

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA 2022

"...Et edendo, Lucus: Un recorrido histórico por la enogastronomía"



MEMORIA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN

Turísticamente son dos los recursos fundamentales en los que Lugo apoya su posicionamiento: la muralla y la gastronomía. A estos dos recursos clave se le ha unido un tercero relacionado con el entorno natural vinculado tanto con el río Miño (destacando el especial valor gracias a la declaratoria de Reserva de la Biosfera), como con la zona rural luguesa en la que encuentran paisajes de especial belleza, así como explotaciones agrícolas y ganadera tradicionales.

Lugo cuenta con tres elementos que han sido reconocidos como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO: Muralla Romana, el Camino Primitivo (integrado en los Caminos del Norte) y la Catedral (patrimonio de la humanidad de la UNESCO por inclusión en el Camino de Santiago). A ello se pueden enumerar multitud de Bienes de Interés Cultural entre las que están las termas romanas.

Con relación a la gastronomía, Lugo es conocido y reconocido por esta vocación. El posicionamiento fue desarrollado inicialmente de un modo no consciente pero sustentado en la oferta gastronómica de restaurantes y bares de la ciudad que desarrollaron una cultura de servicio vinculada a la gastronomía en general y a las tapas en particular lo que dio lugar al eslogan "Para comer Lugo", nacido hace casi 50 años. La importancia de la mesa y el buen comer tiene su origen en la tradición agrícola y ganadera de la provincia de Lugo en general y de su capital en particular, así como la existencia de diversos productos distinguidos tanto con denominaciones de origen como con indicaciones geográficas protegidas.

Analizando el desarrollo turístico de Lugo mediante el modelo de Miossec podría decirse que el destino se ha estancado en la fase 3 (fase de organización y especialización turística), por faltas de políticas encaminadas a generar el salto a la fase 4 (madurez y saturación). Según el modelo evolutivo de Butler, la ciudad de Lugo se encuentra en una etapa de estancamiento, iniciando un leve declive (por pérdida de posición relativa) después de no haber alcanzado una consolidación en los niveles de turistas que, por el número y calidad de los recursos y atractivos de los que dispone, se podría haber esperado.

La valoración anterior se sustenta en el análisis del comportamiento del turismo tanto en composición como en su número. Por una parte, Lugo destaca por una reducida presencia de turistas internacionales (15 %) frente a la media gallega que se sitúa en un 25 % lo que es indicador de una menor capacidad de atracción. Por otra parte, el número de turistas que llegan al destino y su proceso de recuperación después de la pandemia durante el año 2021 (2/3 del turismo previo a la pandemia), es sustancialmente inferior a lo que sucede en otros destinos gallegos.

Lugo necesita iniciar un proceso de rejuvenecimiento del destino y sus productos que, aprovechando el posicionamiento del que dispone, suponga un punto de inflexión tanto en términos de número de turistas que recibe, como el impacto económico y social del turismo.

Para lograrlo se diseña este plan y sus acciones encaminadas a potenciar los elementos singulares de Lugo mediante la articulación de atractivos, productos y experiencias diferenciadas.

El proyecto permitirá reforzar el posicionamiento de Lugo como destino gastronómico, donde este elemento se vuelva un motivador para la elección del destino. Este tipo de turismo permite la desestacionalización de la demanda al tiempo que aprovecha un relato basado en las características de la ciudad.

Debido a la vinculación de la ciudad con la historia, la aproximación a la gastronomía puede y debe realizarse basándose en este recorrido histórico. Esta conexión de la gastronomía desde la época pre-romana hasta la actualidad podrá ser puesta en valor en un lugar singular mediante la creación de un centro de enogastronomía de la Fábrica de la Luz que será desarrollada en colaboración con el sector privado dotando al concepto de sostenibilidad de un discurso de generación de valor.



1.2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS:

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Convertir a Lugo en un referente gastronómico y cultural atendiendo al fuerte componente histórico de la ciudad mediante la transformación del sector y la generación de productos y experiencias turísticas innovadoras que generen un relato singular que aporte valor para los turistas, aprovechando el desarrollo turístico para la generación de rentas y empleos mediante la creación de empresas y proyectos que pongan en valor los recursos gastronómicos, culturales y medioambientales, haciendo de Lugo en un destino competitivo a nivel nacional e internacional con una demanda no estacional.

1.2.2. DESCRIPCIÓN

Debido a la situación de estancamiento en la que se encuentra el turismo en Lugo es preciso redefinir el modelo de desarrollo realizando las transformaciones necesarias tanto en el ámbito de la sostenibilidad como de la digitalización que hagan posible aprovechar todo el potencial que tiene la ciudad en términos de recursos y atractivos.

El desarrollo turístico de Lugo, busca hacer uso de los recursos y atractivos de los que dispone de una forma sostenible. Dentro de ellos tienen especial relevancia los relacionados con la gastronomía y el patrimonio. Por lo cual ambos se colocan como centro del modelo de desarrollo el cual dará a Lugo elementos que dotan de singularidad a la oferta turística de la ciudad, logrando diferenciarla de otros destinos competidores.

Obedeciendo al modelo sostenible el proyecto que presenta Lugo en el eje de Gobernanza, destaca el desarrollo de políticas territoriales que favorezcan el desarrollo y generen impacto en el territorio, como base del sistema turístico; En el eje 2 de crecimiento sostenible, marca puntos para la creación de una sociedad más próspera, inclusiva e igualitaria, utilizando al turismo como un motor dinamizador de la economía y sociedad, tomando como ejemplo la línea de impulso el desarrollo equilibrado del turismo en el territorio y la línea dos de impulso a la sostenibilidad como valor de marca del turismo español. Al igual el eje 5 en su línea 2 de Desarrollo de propuestas de valor singular, dinámico y competitivo, que tiene por objetivo conseguir una mayor penetración en nuevos mercados y segmentos mediante acciones de promoción y productos con valor añadido y diferencial, derribando con ello el problema de la estacionalidad que presenta en este caso Lugo.

En la parte autonómica el proyecto de Lugo se apoya del "Plan director Galicia destino seguro", en su plan de acción 3.3 de enogastronomía, tomándolo como el elemento protagonista para la promoción de Lugo y comercializar experiencias y productos basados en la enogastronomía y la sustentabilidad, como parte del programa Galicia Sabe y teniendo como objetivos la sustentabilidad, y resaltando la calidad del producto local y el talento de la cocina de Lugo.

Los elementos patrimoniales con los que cuenta Lugo (Muralla, Camino Primitivo, Catedral, Gastronomía, etc.) son elementos a resaltar en el proyecto al igual que lo que se establece en el plan de acción 3.4 de Turismo Cultural, que marca el desarrollo de actividades que faciliten la divulgación y promoción de estos atractivos para facilitar su interpretación e inmersión como parte de la historia local, relacionado también con "El camino de Santiago"(plan de acción 3.6) como parte de la valorización de la riqueza histórica, patrimonial, cultural y paisajística de Lugo.

1.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Poner en valor los recursos gastronómicos, medioambientales, históricos y patrimoniales (patrimonios de la humanidad, entre otros).

Utilizar la historia de Lugo como atributo singular y diferencial de la oferta turística.

Aprovechar los elementos gastronómicos, culturales y patrimoniales propios en la generación de un relato que conecte dichos elementos con la sostenibilidad.

Incrementar el poder de atracción del destino mediante la utilización de sus atributos sostenibles.

Reducir la huella de carbono en las actividades turísticas.

Impulsar la creación de productos y experiencias enogastronómicas estructuradas.

Provocar un efecto de arrastre gracias a la utilización de la gastronomía como eje de productos y experiencias turísticas.

Desestacionalizar la demanda mediante la puesta a disposición del mercado de una oferta disponible a lo largo de todo el año.

Efecto arrastre derivado del centro de enogastronomía.

Incorporar la sostenibilidad como un elemento esencial en la propuesta de valor del turismo.

Identificar oportunidades para la creación de nuevas empresas y la generación de empleo.

Desarrollar proyectos conjuntos con iniciativa público-privada como mecanismo de mejora de la eficacia y eficiencia en la implantación de políticas pública.

Acelerar procesos de digitalización del sector turístico.

1.2.4. DESCRIPCIÓN



Poner en valor los recursos gastronómicos, históricos y patrimoniales: la búsqueda de la autenticidad es un elemento central en el comportamiento de los turistas. Los recursos gastronómicos, históricos y culturales tienen gran interés para los turistas siempre que hayan sido intervenidos de tal modo que se les permita su disfrute.

Utilizar la historia de Lugo como atributo singular y diferencial de la oferta turística: según Eulogio Bordás, la singularidad es uno de los componentes de la pirámide emocional turística valorado por los turistas a la hora de adoptar la decisión de viaje. Lugo debe utilizar su historia como un elemento singular que le permitirá presentarse en el mercado como una oferta única.

Aprovechar los elementos gastronómicos, culturales y patrimoniales propios en la generación de un relato que conecte dichos elementos con la sostenibilidad: deben realizarse acciones que permitan relacionar los principales recursos de Lugo con la sostenibilidad mediante la generación de un relato adecuado y coherente.

Incrementar el poder de atracción del destino mediante la utilización de sus atributos sostenible: Según Outbrain, el 70,1% de los españoles se muestra dispuesto a abonar más por un turismo sostenible. Michel Rumiz, director de Slow Food Travel sostiene que "La sostenibilidad es parte de la definición de calidad. Si como destino no se apuesta por temas de sostenibilidad, es más difícil ser considerado hoy día como destino de calidad". La implantación de modelos de desarrollo turístico sostenibles proporciona mayor nivel de atracción de los destinos debido a su asociación con la calidad y la alineación con los valores de los turistas.

Reducir la huella de carbono en las actividades turísticas: la promoción de la movilidad eléctrica y los diagnósticos de eficiencia energética, así como la aplicación de medidas de esta índole en las empresas turísticas provoca una importante reducción de la huella de carbono.

Impulsar la creación de producto y experiencias enogastronómicas estructuradas: Mediante la integración de actividades realizadas por varias empresas turísticas.

Provocar un efecto de arrastre gracias a la utilización de la gastronomía como eje de productos y experiencias turísticas: la llegada de turistas por motivos gastronómicos permitirá el desarrollo de actividades turísticas complementarias (artesanía, eventos culturales, etc.) provocando impactos indirectos e inducidos.

Desestacionalizar la demanda mediante la puesta a disposición del mercado de una oferta disponible a lo largo de todo el año: ofreciendo eventos gastronómicos y culturales diferenciados a lo largo del año.

Efecto arrastre derivado del centro de enogastronomía: el centro de interpretación permitirá generar nuevas iniciativas empresariales y dotará de estructura a la oferta gastronómica de la provincia de Lugo.

Incorporar la sostenibilidad como un elemento esencial en la propuesta de valor del turismo: mediante la difusión entre los agentes del sector y la formación e implantación de acciones por parte de las empresas debe incorporarse la sostenibilidad como un elemento medular del desarrollo turístico.

Identificar oportunidades para la creación de nuevas empresas y la generación de empleo: gracias a la mejora del potencial de atracción de turistas preocupados por la sostenibilidad se identificarán nichos en los que puedan explotarse oportunidades de negocio en este ámbito.

Desarrollar proyectos conjuntos con iniciativa público-privada como mecanismo de mejora de la eficacia y eficiencia en la implantación de políticas públicas: alineando los intereses públicos y privados podrán desarrollarse iniciativas como el centro de enogastronomía de la Fábrica de la Luz.

Acelerar procesos de digitalización del sector turístico: relativo a la tecnología para la creación de experiencias inmersivas, al conocimiento del comportamiento del turista, a las acciones de comunicación, promoción y comercialización

1.2.5. INDICADORES



Indicadores generales:

Número de turistas en establecimientos reglados
Número de pernотaciones
Empleo generado en el sector
Valoración general del destino por parte de los turistas
Evolución en el número de empresas por categoría
Gasto promedio por turista
Evolución de la motivación para visitar Lugo

Indicadores por acciones:

Km de rutas homologados
Número de nuevas experiencias creadas
Reducción en el consumo energético en las empresas participante en la acción de eficiencia energética
Número de participantes en los programas de creación de empresas
Nuevas empresas turísticas creadas
Número de contenidos digitales creados
Toneladas de basura generadas por evento
Consumo energético en los puntos de recarga
Informes generados desde el observatorio turístico
Número de descargas de los informes generados en el observatorio turístico



1.3. RESUMEN DE LA INTERVENCIÓN

El plan representa un equilibrio en el importe de cada eje, mediante una distribución coherente con las necesidades del sector turístico de Lugo.

Específicamente para mejorar el posicionamiento gastronómico de Lugo, se debe de reforzar su conexión con elementos patrimoniales y redefinir su oferta con una visión sostenible e innovadora, para ello se realizarán las siguientes acciones:

Del eje 1:
Recuperación en la ribera del Miño de la Fábrica de la Luz para la creación del centro de enogastronomía (Etqt 035). Se propondrán distintas actividades encaminadas a la colaboración público-privada y la integración de productores de kilómetro 0.

Del eje 4:
La enogastronomía que no debemos perder. Recuperación de oficios tradicionales, actividades, artesanía vinculada con la enogastronomía, recetas, aperos o instrumentos, etc.

Creación de un club de producto enogastronomía en Lugo. Iniciativa para poner en valor la enogastronomía, define rutas enogastronómicas y comercializa actividades.

Plan de marketing del destino. Promoción a medio/largo plazo de Lugo como destino turístico enogastronómico e histórico, procurando fortalecer aquellos segmentos de mayor interés.

Así mismo para la transición de la ciudad de Lugo hacia un modelo sostenible que busque mejorar la movilidad, la reducción de las emociones y la transformación del sector, se elaboran las siguientes acciones:

Del eje 1:
Protocolo para la minimización de residuos en fiestas de interés turístico (Etqt 050). Definición de un protocolo de gestión de residuos orientado a las fiestas de interés turístico.

Del eje 2:
Homologación de las 22 sendas peatonales que recorren el municipio para su inclusión en Sendegal (Etqt 073). Se llevarán a cabo una serie de intervenciones en las sendas peatonales de Lugo.

