igual que en Asturias, Cantabria también tuvo un descenso drástico en las estadísticas turísticas aunque el impacto fue mejor que en el resto de España. Según datos del INE, Cantabria tuvo un descenso del 52% situándose la cifra de visitantes en 631.000 personas y la de pernoctaciones en 1.355.158.



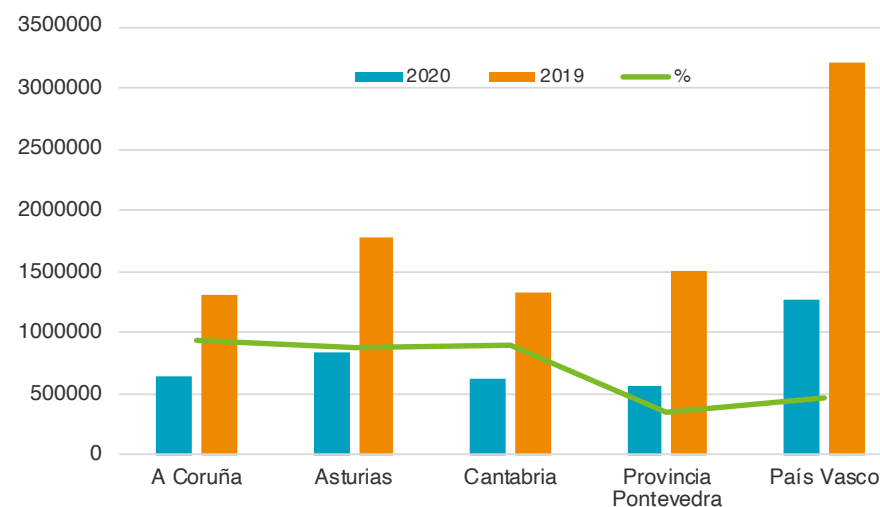
Antes de continuar con el análisis de Oporto y el Norte de Portugal se presentan unas gráficas comparativas del comportamiento del número de visitantes y de pernoctaciones en estas regiones según datos recientemente publicados por el INE:

**Tabla 12. Comparativa en número de visitantes 2019-2020 en destinos competidores**

Nº VIAJEROS	2020	2019	DIF	%
<b>Provincia A Coruña</b>	635.023	1.302.548	-667.525	-51%
<b>Asturias</b>	846.646	1.781.634	-934.988	-52%
<b>Cantabria</b>	631.806	1.321.721	-689.915	-52%
<b>Provincia Pontevedra</b>	559.705	1.508.104	-948.399	-63%
<b>País Vasco</b>	1.260.419	3.200.387	-1.939.968	-61%

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

**Gráfico 12. Evolución del número de viajeros 2019-2020 en destinos competidores**



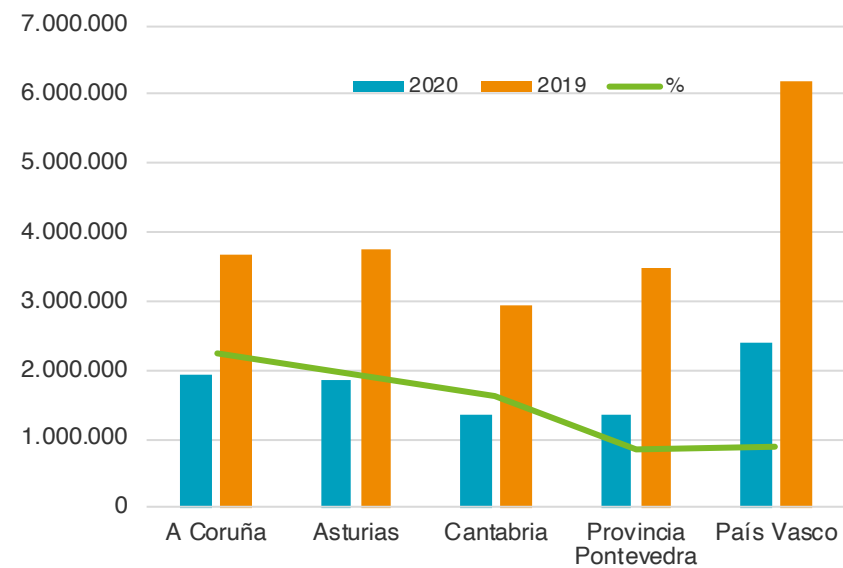
Elaboración propia a partir de datos del INE (2021)

Tabla 13. Comparativa en pernoctaciones 2019-2020 en destinos competidores

Nº PERNOCTACIONES	2020	2019	%
<b>A Coruña</b>	1.937.474	3.686.239	-47%
<b>Asturias</b>	1.853.115	3.745.385	-51%
<b>Cantabria</b>	1.355.158	2.937.345	-54%
<b>Provincia Pontevedra</b>	1.338.327	3.494.310	-62%
<b>País Vasco</b>	2.387.734	6.169.669	-61%

Elaboración propia a partir de los datos del INE (2021)

Gráfico 13. Evolución de pernoctaciones 2019-2020 en destinos competidores



Elaboración propia a partir de datos del INE (2021)

## OPORTO Y NORTE DE PORTUGAL

La región del norte de Portugal alberga la ciudad de Oporto, declarada Patrimonio de la Humanidad, el punto de partida de un viaje por la diversidad cultural y natural. El río Duero atraviesa esta región entre montañas y barrancos donde se cultiva el vino característico de Oporto y Duero.

Oporto es una de las ciudades más antiguas del país y sus principales atractivos incluyen la Casa del Infante, la monumental Iglesia de San Francisco de Asís, el Palacio de la Bolsa, las calles de Ribeira y Miragaia, la Casa da Música y el Museo de Arte Contemporáneo de Serralves, así como un obligado recorrido en tranvía contemplando el río Duero y la visita a las bodegas para degustar sus famosos vinos.

En cuanto a los recursos naturales destaca la belleza de los paisajes y sus reconstituyentes aguas termales, así como su litoral repleto de playas de arena dorada y sus ríos propicios para la práctica de deportes. También cuenta con el Parque Nacional Peneda-Gerês y los Parques Naturales del Duero Internacional, Alvão o el Geoparque Arouca, así como excelentes campos de golf y hermosas zonas de viñedos. El patrimonio cultural se distribuye en edificaciones como castillos, santuarios e iglesias. Destacan el centro histórico de Oporto y Guimarães, ambos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En esta región también se encuentran los lugares de Braga y Fátima, los principales centros de turismo religioso del país y mundialmente famosos. Finalmente destacar que posee una gastronomía ligada a los productos del mar y de la tierra, en la que destacan las zonas vitivinícolas donde se produce el vino de Oporto y Duero. Otros productos característicos son el aceite de oliva o la *alheira* (embutido elaborado con pan rallado y diversas carnes picadas aderezadas con ajo).



## 4.5 ANÁLISIS ESTRATÉGICOS (DAFOS)

Tal como se ha comentado en la sección de misión y objetivos de este plan estratégico, la certificación como Destino Turístico Inteligente (DTI) por parte de Rías Baixas es uno de los ejes principales sobre los que gira esta estrategia, por lo tanto en este apartado se describirán cuáles son los puntos fuertes y oportunidades en las que está trabajando Rías Baixas, así como las ventanas de mejora que se presentan en su proceso de transformación en DTI. Para la realización de este análisis estratégico se ha procedido a realizar un análisis DAFO (debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades) para cada uno de los ejes que componen el DTI y se presentan a continuación los principales resultados. Para finalizar, es importante recordar que en el apartado 5.4 de este documento se analiza en profundidad la estrategia de turismo inteligente del destino.

## DEBILIDADES



### 1.

#### GOBERNANZA

Los procedimientos de gestión, innovación y accesibilidad deben documentarse formalmente para que el personal pueda mejorar el desempeño de sus funciones de manera eficiente.

La gestión inteligente del destino hace necesario incrementar los recursos dedicados a la gestión de los recursos turísticos y dotar de mayor autonomía al Servicio de Turismo Rías Baixas.

Existe una dependencia de la información y estudios de diferentes dependencias de la Diputación de Pontevedra y de otras entidades públicas para dar respuesta a las necesidades del DTI.

Falta de cohesión para transmitir una imagen global del destino Rías Baixas.

Débil equilibrio territorial en la distribución de flujos turísticos.

### 2.

#### INNOVACIÓN

Espacio de mejora en la gestión del proceso de innovación, así como del seguimiento de sus resultados de vigilancia tecnológica y del fomento de la creatividad.

Escasa visibilidad en redes sociales en el ámbito internacional comparado con los destinos competidores. Esto hace que los competidores se beneficien de la visibilidad que les generan las ofertas y promociones que lanzan los operadores turísticos y buscadores, donde la presencia de Rías Baixas es más escasa.

### 3.

#### TECNOLOGÍA

La web actual de Rías Baixas no permite interactuar con el visitante. A través de la web no se pueden recibir opiniones/quejas de los turistas, ni permite el funcionamiento como Oficina de turismo virtual, con herramientas tipo Chatbot.

El desarrollo de los componentes evolutivos de las diferentes herramientas tecnológicas están aglutinadas en un único proyecto licitado por RED.es denominado Tourist Inside y su ejecución dependerá del adjudicatario que gane dicha licitación.

Existe un escaso desarrollo tecnológico a través de redes sociales y de herramientas online para facilitar la comunicación y gestión del turista en el ciclo del viaje.

## 4.

### ACCESIBILIDAD

El diagnóstico de la situación de la accesibilidad en los diferentes recursos turísticos está pendiente de ser ampliado.

Se encuentra pendiente de incorporar de una manera sistemática el eje de accesibilidad en todas las actividades realizadas y/o promovidas por el Servicio de Turismo.

Mejorar el fomento de la accesibilidad universal sobre todos los aspectos que forman parte de la cadena de valor del DTI.

Es necesario ampliar el número de puntos accesibles en las oficinas de turismo.

Baja implementación de información con relieve, texto braille, recursos táctiles para interpretar el entorno y audioguías con audiodescripción para personas con discapacidad visual, así como recursos adaptados a las personas con discapacidad auditiva.

Algunas mejoras de accesibilidad en el patrimonio gestionado por la Diputación requieren acciones necesarias, de alto valor económico.

## 5.

### SOSTENIBILIDAD

Alta estacionalidad de la demanda.

Elevada dependencia del turismo de sol y playa y de la celebración de determinadas fiestas de interés turístico.

La obsolescencia de algunos destinos vacacionales de la provincia, que siguen siendo un foco de atracción de turistas nacionales con segundas residencias.

La ubicación geográfica con respecto a la península y la escasa conectividad disminuyen las opciones para competir con destinos cercanos y similares.

El abandono del medio rural y la despoblación en parte del territorio, debido a la falta de actividad económica, genera un desperdicio del potencial del turismo rural y evita consolidar este segmento tan demandado por el turismo nacional en estos momentos.

## AMENAZAS



# 1.

## GOBERNANZA

Debido a la situación actual de la pandemia, existe un grado de incertidumbre en la toma de decisiones, debido al componente político/institucional, entre las diferentes instancias de gobierno en los distintos niveles de la Administración Pública.

La marca Rías Baixas en los destinos de interior de la provincia todavía no se identifican con la estrategia DTI que está impulsando la Diputación.

El protagonismo del atributo “Intención de viaje” en redes sociales en el Norte de Portugal supone un riesgo potencial para el territorio gallego, que se sitúa geográficamente muy próximo a la región.

El incremento del conocimiento sobre las islas de la provincia de Pontevedra pueden dar lugar a un nuevo “sitio de moda”, provocando una masificación turística incontrolada en próximos periodos vacacionales.

# 2.

## INNOVACIÓN

Existe, en términos generales, baja cualificación en nuevas tecnologías dentro del sector turístico de la provincia, así como en idiomas.

La calidad de servicio del sector turístico del destino es heterogénea y se debe paliar este hecho mediante programas de formación y capacitación.

# 3.

## TECNOLOGÍA

La rápida evolución tecnológica hace que la obsolescencia de las herramientas tecnológicas obligue a ampliar partidas presupuestarias para el mantenimiento de la estrategia DTI de Rías Baixas

## 4.

### ACCESIBILIDAD

Riesgo reputacional en la marca Rías Baixas por no tener espacios 100% accesibles.

## 5.

### SOSTENIBILIDAD

La incertidumbre del Brexit, que inevitablemente conducirá a cambios en los principales mercados emisores a nivel estatal y afectará por extensión a la provincia de Pontevedra.

La incertidumbre social y económica global que se refleja en el cierre de empresas y en los ERTes.

Se debe reforzar la sensibilización de los Ayuntamientos sobre la importancia de conservar los recursos naturales.

Existe una falta de conciencia medioambiental generalizada por parte del sector turístico privado.

El cambio climático a nivel general presenta una amenaza debido a la riqueza medioambiental del destino.

Deterioro del patrimonio natural y cultural en determinados lugares debido a masificaciones antes de la Covid-19



## FORTALEZAS

# 1.

## GOBERNANZA

El servicio de Turismo de Rías Baixas posee un elevado conocimiento y experiencia en la gestión de un Destino Turístico.

Existe un elevado compromiso por parte de Diputación en el desarrollo turístico y de la gestión de la calidad.

Constitución y puesta en marcha de la Mesa de Turismo como herramienta de participación y cohesión de los agentes públicos y privados en la gestión de DTI.

Se ofrece apoyo a los ayuntamientos en materia de recuperación, puesta en valor y gestión patrimonial.

Los equipos multidisciplinares (NT, Turismo y Comunicación) para la gestión unificada del destino demuestran el compromiso de Rías Baixas en convertirse en un DTI.

El servicio de turismo trabaja intensamente para cerrar acuerdos y alianzas con los todos agentes del ecosistema turístico relacionados en la gestión del DTI.

La marca “Rías Baixas” tiene un buen posicionamiento en mercados emisores a la vez que existe un gran compromiso público-privado para desarrollar la marca y atraer turistas de manera conjunta.

Inclusión de directrices sociales en la gestión diaria del servicio de turismo.

# 2.

## INNOVACIÓN

La Diputación de Pontevedra es el primer ente gestor del SICTED de carácter provincial a nivel estatal.

La existencia del observatorio para la vigilancia competitiva es un avance importante que permitirá a Rías Baixas la actualización constante en materia tecnológica y de innovación.

Realización de campañas innovadoras para la promoción, consolidación e incremento de la demanda en productos turísticos específicos: cultura, enogastronomía, eventos y fiestas.

La actividad propia de las cuentas oficiales de redes sociales disponen de un engagement importante (+26.000 RTs), el cual es superior a la mayoría de destinos competidores.

## 3.

### TECNOLOGÍA

Incorporación de herramientas para el tratamiento y la gestión de datos que permiten mejorar la toma de decisiones a través de la inteligencia turística.

La digitalización de la Red INFO RIASBAIXAS prevista en Tourist Inside supondrá un salto cualitativo en el destino, a través de la mejora de la experiencia del visitante.

## 4.

### ACCESIBILIDAD

Se ha incluido como requisito de accesibilidad que las oficinas de turismo de la Red “INFO RIASBAIXAS” estén certificadas en materia de accesibilidad.

Se han realizado importantes inversiones en infraestructuras de comunicación y movilidad.

Existencia de legislación estatal y autonómica que obliga a garantizar la igualdad de oportunidades para el disfrute de bienes y servicios a personas con discapacidad.

# 5.

## SOSTENIBILIDAD

Existencia de un rico patrimonio natural protegido.

---

Gran riqueza de espacios naturales de especial relevancia para la conservación de las aves, así como la práctica de senderismo y BTT.

---

Abundancia de recursos turísticos históricos y patrimoniales e intangibles que convierte Rías Baixas en un destino único.

---

Una costa extensa y única combinada por tranquilas rías y practicable durante todo el año, un fondo submarino con un gran potencial y una extensa cultura marítima con excelentes puertos deportivos.

---

Destacable gastronomía, reconocida a nivel nacional e internacional.

Los Caminos de Santiago, especialmente el Camino Portugués, otorgan a Rías Baixas un buen posicionamiento a nivel nacional e internacional.

---

La proximidad del aeropuerto de Peinador en Vigo y su puerto, la proximidad del aeropuerto internacional de Lavacolla en Santiago de Compostela y el Aeropuerto Internacional de Oporto (Portugal), facilitan la llegada de visitantes nacionales e internacionales.

---

Buena relación calidad-precio tanto en alojamiento y gastronomía como en otros servicios generales con impacto turístico.

---

Variada oferta de fiestas de interés turístico con festivales internacionales, nacionales y gallegos, y atractivos de la marca Rías Baixas.



## OPORTUNIDADES



# 1.

## GOBERNANZA

Alineamiento de estrategias para captar recursos financieros de los Fondos Europeos habilitados por la Covid-19 para el desarrollo de nuevas acciones y proyectos relacionados con la diversificación económica de núcleos pesqueros y rurales y para desarrollo tecnológico e innovación.

Incremento de proyectos estratégicos para desarrollar la relación en materia de turismo con Portugal debido a la proximidad del destino.

# 2.

## INNOVACIÓN

Realizando un seguimiento de escucha activa en las redes sociales se ha identificado el riesgo de masificación turística y aglomeración en destinos competidores como Asturias, lo que supone una oportunidad de crecimiento para Rías Baixas.

La buena imagen de la gastronomía de Galicia como región supone una oportunidad para impulsar la oferta gastronómica.

Fuerte apuesta del sector turístico gallego por las certificaciones de la marca Q de calidad. Galicia se sitúa en 2ª posición en el plano español con 305 certificaciones, de las que 152 son de la provincia de Pontevedra.

Amplio margen de crecimiento como destino de turismo de deporte y aventura. El creciente interés de los usuarios permite el impulso de acciones de comunicación basadas en la vida activa y saludable.

# 3.

## TECNOLOGÍA

El proyecto “Tourist Inside” va a permitir posicionar a Rías Baixas como destino pionero en el despliegue evolutivo de tecnología aplicada a los DTI, dado que da continuidad al proyecto iniciado en 2015.

# 4.

## ACCESIBILIDAD

Creciente legislación en accesibilidad

Posibilidad de certificarse según normas de accesibilidad, al igual que se hará con las norma DTI.

# 5.

## SOSTENIBILIDAD

Oportunidad de crear productos y experiencias turísticas relacionados con el turismo slow, ecológico y de naturaleza, en línea con un cambio de paradigma en los hábitos de consumo, generado por la Covid-19, debido a la creciente concienciación por parte de la población global en aspectos relacionados con prácticas responsables, saludables y ecológicas.

Continua evolución de las tendencias del turismo: viajeros más responsables y tendencia al turismo experiencial.

Esperado aumento del número de peregrinos

Desarrollo de nuevos productos, innovación, emprendimiento y colaboración entre agentes, que valoran los espacios rurales, la desestacionalización de la oferta y el interés por potenciar el interior de la provincia.

Relación calidad-precio muy competitiva y de buena calidad, con diversidad de productos y servicios: patrimonio, naturaleza, termalismo, comida y vino y paisaje.



## 4.6 CONCLUSIONES

Una de las primeras conclusiones que podemos extraer de esta crisis provocada por la Covid-19 es que **la normalidad que todos anhelamos viene de la mano de una incertidumbre como nunca antes habíamos vivido**. El turismo ha sido una de las industrias que más está siendo afectada por la pandemia y el futuro de nuestro destino turístico se verá afectado por agentes externos y circunstancias que no podemos controlar. Además, es importante **tener conciencia de que la amenaza de futuros rebrotes o nuevas mutaciones del virus no se puede llegar a predecir con total fiabilidad, a pesar de la excelente noticia que supone el inicio de la vacunación**.

En la actualidad, la industria turística cuenta con diferentes medidas de obligado cumplimiento, que emanan tanto del Gobierno de España y de la Xunta de Galicia, dentro del ámbito de sus competencias, como de las Autoridades Sanitarias. Estas medidas establecen los tiempos, las fases y protocolos de apertura, así como las regulaciones y recomendaciones tanto en lo que respecta a la movilidad de las personas, a los trabajadores y trabajadoras del sector, a la atención de las personas visitantes, a los destinos y a las infraestructuras turísticas.

**El año 2020 ha sido un año históricamente muy complicado dado que ha cortado de raíz la evolución positiva de la industria turística de Rías Baixas en los últimos años,** efecto que ha repercutido de manera inimaginable el sector privado.

Lo primero que debemos hacer para concluir el apartado de análisis estratégico es enumerar algunas de las lecciones que hemos ido aprendiendo a lo largo de estos meses, las cuales servirán como base para la elaboración de la estrategia de turismo para los próximos años:



**La industria turística ha desarrollado a lo largo de los años una sólida base en los datos estadísticos para analizar y segmentar a los turistas.** Sin embargo, la Covid-19 nos ha hecho enfrentarnos a una nueva realidad en la que la mayoría de los datos que habíamos recogido hasta ahora, y en los cuales nos basamos para tomar decisiones, han dejado de tener validez. Por ello, la Inteligencia Turística, el Big Data y **la Inteligencia Artificial son desde ya mismo líneas de acción en el eje tecnológico que Rías Baixas como DTI debe incorporar en su plan estratégico,** además de facilitar que los diferentes actores del ecosistema turístico incorporen estos sistemas en sus procesos de negocio.



El conocimiento acumulado hasta la fecha y las experiencias aprendidas hasta el 2020 han perdido validez, **debido a la aparición de nuevos patrones de consumo y comportamiento por parte del turista, lo que sabíamos que funcionaba hasta ahora puede que no funcione después de la crisis sanitaria.** Debido a esto, es importante adoptar estrategias ágiles, tanto en la gestión del destino como en el desarrollo de soluciones y servicios turísticos. El turista ha cambiado, tiene nuevas necesidades y **Rías Baixas a través de herramientas tecnológicas y desarrollos innovadores tiene que adaptarse a las nuevas exigencias del turista que surgirá después de la Covid-19.**



A pesar de que Rías Baixas trabaja constantemente en mantenimiento de los recursos turísticos en perfectas condiciones, es innegable que la Covid-19 ha provocado que ciertos productos, experiencias, atracciones, infraestructuras e inversiones se queden obsoletas frente a las nuevas restricciones y por lo tanto se requieren nuevos recursos para su actualización. Esta situación presenta, para **Rías Baixas, una oportunidad para alinear proyectos y visiones destinados captar fondos económicos de las nuevas partidas financieras aprobadas por la Comisión Europea (REACT-EU).**

## desde Rías Baixas debemos enfocar los esfuerzos en reforzar la percepción de seguridad de nuestro destino y ganar la confianza de todos



Si algo nos ha enseñado esta crisis es que para sobrevivir la colaboración institucional público-privada es ahora más imprescindible que nunca. Por eso es **fundamental el desarrollo de nuevos ecosistemas, la convergencia de nuevas industrias y la cooperación entre diferentes actores como el sanitario, el tecnológico y las start-ups**. Desde Rías Baixas somos conscientes de que debemos asumir nuevas funciones, desarrollar nuevas competencias y adquirir nuevos conocimientos para ser más competitivos y estar preparados para ir adaptándonos a esta nueva situación epidemiológica, sanitaria y económica que tenemos por delante.

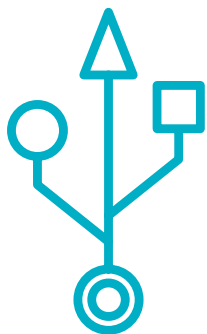


**La crisis de la Covid-19 ha acelerado procesos que ya estaban en marcha como la digitalización y la transformación digital, pero también ha puesto en evidencia algunas de las debilidades del modelo de desarrollo turístico vigente que será necesario cambiar**, siendo uno de los ejemplos de cambio, apostar aún más por la sostenibilidad y la accesibilidad. La Agenda 2030 nos muestra el camino para trabajar por un mundo mejor, alineando visiones entre todos los actores del sector.



**Debemos aprender a convivir con el miedo que provoca el virus Sars-Cov2. La apertura de los destinos no asegura la llegada de turistas.** Existe miedo a salir de casa, se ha desplomado la confianza de las personas visitantes y hay temor por viajar; por ello desde Rías Baixas debemos enfocar los esfuerzos en reforzar la percepción de seguridad de nuestro destino y ganar la confianza de todos. Además, **es nuestra obligación trabajar con el sector para que sobrevivan el mayor número de empresas posibles y que éstas aceleren los procesos de digitalización que les permitan adaptarse a la nueva economía post pandemia.**





Un proceso de transformación como el que supone convertirse en **Destino Turístico Inteligente**, trae consigo una serie de retos en los que se puede actuar para hacer frente a esta situación y mitigar en la medida de lo posible los efectos de esta crisis en los próximos años. A continuación, se exponen una serie de retos en los que Rías Baixas como Destino Turístico Inteligente puede trabajar (algunos de los cuales ya se encuentran en desarrollo) para hacer frente a la incertidumbre que nos toca vivir como destino turístico.



## EL PRIMER RETO ES EL ECONÓMICO Y SOCIAL,

donde el objetivo prioritario es la reactivación de la actividad turística y la recuperación de los empleos. Por lo tanto, algunas de las medidas que se contemplan en este nuevo plan estratégico son:



Acciones encaminadas a **reducir la sensación de inseguridad percibida** por los visitantes, adoptando certificaciones para el servicio de limpieza y desinfección, mejorando los sistemas de gestión en puntos que permitan la concentración de personas.



Fomento de **acciones encaminadas a aumentar la propensión del gasto en los comercios locales**, apoyando a la economía local de la industria turística.



**Informar a todos los actores del ecosistema turístico de las ayudas existentes** de las diferentes instituciones públicas, ofreciendo dicha información segmentada según la tipología de las empresas a las que se orienta la ayuda.



**Mejorar la comunicación constante con el turista y el ciudadano** a través de los diferentes canales digitales de Rías Baixas.



Desde el servicio de Turismo de Rías Baixas la innovación es una constante en el día a día y por ello una de nuestras misiones es apoyar el **desarrollo de nuevas capacidades del ecosistema turístico en ámbitos como la generación de nuevos productos, el marketing, la inteligencia de mercado, etc.** Desde el área SmartPeme se seguirá trabajando en el diseño de cursos gratuitos de formación online para aquellas personas más afectadas desde el punto de vista económico, en colaboración con universidades y otras instituciones docentes y de formación, así como con asociaciones empresariales de los ámbitos turísticos y de las TIC.



Desde el observatorio de turismo aplicamos **metodologías innovadoras, actuando de forma disruptiva, para encontrar nuevas formas de promoción del destino** y desarrollar nuevos productos y servicios turísticos.

## EL SEGUNDO RETO ES EL SANITARIO,

cuyo objetivo es dotar del mayor número de garantías a la población, a las personas visitantes y a los y las profesionales que trabajan en el sector. Algunas de las principales medidas que ya se están llevando a cabo desde Diputación de Pontevedra son:



Adaptar y acondicionar los espacios públicos y físicos para que tanto turistas como población **perciban la garantía de seguridad del destino, cumpliendo los protocolos diseñados por el Ministerio de Sanidad y por el ICTE (a encomienda de la Secretaría de Estado de Turismo).**



Diseñar y gestionar los flujos de personas y los accesos para **evitar la sobresaturación de los espacios**, respetando la distancia de seguridad acordada por las autoridades sanitarias. Además, fomentamos el uso de la tecnología para la gestión de reservas y el control de aforos, evitando las aglomeraciones.



Actualizar de manera continua la información ofrecida al usuario para asegurar que reciba una **comunicación de alto valor.**



Realizar **campañas de comunicación centradas en la población, que muestren los beneficios del turismo y anime a los residentes a recibir a los visitantes.**



**Desarrollar chatbots**, que, en la medida de lo posible, puedan responder a las preguntas reiterativas o información generalista sobre medidas adoptadas durante la Covid-19.

## EL TERCER RETO ES LA PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN,

donde la prioridad es el poder implementar herramientas para captar nuevos segmentos y mercados potencialmente interesantes para Rías Baixas, que permitan desarrollar nuevos productos y servicios para las personas visitantes. Además, es fundamental seguir reforzando el valor de la marca Rías Baixas en el mercado, y que cuya identidad percibida siga siendo la naturaleza, la autenticidad, la gastronomía y la riqueza cultural del territorio. Algunas de las principales acciones relativas a esta dimensión son:



**Reforzar los atributos de Rías Baixas asociados a la calidad de vida, la salud, la gastronomía y el bienestar de los habitantes del territorio.**

Asimismo se reforzarán los mensajes relacionados con la seguridad de Rías Baixas, estimulando el respeto a las medidas de seguridad.



A través del nuevo proyecto tecnológico “Tourist Inside” se **digitalizarán las oficinas de la Red INFO RIASBAIXAS y se podrá desarrollar información turística contextualizada y personalizada.** Además, desde el servicio de turismo de Rías Baixas se diseñarán promociones basadas en la aportación de valor añadido con reducción de aforo y experiencias únicas más personalizadas, adecuando las experiencias turísticas al contexto que vivimos de evitando que su valoración se centre exclusivamente en el precio.



El proyecto **Tourist Inside** permitirá evolucionar el CRM del servicio de turismo de Rías Baixas para mejorar las herramientas de marketing y de gestión de redes sociales, con el objetivo de ser más eficientes a la hora de lanzar campañas de comunicación y promoción a los segmentos estratégicos de turistas, generando acciones que faciliten el recuerdo del viaje para incrementar la recurrencia del viajero y la prescripción a familiares y amigos.



**Redefinir los mensajes a transmitir para que sean mucho más cercanos, personales y humanos,** utilizando un lenguaje empático con mensajes equilibrados entre las expectativas del visitante y las nuevas emociones generadas por la crisis sanitaria.

## EL CUARTO RETO ES EL REFERIDO A LA OFERTA TURÍSTICA,

donde se reforzarán las estrategias de producto, línea en la que Rías Baixas ha venido trabajando los últimos años y que ha permitido construir una marca reconocida y valorada por nuestros visitantes y turistas. El objetivo es ofrecer a los turistas experiencias únicas, memorables y personalizadas, generando productos y servicios nuevos con recursos existentes y de valor. Algunas de las acciones planteadas para trabajar en este reto son:



La situación sanitaria nos obliga a adaptar nuestros productos y servicios hacia el mínimo contacto físico a través de tecnologías como el reconocimiento de personas, tótems desplegados por el territorio y en las oficinas de turismo, avatares, chatbots, aplicaciones móviles, etc. **El objetivo es eliminar lo táctil e invertir en sensores de movimiento, activación por voz, escáneres e inteligencia artificial.**



Un despliegue de tecnología que permita **diseñar recorridos virtuales de 360 grados por los principales recursos turísticos de Rías Baixas**. También se plantea el desarrollo de recreaciones en 3D de elementos de la naturaleza, así como visitas virtuales a parques naturales, mercados, rincones o calles especiales del destino, acompañadas de su historia y una guía virtual.



**Promover el consumo de cultura y actividades online:** desde visitas a interiores de museos, obras de teatro, conciertos, películas, monólogos, espectáculos de magia, danza o exhibiciones populares hasta sesiones de entrenamiento, yoga, actividades deportivas, bibliotecas, archivos, universidades, cursos, talleres, etc...



Fomentar el desarrollo de **nuevos eventos, festivales o congresos online** que conviertan las visitas y experiencias presenciales, en actividades más íntimas y reducidas.



**Utilizar la gamificación** para que la atención al cliente, el disfrute de una experiencia turística o el descubrimiento de un recurso turístico se conviertan en algo más tecnológico y menos físico, que además tenga una parte motivadora y divertida.

Los datos y la inteligencia turística son una de las claves de un DTI, por lo tanto,

## **EL QUINTO RETO ES LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO TURÍSTICO,**

**para gestionar de forma más eficiente el ciclo de viaje del turista, utilizando nuevas fuentes de información.** Algunas de las acciones que se llevarán a cabo son:



Hoy en día uno de los **principales retos a la hora de gestionar el conocimiento es hacerse las preguntas correctas a las que dar respuesta.** La tecnología nos permite buscar respuestas en **nuevas fuentes de datos:**

Datos estadísticos generados por el Servicio de Turismo Rías Baixas.

Datos públicos compartidos por otras entidades (tanto de otras áreas de la Diputación como de instancias supramunicipales o estatales como el INE o el IGE).

Datos extraídos de redes sociales a través de grafos de conocimiento o herramientas de escucha activa de sentimientos y opiniones que hayan compartido las personas visitantes en diferentes redes sociales, para comprender y entender patrones de comportamiento de segmentos de turistas potencialmente interesantes para Rías Baixas.

Datos generados a través de diferentes elementos de sensorización del territorio a través del proyecto Tourist Inside.

Datos compartidos por otros entes gestores de turismo de diferentes DTI y también de actores relevantes del sector privado de la industria turística.



**Elaborar nuevos indicadores y métricas** en las áreas de sostenibilidad económica, medioambiental y social, así como en lo relativo al marketing y comunicación de las nuevas campañas de promoción de Rías Baixas.

**La tecnología nos permite buscar respuestas en nuevas fuentes de datos.**

## EL SEXTO Y ÚLTIMO RETO ES EL RELATIVO A LA GOBERNANZA DEL DESTINO,

**concretamente a la cooperación público-pública y a la público-privada** con la intención de coordinar y sumar esfuerzos para mejorar la gestión de Rías Baixas, ayudando a la industria, empresa y personas autónomas más golpeadas por la crisis de la Covid-19. Rías Baixas debe abordar la recuperación como una oportunidad para reconducir al destino hacia un modelo de producción y consumo turístico más responsable y sostenible. Se presentan a continuación algunas de las acciones que se llevarán a cabo:

**Rías Baixas debe abordar la recuperación como una oportunidad para reconducir al destino hacia un modelo de producción y consumo turístico más responsable y sostenible.**



Continuar el desarrollo de productos turísticos apoyados en segmentos y sectores propios, basados en **productos de proximidad y km.0**, sustentados sobre recursos culturales y de naturaleza.



Favorecer la **integración del turista en la comunidad local** promoviendo su interacción con la cultura de nuestro territorio en el contexto de la nueva realidad provocada por la pandemia.



