



Concello
de Fisterra

PLANO ESTRATÉXICO DE TURISMO: FISTERRA 2018-2022



**ANEXO 2: CADRO DE ADECUACIÓN
AOS CRITERIOS DE VALORACIÓN DO GALP**

CONCELLO DE FISTERRA

pQliar
facilitadores & diferenciadores

O GALP 3 (SEO DE FISTERRA E RÍA DE MUROS-NOIA), na concesión da súa axuda para a elaboración dun plano estratéxico de turismo do Concello de Fisterra, estableceu unha serie de criterios de valoración.

A continuación contemplamos as conexións entre as propostas de actuación do Plano estratéxico de turismo de Fisterra (2018-2022) e aqueles criterios do GALP.

3. Potencialidade para a creación de emprego

4

4

Ten repercusión indirecta e estimable na creación ou mellora do emprego.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con este criterio:

1.4.1. Programa de impulso das asociacións empresariais do sector.
1.4.2. Promover a calidade das condicións laborais e medio ambientais.
1.4.3. Elaborar e actualizar unha guía de oportunidades de negocio.
2.1.1. Deseñar e executar un programa piloto de emprendemento local.
2.2.1. Impulsar un espazo formativo permanente para profesionalizar as actividades vinculadas ao turismo.
4.2.3. Accións de posta en valor de atractivos turísticos municipais.
4.2.4. Accións de fomento da cultura do mar.
4.2.5. Accións de posta en valor da fin do mundo e do Camiño.
4.2.6. Crear unha campaña de promoción gastronómica sustentada no produto local.
4.2.7. Accións de posta en valor das festas tradicionais.
4.2.8. Accións de posta en valor do turismo de clima.

4. Potencialidade para o asentamento de novas iniciativas produtivas

10

10

Crea infraestruturas, equipamentos ou servizos de interese para negocios da zona ou para asentamento de novos negocios fomentados pola EDLP.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con este criterio:

1.4.1. Programa de impulso das asociacións empresariais do sector.

1.4.3. Elaborar e actualizar unha guía de oportunidades de negocio.

2.1.1. Diseñar e executar un programa piloto de emprendemento local.

2.1.2. Crear espazos de transferencia de coñecemento e colaboración.

4.2.8. Accións de posta en valor do turismo de clima.

5. Taxa de valor engadido	8	Puntos acumulables.
	2	Contribúe a diversificación da oferta local.
	2	Xera vínculos con outras empresas locais ou do territorio.
	2	Supón a posta en valor do patrimonio cultural.
	2	Supón a posta en valor ou o aproveitamento de recursos endóxenos.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con este criterio:

1.4.1. Programa de impulso das asociacións empresariais do sector.
2.1.2. Crear espazos de transferencia de coñecemento e colaboración.
4.1.1. Definir e construír a marca.
4.1.2. Crear un manual de boas prácticas baseadas na marca.
4.2.1. Elaborar un catálogo de atractivos turísticos municipais.
4.2.2. Solicitar de concellos próximos un catálogo de atractivos turísticos.
4.2.3. Accións de posta en valor de atractivos turísticos municipais.
4.2.4. Accións de fomento da cultura do mar.
4.2.5. Accións de posta en valor da fin do mundo e do Camiño.
4.2.6. Crear unha campaña de promoción gastronómica sustentada no produto local.
4.2.7. Accións de posta en valor das festas tradicionais.
4.2.8. Accións de posta en valor do turismo de clima.

7c. Impacto Cultural

5 5

Posta en valor de elementos tanxibles ou intanxibles da cultura mariñeira.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con este criterio:

- | |
|--|
| 1.2.5. Mellorar as instalacións náuticas. |
| 4.1.1. Definir e construír a marca. |
| 4.2.4. Accións de fomento da cultura do mar. |
| 4.2.4.a. Diseñar proxecto de realidade aumentada |

7d. Impacto Medioambiental

5 5

Incidencia positiva do proxecto nos espazos naturais protexidos.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con este criterio:

- | |
|--|
| 3.3.1. Desenvolver unha campaña de compromiso medio ambiental. |
| 3.3.2. Adecentar e humanizar o acceso ás praias |
| 3.3.3. Habilitar prazas para coches híbridos ou eléctricos. |
| 3.3.4. Habilitar no cabo un espazo acotado para o ritual da queima. |
| 3.3.5. Elaborar unha guía de boas prácticas de uso e xestión dos espazos da Rede Natura. |

8. Carácter innovador	5	Único no territorio GALP: novos servizos produtos e servizos, novos procesos produtivos e de prestación de servizos máis eficientes, especial aplicación das TIC.
	3	É único no municipio pero non no territorio GALP (conforme ao criterio anterior) ou non é único pero ten elementos diferenciadores.

Non hai medidas específicas relacionadas con este criterio. O plano estratéxico en si presenta elementos diferenciadores determinados, en primeiro lugar, polas propias particularidades do territorio (o concello de Fisterra), pero tamén en canto á estruturación dos eixos estratéxicos e as súas correspondentes liñas estratéxicas e medidas.

9a. Adecuación do proxecto ás Directrices de Paisaxe e Medio Ambiente	10	D4: Difusión dos valores da paisaxe na comunicación. D8: Uso de papel ecolóxico. D9: Estudos de Impacto paisaxístico. D10: Previsión de accións de revalorización da paisaxe. E4: Accións adicionais de corrección de impactos.
	9	

Medidas do plano estratéxico relacionadas con esta liña e obxectivos:

3.3.1. Desenvolver unha campaña de compromiso medio ambiental.
3.3.5. Elaborar unha guía de boas prácticas de uso e xestión dos espazos da Rede Natura.
4.1.1. Definir e construír a marca.
5.2.7. Crear a figura de embaixador/a (ou similar) de Fisterra.

9b. Adecuación do proxecto ás Directrices de Adaptabilidade

5 4

A10: Servizos de turismo Accesible
A11: Estudos de turismo accesible
A15: Boas Practicas para a inclusión de demandas de persoas con discapacidade

Medidas do plano estratéxico relacionadas con esta liña e obxectivos:

4.1.1. Definir e construír a marca.

9b. Adecuación do proxecto ás Directrices de RSC

5 5

A10: Creación de contidos de igualdade de xénero na web. A15: Compromiso co territorio, colaboración co Galp
A17: Propostas para xestión en rede dos equipamentos turísticos de carácter público.
A18: Reforzo de iniciativas turísticas financiadas no programa anterior.

Medidas do plano estratéxico relacionadas con esta liña e obxectivos:

1.1.3. Estudiar a viabilidade dunha oficina permanente de turismo para o xeodestino.

1.5.2. Plan de relacións públicas con concellos limítrofes.

1.7.2. Implementar medidas doutros plans estratéxicos supralocais.

5.1.2. Diseñar e implementar unha web específica para turismo.

Contribúe o potenciamento e promoción dos Xeodestinos do territorio	15	15	Contribúe ao potenciamento do Xeodestino Costa da Morte
--	-----------	-----------	---

Medidas do plano estratéxico relacionadas con esta liña e obxectivos:

- 1.1.3.** Estudar a viabilidade dunha oficina permanente de turismo para o xeodestino.
- 1.7.2.** Implementar medidas doutros plans estratéxicos supralocais.
- 4.2.2.** Solicitar de concellos próximos un catálogo de atractivos turísticos.
- 5.1.6.** Aproveitar as utilidades da APP de xeolocalización da CMAT.