Asesoramiento energético orientado a pymes del sector turístico (Etqt 073). Implantación de un sistema de acompañamiento a la gestión energética de las pymes.

Puntos de recarga que impulsen una movilidad eléctrica entre puntos de interés turístico y enogastronómico (Etqt 073). Se busca la combinación entre el tiempo que se asocia para el disfrute de las actividades vinculadas con la enogastronomía y el atractivo de disponer de un punto de recarga cercano.

De igual forma para lograr la transición digital del sector turístico se plantean las siguientes acciones:

Del eje 3:
Estrategia de comunicación digital para el destino: Contenidos Digitales, App, Portal turístico, etc. Desarrollo de instrumentos adecuados para una comunicación digital efectiva de Lugo como destino turístico enogastronómico.

Realidad aumentada para la inmersión en puntos de especial interés turístico de Lugo. Desarrollo de aplicación para smartphones, tablets y equipamiento que permita a los visitantes interactuar con una reconstrucción virtual de la ciudad a través de modelos 3D.

Observatorio turístico con capacitación en el uso de los datos. Compra de datos e información complementaria a la estadística que permitan la toma de decisiones efectiva por parte de operadores turísticos como del Concello como ente gestor del destino. Del mismo modo aprovechar el potencial de desarrollo del sector turístico en la generación de rentas y empleos se crea a cabo la siguiente acción:

Del eje 4:
Nuevo talento turístico. Emprendimiento turístico orientado hacia al turismo sostenible enfocado en los recursos turísticos endógenos. Realizar una prueba de su idea de negocio por un período temporal limitado de su oferta en espacios ubicados en la Fábrica de la Luz.

Por último para garantizar la correcta ejecución del plan y la coordinación y coherencia de las actuaciones se establecen las siguientes acciones:

Del eje 4:
Sistema de evaluación del PSTD. Sistema de evaluación de resultados que incide en las repercusiones socioeconómicas y medioambientales derivadas de la ejecución del PSTD.

Oficina técnica del PSTD. Creación de un ente gestor responsable de la coordinación, ejecución y seguimiento de las acciones.



2. DESCRIPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL TERRITORIO

2.1.1. DEMARCACIÓN TERRITORIAL EN LA QUE TENDRÁ LUGAR LA EJECUCIÓN DEL PLAN

La demarcación territorial donde se ejecutará el presente PSDT es el Ayuntamiento de Lugo en toda su extensión al ser entendida como un "destino turístico" en sí mismo. El proyecto se plantea mediante un equilibrio entre las acciones ejecutadas en el entorno urbano y del entorno rural, facilitando el aprovechamiento del potencial del turismo en ambas zonas.

Según la OMT un "destino turístico" es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

El Ayuntamiento de Lugo es por lo tanto un "destino turístico" que incluye elementos de toda la cadena de valor turística abarcando desde los recursos y atractivos en los que destacan el patrimonio declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad (Muralla romana, Camino de Santiago y Catedral); como los diversos bienes de interés cultural (Castillo. Torre de Riazón, Igrexa Parroquial de Santiago de Meilán, Archivo Histórico Provincial de Lugo, Biblioteca Pública del Estado, Termas Romanas, Antiguo Convento de San Francisco, hoy Parroquia de San Pedro, Conjunto Histórico de la Ciudad de Lugo, Museo Provincial y la Casa Consistorial de la Ciudad de Lugo), los numerosos yacimientos arqueológico; así como un importante patrimonio natural, encabezado por el río Miño y la reserva de la biosfera Terras do Miño; patrimonio inmaterial en que destacan su gastronomía, diversas expresiones culturales y festivas con el San Froilán; hasta una importante oferta de empresas prestadoras de servicios turísticos.

2.1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA DEMARCACIÓN TERRITORIAL

El plan de desarrollo turístico elaborado por el ayuntamiento de Lugo en el año 2020, señala diversas acciones encaminadas a redefinir el modelo de desarrollo turístico del municipio mediante una orientación sostenible, el aprovechamiento de los recursos (nominalmente el patrimonio material e inmaterial diferencial de Lugo) y una apuesta por la digitalización y la tecnología como factor de competitividad.

El propio plan define al ayuntamiento de Lugo como un destino turístico con dinámicas distintas a otros destinos existentes en Galicia, pese a que está integrado en diversos productos y destinos de mayor escala como son el Camino de Santiago, la España Verde, la España Romana, entre otros.

El entender al ayuntamiento de Lugo como un destino turístico permite estructurar de manera adecuada toda la cadena de valor e identifica oportunidades para la creación de nuevas empresas y la generación de empleos gracias al incremento en el poder de atracción mediante la explotación de los elementos diferenciales de su oferta (gastronomía, cultura y patrimonio) que le permite acudir a los mercados emisores para captar demanda.

El Ayuntamiento de Lugo es hoy en día una agrupación de productos, servicios, actividades y experiencias, con una cadena de valor que incorpora a distintos agentes públicos y privados que requieren de un proceso de redefinición del modelo de desarrollo para lograr un crecimiento sostenible que genere mayor impacto positivo en la economía, la sociedad y el medio ambiente.

Debido a ello se ha decidido que la demarcación territorial más adecuada para el PSTD es el municipio.



2.2. VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

2.2.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL TERRITORIO Y PRODUCTOS EN LOS QUE SE HA ESPECIALIZADO EL DESTINO

El ayuntamiento de Lugo ha desarrollado su oferta turística vinculada a tres ejes esenciales:

Historia y patrimonio material e inmaterial.

Enogastronomía (tapas y cocina tradicional, además de nuevos talentos vinculados a la nueva cocina).

Entorno natural. Todo el concello incluido en Reserva de la Biosfera Terras do Miño.

Productos turísticos basados en la historia y patrimonio material e inmaterial:

El ayuntamiento de Lugo cuenta con tres elementos declarados como patrimonio de la humanidad por la UNESCO: Muralla Romana, Camino de Santiago y Catedral (por su inclusión en el patrimonio del Camino). También tienen especial relevancia los considerados bienes de interés cultural de los que dispone la ciudad (Castillo. Torre de Riazón, Igrexa Parroquial de Santiago de Meilán, Archivo Histórico Provincial de Lugo, Biblioteca Pública del Estado, Termas Romanas, Antiguo Convento de San Francisco, hoy Parroquia de San Pedro, Conjunto Histórico de la Ciudad de Lugo, Museo Provincial y la Casa Consistorial de la Ciudad de Lugo).

La cultura, como patrimonio inmaterial, es otro de los recursos turísticos que han sido utilizados para la creación de productos turístico y eventos, como las fiestas de San Froilán o los festivales Arde Lucus, Caudal Fest, Festival de Jazz, Semana internacional de la magia, Festival de teatro grecolatino, entre otros.

Vinculados con este patrimonio material e inmaterial, diversos operadores turísticos (tanto públicos como privados) han creado productos turísticos como visitas guiadas, centros de interpretación, etc.

Algunos de estos productos están disponibles en portales de venta de experiencias como Civitatis, Viator, entre otros.

El Camino de Santiago es quizás el producto turístico de Lugo que opera con dinámicas más interconectadas con otros destinos pues, en la mayor parte de los casos, Lugo es ciudad de paso de los peregrinos, no inicio.

Productos turísticos basados en enogastronomía:

Debido al excelente posicionamiento gastronómico del municipio sintetizado desde hace más de 50 años en el eslogan "para comer Lugo", este es posiblemente el ámbito de mayor madurez y tradición hay en la creación y comercialización de productos turísticos y eventos.

Lugo ha desarrollado una oferta de restaurante y bares que ofrece alternativas tradicionales e innovadoras al gusto de diversos segmentos de turistas.

Uno de los productos turísticos creados alrededor de la gastronomía han sido las Rutas Gastronómicas de Lugo. Cinco rutas dedicadas a cinco productos típicos de la gastronomía gallega en general y luguesa en particular.

Es tradicional el concurso de tapas, así como diversas fiestas y eventos como Feria de productos típicos de carnaval, Feria de Carnaval de Nabela, Fiesta de la Cerveza Artesana, Feria de la miel y Gastroarte, entre otras.

Productos turísticos basado en el patrimonio natural:

Lugo cuenta con una excelente red de senderos que permiten recorrer importantes zonas de la ciudad en contacto con la naturaleza y pasear junto al río Miño por el parque fluvial.

Dentro de estas actividades y productos turísticos destacan las 4 rutas diseñadas desde el ayuntamiento para recorrer la zona rural del municipio por las tradicionales "congostras" (caminos tradicionales por los que circulaban los carros).

Numerosos turistas y residentes recorren estos senderos tanto caminando como en bicicleta. Es importante señalar el esfuerzo realizado por el ayuntamiento en los últimos años para desarrollar un modelo de carril bici que recorre prácticamente el total de la ciudad.



2.2.2. ¿ESTÁ EL PLAN ORIENTADO A PATRIMONIO CULTURAL SINGULAR O DE IMPORTANCIA INTERNACIONAL?			
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES Y RELEVANCIA PARA SU USO TURÍSTICO			
<p>La ciudad de Lugo cuenta con una característica muy importante que pocas ciudades pueden tener, ya que Lugo cuenta con 3 declaratorias patrimoniales, La Muralla Romana, La Catedral y el Camino de Santiago, estos elementos históricos y culturales que representan la gran riqueza patrimonial que tiene Lugo y que forman parte esencial para el presente proyecto.</p> <p>La muralla romana de Lugo, fue construida entre los siglos III y IV de nuestra era, edificada para proteger a la ciudad de los ataques e invasiones, cuenta con una arquitectura singular que la hacía prácticamente imbatible y que permitió su conservación a lo largo de los años y formar parte de la identidad lucense, debido estas características y su gran valor turístico para la ciudad en este proyecto se abordan estrategias de innovación tecnológica para elevar su atractivo, así como el de la catedral de Lugo, una construcción de estilo románico que tiene su origen en 1129, concluyendo obras en 1880 debido a diversas modificaciones y ampliaciones en su estructura, dándole la característica de tener elementos de diversas épocas como Románico, Gótico, Renacimiento, Barroco y Neoclasicismo, siendo en conjunto con la muralla, importantes construcciones que son parte relevante del patrimonio lucense. El edificio es también un museo catedralicio gallego, con importantes piezas como el Crismón de Quiroga, elementos patrimoniales de otros templos lucenses, imágenes de Santa María, orfebrería litúrgica, imaginería, piezas de arqueología y pintura religiosa.</p> <p>El camino de Santiago, es el tercero de los patrimonios de Lugo, y uno de los más importantes atractores de turismo en la región, la declaratoria está dada para el camino primitivo, el cual fue el camino del primer peregrino de la Historia: el Rey asturiano Alfonso II el Casto, personaje clave para incentivar el culto al Apóstol Santiago. Este fue probablemente el Camino originario hasta que en el siglo X se consolidó el Camino Francés. Este camino es un medio importante de llegadas a Lugo, sin embargo, la estancia es breve pues sigue a Santiago de Compostela, parte del proyecto es resaltar las características de los edificios patrimonio, la creación de productos y servicios atractivos que alarguen la estancia o permitan el regreso de turistas a Lugo.</p>			
¿CUENTAN ESTOS RECURSOS CON ALGÚN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL?			
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
<p>En los sistemas de reconocimiento internacional el ayuntamiento de Lugo cuenta con tres elementos declarados como patrimonio de la humanidad por la UNESCO: Muralla Romana, Camino de Santiago y Catedral (por su inclusión en el patrimonio del Camino). También Lugo es uno de los municipios incluidos en la Reserva de la Biosfera Terras do Miño.</p> <p>En los sistemas de reconocimiento nacional Lugo dispone de diversos elementos patrimoniales catalogados como bienes de interés cultural esto son: Castillo. Torre de Riazón, Igrexa Parroquial de Santiago de Meilán, Archivo Histórico Provincial de Lugo, Biblioteca Pública del Estado, Termas Romanas, Antiguo Convento de San Francisco, hoy Parroquia de San Pedro, Conjunto Histórico de la Ciudad de Lugo, Museo Provincial y la Casa Consistorial de la Ciudad de Lugo.</p>			
GRADO DE GESTIÓN O PUESTA EN VALOR DEL RECURSO (ESPECIFICAR, ENTRE OTROS, SI CUENTAN CON PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICOS)			



Debido a la declaratoria como patrimonio de la humanidad tanto de la Muralla romana de Lugo, como del Caminos de Santiago y de la Catedral, cuentan con planes específicos destinados a su conversión y puesta en valor.

Por otra parte, el Plan de Desarrollo Turístico de Lugo establece diversas estrategia y acciones destinadas al aprovechamiento turístico de dicho patrimonio. este plan contempla:

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: DESTINO CULTURAL

Fomentar la ciudad de Lugo, recuperando los tramos culturales• y religiosos, a través de un protagonismo como destino atractivo, referente a un entorno histórico y cultural de gran valor, con proyección y conocimiento exterior, por medio de sus recursos y monumentos.

Objetivo general:

Revalorización del patrimonio cultural para su aprovechamiento y disfrute de las presentes y futuras generaciones, por medio de una serie de actividades y prácticas con referente a la historia y patrimonio de Lugo. Potenciar los monumentos históricos y construcciones arquitectónicas de la ciudad de Lugo, como un área activa culturalmente, que la consoliden como una ciudad para la convivencia, la instrucción histórica mientras se relaciona y explora a través de sus monumentos y construcciones.

Objetivos específicos:

- ? Crear, distribuir y popularizar productos culturales de valor histórico, en los que su motor sea la participación e interacción con el visitante.
- ? Llevar a cabo exposiciones y eventos culturales donde se realice un recorrido por los puntos de la ciudad, considerados Patrimonio de la Humanidad, como las Termas o el Puente Romano.
- ? Potenciar una mayor actividad cultural por parte de los locatarios y de los visitantes casuales, para la rehabilitación, preservación y puesta en valor de sus recursos históricos.