Seguiremos desarrollando **campañas para integrar a la población en el desarrollo económico y turístico del destino, fomentar el orgullo cívico y el compromiso con los eventos, recursos y economía turística de Rías Baixas.**

Para terminar este apartado de conclusiones desplegamos una serie de claves que serán fundamentales para el futuro del turismo, a nivel general, y concretamente para Rías Baixas:

La efectividad de las diferentes **vacunas** contra la Covid-19.

**El programa de Fondos Europeos**, especialmente Next Generation, para la reconstrucción de la industria.

**Predominio de los viajes de proximidad** y de naturaleza.

La pandemia podría dar paso a un rápido **aumento de la productividad de las empresas** supervivientes, fruto de la adopción de nuevos procesos y tecnologías como la robotización o el 5G.

**La flexibilidad en las reservas.** El factor precio seguirá siendo crucial, pero van a adquirir mucha importancia las condiciones de reserva respecto a facilitar cancelaciones, cambios y reembolsos, para estimular así la demanda y generar confianza.

**Auge del turismo de lujo.** Las marcas premium van a ir por delante en la recuperación, así como todo lo relativo al segmento del lujo.

**Reducir la posible polarización del consumo** turístico causada por la crisis sanitaria, la cual ha provocado una importante pérdida de masa crítica en las clases medias y que podría generar que, debido a motivos económicos o sanitarios, determinados grupos sociales pudieran quedar excluidos de la posibilidad de viajar.

**Nuevos players en el sector.** La crisis también representa un escenario de oportunidad; fondos de capital riesgo, start-ups, multinacionales tecnológicas, sociedades de inversión inmobiliaria, entre otros, van a tomar posiciones en un sector con un potencial de crecimiento tan grande como en estos momentos es el turismo.

**Nuevos escenarios en la industria turística** en los que deberemos aprender a gestionar la incertidumbre mediante innovaciones en el sector en cuanto a procesos, productos, nuevas formas de hotelería, de gastronomía...





# 05.

## Líneas estratégicas, programas.

---

Una vez concluida la parte del diagnóstico estratégico y definido los retos, visión, pilares y objetivos estratégicos, se presenta la estructuración de este plan estratégico con un horizonte a 2023.

A continuación, se describen cada una de las líneas estratégicas, justificando su relevancia y la relación con los objetivos y pilares estratégicos.

## 5.1 OFERTA TURÍSTICA

La primera de las líneas estratégicas ha de hacer de Rías Baixas un destino con una propuesta de valor definida a través de la **construcción de una oferta turística excepcional orientada al turista en base a la articulación de productos turísticos con una gestión especializada**, capaz de cubrir adecuadamente los requerimientos de los diferentes segmentos a los que se dirigen. Asimismo, se continuará trabajando en mejorar la información y la atención que reciben los turistas y visitantes para que la experiencia turística supere sus expectativas. El objetivo principal de esta línea estratégica es la creación de valor para el visitante **potenciando la articulación de productos turísticos definidos en el plan estratégico 2017-2020 e identificando nuevos productos que cubran la oferta a segmentos estratégicos.**





Las principales líneas de trabajo irán encaminadas a la articulación de una oferta diversa y atractiva que dé respuesta a las expectativas de los turistas a la vez que se adapta a sus intereses y principales motivaciones de viaje. Es importante que la oferta turística de Rías Baixas satisfaga las necesidades y requerimientos específicos de nuestros visitantes y que promueva, al mismo tiempo, el incremento al consumo y el gasto de los turistas. El Servicio de Turismo de Rías Baixas trabaja con el fin de generar valor añadido al producto a partir de la innovación y la diferenciación, fundamentalmente, con un enfoque al cliente segmentado. Es importante destacar que la incorporación de valor en cada uno de los eslabones de la cadena turística se traduce en una mayor relación calidad-precio, mayor satisfacción del visitante y, por lo tanto, en mayor competitividad para el sector privado del ecosistema turístico del territorio.

Las motivaciones y necesidades de los diferentes segmentos estratégicos permiten observar diferencias significativas entre las personas visitantes, por ello, el Servicio de Turismo de Rías Baixas trabaja para identificar y diferenciar productos y servicios específicos para grupos determinados de consumidores a lo largo de todo el territorio de Rías Baixas. **La gestión del turismo a través de un portafolio de productos turísticos de Rías Baixas es la estrategia de gestión que va a permitir optimizar la relación calidad-precio en función de las capacidades y motivaciones de gasto de cada segmento de cliente.**

Tal y como se comenzó a trabajar en el Plan Estratégico anterior, el objetivo es seguir potenciando las diferentes tipologías de productos turísticos claves para nuestra provincia, en torno a planes de producto. Esto significa pasar de una visión uniforme, masiva y monoproducción del destino, a un enfoque científico, orientado al turista, reforzando las ventajas competitivas respecto de otros destinos tradicionales. Los principales objetivos de este enfoque son:

**El Servicio de Turismo de Rías Baixas trabaja con el fin de generar valor añadido al producto a partir de la innovación y la diferenciación.**

**1.**

**Incrementar el interés de nuestro territorio para el turista**, haciendo más visible y atractivo el conjunto de servicios y experiencias que Rías Baixas ofrece.

**2.**

**Ampliar las opciones de consumo de los visitantes, aumentando el gasto medio y la rentabilidad** de la actividad turística en el territorio.

**3.**

**Estructurar el conjunto de la oferta y servicios turísticos de Rías Baixas** en torno a planes de producto, promoviendo una **gestión del marketing del destino más eficiente y segmentada**.

**4.**

**Intensificar y optimizar el uso de las TIC** en la interacción con el turista. Poniendo a su disposición, a través de las herramientas online, la mejor información en todas las fases del ciclo del viaje.



A continuación, se presenta una relación de los principales planes de producto que impulsa el Servicio de Turismo de Rías Baixas que serán ampliados en las correspondientes fichas de acción en el apartado 6:

### **Camino de Santiago Año Santo 2021-2022**

**Turismo Cultural**    Patrimonial  
                                  Festivales  
                                  Arqueológico

### **Turismo Industrial y Científico**

### **Turismo de Salud y Enogastronómico**

### **Turismo Activo**

### **Turismo Deportivo**

## 5.2 COMPETITIVIDAD Y REACTIVACIÓN TRAS LA COVID-19

Uno de los principales objetivos de los gestores de un destino turístico es desarrollar mecanismos para posicionar de manera eficiente el territorio al objeto de atraer visitantes y turistas, y que a través del gasto de estos, generen competitividad al tejido empresarial del destino. Desde el punto de vista del Servicio de Turismo de Rías Baixas impulsar la **competitividad del territorio supone desarrollar actuaciones por parte de la administración pública (en sus diferentes niveles de organización), encaminadas a mejorar la posición de Rías Baixas, sus empresas y los diferentes productos turísticos.** Además, ser competitivo implica ser sostenible en las diferentes dimensiones: social, cultural, medioambiental y por supuesto, también en la económica. Por lo que **la competitividad del destino no debe definirse como un fin en sí mismo, sino como un objetivo para alcanzar la prosperidad de la sociedad que vive en el territorio.**

Un destino turístico reúne múltiples atributos que determinan su atractivo: factores como el precio, los atractivos naturales, patrimoniales y culturales, la calidad de los servicios, etc., son decisivos para que las personas visitantes escojan el destino para disfrutar de sus vacaciones o pasar unos días visitando y descubriendo el territorio. El tema de la seguridad, siempre ha sido un elemento diferencial, pero precisamente la crisis sanitaria hace que las medidas de seguridad sanitarias tengan mayor relevancia a la hora de escoger un destino para las vacaciones. Por lo tanto, **tanto la seguridad percibida por el turista, como la implementación de las medidas sanitarias, constituyen un aspecto clave en la experiencia turística.**

El término de seguridad turística puede abordarse desde diversos enfoques, desde nuestro punto de vista debe hacer referencia a la intención del turista de disfrutar de una experiencia turística plena en las mejores condiciones y con los mínimos riesgos. Además, en el destino debe confluir que todos los actores del ecosistema deben tener la capacidad y el conocimiento para actuar ante situaciones críticas, para poder afrontarlas y minimizar o mitigar los impactos negativos. Por ello, **desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se trabaja para convertir a la provincia de Pontevedra en un destino turístico genuino, seguro, elegido por sus atributos culturales y naturales, sus valores éticos, gestionado de manera colaborativa, orientado hacia su transformación en territorio inteligente y ahora más que nunca, seguro.**

Uno de los principales compromisos sobre los que se sustenta la política turística de la Diputación de Pontevedra es maximizar la seguridad de tu-

ristas y visitantes, manteniendo una oferta de servicios de calidad al tiempo que se facilitan las medidas higiénico-sanitarias y de salud necesarias para mantener la seguridad y ofrecer garantías, fiabilidad y confianza. Con la debida gestión de la crisis provocada por la Covid-19, la recuperación de los destinos de la provincia de Pontevedra debería ser progresiva, una vez minimizado el riesgo sanitario, si bien el ritmo de la misma dependerá de las medidas que se vayan adoptando para evitar principalmente la aparición de nuevos contagios, pero también para transmitir una imagen de credibilidad y seguridad.

Este plan incorpora una línea estratégica sobre seguridad y resiliencia turística que derivará en diferentes programas y actuaciones, y que facilita la transición hacia una nueva situación de normalidad. **Las diferentes acciones que se desarrollarán en este apartado servirán para garantizar el normal desarrollo de la actividad turística y, por tanto, para mejorar la competitividad de Rías Baixas como destino turístico.**

**Ser competitivo implica ser sostenible en las diferentes dimensiones: social, cultural, medioambiental y también en la económica.**



## 5.3 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Una de las principales competencias que tienen los gestores de destinos son la promoción y la comunicación. Estas representan la función turística por excelencia, debido a que su gestión no colisiona con otras competencias muy necesarias para la correcta gestión del destino (infraestructuras, recursos naturales y culturales, ordenación del territorio, sanidad, comercio, etc.). Sin embargo, esta línea estratégica que podría parecer fácil de orientar está cambiando de manera acelerada debido a que la realidad actual está marcada por la transformación digital: **el visitante actual ha cambiado radicalmente si los comparamos con el que viajaba hace 30 años. Por ello, es de vital importancia conocer el ciclo del viaje (antes, durante y después) y ofrecer a las personas visitantes, a través de la tecnología, el consumo de experiencias segmentadas según sus patrones de comportamiento, sus afinidades y gustos.**

El Servicio de Turismo de Rías Baixas es consciente del cambio y dinamismo de los intereses de la demanda y la cada vez más notable presencia del entorno digital en todas las fases del ciclo de viaje. Por ello, **es necesario implementar estrategias de comunicación más selectivas, más enfocadas, más efectivas, escogiendo para ello canales y mensajes específicos para el público objetivo.** Además, en un entorno donde existe una alta competitividad, Rías Baixas debe competir con productos específicos en un segmento concreto de mercado. Hay que tener en mente que **los mercados a los que se orienta la marca turística son diferentes en lo que respecta a necesidades y motivaciones, por lo cual requieren de estrategias personalizadas asociadas a sus características sociales y culturales.**

Rías Baixas lleva años trabajando para diferenciar y potenciar los puntos fuertes del territorio y de su oferta con las oportunidades que se encuen-

tran en cada mercado. Cada vez más las necesidades y los gustos de los turistas se vuelven más específicos, a lo que hay que añadir que no siempre se viaja de un mismo modo o con el mismo fin; por ello es **imprescindible desplegar tecnología y herramientas que permitan conocer las actitudes y comportamientos de los visitantes para poder satisfacer sus demandas cuando nos visiten.**

La estrategia de promoción y comunicación de Turismo Rías Baixas está enmarcada dentro del proyecto de Smart Destinations y requiere, desde el punto de vista de la comunicación, de una marca que aglutine los atributos de innovación y frescura; a la vez que sea asociado a los principales atributos que el visitante tiene en su mente cuando piensa en Rías Baixas. Debido a esto, **las acciones que se proponen en este plan estratégico están alineadas con el objetivo de reforzar la Marca Rías Baixas y potenciar los atributos inherentes de nuestro territorio.**

---

**Es de vital importancia conocer el ciclo del viaje y ofrecer el consumo de experiencias segmentadas según sus patrones de comportamiento, sus afinidades y gustos.**

### 5.3.1 Impulso a la segmentación de mercados

Desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se desarrollan **campañas innovadoras centradas en el turista potencial a la vez que se refuerzan otros targets potenciales como son el turista de naturaleza y el cultural**. La segmentación se realiza bajo estas premisas: en relación al turista potencial se puede clasificar como personas de edad comprendida entre 35 y 60 años, residentes en entornos urbanos de más de 50.000 habitantes, mientras que el turista de naturaleza son hombres y mujeres en la franja de edad de 25 a 64 años que residen en hábitats de entre 5.000 y 20.000 habitantes; y el turista cultural es una persona de más de 35 años que reside en ciudades de más de 5.000 habitantes. Con estas premisas, **los mercados a los que se dirigen las campañas que se realizan desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas son, por un lado al mercado nacional para fomentar la llegada de turistas desde todas las Comunidades Autónomas de España, buscando que Rías Baixas se posicione entre las opciones favoritas, y por otro lado, se realizan campañas orientadas a potenciar el turismo interno dentro de Galicia que permita desestacionalizar el turismo.**



De cara a la realización de campañas y promociones, desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se realiza un **mix de medios que suele distribuirse entre Internet / canales online como medios principales y canales tradicionales escritos (revistas especializadas) como medios secundarios**. Las principales ventajas que aportan los canales online son una mayor cobertura y segmentación (tanto por perfiles como por geografía), un bajo coste en relación al número de impactos en los potenciales visitantes y la posibilidad de llevar a cabo una medición de los impactos en tiempo real. Por otra parte, los medios tradicionales aportan una buena imagen de marca Rías Baixas, una segmentación por tipología de soportes (el lector es afín a los medios que lee) y una buena versatilidad en los diferentes formatos que se pueden utilizar.

Estos soportes online permiten segmentar de forma muy precisa, alcanzando al público objetivo en el momento más adecuado y permiten, además, combinar diferentes materiales audiovisuales con diferentes creativiades que aumenten la notoriedad de la marca Rías Baixas.

Los principales formatos que se utilizan son aquellos que permiten generar impacto de marca buscando notoriedad y visibilidad, a través de usuarios de Smart TV y a través de plataformas como Youtube, Mitele y Atresmedia. Además, se pretende impactar en el público objetivo a través de campañas en Facebook e Instagram para que tengan en mente Rías Baixas como destino para sus vacaciones.



En relación al soporte video, se trabaja principalmente con Youtube por ser la plataforma número uno en consumo de vídeo online (84% de los internautas). **El objetivo es impactar en personas aficionadas a los viajes y al aire libre, que estén pensando en planificar una escapada tan pronto como se pueda**. Finalmente, se utilizan formatos Rich Media para conjugar vídeo e imágenes que generen impactos notorios y que llamen mucho la atención ubicando los anuncios en soportes de gran calidad que interesen a nuestro público objetivo. **El objetivo es buscar la visibilidad de la marca Rías Baixas y aumentar la frecuencia y el recuerdo de la marca.**

## 5.3.2 Inteligencia turística aplicada a la gestión de la marca y posicionamiento

Desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se ha llevado a cabo un estudio comparativo con destinos similares a Rías Baixas a través de **diferentes herramientas de inteligencia competitiva para conocer el estado de situación de Rías Baixas frente a terceros y conocer la posición de nuestro territorio frente a otros destinos competidores de proximidad**. Rías Baixas ha focalizado su análisis en monitorizar todo lo publicado sobre destinos turísticos similares en los diferentes canales, ya sea en medios online, redes sociales, blogs o foros entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2020. A modo de resumen, **se han analizado más de 2 millones de menciones realizadas por 700 mil personas llegando a un público objetivo de casi 4 millones de audiencia en los diferentes canales.**



Las principales conclusiones del análisis comparativo han sido que **Rías Baixas se sitúa en tercera posición por delante de Cantabria y Norte de Portugal en volumen de menciones**. La visibilidad de la marca en 2020 se ha visto reducida ligeramente frente a otros competidores. No obstante, no debe ser interpretado como algo negativo desde el punto de vista reputacional, ya que parte de esta bajada se debe a la menor conversación crítica sobre la festividad Rapa das Bestas, aplazada en 2020 por la pandemia. **Es importante destacar que el control que tiene el Servicio de Turismo de la marca Rías Baixas a través de sus canales propios sobre la notoriedad es mejor que sus principales competidores. Las cuentas propias de Rías Baixas generan el 9% de la conversación total.**

**Rías Baixas goza de un sentimiento positivo en relación al tono de las menciones que comparten los usuarios en las redes sociales debido a que los contenidos que suscitan mayor interés están relacionados con los atributos inherentes a Rías Baixas como son paisajes, panorámicas y visiones aéreas de los atractivos.** La Cultura, el Sol y playa y la Naturaleza son los principales atributos reputacionales de Rías Baixas. Destacan curiosidades y exposiciones del Museo de Pontevedra, fotografías del Castillo de Soutomaior o la Catedral de Tui y referencias paisajísticas sobre el entorno marítimo y zonas verdes como las Islas Cíes, la Playa

de Rodas o la Playa de A Lanzada. A nivel musical, lidera la cobertura del Festival PortAmérica y como elemento diferenciador, **es importante destacar que Rías Baixas consigue despuntar frente a sus competidores en sostenibilidad, música y espectáculos, mantenimiento de las infraestructuras y recursos turísticos, así como el Camino de Santiago que atraviesa la provincia de Pontevedra.**



**Se han analizado más de 2 millones de menciones realizadas por 700 mil personas llegando casi a 4 millones de audiencia en los diferentes canales.**

Se ha realizado un análisis competitivo en los canales online para analizar la reputación de los diferentes destinos en redes sociales. En general, la polaridad de la conversación sigue un patrón similar en todos los destinos, donde predomina el sentimiento neutro. **Analizando las conversaciones que se han mantenido en los diferentes canales online, Rías Baixas se sitúa como una de las marcas con mayor presencia propia, con más de 5.500 publicaciones en los distintos perfiles propios, y con un alcance de 26.000 RTs durante los últimos 24 meses.** La conversación sobre el turismo de Rías Baixas logra su pico más alto en julio de 2019, coincidiendo con la fecha en que se celebran los Festivales Rapa das Bestas y Portamérica. En 2020, el mes con mayor actividad también es julio, aunque la conversación se reduce por el aplazamiento de eventos y el menor volumen de turismo propiciado por la pandemia. A pesar de ello, **destaca la difusión de imágenes y contenidos promocionales sobre los atractivos turísticos a partir de la campaña #VenÁsRíasBaixas y #VenAPontevedraProvincia.** Entre alguno de los más mencionados, se encuentran la isla de Ons, la isla de Arousa o la playa de A Lanzada. **Como cabe esperar, la mayor parte de la conversación acerca de Rías Baixas se produce en España. En los mercados internacionales, los usuarios americanos, ingleses y portugueses registran mayor presencia frente al resto de mercados.** Predominan fotografías de paisajes de las playas y otros atractivos de la región, como la isla de Arousa. **En relación a los principales temas (mediante hashtags) relacionados con Rías Baixas en las redes sociales destacan los atractivos culturales**

**sobre el Museo de Pontevedra o el Museo do Mar con la promoción de sus exposiciones y jornadas. Destacan también referencias al Camino de Santiago Portugués, donde los usuarios expresan que “aporta un innegable valor a Pontevedra” y mencionan las ciudades “bellas” que se pueden recorrer, así como información sobre las etapas o fotografías.** También se comparten los lugares más relevantes bajo el paraguas de la marca “en la provincia de Pontevedra”, como Combarro, Islas Cíes, O Grove, Castillo de Soutomaior, Poio, Lanzada o Arousa. A nivel de formato de publicación, sobresalen imágenes, principalmente panorámicas aéreas, como las vistas desde la Ría de Vigo.

Gracias al análisis competitivo que se ha llevado a cabo se han identificado como **principales conclusiones el reforzar la promoción en mercados internacionales a partir de atractivos emblemáticos. Por otro lado, se debe apoyar la oferta gastronómica con contenidos específicos de ingredientes, platos o restauradores para potenciar aún más en redes sociales la gastronomía de Rías Baixas.** La situación creada por la Covid-19 obliga a buscar alternativas de comunicación que compensen la ausencia de eventos presenciales y otros atractivos físicos con los que Rías Baixas consigue un buen posicionamiento como destino cultural.



### 5.3.3 Red de oficinas de turismo

Dentro de las diferentes herramientas de gestión y promoción con las que cuenta el Servicio de Turismo de Rías Baixas destaca la Red de Oficinas de Turismo, denominadas Red INFO RIASBAIXAS. A partir del Plan Estratégico de 2017, se impulsó la creación de dicha red. **El objetivo de la Red de Oficinas de Turismo es el fortalecimiento en la prestación de un servicio de calidad, homogéneo y global del destino de Rías Baixas.** Uno de los primeros contactos reales que suelen hacer los visitantes en el territorio es durante la fase de obtención de información del destino a través de las oficinas de turismo; y por lo tanto, **el tener bien diseñadas las oficinas junto con personal cualificado es un elemento muy valorado por lo visitantes y define el grado de satisfacción del visitante en su visita al territorio.** Dependiendo de esa primera experiencia en la oficina de turismo, ganaremos su futura lealtad, así como la divulgación desinteresada de su atractivo para terceros.



La prestación de un servicio público de información turística bien organizado, de calidad, de fácil acceso, identificado y con buena imagen, a través de un sistema de información en red, es fundamental en el proceso de modernización de las administraciones y acciones dirigidas directamente a los usuarios turísticos. Por lo tanto, **el objetivo de esta red INFO RIASBAIXAS es hacer una gestión compartida entre las oficinas de turismo cuya gestión es competencia directa del Servicio de Turismo de Rías Baixas y otras oficinas externas pertenecientes a los ayuntamientos de la Provincia de Pontevedra, de manera que la gobernanza en red, el compartir conocimiento y buenas prácticas eleven la prestación de servicios en los puntos de atención turística y mejorar la calidad percibida del turista en el territorio.**

Es importante destacar que desde el Servicio de Turismo Rías Baixas se lideran los distintivos Q de Calidad turística siguiendo la norma UNE-ISO 14785:2018 de oficinas de turismo. Las oficinas de turismo gestionadas por el propio servicio de Turismo: Palacete de las Mendoza y Monasterio de Armenteira fueron las pioneras de Galicia en certificarse en el año 2014, y desde el 2015 se incorporó esta certificación al punto de información turística del Aeropuerto de Vigo. Asimismo desde el 2018 las oficinas y/o puntos de información adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS tienen la posibilidad de poder beneficiarse de la obtención de distintivos de calidad de la mano de Turismo Rías Baixas. Desde entonces se encuentran certificadas las oficinas de turismo de Caldas de Reis, Cangas – Casa da Bola, Baiona, A Illa de Arousa,

Poio – Casal de Ferreirós, Nigrán – Dunas de Gaifar y A Estrada. Cada año, desde el servicio de Turismo Rías Baixas, se intentará que otras oficinas y/o puntos de información adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS se sumen y puedan certificarse.

Las principales funciones de la Red de Oficinas Turísticas de Rías Baixas son:

Desarrollo de una imagen turística y cultura corporativa común.

Compartir el uso de plataformas de gestión, contenidos multimedia y de información homogéneos, respetando las singularidades de cada municipio e implementación de metodologías unificadas en el servicio al visitante.

Coordinación y soporte técnico entre el Servicio de Turismo de la Diputación de Pontevedra y/o las oficinas y puntos de información de la provincia adheridos en materia de políticas turísticas y promoción.

Garantizar que se da respuesta a las demandas de información turística de manera homogénea y basada en actualizaciones tanto de metodología como de tecnología.

Obtener y generar estadísticas fiables sobre los perfiles del turista que visita la provincia con el fin de ser capaces de definir e implementar una estrategia de promoción.

## 5.4 DESTINO INTELIGENTE Y SOSTENIBLE

Un Destino Turístico Inteligente es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes

Esta definición integra **los pilares sobre los que se sustenta un DTI: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad, las bases para la estrategia de desarrollo que garantizan la competitividad a través de un proceso de mejora continua.** De ahí, que Rías Baixas apueste por este modelo de gestión dado que tiene en cuenta además de la transversalidad de la actividad turística, las características diferenciadoras que dotan a nuestro territorio de una identidad propia que permite diferenciarnos y ser uno de los principales motivos por los que los visitantes deciden disfrutar de sus vacaciones en nuestro territorio.



Desde hace años, el servicio de turismo de Rías Baixas apostó por adoptar las buenas prácticas fomentadas por el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes de la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España, siendo uno de los primeros destinos en sumarse al proyecto DTI y a la red DTI impulsada por Segittur. Debido a esta experiencia, desde Diputación de Pontevedra se quiere dar un nuevo paso más ambicioso que supondrá un salto cualitativo para todo el sector turístico. Rías Baixas, a través de este nuevo plan estratégico no solo quiere fortalecer las líneas estratégicas en las que lleva trabajando, sino que se ha propuesto ser el primer territorio supramunicipal certificado por la norma UNE178501 Sistema de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes.

Los principales motivos que han llevado al Servicio de Turismo de Rías Baixas a trabajar en la certificación como DTI son:

**La transformación digital del sector turístico** es una enorme oportunidad para todo el sector y que permitirá atraer recursos económicos del Gobierno del Estado y de la Unión Europea.

**Afianza la gobernanza del destino turístico** mediante la implicación de los diferentes actores del ecosistema, así como fortaleciendo las estructuras internas de gestión en los diferentes niveles público-público y público-privado

**Permitirá un incremento de la competitividad**, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros recursos de alto valor añadido.

**Acelera el desarrollo sostenible del destino** en sus vertientes medio-ambiental, económico y socio-cultural. Además de alinear estrategias y visiones con la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

**Permite actualizar los productos y servicios turísticos** con el objetivo de ofrecer a las personas viajeras hiperconectadas del siglo XXI experiencias óptimas.

**Convierte la estrategia turística en la base para la dinamización económica** del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo

**Permite reducir la brecha digital y la desigualdad** mediante la adopción tecnológica en el territorio, tanto en el ámbito público como en el privado.

**Permite, además, consolidar esquemas colaborativos público-privados** basados en la innovación y en el protagonismo del Big Data.

**Refuerza el valor de la marca "Rías Baixas".**

Es importante comprender la visión holística que Rías Baixas está desarrollando en su transformación en Destino Turístico Inteligente, por ello se resumen en el siguiente cuadro las dimensiones de trabajo en las que se está trabajando en cada uno de los pilares de un DTI:

**Figura 7. Pilares de un Destino Turístico Inteligente**



Fuente: Segittur

En los siguientes apartados se detallarán los diferentes planos específicos de trabajo por eje, sin embargo, es importante resumir el enfoque de cada uno de los ejes que componen el DTI. En primer lugar, **el análisis de la gobernanza se realiza a través de una visión estratégica que garantiza el desarrollo futuro de la actividad turística y la implementación de las acciones identificadas como estratégicas para Rías Baixas.** Es importante desarrollar una gestión eficiente, a través del uso racional de los recursos disponibles del territorio y garantizar procedimientos de transparencia y participación tanto de la ciudadanía como del sector turístico. **Este eje desarrolla una gestión responsable que hace más eficiente la planificación y la gestión de riesgos en el destino, así como la medición de las acciones realizadas y sus efectos.**

**Desde Diputación de Pontevedra se quiere dar un nuevo paso más ambicioso que supondrá un salto cualitativo para todo el sector turístico.**

En el eje de **innovación genera un proceso de mejora continua de los servicios, de la comercialización y la promoción y sobre la organización del ente gestor del destino**. El proceso de mejora continua, realizado de forma sistemática, aporta nuevas ideas a Rías Baixas y facilita la generación de valor, ayudando a reducir los riesgos de la estrategia propuesta. Las dimensiones más relevantes del eje de innovación son los procesos de gestión que analizan toda la cultura de la innovación del servicio de Turismo de Rías Baixas y de otros departamentos e instituciones públicas implicadas en el DTI. Por otro lado, se analizan los productos y servicios para generar productos turísticos o mejorar los existentes para dar respuesta al turismo hiperconectado del siglo XXI. La promoción, comercialización y el marketing juegan un rol fundamental en la estrategia de Rías Baixas como Destino Turístico y hay que evaluar la forma en que Rías Baixas gestiona su demanda real y potencial, así como la relación con el turista en las distintas etapas del viaje. Finalmente, **en el eje de innovación, una de las dimensiones fundamentales es la capacitación y el conocimiento que permiten, tanto a los responsables del ente gestor de Rías Baixas como a los diferentes actores del ecosistema turístico del territorio estar permanentemente actualizados de herramientas, cambios legislativos y tendencias que marcan el ritmo de los avances tecnológicos del siglo XXI.**



Sin lugar a dudas cuando hablamos de transformación digital y destino turístico inteligente, la tecnología es el eje que primero nos viene a la cabeza, dado que esta ha supuesto el mayor impacto desde el punto de vista de la transformación sectorial, en la forma en que se viaja o en la que se gestiona un destino. A modo de ejemplo podemos hablar de los sistemas de reserva online, el análisis de Big Data para la comprensión del turista/cliente o la incorporación de Inteligencia Artificial en diferentes procesos de gestión en toda la cadena de valor. Pero este escenario tecnológico también debe contemplar la enorme diversidad de soluciones tecnológicas, la rápida obsolescencia o el abaratamiento progresivo de las tecnologías en su acceso. Por ello, **cuando se analiza el eje de tecnología es importante analizar primeramente las tecnologías aplicadas a la gobernanza del destino dado que el ente gestor debe impulsar la implementación de una arquitectura tecnológica que cubra las necesidades de toda la cadena de valor y de los agentes turísticos, incluyendo la formación y capacitación en tecnología.** Además, es importante tener en cuenta todas las herramientas tecnológicas aplicadas al marketing turístico, que permiten tener un contacto permanente con los visitantes, durante todas las fases del viaje y a través de diferentes canales (omnicanalidad). **Un destino inteligente debe poseer una infraestructura de vanguardia que permita la conectividad con el turista durante todo el ciclo de viaje, que facilite la digitalización de las pymes turísticas y haga más eficiente**

**los servicios públicos impactados por la acción turística.** Finalmente, una de las dimensiones más destacadas del eje tecnológico es el relativo al conocimiento o inteligencia turística. Si hace uno años la información era la diferencia entre tener éxito o no, **hoy en día es el conocimiento lo que permite a los destinos ser más eficientes a la hora de atraer turistas más cualificados a los atributos del destino y que aumente la propensión del gasto de los visitantes al ofrecerles experiencias acordes a sus demandas en tiempo real.**



**El proceso de mejora continua, realizado de forma sistemática, aporta nuevas ideas a Rías Baixas y facilita la generación de valor.**

El tercer eje que trabaja un DTI es la sostenibilidad (en sus diferentes ámbitos, social, económico, cultural y medioambiental). **La sostenibilidad debe contemplar la actividad turística a largo plazo, de forma que la gestión actual no condicione la actividad en el futuro, tanto para el turista como para el residente.** Los beneficios de la actividad turística deben estar bien distribuidos en la población local, y por lo tanto es clave respetar la autenticidad y diversidad del destino, en especial a través de la dimensión cultural. La gestión de los recursos ambientales, su conservación y la biodiversidad del destino son uno de los aspectos más importantes de este eje de actuación; sin olvidar que el principal objetivo de la sostenibilidad es mejorar el bienestar de la población residente del destino y garantizar el futuro a las nuevas generaciones. Es importante también destacar el papel fundamental que tiene la Agenda 2030 de Naciones Unidas, a pesar de que la crisis sanitaria del Covid-19 pueda parecer que ha relegado su importancia; nada más lejos de la realidad. La crisis sanitaria pasará, gracias a los avances de la ciencia, pero no hay que perder de vista que la siguiente crisis mundial puede provenir por el cambio climático, de ahí que cuidar los recursos naturales y trabajar por conseguir alinear las políticas y líneas estratégicas de la Diputación de Pontevedra con los Objetivos Desarrollo Sostenible (ODS) es más importante que nunca. **Las principales dimensiones que se trabajan en el eje de sostenibilidad son, primeramente,**

**la política turística, desde un punto de vista de la sostenibilidad y responsabilidad con el territorio. En segundo lugar, el grado de conservación de la cultura y su patrimonio, como elemento diferencial del destino. En tercer lugar, la conservación y mejora medioambiental, como elemento clave para la pervivencia a largo plazo. Y finalmente, el desarrollo social y económico del destino.**

Para terminar este resumen, queda definir el eje de **la accesibilidad universal. En un destino turístico inteligente, la accesibilidad tiene como finalidad el desarrollo de un “diseño universal para todas las personas” que permita el acceso al destino de todos y todas, sin exclusiones de ningún tipo, garantizando el derecho en igualdad a disfrutar del destino de una forma plena.** Las principales dimensiones de este eje son en primer lugar el marco normativo para examinar la estrategia actual vinculada con la accesibilidad y sus mecanismos de control, formación y sensibilización. En segundo lugar hay que analizar la gestión de la accesibilidad, en especial la accesibilidad física y sensorial a los diferentes recursos turísticos del territorio. Acto seguido hay que trabajar la implantación de la accesibilidad en espacios públicos, infraestructuras y a los servicios turísticos. Y finalmente, es importante desarrollar tecnología accesible, en especial a través del análisis de las normas y estándares existentes.



## 5.4.1 Gobernanza

El destino turístico Rías Baixas está formado por el área territorial de la provincia de Pontevedra. El destino está delimitado geográficamente al norte con la provincia de A Coruña, al este con la provincia de Ourense, al sur con Portugal y al oeste con el océano Atlántico, por lo que se puede describir como un destino turístico diverso con una fuerte presencia del turismo de naturaleza y turismo cultural. Aunque el destino turístico Rías Baixas es un destino consolidado desde hace mucho, en el año 2014 se tomó la decisión de renovar la imagen de marca con el objetivo de modernizar y mejorar la competitividad del destino Rías Baixas – provincia de Pontevedra, integrando así todo el territorio interior y costa.

Al objeto de este apartado de Gobernanza hay que destacar que las competencias turísticas del territorio recaen en la Diputación de Pontevedra a nivel general y específicamente al departamento de Servicio de Turismo de Rías Baixas.





**La Diputación de Pontevedra** es una institución de gobierno local creada por Real Decreto el 21 de septiembre de 1835, que nace como Administración provincial el 12 de febrero de 1836 para centrar su actividad en tres acciones: administrativa, económica y técnica. La provincia de Pontevedra es la menor de las cuatro gallegas, y está determinada por la agrupación de 61 municipios. El sector público, en general, y la Administración local, en particular, han de estar próximos a las inquietudes de la ciudadanía y responder con prontitud y diligencia a sus necesidades. La implantación de sistemas de calidad en la gestión permite alcanzar este objetivo, de forma que se consigue una mayor satisfacción de los usuarios y usuarias y, al mismo tiempo, se optimizan los recursos empleados y se mejora la eficiencia.

En lo que respecta al Servicio de Turismo, su objetivo es motivar, dirigir y coordinar la actividad turística del destino Rías Baixas, con el fin de proporcionar respuestas y oportunidades, bajo un marco de referencia práctico, a los agentes turísticos del destino. Las principales funciones son:

**Desarrollo de instrumentos de política turística** para la planificación estratégica del destino y la definición del modelo turístico territorial.

**Impulso de instrumentos de fomento y desarrollo** de dinamización turística.

**Planes de calidad y excelencia turística.**

**Orientación hacia un turismo sostenible.**

**Gestión y actualización del portal web** <https://turismo-riasbaixas.com/>

**Fomento de la actividad turística** a través de medidas de apoyo al sector.

**Coordinación de la promoción turística** a través de acciones de refuerzo de imagen de marca, desarrollo de productos estratégicos y divulgación de los mismos.

**Gestión pública de servicios de interés para el sector,** como el desarrollo de servicios de información turística a través de la Red de Oficinas INFO RIASBAIXAS

**Gestión pública de estudios turísticos y vigilancia** de destino desde el seguimiento del observatorio turístico

**Coordinación y cooperación entre el sector público y privado,** como agente integrante del producto turístico en calidad de gestor de bienes y servicios públicos

**El Servicio de Turismo Rías Baixas actúa como Ente gestor del Destino Turístico Inteligente Rías Baixas con la responsabilidad, liderazgo y autoridad suficiente para establecer, implementar, mantener y mejorar el sistema de gestión DTI.** Corresponde al Servicio de Turismo la responsabilidad de la implantación de la Gobernanza, y la gestión eficiente del sistema de gestión del DTI, proponiendo para su aprobación el organigrama, funcio-

nes y responsabilidades, Políticas de Calidad y objetivos del Destino Turístico Inteligente compatibles con el marco territorial del Destino Rías Baixas, la estrategia marcada por un Plan Estratégico y su seguimiento, y procediendo a la comunicación del DTI a las partes implicadas, integrando los requisitos del sistema con los procesos estratégicos. Como Ente Gestor, el Servicio de Turismo Rías Baixas asume las siguientes funciones:

# 1.

**Desarrollar, establecer, implantar y velar por la mejora del sistema de gestión** del Destino Turístico Inteligente Rías Baixas, mediante la promoción de la accesibilidad universal, el uso de la innovación y la tecnología para el desarrollo de un turismo sostenible a nivel económico, social y medioambiental para la mejora de la experiencia del turista y ciudadano.

# 2.

**Liderar la Gobernanza del DTI Rías Baixas**, que deberá ser consensuada con la Presidencia de la Diputación de Pontevedra y con la Mesa de Turismo.

# 3.

**Ser capaz de integrar el tejido turístico local** en las acciones de desarrollo del destino Rías Baixas, coordinado de forma eficaz con otras políticas y/o servicios de la Diputación de Pontevedra y/u otras entidades públicas. Estableciendo así una gestión transversal y coherente.

# 4.

**Llevar a cabo una gestión abierta y participativa** para el desarrollo turístico, mediante la participación y sensibilización social que fomente la interacción con el ciudadano, el Ente Gestor y el turista.

## 5.

**Desarrollar una comunicación activa hacia el propio DTI** utilizando un lenguaje y unos canales de comunicación accesibles para todos y todas, mediante el uso de TIC y redes sociales, así como la difusión periódica de planes y objetivos del DTI, información institucional y organizativa y presentación de indicadores.

## 6.

**Controlar, mejorar y hacer seguimiento de las acciones**, fomentando la eficacia con respecto a la política y objetivos fijados en la eficiencia y optimización de recursos.

## 7.

**Velar por el cumplimiento del Plan Estratégico** acorde a los ejes del DTI que se constituyen como referencia y guía del modelo de gestión, que da cumplimiento a los objetivos establecidos.

## 8.

**Definir roles, responsabilidades y autoridades del DTI.**

## 9.

**Promover la mejora continua y el apoyo a otros roles** para demostrar su liderazgo aplicado a sus áreas de responsabilidad delegando las responsabilidades y autoridad necesaria para:

**Asegurar que el sistema es conforme con los requisitos de la norma de referencia (UNE-178501).**

**Dirigir coordinadamente la implantación y adecuado desarrollo** del sistema de gestión del Destino Rías Baixas

**Informar a la Presidenta sobre el desempeño del sistema y los procesos**, del desarrollo de los ejes de gobernanza, accesibilidad, sostenibilidad y tecnológico, del destino y sus oportunidades.

**Dar cuenta a la Mesa de Turismo del estado del sistema de gestión DTI.**

**Otro de los actores claves en la Gobernanza del DTI Rías Baixas es la Mesa de Turismo**

que fue creada con un reglamento interno como medida coherente, para una estrategia de desarrollo turístico sostenible de la UE en el marco del Plan Estratégico 2017-2020, con el objetivo de promover la coordinación entre instituciones en materia turística. La Mesa de Turismo se basa en la colaboración pública y privada, especialmente en los campos de la coordinación, gestión, promoción, ordenación, innovación e internacionalización del destino Rías Baixas. **Se constituye como un órgano consultivo que representa al sector público y privado en el ámbito turístico de la provincia de Pontevedra** y cuyos objetivos son:



**Habilitar un marco físico de encuentro público- privado** entre los agentes implicados en el desarrollo turístico de la provincia.



**Compartir los resultados anuales de la Diputación** en materia de turismo y la previsión de las actuaciones a desarrollar, favoreciendo la transparencia en la ejecución de actividades del Servicio de Turismo Rías Baixas.



**Recoger información útil** directamente sobre la percepción del sector, de sus necesidades y propuestas.



**Concienciar y sensibilizar** sobre la importancia de la cooperación público-privada en el desarrollo turístico.



**Promover la cultura de innovación** del sector turístico de la provincia, potenciando una mayor rentabilidad económica de las actividades turísticas, una gestión eficiente y la incorporación de las nuevas tecnologías para la mejora de la competitividad y la mejora de la experiencia del visitante.



**Promover proyectos conjuntos innovadores** que contribuyan a la desestacionalización, a la sostenibilidad, a la internacionalización, a la accesibilidad universal y al equilibrio territorial.



**Debatir cualquier tema de relevancia** para la puesta en marcha del turismo en la provincia.



**Actuar como Mesa de Calidad** en el marco SICTED Rías Baixas.

Finalmente, indicar que la composición de la Mesa de Turismo es de un máximo de 20 miembros y que se reunirán a través de dos encuentros ordinarios al año:

### **EL/LA PRESIDENTE/A,**

que corresponde con el/la presidente/a de la Diputación de Pontevedra, o persona en quien delegue.

### **3 REPRESENTANTES DE LA DIPUTACIÓN DE PONTEVEDRA**

con cargos asociados al desarrollo turístico de la provincia:

Diputado/a de Promoción turística, fomento de industrias turísticas y artesanía y Turismo Rías Baixas.

Jefe/a del servicio de Turismo Rías Baixas.

Una persona de perfil técnico designado por el/la Presidente/a de la Mesa de Turismo.

### **1 REPRESENTANTE DE TURISMO DE GALICIA**

que corresponde con el/la director/a de la Agencia de Turismo de Galicia, o persona en quien delegue.

### **1 REPRESENTANTE DE LA SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO DEL ESTADO**

que corresponde el/la Secretario/a general de Turismo, o persona en quien delegue.

### **7 REPRESENTANTES DEL SECTOR PÚBLICO DE LA PROVINCIA DE PONTEVEDRA:**

Un/a representante de cada municipio con más de 50.000 habitantes

Dos representantes de los ayuntamientos declarados Municipios de Interés Turístico de la provincia.

Un/a representante de los destinos adheridos al SICTED.

Dos representantes de entidades supramunicipales de carácter público o mixto que cuenten con objetivos o actividades que incidan en el desarrollo turístico del territorio:

Un/a representante de grupos de acción local participativa del sector pesquero (GALP) de la provincia.

Un/a representante de otras entidades con funciones específicas de gestión y promoción turística de carácter público o mixto.

### 3 REPRESENTANTES DEL ÁMBITO ACADÉMICO O UNIVERSITARIO

de la provincia vinculados a la competitividad y a la promoción turística:

Un/a representante del Master de Turismo de la Universidad de Vigo

---

Un/a representante del CFPI Manuel Antonio

---

Un/a representante del CFPI Carlos Oroza

### 1 REPRESENTANTE DEL AEROPUERTO DE VIGO

### 3 REPRESENTANTES DEL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO:

Un/a representante del Clúster de Turismo de Galicia

---

Un/a representante de la Federación provincial de Hostelería de la provincia

---

Un/a representante de la Ruta del Vino Rías Baixas

### TODA PERSONA

que de forma puntual y por propuesta formal de algún miembro de la Mesa de Turismo, y tras la aprobación de la misma, pueda realizar aportaciones técnicas de interés para el desarrollo turístico de la provincia o en relación con algún punto específico a tratar en el orden del día.

Dentro del eje de Gobernanza y una vez definidos los actores del sector público, también es fundamental poder establecer diferentes actores del ecosistema turístico y que son fundamentales para tener un destino sólido y competitivo. En la parte pública nos encontramos:

**Autonómico:** Agencia de Turismo de Galicia

**Provincial:** Diputación de Pontevedra (Servicio de Turismo Rías Baixas)

**Supramunicipal:**

**Mancomunidades** (Área Intermunicipal de Vigo, O Morrazo, O Val Miñor, Terras do Deza, A Paradanta, O Salnés, O Baixo Miño, Valles del Ulla y Umia, Terras de Pontevedra)

**Grupos de Desarrollo Rural** (GDR 13, 14, 15, 16 y 17)

**Grupos de Acción Local del sector Pesquero**

(Ría de Vigo – A Guarda, Ría de Pontevedra y Ría de Arousa)

**Municipal:** 61 ayuntamientos de la provincia.

Por el lado del sector privado, los principales agentes a tener en cuenta serían:

### **Empresa privada**

La industria turística engloban una amplia y variada tipología de empresas y personas autónomas: agencias de viajes, restaurantes y cafeterías, empresas de turismo activo y aventura, guías de turismo, bodegas, navieras, servicios náuticos, puertos deportivos, servicios de transporte terrestre, OPC, palacios de congreso, recintos feriales, etc.

### **Tejido asociativo**

A destacar el Clúster de Turismo de Galicia, por ser la entidad más representativa a nivel autonómico y por englobar a la práctica totalidad del sector, incluidas las principales asociaciones territoriales y/o sectoriales.



## 5.4.2 Innovación

**El eje de innovación debe ser entendido como el desarrollo y mejora de nuevos servicios, procesos, métodos de comercialización, así como la organización en las prácticas internas del Servicio de Turismo de Rías Baixas y su relación con los residentes y turistas al objeto de mejorar la competitividad del territorio.** Cuando el eje de innovación se desarrolla de forma sistemática, bajo un sistema de gestión establecido, la innovación aporta nuevas ideas al destino, genera valor de forma proactiva gracias a una mejor comprensión de las necesidades del DTI, ayuda a identificar y reducir riesgos, aprovecha la creatividad y la inteligencia colectiva y, finalmente, obtiene valor de la colaboración de todas las partes involucradas, estimulando la implicación de todo el ecosistema turístico.



Desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se es consciente de que **el primer paso para hacer llegar la innovación a toda la cadena de valor turística del territorio es aplicarla en los procesos de gestión diarios para garantizar que haya una cultura de innovación en toda la organización.** En este sentido, el sistema de gestión con el que trabaja el Servicio de Turismo de Rías Baixas sigue la estructura PLANIFICAR-REALIZAR-COMPROBAR-ACTUAR (plan-do-check-act) siguiendo las recomendaciones de la Norma UNE 178501, dado que la innovación es básica y transversal a los demás ejes para el desarrollo del DTI. **Trabajar en la dirección de convertir Rías Baixas en un DTI supone fijar una estrategia de revalorización del destino mediante un mejor aprovechamiento de los atractivos turísticos, en la búsqueda de productos innovadores y en la mejora de la eficiencia.** Para ello, Rías Baixas cuenta con múltiples fuentes de información: business intelligence, big data, escucha de redes sociales, etc..., que permiten ser más eficientes y competitivos a la hora de dar respuesta a un turista en cualquier ciclo del viaje.

El servicio de Turismo Rías Baixas como ente gestor del DTI Rías Baixas impulsa la inteligencia en el destino, la transferencia de conocimiento y la cooperación entre los diferentes actores del ecosistema. La visión de la gestión del eje de la innovación del Servicio de Turismo de Rías Baixas se puede resumir perfectamente a través del análisis de las cinco fuerzas de Porter:

### Poder de negociación de los clientes

El objetivo es la mejora de la calidad turística y el valor añadido a los visitantes.

### Amenaza de nuevos competidores entrantes

Mediante el análisis competitivo se pretende conocer a nuestros destinos competidores.

### Rivalidad entre competidores

El objetivo es mejorar la experiencia turística en el destino Rías Baixas.

### Poder de negociación de los proveedores

Se trabaja en establecer estrategias de colaboración con los principales actores de la cadena de valor.

### Amenaza de nuevos productos sustitutos

Se realiza un esfuerzo importante por parte de todo el equipo del Servicio de Turismo de Rías Baixas en la búsqueda de la diversificación de productos.

Una de las dimensiones más relevantes que genera la innovación es la **necesidad de contar con un sistema de información relevante para fijar estrategias e impulsar la creatividad mediante la transformación de ideas potenciales en acciones innovadoras.**

Por ello, desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas se trabaja en la identificación de necesidades de información relativas a:



**Factores socio-político-culturales**



**Reglamentación y normativa de aplicación**



**Datos de coyuntura turística**



**Evolución del mercado turístico**

Además, una de las líneas más relevantes en el proceso de transformación en DTI es el relacionado con un sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva que facilite:



**Identificación, análisis, explotación y difusión de información**



**Detección de destinos competidores**



**Identificación de escenarios de evolución del mercado turístico con el fin de orientar estrategias del Ente Gestor**



**Alertar sobre innovaciones técnicas que puedan suponer una oportunidad o una amenaza para el Ente Gestor o para el DTI Rías Baixas**

Finalmente otra de las líneas de trabajo que se están desarrollando en el eje de Innovación es la **previsión tecnológica y el fomento de herramientas orientadas a impulsar la creatividad:**

Promoviendo la generación de nuevas ideas para el desarrollo de nuevos productos, servicios o campañas innovadoras.

Fomentando la generación de ideas potenciales en el servicio de Turismo Rías Baixas, susceptibles de transformarse en acciones I+D+i.

Generando ideas en base a las probabilidades de éxito atendiendo a factores técnicos, atendiendo al Plan Estratégico y a los objetivos DTI Rías Baixas.

Fomentando la participación de las partes interesadas en el DTI para la generación de ideas.



Algunas de las principales herramientas con las que trabaja la innovación el Servicio de Turismo de Rías Baixas son:

### **Metodologías para la identificación de necesidades de información**

Se realiza un seguimiento constante de los diferentes planes directores, dinamizadores de aplicación o de interés a alguno de los ejes del DTI Rías Baixas. Seguidamente se monitoriza cualquier modificación o actualización de reglamentación o normativa turística o administrativa de aplicación desde el Ente Gestor o con incidencia en el sector turístico del destino. Finalmente, se controlan diferentes datos de coyuntura turística con incidencia en el destino Rías Baixas, así como del mercado turístico.

### **Herramientas de Vigilancia Tecnológica e inteligencia competitiva**

Se emiten informes semestrales por defecto, indicando las conclusiones de la búsqueda o aquellos aspectos técnicos, que pudieran ser amenazas u oportunidades de mercado, y económicos que sean de interés para el DTI Rías Baixas, detallando las fuentes consultadas.

Dichos informes se elevan al Ente Gestor con una propuesta de acciones a llevar a cabo, para que desde el Eje Gobernanza se puedan definir las decisiones o tomas de decisión

### **Previsión tecnológica y Creatividad**

Siguiendo el marco del Plan Estratégico Turismo y teniendo en cuenta los objetivos del DTI Rías Baixas, se programan reuniones anuales que tendrán por objetivo:

Generar ideas teniendo en cuenta los criterios de selección prediseñados.

Presentación de problemáticas observadas.

Análisis y selección de ideas derivadas de la vigilancia tecnológica.

Fomentar la creatividad para la generación de nuevos productos y/o campañas.

Impulsar la participación de las partes interesadas consensuando en la Mesa de Turismo.

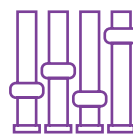
Una de las acciones transversales más relevantes que está llevando a cabo la Diputación de Pontevedra en materia de innovación, desde el año 2016, es **SmartPeme**. Esto es un **servicio de asesoramiento en el uso de las TIC orientado al tejido empresarial con el objetivo de ayudar a las empresas de la provincia a impulsar nuevos servicios y a ser más competitivas**.



**Asesoramiento individualizado** basado en el uso de las Nuevas Tecnologías en el ámbito empresarial, distinguiendo entre diferentes bloques: presencia 2.0, imagen, software de gestión y herramientas ofimáticas.



**SmartPeme Impulsa** ofrece asesoramiento y capacitación en la mejora de la competitividad global de los negocios. Las temáticas que se abordan están relacionadas con el crecimiento empresarial, la innovación y la internacionalización.



**Centro Provincial de Economía Digital:** situado en Barro-Meis y apoyado en las instalaciones del FabLab que la Diputación tiene en el vivero de empresas. El centro surge con el objetivo de dar a conocer las soluciones tecnológicas más novedosas en el ámbito empresarial, entre las que se engloban impresión 3D, robótica, Big Data y realidad aumentada, entre otras.



**TurisTIC**, enfocado en el asesoramiento tecnológico específico para el sector turístico, dada la relevancia que tiene el sector en la provincia. Busca ayudar a mejorar el uso y la adaptación digital de las empresas del sector, dotándolas de herramientas para mejorar su competitividad y eficiencia.

De cara al análisis del eje de innovación turística es importante analizar en mayor detalle el valor aportado desde TurisTic dado que desde el año 2018 se puso en marcha la cartera de servicios específica para el sector turístico, debido a su relevancia en la provincia. **En TurisTic se realizan asesoramientos tecnológicos personalizados para las empresas turísticas en web, motores de reservas, marketing digital, redes sociales, talleres formativos específicos, además de actividades formativas de demostración de soluciones tecnológicas específicas para el turismo.**

También es importante destacar el “Programa de aceleración de empresas para el sector turístico de la provincia” que consiste en una aceleradora con asesoramientos y formación más intensiva para empresas del sector o empresas con soluciones tecnológicas destinadas para ellos. Hasta la fecha se han realizado tres convocatorias. Así mismo, se han realizado dos jornadas TurisTIC, con mesas redondas y ponencias en las que han asistido en torno a 200 personas, entre asistentes y ponentes invitados. En la primera jornada celebrada en el 2018 se entregaron los Premios #PontevedraProvincia Talento Turístico 2018 a las siguientes categorías:

**Talento Turístico Sostenible.** Empresas turísticas que promuevan unas políticas sostenibles en el desarrollo de su servicio turístico.

**Talento Turístico Innovador.** Empresas turísticas que integren dentro de sus productos o servicios turísticos herramientas con un impacto relevante (capital humano, procesos, industria, servicios, digitalización, etc.)

**Talento Gastronómico.** Nuevos talentos cocineros/as que presenten un proyecto donde se ponga en valor la innovación en la cocina y el respeto por el producto Km0 del territorio.

**Talento Experiencial.** Acción de promoción turística presentada por los periodistas, bloggers, influencers, etc., mediante canales o herramientas digitales que hayan sido exitosas o virales.

**Talento TIC.** Premio a la solución más innovadora desarrollada por un proveedor de herramientas y servicios TIC, específicamente para el sector turístico.

---

**En TurisTic se realizan asesoramientos tecnológicos personalizados para las empresas turísticas además de actividades formativas de demostración de soluciones tecnológicas específicas para el turismo.**

Y dentro del marco de la segunda jornada, celebrada en el 2019, se realizó el primer Hackathon Destino para desarrollar soluciones tecnológicas para el sector durante dos días en la sede de Diputación en Vigo en el que participaron alrededor de 30 personas, informáticos y profesionales del turismo. Es importante destacar que TurisTIC representa en torno al 5% de los asesoramientos totales de SmartPeme, habiendo realizado 608 asesoramientos a 223 empresas dentro del sector turístico y organizado 117 actividades formativas a las que han asistido 710 personas. De los diferentes puntos de información que tiene el programa en las que más asesoramientos se han realizado son las oficinas de Pontevedra, con 236, Vigo con 121 y Cambados con 118 asesoramientos.

### 5.4.3 Tecnología

**El eje tecnológico es la base sobre la que se asienta la estrategia de transformación en un DTI.** Por ello, Diputación de Pontevedra lleva trabajando desde el 2015 en la aplicación de herramientas tecnológicas que permitan posicionar a Rías Baixas como un destino innovador que despliega tecnología para ofrecer una mejor experiencia al visitante y dotar de soluciones TIC al sector empresarial. Es importante destacar que el sistema tecnológico del Ente Gestor del DTI Rías Baixas está apoyado por el servicio de Nuevas Tecnologías de la Diputación de Pontevedra, que da soporte y mantenimiento, por lo que existe un presupuesto destinado a esta área.

En el escenario de rápidos cambios tecnológicos que actualmente experimentan los destinos, **Rías Baixas despliega la iniciativa Tourist Inside como un proyecto que tiene como principal objetivo avanzar en la transformación de la provincia de Pontevedra como Destino Turístico Inteligente, mejorando la eficiencia energética y reduciendo la huella de carbono asociada a la actividad de la provincia.** Asimismo, en lo referente a la actividad turística, se pretende fomentar la interoperabilidad con distintas administraciones y agentes, promoviendo el acceso transparente y universal a los datos públicos de los servicios (tanto para su consulta como para su reutilización) por parte de ciudadanos, visitantes, profesionales y empresas, implantando herramientas y sistemas basados en estándares interoperables e impulsando métricas de medición de la satisfacción ciudadana y la de sus visitantes, el ahorro de energía y la reducción de la huella de carbono, generando riqueza en el entorno turístico de la provincia.



**Las acciones contempladas en el eje tecnológico del nuevo Plan estratégico de Turismo están enfocadas, en primer lugar, a evolucionar las herramientas tecnológicas con las que trabaja el Servicio de Turismo de Rías Baixas y en segundo lugar, desplegar nuevas soluciones que aceleren el proceso de conversión en DTI.** Por ello, es importante hacer una breve radiografía del estado actual tecnológico:

### Plataforma TRB (plataforma del destino Rías Baixas)

Esta herramienta da soporte al modelo de servicios turísticos de la provincia de Pontevedra, promoviendo la mejora de la competitividad de las pymes del sector turístico y dando cobertura tanto a los profesionales del sector como a los usuarios de los destinos. Esta plataforma permite a los turistas y visitantes la posibilidad de realizar acciones tales como: búsquedas, demandar servicios, planificar su viaje, etc. Es importante destacar que esta herramienta se conecta con el resto de herramientas tecnológicas, pero no están sincronizadas entre sí: Gestor de contenidos y canales web, sistema de gestión de recursos turísticos (SXRT), CRM, gestor de contenidos multimedia (TEBAS) y al soporte del observatorio (BI).

### Gestor de contenidos y canales web

Este componente hace referencia a la página web del destino Rías Baixas que tiene tres módulos diferenciados. En primer lugar, está el portal turístico (<https://turismoriasbaixas.com/>), es decir, el área pública del portal web, destinada a turistas y visitantes de la provincia de Pontevedra. Sirve como punto de referencia para la difusión de información del destino y presenta los servicios disponibles para los turistas.

El diseño del portal es web responsive para que pueda ser visualizado desde diferentes dispositivos. Incluye la modalidad de accesibilidad que implementa la funcionalidad TTS (Text-to-Speech) y cumple con las normas de accesibilidad AA definidas por el W3C. Cada recurso turístico se encuentra parametrizado mediante tipo/subtipo y atributos, pero la web dispone de buscadores contextualizados que permiten tanto búsquedas simples como avanzadas mediante la incorporación de filtros preseleccionados. En segundo lugar, está la intranet que es el área privada del portal web, destinada a turistas y visitantes de la provincia de Pontevedra que estén registrados, que almacena la información en el CRM. Finalmente, está la Extranet que es el área profesional, destinada a profesionales del sector turístico de la provincia de Pontevedra y sirve como herramienta de gestión de los recursos propios, publicación de servicios y promociones. Es importante destacar que el gestor de contenidos se conecta con el CRM para obtener información del tipo de usuario y adecuar contenidos a su perfil, también se conecta con el sistema de gestión de recursos turísticos (SXRT) para la búsqueda de fichas informativas de cada recurso inventariado y, finalmente, se conecta al gestor de contenido multimedia (TEBAS) para realizar consultas de imágenes y videos referentes a los recursos turísticos.

## CRM

Este sistema de gestión de relaciones con clientes diferencia dos tipos de perfiles, turistas y profesionales de sector turístico, y se emplea principalmente para la explotación de todo el contenido que éstos introducen en el sistema a través de los portales web.

En el CRM se guarda toda la información de las transacciones que los turistas realizan con la plataforma TRB, para poder realizar un trato más personalizado a sus preferencias. Entre las funcionalidades más destacadas de esta herramienta se encuentran la gestión de buzones de usuario (quejas, sugerencias, petición de información...), la gestión de buzones de perfil profesional, la gestión de campañas de marketing, el sistema de encuestas y la introducción de los datos del observatorio. Es importante destacar que mediante el módulo de encuestas las oficinas de turismo de la red pueden recoger información sobre el perfil del turista y su satisfacción.

---

## GESTOR DE CONTENIDOS MULTIMEDIA (TEBAS)

La plataforma Smart Destination Rías Baixas dispone de una solución para la gestión de sus ficheros multimedia llamada TEBAS. Este gestor permite a los usuarios de Turismo Rías Baixas gestionar los cerca de 111.200 ficheros existentes en la fototeca: imágenes y vídeos almacenados en equipos locales e imágenes de experiencias, promociones, eventos o marketing de la plataforma.

## SISTEMA DE GESTIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS (SXRT)

Esta herramienta permite gestionar la información relativa a los recursos turísticos según los roles y perfiles de los usuarios que acceden a él. A esta herramienta pueden acceder tanto los profesionales del sector como el personal de la diputación para gestionar toda la información asociada al conjunto de recursos y establecimientos turísticos de la provincia de Pontevedra. Los recursos turísticos que se gestionan mediante este sistema son, por un lado, bienes de patrimonio cultural como museos, yacimientos arqueológicos, arquitectura, fiestas, eventos, Camino de Santiago y las Camelias y destinos de naturaleza y, por otro lado, están los recursos asociados a la infraestructura turística como por ejemplo, alojamientos, restauración, ocio, deporte, transportes, enoturismo, congresos, comercios y oficinas de turismo. Actualmente el sistema dispone de unas 8.800 fichas de recursos turísticos.

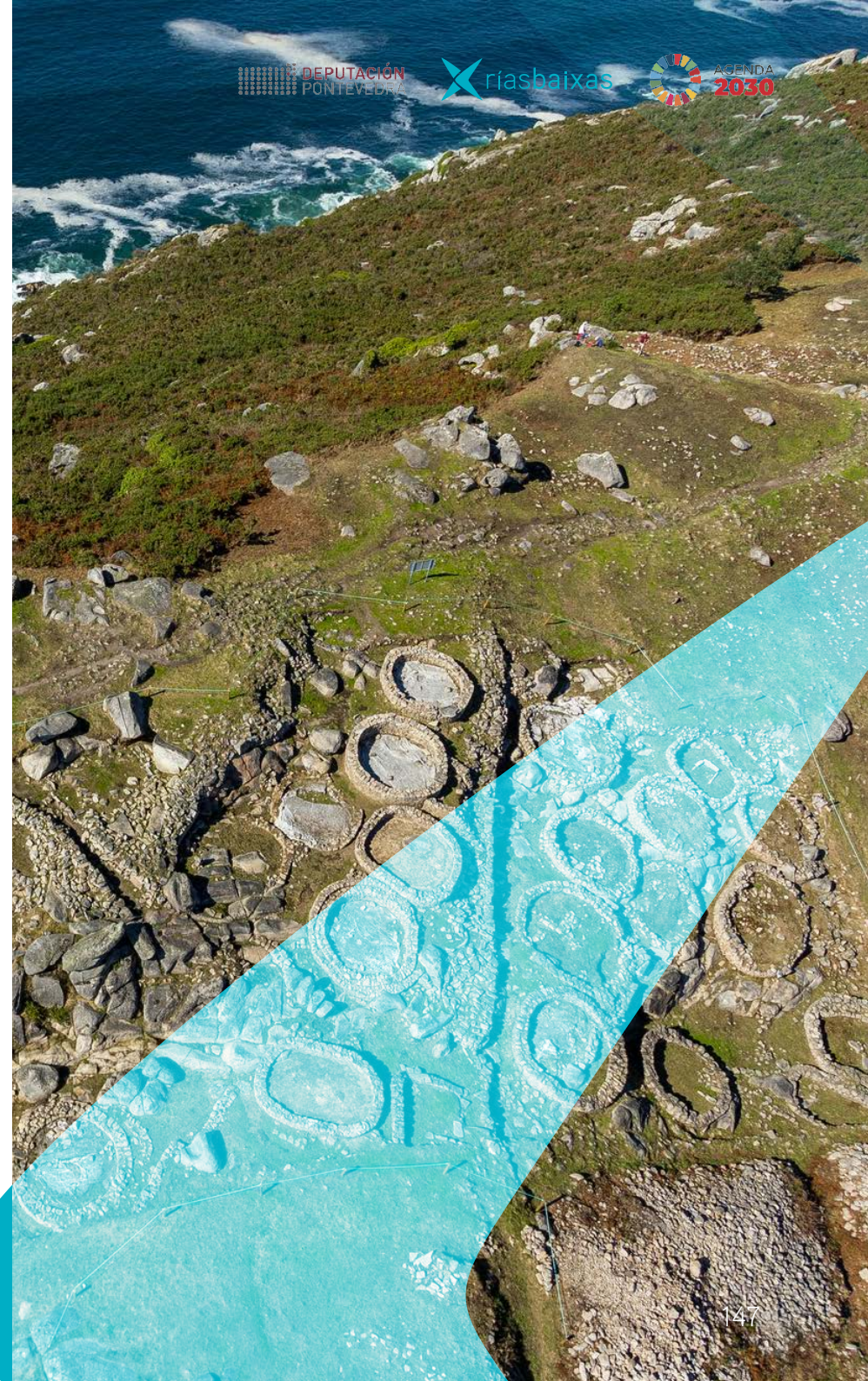
---

## OBSERVATORIO BI

La Diputación de Pontevedra dispone de un entorno analítico de la actividad turística que proporciona información agregada y consolidada, así como indicadores calculados y KPIs de interés. El sistema de BI actual está basado en la parametrización de una lista de indicadores por dimensiones con los que se definen una serie de informes.

Las acciones contempladas en el eje tecnológico del nuevo Plan estratégico de Turismo están enfocadas a evolucionar las herramientas tecnológicas con las que trabaja el departamento de Turismo de Rías Baixas y a desplegar nuevas soluciones que aceleren el proceso de conversión en DTI.

Una vez descrita la situación actual relativa a los principales sistemas informáticos y tecnológicos con los que trabaja el servicio de turismo de Rías Baixas pasamos a **describir las principales actuaciones que se desarrollarán en el eje de tecnología a los largo de la duración del presente plan estratégico, enmarcadas dentro de la línea estratégica denominada Tourist Inside.**



## ACCIÓN 1

**El primer componente a desarrollar será una Plataforma de Destino Turístico Inteligente.**

La plataforma dotará de inteligencia turística a Rías Baixas mejorando la experiencia del turista, impulsando la convivencia entre los/las residentes y las personas visitantes y ofreciendo al gestor una visión integral del destino, que facilitará la toma de decisiones y la identificación de oportunidades de negocio orientadas a incrementar la eficiencia, sostenibilidad y calidad de los servicios. **La Plataforma actuará como núcleo integrador del proyecto y prestará servicio a las entidades asociadas a la Diputación y a los ayuntamientos de la provincia.** Asimismo, permitirá la coordinación e integración de los diferentes componentes tecnológicos que se van a desplazar en la estrategia DTI, fomentando la interoperabilidad con las herramientas existentes y maximizando el aprovechamiento de la información.

Es importante destacar que esta plataforma, además de ser interoperable con los diferentes sistemas tecnológicos de la Diputación mediante el cumplimiento de la norma de Interoperabilidad UNE 178104-2017 "Sistemas Integrales de Gestión de la Ciudad Inteligente. Requisitos de interoperabilidad para una Plataforma de Ciudad", contará además con una solución de Business Intelligence que explotará la información almacenada desde los distintos servicios en la plataforma para su análisis y la elaboración de Cuadros de Mando y Analítica Predictiva, lo que mejorará en la toma de decisiones por parte del Servicio de Turismo de Rías Baixas.