2.2.3. ¿ESTÁ EL PLAN ORIENTADO A RECURSOS NATURALES PROTEGIDOS?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí
DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES Y RELEVANCIA PARA SU USO TURÍSTICO	
<p>La reserva de la biosfera Terra de Mino declarada así en 2002, es la segunda más grande de la Península Ibérica y la más grande de Galicia, ocupa el 39% de la provincia de Lugo (363.668,9ha) la cuenca alta del río Miño abarca 26 municipios pertenecientes a 7 comarcas, entre ellas Lugo. La reserva también está incluida en la Red Natura 2000, y contiene numerosos vestigios patrimoniales como restos de monumentos funerarios, se han encontrado 200 de ellos correspondientes a la Edad de los Metales, en los cuales se puede encontrar grabados rupestres y castros. Otros elementos culturales a resaltar que unen por medio del río son: Caneiros (construcciones artesanales de la edad media), artes de pesca adaptadas a las especies y condiciones del río, molinos de cereales, herrerías y batuxos (embarcaciones tradicionales).</p>	
¿COINCIDE EL TERRITORIO PLENAMENTE CON UN ESPACIO NATURAL PROTEGIDO?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí
¿CUENTA EL TERRITORIO CON AL MENOS UN 40% DE SU SUPERFICIE PROTEGIDA POR RED NATURA 2.000?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí
¿CUENTAN ESTOS RECURSOS CON ALGÚN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí
<p>Lugo es uno de los 26 municipios que abarca la Reserva de la Biosfera Terra do Miño. La declaratoria fue concedida por la UNESCO en el año 2002 y se sitúa como la segunda más grande de España y la primera de Galicia.</p> <p>Aunque buena parte de la reserva está incluida en la Red Natura 2000, esas zonas no se corresponden con el ayuntamiento de Lugo.</p> <p>El patrimonio cultural es un elemento de especial relevancia en la Reserva Terras del Miño ya que existen numerosos vestigios patrimoniales algunos de los cuales pueden ser de hace siglos, incluso milenios. Se han encontrado más de 200 restos de monumentos funerarios correspondientes a la Edad de los Metales, grabados rupestres y un gran número de castros.</p> <p>Muchas piezas de arte provenientes del territorio de la Reserva se encuentran en los Museos Diocesano y Provincial de Lugo. Estas piezas, de origen tardorromano, tienen gran valor para el estudio antropológico.</p> <p>Dentro del territorio que abarca la Reserva también destaca la presencia de construcciones románicas. Dentro de ellas el exponente más destacado es la Catedral de Lugo, iniciada en el año 1129.</p> <p>Por otra parte, la diversidad cultural, tomando como eje unificador los cursos de agua, descubre diversos elementos y usos asociados a ellos entre los que figuran los siguientes:</p> <p>Caneiros, son pequeñas construcciones artesanales datadas en la Edad Media. Artes de pesca adaptadas a las especies y condiciones particulares de los ríos, entre las que cabe destacar los rebotes, trasmallos, rateles</p> <p>Molinos de cereales</p> <p>Herrerías</p> <p>Batuxos, pequeñas embarcaciones tradicionales utilizadas como medio de paso entre orillas.</p> <p>En lo concerniente al ayuntamiento de Lugo tiene especial relevancia el parque fluvial de Lugo se extiende en paseos, senderos y pasarelas que enlazan entre sí los recursos naturales y culturales vinculados al río.</p> <p>Entre los atractivos que se pueden disfrutar en este parque se encuentra el Centro de Interpretación en la ribera del río Fervedoira.</p> <p>El paseo por la orilla de este pequeño cauce enlaza con el margen izquierdo del Miño recuperado como área de ocio de la ciudad.</p> <p>En el Centro de Interpretación se encuentra toda la información sobre el patrimonio natural y etnográfico que puede ser observado en un recorrido por la reserva.</p>	
GRADO DE GESTIÓN O PUESTA EN VALOR DEL RECURSO (ESPECIFICAR, ENTRE OTROS, SI CUENTAN CON PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICOS)	



La reserva de la Biosfera Terras do Miño cuenta con un Plan de Acción aprobado en el año 2013 que refleja la experiencia en la gestión de la reserva desde su declaratoria como tal.

Este plan ha propiciado un modelo de desarrollo sostenible en el territorio que busca el equilibrio entre los componentes medioambientales, sociales y económicos. Para ello se han definido diferentes estrategias de participación de la población local para que esta se apropie de las acciones desarrolladas.

La función de desarrollo en las Reservas de Biosfera trata de conciliar las necesidades de mejora de la población local con las de salvaguarda de los recursos naturales para las generaciones futuras.

El Plan busca promover una estrategia orientada a la promoción económica, social y cultural de los habitantes del territorio, que respete los elementos propios y propicie el desarrollo sostenible.

En definitiva, el Plan de Acción constituye un plan de gestión para la planificación del espacio de la Reserva de la Biosfera Terras do Miño, cuya finalidad es el establecimiento de las líneas generales de acción, programas, proyectos y estrategias prioritarias de actuación para el cumplimiento de los objetivos de la Reserva.

El Plan ha establecido un total de 9 objetivos, que se pretenden alcanzar mediante la ejecución y puesta en marcha de las acciones planteadas:

- . Conservación del patrimonio natural y la biodiversidad.
- . Difusión de los valores de la Reserva a la sociedad.
- . Promoción del desarrollo rural sostenible.
- . Promoción de los aprovechamientos sostenibles de los recursos naturales.
- . Fomento del empleo local y de las economías de calidad.
- . Mejora del conocimiento sobre el patrimonio natural de la Reserva.
- . Fomento del intercambio y del establecimiento de compromisos de cooperación.
- . Conservación y mejora del patrimonio cultural de la Reserva.
- . Cumplimiento de los objetivos de los Planes de Acción de Madrid y Montseny, planes de referencia.



2.2.4. ¿SE HAN REALIZADO ACCIONES PARA IMPLANTAR SISTEMAS DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADOS (POR EJEMPLO, EN RELACIÓN A ALGÚN CLUB DE PRODUCTO) Y/O PARA DESARROLLAR PRODUCTOS TURÍSTICOS?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----

Uno de los ámbitos tradicionales de colaboración se ha dado en las fiestas y eventos. Dentro de ellos destacan las fiestas de San Froilán y Arde Lucus, así como la Feria de productos típicos de carnaval, la Feria de Carnaval de Nadela, la Fiesta de la Cerveza Artesana, la Feria de la miel y Gastroarte y los concursos de tapas.
Otro ejemplo de colaboración se encuentra en las Rutas Gastronómicas de Lugo, rutas dedicadas a cinco productos típicos de la gastronomía luguesa.

2.2.5. ¿SE HA REALIZADO TRABAJO DE MARCA ASOCIADO A LOS PRODUCTOS?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----

Existen dos marcas asociadas a productos turísticos de Lugo.

El primero nace como eslogan de promoción de la ciudad hace más de 50 años: "para comer Lugo". Este eslogan, convertido en marca está posicionado en el imaginario colectivo gallego e incluso en algunas otras zonas a nivel nacional. La segunda de estas marcas se encuentra en las Rutas Gastronómicas de Lugo. Estas rutas nacen como el establecimiento de itinerarios generados entre establecimientos de hostelería que ofrecen un producto gastronómico determinado.
También pueden ser considerados como ejemplo de esta categoría la generación de marcas reconocidas de eventos como Arde Lucus.

Otra marca que se ha desarrollado, para establecer Lugo como punto de partida para el Camino de Santiago es: Lugo Km 100, haciendo referencia a la distancia que hay de Lugo a Santiago de Compostela, así como también es la distancia a otros atractivos turísticos.

2.2.6. TRADICIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO:

CUANTIFICACIÓN DE AFLUENCIA TURÍSTICA

Analizando la afluencia turística mediante los datos de ocupación hotelera aportados por la encuesta de ocupación hotelera del INE, se identifican las siguientes tendencias en la ciudad de Lugo se pueden extraer las siguientes conclusiones:

El mercado turístico de Lugo está constituido mayoritariamente por turistas nacionales representando el 92% de los clientes. El peso del turismo internacional ha caído del 16 % en el año 2016 al 8 % en el 2021, por lo que esta caída no puede ser atribuida a la pandemia.

La estancia promedio en Lugo fue en el año 2021 de 1,74 noche para los turistas nacionales y de 1,62 para los extranjeros. Mientras que la estancia promedio se ha movido sin un patrón definido para los turistas nacionales, en los internacionales se aprecia un crecimiento consistente desde el año 2016.

La recuperación de la pandemia está siendo más intensa en las pernoctaciones que en el número de turistas.

2.2.7. DATOS SOBRE OFERTA TURÍSTICA PRIVADA



Lugo, cuenta según los últimos datos publicados en el Registro de empresas y actividades turísticas REAT, según datos del año 2021 con:

24 agencias de viaje, el 4,12% del total que existen en Galicia.

178 establecimientos de alojamiento con un 1,11% del total de Galicia.

Estos alojamientos totalizan 3113 plazas que son un 1,45% del total de Galicia y cuentan con 1452 habitaciones que son un 1,51

Estos alojamientos se desagregan en:

9 Albergues con 214 plazas

5 Apartamentos con 414 plazas

1 Camping (Glamping) con 13 plazas

17 Hoteles con 1458 plazas

20 Pensiones con 387 plazas

2 Casas de Turismo Rural con 27 plazas

124 viviendas de uso turístico que alcanzan 600 plazas

230 Restaurantes que son el 4,08% del total de Galicia

118 cafeterías que son el 7,10% del total de Galicia

1030 café-bar que son el 3,34% del total de Galicia

Adicionalmente cuenta con 11 empresas de turismo activo que son el 2,65% del total de Galicia

De todo ello se deduce que en algunas actividades existe una sobrerrepresentación, especialmente aquellas más relacionadas con la restauración y hostelería (sin alojamiento), existiendo infrarrepresentación en la parte de alojamiento.



2.2.8. CUANTIFICACIÓN CONSUMO DE RECURSOS/PRODUCTOS TURÍSTICOS

La Ciudad de Lugo se caracteriza por ser una ciudad legendaria con amplia tradición y cultura, de la cual están conformada la mayoría de sus productos turísticos.

De los productos históricos principales por los cuales los turistas visitan Lugo se encuentra la Catedral de Lugo, la Muralla Romana convertida en un atractivo imperdible al visitar Lugo, la casa de los mosaicos, tours por el casco histórico de Lugo (donde destacan Praza do Campo, la antigua prisión, Praza Maior, edificio del Concello de Lugo).

El Museo Provincial de Lugo, alberga diferentes elementos que han formado la historia y cultura de Lugo y Galicia, cuenta con 32 galerías albergadas dentro del antiguo Convento de San Francisco, otro atractivo de este lugar es el poder recorrer la cocina original, el refectorio y el claustro del antiguo convento.

Otro activo de Lugo es su gastronomía, conocida por ser una cocina de gran calidad al igual que sus vinos, por la ciudad se encuentran diversos restaurantes que sirven platos típicos lucenses y gallegos.

Las antiguas termas romanas y el puente romano, son otro de los imperdibles de Lugo. Las termas ubicadas a un kilómetro de Porta de Miña, se encuentra el Hotel Balneario, que cuenta con las termas abiertas al público, en este lugar se encuentran fragmentos de los complejos de los baños romanos, piscinas climatizadas y no climatizadas; cerca del hotel se encuentra el puente romano con una antigüedad de 2000 años que cruza el río Miño.

2.2.9. INFORMACIÓN SOBRE EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS DE USO PÚBLICO

Lugo cuenta con 6 museos abiertos al público: Centro arqueológico San Roque, Centro de Interpretación de la Muralla, MIHL (Museo Interactivo de la Historia de Lugo), Museo Provincial, Museo Universitario de la Domus del Mitreo, Sala de Exposiciones Porta Miña.

Las sendas turísticas que se encuentran por la ciudad de Lugo encontramos:

Senda del Parque Rosalía Castro: senda que inicia desde el puente romano, siguiendo hacia la muralla, subiendo por las Costas do Parque y terminando en el Parque Rosalía Castro, en este sendero se ofrecen vistas de la parte rural de Lugo, hasta llegar a vistas de la ciudad.

Senda de la muralla: dedicada a disfrutar de este importante edificio Patrimonio de la Humanidad, comienza siguiendo las calles de Xeneral Tella y Viveiro, llegando a la Porta de Santiago, subiendo por medio de escaleras a la muralla, las cuales se encuentran frente a la catedral, se recorren 2 km, visitando la torre A mosqueira.

Senda de Praza de Santa María do Campo, da Soidade: La ruta empieza en Praza de Santa María y el palacio episcopal, sigue hacia Praza do Campo, cerca de la plaza se encuentran diversos establecimientos gastronómicos, se sigue por la Rúa Nova, Praza da Soedade, y termina en el museo provincial.

Senda de la Praza de Santo Domingo a la Praza Maior: empezando en Praza de Santo Domingo a Praza Maior, continuando por la rúa da Raiña, se continua hacia la puerta del Obispo Aguirre, la calle Ramón Ferreiro, terminando en el parque Rosalía de Castro.

2.2.9.1. DISPOSICIÓN DE UNA MARCA TURÍSTICA DEL DESTINO, SELLO O CERTIFICACIÓN

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----

Como parte de la promoción del Camino de Santiago, en Lugo, se crea la marca "Lugo Km 100" como una marca que hace referencia a la distancia que hay de Lugo a Santiago de Compostela y otros atractivos turísticos como A Coruña, A Mariña, Ribiera Sacra y otros elementos culturales y patrimoniales. Así mismo fungir como punto de partida para el camino primitivo de Santiago, cumpliendo los 100 km mínimos para obtener la Compostela, documento que acredita el paso de los peregrinos por los distintos puntos de control con los que cuenta el camino santo.

2.2.10. EXISTENCIA DE ORGANIZACIONES PÚBLICAS O PRIVADAS DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----



La Concejalía de Turismo, la cual tiene como objeto gestionar el turismo en el ayuntamiento, así como impulsar la mejora de los servicios turísticos y la implicación de los agentes locales en una cultura de calidad, colaborando en la reflexión estratégica de Lugo como destino turístico, con los compromisos de: incrementar los flujos turísticos en el municipio, desestacionalizar y prolongar la estancia media, mejorar el desarrollo de los productos turísticos, mejorar la atención al turista, , mejora en la calidad de los servicios turísticos, sensibilizar al sector, impulsar estructuras de gestión que articulen diferentes agentes implicados, crear imagen de destino turístico, adecuada comunicación y promoción turística.

La concejalía ofrece servicios como:

- Información y asesoramiento de visitantes sobre la oferta turística en Lugo
- Promoción del destino
- Distribución de material promocional turístico (flyers, folletos, etc.)
- Venta de boletos a eventos y servicios turísticos
- Venta de productos oficiales de Lugo (merchandising)
- Elaboración de itinerarios turísticos por Lugo para grupos
- Recepción de quejas y sugerencias
- Elaboración de estadísticas turísticas
- Visitas guiadas a museos
- Visitas teatralizadas por la ciudad
- Gestión del portal de información www.lugocultural.com
- Rutas audioguiadas para visitas a la muralla y el centro histórico
- Mejorar la accesibilidad del turista a la información de la ciudad
- Comunicación y contratación de servicios turísticos



2.3. SITUACIÓN DEMOGRÁFICA (ESPECIFICAR EN CASO DE DESTINOS RURALES/ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS)
2.3.1. ÍNDICE PÉRDIDA DEMO. ÚLTIMA DÉCADA (%)
0
2.3.2. DENSIDAD POBLACIONAL
0
2.3.3. ÍNDICE ENVEJECIMIENTO POBLACIONAL
0
2.4. NECESIDAD DE RECONVERSIÓN (ESPECIFICAR EN CASO DE DESTINOS SOL Y PLAYA O DESTINOS URBANOS)
2.5. OTROS ELEMENTOS QUE JUSTIFIQUEN LA INTERVENCIÓN
<p>Pese a que la enogastronomía supone una oportunidad para el turismo, su desarrollo ha sido de menor intensidad al posible y requiere acciones que impulsen su popularidad y coloquen a Lugo con un destino altamente competitivo en esta rama. Para lograr este objetivo se integran otras estrategias y factores, como el apoyo al sector turístico privado, incentivando a la creación de empleos, favorecer el emprendimiento mediante rentas más bajas, así como jornadas de capacitación a los prestadores de servicios, en diversas técnicas y temas, entre las que destaca el tema de economía circular, con el propósito de crear un nuevo sistema turístico, comprometido con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, favoreciendo la colaboración público-privada y empresarial. Incentivar talleres y mesas de trabajo para la creación de experiencias innovadoras, todo esto con la finalidad de elevar la competitividad que ha perdido Lugo, la cual ha sido un factor importante en estancamiento turístico.</p>



3. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESTINO TURÍSTICO

3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA O NECESIDADES DEL DESTINO

Lugo sufre una baja en el área de turismo desde el 2021, con una caída del 33% teniendo como factores la pandemia y el cierre de actividades. Aunque no fue una afectación particular de la ciudad si no Estatal y mundialmente, según datos del INE las tasas de empleo en el sector turismo que aportaron un 12% o 12,8 % al PIB, y siendo el segundo país más visitado del mundo con ingresos de hasta 80 millones de turistas anualmente, debido a la pandemia el porcentaje de variación de la pernocta en Lugo en 2020 respecto al 2019 fue de 57% al 51 % siendo de los porcentajes más altos de caída de pernoctas en España. Sumado al problema de la pandemia, Lugo cuenta con un problema de estacionalización, limitando el crecimiento del turismo en la ciudad, Lugo necesita la creación de productos innovadores que pongan en valor y generen mayor atracción hacia sus elementos culturales, históricos y gastronómicos. Los elementos clave para este objetivo consiste en la sostenibilidad, elemento que ha aumentado su valor en el mercado turístico, siendo una tendencia a seguir para los destinos que buscan ser competitivos. La recuperación de elementos naturales o culturales para su puesta en valor, protocolos para el manejo y control de residuos producto de la actividad turística, apoyo y asesoramiento a Pymes turísticas, implementación de transportes limpios (bicicletas o vehículos eléctricos), así como la incorporación de TIC'S a los productos y servicios turísticos para atraer nuevas y más significativas experiencias que busca el turista actual.

Una necesidad latente en Lugo es la puesta en valor de la enogastronomía, facilitando la actividad, creando centros interpretativos que promuevan la cocina local, incorporar modelos tecnológicos no solo en los procesos y la experiencia sino insertarlo como un elemento más en el sistema turístico, como menciona Salvador Anton Clavé, director del Departamento de Innovación Turística de Eurecat. Clavé también menciona que esto repercute en el viajero, permitiéndole simplificar y enriquecer la experiencia del cliente. Una de las tendencias de la tecnología en el turismo es la realidad aumentada, se ha convertido en una fuerte tendencia en el sector, debido al gran número de posibilidades que ofrecen estos modelos, su implementación en el sector en gastronómico y otros, favorecerá su competitividad y mejora de productos en Lugo, que le permita seguir avanzando como destino turístico.

3.2. ANÁLISIS DAFO (MÁX. 5 DEBILIDADES, 5 AMENAZAS, 5 FORTALEZAS, 5 OPORTUNIDADES - EXTENSIÓN MÁXIMA DEL CONJUNTO DEL ANÁLISIS DAFO)

Debilidades:

Falta de digitalización del sector
Baja conectividad (tren)
Estacionalización de la oferta turística
Baja cantidad de actividades de comercialización y de oferta complementaria
Escasos programas actualizados para la capacitación del sector

Amenazas:

Posibles elementos externos que afecten al turismo (inestabilidad global, inflación, costes de combustibles, etc.)
Amenazas a los entornos naturales por el cambio climático
Autopercepción turística social no acompaña ser un destino turístico de primer orden
Es un año de recuperación, donde la competencia es feroz por parte de destinos con más recursos de promoción
Pandemia y efectos sobre el sector (cierres)

Fortalezas:

Destino posicionado en enogastronomía
Modelo de productos turísticos que puede escapar de la estacionalización (gastronomía, patrimonio, naturaleza, termalismo, .)
Destino no masificado (mayor atractivo y especialmente en un entorno donde cada vez es más importante la puesta en valor de la sostenibilidad)
Camiño de Santiago, primer itinerario cultural europeo y modelo basado en la historia y en la riqueza patrimonial.

Oportunidades:

Posibilidad de acceso a una financiación europea gracias a fondos Next Generation
La temática de la convocatoria (enogastronomía) encaja de forma ideal para Lugo y se pueden crear nuevos productos y experiencias en este tipo de turismo gastronómico.
Crecimiento del turismo sostenible en los siguientes años y entornos no masificados
Dependencia de Lugo de un turismo nacional, que afortunadamente ha sido el que menos ha sufrido la pandemia.
Mejores programas de capacitación y actualización digital para el sector.



3.3. ¿CUENTA EL DESTINO CON ALGÚN DIAGNÓSTICO DTI/ SICTED/ DIAGNÓSTICO DE ESPACIO NATURAL PROTEGIDO ACREDITADO CON CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE/ SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN RED NATURA 2000/ DIAGNÓSTICO DE PATRIMONIO MUNDIAL O SIMILAR?

<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí
-----------------------------	--

En las declaratorias de Patrimonio Mundial: Lugo cuenta con varios nombramientos, Patrimonio Mundial de la Humanidad en tres de sus atractivos histórico- cultural, la muralla Romana, la catedral de Lugo y el camino primitivo de Santiago.

El Ayuntamiento de Lugo forma parte de la Reserva de la Biosfera Terra do Miño. La declaratoria fue concedida por la UNESCO en el año 2002 y se sitúa como la segunda más grande de España y la primera de Galicia.

3.4. GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES IMPLICADOS EN LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA INTERVENCIÓN

3.4.1. AGENTES IMPLICADOS

Turismo:

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Lugo: Serán actores de apoyo y cambio de prácticas dentro del gremio hostelero, para la implementación de estrategias establecidas en el proyecto.

Balneario

Asociación de Cocineros de Lugo: Serán actores de apoyo y cambio de prácticas dentro del gremio restaurantero, para la implementación de estrategias establecidas en el proyecto

Recinto ferial

Ruta do viño Ribeira Sacra

Otros sectores:

Confederación de empresarios (CEL)

Universidad

Aula de Productos Lácteos y Tecnologías Alimentarias

IGP que se consideren interesantes: Faba de Lourenzá, Capón de Villalba, Pimiento de Mougán, Vacuno de Galicia (Tenreira Galega), Patata de Galicia, Grelo de Galicia, Castaña, Miel, Orujos, Aguardientes, etc.

Federación de comercio de Lugo

3.4.2. MÉTODOS DE PARTICIPACIÓN

Mesas de trabajo y de participación: por medio de estos instrumentos de trabajo se tuvo un acercamiento a los actores turísticos, y actores indirectos en el desarrollo del turismo, para conocer de viva voz las necesidades del sector, coordinar acciones

Entrevistas en profundidad

Participación a través de un cuestionario: Se elaboró un cuestionario con preguntas relacionadas al desarrollo turístico de la entidad, sus necesidades y áreas de mejora, se incluyeron preguntas relacionadas a las acciones y estrategias para el proyecto de sostenibilidad turística en destinos. Esto con la finalidad de conocer la opinión y tasa de aprobación y apoyo hacia el proyecto.

Cartas de apoyo a la candidatura

3.4.3. DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DEL PROCESO PARTICIPATIVO

El proceso para la participación ciudadana en el Proyecto de Lugo se utilizó una metodología cuantitativa y cualitativa, que permitiera conocer la parte numérica que constituye datos duros y reales al mismo tiempo que permite conocer las opiniones de los involucrados, lo cual permite tener una visión más amplia en cuanto a la calidad de los mismos.

También se tomaron diversos métodos disciplinarios para el análisis y recolección de los datos del proceso de participación, entre ellos la aplicación de una encuesta que permitió conocer más sobre lo que esperan los actores participantes sobre el plan.

Con ayuda de estas metodologías e instrumentos se pudo incluir al mayor número de integrantes a la realización del proyecto de Lugo creando así un modelo integral, en beneficio de la sostenibilidad.



4. PLAN DE ACCIÓN PROPUESTO O CONJUNTO DE ACTUACIONES A EJECUTAR

4.1. RELACIÓN CON OTROS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA, COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y VIABILIDAD:

4.1.1. EL PLAN DE ACCIÓN DERIVA DE ALGÚN PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE EJECUTADO EN EL DESTINO O GUARDA RELACIÓN CON OTROS PLANES LOCALES VIGENTES (POR EJEMPLO, PLANES DE DESARROLLO RURAL)

<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Si
-----------------------------	--

Las acciones que se establecen están relacionadas con los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico de Lugo, el cual busca establecer las estrategias para conseguir el desarrollo turístico sostenible de Lugo, con la finalidad de cambiar el modelo que actualmente funciona en la ciudad para darle un carácter menos dependiente de la estacionalidad, mejorar aspectos relacionados con el consumo energético y la huella de carbono, potenciar la utilización de la tecnología en el ámbito de la comunicación, poner en valor y recuperar los recursos naturales y generar proyectos que incrementen la competitividad.

Dentro del Plan de Desarrollo Turístico de Lugo se resalta que la enogastronomía pasará de ser únicamente un elemento de posicionamiento se convertirá en un eje para motivar la visita de los turistas y que permite que pueda ofrecer un enfoque transversal para convertirlo en un destino preferente a nivel nacional, identificando las áreas de oportunidad, los nichos de mercado emergente y el potencial turístico de la ciudad.

4.1.2. ¿ESTÁ LA INTERVENCIÓN ORIENTADA A LA IMPLANTACIÓN O RENOVACIÓN DE SISTEMAS DE RECONOCIMIENTO O CERTIFICACIÓN, TALES COMO EL MÉTODO DTI, LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL DESTINO EN EL MARCO DEL SICTED, SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE LA CETS, ENTRE OTROS?

<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Si
-----------------------------	--

La ciudad de Lugo, aplicó para convertirse en Smart City, con la finalidad de transformar a la localidad con una mejor calidad de vida para los lugenses y una mejora en la eficiencia de los servicios públicos, así como también impulsar la participación y transparencia de la ciudadanía con nuevos canales de recolección y difusión de la información.

El proyecto Lugo Smart, está respaldado y financiado al 60% (del total del proyecto por 4.1M) por RED.es, así mismo para el proyecto se creó una UTE (Unión Temporal de Empresas) donde aparte de RED.es, participa el ayuntamiento de Lugo, Minsait (Indra), R Cable y Altia.

De los proyectos de Lugo Smart están enfocados a la mejora de servicios públicos los cuales tienen enfoques de sostenibilidad como es el caso de:

Gestión inteligente de residuos: consiste en el establecimiento de rutas dinámicas de recogida, así como análisis mediante estimaciones del incremento o disminución de residuos por diversos elementos como la ruta y contenedores en función de la época del año o la demografía. Este proyecto es una herramienta para la estrategia de Protocolo para la minimización de residuos en fiestas de interés turístico, mediante los sistemas de monitoreo, se pueden tener datos reales que permitan tomar acciones más acertadas y darle un seguimiento a la estrategia.

Gestión smart de luz y agua: se instalarán sistemas de gestión de alumbrado público, en medios rurales y urbanos; monitor de consumos y sensores de temperatura, humedad y Co2, en 6 edificios públicos. Para la gestión del agua se instalarán contadores inteligentes, que permitan un mejor control del agua y conocer los patrones de consumo, para con ello optimizar el servicio, en cuanto a esta acción brinda un modelo de referencia para la estrategia de Asesoramiento energético orientado a pymes del sector turístico, ya que a través de estos sistemas existentes se pueden adaptar nuevos para el sector privado.



4.2. PROCEDIMIENTO DE PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN PREVISTO DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

4.2.1. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS U ÓRGANOS PARA CANALIZAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES LOCALES EN LA EJECUCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

Durante la ejecución del presente plan se desarrollarán sistemas que permitan contar con la participación de la población local, así como la participación de todos los demás actores implicados dentro de los proyectos y acciones que se ejecutarán. Para ello, en primer lugar es importante crear una comisión mixta entre sector público y privado para hacer seguimiento de las actuaciones del plan.

También se contará con el apoyo de la oficina técnica, la cual establecerá un sistema de indicadores para medir los resultados del propio plan, como mecanismo de soporte y provisión de información.