## ACCIÓN 2

**Esta segunda acción tiene como objetivo convertir, mediante innovación y tecnología, el centro de recepción de visitantes del Palacete de las Mendoza en un recurso turístico que ponga en valor su legado histórico.**

La actuación incluirá el diseño, adecuación, puesta en marcha y lanzamiento de un espacio físico totalmente disruptivo e innovador que ofrezca a los visitantes una experiencia de inmersión, mediante un paseo virtual por el Palacete. **El objetivo es impulsar la actividad turística en la provincia, principalmente mediante el uso de dispositivos digitales, técnicas de realidad virtual y contenidos de inmersión.** Este despliegue tecnológico se llevará a cabo también en la red de oficinas de turismo de Rías Baixas.

Con esta actuación se persigue el objetivo de lograr la excelencia en la promoción y comunicación con la persona visitante en el destino, teniendo en cuenta las nuevas demandas y necesidades del turista de la sociedad de la información.

### ACCIÓN 3

Mediante esta iniciativa **se evolucionará el Gestor de Contenidos Multimedia que servirá como repositorio de los diferentes contenidos turísticos, tanto del portal web como de la app turística, u otros canales existentes o futuros.**

Esta evolución permitirá contar con funciones de integración que faciliten la importación automática de recursos turísticos desde otras plataformas de turismo propias de la Diputación permitiendo la promoción turística de los destinos incluidos en el proyecto actual o en futuros proyectos.

Entre las principales funcionalidades está la integración con motores de búsqueda, la mejora en los sistemas GIS, una agenda de eventos más cualificada, integración con sistemas de valoración en diferentes canales sociales y mejorar la semántica de los contenidos turísticos.

### ACCIÓN 4

Esta iniciativa permitirá a Rías Baixas **desplegar por el territorio una serie de tótems interactivos que ofrezcan información sobre atractivos turísticos de Rías Baixas, lo que permitirá crear un nuevo modelo de relación entre la Diputación, el ciudadano y la persona visitante.**

Estos tótems permitirán que el visitante interactúe con los contenidos de la web, el portal web de promoción turística y las redes sociales de la Diputación. Además, mostrará información de tipo turístico (puntos de interés, rutas, planificador de visitas, gastronomía, alojamientos, eventos, etc.) permitiendo la interacción con el ciudadano y el turista. También se visualizará información de fuentes externas de información (tales como fuentes meteorológicas, de transporte, etc.).

La Diputación de Pontevedra prevé un despliegue de más de 20 tótems inteligentes distribuidos por el Territorio de Rías Baixas con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia turística a lo largo y ancho de todo el territorio. A continuación se detallan las principales ubicaciones previstas para instalar los tótems:

Edificio multiusos (Plaza de España) en Meis  
Baiona  
Cima do Monte Santa Trega en A Guarda  
Cangas  
Cambados  
Caldas de Reis  
Catoira  
Bueu

Moaña  
Marín  
Silleda  
Ribadumia  
Meaño  
As Neves  
A Illa de Arousa  
Cuntis  
Poio

Nigrán  
Salvaterra do Miño  
Monasterio de Armenteira  
Puerto deportivo de Sanxenxo  
Museo de Conserva (A Illa de Arousa)  
Casal de Ferreirós  
Castillo de Soutomaioir

## ACCIÓN 5

Para dar respuesta al turista digital del siglo XXI, **Rías Baixas desplegará un mapa interactivo que ofrecerá información sobre los principales atractivos turísticos de la provincia, el cual será accesible para todos al objeto de favorecer la interacción del visitante en los diferentes canales tecnológicos.**

Los contenidos turísticos del mapa interactivo serán los principales recursos turísticos geolocalizados, provenientes del SXRT y del Gestor de contenidos utilizado por el servicio de Turismo de Rías Baixas. Es importante destacar que toda la interacción de la persona usuaria con el mapa interactivo se realizará a través de la pantalla y de forma táctil, sin utilizar ningún tipo de dispositivo adicional.

## ACCIÓN 6

Una de las acciones más relevantes que un destino puede realizar para sus visitantes es ofrecerles contenidos que muestren un destino seguro, amable, innovador y que les permita descubrir los recursos turísticos de manera diferente a lo que están acostumbrados. Por ello, **desde Rías Baixas se va a trabajar en la generación de contenidos digitales de realidad virtual, visitas virtuales, audio-guías y video-guías relacionados con recursos turísticos, que faciliten a ciudadanos y visitantes información de interés de una forma dinámica, atractiva y adaptada al perfil del visitante del siglo XXI.**

La utilización de estos contenidos tiene como objetivo conseguir que la experiencia de la visita turística al destino sea más atractiva y diferenciadora que una visita turística tradicional. Estos contenidos serán accesibles a través de soportes físicos interactivos (tablet, smartphone, pantallas de realidad aumentada, gafas 3D, etc.) conjugados con recursos turísticos, culturales, patrimoniales y de ocio y complementados con tecnologías de realidad aumentada y/o entornos virtuales.

## ACCIÓN 7

Hoy en día todas las personas hemos hecho del smartphone una extensión propia, por lo tanto para poder descubrir un destino turístico es imprescindible que este se muestre a través de una app turística potente, innovadora y que aproveche al 100% las posibilidades de los diferentes dispositivos móviles.

Esta acción tiene como objetivo desarrollar una aplicación móvil turística que facilite a los turistas información o actividades a realizar en el territorio de Rías Baixas. Las principales funcionalidades de la nueva app serán:



**Mejores experiencias del destino:** listado de las diez categorías de experiencias más importantes del destino.



**Cuaderno de viaje:** en este apartado se realizarán propuestas de itinerarios, con posibilidad de modificarlos. Se permitirá también la personalización de la ruta, agregando o suprimiendo localizaciones, experiencias y recursos turísticos.



**Guía de viaje de Rías Baixas:** aquí se proporcionará información de utilidad sobre Rías Baixas, tales como: Información meteorológica, cómo llegar, cómo moverse por el territorio, guías, mapas, audioguías y teléfonos de interés.



**Sistema de Realidad Aumentada y Virtual.**



**Perfil del usuario:** aquí se podrán indicar datos o preferencias que se apliquen a las búsquedas en los distintos apartados de navegación, de forma que los resultados sean más personalizados.



**Sitios a descubrir cerca del usuario:** La aplicación móvil seleccionará automáticamente mediante el sistema de localización del dispositivo móvil los puntos de interés o destinos turísticos más cercanos a su ubicación geográfica.



**Beacons para descubrir recursos del destino.**



**Mapa Interactivo.**

## ACCIÓN 8

Rías Baixas va a desarrollar un **piloto de Smart Beach donde la gestión de resultados en playas será unas de las acciones principales con el objetivo de reducir contaminación y ofrecer un entorno respetuoso con el medioambiente.**

Se implantará una solución que permita realizar de forma más eficiente la limpieza y gestión de papeleras, mediante la medición de la capacidad de llenado de las papeleras en playa América, perteneciente al Ayuntamiento de Nigrán. Además, se realizará el despliegue de una solución que permitirá conocer la afluencia de personas a los espacios de la playa, la monitorización y visualización de la concurrencia en tiempo real de personas, así como el consumo de agua en las duchas ubicadas en la misma.

Finalmente, se instalará una estación meteorológica para conocer las condiciones meteorológicas en tiempo real y ofrecer información a la persona visitante en todo momento. Los principales parámetros de información facilitados por la estación a la persona visitante (y a los residentes) serán la presión atmosférica, radiación solar, humedad relativa del aire, precipitación, temperatura, dirección y velocidad del viento y radiación UV.

## ACCIÓN 9

Esta línea de acción va a permitir a la Diputación de Pontevedra **desplegar una herramienta de Customer Relationship Management (CRM) para el almacenamiento y tratamiento de información completa de ciudadanos y ciudadanas (residentes y visitantes) y organizaciones, poniendo especial énfasis en la comunicación y la visión de sus actividades e intereses relacionadas con el sector del turismo.**

El conocimiento generado a través de este componente debe permitir incrementar la calidad de la atención y personalizar los servicios, adaptándolos a las necesidades de los individuos y profesionales, promoviendo que sean copartícipes de los servicios que consumen.

El CRM permitirá recoger información tanto de las personas como de las organizaciones, así como de la actividad que éstas realizan, en su interacción a través del portal web y de la aplicación móvil, para poder luego evaluar y medir diferentes indicadores y poder tomar decisiones dirigidas a mejorar el nivel de satisfacción de los mismos.



## ACCIÓN 10

A través de esta acción se realizará la puesta en marcha de un **sistema de señalización turística, que permitirá incorporar nuevas tecnologías en emplazamientos turísticos de especial interés para ofrecer información de calidad al turista.**

Específicamente se llevará a cabo un despliegue de una red de balizas de radio de bajo consumo (beacons) a lo largo del territorio de Rías Baixas que mejorarán la experiencia del visitante a través de la app turística. **La Diputación de Pontevedra desplegará alrededor de 350 beacons por los principales recursos turísticos del territorio.**

## ACCIÓN 11

Como se ha ido explicando a lo largo del plan estratégico, la inteligencia turística es uno de los pilares fundamentales bajo el cual se desarrolla la estrategia de Rías Baixas como DTI. Es fundamental trabajar con las herramientas que permitan conocer las opiniones de los visitantes para mejorar su experiencia en nuestro territorio. Por ello, **se llevarán a cabo análisis del comportamiento turístico y la satisfacción de los visitantes a través de la información obtenida en las redes sociales y webs vinculadas a las opiniones de la demanda, que permitan obtener información de la imagen de marca de la Diputación para determinados segmentos de población.**

Rías Baixas llevará a cabo análisis de Big Data, a partir de la información extraída de las redes sociales, con el objetivo de **ofrecer una herramienta de Inteligencia Turística que permita tener un mayor conocimiento** del segmento de población objeto de estudio, compuesto por los y las turistas nacionales e internacionales que visitan el destino turístico en cuestión, así como conocer la percepción de Pontevedra como destino turístico.

Esta acción permitirá mejorar la posición de marca de la provincia de Pontevedra como destino turístico, permitiendo que el análisis exhaustivo de los datos pueda dar lugar a acciones que generen un aumento de la presencia y mejor valoración en las redes sociales, así como analizar el impacto de campañas de marketing y eventos que se lleven a cabo por parte de la Diputación de Pontevedra.

## 5.4.4 Sostenibilidad

Como se ha venido comentando a lo largo del plan estratégico, **la Diputación de Pontevedra lleva comprometida con la sostenibilidad desde hace años, sabedora que sus elementos diferenciales frente a otros destinos se cimientan en sus atributos sociales, culturales y medioambientales.**

**Fruto de este compromiso, la Diputación de Pontevedra desarrolló el plan de sostenibilidad turística de la provincia en 2020.** En dicho plan no solo se definen los ejes y las acciones a acometer en los próximos años, sino que alinea toda la estrategia frente a la Agenda 2030 de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, dicho plan está perfectamente alineado con las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030.

La visión es clara, avanzar en la implementación de medidas concretas que mejoren la oferta turística y hagan más competitivo el turismo en Rías Baixas pero siempre desde un enfoque de sostenibilidad.

Desde el **Servicio de Turismo de Rías Baixas se es consciente de que el aumento de la presión de la población junto con los efectos producidos por el cambio climático cambiarán para siempre los principales atractivos de nuestro territorio, haciendo aún más relevante la relación bidireccional que el turismo tiene con el medio ambiente. Por ello, la calidad y la conservación del medio ambiente es fundamental para el éxito del turismo en Rías Baixas.**

Es importante destacar que nuestro turismo hoy en día está marcado por la estacionalidad, la atomización de nuestro territorio y una dependencia de ciertos productos, como el “sol y playa” o la cultura, así como en los mercados emisores europeos y de proximidad. Ante este escenario, la sostenibilidad parece la única vía posible que mantenga un crecimiento controlado y que ayude a distribuir la riqueza de manera más equitativa en nuestra sociedad, utilizando el turismo como instrumento de conservación de la riqueza de los activos de Rías Baixas. **La diferenciación y el atractivo de Rías Baixas en el mercado ha de basarse en el uso del turismo como instrumento de conservación de las riquezas naturales, patrimoniales y culturales, que preserve los atributos innatos de Rías Baixas y fomente los elementos diferenciales entre los visitantes como principal reclamo turístico.**

El eje de sostenibilidad de este plan estratégico trabaja en las cuatro áreas de actuación que marca el plan de sostenibilidad turístico. Dichas áreas son:

La gobernanza y el ente gestor de Rías Baixas como DTI para alinear las visiones, acciones y presupuestos de cara a la consecución de los objetivos marcados.

El sector turístico privado y público de la Diputación de Pontevedra para la definición y el desarrollo de herramientas que faciliten el desarrollo del sector en una época de cambios e incertidumbre que marcarán el futuro de la provincia.

Las instituciones públicas que componen el territorio, como son los ayuntamientos, mancomunidades y otros órganos de gestión, para ayudarles a que se conviertan en agentes del cambio y desarrollen políticas que involucren a todos los actores del ecosistema turístico.

Las personas, tanto residentes como visitantes, para que el turismo se convierta en el elemento social que fomente el intercambio cultural y laboral, a la vez que se trabaja en erradicar la desigualdad y la despoblación rural del territorio.



En cada área de actuación, el plan de sostenibilidad marca una serie de líneas estratégicas junto con acciones operativas para desarrollar en los próximos años. Este plan estratégico de turismo alinea la operatividad del plan de sostenibilidad dentro de este eje en el marco del DTI. A continuación, se definen las líneas estratégicas del área de sostenibilidad en las que trabaja el servicio de turismo de Rías Baixas:

**Nuestro turismo hoy en día está marcado por la estacionalidad, la atomización de nuestro territorio y una dependencia de ciertos productos.**

## 1. GOBERNANZA TURÍSTICA DEL SERVICIO DE TURISMO DE RÍAS BAIXAS

Siguiendo las recomendaciones reflejadas en la norma UNE178501, Requisitos Gestión de un DTI en el apartado sobre Gobernanza, la Diputación de Pontevedra aprueba que el Ente Gestor del DTI sea el responsable de la gestión de la sostenibilidad, por lo tanto, el Servicio de Turismo de Rías Baixas es el responsable del desarrollo de las acciones en materia de sostenibilidad turística y de alinear la operatividad con los diferentes departamentos de la Diputación de Pontevedra para el cumplimiento de los ODS, siendo por lo tanto el responsable de definir la gobernanza en materia turística y coordinar el ente gestor del DTI. La gobernanza definida por el Servicio de Turismo sienta, por tanto, las bases del modelo a seguir, siendo al mismo tiempo garante de un desarrollo turístico equitativo y sostenible para la población local y los visitantes.

Los principales planes de acción definidos por el Servicio de Turismo en esta línea estratégica son: el desarrollo de canales de comunicación participativos con los diferentes actores del ecosistema turístico, el establecimiento de un sistema de indicadores que monitorice la gobernanza, el establecimiento de criterios de contratación responsable en materia de turismo y, finalmente, el impulso de la transferencia de conocimiento turístico.



## 2. PLAN DE SOSTENIBILIDAD EN EDIFICIOS PROPIEDAD DE LA DIPUTACIÓN

El patrimonio cultural y arquitectónico gestionado por la Diputación de Pontevedra es uno de los atributos turísticos más importantes de Rías Baixas. Es por ello que se están realizando mejoras de cara a que sean más eficientes, tanto energéticamente como hídricamente, y más respetuosos con el medioambiente los edificios que gestiona Rías Baixas y que son propiedad de la Diputación: Palacete de las Mendoza, Castillo de Soutomaioir y el Castillo de Sobroso.

Las otras acciones dentro de esta línea estratégica son la realización de planes de eficiencia energética, de eficiencia hídrica y de gestión de residuos para el resto de los edificios propiedad de la Diputación, con el objetivo de planificar el que haya un menor impacto ambiental con respecto al uso de los recursos disponibles y, trabajar en su óptima conservación futura. Se desarrollará además un plan de sensibilización destinado a todo el personal de Diputación en materia de sostenibilidad turística.



## 3. COMPROMISO DE SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO PARA EL SECTOR TURÍSTICO PÚBLICO-PRIVADO

Tal como se ha comentado anteriormente, una de las principales lecciones aprendidas en esta crisis es que la colaboración entre los diferentes actores es crucial para reforzar el sistema turístico, por lo que la colaboración entre instituciones públicas y privadas se sitúa como un elemento clave. Por ello, **el Servicio de Turismo está trabajando en la creación de sinergias público-privadas que faciliten, a través de la comunicación multidireccional, el emprendimiento, el desarrollo sectorial de calidad y con garantías, así como la adecuación de la normativa vigente en materia de sostenibilidad.**

Para la creación de dichas sinergias se creó la Mesa de Turismo Sostenible con la idea de que los participantes pudieran optar a financiación pública, recibir educación continua y participar en la toma de decisiones hacia un turismo equitativo y sostenible. Las principales actuaciones que se llevarán en este plan son, el diseño de diferentes acciones encaminadas a mejorar la sostenibilidad turística de la provincia (creación de productos sostenibles, eventos, campañas de sensibilización, etc), la elaboración de un plan de mejora del empleo local y otro en el plano social que promueva la igualdad, el acceso a la vivienda y la accesibilidad a los recursos. Finalmente se realizarán acciones formativas y de capacitación en materia de sostenibilidad turística.



#### 4. COMPROMISO DE SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO PARA EL SECTOR TURÍSTICO PÚBLICO-PÚBLICO

Reforzar tanto la concienciación en materia de sostenibilidad por parte de los tomadores de decisiones públicas, así como impulsar diferentes iniciativas entre instituciones públicas del territorio de Rías Baixas son necesidades que se quieren cubrir en este plan estratégico. Por ello, la comunicación a todos los niveles dentro de la Administración se convierte en otro de los pilares fundamentales en los que basar la nueva estrategia turística hacia la sostenibilidad. Dicha comunicación debe estar basada en el bienestar de la población local y en la protección del patrimonio ambiental, natural, cultural y etnográfico y permitir impulsar iniciativas para el desarrollo de la actividad turística responsable.

**Las principales líneas de acción son la implantación de una movilidad más sostenible mediante la mejora de convenios entre diferentes instituciones de la AAPP, la elaboración de manuales y protocolos de actuación para identificar, anticipar y dar respuesta a riesgos ambientales y emergencias reales y finalmente, el desarrollo de programas de concienciación entre funcionarios y empleados del sector público.**



#### 5. COMPROMISO DE SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO PARA EL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO

El sector turístico privado es un motor económico fundamental en la provincia de Pontevedra y debe ser uno de los ejes económicos en los que apoyarse para la transformación sostenible del territorio, siendo respetuoso tanto con el medioambiente como generando riqueza económica a la población local.

Las principales iniciativas que se lanzan desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas para impulsar al sector privado en materia de sostenibilidad son, en primer lugar, la **creación de un compromiso de sostenibilidad turística mediante la adhesión a programas que han demostrado su eficacia en otros destinos (por ejemplo, BioSphere)**. En segundo lugar, el **impulso de programas para sensibilizar al sector privado sobre la importancia de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres**. En tercer lugar, el **desarrollo de un plan de gestión sostenible de festivales para ayudar con la promoción y concienciación** debido a la importancia que tiene este tipo de productos turísticos para nuestro territorio y, **en cuarto lugar, se desarrollarán manuales y programas para concienciar al sector privado de la importancia del uso eficiente de los recursos naturales en el sector turístico.**



## 6. PUESTA EN VALOR DEL TERRITORIO

El desequilibrio territorial que desde hace años lleva produciéndose y que la Covid-19 ha acelerado en los últimos meses hace más urgente que nunca que se lleven a cabo políticas y estrategias para una correcta distribución de la riqueza en relación con el sector turístico.

Desde el Servicio de Turismo de Rías Baixas entendemos que debemos centrar nuestros esfuerzos en potenciar los recursos propios del territorio a través de innovadoras campañas de promoción, que pongan en valor nuevos productos y servicios más sostenibles que cubran las demandas de un turista cada vez más concienciado con el medioambiente y que busca experiencias genuinas del territorio que visita. Además, centraremos esfuerzos en desarrollar programas que mejoren la capacidad de carga de los recursos turísticos, así como la protección y conservación del propio territorio. Para ello desarrollaremos programas de investigación y transferencia de conocimientos con la academia y seguiremos apostando por la calidad como uno de los atributos diferenciadores de Rías Baixas.





## 7. SENSIBILIZACIÓN, CONCIENCIA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La población residente de cualquier territorio cumple una doble función con respecto al desarrollo turístico del destino. Por un lado, los residentes son beneficiarios de las políticas y estrategias que se lleven a cabo en el destino y, por otro lado, son receptores de visitantes y turistas que visitan el territorio. Es por esto que para el proceso de transformación en Destino Turístico Inteligente que está llevando a cabo Rías Baixas, la implicación de los residentes es fundamental.

**Incluir a los residentes en el desarrollo turístico no solo es una obligación para el Servicio de Turismo de Rías Baixas debido a que es el lugar donde viven los ciudadanos y ciudadanas, sino que la implicación de estos para el desarrollo turístico en cada proceso permitirá ofrecer una mejor experiencia al visitante.** Son las personas residentes desde su propia conciencia los que custodian el respeto al medio ambiente y la forma de vida propia de nuestro territorio. Es por lo tanto fundamental desarrollar estrategias de comunicación multidireccional que permitan transmitir los valores basados en el consumo responsable y de proximidad, que respeten el medio ambiente y los atributos culturales de Rías Baixas. Es importante también transmitir la forma de vida y trabajo que hacen de Rías Baixas un

lugar único y que forman parte de la identidad social de nuestro territorio. **Las principales acciones que se llevarán a cabo dentro de este plano de trabajo serán campañas de sensibilización hacia los ODS (igualdad, trabajo decente, empoderamiento de la mujer, etc.). Asimismo, se realizarán informes sobre la satisfacción de los residentes respecto a la actividad turística y, finalmente, se desarrollará una guía digital y una encuesta de satisfacción del visitante sobre la sostenibilidad del destino.**

Dentro de la estrategia de sostenibilidad que ha desplegado la Diputación de Pontevedra es importante destacar el papel que va a jugar la economía circular durante los próximos años y que va a permitir asentar las bases de un modelo turístico basado en el respeto del medioambiente y concienciado en respetar el legado a las nuevas generaciones. **Es importante destacar el alineamiento de las acciones en materia de sostenibilidad con la reciente aprobada Estrategia Española de Economía Circular “España 2030” (EEEEC) que sienta las bases para impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible y en la que se reduzcan al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible los que no se pueden evitar.**



## 5.4.5 Accesibilidad

La accesibilidad universal de un Territorio Inteligente pasa por **desarrollar un turismo que permita el acceso, uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando el derecho a la igualdad de oportunidades a disfrutar de los entornos, bienes, servicios, productos, tecnologías, etc. de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible.** La aplicación de la accesibilidad universal presupone la aplicación de la estrategia de “diseño universal o diseño para todas las personas” y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse. Por otro lado, además de dar respuesta a un derecho fundamental de las personas, **la accesibilidad universal constituye un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, representa una oportunidad de negocio para todo el sector, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable.**



Rías Baixas en su objetivo de ser certificado como territorio inteligente debe tener la accesibilidad universal como un requisito imprescindible, que posibilite el acceso a todo tipo de productos, servicios y propuestas culturales, de naturaleza o de ocio, independientemente de las características, capacidades o condiciones del potencial visitante. Para ello, **se diseñó un plan de accesibilidad turística en el que se trabajó en el diagnóstico de los elementos de gestión y de normativa en materia turística, y su aplicabilidad en los diferentes espacios, infraestructuras y en la tecnología que utiliza Rías Baixas de cara al turista.**

El objetivo de este plan de accesibilidad, que sirve como hoja de ruta de las acciones que el Servicio de Turismo va a llevar a cabo dentro de este Plan Estratégico de Turismo 2021-2023, es hacer, primeramente, del propio Servicio de Turismo **un servicio más accesible tanto en el exterior como en su funcionamiento interno.** Para ello, el plan accesibilidad prevé una serie de acciones a desarrollar, como por ejemplo, establecer herramientas prácticas y concretas para incorporar de forma transversal los conceptos de accesibilidad a todas las actividades relacionadas con el turismo dentro de sus competencias y las amplias áreas que cubre, asimismo da cuenta de la importancia que tiene el sensibilizar al personal del organismo colaborador y a la red de oficinas de la Red INFO RIASBAIXAS, a las empresas prestadoras de servicios turísticos, a los tour operadores y a toda la población de la importancia del diseño universal como instrumento para poder ejercer el derecho al turismo de todas las personas en igualdad de condiciones.

El actual plan de accesibilidad turística fija tres grandes planos de actuación para desarrollar en el eje de accesibilidad dentro de las competencias que tiene el Servicio de Turismo de Rías Baixas. En primer lugar, **mejorar las instalaciones en materia de accesibilidad de las oficinas de turismo de la Red INFO RIASBAIXAS** a través de un estudio de mejora de las oficinas, en segundo lugar, trabajar en toda la documentación relacionada con el diseño universal de la experiencia turística en el territorio y en tercer lugar, la mejora de los servicios asociados como puede ser el que las oficinas dispongan de un servicio virtual de interpretación del lenguaje de signos y el disponer de documentación en braille.

El segundo gran plano es la **mejora de la accesibilidad en los recursos turísticos cuya gestión recae en el Servicio de Turismo de Rías Baixas. En este sentido, es especialmente relevante que la Diputación quiere hacer más accesible el Castillo de Soutomaior y el Palacete de las Mendoza.**

El tercer plano de trabajo que se propone en el plan de accesibilidad es todo lo referente con **recursos humanos en materia de formación, comunicación de calidad, campañas de sensibilización y promoción de recursos turísticos accesibles.** Es importante destacar que las acciones que el Servicio de turismo de Rías Baixas va a llevar a cabo en materia de formación y comunicación se realizarán tanto a nivel de personal interno de Diputación, como a los diferentes actores del ecosistema turístico de la provincia de Pontevedra.



# 06.

## De la estrategia a la implementación.

---

Una vez analizadas las líneas estratégicas formuladas, que componen el corpus del presente plan estratégico, se presentan las correspondientes acciones operativas que se trabajarán en cada una de las líneas.



Cada acción se presenta en formato ficha de trabajo donde se resumen los siguientes campos:

Nombre de la actuación

Eje estratégico al que corresponde

Dimensiones a las que afecta la acción

Descripción general con el enfoque que se persigue

Las diferentes acciones que componen la acción

Escenario temporal en el que se realiza la acción a lo largo de los tres años de ejecución del Plan Estratégico de Turismo

Responsable de la acción

Indicadores para el seguimiento de la acción

Presupuesto asignado

Impacto de la acción en los ODS

Alineamiento de la acción con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia del Gobierno de España



**A modo general, el presente Plan estratégico está compuesto por 46 planos de trabajo y 278 acciones operativas, contando con una inversión superior a los 17 millones en el período 2021-2023.**



## 6.1 FICHAS DE IMPACTO

---

## EJE 1 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Ficha Nº1	Acciones de refuerzo de la marca Rías Baixas
Ficha Nº2	Promoción y marketing Rías Baixas
Ficha Nº3	Programa Rías Baixas Fest
Ficha Nº4	Acciones de comunicación institucional Rías Baixas Sostenible
Ficha Nº5	Programa de sensibilización al sector privado sobre sostenibilidad
Ficha Nº6	Programa de sensibilización al sector privado sobre la importancia de la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres
Ficha Nº7	Programa de sensibilización sobre accesibilidad turística y campaña anual sobre senderismo adaptad

## EJE 2 OFERTA TURÍSTICA

Ficha Nº8	Camino de Santiago Año Santo 2021 - 2022
Ficha Nº9	Fortaleza Soutomaior
Ficha Nº10	Fortaleza de Sobroso
Ficha Nº11	Ruta de los Fenicios
Ficha Nº12	Trazas de Pontevedra
Ficha Nº13	Ruta de los Jardines de La Camelia
Ficha Nº14	Programa de potenciación de producto ligado al patrimonio material
Ficha Nº15	Programa de potenciación de producto ligado al patrimonio inmaterial
Ficha Nº16	Turismo Patrimonio Industrial
Ficha Nº17	Creación de producto turístico sostenible
Ficha Nº18	Turismo de naturaleza y ecoturismo
Ficha Nº19	Turismo científico
Ficha Nº20	Programa Starlight y actividades nocturnas
Ficha Nº21	Turismo de litoral
Ficha Nº22	Turismo de interior
Ficha Nº23	Turismo saludable
Ficha Nº24	Turismo deportivo
Ficha Nº25	Enogastronomía

## EJE 3 COMPETITIVIDAD Y REACTIVACIÓN

Ficha Nº26	SICTED
Ficha Nº27	Programa de ayudas y subvenciones Servicio de Turismo Rías Baixas
Ficha Nº28	Programa de Reactivación COVID-19
Ficha Nº29	Q de Calidad
Ficha Nº30	Programa de adhesión a la Red INFO RIASBAIXAS
Ficha Nº31	Digitalización de la Red de oficinas de turismo INFO RIASBAIXAS
Ficha Nº32	Smartpeme
Ficha Nº33	Servicio de asesoramiento técnico a ayuntamientos y particulares
Ficha Nº34	Turismo MICE, ferias virtuales y workshops
Ficha Nº35	Gestión de programas de sostenibilidad turística (MINETUR)
Ficha Nº36	Programa de Fondos Europeos y Marco de Recuperación y Resiliencia (MRR-Next Generation)

## EJE 4 DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Ficha Nº37	Gobernanza y ente gestor DTI
Ficha Nº38	Tourist Inside Rías Baixas
Ficha Nº39	Formación y capacitación ejes DTI
Ficha Nº40	Plan de eficiencia energética e hídrica en edificios
Ficha Nº41	Plan de residuos en edificios y concienciación medioambiental
Ficha Nº42	Programa de Vigilancia Competitiva e Inteligencia Turística
Ficha Nº43	Programa de mejora de la calidad del empleo
Ficha Nº44	Mejora de la movilidad turística
Ficha Nº45	Fortalecimiento de la Agenda 2030 y los ODS en turismo
Ficha Nº46	Compromiso de Sostenibilidad

## ACCIONES DE REFUERZO DE LA MARCA RÍAS BAIXAS



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, marketing, gobernanza

La marca turística Rías Baixas tiene una serie de atributos que le confieren un buen posicionamiento dentro de la industria y reconocimiento a nivel internacional. No obstante, es imperativo seguir reforzando esta posición de la marca en los diferentes canales de comunicación, tanto online como offline. Con la puesta en marcha de esta línea de acción se persiguen fundamentalmente dos objetivos. En primer lugar, conectar con las personas que son potenciales visitantes permitiéndoles descubrir los recursos turísticos de la provincia en función de sus gustos y preferencias, de tal forma que el atractivo de la marca no se diluya en la infinidad de canales existentes hoy en día. Y, en segundo lugar, desde el Servicio de Turismo Rías Baixas se seguirá trabajando con herramientas innovadoras para reforzar la presencia de la marca turística Rías Baixas en la mente de consumidores y consumidoras con el objetivo de seguir conectando con los diferentes segmentos estratégicos identificados y que vean en el destino un territorio seguro, amable y que invita a ser visitado.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Gestión de la marca** mediante el desarrollo de un mapa de tendencias para identificar cuáles son los atributos que mejor posicionan a la marca Rías Baixas y también aquellos más relevantes para las personas usuarias a la hora de seleccionar un destino. Asimismo, se desplegará una serie de objetivos de ejecución y de resultados para seguir reforzando la marca turística a lo largo de la vida de este plan estratégico.

**04** Potenciación de la **presencia en eventos y ferias** para reforzar el posicionamiento del territorio. La pandemia ha afectado especialmente a este tipo de iniciativas, pero se trabajará en la dirección de generar presencia institucional y apoyar al sector privado en este tipo de actos, bien sea en formato presencial, online o híbrido.

**02** Elaboración de un documento que cimente la visión a largo plazo de la marca. En un momento en el que la incertidumbre generada por la pandemia golpea de manera virulenta al sector turístico, es importante trabajar la **visión y misión de la marca Rías Baixas** para asentar las bases que permitan volver a una senda de crecimiento una vez se haya normalizado la situación sanitaria.

**05** **Articulación de un storytelling** que vincule a la marca turística con historias que emocionen y apelen a los sentimientos. Un buen relato tiene cada vez más peso en los nuevos canales de comunicación y muestra de ello es el impacto de influencers en las diferentes campañas de promoción de los destinos turísticos. Se trabajará en el posicionamiento mediante herramientas que asocien la marca con un storytelling atractivo.

**03** **Análisis estratégico de los principales atributos de la marca**, que permita seleccionar aquellos que mejor la representen en el nuevo contexto creado por la COVID-19 y de cara al diseño de futuras campañas de promoción. Atributos como seguridad, salud, naturaleza y bienestar son algunos de los más demandados por las personas que viajan en los meses actuales.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	X
2022	X			X	X
2023	X			X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:** Servicio de comunicación Diputación



## PRESUPUESTO

107.000 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de atributos contemplados

Nº de indicadores/objetivos de ejecución

Informe de marca

Nº de eventos/ferias con presencia del Servicio de Turismo Rías Baixas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X
Formación y capacitación	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROMOCIÓN Y MARKETING RÍAS BAIXAS



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, promoción, marketing, gobernanza

El presente plan de actuación está enfocado a canalizar las diferentes acciones que realiza el Servicio de Turismo Rías Baixas dentro de sus competencias en materia de comunicación y promoción. Si bien es cierto que la COVID-19 obliga a replantear muchas de las acciones del Plan Estratégico, esta línea de trabajo es de vital importancia para posicionar a Rías Baixas como uno de los destinos elegidos por los turistas a la hora de seleccionar sus futuros viajes. Las diferentes acciones están dirigidas a reforzar los atributos inherentes a la marca en materia de seguridad, naturaleza, patrimonio, cultura, gastronomía y destino de proximidad, dado que son los principales motivos de viaje que impulsan a las personas que viajan en la actualidad.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Identificación y **actualización de segmentos clave** de potenciales turistas y visitantes, dado que la COVID-19 está modificando los patrones y motivaciones de viaje. Rías Baixas tiene la experiencia, las herramientas y los recursos turísticos para satisfacer las necesidades de diferentes tipologías de viajeros y viajeras en tiempos en los que los destinos de proximidad serán los beneficiados de las diferentes limitaciones a la hora de viajar.