Por último y para seguir mejorando, es importante conocer la opinión y perspectiva que tiene la población y los demás actores implicados con la ejecución del plan, por ello se articulará un sistema para recoger aportaciones y valoraciones por medio de un buzón electrónico.

4.2.2. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN ENTRE LA ENTIDAD GESTORA DE LA INTERVENCIÓN Y LOS DISTINTOS ACTORES IMPLICADOS PARA DAR VISIBILIDAD AL PLAN A LO LARGO DE LA EJECUCIÓN DEL MISMO.

<input checked="" type="checkbox"/>	Jornadas Informativa	<input checked="" type="checkbox"/>	Correo electrónico de actores	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes Sociales
<input checked="" type="checkbox"/>	Prensa escrita	<input type="checkbox"/>	Página Web comunidad autónoma	<input type="checkbox"/>	Televisión
<input type="checkbox"/>	Boletines oficiales	<input checked="" type="checkbox"/>	Prensa digital	<input type="checkbox"/>	Otros(indicar)
<input type="checkbox"/>	Radio				

4.3. MEDIOS PARA GARANTIZAR LA VIABILIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

Para garantizar la ejecución de cada una de las acciones del plan se establecen cuatro estrategias:

Creación de una oficina gestora del proyecto, la cual estará integrada por personal capacitado en gestión de recursos y tendrá la función de gestionar y supervisar las acciones del proyecto.

Sistema de intercambio de información, el cual implementa diversos canales para la interacción de los actores implicados, recolección de datos, retroalimentación y toma de decisiones oportunas que potencien los resultados de las acciones a implementar.

Sistema de comunicación el cual facilitará la constante apertura de mesas de trabajo, para la evaluación y análisis de las acciones del proyecto.

Sistema de transparencia de procesos, porque la correcta gestión de los procesos, accesibilidad a auditorías y evaluación del desempeño garantizará que los trámites y acciones sean llevadas a cabo legalmente y cumpliendo a los parámetros establecidos.



5. PREVISIÓN DE PRINCIPALES RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

5.1. EFECTOS INDUCIDOS Y CAPACIDAD TRANSFORMADORA

Con la participación de los actores implicados, y la generación de productos y servicios se busca reconstruir modelos de negocios que sean más sostenibles y generen un beneficio en la calidad de vida de residentes, así como mejora en la economía local. Es por ello que se establecen las acciones del presente plan las cuales se espera generen un serie de impactos en cadena, que proporcione mayor valor a los recursos de Lugo y lo posicionen como destino competitivo. Los efectos que se esperan generar son:

Mejoras en los sistemas y modelos tradicionales de turismo, para centrarse en volver al destino más sostenible y competitivo.
Aumento de visitantes, generando así un mayor gasto promedio del turista, aumento en la pernocta y el consumo de productos y servicios, aumento de la oferta turística, etc.
Posicionamiento de los atractivos de Lugo con el respaldo de las políticas de cuidado y defensa del medio ambiente y mayor cohesión entre la iniciativa pública y privada.
Menor estacionalidad, aumento de oferta turística que mejore la satisfacción del visitante y población local.
Mejora en la calidad de los servicios incluyendo la incorporación de nuevos equipamientos, personal capacitado, innovación etc.
Crear redes y alianzas con el sector privado, promoviendo una cohesión en los destinos, que aporten una oferta diferenciada y competitiva.
Productos gastronómicos más elaborados, mediante relatos, profundidad histórica, sostenibilidad e innovación.

5.2. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS

Resulta fundamental implantar un método de evaluación, que permitirá entre otras cosas:

Analizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del plan
Actualizar la planificación de las actuaciones
Crear un cuadro de mando
Redactar informes de seguimiento periódicos
Proporcionar información para saber si las actuaciones contribuyeron a alcanzar los objetivos previstos
Conocer el progreso del programa
Analizar posibles riesgos
Contar con indicadores de comunicación y de satisfacción.

Para esto es importante llevar a cabo la planificación estratégica que permita cumplir con el desarrollo de las acciones y realizar la selección de instrumentos de seguimiento. La planificación y la metodología de evaluación se llevarán a cabo por actuaciones de vigilancia como son:

Vigilar el cumplimiento de los objetivos
Planificación de actuaciones (ajustes necesarios)
Elaboración de un cuadro de mando
Documentos y elementos de reporte (Decisores, comisión mixta, etc.)
Cuadro de mando y periodicidad para la revisión de cada indicador.
Realización de reuniones de seguimiento (como mínimo una mensual)
Encuesta de satisfacción a los agentes del sector

Todos estos procesos permitirán evaluar las actuaciones, detectar áreas de mejora y documentar el proyecto para futuros planes que se puedan desarrollar en Lugo.



EJES-ACTUACIONES				
EJES PROGRAMÁTICOS	Primera Anualidad (euros)	Segunda Anualidad (euros)	Tercera Anualidad (euros)	TOTAL (euros)
TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	79.840	91.816	463.074	634.730
MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA	135.728	135.728	135.728	407.184
TRANSICIÓN DIGITAL	135.728	111.776	111.776	359.280
COMPETITIVIDAD	247.510	183.632	167.664	598.806
TOTAL (euros)	598.800	522.952	878.242	2.000.000

EJE PROGRAMÁTICO: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE					
Nº ACTUACIÓN	TÍTULO ACTUACIÓN	Primera Anualidad (euros)	Segunda Anualidad (euros)	Tercera Anualidad (euros)	TOTAL (euros)
1	RECUPERACIÓN EN LA RIBERA DEL MIÑO DE LA FÁBRICA DE LA LUZ PARA CREAR UN CENTRO DE ENOGASTRONOMÍA	27.944	39.920	411.178	479.042
2	PROTOCOLO PARA LA MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS EN FIESTAS DE INTERÉS	51.896	51.896	51.896	155.688
TOTAL (euros)		79.840	91.816	463.074	634.730

EJE PROGRAMÁTICO: MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA					
Nº ACTUACIÓN	TÍTULO ACTUACIÓN	Primera Anualidad (euros)	Segunda Anualidad (euros)	Tercera Anualidad (euros)	TOTAL (euros)
1	HOMOLOGACIÓN DE LAS 22 SENDAS PEATONALES QUE RECORREN EL MUNICIPIO PARA SU INCLUSIÓN EN SENDEGAL	31.936	31.936	31.936	95.808
2	ASESORAMIENTO ENERGÉTICO ORIENTADO A PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO	43.912	43.912	43.912	131.736
3	PUNTOS DE RECARGA PARA UNA MOVILIDAD ELÉCTRICA EN PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO Y ENOGASTRONÓMICO	59.880	59.880	59.880	179.640
TOTAL (euros)		135.728	135.728	135.728	407.184

EJE PROGRAMÁTICO: TRANSICIÓN DIGITAL					
Nº ACTUACIÓN	TÍTULO ACTUACIÓN	Primera Anualidad (euros)	Segunda Anualidad (euros)	Tercera Anualidad (euros)	TOTAL (euros)



EJE PROGRAMÁTICO: TRANSICIÓN DIGITAL					
1	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL DESTINO: CONTENIDOS DIGITALES, APP, PORTAL TURÍSTICO.	31.936	31.936	31.936	95.808
2	REALIDAD AUMENTADA PARA INMERSIÓN EN PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO DE LUGO (HISTORIA Y ENOGASTRONOMÍA)	39.920	39.920	39.920	119.760
3	OBSERVATORIO TURÍSTICO CON CAPACITACIÓN EN EL USO DE LOS DATOS	63.872	39.920	39.920	143.712
TOTAL (euros)		135.728	111.776	111.776	359.280

EJE PROGRAMÁTICO: COMPETITIVIDAD					
Nº ACTUACIÓN	TÍTULO ACTUACIÓN	Primera Anualidad (euros)	Segunda Anualidad (euros)	Tercera Anualidad (euros)	TOTAL (euros)
1	PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LUGO	47.910	0,00	0,00	47.910
2	NUEVO TALENTO TURÍSTICO.	55.888	55.888	55.888	167.664
3	LA ENOGASTRONOMÍA QUE NO DEBEMOS PERDER	55.888	47.904	39.920	143.712
4	CREACIÓN DE UN CLUB DE PRODUCTO ENOGASTRONOMÍA EN LUGO	47.904	39.920	31.936	119.760
5	SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PSTD	15.968	15.968	15.968	47.904
6	OFICINA TÉCNICA DEL PSTD.	23.952	23.952	23.952	71.856
TOTAL (euros)		247.510	183.632	167.664	598.806



EJE PROGRAMÁTICO : TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE, ACTUACIÓN ID: 1	
1. TITULO ACTUACIÓN	
Recuperación en la ribera del Miño de la Fábrica de la Luz para crear un centro de enogastronomía	
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN	035
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Se plantea la rehabilitación integral del edificio de la Fábrica de la Luz ubicado en la ribera del río Miño para su aprovechamiento turístico, en concreto con actividades relacionadas con la enogastronomía, dentro del marco de la estrategia Muramiñae con la que se integran diversos proyectos para unir el entorno urbano de la ciudad con el río. Se llevarán a cabo distintas acciones con la finalidad de adaptar la estructura al cambio climático, centrándose en la envolvente del edificio realizando la reforma con técnicas de Passive House de arquitectura bioclimática. Esta actuación armoniza con los planes Galicia Sabe y Galicia Destino Seguro a través de los cuales se respalda los proyectos relacionados con el enoturismo y la sostenibilidad.</p> <p>Debido a que la acción se llevará a cabo a través de un procedimiento de concesión, se potenciará la gestión por parte del sector privado. Además, uno de los objetivos contemplados dentro de la actuación es crear un espacio en el que las empresas privadas impulsadas por inversores y emprendedores puedan testar la viabilidad de sus iniciativas empresariales relacionadas con el mundo del turismo enogastronómico, y se potenciará la obtención de recursos en entornos locales para generar un proceso de tracción en toda la provincia buscando la proximidad en el proceso de creación para generar en el visitante una visión mucho más integrada de todos los factores que intervienen en la producción vinícola, así como de la gastronomía de la región y los rasgos culturales e históricos que se ven reflejados en estas prácticas.</p> <p>Tomando en cuenta que la enogastronomía es un conjunto de conocimientos y prácticas relacionados con la unión de los vinos con los alimentos, valorar en conjunto la tradición vinícola y culinaria de una región determinada es fundamental para implementar esta práctica. Dado que este tipo de turismo está muy vinculado con el territorio que se visita y que lo que busca el turista no es saber cómo se fabricó el vino, sino experimentar y vivir el momento presente también se trabajará para generar espacios y elementos expositivos que permitan la puesta en valor de la vivencia. De esta manera, se podrán incluir espacios asociativos y de actividad como el club de cocineros.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>La historia del emblemático edificio lucense, arrancó en el año 1894. Empezó siendo una de las infraestructuras más importantes de la ciudad, pero el avance tecnológico y el crecimiento de Lugo le pasaron factura, y por tanto hubo que buscar alternativas para sacarle provecho. En el año 1998 se puso en marcha una escuela taller con la que se recuperó el edificio y una de las dos turbinas de principios del siglo XX. Se pensó en él, además, como un centro de interpretación del río Miño. Sin embargo, aquel plan no llegó a materializarse. Años más tarde, se emprendió otro proyecto para producir energía con turbinas modernas que tampoco se vio consolidado.</p> <p>Con este proyecto se pretende no solo recuperar su estructura arquitectónica, sino recuperar el valor que supone para el municipio, siendo punto de partida para el completo desarrollo sostenible de la zona, ofreciendo servicios variados relacionados con la enogastronomía.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Restaurar la antigua edificación de la estación Fábrica de la Luz. 2.- Aplicación de la técnica Passive House en la consecución de la obra. 3.- Creación de un centro de enogastronomía en el que se llevarán a cabo variadas actividades que pondrán en valor los recursos de la zona así como la utilización de nuevas tecnologías y estrategias sostenibles. 4.- Incentivar la gestión por parte de la iniciativa privada. 5.- Impulsar los productos locales a través de su utilización en las iniciativas que testen su viabilidad. 6.- Poner en valor la gastronomía y la historia del municipio. 7.- Brindar la oportunidad a las empresas, emprendedores e inversores de valorar la eficacia de los proyectos que se plantean acometer en un espacio único en su género. 	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo.	
7. ACTORES IMPLICADOS	
Oficina gestora, concejalía de turismo de Lugo.	