**04** **Planificación de los diferentes viajes de familiarización** (famtrips, presstrips y blogtrips) que se organizarán en el próximo trienio. La COVID-19 no debe paralizar la agenda de eventos con poder de atracción de prescriptores del destino, aunque indudablemente es preciso adaptar las condiciones a la nueva situación sanitaria. Se conceptualizará y aprobará toda la calendarización antes de finalizar el tercer trimestre del 2021.

**02** Organización de un **concurso de creatividad e ideas para desarrollar una nueva imagen** y diseño de nuevos folletos y material gráfico para la red INFO RIASBAIXAS.

**05** Definición de la **estrategia de promoción y posicionamiento** del destino en los diferentes medios offline y online, con el objetivo de que Rías Baixas siga siendo un destino muy bien valorado tanto por las personas que viajan como por todo el ecosistema turístico a nivel local, provincial, nacional e internacional.

**03** **Impresión del material promocional** que hubiera ganado el concurso de ideas mencionado en el punto anterior. También se contratará el **merchandising** del Servicio de Turismo Rías Baixas y el material necesario para la red de oficinas INFO RIASBAIXAS.



## ESCENARIO TEMPORAL

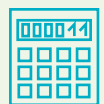
	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X			X
2022	X		X	X	X
2023	X		X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

550.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de segmentos identificados

Nº de participantes en el concurso

Nº de publicaciones

Nº de elementos de merchandising

Nº de famtrips

Nº de presstrips

Nº de blogtrips

Plan de medios



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA RÍAS BAIXAS FEST



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, eventos

Los Festivales Rías Baixas han sido en los últimos años un gran apoyo para la consolidación de la marca Rías Baixas como destino cultural, así como para poder activar procesos de desarrollo local. La provincia de Pontevedra es un territorio con gran tradición musical y con amplio bagaje en festivales. Con el paso de los años se han posicionado eventos como PortAmérica, Vive Nigrán, Atlantic Fest, Sinsal, SonRías Baixas, O Marisquiño y Revenidas, creando así el RíasBaixasFest, con una personalidad propia y localizaciones únicas en el destino. Teniendo en cuenta este gran peso estratégico, se ha creado un Plan de Gestión de Turismo de Festivales para que, a partir de un análisis y diagnóstico de la situación, fuese posible implantar una metodología de trabajo que permita optimizar la toma de decisiones.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Impulso de un **modelo de gestión y administración del turismo de festivales**.

**02** Definición de acciones de **promoción y comunicación de Rías Baixas Fest**, con el objetivo de incrementar la visibilidad y notoriedad de la marca entre el público y para aprovechar el potencial de fidelización de los festivales. Se hará un especial hincapié en el posicionamiento online y se definirán estrategias de segmentación que contemplen actuaciones dirigidas a segmentos profesionales y al público en general.

**03** Elaboración de la **Guía de Festivales de Música** de la provincia de Pontevedra.

**04** Fomento de la **creación de productos turístico – musicales** dirigidos a personas cuya principal motivación de desplazamiento sea la asistencia a un festival. Los paquetes incluirán toda la logística del viaje, incluyendo la gestión de las entradas, y se complementarán con experiencias o actividades que permitirán conocer el destino, su gastronomía, su patrimonio y/o sus recursos naturales. El desarrollo de esta acción podrá apoyarse en la celebración de workshops con agencias de receptivo.

**05** Fomento de la **economía circular** en el desarrollo de los festivales, así como de cualquier otra medida que implique una reducción de la huella de carbono.



## ESCENARIO TEMPORAL

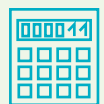
	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X				X
2022		X	X	X	X
2023		X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

676.600€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de festivales pertenecientes a la marca Rías Baixas Fest

Nº de acciones de networking

Nº de agentes identificados en la industria musical de la provincia

Nº de acciones de comunicación

Nº de publicaciones

Nº de paquetes turísticos creados

Nº de informes de impacto



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables

Eficiencia energética de los edificios

Transporte sostenible y eficiente

Despliegue de banda ancha

Modernización AAPP

Datos y uso del cloud

Formación y capacitación

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X
Formación y capacitación	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL RÍAS BAIXAS SOSTENIBLE



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, promoción, marketing, gobernanza, sostenibilidad

La Diputación de Pontevedra tiene el compromiso de impulsar la evolución del modelo turístico de Rías Baixas hacia un modelo más sostenible. Para alcanzar esta meta, además de tener unas líneas de acción operativa bien definidas, es necesario que todo el sector público en los diferentes niveles de la administración trabaje de manera conjunta, alineado con la misma visión. Por ello, esta línea de trabajo va encaminada a realizar una serie de acciones de comunicación en el plano de la administración pública que permita compartir visiones y enfoques en materia de sostenibilidad para que todos los agentes públicos de la provincia trabajen para alinearnos con la Agenda2030 y los Objetivos Desarrollo Sostenible.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Incremento de la colaboración y comunicación entre administraciones a través de nuevos y estables acuerdos de cooperación entre Diputación, ayuntamientos, Xunta y gobierno central, en favor del turismo en la provincia.

**02** Realización de **jornadas de sensibilización** en diferentes ayuntamientos de la provincia para difundir buenas prácticas ambientales e impulsar labores de inventariado de las zonas verdes con el objetivo de visibilizarlas y al mismo tiempo aminorar el impacto de la actividad turística en los ecosistemas naturales como montañas, mares, ríos y/o embalses.

**03** Impulso de **acciones a favor del turismo sostenible** en el marco de trabajo de redes de municipios impulsadas por diferentes instituciones a nivel provincial, autonómico y estatal.

**04** Divulgación de la **agenda de acción local a favor de los ODS** con entes supramunicipales, especialmente mancomunidades, para generar sinergias entre municipios colindantes. Se realizarán presentaciones para darla a conocer al equipo gestor del destino y al conjunto de áreas de cada concello.

**05** Difusión entre funcionarios, funcionarias y demás personas trabajadoras de la administración pública de las diferentes opciones existentes de **formación online relacionada con los ODS y la Agenda 2030**.

**06** Fomento de la incorporación de **criterios de sostenibilidad en la contratación pública** en el área de turismo.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X	X	X	X	X	
2022	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:** Otras administraciones



**PRESUPUESTO** 45.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acuerdos interadministrativos

Nº de jornadas de sensibilización

Nº de acciones impulsadas

Nº de presentaciones / acciones divulgativas

Nº de acciones formativas

Nº de expedientes de contratación con criterios de sostenibilidad incorporados



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	X
Eficiencia energética de los edificios	X
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X
Formación y capacitación	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	X
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN AL SECTOR PRIVADO SOBRE SOSTENIBILIDAD



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, promoción, marketing, gobernanza, sostenibilidad

La Diputación de Pontevedra y, concretamente, el Servicio de Turismo Rías Baixas están haciendo una decidida apuesta por la sostenibilidad turística. El destino debe impulsar modelos de crecimiento sostenibles e inclusivos aprovechando la revolución digital (acelerada por la pandemia) y la consolidación de una tendencia en la demanda turística que busca consumos responsables, singulares y auténticos. Para conseguirlo se va a impulsar un programa de concienciación que permita llegar al mayor número posible de entidades del sector privado, de tal forma que entre todo el ecosistema turístico de la provincia se construya un destino sostenible alineado con la Agenda 2030.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Realización de **jornadas de sensibilización a empresas** que desarrollan sus actividades en entornos naturales con el objetivo de difundir buenas prácticas ambientales para aminorar el impacto de la actividad turística en los ecosistemas naturales. Dichas acciones irán dirigidas al sector privado y también estarán abiertas a la ciudadanía.

**04** Fomento entre las empresas de la **incorporación de sus avances en materia de sostenibilidad en sus memorias anuales**.

**02** Colaboración con el tejido asociativo turístico para mostrar a las empresas del sector **buenas prácticas y casos de éxito en gestión medioambiental**. Se pretende familiarizar a empresarios, empresarias y personas trabajadoras con los ODS, y específicamente con el uso eficiente del agua, la reducción del consumo energético, la gestión de residuos y la economía circular.

**05** Convocatoria y entrega de **premios** a empresas turísticas por la puesta en marcha de iniciativas sostenibles y experiencias basadas en valores locales. Dichos premios se entregarán en la Gala Anual de Turismo Rías Baixas.

**03** Impulso de **campañas de comunicación**, en colaboración con el sector, para concienciar a las personas que visitan Rías Baixas sobre la necesidad de realizar un consumo responsable de agua y energía en hoteles y restaurantes y reducir el desperdicio de alimentos.

**06** Visibilización de **zonas verdes y humanizadas** presentes en las principales poblaciones de la provincia y en sus entornos más próximos.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021		X		X		X
2022	X		X	X	X	X
2023	X		X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 26.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de jornadas de sensibilización

Nº de empresas asistentes / participantes

Nº de casos de éxito difundidos

Nº de acciones de comunicación

Nº de empresas que incorporan la sostenibilidad en su memoria anual

Nº de premios de sostenibilidad

Nº de actuaciones en zonas verdes



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	X
Eficiencia energética de los edificios	X
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	X
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN AL SECTOR PRIVADO SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, empleo

Las mujeres desempeñan un papel esencial en toda la cadena de valor turístico. Sin embargo, la brecha salarial sigue presente a día de hoy (según el informe Global Report on Women in Tourism, elaborado por la Organización Mundial del Turismo, las mujeres empleadas en el sector turístico español reciben un salario un 20,46% inferior al de los hombres). Además, la COVID-19 tuvo un mayor impacto en términos de empleabilidad en el ámbito femenino (sirva como ejemplo el sector del alojamiento, en el cual las mujeres pasaron de suponer el 59,27% de las personas ocupadas en 2019 al 56,17% en 2020, según datos de la Encuesta de Población Activa). Aprovechando la inercia generada por la importancia estratégica que la Diputación de Pontevedra otorga a esta cuestión, Turismo Rías Baixas dará continuidad a la inclusión de la perspectiva de género en todas sus iniciativas. Se pretende generar el escenario adecuado para un óptimo desarrollo profesional de las mujeres en el sector turístico, de tal manera que al final de la década el grado de cumplimiento de las directrices de la Agenda 2030 en este campo sea máximo.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Fomento del **emprendimiento femenino** en el sector turístico, mediante el apoyo a ideas innovadoras promovidas por mujeres. Se dará soporte con la infraestructura de SmartPeme para atraer, desarrollar y retener talento empresarial.

**04** Puesta en valor del **papel de la mujer en la articulación histórica del patrimonio inmaterial** del territorio, destacando su rol en la transmisión generacional de conocimientos, tradiciones y técnicas artesanales vinculadas a determinadas profesiones. Como ejemplo, se buscarán sinergias con iniciativas de turismo rural, marino o industrial.

**07** Aprovechamiento del **foro turístico** celebrado anualmente en colaboración con el Clúster de Turismo de Galicia para dedicar una edición al papel de la mujer en el sector turístico, con especial hincapié en el análisis de la situación actual de las mujeres en el sector, propuestas de futuro para alcanzar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el mismo, al tiempo que se integra la perspectiva de género en el Foro.

**10** **Consolidar Rías Baixas Fest** como altavoz contra las agresiones sexuales y todas las formas de violencia sobre las mujeres, mediante acciones divulgativas para sensibilizar a las personas asistentes sobre esta problemática.

**02** Impulso de un **programa de madrinazgo**, en la línea de lo estipulado en la Estrategia España Nación Emprendedora, mediante el cual mujeres con experiencia en el sector y éxito en su carrera profesional mentoricen y apoyen al talento femenino joven, compartiendo sus conocimientos, vivencias y poniendo en valor el legado de las referentes.

**05** Organización de **acciones de concienciación** (webinars, campañas en RR.SS., mailing, etc) dirigidas a todos los grupos de interés implicados en el sector turístico para la puesta en valor del papel de la mujer en la empresa y en la gestión del destino. Se abordarán cuestiones relacionadas con la reducción de la brecha salarial, el incremento de mujeres en puestos directivos, el fomento de la corresponsabilidad en los cuidados y la conciliación laboral o la lucha contra estereotipos de género en profesiones relacionadas con el turismo.

**08** Creación de un premio específico para reconocer a mujeres destacadas en el ecosistema turístico de la provincia de Pontevedra, cuyo galardón será entregado en la **Gala de Turismo Rías Baixas**. Por otra parte, en el marco de la iniciativa **365 días – 365 mujeres**, se hará mención a mujeres que destacaron o destacan por su aportación a la actividad turística.

**11** Generación, por parte del Observatorio Turístico Rías Baixas, de **informes de seguimiento de la evolución de la brecha de género** en el sector turístico. Se establecerá la recogida de datos desagregados por sexo, estableciendo indicadores de género que permitan medir el impacto de las medidas relativas al mercado laboral turístico (condiciones salariales, nivel de emprendimiento, formación, presencia en puestos directivos, conciliación, etc).

**03** Impulso de **campañas de comunicación**, en colaboración con el sector, para concienciar a las personas que visitan Rías Baixas sobre la necesidad de realizar un consumo responsable de agua y energía en hoteles y restaurantes y reducir el desperdicio de alimentos.

**06** Desarrollo de acciones formativas sobre igualdad de género dirigidas a personas que ostentan cargos de gestión en destinos y empresas, así como a trabajadores y trabajadoras del sector, con el objetivo de introducir el principio de igualdad de género en la gestión diaria de las organizaciones.

**09** Organización de microeventos vinculados al Camino de Santiago, en los cuales un grupo reducido de personas realizará una etapa del Camino acompañando a una mujer relevante en su disciplina profesional (ciencia, cultura, economía, política, deporte, etc).



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
<b>2021</b>				X	X	X	X		X	X	X
<b>2022</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
<b>2023</b>	X	X	X	X	X	X	X	X			X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 56.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones divulgativas

Nº de impactos de las acciones divulgativas online

Nº de acciones formativas

Nº de proyectos de emprendimiento impulsados (desagregados por sexo)

Nº de mentoras o madrinas

Nº de mujeres mentorizadas

Nº de asistentes al foro turístico (desagregados por sexo)

Nº de microeventos en el Camino

Nº de festivales con acciones de sensibilización

Nº de rutas turísticas tematizadas en torno a mujeres

Nº de informes sobre brecha de género en el sector

Nº de indicadores contemplados en los informes



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA Y CAMPAÑA ANUAL SOBRE SENDERISMO ADAPTADO



### EJE ESTRATÉGICO

Promoción y comunicación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, promoción, marketing, gobernanza, accesibilidad

El Servicio de Turismo Rías Baixas incorpora criterios de accesibilidad universal en su gestión con el objetivo de desarrollar un turismo que permita el uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando la igualdad de oportunidades y el derecho a gozar de los entornos, bienes, servicios, productos o tecnologías de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible. La accesibilidad universal constituye un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, representa una oportunidad de negocio para todo el sector, favorece la desestacionalización y mejora la imagen de la marca al posicionar al territorio como socialmente responsable. Por ello, este plan de actuación está encaminado a desarrollar un programa de comunicación que permita sensibilizar y concienciar al sector privado de la importancia de trabajar conjuntamente para desarrollar un producto turístico accesible.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Impulso de acciones de **formación sobre turismo accesible** dirigidas a los diferentes grupos de interés del sector turístico privado de la provincia.

**02** Organización de jornadas de sensibilización, con la participación del Clúster de Turismo de Galicia, en las que se expliquen las **oportunidades de negocio que presenta el turismo accesible**.

**03** Diseño de **material promocional adaptado** a las necesidades de las personas con diversidad funcional.

**04** Desarrollo de **campañas de promoción anuales**, en formatos online y offline, con el objetivo de visibilizar y poner en valor los principales recursos turísticos de la provincia adaptados para todas las personas, independientemente de sus capacidades funcionales.

**05** Diseño de campañas anuales en medios online y offline para **potenciar las rutas de senderismo adaptado** presentes en la provincia de Pontevedra.

**06** Organización de **viajes de familiarización** (se contemplan tanto famtrips como presstrips y blogtrips) en los que se dé a conocer la oferta turística accesible de la provincia a operadores y prescriptores nacionales e internacionales, con un especial énfasis en los senderos adaptados y sus condiciones de accesibilidad.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X	X				
2022	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 70.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones formativas

Nº de participantes en las acciones formativas

Nº de jornadas de sensibilización

Nº de participantes en las jornadas de sensibilización

Nº de publicaciones

Nº recursos turísticos accesibles en la provincia

Nº rutas de senderismo accesibles

Nº de actuaciones de mejora de la accesibilidad de recursos

Nº de acciones promocionales

Nº de famtrips

Nº de presstrips

Nº de blogtrips



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## CAMINOS DE SANTIAGO – AÑO SANTO 2021 - 2022



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

Transcurrida una década desde el Xacobeo 2010 es el turno de un nuevo Año Santo, que, en esta ocasión y de manera excepcional tendrá una duración de 2 años (2021 y 2022). La importancia del Xacobeo para el territorio gallego es capital, dado que se trata de una celebración que atrae a miles de peregrinos y peregrinas. En el caso de la provincia de Pontevedra este fenómeno se acentuaría aún más en esta edición, dadas las excelentes cifras de crecimiento interanual del número de personas que recorrían el Camino hasta 2020, especialmente en el Camino Portugués. Sin embargo, el contexto provocado por la pandemia convierte a este Xacobeo 2021 – 2022 en singular, si bien en el sector se espera que ejerza de palanca para mejorar los indicadores de 2020. Además, otro motivo para el optimismo es que se trata del primer Año Santo en 11 años. La Diputación de Pontevedra y el Servicio de Turismo Rías Baixas apoyarán, con las competencias que tienen asignadas en el Xacobeo, un evento tan importante para Galicia y que vertebra todo el territorio.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Desarrollo de “**Momento Rías Baixas 2021 – 2022**”, campaña de comunicación flexible que contempla diferentes giros en función de la evolución de la pandemia. Se pretende crear una relación de empatía mutua entre el destino y las personas que lo visitan, buscando atraer y fidelizar por medio de contenidos con carga emocional.

**04** Organización de una **exposición itinerante sobre el Camino Portugués**: “Camino Xacobeo del noroeste peninsular”. Se tratará de una muestra de pequeño formato, que podrá ejecutarse tanto en espacios interiores como exteriores, eminentemente gráfica y donde se mostrará el recorrido del Camino y su historia. Se dividirá en diversos módulos, lo que permitirá centrar la atención en los contrastes y al mismo tiempo en las relaciones y similitudes existentes entre los paisajes que atraviesa, las poblaciones, las tradiciones y las culturas.

**02** **Valorización de la arquitectura religiosa** presente en las diferentes rutas oficiales del Camino que atraviesan la provincia y desarrollo de un programa de voluntariado para garantizar la apertura de iglesias y monumentos para su uso y disfrute por parte de peregrinos y peregrinas.

**03** Convocatoria y seguimiento de la **Mesa del Camino**, que tiene carácter semestral y cuyo objetivo es la monitorización de las acciones planteadas para la provincia en el ámbito del Camino de Santiago.



## ESCENARIO TEMPORAL

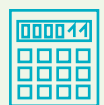
	1.	2.	3.	4.
2021	X		X	X
2022	X	X	X	X
2023			X	



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

134.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones de comunicación

Nº de impactos online

Nº de actuaciones en elementos de la arquitectura religiosa

Nº de iglesias incluidas en el programa de apertura

Nº de voluntarios/as

Nº de reuniones de la Mesa del Camino

Nº de asistentes a la Mesa del Camino

Nº de acuerdos de la Mesa del Camino

Nº de exposiciones



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## FORTALEZA SOUTOMAIOR



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, Comunidad Local

Desde 2018 el Castillo de Soutomaior está inmerso en un nuevo concepto acorde a la evolución del mercado turístico, de los canales de comercialización y del comportamiento de las y los viajeros. Turismo Rías Baixas, como ente gestor del recurso turístico ha conseguido desde 2018 atraer a más de 84.000 visitantes, intentando en todo momento mejorar su servicio. Así, en estos años se ha distinguido con el sello Compromiso de Calidad Turística SICTED y se ha certificado como Destino Científico Turístico Observer. En los próximos dos años cuenta con obtener la Q de Calidad Turística, UNE 302002: 2018 y adherir el Castillo y sus jardines de camelia a la Ruta de la Camelia de Galicia.





## ACCIONES OPERATIVAS

### 01 Mejora de la infraestructura:

- 1.1 Construcción del centro de recepción de visitantes
- 1.2 Iluminación paisajística y monumental del recinto:
  - 1.2.1 Redacción del proyecto
  - 1.2.2 Solicitud de permisos
  - 1.2.3 Ejecución
- 1.3 Programa anual de mantenimiento
- 1.4 Cierre perimetral de la finca
- 1.5 Construcción de la escalera de la Torre del Homenaje
- 1.6 Labores de limpieza de Fortaleza

### 02 Programación anual:

- 2.1 Camelias
- 2.2 Viñedos
- 2.3 Banco de germoplasma
- 2.4 Navidad
- 2.5 Visitas teatralizadas
- 2.6 Visitas caracterizadas
- 2.7 Exposiciones temporales

### 03 Investigaciones:

- 3.1 El territorio de los Soutomaior
- 3.2 Los Hostos

### 04 Mejora de gestión:

- 4.1 Mejora continua de la web
- 4.2 Mantenimiento de RR.SS.
- 4.3 Gestión y atención al público o creación de puestos de trabajo
- 4.4 Creación de ordenanza para gestión de usos de los jardines
- 4.5 Apertura de la tienda del Castillo
  - 4.5.1 Modificación de Ordenanza
- 4.6 Gestión de marcas
  - 4.6.1 SICTED
  - 4.6.2 UNE 302002: 2018 (Q de Calidad Turística)
  - 4.6.3 Renovación de Jardín de Excelencia Internacional en Camelia
  - 4.6.4 Observer. Destino de Turismo Científico
  - 4.6.5 Declaración de Jardín Botánico
  - 4.6.6 Ruta de la Camelia de Galicia



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2	3	4.1	4.2	4.3	4.4	4.4.1	4.4.2	4.4.3	4.4.4	
2021		X	X	X			X		X	X		X	X		X		
2022	X	X			X	X	X		X	X				X	X	X	X
2023		X			X		X		X	X			X	X			



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de arquitectura Diputación
2. Servicio de medio ambiente Diputación
3. Finca Areiro
4. Servicio de nuevas tecnologías Diputación
5. Servicio de comunicación Diputación
6. Dirección Xeral de Patrimonio Xunta de Galicia
7. Concello de Soutomaior



**PRESUPUESTO** 2.755.106 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de ventas por actividad y tipo de tarifa	Nº de actuaciones nuevas por año
Nº de ventas por actividad	Alcance de campañas
Nº de ventas por actividad y por año	ROI
Nº de ventas por campaña	Actuaciones y colaboraciones por parte de otros Servicios de Diputación
Ventas totales por año	Nº de peticiones fotográficas/grabaciones
Motivación de la visita	Nº de peticiones de salas en régimen de cesión de uso
Conocimiento previo del recurso	Establecer seguimiento de nº de descargas de información digital
Procedencia	Nº de Mejoras en la infraestructura
Nº de visitas de colegios	
Nº de publicaciones propias anuales	
Nº de menciones	
Nº de actualizaciones en web	
Material promocional propio	
Nº de exposiciones temporales	



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables

Eficiencia energética de los edificios X

Transporte sostenible y eficiente

Despliegue de banda ancha

Modernización AAPP X

Datos y uso del cloud

Formación y capacitación X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE X

Fortalecimiento de la resiliencia económica y social X

Mitigación del impacto social y económico de la crisis X

Transición Digital

Transición Ecológica

Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación

Infraestructuras y ecosistemas resilientes

Transición energética

AAPP siglo XXI

Modernización PYME y tejido industrial

Pacto ciencia e innovación

Educación, conocimiento y formación X

Nueva economía y empleo X

Cultura y deporte X

Modernización sistema fiscal

## FORTALEZA DE SOBROSO



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, Comunidad Local

El servicio de Turismo Rías Baixas, como responsable de la conservación, mantenimiento, gestión y promoción del castillo de Sobroso, ha trabajado en los últimos años con el fin de posicionarlo como uno de los principales recursos turísticos culturales del destino Rías Baixas. Así, en 2016 elaboró un plan de dinamización tanto para el castillo de Soutomaior como para el de Sobroso. Entre las acciones a llevar a cabo se encuentran la musealización del mismo y su correspondiente dinamización y puesta en valor.



## ACCIONES OPERATIVAS

### 01 Mejora de la infraestructura:

- 1.1 Obras de mejora de las instalaciones
- 1.2 Ejecución del proyecto de musealización
- 1.3 Elaboración de un plan anual de mantenimiento
- 1.4 Control y seguimiento del mantenimiento del parque
- 1.5 Control y seguimiento del cierre perimetral de la finca, que corresponde al concello de Pontearreas.

### 04 Mejora de la gestión:

- 4.1 Comisión de seguimiento de la gestión del Castillo de Sobroso con el concello de Pontearreas
- 4.2 Nueva Ordenanza fiscal y de funcionamiento
- 4.3 Web, RRSS y venta de entradas
- 4.4 Gestión del servicio de atención al público

### 02 Programación:

- 2.1 Diseño de la programación acorde con la infraestructura
- 2.2 Puesta en marcha de la programación

- 03 Investigación sobre la Reina Urraca:** desde un análisis inicial del personaje, y partiendo de Sobroso, se realizará un recorrido por la vida y los escenarios que recorrió esta mujer feudal relevante para la historia de Galicia. Esta acción inicial determina las acciones a incluir en el plan de acción anual posterior.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2	3	4.1	4.2	4.3	4.4
2021	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
2022			X			X	X				
2023						X	X				



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**

- Servicio de presidencia Diputación
- Servicio de nuevas tecnologías Diputación
- Concello de Pontearreas



**PRESUPUESTO** 762.631,04 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de ventas por actividad y tipo de tarifa	Material promocional propio
Nº de ventas por actividad	Nº de exposiciones temporales
Nº de ventas por actividad y por año	Nº de actuaciones nuevas por año
Nº de ventas por campaña	Alcance de campañas
Ventas totales por año	ROI
Motivación de la visita	Actuaciones y colaboraciones por parte de otros Servicios de Diputación
Conocimiento previo del recurso	
Procedencia	
Nº de visitas de colegios	
Nº de publicaciones propias anuales	
Nº de menciones	
Nº de actualizaciones en web	



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	X
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## RUTA DE LOS FENICIOS



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, patrimonio

Pontevedra es la primera provincia española que, sin estar bañada por el mar Mediterráneo, forma parte de la Ruta de los Fenicios, itinerario cultural internacional reconocido por el Consejo de Europa, que atraviesa 80 ciudades y 18 países de tres continentes en los que se encuentran yacimientos y restos arqueológicos fenicios y púnicos. El destino fue seleccionado para liderar la promoción y difusión de la ruta en la fachada atlántica peninsular y forma parte de una red nacional integrada por ciudades como Cádiz, Cartagena, Eivissa, Palma de Mallorca, así como la Diputación de Jaén o la Universidad de Jaén y Santo Tomé, entre otras entidades. En las Rías Baixas se han llevado a cabo desde el siglo XX, y sobre todo durante la última década, un abundante número de intervenciones arqueológicas en yacimientos de la Edad del Hierro. Esta línea de acción está orientada a fortalecer los productos turísticos relacionados con los yacimientos fenicio-púnicos encontrados en diferentes emplazamientos arqueológicos de la provincia.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Valorización y difusión de los recursos y yacimientos** de la provincia que forman parte de la ruta: Castro de Punta do Muíño do Vento (Vigo), Monte do Castro (Ribadumia), Castro da Lanzada (Sanxenxo), Monte do Facho (Cangas do Morrazo) y Castro de Aobre (Vilagarcía de Arousa). Se contemplan:

- 1.1 Generación de **contenidos turísticos** y diseño de material promocional para visibilizar el itinerario cultural y su influencia en la provincia.
- 1.2 **Visitas guiadas** a los 5 yacimientos.
- 1.3 Organización de una **exposición itinerante** sobre la ruta.

**02** Presencia institucional de la Diputación en los diferentes órganos y actos promovidos por la **Asociación Red Española Ruta de los Fenicios**, especialmente asambleas y consejos científicos.

**03** Participación en eventos de la **Confederación Internacional de la Ruta de los Fenicios**, principal órgano internacional de este itinerario cultural, con el objetivo de ampliar la red de contactos y aprovechar la presencia técnica e institucional para dar a conocer el destino desde una perspectiva global.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.
2021			
2022	X	X	X
2023	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Arquitecto provincial

**Entidad colaboradora:**

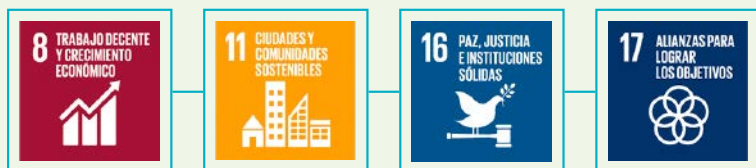


## PRESUPUESTO

39.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de publicaciones

Nº de visitas guiadas

Nº de participantes en las visitas

Nº de ayuntamientos que participan en la itinerancia

Nº de actos de ámbito nacional relacionados con la ruta con presencia de la Diputación

Nº de actos de ámbito internacional relacionados con la ruta con presencia de la Diputación



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	
Formación y capacitación	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TRAZAS DE PONTEVEDRA



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, patrimonio

La puesta en valor del patrimonio histórico ligado a la cultura romana es una de las máximas prioridades del Servicio de Turismo Rías Baixas en el marco del Programa de valorización de los yacimientos romanos gallegos. El objetivo de este programa es preservar, potenciar y acondicionar para su visita pública 18 yacimientos con el objetivo de difundir su valor cultural y promover el conocimiento de dicho legado histórico por parte de potenciales visitantes y turistas, pero también por parte de la población local y muy especialmente las personas jóvenes. Esta línea de trabajo comprende actuaciones encaminadas al aprovechamiento turístico de los yacimientos, configurando un producto que debe entenderse como una estrategia para dinamizar el turismo, el patrimonio y el paisaje del territorio, aportando a la oferta de Rías Baixas nuevos elementos de diferenciación, diversificación y especialización.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Implementación de acciones de acondicionamiento, restauración, conservación, musealización y señalización de los yacimientos para su puesta en valor desde un punto de vista turístico.

**02** Diseño de un **itinerario turístico** que permita conectar los diferentes yacimientos entre sí. Se generarán contenidos turísticos que permitan articular y visibilizar la ruta, mediante materiales promocionales online y offline.

**03** Creación de **contenido divulgativo** que permita ofrecer a las personas que visiten los yacimientos la posibilidad de explorar, ubicar y comprender la historia que hay detrás de los mismos de una forma lúdica, diferente, diversa, educativa y satisfactoria.

**04** Organización de **visitas guiadas a los yacimientos**, dirigidas al sector turístico privado de la provincia, con la finalidad de darles a conocer estos elementos patrimoniales de gran valor y para conseguir que prescriban la visita a sus clientes.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.
2021	X	X	X	
2022	X		X	
2023	X			X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**

1. Dirección Xeral de Patrimonio Xunta de Galicia
2. Ministerio de Fomento
3. Ayuntamientos implicados



## PRESUPUESTO

3.869.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de actuaciones en yacimientos

Nº de publicaciones

Nº de visitas guiadas

Nº de participantes en las visitas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## RUTA DE LOS JARDINES DE LA CAMELIA



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico

Rías Baixas posee una serie de recursos y productos turísticos únicos que juegan un papel importante en su imagen turística, entre los que se encuentra la flor de la camelia. Galicia es, además, un destino único en Europa en cuanto a variedad de camelias y tradición en coleccionismo, albergando algunas de las camelias más antiguas y longevas de España y de Europa. La Ruta de los Jardines de la Camelia es un circuito de gran interés turístico, histórico y artístico que fue creado para promocionar la cultura relativa al cultivo, cuidado y conocimiento de la camelia. Esta línea de trabajo contempla actuaciones de puesta en valor de estos jardines, en los que se encuentra la mayor colección y variedad de camelias de Europa, convirtiéndose así en un recurso turístico clave para el posicionamiento internacional del destino.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Participación técnica e institucional en el **Comité Camelia Galicia**, realizando aportaciones que permitan dotar a los jardines de una regulación normativa y protección jurídica.

**04** Aprovechamiento de la estación fitopatológica de la Finca Areeiro para dar continuidad a los trabajos de creación de nuevas variedades de camelia, las cuales se aprovechan para rendir homenaje a mujeres ilustres vinculadas a la provincia de Pontevedra, en el marco del proyecto **“Camelias con nombre de mujer”**.

**02** Ejecución de **tareas de control y seguimiento que garanticen el cumplimiento de los requisitos de incorporación a la ruta**, de tal forma que se aseguren unos estándares de calidad elevados que permitan llevar a la excelencia los niveles de satisfacción de las personas que visiten los jardines.

**05** Impulso a la **creación de producto turístico** en torno a la camelia, aprovechando la capacidad desestacionalizadora que le otorga su período de floración (de diciembre a abril) e integrando otros recursos turísticos identitarios de las Rías Baixas, como son su patrimonio arquitectónico y cultural y su oferta enogastronómica.

**03** Realización de trabajos de adecuación, conservación, cultivo y cuidado en el **Jardín del Té**, para su promoción y visibilización como recurso turístico.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:** Finca Areeiro, Xunta de Galicia



## PRESUPUESTO

45.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de actuaciones en jardines

Nº de jardines de la provincia incorporados a la ruta

Nº de actuaciones en el Jardín del Té

Nº de variedades de camelia con nombre de mujer

Nº de paquetes turísticos

Nº de visitantes a los jardines



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE POTENCIACIÓN DE PRODUCTO LIGADO AL PATRIMONIO MATERIAL



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico, patrimonio

La provincia de Pontevedra cuenta con un rico patrimonio material, plasmado en numerosos Bienes de Interés Cultural y en elementos histórico - culturales como el Camino de Santiago. Se trata de recursos de incalculable valor, pues reflejan la evolución histórica de este territorio y la huella física y tangible que han dejado las generaciones que han habitado la provincia a lo largo de siglos. En esta línea de trabajo se definirá una estrategia de promoción basada en el patrimonio histórico, artístico, arquitectónico y arqueológico presente en la provincia de Pontevedra, de tal manera que incentive la creación de producto turístico basado en dichos recursos patrimoniales, vinculándolos a experiencias (visitas guiadas, visitas teatralizadas, etc). Esta línea servirá de refuerzo a las actuaciones relacionadas con las diferentes rutas patrimoniales existentes en la provincia.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** **Gestión integral de CastroDeza**, que incluye entre otras funciones la atención al público (recepción, información, visita guiada y registro del número de visitantes), la planificación de visitas, así como otras actividades de difusión cultural y científica.

**04** Realización de **documentos de análisis previo** para la configuración de productos turísticos relacionados con el patrimonio histórico de la provincia.

**07** **Diseño de rutas turísticas tematizadas** en torno a elementos concretos del patrimonio material de la provincia (por ejemplo: itinerarios que unan una determinada tipología de construcciones o corrientes arquitectónicas). Se buscará la interlocución con las entidades titulares de cada recurso para garantizar la adecuación y acondicionamiento para su uso turístico.

**02** Seguimiento del espacio en Pazo de Liñares y seguimiento de la encomienda de gestión realizada al CSIC para:

2.1 Prospección y excavaciones de sondeos en el yacimiento de Castro Landín, espacio de referencia en el interior de la provincia.

2.2 Estudio arqueometalúrgico de materiales

2.3 Elaboración de un Plan Director que establezca objetivos y prioridades de actuación en el horizonte 2021-2024

2.4 Actividades de comunicación, formación y difusión

**05** **Identificación de la oferta y servicios privados** cuya actividad gire en torno a la interpretación del patrimonio histórico.

**08** Organización de **jornadas formativas**, dirigidas al sector privado y a personal técnico de administraciones locales, sobre interpretación del patrimonio material, con el objetivo de incrementar el conocimiento del destino entre los diferentes grupos de interés.

**03** Puesta en marcha de **campañas de comunicación y promoción del destino basadas en su patrimonio**, en las cuales se otorgue un papel protagonista a la historia del territorio plasmada en sus vestigios y/o construcciones. Se pretende articular un storytelling atractivo que facilite el diseño de experiencias,

**06** Impulso a la **creación de producto turístico**, implicando a las agencias de receptivo en la paquetización de alojamiento, gastronomía y actividades vinculadas a los recursos patrimoniales de la provincia.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
2021	X	X	X		X		X	
2022	X	X	X	X	X	X	X	
2023	X	X	X	X	X		X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

470.384€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de visitantes en CastroDeza

Nº de visitantes en Pazo de Liñares

Nº de elementos de patrimonio material identificados

Nº de actuaciones en elementos del patrimonio material

Nº de planes directores

Nº de acciones de comunicación

Nº de empresas privadas relacionadas con el patrimonio histórico

Nº de paquetes comercializados

Nº de proyectos de recuperación / musealización

Nº de rutas turísticas diseñadas

Nº de sesiones formativas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE POTENCIACIÓN DE PRODUCTO LIGADO AL PATRIMONIO INMATERIAL



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

A lo largo de los siglos, en el territorio que actualmente ocupa la provincia de Pontevedra, diversos acontecimientos han dado forma al acervo cultural común de las gentes que habitaron y habitan estas tierras. Así, las Rías Baixas cuentan hoy en día con una idiosincrasia que las identifica y diferencia, asentada principalmente en un patrimonio inmaterial conformado con el paso del tiempo. En la presente actuación se contempla un conjunto de medidas enfocadas a poner en valor conocimientos, artes, manifestaciones culturales, rituales religiosos, mitos, leyendas, tradiciones u otros ritos, que ayudarán a generar un relato común atractivo de cara a la creación de experiencias que conecten a las personas visitantes con la población local. Esta visibilización del patrimonio inmaterial facilitará asimismo la protección de este legado para futuras generaciones.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Identificación de asociaciones y entidades** cuyo principal fin es la conservación y protección de manifestaciones concretas del patrimonio inmaterial, con el objetivo de establecer vías de diálogo y definir estrategias comunes que permitan la generación de nuevos contenidos turísticos.

**04** Aprovechamiento de las nuevas posibilidades **financiación con fondos europeos** para la propuesta, diseño y liderazgo de proyectos de cooperación que pongan en valor el patrimonio inmaterial y oculto de las Rías Baixas.

**02** Estudio y catalogación de los diferentes mitos, leyendas, ritos (religiosos y/o paganos) o creencias presentes en las Rías Baixas y que puedan ser de interés para la articulación de un **relato promocional atractivo**. Se plantea el diseño de una ruta específica que una diversos puntos de interés en esta materia.

**05 Colaboración con escuelas de artes y oficios** para la puesta en valor desde un punto de vista turístico de diferentes profesiones y técnicas artesanales. Se procurará la interlocución entre sus responsables y agencias de receptivo y/o guías profesionales, para facilitar la organización de visitas guiadas.

**03 Puesta valor y generación de producto turístico** en torno a las diferentes manifestaciones de patrimonio inmaterial.

**06** Organización de **sesiones formativas** y visitas guiadas dirigidas a trabajadores y trabajadoras del sector turístico, de los ámbitos público y privado, sobre los valores propios del destino.



## ESCENARIO TEMPORAL

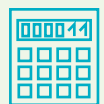
	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X	X		X		
2022			X	X		
2023			X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

78.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de entidades / asociaciones contactadas

Nº de elementos de patrimonio inmaterial identificados

Nº de proyectos europeos impulsados

Nº de sesiones formativas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO PATRIMONIO INDUSTRIAL



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

A lo largo y ancho de las Rías Baixas se encuentran numerosos ejemplos del legado que la actividad económica ha dejado en forma de patrimonio industrial. Especialmente en los últimos tres siglos, tanto en el litoral como en el interior de la provincia han florecido diversas industrias cuya huella es tangible en forma de infraestructuras, pero que de manera paralela han dejado una herencia inmaterial vinculada a su historia y al conocimiento generado. Se pretende visibilizar y promocionar el variado ecosistema industrial presente en las Rías Baixas, tanto desde un punto de vista histórico – patrimonial como desde la perspectiva de la empresa moderna del siglo XXI. Así, desde un punto de vista turístico, no solo se divulgará la historia de sectores como el naval, la pesca, la conserva, la minería, la cerámica, la automoción, la energía o el textil, sino que se busca también poner en valor la actividad económica viva de las empresas actuales.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Elaboración de un **estudio que identifique y catalogue los principales bienes materiales e inmateriales del patrimonio industrial** presentes en el destino Rías Baixas. Para cada elemento se aportará información acerca de la rama económica, la historia de la actividad o empresa, métodos de producción, estado de conservación de edificaciones y maquinaria, oficios relacionados o material gráfico.

**04** Negociación con empresas que operan con normalidad en la actualidad para la propuesta de **visitas guiadas** que pongan en valor su actividad. Se contemplan sectores como el naval, la conserva o la automoción, y será preciso estipular días y horarios de visita, contar con personas preparadas para guiar e informar a los visitantes, poner a estas empresas en contacto con agencias de receptivo y establecer un punto de atención o recepción de visitantes.

**02** Puesta en valor del **legado etnográfico vinculado a actividades tradicionales** (molinos de río, fábricas de luz, salazones, etc), mediante la articulación de rutas turísticas. Se seguirá el modelo de “Entre molinos centenarios”.

**05** Selección de **infraestructuras abandonadas** para realizar un estudio de viabilidad de su explotación turística. Además de identificar a la propiedad, es preciso analizar los accesos, así como las condiciones de conservación, seguridad y salubridad.

**03** Apoyo a agencias de receptivo para la creación de producto turístico vinculado al **mar como generador histórico de desarrollo económico**. Se pretende idear experiencias inmersivas en las que la persona que visita Rías Baixas pueda presenciar el funcionamiento de una lonja o una conservera, conocer in situ artes de pesca a bordo de un barco, aprender de mariscadores y mariscadoras o descubrir técnicas de construcción naval como la carpintería de ribera.

**06** Impulso de **proyectos que se apoyen en las nuevas tecnologías** (realidad aumentada o realidad virtual) para la promoción del patrimonio industrial.



## ESCENARIO TEMPORAL

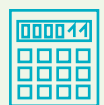
	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X					
2022		X	X			
2023			X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

62.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de bienes materiales catalogados

Nº de bienes inmateriales catalogados

Nº de rutas / productos etnográficos impulsados

Nº de experiencias / productos turísticos comercializados

Nº de empresas adheridas al programa de visitas

Nº de visitas organizadas

Nº de infraestructuras abandonadas identificadas

Nº de iniciativas TIC implementadas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

Esta línea de acción está orientada a dar continuidad al Plan de Sostenibilidad Turística de la Diputación de Pontevedra en la potenciación y puesta en valor de los recursos turísticos de la provincia a través de la creación de nuevas experiencias desde un punto de vista sostenible y responsable. La creación de productos turísticos respetuosos con el entorno permitirá la diferenciación de Rías Baixas con respecto a otros destinos competidores, a través del posicionamiento de su oferta turística e del incremento del valor real que percibe la persona usuaria. Es preciso fomentar entre el sector privado la comercialización de esta tipología de experiencias, puesto que la COVID-19 ha acentuado la búsqueda por parte de las personas que viajan de destinos y productos sostenibles, con lo cual se hace necesario posicionar correctamente al destino para lo que resta de pandemia y de cara a la posterior recuperación de la actividad turística.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Organización de workshops y **acciones de networking empresarial** en las cuales se ponga en contacto a empresas turísticas que operan en el medio rural con entidades de otros sectores económicos, con el objetivo de establecer sinergias y para la generación de un conocimiento que facilite la creación de productos turísticos sostenibles y dinamizadores de la economía rural.

**02** Impulso a la **creación de producto turístico sostenible**, implicando a las agencias de receptivo en la paquetización de alojamiento, gastronomía y actividades en la provincia.

**03** Interlocución con entidades del sector primario para la definición de **iniciativas inmersivas** en las cuales la persona que visita el territorio pueda disfrutar de vivencias y experiencias en contacto con el entorno y la población local, conociendo sus costumbres y su relación histórica con el medio natural.



## ESCENARIO TEMPORAL

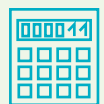
	1.	2.	3.
2021	X		
2022	X	X	
2023	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

55.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº acciones networking impulsadas

Nº de paquetes turísticos comercializados

Nº de acuerdos con entidades del sector primario



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO DE NATURALEZA Y ECOTURISMO



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, sostenibilidad

La naturaleza y las actividades asociadas a la misma están siendo muy demandadas por parte de personas que buscan una vía de escape para desconectar en estos tiempos tan difíciles, marcados por la pandemia. Por ello, Rías Baixas tiene una oportunidad de atraer a visitantes, especialmente procedentes de mercados de proximidad, mediante la puesta en valor de la inmensa riqueza natural con la que cuenta la provincia de Pontevedra. Esta línea de acción está orientada a potenciar productos turísticos vinculados al paisaje y la naturaleza. Se seleccionarán y apoyarán iniciativas locales que desarrollen experiencias innovadoras aprovechando los recursos naturales, contribuyendo de esta forma al uso turístico sostenible del paisaje de Rías Baixas y haciendo del ecoturismo un motor económico de la provincia de Pontevedra.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Diseño de **material divulgativo cuya finalidad será potenciar el conocimiento del hábitat natural de la provincia**, así como la revalorización de los recursos culturales y sociales asociados al mismo. Estos contenidos estarán pensados no solo para las personas que visitan el destino, sino también para la población local y para los diferentes grupos de interés del sector, con el objetivo de incrementar su conocimiento del destino. Se pondrán en marcha acciones formativas para el fomento del turismo ecológico y de naturaleza, y se favorecerá la celebración talleres ambientales para empresas turísticas.

**02** Impulso a la **creación y comercialización de paquetes turísticos** en torno a actividades de ecoturismo, complementándolas con el disfrute del patrimonio material e inmaterial presente en la provincia de Pontevedra

**03** Creación de un **concurso fotográfico** centrado en temáticas relacionadas con la naturaleza para la promoción de los recursos más singulares y ampliación del banco de imágenes oficiales.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X		X		X
2022	X	X	X	X	X
2023		X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 55.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones de comunicación

Nº de publicaciones

Nº de acciones divulgativas

Nº de paquetes turísticos comercializados

Nº de participantes en concursos

Nº de fotografías generadas

Nº de acciones networking impulsadas

Nº de contrataciones con criterios de ecoturismo incorporados



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO CIENTÍFICO



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

En el pasado año 2020, el castillo de Soutomaior se convirtió en pionero en España al obtener el certificado Jardín Histórico Observer, que lo acredita como destino de turismo científico. Este es solo un ejemplo del potencial que tiene el destino Rías Baixas para este segmento, pues son numerosos los espacios naturales protegidos con fauna y flora singulares, como el Parque Nacional de las Islas Atlánticas o el Parque Natural del Monte Aloia. El turismo científico mueve a personas que generalmente cuentan con formación superior y un alto poder adquisitivo, y tiene una gran capacidad de atracción en el extranjero. Desde Turismo Rías Baixas se apostará en los próximos años por la creación de experiencias y productos turísticos basados en el conocimiento, en disciplinas como la ornitología, botánica, arquitectura, ingeniería o geología.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Colaboración con la Sociedad Española de Ornitología (SEO / BirdLife) para **potenciar los principales enclaves de las Rías Baixas para el avistamiento de aves**. Se generará contenido divulgativo sobre espacios como el Complejo Intermareal Umia – O Grove, el Parque Nacional de las Islas Atlánticas, las Brañas de Xestoso o el estuario del río Miño, entre otros.

**02 Puesta en valor de la biodiversidad presente en las rías y ríos** de las Rías Baixas, mediante la generación de información específica sobre la fauna y flora de los fondos marinos y fluviales, con el objetivo de facilitar el diseño de experiencias turísticas en base a este contenido.

**03** Identificación de operadores nacionales e internacionales especializados en nichos concretos de turismo científico, con el objetivo de poner en marcha **famtrips** que les pongan en contacto con los recursos naturales y la oferta privada presentes en Rías Baixas.

**04** Asistencia a ferias especializadas de turismo científico.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.
2021		X	X	
2022	X	X	X	X
2023	X			X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:** EO / BirdLife



**PRESUPUESTO** 46.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de actuaciones en espacios naturales

Nº de publicaciones

Nº de famtrips

Nº de operadores participantes en famtrips



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA STARLIGHT Y ACTIVIDADES NOCTURNAS



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

El turismo astronómico está en auge en los últimos tiempos. En las Rías Baixas ya existen diversas ubicaciones ideales para la observación de las estrellas y, de hecho, el Parque Nacional de las Islas Atlánticas ya cuenta con la certificación de Destino Starlight. Para posicionarse como destino astronómico es necesario contar con ubicaciones estratégicamente situadas y con una mínima contaminación lumínica, de tal manera que se pueda disfrutar de cielos despejados, así como disponer de guías con conocimientos en la materia para trasladar el conocimiento a las personas visitantes. En esta actuación se contemplan no solo acciones de contemplación del firmamento, sino que se pretende aprovechar todo el potencial que ofrece la noche para enriquecer la experiencia turística de las personas que visitan las Rías Baixas con una oferta basada en actividades nocturnas que sirvan de punto de encuentro entre turistas y población local.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Promoción de los enclaves y empresas privadas de las provincia que cuentan con algunas de las **distinciones Starlight**. Se aprovechará la certificación del Parque Nacional de las Islas Atlánticas como Destino Starlight para la creación de producto turístico y se visibilizará el Faro de Avión (Covelo) como Paraje Starlight.

**04** Fomento de iniciativas privadas que comercialicen **paquetes turísticos en los cuales se incluya el astroturismo entre las actividades principales**. Por ejemplo, la contemplación de las perseidas a bordo de una embarcación recreativa.

**02** Acompañamiento al **Observatorio Astronómico de Forcarei** en el proceso de certificación bajo alguna de las categorías de distinción de la Fundación Starlight.

**05** Creación de una ruta turística articulada en torno a miradores naturales cuyas características los conviertan en idóneos para el **disfrute de la puesta de sol**.

**03** Identificación de otros **espacios de la provincia de Pontevedra con poca contaminación lumínica** e ideales para la observación del firmamento.

**06** Organización de **microeventos culturales nocturnos** (conciertos, conferencias, etc) en elementos singulares del patrimonio histórico de las Rías Baixas, que generen un nexo de unión entre las personas que visitan el destino y la población local.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021						X
2022	X		X	X	X	X
2023	X	X				X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**

1. Fundación Starlight
2. Observatorio de Forcarei



## PRESUPUESTO

33.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de distinciones Starlight

Nº de espacios de observación identificados

Nº de paquetes turísticos comercializados

Nº de rutas creadas

Nº de miradores de puesta de sol identificados

Nº de microeventos culturales organizados

Nº de asistentes a los microeventos



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO DE LITORAL



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

El propio nombre de la marca Rías Baixas delata su eminente carácter costero. La historia de la provincia de Pontevedra siempre ha estado ligada al mar, a sus leyendas y tradiciones, a las artes pesqueras y la industria conservera, a sus materias primas y gastronomía, a sus paisajes y playas, y por supuesto a toda la oferta de actividades recreativas que se pueden realizar en la fachada atlántica. El destino cuenta con tres rías singulares porque sus condiciones las convierten en navegables todo el año, lo cual tiene enorme potencial en términos de desestacionalización. Se apostará por la creación de experiencias turísticas sostenibles en base al patrimonio natural, cultural y etnográfico ligado a la costa, además de dar continuidad a productos ya consolidados como el sol y playa.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Articulación de una ruta turística que ponga en valor la **arquitectura característica de las villas marineras y los pueblos pesqueros tradicionales.**

**04** Establecimiento de mecanismos de colaboración para la puesta en marcha de **itinerarios peatonales y cicloturistas en la franja costera.**

**02** Promoción de la riqueza paisajística del litoral de las Rías Baixas mediante la adecuación y señalización de los **principales miradores con vistas al Atlántico.**

**05** **Fomento de la práctica de deportes náuticos** en las tres rías presentes en el destino, a través del apoyo a la organización de eventos y competiciones amateur y de base.

**03** Generación de contenidos turísticos que permitan hacer un recorrido por la **historia del litoral pontevedres:**

3.1 Historias personales y legado inmaterial vinculado a los faros

3.2 Importancia estratégica y rol desempeñado por los principales puertos de la provincia a lo largo de los siglos

3.3 Batallas navales

3.4 Vidas robadas por el mar



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X		X		X
2022	X	X	X	X	X
2023		X		X	X

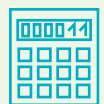


## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de movilidad Diputación
2. Servicio de deportes Diputación



## PRESUPUESTO

66.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de competiciones deportivas apoyadas

Nº de itinerarios creados

Nº de actuaciones en miradores

Nº de rutas turísticas

Nº de publicaciones



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO DE INTERIOR



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

El interior de la provincia de Pontevedra cuenta con un gran potencial en cuanto a recursos que permitan la dinamización económica de entornos rurales en base a la actividad turística. Por otra parte, la COVID-19 ha influido notablemente en los hábitos de las personas que viajan, incrementando la preferencia por espacios abiertos y no masificados. El objetivo de esta actuación es poner en valor las comarcas y municipios del interior de las Rías Baixas como destino de un turismo sostenible y seguro, diseñando experiencias desestacionalizadoras en base a recursos naturales y patrimoniales y concienciando a la población local de la importancia del turismo como motor de desarrollo económico. Las acciones de promoción irán dirigidas a mercados de proximidad, con la finalidad de movilizar turistas que realicen escapadas de fin de semana.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Organización de **acciones de networking empresarial** que pongan en contacto a empresas de toda la cadena de valor turística del interior de la provincia, para aumentar el conocimiento entre ellas y establecer sinergias con el sector primario. Se impulsará la creación de experiencias comercializables que combinen el disfrute de la naturaleza con la degustación de la gastronomía local.

**04** **Puesta en valor del patrimonio rupestre presente** en la provincia, mediante el apoyo a los centros de interpretación ya existentes y la visibilización de su pertenencia al Itinerario Cultural Europeo Caminos del Arte Rupestre Prehistórico.

**02** **Fomento de la práctica del turismo activo y de aventura** e identificación de los operadores privados locales que comercializan estos servicios.

**05** Investigación y generación de contenido turístico sobre **pueblos singulares y aldeas abandonadas**:

- 5.1 Papel del entorno rural en la historia económica de la provincia
- 5.2 Personajes ilustres que vivieron en zonas rurales del interior de la provincia
- 5.3 Historias personales sobre el éxodo a las ciudades y la emigración
- 5.4 Leyendas y creencias
- 5.5 Etnografía y técnicas artesanales

**03** **Creación de producto turístico en base a los recursos fluviales** de la provincia, visibilizando su valor desde el punto de vista paisajístico, etnográfico, gastronómico y para la práctica de actividades deportivas.



## ESCENARIO TEMPORAL

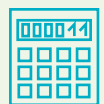
	1.	2.	3.	4.	5.
2021		X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:** Servicio de comunicación Diputación



## PRESUPUESTO

30.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº acciones networking impulsadas

Nº de paquetes turísticos comercializados

Nº de empresas de turismo activo y de aventura identificadas

Nº de recursos turísticos fluviales identificados

Nº de actuaciones relacionadas con el patrimonio rupestre

Nº de actuaciones en pueblos singulares y aldeas abandonadas

Nº de rutas turísticas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO SALUDABLE



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, sostenibilidad

Desde tiempos inmemoriales las personas han buscado desplazarse a otros lugares diferentes al de su vivienda habitual buscando nuevos entornos que favoreciesen su salud y bienestar general. En la actualidad, la sociedad ha tomado conciencia de la necesidad de adoptar hábitos saludables, tendencia acentuada tras la llegada de la COVID-19. En el presente plan de actuación se contemplan medidas enfocadas a mejorar la calidad y el bienestar de las personas que visitan Rías Baixas. Se aplicarán criterios saludables a la hora de articular la oferta turística, mediante el fomento de una alimentación sana, natural y sostenible, así como la práctica de actividades físicas al aire libre.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Identificación y catalogación de la oferta privada de la provincia que comercializa servicios y/o **productos turísticos centrados en la mejora de la calidad de vida y la salud de las personas**. Se pretende poner en contacto a estas empresas con agencias de receptivo para impulsar la creación de paquetes turísticos y experiencias.

**04** Definición de mecanismos de colaboración público – pública y público – privada para la implementación de mejoras en la oferta turística que aseguren a la persona usuaria el disfrute de **experiencias saludables en entornos sostenibles y accesibles**.

**02** **Impulso a proyectos empresariales que fomenten el turismo de bienestar** en todas sus vertientes, mediante el apoyo y visibilización de iniciativas centradas en mejorar la salud física y mental de las personas que visitan el destino.

**05** **Visibilización de iniciativas privadas de gastronomía saludable** y que promuevan la implantación de criterios de economía circular en su gestión diaria. Se fomentará la cocina ecológica y se colaborará con las diferentes figuras de protección (Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas) para asegurar la puesta en valor conjunta de la gastronomía de Rías Baixas desde una perspectiva sostenible.

**03** **Fomento de los recursos termales de la provincia** (públicos y privados) como elementos generadores de experiencias turísticas.



### ESCENARIO TEMPORAL

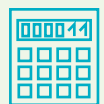
	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	
2022	X	X	X	X	X
2023		X	X		X



### DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:** Servicio de comunicación Diputación



### PRESUPUESTO

20.000€



### IMPACTO EN LOS ODS



### INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de empresas de turismo saludable identificadas

Nº de acciones de comunicación

Nº de paquetes turísticos comercializados

Nº de acuerdos de colaboración

Nº de proyectos de gastronomía saludable



### ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO DEPORTIVO



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, producto turístico, sostenibilidad, deporte

El cuidado del cuerpo, mantener hábitos de vida saludables, la competición o la superación personal forman parte de los valores que inspiran a millones de personas a viajar con una motivación asociada al deporte. Si bien se ha resentido con la pandemia, el turismo deportivo es un segmento en alza: disfrutar del deporte es una buena opción para distraerse, pero también para combatir el sedentarismo y el estrés, grandes enemigos de la salud en las sociedades avanzadas. La provincia de Pontevedra supone un marco geográfico excepcional, lo que unido a su climatología permite la práctica de diferentes modalidades deportivas durante todo el año. Además, a lo largo y ancho de la provincia se contabilizan numerosos eventos asentados en el calendario deportivo. Esta línea de acción fomentará no solo la promoción de Rías Baixas como destino para la práctica de la actividad física, sino también la dinamización económica en base a esta tipología de turismo.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Identificación de los principales eventos profesionales, amateur y de base que se celebran en la provincia, de las modalidades deportivas más populares y que ejercen un mayor efecto arrastre de personas que viajan con esta motivación, para la **elaboración de un calendario** que facilite la coordinación de actuaciones.

**04** Impulso de acciones de networking empresarial (workshops, famtrips) que faciliten la **creación de producto turístico** y que posicionen a Rías Baixas como destino de turismo deportivo.

**02** **Definición de un catálogo** que incluya las principales modalidades deportivas que se pueden practicar en la provincia de Pontevedra, incluyendo información sobre equipamientos e instalaciones, así como la oferta complementaria (alojamiento, restauración, transporte etc) que facilitará su aprovechamiento turístico.

**03** Puesta en valor del catálogo mediante la puesta en marcha de **acciones promocionales** online (creación de una landing page en el portal de Turismo Rías Baixas) y/o offline del mismo, de cara a dar a conocer tanto el catálogo como las ubicaciones habituales para la práctica deportiva de cada una de las modalidades. Se aprovechará dichas acciones de comunicación para fomentar la economía circular en las pruebas deportivas.



## ESCENARIO TEMPORAL

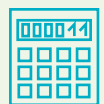
	1.	2.	3.	4.
2021	X	X		
2022	X	X	X	X
2023	X		X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

40.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de pruebas deportivas identificadas

Nº de modalidades deportivas incluidas en el catalogo

Nº de acciones promocionales

Nº de impactos de la landing page

Nº de workshops

Nº de famtrips

Nº de empresas de turismo deportivo detectadas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	x

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	X
Modernización sistema fiscal	

## ENOGASTRONOMÍA



### EJE ESTRATÉGICO

Oferta Turística



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

La matriz de productos incluida en el anterior Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Pontevedra 2017 -2020 definía el turismo enogastronómico como uno de los productos consolidados y estratégicos. Sin duda, las Rías Baixas cuentan con un gran potencial como para que la degustación de sus materias primas y el disfrute de su cocina (tanto la más vanguardista como la tradicional) se conviertan en excusa y motivo principal de elección de destino. Ocho Estrellas Michelin, que convierten a la provincia en líder en Galicia en lo tocante a esta distinción, la única Ruta del Vino gallega perteneciente a Rutas del Vino de España y numerosos productos y materias primas bajo el paraguas de alguna figura de protección (DOP e IGP) así lo atestiguan. Se reforzará la apuesta por la enogastronomía como elemento tractor a la hora de crear producto turístico, aprovechando su carácter desestacionalizador y descentralizador para articular una oferta sostenible y saludable basada en materias primas de primera calidad y en el talento de las personas que lideran los fogones de la provincia.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Implicación de toda la cadena de valor del producto gastronómico, desde el sector primario hasta la restauración, para concienciarla de la relevancia del turismo como fuente de ingresos. Se organizarán acciones de networking con agencias de receptivo, empresas de alojamiento y oferta complementaria con el objetivo de diseñar y comercializar **experiencias turísticas de base gastronómica**.

**04** Generación de **contenidos turísticos online** para su visibilización en el portal de Turismo Rías Baixas:

4.1 Agenda cultural vinculada a las principales **fiestas gastronómicas** de interés turístico.

4.2 **Recetario** con especialidades gastronómicas vinculadas a diferentes áreas geográficas de la provincia.

**02** Continuidad y fortalecimiento de la relación con la **Ruta del Vino Rías Baixas** para la organización de workshops y famtrips que acerquen al destino a operadores nacionales e internacionales especializados para la promoción de la provincia como destino enoturístico.

**05** Organización de **microeventos culturales y showcookings** itinerantes en ubicaciones significativas del destino.

**03** Aprovechamiento del **Camino de Santiago como altavoz para promocionar la enogastronomía de la provincia** en el mercado internacional. Se organizarán actividades comunitarias en poblaciones y ubicaciones singulares del Camino en las que se ponga en contacto a peregrinos y peregrinas con la población y la cocina locales. Asimismo, las aportaciones de personas de todo el mundo servirán para enriquecer la gastronomía de las Rías Baixas, de tal manera que cocineros y cocineras de la provincia puedan interpretar recetas de otras culturas para implementar una cocina de fusión.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021		X	X		
2022	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:** Servicio de comunicación Diputación



**PRESUPUESTO** 69.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº paquetes turísticos

Nº de acciones en colaboración con la Ruta del Vino Rías Baixas

Nº de acciones promocionales en el Camino de Santiago

Nº de recetas de fusión

Nº de fiestas gastronómicas

Nº recetas autóctonas

Nº publicaciones



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## EJE 3 · COMPETITIVIDAD Y REACTIVACIÓN

### FICHA Nº26

---

# SICTED



#### EJE ESTRATÉGICO

Competitividad y reactivación



#### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, formación, pymes, calidad

La provincia de Pontevedra cuenta con el distintivo SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos) desde el año 2006, lo cual convierte a la Diputación en el primer ente provincial nacional que gestiona esta acreditación en su territorio. El Servicio de Turismo Rías Baixas es consciente de la importancia que tiene el fomento de la gestión con criterios de calidad, no solo en los diferentes recursos turísticos que le competen, sino también desde el sector privado, para que Rías Baixas sea percibido como un destino acogedor, seguro y con experiencias turísticas de primer nivel. El presente plan de actuación incluye las acciones que se desarrollarán en los próximos años en el marco del SICTED, y que irán encaminadas a seguir fortaleciendo un destino de calidad.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Asistencia técnica a destinos y empresas** de la provincia para garantizar las renovaciones de las distinciones y adhesiones existentes y para la captación de nuevas incorporaciones.

**04** Coordinación y convocatoria de la **Mesa de Calidad de Turismo Rías Baixas** y asistencia a las mesas de calidad solicitadas por otros entes gestores de SICTED presentes en la provincia (Sanxenxo, Baiona, Terras do Norte, Condado Paradanta).

**02** Organización, convocatoria y seguimiento de las diferentes **acciones formativas y de sensibilización relativas al SICTED**.

**05** Definición y puesta en marcha de **acciones de control para implementar el sistema de calidad** y la posterior certificación.

**03** Presencia y **participación en las diferentes reuniones y comités de SICTED** que tengan lugar a nivel nacional.

**06** **Gestión de Distintivos SICTED**, mediante el control y seguimiento de los distintivos vigentes y estableciendo mecanismos de entrega de las nuevas certificaciones.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

209.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de destinos de la provincia certificados

Nº de empresas adheridas

Nº de empresas distinguidas

Nº acciones formativas

Nº acciones de sensibilización realizadas

Nº de reuniones de la Mesa de Calidad de Turismo



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **PROGRAMA DE AYUDAS Y SUBVENCIONES SERVICIO DE TURISMO RÍAS BAIXAS**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, financiación, reactivación, empleo, pymes,  
competitividad

El Servicio de Turismo Rías Baixas convoca, cada año, la concesión de subvenciones públicas destinadas a la promoción y estimulación de un sector turístico competitivo, de calidad, accesible y sostenible en el destino. El trámite se realiza siguiendo los principios de concurrencia competitiva, objetividad y publicidad, de acuerdo con la Ley 38/2003 de 17 de noviembre, General de Subvenciones. En el próximo trienio se dará continuidad a estas ayudas para facilitar la supervivencia empresarial y para acelerar el proceso de recuperación y salida de la crisis.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Convocatoria, validación y concesión de **ayudas nominativas**. Esta acción comprende el seguimiento y justificación de cada expediente.

**02** Definición de las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, para la financiación de los costes de dotación de personal para la realización de tareas de información en oficinas de turismo adheridas a la red INFO RÍAS BAIXAS. Se incluye la aprobación, tramitación y gestión de las mismas.

**03** Elaboración de las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, para actividades de carácter turístico durante el año 2021. Se incluye la aprobación, tramitación y gestión de las mismas.

**04** Tramitación y gestión de las **subvenciones en especie**, tanto a particulares como a ayuntamientos.



## ESCENARIO TEMPORAL

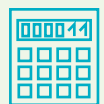
	1.	2.	3.	4.
2021	X	X	X	X
2022	X	X	X	X
2023	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica en administración general

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

1.337.515€ euros



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de ayudas nominativas

Importe concedido en ayudas nominativas

Nº de subvenciones a ayuntamientos

Importe subvencionado a ayuntamientos

Nº de subvenciones a asociaciones

Importe subvencionado a asociaciones



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables

Eficiencia energética de los edificios

Transporte sostenible y eficiente

Despliegue de banda ancha

Modernización AAPP

X

Datos y uso del cloud

Formación y capacitación

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE

X

Fortalecimiento de la resiliencia económica y social

X

Mitigación del impacto social y económico de la crisis

X

Transición Digital

Transición Ecológica

Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)

X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación

Infraestructuras y ecosistemas resilientes

Transición energética

AAPP siglo XXI

X

Modernización PYME y tejido industrial

X

Pacto ciencia e innovación

Educación, conocimiento y formación

Nueva economía y empleo

X

Cultura y deporte

Modernización sistema fiscal

## **PROGRAMA DE REACTIVACIÓN COVID-19**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, Financiación, Reactivación, Empleo

El impacto que la pandemia ha tenido sobre las empresas y agentes que operan en el sector turístico ha sido considerable. Pese a la existencia de programas de soporte para tratar de asumir las pérdidas derivadas de un elemento ajeno al sector como ha sido la transmisión de la COVID-19, que frenó la movilidad y por tanto la industria del viaje, no han sido suficientes y la duración de la pandemia ha puesto a las empresas en una situación extremadamente compleja para poder mantener su actividad. La Diputación de Pontevedra, en el ámbito que le permite su marco competencial, utilizará esta acción para proponer no solo la creación de mecanismos que contribuyan a frenar el impacto económico y mantengan el empleo, evitando que esta situación coyuntural derive en consecuencias de carácter estructural. Para ello tendrá un especial protagonismo el marco de cooperación con los propios ayuntamientos.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Modificación de las bases reguladoras del Plan Ayuntamientos de Diputación de Pontevedra en la anualidad 2021 para dar cobertura a ayudas a empresas especialmente afectadas por la pandemia. El Plan Ayuntamientos consume más de un cuarto del presupuesto de Diputación y con los tres pilares de actuación (cooperación, equilibrio territorial y respeto a la autonomía local) juega un papel esencial en las actuaciones de los municipios. Se les ha permitido incluir en dicho plan líneas de ayuda directa para los sectores más afectados por la situación pandémica. En este caso se permite la asignación de un 20% de lo consignado para la línea de inversiones, lo que define un marco donde las ayudas podrían llegar a 6 millones de euros.