8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	27.944	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	39.920	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	411.178
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Puesta en valor de la antigua Fábrica de la Luz. Recuperación del emblemático edificio que además ayudará a la ciudad a trabajar en armonía con distintas proyecciones relacionadas con el turismo que la administración tiene prevista en la región como la estrategia Muramiñae, Galicia Sabe y Galicia Destino Seguro. Materializar un punto de partida para la sostenibilidad y constituir una base sólida para la consolidación del enoturismo en la región. Mejorar la competitividad del destino y generar una mayor atracción tanto de turistas que estén interesados en vivir experiencias relacionadas con la enogastronomía como de emprendedores e inversionistas que estén pensando en crear productos relacionados con la temática. Convertir la antigua edificación en un punto emblemático de la sostenibilidad y vincularlo a la tradición vinícola y gastronómica supondrá para Lugo un punto de inflexión, sólido en pro del desarrollo.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Total mensual de turistas que visitan el centro. Total de servicios prestados en materia de evaluación de viabilidad de proyectos. Número de productos turísticos que incluyen en su itinerario la Fábrica. Satisfacción de los productores locales que colaboran en los distintos proyectos que se desarrollan. Satisfacción de los turistas que participan en actividades participativas propuestas por el centro. Satisfacción de los visitantes. Satisfacción de los empresarios e inversores que utilizan el espacio para valorar sus proyectos. Eficiencia energética de edificación. Valoración de la población respecto de la utilización de técnicas ecológicas para la recuperación de infraestructuras.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/> No		<input checked="" type="checkbox"/> Si			
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE, ACTUACIÓN ID: 2	
1. TITULO ACTUACIÓN	
Protocolo para la minimización de residuos en fiestas de interés	
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN	050
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Se definirá un protocolo basado en las 3 "R": Reducción de residuos, reutilización de diversos componentes y reciclaje de los restos que se generan, especialmente en actividades enogastronómicas y de interés turístico.</p> <p>En primer lugar será fundamental llevar a cabo acciones encaminadas a sensibilizar a los visitantes respecto del adecuado tratamiento que debe darse a los desechos para que desde el momento de su generación esté enfocado a la sostenibilidad. Se coordinarán anualmente en las fiestas de interés turístico como Arde Lucus o San Froilán, campañas sobre el consumo responsable incluyendo temáticas específicas como por ejemplo el tratamiento a los plásticos de un solo uso incluyendo talleres y actividades relacionadas con la temática. A tal efecto se identificarán entidades sin ánimo de lucro que desarrollen su actividad en la región y que cuente con voluntarios susceptibles de estar interesados en la economía circular y los residuos y celebrar un encuentro anual de voluntariado ambiental.</p> <p>En esta misma dirección se generarán contenidos de sensibilización ambiental adaptados a todos los públicos que tendrán distintos medios de difusión además de integrarse en los programas de algunos eventos culturales. Se valorará la posibilidad de crear una exposición itinerante con opciones de dinamización para su adaptación en distintos espacios públicos enfocada a la temática de los biorresiduos que incluirá temas relacionados con la prevención del desperdicio alimentario, la separación y el compostaje, entre otros. Es muy importante desarrollar materiales para la sensibilización en relación con el impacto de los residuos en el ámbito natural con implicaciones específicas del entorno de Lugo, en todos los formatos y para todos los medios de difusión.</p> <p>Por otra parte, se brindará apoyo a las empresas que operan en las actividades turísticas y enogastronómicas mediante la elaboración de una guía de buenas prácticas en materia de economía circular para conseguir minimizar la cantidad de residuos que se generan reutilizando parte de ellos en la consecución de ciertas estrategias de reconversión de los materiales como puede ser el ya mencionado compostaje.</p> <p>Será importante para el óptimo impacto de la guía en los distintos actores del sector desarrollar cursos de formación en torno a la economía circular y los residuos</p> <p>Además, los actores serán incentivados con premios y reconocimientos por su labor en pro de la sostenibilidad lo que supondrá no solo el aumento en la puesta en marcha de este tipo de prácticas sino también su puesta en valor y su promoción.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>Durante las últimas décadas ha quedado evidenciada la necesidad de políticas encaminadas a la gestión sostenible de los recursos para generar un menor impacto ambiental. La transición ecológica es un proceso gradual de transformación de las bases productivas y sociales para recuperar el equilibrio. En este sentido son de vital importancia las estrategias que permitan el desarrollo de un modelo económico que no solo se limite a reducir la afectación ambiental, sino también la posibilidad de impulsar procesos regenerativos de los recursos naturales.</p> <p>Es necesaria la concienciación en la población para el correcto tratamiento de los residuos a través de los canales habituales gestionados por la administración. También es importante acentuar la importancia que tiene la prevención en la generación de residuos ya que una cantidad importante se podría evitar. Aunque actualmente se puede reciclar prácticamente cualquier desecho todo el esfuerzo sería menor si se implanta la prevención.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Reducir la cantidad de residuos generados sobre todo en actividades relacionadas con el turismo.</p> <p>Mejorar los procesos de producción en el ámbito del turismo enogastronómico y de cualquier actividad relacionada con el sector especialmente bajo el prisma de la prevención.</p> <p>Fomentar un comportamiento responsable en el consumo.</p> <p>Promover el conocimiento generalizado de las prácticas que todos los actores en el ámbito turístico y cotidiano somos capaces de implementar para incidir en la reducción de los efectos relacionados con la contaminación ambiental.</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo	
7. ACTORES IMPLICADOS	



Áreas de Sostenibilidad Urbana y fiestas del Concello de Lugo.					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	51.896	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	51.896	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	51.896
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Reducción cuantitativa y cualitativa de los residuos generados en Lugo, derivados especialmente de las actividades relacionadas con el sector turístico con énfasis en las fiestas de mayor interés.</p> <p>Un adecuado abastecimiento de los distintos locales y ofertantes de productos en general para reducir las sustancias más contaminantes y aprovechar los excedentes alimentarios, a través de donaciones o del compostaje particular.</p> <p>Reducir la cantidad de envases que se desechan incentivando la demanda de productos con envases menos pesados y que sean fácilmente separables para facilitar su reciclaje.</p> <p>Potenciar el prestigio de las actividades relacionadas con Lugo como destino turístico.</p> <p>Generar una adecuada gestión de los residuos por parte de todos los implicados, población en general y empresarios, para minimizar el impacto ambiental derivado y contribuir a la buena conservación de la ciudad.</p> <p>A través de los premios y reconocimientos a los actores que implementan las mejores medidas se dará prestigio, se fomentará la participación y se le dará difusión al proyecto.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Número de actuaciones en cada ciclo anual enfocadas a la difusión y formación del sector turístico y la población en general respecto de temas relacionados con el medio ambiente y la gestión de residuos.</p> <p>Número de empresas que participan en las formaciones al sector relacionadas con el manual de buenas prácticas desarrollado.</p> <p>Cantidad y opinión pública relativas a los premios y reconocimientos que se disponga otorgar a los diversos operadores.</p> <p>Opinión pública acerca de las campañas de sensibilización que se generarán.</p> <p>Indicadores de la reducción cualitativa y cuantitativa de los residuos.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA, ACTUACIÓN ID: 1	
1. TÍTULO ACTUACIÓN	
Homologación de las 22 sendas peatonales que recorren el municipio para su inclusión en Sendegal	
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN	073
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Se llevarán a cabo una serie de intervenciones en las sendas peatonales de Lugo. Es necesario el acondicionamiento de las infraestructuras para que estén dotadas de las características mínimas imprescindibles para cumplir con los parámetros de calidad urbanística. La circulación peatonal es muy sensible al pavimento y a las condiciones de superficie. Los adoquines, la arena, la grava suelta y un terreno de superficie irregular resultan inadecuados en muchos casos. Otras medidas para facilitar la accesibilidad peatonal son las ampliaciones de aceras, la limitación de los aparcamientos en la vía pública o las medidas para la supresión de las barreras arquitectónicas como la existencia de rebajes en pasos de peatones, la implantación de escaleras mecánicas, rampas, barandillas, adecuación de las paradas de transporte urbano, entre otras. También las relacionadas con el aumento de la seguridad vial como las mejoras en la señalización, el control semafórico o la reducción del límite de velocidad. También se incorporarán todos los elementos de mobiliario urbano, que proporcionará las características cualitativas del espacio público, entendiendo por mobiliario urbano el siguiente conjunto de elementos: bancos, papeleras, iluminación nocturna, baños públicos, fuentes de agua potable, árboles, jardineras y flores, esculturas y otras obras de valor estético-artístico. Actualmente, los desplazamientos a pie constituyen la forma mayoritaria de moverse en Lugo, alcanzando porcentajes realmente elevados. A menudo el mobiliario urbano obstaculiza los desplazamientos a pie y dificulta la movilidad cotidiana de los ciudadanos, especialmente de los que tienen la movilidad reducida (personas con la visibilidad limitada, personas mayores, embarazadas, con sillas de ruedas o dificultades motrices) o deben arrastrar algún elemento como maletas o chchecitos para niños por lo que estos elementos tomarán en cuenta todos estos aspectos para no generar efectos contraproducentes en la movilidad. Tiene un carácter muy importante la implantación de señalética a lo largo de los diferentes recorridos por los que discurren las sendas para vincular el camino con los distintos factores que están implicados en el disfrute del ámbito urbano. En este sentido se pondrá especial esmero en lo relacionado con información que permita vincular los distintos itinerarios con elementos relacionados con la enogastronomía, como puede ser la información a cerca de atributos históricos que es estén relacionados con el tema, y que en definitiva supongan para los visitantes la posibilidad de interactuar con Lugo desde el punto de vista turístico.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>La accesibilidad a pie permite asegurar las funciones de paso, de estancia y de actividad y se relaciona directamente con elementos que determinan la calidad urbanística del espacio público como existencia de calles con prioridad peatonal y de la creación de una red de itinerarios.</p> <p>La finalidad de una red peatonal debe ser interconectar el territorio urbano de manera que la mayoría de sus infraestructuras de transporte, equipamientos y espacios de recreación queden al alcance del peatón circulando de forma cómoda, segura y continua. Estas vías conectan las principales áreas del municipio, vinculando distintos elementos como pueden ser los relacionados con el sector del turismo. El acondicionamiento de las sendas para su inclusión en Sendegal es imprescindible para potenciar Lugo como destino sostenible y competitivo.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Interconectar el territorio urbano de manera que la mayoría de sus infraestructuras de transporte, equipamientos y espacios de recreación queden al alcance del ciudadano que se desplaza a pie.</p> <p>Garantizar una buena accesibilidad a los servicios y actividades relacionadas especialmente con la cultura y la gastronomía.</p> <p>Implementar los elementos que sean necesarios en materia de señalización y homologación.</p> <p>Implementar los elementos que sean necesarios para la correcta disposición de la infraestructura.</p> <p>Inclusión de mobiliario urbano.</p> <p>Indicar y señalar los puntos de los distintos recorridos que estén vinculados con temas relacionados a la gastronomía.</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo.	
7. ACTORES IMPLICADOS	
Ayuntamiento de Lugo y prestadores de servicios próximos a las sendas.	



8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	31.936	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	31.936	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	31.936
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Acondicionar las sendas con todos los elementos y características necesarias para que puedan ser incluidas en Sendegal. Generar itinerarios peatonales que estén vinculados directamente a través de elementos incluidos en las mismas con el turismo, especialmente con lo relativo a la enología. Potenciar el carácter accesible de las sendas. Captar más volumen de turistas a través de la difusión de las sendas al incluir en Sendegal. Este hecho aporta nivel y prestigio a las sendas debido a que deben cumplir con unas características y a que con el paso del tiempo serán valoradas por los usuarios dentro de la misma aplicación y en otros ámbitos de la comunicación como las redes sociales. Facilitar la inclusión de los itinerarios en la narrativa de los productos turísticos ofertados en la ciudad proporcionando a los agentes turísticos una valiosa herramienta para generar sinergia en el sector. En este sentido las sendas actuarán como eje vertebrador del tejido turístico con todos sus productos y servicios colocados alrededor del trazado. Poner en valor el alto potencial enogastronómico que tiene la ciudad con todos los beneficios que de ello derivan.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Cantidad de productos turísticos ofertados en Lugo vinculados al recorrido de la senda. Cantidad y calidad de elementos en materia de señalización, puesta a punto de la infraestructura y mobiliario urbano que han sido implementados. Cantidad de referencias incluidas en los itinerarios respecto de la gastronomía de la ciudad. Opinión pública de la adecuada fisiónomía de las sendas y de su implicación en el turismo de la ciudad, en especial con lo relacionado a la enogastronomía. Indicadores de cantidad de turismo en la ciudad de Lugo que indiquen incremento en la actividad del sector.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA, ACTUACIÓN ID: 2	
1. TÍTULO ACTUACIÓN	
Asesoramiento energético orientado a pymes del sector turístico	
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN	073
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Es fundamental llevar a cabo un acompañamiento a la empresa interesada en un proceso de formación para gestionar de manera eficiente el ajuste en el coste energético del negocio, a través del cual se analizará todo lo relativo a la oferta existente en el mercado y se enseñará a realizar una lectura proactiva de los indicadores de consumo proporcionada por los proveedores energéticos para ajustar eficientemente el gasto.</p> <p>Después se pondrá en marcha una auditoría energética mediante la cual se analizará la situación energética al objeto de obtener un conjunto armónico y óptimo de soluciones que conduzcan a un gasto energético menor con todas las consecuencias que de ello se desprenden como la reducción de costes y del impacto medioambiental. Se valorarán elementos como la envolvente del edificio, elemento que tiene un papel importante en el funcionamiento climático del edificio ya que tiene la mayor exposición a las radiaciones solares y en el que las ventanas constituyen la parte más vulnerable a la hora de sufrir intercambios térmicos entre el interior y el exterior. Respecto del ahorro energético la instalación eléctrica (incluyendo electrodomésticos), el sistema de refrigeración y/o calefacción, el sistema de ACS (agua caliente sanitaria) y el sistema de iluminación son los principales elementos a tomar en cuenta. Existen variadas soluciones para los sistemas de ACS como por ejemplo la utilización de la energía solar térmica, calderas de gas, bombas de calor o calderas de biomasa. En el campo de la iluminación lo más adecuado suele ser la sustitución de las lámparas y luminarias así como implementar sistemas de control de presencia y valorar el aprovechamiento de la luz natural a través de sistemas de regulación. Se valorará la posibilidad de utilizar instalaciones fotovoltaicas para el autoconsumo de energía eléctrica generada con paneles fotovoltaicos o pequeños aerogeneradores que permiten instalar paneles fotovoltaicos para abastecer a una parte o la totalidad de un edificio. Un sistema de autoconsumo se compone de la propia instalación de producción, como son los paneles solares fotovoltaicos, que es la parte más visible del sistema, y de otros elementos como los inversores, cables, conectores y, opcionalmente, baterías.</p> <p>Una vez recogida la información se determinan las mejoras, que llevarán asociado un listado de actuaciones a llevar a cabo para mejorar la eficiencia energética que, además, incluirán el cálculo del ahorro energético que producirá su implementación y la reducción de gases de efecto invernadero que generarán.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>Tras analizar los datos existentes sobre el consumo energético y el contundente impacto que tiene en la economía y el medio ambiente se concluye que un cambio en los hábitos energéticos puede suponer un ahorro potencial de escala considerable y con una buena tasa de retorno. Este ahorro se debería a cambios en el comportamiento y en el estilo de vida, a una mayor sensibilización medioambiental y a la realización de acciones relativas a la operación y mantenimiento del equipo y algunas inversiones. En muchos países europeos se están desarrollando y adoptando políticas que tienen como objetivo reducir radicalmente las emisiones a la atmósfera. Entre sus políticas se encuentran las que impulsan cambios en los hábitos de los ciudadanos para que estos adopten un modo de vida más sostenible.</p> <p>Cuando hablamos de un destino turístico innovador, competitivo y sostenible a día de hoy, estamos hablando indudablemente de un destino que apuesta por cambios en materia de consumo energético.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Propiciar reducciones en los costes de suministro de energía gracias al conocimiento del mercado y su red de contactos con un gran número de proveedores, que compiten para hacer negocio.</p> <p>Implementar una estrategia de gestión energética que genere ventajas económicas a largo plazo.</p> <p>Que los actores presentes en el sector turístico tengan un mejor dominio de los cambios regulatorios, gracias al conocimiento del mercado.</p> <p>Proporcionar herramienta sólida, a través de la auditoría energética, para implementar estrategias que impacten significativamente en la empresa.</p> <p>Potenciar la competitividad de Lugo como destino turístico innovador y sostenible.</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo	
7. ACTORES IMPLICADOS	
Ayuntamiento de Lugo, empresas lucenses que pertenecen al sector turístico.	



8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	43.912	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	43.912	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	43.912
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Optimizar los hábitos y costumbres de consumo energético en el ámbito turístico. Se modificará el modo en que los consumidores utilizan la energía e interactúan con la tecnología y con los proveedores de servicios energéticos en sus negocios. Se desarrollarán y adoptarán políticas que tienen como objetivo reducir radicalmente la emisión de CO2 a la atmósfera. Se impulsarán cambios en los hábitos de los empresarios para que estos adopten un modo de gestión más sostenible. Disminución considerable de KWh de energía por negocio al año.</p> <p>Generar un marco de confianza y garantía hacia los empresarios que decidan participar ya que estarán acompañados en todo momento para recibir asesoramiento a lo largo de todo el proceso.</p> <p>Reducción en los costes energéticos de las empresas.</p> <p>Incrementar la competitividad de Lugo como destino turístico innovador y sostenible.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Estudiar las diferencias existentes en la utilización de la energía entre la etapa previa a la intervención y la etapa presente. Valorar la eficiencia energética.</p> <p>Evaluar la tasa de retorno en las empresas que implementen sistemas de producción a un ritmo de consumo bajo.</p> <p>Estudiar la opinión pública respecto de la implementación de estrategias de consumo y gestión sostenible de la energía, y si ha supuesto una influencia en la tendencia de comportamiento en esta materia de la ciudadanía en general.</p> <p>Estudiar el impacto que genera en los consumidores de productos turísticos el hecho de visitar un destino energéticamente sostenible.</p> <p>Evaluar el aumento en la competitividad de Lugo como destino turístico.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					

Recibo firmado por el registro electrónico del Ministerio, con certificado emitido por AC Firmaprofesional - CUALIFICADOS, nº de serie 15C6F41173387ECBF6A7791730126E y fecha de caducidad 23/12/2023. Puede consultar este documento en <https://sede.serviciosmin.gob.es/registroelectronico> con el código seguro de verificación R5DKV6ZAUM6NBNBNTXESJHTGQPE. Este documento consta de un total de 54 páginas. Página 34 de 54



EJE PROGRAMÁTICO : MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA, ACTUACIÓN ID: 3					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Puntos de recarga para una movilidad eléctrica en puntos de interés turístico y enogastronómico					
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN			073		
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN			1ª, 2ª y 3ª Anualidad		
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>La estrategia que se llevará a cabo, con el objetivo principal de reducir el impacto de la huella de carbono en el municipio se basará en la movilidad sostenible, para lo cual es importante brindar todas las facilidades para el uso de bicicletas eléctricas y vehículos eléctricos. A tal fin se incorporarán centros de recarga en diferentes puntos estratégicos que estén vinculados a puntos de interés turístico de la ciudad, que permitan a locales y visitantes la utilización de estos medios y promover el incremento en número de los vehículos propulsados por electricidad. Además, la actuación está integrada en la estrategia de cambio en la movilidad en el casco urbano de Lugo. El hecho de implementar este tipo de acciones potencia la combinación de distintos factores que suponen un atractivo en los potenciales visitantes que pueden estar buscando actividades relacionadas con la enogastronomía.</p> <p>En los últimos años, las organizaciones mundiales y gobiernos han trabajado en diversas estrategias que permitan reducir las emisiones de efecto invernadero que se generan por los vehículos convencionales. En este sentido la actuación trabaja en paralelo con el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia del gobierno estatal. Y es por todo ello que se ha apostado por nuevas alternativas con menor impacto ambiental. Por consiguiente, esta actuación está enfocada a dar un paso muy importante para construir una ciudad más accesible y con conciencia ambiental, que inspire a más ciudades a tomar este tipo de acciones.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>La incorporación de centros de carga para bicicletas y vehículos eléctricos es una necesidad latente para que Lugo se consolide como un destino completo y comprometido con el medio ambiente. Asimismo, ayudará a modernizar e incluir la zona dentro de los parámetros de una sociedad que apuesta por las energías sostenibles y también le abrirá paso a más visitantes que se desplazan durante sus viajes con vehículos eléctricos, dándoles la seguridad y confianza de contar con estos servicios distribuidos por el destino. Brindado a la ciudad la oportunidad de formar parte de más itinerarios cuyo medio de transporte son los vehículos eléctricos. Por otra parte, la posibilidad de moverse con bicicletas eléctricas fomenta la reducción del uso de vehículos para desplazarse dentro de la ciudad, reduciendo el tráfico y las emisiones de carbono.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Elevar la competitividad de Lugo dotándola de elementos que son capaces de generar una valoración altamente positiva por parte de los potenciales visitantes y de quienes se dedican a generar productos turísticos. Incorporar herramientas tecnológicas para enriquecer la vivencia ofrecida por el destino. Incentivar la innovación tecnológica propiciando una actuación más ecológica. Promover y equipar al municipio con movilidad sostenible para el beneficio y disfrute de locales y visitantes. Incorporar energías sostenibles en espacios públicos.</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Oficina gestora, concejalías de turismo y urbanismo de Lugo.					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)		59.880		9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	
		59.880		10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	
				59.880	
11. RESULTADOS PREVISTOS					



Fomentar una utilización más generalizada de vehículos eléctricos
 Conseguir captar la atención de los potenciales turistas que dispongan vehículos eléctricos y de quienes apuestan por moverse en bicicleta en los destinos que suelen visitar.
 Generar un aumento en la competitividad de Lugo a través de factores diferenciadores que generan efectos tan importantes como prestigio respecto de otros destinos
 Convertir a la ciudad en un ente que gestiona sus recursos de forma más ecológica y sostenible, características que además aportan crecimiento económico y ahorro en costes energéticos a la vez que se colabora con una reducción en la huella de carbono.
 Disminución de la contaminación provocada por la utilización de otros medios de transporte.

12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN

Total de centros de carga instalados.
 Uso mensual de los centros de carga.
 Incremento de la eficiencia energética municipal.
 Incremento del uso de vehículos eléctricos en el municipio.
 Incremento del uso de bicicletas eléctricas.
 Satisfacción de la población local respecto a los centros de carga.
 Satisfacción de los visitantes respecto a los centros de carga.
 Estudio de impacto ambiental.

13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Sí
--------------------------	----	-------------------------------------	----

SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?



EJE PROGRAMÁTICO : TRANSICIÓN DIGITAL, ACTUACIÓN ID: 1					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Estrategia de comunicación digital para el destino: Contenidos digitales, App, Portal turístico.					
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN				1ª, 2ª y 3ª Anualidad	
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>Desarrollo de instrumentos adecuados para una comunicación digital efectiva de Lugo como destino turístico enogastronómico. Para ello se realizarán acciones como:</p> <p>Generación de contenidos digitales para difusión en las acciones de comunicación (fotografía y video para materiales digitales, socialmedia, webs, apps, etc.) Desarrollo de app específica para el disfrute de Lugo como turismo enogastronómico Integración en la plataforma desarrollada en el marco del proyecto SmartCities Desarrollo de actividades de social-media, etc.</p> <p>Estas actuaciones son coherentes con otras líneas de intervención que se está desarrollando en Lugo como la EDUSI. En el marco de esta EDUSI, respecto a esta línea de actuación se plantea como necesario para avanzar en el desarrollo de la ciudad de Lugo contar con una red de conexión de servicios municipales más eficaz y veloz, conectada gracias a la fibra óptica. Esta infraestructura se considera necesaria para la posterior implementación de servicios y soluciones tecnológicas vía portal del ciudadano, portal de transparencia o APP para dispositivos móviles, principalmente vinculando estas nuevas herramientas a servicios turísticos que generen información al visitante, control y accesos a edificios municipales, herramientas de valoración por parte del cliente, y en general elementos que propicien la interacción con los distintos elementos de un destino. Pero para conseguir una adecuada implantación de las soluciones propuestas, es necesario romper con la brecha digital existente en ciertos sectores de la población, como pueden ser las personas mayores. Para ello se plantea como necesario en lo relativo a este tipo de implementaciones ejecutar campañas informativas de los servicios y trámites que la ciudadanía puede hacer a través de la red, así como jornadas de formación y sensibilización del uso de estas aplicaciones, portales y herramientas que puedan ser creados, así como los que ya están puestos en marcha. Además se promoverá que las empresas vinculadas al turismo decidan invertir en la implementación de herramientas digitales en sus negocios.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>La utilización de diferentes herramientas tecnológicas para la comunicación y promoción de la oferta de Lugo permitirá cubrir diversas necesidades: Atraer un mayor número de turistas y, por tanto, más clientes para las empresas turísticas del destino, gracias a la generación de contenidos que actúan como inspiradores del viaje. Nuevo soporte publicitario especializado, integrado mediante un modelo omnicanal. Aportar información útil que permita transmitir el posicionamiento sostenible del destino y su conexión con la gastronomía. Entre los aspectos que debe abarcar un modelo ideal de utilización de nuevas tecnologías para la promoción y comercialización de Lugo es la optimización de las TIC que ayudan a la hora de controlar los diferentes elementos que componen un destino turístico sostenible para que los visitantes y las empresas del sector puedan participar activamente en el control de las actividades y servicios.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Elevar la competitividad de las empresas de los ayuntamientos del río Anllóns. Incorporar herramientas tecnológicas a las empresas. Incentivar la innovación turística Acceso a servicios, mapas y direcciones Beneficiar el desarrollo turístico de la zona.</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Empresas turísticas de Lugo					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	31.936	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	31.936	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	31.936



11. RESULTADOS PREVISTOS

Mejora de contenidos en la página web y apartado de turismo de los Ayuntamientos de ayuntamiento.
Implantación de diferentes herramientas tecnológicas y contenidos especialmente diseñados que permitan la promoción del destino.
Puesta disposición de los turistas de una app para permitir el conocimiento de los distintos atractivos gastronómicos por medio de la aplicación que se desarrolla para poder tener un mejor panorama del destino. El conocimiento y apreciación por parte de los turistas de la gastronomía de la zona, teniendo un acercamiento aún mayor a la misma por medio
Refuerzo de las aplicaciones de las TIC en el sector turístico
Aprendizaje electrónico.

12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN

Empresas del sector turístico de Lugo

13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----

SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?



EJE PROGRAMÁTICO : TRANSICIÓN DIGITAL, ACTUACIÓN ID: 2	
1. TITULO ACTUACIÓN	
Realidad aumentada para inmersión en puntos de interés turístico de Lugo (historia y enogastronomía)	
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Desarrollo de un aplicativo para smartphones, tablets y equipamiento como gafas que permita a los visitantes interactuar con una reconstrucción virtual de la ciudad a través de modelos 3D que recreen puntos de especial interés de la ciudad (Muralla, Catedral, Portas (Miñá, Campo Castelo, Falsa,...), Plaza Mayor, Praza do Campo, Praza de Santa Maria, Puente Romano, Castro de Viladonga, etc.) en diversos momentos históricos. Mediante un estrecho trabajo de colaboración con arqueólogos, historiadores y desarrollo tecnológico se realizará una recreación de distintos enclaves de la ciudad y la construcción de los mismos en distintos momentos históricos. Se acompañarán con diferentes escenas cotidianas que reflejan las costumbres gastronómicas y vinculadas con el vino en la ciudad. Se jugará con distintos momentos del día para su reflejo en el desayuno, comida o cena y con diversos estratos sociales para ver como los contrastes en función de la posición social. Adicionalmente también se jugará con distintos oficios y utensilios, todos ellos vinculados a la gastronomía.</p> <p>Se realizarán una serie intervenciones mediante aplicación de técnicas de realidad aumentada en contenido gráfico (vídeos y fotografías) en recursos puntos de interés en el casco histórico de Lugo. Con la ayuda de una aplicación para smartphones y tablets y en algunos casos también para la utilización de elementos como gafas de realidad virtual con la finalidad de proyectar figuras y personajes históricos de la localidad los cuales, contarán y explicarán a los visitantes la historia de Lugo, específicamente los hechos que se llevaron a cabo dentro de ese sitio o punto en particular. Permitiendo de esta manera, que los participantes conozcan más a fondo la historia de la ciudad y todo lo relacionado con la gastronomía.</p> <p>Tendrán especial interés algunos de los sitios y edificaciones más emblemáticos de la ciudad como por ejemplo la Muralla y su distintas puertas (Miñá, Campo Castelo, Falsa, etc), la Catedral, la Plaza Mayor, la Praza do Campo, la Praza de Santa Maria, el Puente Romano, etc.). Mediante un estrecho trabajo de colaboración con arqueólogos, historiadores y desarrollo tecnológico se realizará una recreación de estos enclaves de la ciudad y la construcción de los mismos en distintos momentos históricos. Se acompañarán con diferentes escenas cotidianas que reflejan las costumbres gastronómicas que además estén vinculadas con el vino. Se jugará con distintos momentos del día para su reflejo en los diferentes tiempos de comida y con diversos estratos sociales para ver cómo se generan contrastes en función de la posición social. Adicionalmente, se jugará con distintos oficios y utensilios, todos ellos vinculados a la gastronomía.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>Utilizar las tecnologías aplicadas al mundo de la comunicación que han evolucionado tanto en las últimas décadas y que hoy forman parte de la cotidianidad, es necesario para potenciar elementos históricos y monumentales como los muchos que posee Lugo, ya que los presentan de una manera innovadora que reaviva en el público el interés.</p> <p>Existe una especialidad dentro de la realidad aumentada que se denomina "Architecture showreel" que permite visualizar cómo fueron las diferentes partes de un edificio. En el caso del patrimonio histórico es especialmente significativo, ya que se pueden ver las construcciones tal como fueron concebidas generando un valor añadido a la belleza que poseen tal y como se encuentran en el presente, debido a que se pueden apreciar detalles (por ejemplo del interior) que en muchos casos son inaccesibles y se les dota de la capacidad de integrarse en un más amplio abanico de relatos que pueden ser utilizados en la creación de experiencias turísticas.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Renovar los recursos de los que dispone la ciudad en sus lugares más emblemáticos para innovar en la oferta de productos turísticos.</p> <p>Fomentar la utilización de estos recursos digitales para la implementación de nuevas experiencias.</p> <p>Impulsar la transformación del destino en Smart City.</p> <p>Captar la atención de un amplio segmento de la población.</p> <p>Aprovechar el uso generalizado que tienen las plataformas digitales para enriquecer la oferta turística en Lugo.</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo	
7. ACTORES IMPLICADOS	
Ayuntamiento de Lugo, empresas y establecimientos donde se instalen las herramientas de realidad aumentada.	