**04** Definición de servicios de asesoramiento especializado a las empresas, mediante la creación de programas de consultoría específico para las empresas del sector de turismo, con el objeto de que puedan recibir un asesoramiento técnico especializado e individualizado través de equipos de expertos, que abordarán diversas disciplinas en el ámbito de la reconversión digital y avance en sostenibilidad. El objetivo es ayudar a mejorar la tasa de subsistencia de las organizaciones y reducir su morbilidad.

**02** Puesta a disposición del 1% del Presupuesto de la Diputación de Pontevedra (1.644.969 euros) para la activación de ayudas locales de apoyo a los sectores afectados por la pandemia.

**05** Acciones de formación y mejora en la cualificación que sirva para realizar reorientaciones de perfiles profesionales en las organizaciones, el mantenimiento del empleo en las mismas, con un foco especial en el ámbito digital mejorando los mecanismos de promoción y comercialización de las mismas.

**03** Continuidad y formalización de convenios o planes de reactivación con entidades financieras, que permite el acceso a condiciones prioritarias (eliminación de comisiones, plazos más amplios de amortización, así como posibilidad de conseguir períodos de carencia en las operaciones) en las operaciones de crédito, que son la tabla de salvación de las entidades privadas.

**06** Creación de acciones online de sensibilización sobre el producto local, el pequeño comercio y el incentivo del consumo con sorteos y campañas promocionales.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
2021	X	X	X	X	X	X
2022			X	X	X	X
2023			X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica media en administración general

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de comunicación Diputación
2. Servicio de nuevas tecnologías Diputación



## PRESUPUESTO

1.664.969€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Porcentaje del presupuesto del Plan Ayuntamientos destinado a líneas de ayuda

Nº de municipios con líneas de ayuda implantadas

Nº de empresas/agentes beneficiados

Nº de empleos de estas empresas/agentes

Nº de empresas que participan en programas de financiación

Nº de empleos de estas empresas/agentes que participan en programas de financiación



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## EJE 3 · COMPETITIVIDAD Y REACTIVACIÓN

### FICHA Nº29

---

## Q DE CALIDAD



### EJE ESTRATÉGICO

Competitividad y reactivación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, calidad

La calidad es una de las líneas estratégicas que tanto la Diputación de Pontevedra como el Servicio de Turismo Rías Baixas han trabajado con más ahínco en los últimos años, y gracias a esta apuesta se ha posicionado a Pontevedra como una de las provincias líderes a nivel nacional en gestión del SICTED y de la Q de Calidad Turística. Esta línea de acción está orientada a reforzar la estrategia de posicionamiento de los recursos turísticos de la provincia en base a su calidad, lo cual redundará positivamente no solo en el destino sino también en los establecimientos adheridos.





## ACCIONES OPERATIVAS

### 01 **1UNE-ISO 14785:2015 de oficinas de turismo, en la Red INFO RIASBAIXAS**

**1.1 Seguimiento y revisión de los puntos de información** que se encuentran certificados por estar adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS, bajo la supervisión de la sede central del Servicio de Turismo, que es la Oficina de Turismo Rías Baixas, para asegurar la renovación anual de la certificación. La periodicidad de estas tareas será semestral en el caso de las oficinas de gestión propia, mientras que en puntos adheridos tendrán un seguimiento trimestral. Se definirán acciones correctoras si fuera preciso.

**1.2 Incorporación de nuevos puntos de información en el alcance**, de forma anual y progresiva.

**04 Acciones de difusión**, dirigidas a toda la cadena de valor turística, encaminadas a visibilizar las ventajas de certificarse con la Q de Calidad Turística.

4.1 Organización, con carácter anual, de un acto de presentación de los nuevos establecimientos adheridos a los correspondientes sellos de calidad.

### 02 **UNE 30202:2018 de Museos y colecciones musealizadas, en el Castillo de Soutomaio**

2.1 Adhesión y certificación

2.2 Seguimiento y revisión

### 03 **UNE 178501:2018 de Destino Turístico Inteligente, en el destino Rías Baixas**

3.1 Generación de documentación, dotación de herramientas e infraestructuras para dotar el destino

3.2 Certificación

3.3 Seguimiento y revisión anual



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1
2021	X	X	X		X			X
2022	X	X		X		X		X
2023	X			X			X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:**

1. Ayuntamientos adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS
2. Servicio de comunicación Diputación



## PRESUPUESTO

38.009€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de oficinas de turismo certificadas con la Q de Calidad Turística

Nº de empresas de la provincia certificadas con la Q de Calidad Turística

Nº de nuevas incorporaciones a la Q de Calidad Turística

Nº de certificados con la marca Q en el destino Rías Baixas

Nº de normas en las que hay certificados en el destino Rías Baixas

Nº de acciones de difusión / comunicación



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **PROGRAMA DE ADHESIÓN A LA RED INFO RÍASBAIXAS**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, Innovación, Tecnología y Sostenibilidad

En el Plan Estratégico de Turismo Rías Baixas 2017-2020 se articuló la creación de la Red de Oficinas de Turismo como un aliciente básico para reforzar la prestación de un servicio de información de calidad, homogéneo y global en el destino. La red está regulada en la Ordenanza Reguladora de la Red INFO RÍASBAIXAS y publicada en el BOPPO Nº93 del 15 de mayo de 2018, asegurando así unos requisitos con el fin de conseguir unos resultados previstos, e involucrando a los ayuntamientos adheridos. Actualmente, la Red INFO RÍASBAIXAS está constituida por 30 oficinas y/o puntos de información adheridos. Los convenios interadministrativos firmados para la adhesión a la Red conforme a la Ordenanza Reguladora cuentan con una duración de hasta cuatro años.

Este plan de actuación está encaminado a continuar fortaleciendo la Red INFO RÍAS BAIXAS, con la incorporación de nuevos miembros y con la aplicación de criterios de inteligencia turística en gestión diaria, con el objetivo seguir ofreciendo un alto valor a las personas que visitan el destino y sus oficinas de turismo.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Actualización de la Ordenanza Reguladora de la Red INFO RIASBAIXAS**, para garantizar su coherencia y alineamiento con los requisitos que un DTI estipula para los sistemas de información turística y para dar cabida a la nueva realidad que surge de la digitalización que emana de Tourist Inside Rías Baixas.

**04 Renovación de la imagen corporativa** de la Red INFO RIASBAIXAS.

**02 Revisión de los diferentes documentos y procedimientos** a cumplimentar en los procesos de adhesión a la Red y posterior renovación.

**05 Ejecución de actuaciones de mejora de la red de oficinas en materia de accesibilidad**, para asegurar el cumplimiento de los diferentes estándares estipulados en la norma UNE 178501 de cara a la certificación como DTI.

**03 Seguimiento de los diferentes convenios interadministrativos** firmados con los ayuntamientos adheridos, y renovación y adaptación al contexto actual de aquellos convenios que han expirado y cuyos ayuntamientos cumplen con los requisitos para dar continuidad a la vinculación.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	X
2022			X	X	X
2023			X		X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 33.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº ayuntamientos de nueva adhesión

Nº de ayuntamientos renovados

Oficinas y/o puntos de información turística que presten servicio de atención al visitante más de 6 meses

Nº visitantes en las oficinas y/o puntos de información adheridos a la Red INFO RIAS-BAIXAS

Nº de personas que realizan tareas de información turística

Nº de mejoras implantadas en materia de accesibilidad

Nº de mejoras implantadas en materia de sostenibilidad

Nueva imagen corporativa



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **DIGITALIZACIÓN DE LA RED DE OFICINAS DE TURISMO INFO RIASBAIXAS**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, Innovación, Tecnología y Sostenibilidad

Además de contar con el servicio de atención e información turística, la Oficina de Turismo Rías Baixas, ubicada en la sede del Servicio de Turismo, es la central de la Red de oficinas de turismo INFO RIASBAIXAS, constituyendo su visita la “carta de presentación” del destino. Por ello, el objetivo específico de este plan de actuación es lograr la excelencia en la promoción y comunicación con las personas visitantes en el destino a través de la innovación y el uso inteligente de las nuevas tecnologías, teniendo en cuenta las nuevas demandas y necesidades de quienes viajan.

Las oficinas y/o puntos de información adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS cumplen unos requisitos y cuentan con una serie de ventajas competitivas. El proyecto Tourist Inside Rías Baixas permitirá la innovación y la digitalización en la Red de oficinas de turismo INFO RIASBAIXAS para una prestación del servicio sincronizada, homogénea y de excelencia.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Conversión de la Oficina de Turismo Rías Baixas en el **principal punto de bienvenida (Welcome Center) del destino**, a través de la implantación de:

Mesa interactiva

Videowall compuesto de 12 monitores de 55" multipantalla en configuración 3x4

Tablets para medición de satisfacción del visitante

Bucle magnético

Impresora braille

CAVE – espacio temático de visita inmersiva

**02** **Digitalización de oficinas y/o puntos de información** de la Red INFO RIASBAIXAS, a través de la implantación de soluciones hardware y software sincronizadas y monitorizadas con el Welcome Center:

Pantallas de 55"

Tablets para medición de satisfacción del visitante

Bucles magnéticos, en algún caso

Impresora braille, en algún caso

**03** Generación y actualización de **contenidos digitales y multimedia** para que las y los usuarios puedan acceder a los diferentes contenidos turísticos a través de las canales online.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.
2021	X	X	X
2022	X	X	X
2023			X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:** Ayuntamientos adheridos



**PRESUPUESTO** 562.805€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

- Nº de oficinas y/o puntos de información digitalizadas
- Nivel de satisfacción de visitantes
- ROI
- Nº de visitas y/o descargas de contenidos digitales generados
- Actas de reunión
- Convenios interadministrativos con entidades locales adheridas
- Informes de seguimiento



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	X
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## SMARTPEME



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Pymes, Innovación, Tecnología

Un destino turístico inteligente debe forjar un carácter innovador que permita a sus pymes adoptar nuevas herramientas tecnológicas y ganar en competitividad. La Diputación de Pontevedra es consciente de esta necesidad y por ello SmartPeme lleva años trabajando en términos de innovación con toda la cadena de valor turística del destino, especialmente mediante el apoyo a personas emprendedoras y a las pymes. Esta actuación pretende dar continuidad al servicio de asesoramiento en el uso de las TIC orientado al tejido empresarial turístico, con el objetivo de ayudar a las empresas de la provincia a impulsar nuevos servicios y a ser más competitivas.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Impulso de TurisTIC**, programa de carácter tecnológico específico para el sector turístico, para favorecer el uso de las nuevas tecnologías y la adaptación digital de las pymes turísticas, dotándolas de herramientas para mejorar su competitividad y eficiencia.

**1.1 Aceleradora de Turismo.** El programa tiene como principal objetivo servir de apoyo y guía para la mejora de las empresas del sector turístico, o de otros sectores relacionados, mediante la incorporación de nuevas tecnologías vinculadas a las actividades clave de cada negocio. Para ello, se desarrollan distintas actividades de capacitación tecnológica en las siete oficinas de la red SmartPeme y se presta asesoramiento personalizado a demanda, además de otras actividades, como este programa de aceleración de empresas del sector.

**1.2 Jornada Turistic.** Jornada con la presencia de profesionales del sector turístico y de las nuevas tecnologías. Se analizan las oportunidades y desafíos para el sector turístico, la transformación digital en el sector, retos ante la nueva era COVID-19, turismo sostenible, etc.

**1.3 Showroom Aceleradora de Turismo.** Las empresas que completaron su transformación digital en la Aceleradora de TurisTIC participan en el showroom donde dan a conocer sus productos.

**1.4 Reto desarrollo de soluciones innovadoras.** Acciones multisectoriales que cuentan con soluciones para el sector turístico.

**02** Difusión entre el tejido empresarial turístico de **servicios transversales de asesoramiento basados en el uso de las TIC en el ámbito empresarial.** Se contempla mentorización y acompañamiento en materias como presencia 2.0, imagen, software de gestión y/o herramientas ofimáticas.

**03 Aprovechamiento de SmartPeme Impulsa** para capacitar a empresas del sector para asumir procesos de mejora de la competitividad global del negocio. Se abordarán temáticas relacionadas con el crecimiento empresarial, la innovación y la internacionalización.

**04 Apoyo en el Centro Provincial de Economía Digital** para identificar nuevas soluciones tecnológicas novedosas para el sector y para la organización de acciones demostradoras en materias como Big Data, Inteligencia Artificial, Realidad Aumentada o Realidad Virtual, impresión 3D, robótica y ciberseguridad.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1	2	3	4
2021	X	X	X	X
2022	X	X	X	X
2023				



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en competitividad

**Entidad colaboradora:** Servicio de nuevas tecnologías Diputación



## PRESUPUESTO

1.266.870€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de empresas beneficiarias de TurisTIC

Nº de empresas beneficiarias de SmartPeme Impulsa

Nº de acciones demostradoras organizadas

Nº de asistentes a las acciones demostradoras



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	X
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **SERVICIO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO A AYUNTAMIENTOS Y PARTICULARES**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Comunidad Local, gobernanza

Una óptima gobernanza es un elemento clave para la transformación inteligente del destino. En este sentido, el Servicio de Turismo Rías Baixas presta servicios de asesoramiento técnico personalizado a las entidades locales y a entidades del sector turístico, con la finalidad de dar soporte técnico en la gestión y desarrollo de sus competencias. La Diputación de Pontevedra es consciente de que una mayor fortaleza del todo el ecosistema turístico de Rías Baixas redundará en un mayor valor aportado a las personas que visitan el destino y, por extensión, en una mayor competitividad de toda la cadena de valor. En esta actuación se enmarcarán también actividades formativas en colaboración con centros de formación en turismo, para facilitar la realización de prácticas tutorizadas de alumnos.





## ACCIONES OPERATIVAS

### 01 Prestación de un **servicio de asesoramiento técnico a entidades locales** (municipios, mancomunidades) en materia de gestión y promoción de destino.

El asesoramiento irá enfocado a homogeneizar las estrategias de diferentes niveles de la administración y alinear sus objetivos. Se contempla apoyo en las siguientes materias:

Asesoramiento legal en competencias turísticas

Asistencia técnica en programas

Asistencia y colaboración en tribunales de selección de personal

Formación de personas que realizan tareas de información turística

Asistencia técnica en gestión de estadísticas

### 02 **Colaboración con centros educativos** que ofrecen formación en turismo para la puesta en marcha de programas de prácticas que faciliten la inserción laboral a las personas recién tituladas. Se prestará asesoramiento técnico a los centros y se guiará y tutorizará a los alumnas y alumnos beneficiarios.

### 03 **Asesoramiento técnico a particulares y empresas** del sector turístico, principalmente enfocado a facilitarles acceso a información para la toma de decisiones en sus negocios. Se incluye en este servicio el suministro de información sobre el destino y la asistencia técnica en la interpretación de estadísticas.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.
2021	X	X	X
2022	X	X	X
2023	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de asistencias técnicas a ayuntamientos

Nº de asistencias a tribunales

Nº de informadores/as turísticos formados

Nº de informes de estadísticas exportados

Nº de convenios con centros formativos

Nº de alumnos/as tutorizados

Nº de servicios a particulares y/o empresas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## TURISMO MICE, FERIAS VIRTUALES Y WORKSHOPS



### EJE ESTRATÉGICO

Competitividad y reactivación



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, gobernanza, producto turístico

El MICE ha sido uno de los segmentos que más ha sufrido la virulencia de la crisis ocasionada por la COVID-19, afectando especialmente a destinos urbanos. En todo caso, en opinión de buena parte de las personas expertas consultadas durante el proceso participativo de diagnóstico, a pesar de la tendencia a implementar herramientas online para reuniones y eventos de trabajo, con el consiguiente ahorro en costes y agilización en tiempos, se espera que una vez normalizada la situación se compatibilicen con el formato presencial, puesto que el contacto personal sigue siendo necesario y deseable para establecer una red de contactos. Desde Turismo Rías Baixas se apostará por una estrategia mixta de acciones virtuales y presenciales en el corto y medio plazo, con el objetivo de recuperar la demanda para la provincia en un segmento clave por su gran potencial desestacionalizador y su capacidad de atracción de visitantes con una capacidad de gasto elevada.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Redefinición de la estrategia** de ferias para adaptarla al nuevo contexto ocasionado por la pandemia. Se actualizará la priorización de mercados, con una apuesta fuerte por el turismo de proximidad en el corto plazo y seleccionando cuidadosamente aquellos eventos de carácter internacional en los que Turismo Rías Baixas tendrá presencia.

**04 Organización de workshops**, tanto presenciales como virtuales, con empresas de diferentes ciudades de España que son mercado objetivo para el destino. Se estudiará la implantación de soluciones tecnológicas que permitan un formato 100% virtual o mixto. Asimismo, se contará con material promocional de soporte para formatos físicos y telemáticos.

**02 Impulso de la Travel Book Experience**, bolsa de contratación turística a la que tendrá acceso el sector privado de la provincia y en la que podrán establecer contactos comerciales con operadores nacionales e internacionales. Se barajarán formatos virtuales y/o presenciales.

**05 Elaboración de planes de contingencia** para aquellos eventos organizados por el Servicio de Turismo Rías Baixas en los que se opte por el formato presencial, de tal manera que se definan protocolos de seguridad, higiénicos y sanitarios, así como medidas de protección para el público asistente y el personal de la organización.

**03** Colaboración con conventions bureau, palacios de congresos y recintos feriales de la provincia para la definición conjunta de una **estrategia de turismo MICE**. El objetivo es minimizar el impacto de la crisis en el turismo de negocios de las Rías Baixas, así como mantener los principales eventos recurrentes y captar nuevas iniciativas.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X			X	X
2022	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de sección

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

350.800€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de ferias

Nº de workshops

Nº de famtrips

Nº de ediciones de la Travel Book Experience

Nº de empresas locales participantes en la Travel Book Experience

Nº de operadores nacionales participantes en la Travel Book Experience

Nº de operadores internacionales participantes en la Travel Book Experience

Nº de agentes turísticos del sector MICE identificados

Nº de acciones de la estrategia de turismo MICE

Nº de planes de contingencia redactados



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **GESTIÓN DE PROGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA (MINETUR)**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Sostenibilidad, gobernanza, competitividad, inteligencia, movilidad, producto turístico, infraestructuras, tecnología.

El Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos gestionado por la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España representa el principal instrumento de intervención de la administración turística española en el proceso de transformación del sector. El objetivo de este programa es avanzar en la evolución de los destinos turísticos hacia un modelo basado en la sostenibilidad y, por ello, la Diputación de Pontevedra considera estratégico trabajar en esta línea para poder presentar proyecto a las convocatorias que lance el Gobierno. En el corto plazo, este plan de actuación incluye la presentación de dos candidaturas de proyectos a la convocatoria ordinaria del año 2021 (Comarcas de Deza, Tabairós-Terra de Montes y comarcas de O Condado y de A Paradanta). A medio plazo se contempla el diseño de planes y proyectos adicionales que puedan ser presentados en futuras convocatorias, ordinarias o extraordinarias, y que permitan a Rías Baixas seguir avanzando en la visión de ser un destino sostenible y alineado con los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, así como reforzar acciones que garanticen que el territorio ofrezca un turismo seguro en tiempos post COVID-19.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Presentación del **Plan de Sostenibilidad Turística de las comarcas de Deza, Tabeirós-Terra do Montes** a la convocatoria ordinaria del año 2021. El proyecto consta de 5 ejes de actuación: 1) Planificación, gobernanza y gestión del destino turístico sostenible; 2) Estructuración de la oferta turística y creación de productos turísticos sostenibles; 3) Promoción y comercialización del destino turístico sostenible; 4) Crecimiento sostenible y transición ecológica del sector turístico; 5) Formación y transformación competitiva. Se hará un especial hincapié en el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo activo, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo científico, turismo cinematográfico y turismo asociado a eventos deportivos.

**04** **Ejecución de aquellos planes presentados que sean aprobados por la Secretaría de Estado.**

Además de implementar las diferentes medidas estipuladas en el proyecto, el Servicio de Turismo Rías Baixas se encargará de elaborar la documentación de justificación necesaria y requerida. Para ello, se procederá a incorporar en el equipo del Servicio de Turismo Rías Baixas un perfil técnico que ayuda en la gestión del desarrollo de dichos planes.

**02** Presentación del **Plan de Sostenibilidad Turística de las comarcas del Condado y Paradanta** a la convocatoria ordinaria del año 2021. El proyecto consta de 4 ejes de actuación: 1) Planificación, gobernanza y gestión del destino turístico sostenible; 2) Formación y sensibilización en turismo sostenible y transición ecológica; 3) Mejora de la oferta turística y creación de productos turísticos sostenibles; 4) Promoción y comercialización del destino turístico sostenible. Se hará un especial hincapié en el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo activo, turismo de salud y bienestar, turismo cultural y turismo gastronómico.

**03** Identificación de oportunidades y elaboración de memorias a presentar en **futuras convocatorias del programa**. Los alcances de los planes que se pudieran presentar permitirán una amplia tipología de actuaciones como, por ejemplo: embellecimiento y restauración ambiental, mejora de la movilidad turística, certificaciones de sostenibilidad, adaptación al cambio climático, inteligencia de mercados turísticos, descongestión de zonas de alta afluencia, señalización, creación de nuevos productos turísticos, etc.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.
2021	X	X	X	X
2022				X
2023				X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:** Servicio de recursos humanos Diputación



## PRESUPUESTO 7.000.000€

Cabe señalar en este apartado que el presupuesto destinado a esta actuación es flexible y servirá para incrementar el impacto inicial del plan, a través de las aportaciones necesarias para la cofinanciación de los diferentes proyectos.



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de proyectos presentados

Nº de proyectos aprobados

Financiación conseguida

Cofinanciación aportada



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **PROGRAMA DE FONDOS EUROPEOS Y MARCO DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA (MRR-NEXT GENERATION)**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Competitividad y reactivación



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Sostenibilidad, gobernanza, competitividad, inteligencia, movilidad, producto turístico, infraestructuras, cambio climático

La necesaria recuperación del sector turístico a nivel global tiene un apoyo estratégico en la aplicación de los fondos europeos, en especial en el plan de recuperación y resiliencia, también denominado Next Generation. Tradicionalmente, los fondos europeos han ayudado a desarrollar proyectos turísticos estratégicos en la provincia, como el Interreg “Visit Rio Minho” o el proyecto de DTI “Tourist Inside”, que constituyen dos muestras de cómo la captación de fondos europeos es crítica para poder desarrollar el destino. En el marco del marco de recuperación y resiliencia, el turismo es el único sector con un componente propio en el conjunto de inversiones (Componente 14: Plan de modernización y competitividad del sector turístico). Los fondos Next Generation serán un instrumento clave para la transformación de Rías Baixas en un destino sostenible y digital, en el desarrollo económico y social de la provincia, y vector de reequilibrio rural-interior.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Planes de Sostenibilidad Turística:** a través de las diferentes convocatorias ordinarias y extraordinarias, se presentarán diferentes proyectos a nivel comarcal que permitan una amplia tipología de actuaciones como, por ejemplo: embellecimiento y restauración ambiental, mejora de la movilidad turística, certificaciones de sostenibilidad, adaptación al cambio climático, inteligencia de mercados turísticos, descongestión de zonas de alta afluencia, señalización, creación de nuevos productos turísticos, etc...

**04** Acciones para el **fomento de la economía circular** en el destino, tanto en el sector público como en las empresas, para la implementación de proyectos de reducción, reutilización y reciclado de recursos.

**02 Cooperación territorial,** a través del nuevo programa Interreg para el período 2021-2027, que permitirá profundizar en los proyectos iniciados con "Visit Río Minho", y a través de la cooperación de las diferentes eurociudades de la frontera.

**03** Actividades para el **desarrollo de clubs de producto turístico,** contemplados en el marco de recuperación y resiliencia, que podrán pivotar sobre productos actuales como las rutas del vino y la camelia o nuevos productos como turismo industrial, pero en los que será clave la articulación del sector público y privado.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
2021	X	X	X	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº proyectos presentados / aprobados

Financiación conseguida

Cofinanciación aportada



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	X
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	X
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## GOBERNANZA Y ENTE GESTOR DTI



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Comunicación, Gobernanza, Alianzas

Uno de los objetivos principales del presente plan estratégico para el período 2021-2023 es que Rías Baixas pueda ser certificado como el primer territorio supramunicipal inteligente bajo la norma UNE 178501, Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Uno de ejes principales de un DTI es el de Gobernanza, sin la cual es imposible la coordinación y avance de todas las instituciones y personas implicadas en la transformación inteligente de un destino turístico. El Servicio de Turismo Rías Baixas cuenta con la delegación de competencias turísticas de la Diputación de Pontevedra y su objetivo es motivar, dirigir y coordinar la actividad turística de la provincia, con el fin de proporcionar respuestas y oportunidades, bajo un marco de referencia práctico, a los agentes turísticos del destino. Por ello, el Servicio de Turismo Rías Baixas se erige como ente gestor del Destino Turístico Inteligente (DTI) Rías Baixas con la responsabilidad, liderazgo y autoridad suficientes para establecer, implementar, mantener y mejorar el sistema de gestión del DTI.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Implementación de medidas que permitan velar por la **mejora continua del sistema de gestión del Destino Turístico Inteligente Rías Baixas**, mediante la promoción de la accesibilidad universal, el uso de la innovación y la tecnología para el desarrollo de un turismo sostenible a nivel económico, social y medioambiental, y para la mejora de la experiencia del turista y ciudadano.

**04** Impulso de una gestión abierta y participativa para el desarrollo turístico, mediante medidas de sensibilización social que fomenten la **interacción Ciudadanía local - Ente Gestor - Turistas**.

**07** **Aseguramiento de que el Plan Estratégico se implementa acorde a los ejes del DTI**, los cuales se constituyen como referencia y guía del modelo de gestión, que da cumplimiento a los objetivos establecidos.

**02** **Liderazgo de los procesos de Gobernanza** del DTI Rías Baixas, consensuada en todo momento con la Presidencia de la Diputación de Pontevedra y con la Mesa de Turismo.

**05** Desarrollo de una comunicación activa mediante la **difusión periódica de planes y objetivos del DTI**, información institucional, organizativa y presentación de indicadores.

**03** Ejecución de actividades enfocadas a **integrar al tejido turístico local en las acciones de desarrollo del destino Rías Baixas**, coordinado de forma eficaz con otras políticas y/o servicios de la Diputación de Pontevedra y/u otras entidades públicas. Se establecerá así una gestión transversal y coherente.

**06** **Control, mejora y seguimiento de las acciones**, fomentando la eficacia con respecto a la política y objetivos fijados en la eficiencia y optimización de recursos.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
2021	X	X	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	X	X

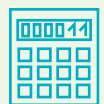


## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de presidencia Diputación
2. Mesa de Turismo



## PRESUPUESTO

350.800€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

- Contexto del DTI
- Competencia del DTI
- Nº de reuniones de la Mesa de Turismo
- Nº de informes / actas
- Organigrama del ente gestor
- Plan Director
- Participación ciudadana
- Nº de contratos publicados en la web
- Transparencia en la gestión
- Satisfacción de las personas visitantes
- Satisfacción de las personas residentes



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables

Eficiencia energética de los edificios

Transporte sostenible y eficiente

Despliegue de banda ancha

Modernización AAPP

X

Datos y uso del cloud

Formación y capacitación

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE

X

Fortalecimiento de la resiliencia económica y social

X

Mitigación del impacto social y económico de la crisis

Transición Digital

Transición Ecológica

Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)

X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación

Infraestructuras y ecosistemas resilientes

X

Transición energética

AAPP siglo XXI

X

Modernización PYME y tejido industrial

Pacto ciencia e innovación

Educación, conocimiento y formación

X

Nueva economía y empleo

Cultura y deporte

Modernización sistema fiscal

## TOURIST INSIDE RÍAS BAIXAS



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad, sostenibilidad

Desde el año 2015, la Diputación de Pontevedra trabaja en la aplicación de herramientas tecnológicas que permitan posicionar a Rías Baixas como un destino innovador, mediante el despliegue de soluciones TIC que faciliten la toma de decisiones a las empresas y que mejoren la experiencia turística de las personas que visitan el destino, a la vez que se gestionan de manera más eficiente los recursos turísticos de la provincia. Tourist Inside es un proyecto que tiene como principal objetivo avanzar en la transformación de la provincia de Pontevedra como Destino Turístico Inteligente mediante la dotación de hardware y software para la implantación de los componentes que permitirán elevar la capacidad competitiva del destino y reforzar la gobernanza del mismo.



## ACCIONES OPERATIVAS

- 01** Implantación de una **Plataforma DTI**, que dotará de inteligencia al destino mejorando la experiencia turística, impulsando la convivencia entre residentes y visitantes, y ofreciendo al Servicio de Turismo Rías Baixas como ente gestor una visión integral del destino que facilitará la toma de decisiones y la identificación de oportunidades de negocio orientadas a incrementar la eficiencia, sostenibilidad y calidad de los servicios.
- 02** Búsqueda de la excelencia en la promoción y comunicación turística en la Oficina de Turismo Rías Baixas y los puntos de información adheridos a la Red INFO RIASBAIXAS, mediante la digitalización de los mismos e implantación de servicios interactivos para el impulso de la actividad turística.
- 03** Producción de un **gestor de contenidos** incorporando la evolución de sistemas actuales (Portal web y SXRT) con nuevas funcionalidades, de tal forma que sirva también como repositorio de los diferentes contenidos turísticos, tanto del portal web como de la app turística, u otros canales existentes o futuros.
- 04** Instalación en el territorio de **tótems interactivos** interiores (11) y exteriores (19), que ofrezcan información sobre recursos del destino, así como dotación de **tablets** para recogida de encuestas de satisfacción en puntos de información, que permitirán crear un nuevo modelo de relación con la ciudadanía y las personas que visitan Rías Baixas.
- 05** Suministro e instalación de un **mapa interactivo** que ofrecerá información sobre los principales atractivos turísticos de la provincia, que será accesible para todos los públicos con el objetivo de favorecer la interacción con el visitante en diferentes canales tecnológicos de Rías Baixas.
- 06** Generación de **nuevos contenidos digitales** (realidad inmersiva, visitas virtuales, audio-guías y video-guías) relacionados con recursos turísticos, que faciliten a las personas usuarias información de interés de una forma dinámica, atractiva y adaptada al perfil del visitante del siglo XXI.
- 07** Diseño y desarrollo de una **aplicación móvil turística** que facilite información o actividades a realizar en el territorio de Rías Baixas.
- 08** Desarrollo de un **piloto de Smart Beach** en Playa América (Nigrán) para implementar mejoras en su gestión, mediante la incorporación de dispositivos para detección de llenado de papeleras, controles de afluencia y cámara panorámica, caudalímetros y estación meteorológica, teniendo como objetivo reducir la contaminación y ofrecer un entorno respetuoso con el medioambiente.
- 09** Implementación de una herramienta de **Customer Relationship Management (CRM)** para el almacenamiento y tratamiento de información completa de residentes, visitantes y organizaciones, poniendo especial énfasis en la interacción y el conocimiento de sus intereses relacionados con el sector del turismo.
- 10** Despliegue de una red de 350 balizas de radio de bajo consumo (**beacons**) a lo largo del territorio de Rías Baixas que mejorarán la experiencia de las personas que sean usuarias de la app turística.
- 11** Implantación de **herramientas de escucha activa** para el análisis del comportamiento turístico y la satisfacción de los visitantes a través de datos obtenidos en las redes sociales y webs vinculadas a las opiniones de la demanda, que permitan obtener información de la imagen de marca de Rías Baixas.
- 12** Creación del equipo **TOURISTIC** para la supervisión y seguimiento del despliegue de las herramientas tecnológicas que certifiquen a Rías Baixas como un DTI, así como para el control de una de las áreas fundamentales del mismo, el eje de tecnología.
- 13** **Capacitación de usuarios y técnicos de operación** para conseguir la independencia en el uso de las soluciones implantadas.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2021		X		X				X		X		X	
2022		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
2023	X											X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de nuevas tecnologías Diputación
2. Ayuntamientos adheridos a la Red INFO RÍAS BAIXAS
3. Red.es



**PRESUPUESTO** 1.944.300€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Capacidad del DTI para el despliegue de sensores: porcentaje de instalaciones turísticas (públicas y privadas) que disponen de redes de alta capacidad para el despliegue de sensores IoT y o tecnologías similares

Nº de sesiones formativas y/o capacitación a diferentes perfiles/roles para la gestión de la plataforma DTI

Cuadros de mando de indicadores

Número de canales de interacción con el turista

Analíticas de Medios sociales:

- a. Porcentaje de seguidores en función de los canales
- b. Porcentaje de visualizaciones en función de los canales
- c. Nº de comentarios recibidos
- d. Nº de respuestas a los comentarios recibidos

Grado de satisfacción de los residentes del DTI

Grado de satisfacción de los visitantes al DTI

Analítica de datos:

- a. Nº de visitantes únicos en el portal web
- b. Identificación del dispositivo de acceso
- c. Nº de páginas vistas por visita en el portal web
- d. Duración media de la visita
- e. Mapas de calor de clics
- f. Localización de los visitantes

Seguimiento de la unidad de gestión de la innovación TOURISTIC:

- a. Nº de reuniones mantenidas
- b. Nº de informes

Seguimiento y control de acciones de innovación

- a. Porcentaje del número de acciones de innovación en curso respecto al número total de acciones de innovación del DTI
- b. Porcentaje del número de acciones de innovación terminadas respecto al número total de acciones de innovación del DTI



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables

Eficiencia energética de los edificios X

Transporte sostenible y eficiente

Despliegue de banda ancha X

Modernización AAPP X

Datos y uso del cloud X

Formación y capacitación X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE X

Fortalecimiento de la resiliencia económica y social X

Mitigación del impacto social y económico de la crisis X

Transición Digital X

Transición Ecológica X

Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación) X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación

Infraestructuras y ecosistemas resilientes X

Transición energética

AAPP siglo XXI X

Modernización PYME y tejido industrial X

Pacto ciencia e innovación X

Educación, conocimiento y formación X

Nueva economía y empleo X

Cultura y deporte

Modernización sistema fiscal

## FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EJES DTI



### **EJE ESTRATÉGICO**

Destino Turístico Inteligente



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, tecnología, innovación, formación, accesibilidad, sostenibilidad, pymes, administración pública

El turismo es un sector en el cual la digitalización ha cambiado la realidad. Aspectos como la comercialización, la selección del destino, las recomendaciones o incluso la propia experiencia del viaje se han transformado gracias a la tecnología y a la innovación, de ahí la importancia de que todo el ecosistema turístico esté preparado para abordar los cambios continuos en los que está inmersa la sociedad. Existe una necesidad de corregir las deficiencias formativas y de capacitación de los equipos humanos tanto dentro de la administración pública como en las pymes debido a la escasa digitalización del sector. El objeto de este plan de actuación es fomentar la transformación digital del sector turístico en la provincia de Pontevedra mediante una programación de jornadas, charlas y eventos orientados a los diferentes grupos de interés de la cadena de valor sobre temáticas relacionadas con los pilares que componen un DTI: innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad. La formación tendrá un enfoque empresarial para su posible inclusión en la gestión de sus organizaciones.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Puesta en marcha de un **ciclo de foros, conferencias y jornadas formativas** cuyos contenidos giren en torno a los diferentes ejes de un DTI, con especial atención a las nuevas tecnologías que permitan optimizar la gestión de la empresa (mayores reservas, reconocimiento de la marca, creación de una comunidad vinculada al establecimiento, mejora en la relación con los clientes, etc.)

**04** Definición de un **plan de comunicación** específico para garantizar la difusión de todas las acciones divulgativas y formativas, dirigidas tanto al sector público como al privado, con el objetivo de acelerar el compromiso de todos los grupos de interés con la evolución de Rías Baixas hacia un DTI. Se pretende llegar al mayor número de empresas y profesionales.

**02** Establecimiento de mecanismos de **colaboración con entidades organizadoras de acciones formativas** transversales que puedan ser de interés para el sector turístico (como las relativas a marketing digital, comercialización electrónica, sistemas de gestión con soporte digital, etc.)

**05** Capacitación y **acciones formativas relacionadas con las herramientas incluidas en el programa Tourist Inside** para el buen uso y funcionamiento de las mismas.

**03** Identificación de recursos formativos (artículos, vídeos, webinars, etc..) y herramientas tecnológicas que puedan ser de interés para las empresas del sector turístico, con la finalidad de **crear un repositorio**.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	
2022	X	X	X	X	
2023	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

12.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de jornadas formativas

Nº de ponentes / formadores

Nº de asistentes

Nº de acuerdos de colaboración con centros formativos

Nº de recursos incluidos en el repositorio

Nº de acciones de comunicación



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA E HÍDRICA EN EDIFICIOS



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Sostenibilidad, tecnología, innovación

La sostenibilidad se ha convertido en uno de los atributos diferenciales de los destinos. Si bien es cierto que la apuesta por políticas en este sentido ya era creciente debido a la Agenda 2030, la COVID-19 y la mayor demanda de experiencias responsables y respetuosas con el entorno por parte de las personas que viajan han acelerado esta tendencia. En los últimos años, la Diputación de Pontevedra ha impulsado la sostenibilidad como elemento clave en la estrategia del destino, y fruto de ello cuenta con un Plan de Sostenibilidad Turística. Este marco de acción tiene como objetivo primordial colaborar en la preservación del medioambiente, por lo que se va a diseñar un plan de mejora y optimización de los elementos que afectan a la energía y a la gestión del agua en los edificios turísticos gestionados por el Servicio de Turismo Rías Baixas y los que son propiedad de la Diputación de Pontevedra.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Puesta en marcha de un estudio de **eficiencia energética de los edificios** objeto de estos trabajos, de cara a la definición de actuaciones de mejora en las instalaciones para su alineamiento con los diferentes ODS que impactan en el medioambiente. Se contemplan medidas como la sustitución y mejora de sistemas de iluminación para un mayor ahorro y para la reducción de la contaminación lumínica.

**02** Ejecución de mejoras encaminadas a hacer una **mejor gestión del ciclo del agua** en los edificios turísticos. Con la reducción del consumo como finalidad principal, se procederá a sustituir elementos relacionados con la grifería y las cisternas. Asimismo, se procederá a la instalación de contadores de agua en aquellas instalaciones que no disponen de ellos hoy en día.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.
2021	X	X
2022	X	X
2023		



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

50.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de actuaciones de eficiencia energética

Nº de edificios objeto de actuación en materia energética

Nº de actuaciones de eficiencia hídrica

Nº de edificios objeto de actuación en materia hídrica



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	X
Eficiencia energética de los edificios	X
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	X
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PLAN DE RESIDUOS EN EDIFICIOS Y CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Sostenibilidad, tecnología, innovación, comunicación

Tal y como refleja el Plan de Sostenibilidad Turística de la Diputación de Pontevedra, el Servicio de Turismo Rías Baixas trabaja para que la sostenibilidad medioambiental y la preservación de los recursos naturales sean elementos fundamentales en la gestión turística. Esta actuación pretende fomentar prácticas de economía circular y para ello se modernizarán en primer lugar las diferentes instalaciones cuya gestión depende del Servicio de Turismo Rías Baixas con el objetivo de reducir el volumen de residuos y lograr una mayor eficiencia a la hora de gestionar los mismos. Finalmente, se llevará a cabo un plan de concienciación al personal técnico en materia de economía circular, gestión e impacto de los residuos. El principal propósito es incrementar la eficiencia medioambiental y reforzar el eje de sostenibilidad del destino en el proceso de certificación como DTI bajo la norma UNE178501.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Implementación de un **plan de gestión de residuos** para los diferentes edificios y recursos turísticos de Rías Baixas. Entre otras medidas, se llevará a cabo la sustitución de los puntos de recogida de residuos por puntos verdes y se sustituirán las papeleras por elementos de nueva generación. Se procederá, también, al acondicionamiento del espacio dedicado a los contenedores y a mejorar el compostaje en aquellos lugares que tengan esta funcionalidad.

**02** Elaboración de un **plan de sensibilización dirigido al personal de servicio**. Se organizarán diferentes acciones formativas encaminadas a optimizar la gestión en cuestiones como el uso del agua, consumo de luz, reciclaje, etc. Asimismo, se llevará a cabo un programa de concienciación específico enfocado a fomentar la filosofía “Zero Waste”, es decir a la minimización de residuos. Se hará un especial hincapié en impulsar la economía circular en todo el destino, con la finalidad de mostrar avances que aceleren la conversión de Rías Baixas en un destino identificado con la sostenibilidad y el mantenimiento de los recursos.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.
2021	X	X
2022		
2023		



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO

9.000€



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de actuaciones en materia de gestión de residuos

Nº de edificios objeto de actuación en materia de gestión de residuos

Nº de jornadas formativas / divulgativas

Nº de asistentes / usuarios

Nº de acciones de comunicación del programa “Zero Waste”

Nº de acciones de comunicación



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	X
Eficiencia energética de los edificios	X
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	X
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE VIGILANCIA COMPETITIVA E INTELIGENCIA TURÍSTICA



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Innovación, Gobernanza, Tecnología, Datos

En la era del conocimiento es fundamental identificar el comportamiento en la toma de decisiones de las personas que visitan el destino, así como conocer las opiniones que generan los diferentes recursos de la oferta turística. Esto permitirá no solo mejorar el desarrollo de acciones de comunicación, sino que además facilitará la comprensión de las claves que subyacen tras el proceso de elección del destino. Esta línea de trabajo persigue la configuración de un sistema de inteligencia turística en el que los datos sean gestionados de manera eficiente, para apoyar una toma de decisiones informada y que permita mejorar, de manera efectiva y medible, la experiencia turística en la provincia de Pontevedra. También se elaborarán documentos divulgativos que permitan hacer un seguimiento del sector.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01 Desarrollo de una metodología** que permita la captura, análisis, difusión y explotación de diferentes fuentes de información útiles para la gestión del DTI, así como otras que permitan extraer datos acerca del sector y otros destinos competidores.

**02 Creación de un sistema de seguimiento para identificar alertas** sobre innovaciones que puedan suponer una oportunidad o amenaza para el DTI Rías Baixas.

**03 Identificación de escenarios** de evolución del mercado en el sector, que tengan impacto en la estrategia del ente gestor del DTI.

**04 Implantación de grupos de trabajo** para el diseño conjunto de acciones de mejora en los productos turísticos de Rías Baixas, en acciones de promoción y en los procesos de gestión del DTI.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.
2021			X	X
2022	X	X	X	X
2023	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación / Técnica de turismo en inteligencia turística

**Entidad colaboradora:**



## PRESUPUESTO



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de fuentes de información identificadas

Nº de indicadores de mercado analizados

Nº de destinos competidores monitorizados

Nº de alertas de innovación

Nº de grupos de trabajo

Nº de participantes en los grupos de trabajo

Nº de acciones propuestas en los grupos de trabajo



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	X
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	X
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	X
Igualdad de género	
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	X
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## PROGRAMA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL EMPLEO



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Sostenibilidad, capacitación, empleo, innovación, emprendimiento

La pandemia ha tenido un fuerte impacto en toda la economía, que ha sido especialmente intenso en el sector turístico. La abrupta caída en la actividad ha afectado a la facturación de las empresas y por extensión, al mercado de trabajo. Concretamente, el número de personas ocupadas en el sector en Galicia disminuyó más de un 30% en 2020. Se aprovechará la inercia de iniciativas de la Diputación de Pontevedra en materia de empleo para implementar medidas dirigidas no solo a detener la destrucción de puestos de trabajo y recuperar las cifras de ocupación previas a la crisis, sino también enfocadas a mejorar la capacitación y empleabilidad de las personas vinculadas al turismo, así como la inserción de recién titulados y el emprendimiento.





## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Diseño de **acciones formativas para el desarrollo y capacitación** de las personas trabajadoras del sector turístico, entendiendo la formación como un proceso de mejora continua, y centrado en la adquisición de competencias para la inserción y permanencia en el mercado laboral. Se prestará una especial atención a la formación de personas jóvenes.

**04** Utilización del nuevo **programa Erasmus** para la generación de contenidos formativos de turismo y para favorecer la movilidad en toda Europa, así como el trabajo en red con otras instituciones.

**02** Impulso de **programas de empleo** para facilitar la reinserción de trabajadores y trabajadoras del sector turístico expulsados del mercado laboral como consecuencia de la crisis de la COVID-19. Se valora la posibilidad de programas de tipología FSE (Labora) para la inserción de este tipo de colectivos.

**05** **Fomento del emprendimiento turístico** y la transformación de las ideas emprendedoras en proyectos concretos, facilitando la incorporación al mercado laboral por esta vía. Se desarrollará un HUB de emprendimiento turístico, conectado con SmartPeme, que facilite los procesos de consolidación y aceleración de empresas turísticas, y que podrá concluir con la articulación de una aceleradora de empresas turísticas. La mentorización de los proyectos será el instrumento clave para el desarrollo de estas startups.

**03** **Asistencia técnica a los municipios** para la articulación de programas de empleo y formación que incidan en la recuperación del espacio natural y patrimonial de la provincia, tales como escuelas taller y casas de oficios o planes integrales de empleo.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X
2023	X				X

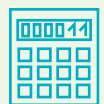


## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de recursos humanos Diputación
2. Servicio de empleo Diputación



## PRESUPUESTO



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones formativas

Nº de programas de empleo impulsados

Nº de personas beneficiarias

Nº de municipios asesorados

Nº de beneficiarios del programa de becas

Nº de proyectos de emprendimiento apoyados



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	X
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## MEJORA DE LA MOVILIDAD TURÍSTICA



### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, comunicación, tecnología, sostenibilidad

La Diputación de Pontevedra tiene un alto compromiso con el medio ambiente, asumiendo como acción prioritaria la lucha contra el cambio climático, y para ello ha elaborado diferentes proyectos a favor de una movilidad sostenible, una mayor eficiencia energética y un comercio de cercanías que reduzca las emisiones contaminantes. En esta línea de trabajo, el Servicio de Turismo Rías Baixas va a impulsar diferentes acciones para favorecer una movilidad sostenible, dentro de sus competencias en el ámbito turístico, para reforzar el compromiso de la Diputación de trabajar en convertir la provincia en un destino sostenible y respetuoso con el medio ambiente. El objetivo es establecer elementos para garantizar que la movilidad de las personas que visitan el destino mejore sustancialmente asegurando un uso confortable del espacio turístico en Rías Baixas.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Estudios técnicos y desarrollo de **acciones que mejoren la movilidad peatonal y cicloturista** de recursos turísticos, por ejemplo, vías verdes o conectividad de recursos tipo “Ponte Sampaio – Castillo de Soutomaíor”. La conectividad a través de vías verdes y senderos peatonales/ciclabiles será uno de los ejes del despliegue de una infraestructura de movilidad sostenible.

**04** **Impulso de la movilidad inteligente**, en especial en las acciones de desarrollo de la provincia como DTI, centrandose en la movilidad las acciones de un segundo proyecto a presentar en las candidaturas del Plan nacional de territorios inteligentes o del IDAE en el marco de Next Generation.

**07** **Mejora de la señalización** de los espacios públicos y, concretamente, de aquellas zonas donde el impacto turístico sea importante, con el objetivo de mejorar la experiencia de las y los visitantes en los recursos turísticos de la provincia de Pontevedra. Esta acción se llevará a cabo dentro de los municipios que formen parte de la red Ágora.

**02** **Instalación de puntos de recarga** para vehículos eléctricos y de movilidad personal eléctrica en recursos, infraestructuras y espacios públicos de competencia provincial. Serán acciones que ayuden a limitar el acceso en coche privado a los recursos turísticos más importantes de la provincia.

**05** Implantación de **tecnología para una gestión eficiente de la movilidad** en el territorio, especialmente en lugares de potencial saturación de los recursos turísticos. Se prestará atención a la difusión y promoción de la información del transporte colectivo, ofreciendo información en los principales puntos de llegada/entrada de turistas.

**08** **Apoyo y difusión de los municipios adheridos a la red Ágora** en las diferentes iniciativas de turismo a nivel nacional en las que participa el Servicio de Turismo Rías Baixas.

**03** Aplicación de **criterios medioambientales en las futuras licitaciones** orientadas a reducir el impacto medioambiental.

**06** Participación en diferentes **jornadas de sensibilización dentro del plan MOVESE** para la protección de los colectivos más vulnerables: peatones, ciclistas y personas con movilidad reducida con el objetivo de armonizar la relación turista - residente.

**09** Impulso de **acciones de sensibilización en las escuelas** relacionadas con el espacio público y el impacto que tiene el turismo en el mismo.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
2021	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Jefa de servicio

**Entidad colaboradora:** Servicio de movilidad Diputación



**PRESUPUESTO** 6.000.000 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº informes y estudios

Nº puntos de recarga

Nº eventos de sensibilización en los que se ha participado

Nº municipios adheridos a la red Ágora

Nº acciones impulsadas en escuelas



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	X
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	X
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	X
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	X
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	X
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## **FORTALECIMIENTO DE LA AGENDA 2030 Y LOS ODS EN TURISMO**



### **EJE ESTRATÉGICO**

Destino Turístico Inteligente



### **DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE**

Gobernanza, sostenibilidad

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los que se despliega configuran el nuevo marco de referencia para el desarrollo. La Agenda 2030 debe catalizar un cambio de paradigma hacia la prosperidad social. Una nueva manera de mirar, de actuar y de priorizar centrada en las personas que exige un cambio profundo en nuestra forma de actuar. La Diputación de Pontevedra mantiene una apuesta firme por la consecución de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, por ello, a través del plan de Sostenibilidad Turística y de este nuevo Plan Estratégico Provincial de Turismo 2021-2023 asume el compromiso explícito de incorporar los ODS a las políticas públicas y programas turísticos, así como impulsar los ODS en todo el territorio.





## ACCIONES OPERATIVAS

### 01 Acciones de divulgación a favor de los ODS

para darlos a conocer al equipo gestor de los diferentes ayuntamientos y generar sinergias colaborativas, así como campañas de sensibilización ciudadana en grandes eventos.

04 Implantación de **acciones coordinadas para reducir los desperdicios de alimentos**, en colaboración con las asociaciones del sector.

07 Avance en la **aplicación de criterios de sostenibilidad en la contratación pública** en el área de turismo.

02 Realización de **jornadas de sensibilización**, en colaboración con las asociaciones sectoriales, dirigidas a las empresas turísticas y servicios públicos turísticos para dar a conocer cómo construir un destino turístico sostenible.

05 Organización de actividades, en colaboración con asociaciones cívicas, para **implicar a la población residente y visitantes en el mantenimiento y limpieza de espacios públicos**, playas, parques, etc.

03 Organización de actividades, en colaboración con los ayuntamientos, para **divulgar los valores culturales y naturales del destino**, como por ejemplo concursos infantiles y para adultos de fotografía y pintura, o mediante la realización de visitas guiadas en el destino turístico dirigidas a la población residente.

06 Incorporación en la plataforma Smart del proyecto Tourist Inside Rías Baixas de **cuadros de mando inteligentes** que permitan la monitorización de indicadores turísticos clave como fluctuaciones estacionales en la demanda, llegadas, gasto turístico, visitas a lugares de interés, etc., que permitan medir los resultados del turismo con el objetivo de mejorar la gestión turística.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
<b>2021</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>2022</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>2023</b>	X	X	X	X	X	X	X



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**

1. Servicio de comunicación Diputación
2. Servicio de nuevas tecnologías Diputación



**PRESUPUESTO** 57.000 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº acciones de divulgación

Nº jornadas de sensibilización

Nº acciones contra desperdicios de alimentos



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	X
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	X
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

## EJE 4 · DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

### FICHA Nº46

# COMPROMISO DE SOSTENIBILIDAD



#### EJE ESTRATÉGICO

Destino Turístico Inteligente



#### DIMENSIONES A LAS QUE IMPACTA DENTRO DEL EJE

Gobernanza, Sostenibilidad

Apostar por un modelo turístico inteligente para Rías Baixas es también planear una estrategia volcada en la sostenibilidad del destino. En el entorno actual, y ante los retos de futuro, la competitividad de la provincia como destino turístico (y por tanto su sostenibilidad y rentabilidad económica), requiere ineludiblemente seguir manteniendo un férreo compromiso con la sostenibilidad. Rías Baixas dispone de un rico y singular patrimonio natural y cultural; además, el estilo de vida local y la convivencia entre visitantes y residentes es un elemento que desde Diputación de Pontevedra se seguirá fortaleciendo para asegurar la sostenibilidad social. El turismo es un motor económico que genera riqueza y empleo para los residentes y mejora la capacidad de los municipios para atraer inversiones e infraestructuras que mejoren la calidad de vida local, por ello esta acción está orientada a reforzar el compromiso con la sostenibilidad con el objetivo de que sirva a los intereses de la población y se haga un uso eficiente de los recursos turísticos.



## ACCIONES OPERATIVAS

**01** Estudio de la **posibilidad de adherir al Destino a certificaciones** (como, por ejemplo, BiosSphere o la Carta Europea de Turismo Sostenible) que mejoren la gestión medioambiental tanto del sector público como del privado dentro del territorio de Rías Baixas.

**04** Colaboración en la gestión de **solicitudes de ayudas y subvenciones al sector turístico**, en coordinación con otras entidades públicas con competencias en cambio climático que gestionen diferentes programas europeos dedicados a la lucha contra el cambio climático.

**02** Realización de acciones de **formación y sensibilización para la incorporación de los valores paisajísticos** en la conceptualización de destino y desarrollo de producto turístico en el territorio.

**05** Escalabilidad de los resultados del proyecto europeo **Green Tour** dentro de la provincia para impulsar la sostenibilidad en el sector.

**03** Presentación de **candidaturas a reconocimientos internacionales** del destino basados en atributos propios y singulares de Rías Baixas.



## ESCENARIO TEMPORAL

	1.	2.	3.	4.	5.
2021	X		X	X	X
2022	X	X	X	X	X
2023		X	X	X	



## DEPARTAMENTO RESPONSABLE EN DIPUTACIÓN

**Persona responsable:** Técnica de turismo en comunicación

**Entidad colaboradora:**



**PRESUPUESTO** 100.000 €



## IMPACTO EN LOS ODS



## INDICADORES DE EJECUCIÓN/CONTROL

A continuación, se establecen una serie de indicadores para el seguimiento de las diferentes acciones operativas que se llevan a cabo dentro de esta ficha de acción:

Nº de acciones de formación y sensibilización

Nº de candidaturas presentadas

Nº de colaboraciones



## ENCAJE CON LAS ORIENTACIONES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

En este apartado se va a proceder a la alineación con la propuesta de “Reglamento sobre el mecanismo de recuperación y resiliencia” elaborada por el Gobierno de España. El objetivo es trabajar en coordinación con una visión que permita medir e impactar en los ámbitos emblemáticos definidos por la Comisión Europea, así como contribuir a los objetivos del reglamento propuesto y las prioridades para el Semestre Europeo.

## FLAGSHIPS DE RECUPERACIÓN DE EUROPA

### Ámbitos emblemáticos definidos por la UE

Uso de energías renovables	
Eficiencia energética de los edificios	
Transporte sostenible y eficiente	
Despliegue de banda ancha	
Modernización AAPP	
Datos y uso del cloud	
Formación y capacitación	X

## OBJETIVOS GENERALES DE LOS PLANES DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

En relación con los objetivos generales que persigue el Gobierno de España dentro del Mecanismo de Resiliencia, se analiza la contribución de esta acción que va desarrollar el Servicio de Turismo Rías Baixas:

### Objetivo del PRR

Promoción de la cohesión económica, social y territorial de la UE	X
Fortalecimiento de la resiliencia económica y social	
Mitigación del impacto social y económico de la crisis	
Transición Digital	
Transición Ecológica	X
Equidad (igualdad de oportunidades, protección social, sanidad, educación)	X

## ENCAJE CON LOS EJES TRANSVERSALES

Asimismo, el Plan de Recuperación del Gobierno de España establece 4 ejes transversales en los que trabajar. En este apartado vemos la alineación de esta acción con la visión nacional:

Eje Transversal	Comentario
Transición ecológica	X
Transformación digital	
Igualdad de género	X
Cohesión social y territorial	X

## ENCAJE CON LAS POLÍTICAS PALANCA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Finalmente, vemos en qué Políticas Palancas dentro de las 10 que hay establecidas encaja esta acción. Dichas políticas han sido definidas por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de la economía y sociedad. La acción que aquí se propone tiene el siguiente encaje:

### Objetivo del PRR

Agenda Urbana y despoblación	
Infraestructuras y ecosistemas resilientes	X
Transición energética	
AAPP siglo XXI	
Modernización PYME y tejido industrial	
Pacto ciencia e innovación	
Educación, conocimiento y formación	X
Nueva economía y empleo	X
Cultura y deporte	
Modernización sistema fiscal	

# Agradecimientos

Desde la Diputación de Pontevedra y el Servicio de Turismo de Rías Baixas queremos agradecer a todas las personas que amablemente han colaborado en el desarrollo de este nuevo Plan Estratégico de Turismo 2021-2023. Sin las opiniones, visiones y conocimientos de cada una de las personas que han colaborado en este plan, habría sido más complicado generar esta estrategia en momentos tan complicados como los que vivimos actualmente debido a la pandemia de la Covid-19.





## PARTICIPANTES EN LAS MESAS DE TRABAJO

Aguín, Dulcinea AVITURGA

Alonso, Alberto Cuerpo a Cuerpo Comunicación

Alvarellos, Tommy Asociación Profesional de Guías de Turismo de Galicia

Arenas, Nani Mil Words Comunicación

Ares, Suso ATREGA/ Yu Travel

Aznar, Cristina Pangea

Ballesteros, César FEPROHOS/ Hotel Bahía de Vigo

Bernal, Alberto Minsait

Bilbao, Leire Visit Benidorm

Camino, Marta Alda Hoteles

Campos, Jose Carlos Paradores

Carrera, Paula Torres y Carrera

Castelo, Lara Pilgrim

Crespo, Ignacio Quinta de San Amaro

Duque, Elena PastView

Expósito, Laura Ruta del Vino Rías Baixas

Fernández, Luciano CERMI

Figuerola, Mónica Quirón Salud Hospitales

Fontán, Paulo COGAMI

Fraga, Roberto Pilgrim

Fraile, Fernando ICTE

Fraiz, José Universidad de Vigo

Franco, Tono Globaldit

García, Marcos Neuromobile

García, Fernando Experto Independiente en Accesibilidad

García, Sonia Fundación ONCE

Gil, Eva Geodestino, Ría de Vigo e Baixo Miño

González, Joaquín Alda Hoteles

Guinarte, Ramón Gerente Mancomunidad del Salnés

Hernández, Sonia	Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana
Leanizbarrutia, Iván	Nethodology
Leirós, Jaime	Área de Estudio e Investigación Turismo de Galicia
Luarca, Iván	Eccocar
Macías, Xabier	Ayuntamiento Tomiño
Martín, Guti	Sherpa Project
Martínez, Joaquin	Esmerarte
Martínez, Xoan	Kaleido Logistics
Matas, Violeta	FEMP
Merelles, Jose Manuel	Turismo de Galicia
Millán, Luis	ForwardKeys
Molés, Ana	Aeropuerto de Vigo
Mora, John	Ametic y Globaldit
Ordiz, Arturo	Turespaña

Osorio, Ignacio	PREDIF
Otero, Maria Jesús	Naviera Nabia
Pardal, Cesáreo	Clúster Turismo de Galicia
Paz, Santiago	Dos Espacios
Rodriguez, Mar	Tee Travel
Romero, Carlos	SEGITTUR
Sánchez, Miguel	Escuela de Organización Industrial
Sánchez, Nuria	Xunta de Galicia
Soldevila, Luis	Brandmanic
Torres, Sonia	SmartPeme Diputación Pontevedra
Trevisani, Ana	OPC Galicia
Valenzuela, Íñigo	Smartvel
Varela, Alberto	FEGAMP
Vázquez, Xoel Xoia	Extending Reality
Villamayor, Ana	Mar de Compostela

## LISTADO DE PERSONAS EXPERTAS ENTREVISTADAS

- 1 Fabián Buezas (Viajes Interrías)
- 2 Carmela Silva (Diputación Pontevedra)
- 3 Fernando Martínez (Novacondria)
- 4 Cesáreo G. Pardal (CTG)
- 5 Eva Gil (Ría de Vigo e Baixo Miño)
- 6 César Sánchez-Ballesteros (FEPROHOS)
- 7 José Antonio Fraiz (Universidad Vigo)
- 8 Miguel González (Talaso Atlántico)
- 9 Begoña Santamaría (Bodegas Terras Gauda)
- 10 Romina Fernández (Turismo de Sanxenxo)
- 11 Leonardo López (Hotel Carlos I Silgar)
- 12 Marta Iglesias (Piragüilla Ocio y Aventura)
- 13 Manuel Hermo (CIFP Carlos Oroza)
- 14 Francisco González (Hotel Spa Nanín Playa)
- 15 Alfonso Martínez (CETS)
- 16 Dulcinea Aguín (AVITURGA)
- 17 Jonathan Mota (Mijo Minibar)
- 18 Javier Ruiz de Cortázar (ASNAUGA)
- 19 Mar Rodríguez (Tee Travel)
- 20 Ramiro Ruibal (GDR Terras de Pontevedra Norte)
- 21 Rubén Leiro (Asociación Campings Rías Baixas)
- 22 Pablo Cameselle (Fundación Vigo Convention Bureau)
- 23 Raquel Seijo (Sweet Nocturna)

# Referencias bibliográficas



“El 91% de las familias españolas ya tiene planes de viaje para 2021” (17 noviembre de 2020). Recuperado de [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024293\\_el-91-de-las-familias-espanolas-ya-tiene-planes-de-viaje-para-2021.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024293_el-91-de-las-familias-espanolas-ya-tiene-planes-de-viaje-para-2021.html)

“COVID-19: VALORACIONES DE EXCELTUR E INFORMACIONES VARIAS” (2020). Recuperado de <https://www.exceltur.org/covid19-valoraciones-de-exceltur-e-informaciones-varias/>

Exceltur (21 octubre 2020), “Valoración turística empresarial del año 2019 y expectativas para 2020”. Recuperado de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/10/Nota-de-Prensa-Perspectivas-def.-N74-Balance-turistico-del-III-Tr-y-perspectivas-para-el-IV-Tr-de-2020.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2016) “El turismo y los Objetivos del Desarrollo Sostenible”. Recuperado de [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766)

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de [www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html](http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html)

UNE (2018). Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes. Norma UNE 178502. Recuperado de <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0060240>

UNE (2018). Requisitos Sistema Gestión DTI. Norma UNE 178501. Recuperado de <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0060239>

World Economic Forum (2019). “The Travel & Tourism Competitiveness Index”. Recuperado de <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

Área de Estudios e Investigación Turismo de Galicia (2020). Datos Turísticos Galicia. Recuperado de <https://aei.turismo.gal/es/aloxamentos>

INE (2020). Estadísticas alojamientos reglados. Recuperado de [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica\\_P&cid=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863)

Segittur (2020). Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado de <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Diputación de Pontevedra (2020). Datos Provincia Pontevedra. Recuperado de <https://www.depo.gal/listado-concellos>

Oficina de Acogida al Peregrino (2020). Estadísticas mensuales Camino de Santiago. Recuperado de <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/>

Turismo de Galicia (2021). Recursos turísticos provincia de A Coruña. Recuperado de [https://www.turismo.gal/que-visitar?langId=es\\_ES](https://www.turismo.gal/que-visitar?langId=es_ES)

Turismo Euskadi (2021). Recursos turísticos País Vasco. Recuperado de <https://turismo.euskadi.eus/es/>

Turismo de Cantabria (2021). Recursos turísticos Cantabria. Recuperado de <https://turismodecantabria.com/inicio>

Turismo Asturias (2021). Recursos turísticos Asturias. Recuperado de <https://www.turismoasturias.es/>

AENA (2020). "Tráfico de pasajeros, operaciones y carga en los aeropuertos españoles". Recuperado de <http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home>

ANA (2019). "Management Report & Accounts 2019".



# Reflexiones finales

Más allá de que este Plan Estratégico sirva para cumplir los objetivos que se han descrito en el documento y como hoja de ruta para todos los actores del sector turístico de la provincia de Pontevedra, queremos destacar que el proceso participativo llevado a cabo en la elaboración de la estrategia, ha servido para establecer un debate con las opiniones y propuestas de quienes están en la primera línea de la toma de decisiones en estos momentos tan relevantes que estamos viviendo debido a la Covid-19, es decir, la hoja de ruta marcada para los próximos tres años ha sido realizada tras la escucha y debate con casi 100 personas que han compartido su visión y conocimiento para aportar luz en estos momentos de incertidumbre.

Cuando la crisis sanitaria se superé la actividad turística se reanudará, sin duda, pero todo apunta a que no volveremos donde estábamos. El impacto sobre el sector está siendo considerable. En este tiempo de absoluta incertidumbre, el propósito de Diputación de Pontevedra es que este documento sirva para comprender la situación actual y comenzar a modelar el nuevo futuro para el turismo en la provincia.

La distancia forzosa nos anima a comunicarnos y a escuchar más y mejor. Las conversaciones son más intensas, las referencias más ricas y las ideas más libres de preconcepciones. La crisis nos obliga a replantearnos el mundo en que vivimos y, por supuesto, el turismo. Claramente son necesarias medidas de choque para contener los efectos adversos de la crisis sobre el tejido social y empresarial, pero también son necesarias políticas públicas para recuperar la actividad a corto plazo y, a medio plazo, para reconstruir el modelo turístico en nuestra provincia. Este nuevo plan sectorial consensuado con el sector afianza la tecnología y la sostenibilidad como pilares de un nuevo turismo, como ya se estaba avanzando antes de la pandemia.

Esta crisis ha llegado en un momento en que ya estábamos proyectando un futuro en términos diferentes. El planeta había hecho suya la Agenda 2030 de Naciones Unidas y sus 17 ODS y Europa había lanzado su programa marco para avanzar hacia una sociedad y una industria sostenibles, el Green New Deal. Es importante destacar que ya no hay marcha atrás, y que la industria turística es tan resiliente como la sociedad y la economía lo sean, por ello, es momento de ser honestos, valientes, comprometidos y, quizás, también disruptivos; de salir del pensamiento uniforme y estimular el pensamiento crítico para plantear las soluciones desde nuevas perspectivas. Las tendencias que marcaron la pauta hace apenas unos meses se acelerarán o se probarán irrelevantes. Nosotros lo tenemos claro: queremos ser parte de la construcción de un nuevo turismo, ojalá que más fuerte, más resiliente, más sostenible y beneficioso para todos.



# Plan Estratégico Provincial de Turismo 2021 - 2023