8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	39.920	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	39.920	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	39.920
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Incrementar el número de visitantes en la ciudad que están buscando tener experiencias vinculadas con contenidos de realidad aumentada Generar un nuevo punto de inflexión en la generación de productos turísticos que podrán incrementar en número o innovar su narrativa, además de hacerlos más interactivos. Incrementar la competitividad de Lugo porque el valor turístico de los sitios que ya son explotados se verá incrementado con la implementación de estos recursos, a la vez que otros recursos que posee la ciudad se transformarán en atractivos. Potenciar a Lugo como un destino "Smart City", que a su vez incrementará la cantidad de jóvenes que se interesan por visitar el municipio. Valoración más positiva por parte de los turistas que visitan Lugo respecto de la innovación en el destino.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Número de interacciones realizadas con los códigos QR que se ponen a disposición de los turistas en puntos emblemáticos de la ciudad contenidos en realidad aumentada. Número de experiencias que incluyen en su narrativa elementos relacionados con la realidad aumentada. Número de visitantes que siguen una ruta de realidad virtual.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : TRANSICIÓN DIGITAL, ACTUACIÓN ID: 3					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Observatorio turístico con capacitación en el uso de los datos					
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN				1ª, 2ª y 3ª Anualidad	
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>Creación de un observatorio específico de turismo que mediante la compra de datos y con información complementaria a la estadística oficial (seguimiento de redes sociales, valoración de la marca del destino, procedencia de los visitantes, mapas de calor sobre la ubicación de los mismos), permitan una toma de decisiones efectiva por parte tanto de operadores turísticos como por parte del Concello como ente gestor del destino. Se incluirán acciones de capacitación orientadas hacia el sector privado con el objeto de obtener el mayor valor para las propias empresas. Adicionalmente el Observatorio permitirá medir el impacto de las actuaciones que se efectúan en el marco del proyecto así como otras políticas turísticas.</p> <p>Se propone la creación de un instrumento digital sobre la información relativa al perfil del turista lo que permitirá disponer de un mayor y adecuado conocimiento del comportamiento del turista que visita la ciudad de Lugo mediante la tecnología y la integración de nuevas fuentes de datos externas y la mejora de los mecanismos de registro de los datos internos que permitan la digitalización de un observatorio que aporte información de valor a los empresarios, a las organizaciones de gestión de rutas en la ciudad.</p> <p>Se desarrollará un modelo digital de observatorio de turismo enogastronómico mediante un modelo de Big Data que permita convertir un elevado número de datos en información relevante mediante la identificación de patrones y análisis de relaciones entre variables. Serán analizados los gustos, deseos, preferencias y opiniones de los turistas, la empresa o el destino. Este conocimiento del mercado permite utilizar la información para la identificación de oportunidades de negocio y el desarrollo de experiencias turísticas adaptadas a los gustos y preferencias de los visitantes.</p> <p>La amplitud y desarrollo de redes sociales de distinto tipo en los últimos años ha llevado a que su importancia como herramienta de comunicación, promoción, información y comercialización haya alcanzado cotas nunca vistas. Mediante la realización de campañas de análisis de reputación, se llegará a conocer de un modo directo diversos aspectos del comportamiento de los turistas que visitan la ciudad de Lugo, así como la valoración de productos, experiencias turísticas y empresas.</p> <p>Se incluirán acciones de capacitación orientadas hacia el sector privado con el objeto de formarlos para la utilización de los datos obtenidos mediante el observatorio en la definición de acciones que mejoren su competitividad.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>Las decisiones adoptadas en el ámbito turístico por los agentes públicos y privados deben basarse en el conocimiento de diferentes aspectos relativos al comportamiento de los turistas. Tradicionalmente este conocimiento se basaba, casi exclusivamente, en la información recogida mediante encuesta. Este instrumento es útil si se complementa con modelos de captura de datos masivos provenientes de diversas fuentes.</p> <p>La información generada debe servir al ayuntamiento y a las empresas privadas para la toma de decisiones basada en datos. Conocer en profundidad el perfil del turista aportará información al sector turístico para generar una correcta gestión de los recursos y su conversión en auténticos atractivos de la mano de los cuales, Lugo aumentará su ventaja respecto de otros destinos.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Aumentar la calidad respecto del conocimiento del mercado turístico para poder implementar actuaciones con más garantía de éxito.</p> <p>Proporcionar información útil para calcular el impacto del turismo en el territorio.</p> <p>Contribuir al desarrollo de nuevas experiencias turísticas basadas en los gustos y preferencias de los turistas</p> <p>Fortalecer el apoyo que se brinda a las empresas dedicadas al turismo para la mejora en sus decisiones.</p> <p>Apoyar la transformación digital de productos y servicios, adaptando los procesos de gestión.</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Empresas del sector turístico					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	63.872	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	39.920	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	39.920



11. RESULTADOS PREVISTOS	
<p>Generación de información de valor para la administración y las empresas de Lugo Conocimiento sobre el comportamiento de los turistas que visitan Lugo. Análisis del nivel de satisfacción y áreas de mejora de Lugo desde la perspectiva de los turistas Adaptación y redefinición de las experiencias ajustándolas a las necesidades, gustos y preferencias de los turistas. Generación de sinergias en el conocimiento gracias a la combinación de diferentes fuentes de información. Aprovechamiento de la información generada para aportar distintas posibilidades de actividades a los turistas.</p>	
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN	
<p>Número de informes generados por el observatorio Tasa de satisfacción de las empresas del sector con la información generada por el observatorio. Número de fuentes de información utilizadas en la estructura del observatorio. Encuestas estandarizadas y monitorización de la opinión de la clientela por parte del sector.</p>	
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Si
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?	



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 1					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Plan de marketing turístico de Lugo					
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN				1ª Anualidad	
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>A través de la elaboración del plan de marketing se medirá todo lo que ocurre en Lugo desde el punto de vista turístico para crear una base sólida donde puedan apoyarse y optimizarse todas las experiencias ofrecidas a los visitantes. Se conocerá por tanto, qué características tiene el mercado, se plantean objetivos y las estrategias que se implementarán para su consecución. El estudio se orienta a determinar los pasos que han de seguirse en cada momento para evaluar la viabilidad económica de las propuestas que se vayan generando, delimitando objetivos a corto, mediano y largo plazo. Se sabrá cuál es la mejor manera de atraer a los turistas a la ciudad. La investigación será profunda, de manera que las estrategias de marketing que se desarrollen estén correctamente dirigidas y planeadas. Además es muy importante remarcar que la finalidad que se persigue con esta acción no es únicamente desarrollar una hoja de ruta para dar un impulso en la innovación de Lugo como destino turístico, sino también desarrollar una justificación de las acciones que se llevarán a cabo y dar una explicación de cómo conseguir los objetivos que sean marcados.</p> <p>De esta forma, la ciudad podrá seguir creciendo y sentar las bases para que el flujo de turistas vaya en aumento progresivo. El plan de marketing es importante porque está directamente relacionado con el aumento de la competitividad y la oferta de servicios turísticos. Además, se creará un manual para atraer inversionistas al municipio destacando las oportunidades de negocio vinculadas con el enoturismo poniendo en valor el carácter sostenible del destino. Este manual ofrecerá información sobre el modo de aprovechamiento de dichas oportunidades para invertir en la creación de diversas empresas turísticas, los recursos existentes y atractivos por desarrollar, así como toda la información pertinente en relación al público al que irán destinados sus proyectos.</p> <p>Se tomará en cuenta también a las empresas y operadores que comercializan Lugo como destino turístico.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>Es importante tener una visión más exhaustiva del sector turístico para conocer bien la cuota de mercado y conseguir mejorar la competitividad del destino, tomando en cuenta los denominados "pain points" que afectan a los visitantes. Los pain points son aquellos elementos del producto o servicio que está buscando adquirir el consumidor y que experimenta de forma negativa. Pueden estar relacionados con muy variados aspectos como el precio o el tiempo que es necesario invertir en la actividad. Es importante conocer cuáles son estos puntos para encontrarles solución y competir de manera más eficiente para generar una mejor opinión en quienes deciden elegir nuestra propuesta.</p> <p>Para Lugo es importante establecer una estrategia que plantee acciones enfocadas en los objetivos de sostenibilidad y puesta en valor del enoturismo para garantizar que sean coherentes, atractivas y poder planificarlas a los largo del tiempo para dedicar los recursos que hace falta destinar a cada una de ellas.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Creación de un plan de marketing que ayude a visualizar los factores que entran en juego en la oferta de productos turísticos en Lugo.</p> <p>Se establecerán objetivos y estrategias que tendrán como finalidad la atracción de mayor actividad turística.</p> <p>Se ofrecerá la información necesaria a los inversionistas y emprendedores que estén pensando poner en marcha proyectos en la zona para que sus propuestas estén bien orientadas en el mercado.</p> <p>Aumento de la competitividad de Lugo como destino turístico, adecuando los productos y sus características al punto de vista de los potenciales visitantes.</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Empresas del sector turístico de Lugo					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	47.910	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	0,00	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	0,00
11. RESULTADOS PREVISTOS					



Gestión y aprovechamiento optimizados de los recursos para la promoción turística de Lugo.
 Calidad y actualización de la información que se ofrece al mercado sobre la oferta turística de Lugo.
 Puesta en marcha de mecanismos oportunos de promoción y comercialización del destino.
 Coordinación de las actuaciones de promoción del destino realizadas por las administraciones públicas y las empresas turísticas de Lugo
 Ajuste en las estrategias de comunicación a segmentos específicos de mercado.
 Mejora del posicionamiento turístico de Lugo

12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN

Número de estrategias planificadas y puestas en marcha.
 Efectividad de las estrategias (alcance, interacciones, conversiones).
 Cantidad anual invertida en campañas de promoción y comercialización
 Impactos de las campañas realizadas
 Incremente en el número de turistas que visitan Lugo
 Análisis de posicionamiento de Lugo
 Análisis de reputación de Lugo

13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	-------------------------------------	----

SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 2					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Nuevo talento turístico.					
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN				1ª, 2ª y 3ª Anualidad	
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>La constitución de empresas es una de las más importantes fuentes de creación de riqueza y empleo. El apoyo por parte de las administraciones públicas constituye la parte fundamental de los procesos de promoción económica por su capacidad para la generación de empleos.</p> <p>Hoy en día el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales debe apoyarse en tres pilares fundamentales: la sostenibilidad, la innovación y la digitalización.</p> <p>Esta actuación busca el emprendimiento turístico orientado hacia al turismo sostenible enfocado en los recursos turísticos endógenos (patrimonio, naturaleza, gastronomía, actividades nocturnas que obliguen a pernoctar, etc.)</p> <p>Se articulará un mecanismo de generación de talento en la actividad turística y especialmente en la parte enogastronómica. Para ello se realizará un diagnóstico de las necesidades de la iniciativa emprendedora y de las personas que lo impulsan, para tratar de realizar un enfoque de servicios, formación y actividades ad-hoc para cada iniciativa. Este traje a medida resulta especialmente interesante para cada proyecto ya que permite trabajar sobre los elementos más débiles y por tanto mejorar la tasa de éxito empresarial. Aquellas iniciativas vinculadas con la enogastronomía podrán realizar una prueba de su idea de negocio por un período temporal limitado de su oferta en espacios ubicados en la Fábrica de la Luz.</p> <p>La actuación debe cubrir los pilares de información, formación y acompañamiento, haciendo más robusto el modelo de fomento del emprendimiento gracias a la identificación de oportunidades de negocio vinculadas con el turismo de Lugo, la mejora de las competencias de los emprendedores y el acompañamiento en el proceso de constitución de la empresa.</p> <p>La oferta de empresa turísticas del ayuntamiento de Lugo puede desarrollarse con actividades en el ámbito del turismo gastronómico y de naturaleza mediante la conexión entre los posibles emprendedores y las oportunidades identificadas.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>Uno de los mayores problemas con los que se enfrenta el nuevo talento turístico para la implementación de su proyecto empresarial es el acceso a una información y asesoramiento adecuados, así como contar con una oferta formativa que le ayude tanto a valorar la idoneidad de sus capacidades emprendedoras como a evaluar su idea y desarrollar un Plan de Negocio que la sustente y que permita aprovechar las grandes oportunidades que tiene el sector turístico.</p> <p>Lugo necesita nuevos talentos en el turismo que se especializan en proporcionar distintos servicios y productos turísticos que permitan que los visitantes tengan una experiencia aún más enriquecedora al momento de visitar el municipio y que desencadenen aún más ventas en el sector.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Potenciar los nuevos talentos, facilitando la aparición de nuevas empresas dedicadas al turismo.</p> <p>Incrementar las posibilidades de éxito de las nuevas iniciativas empresariales que se basen en proyectos innovadores y sostenibles.</p> <p>Asesorar y formar a nuevos emprendedores en el proceso de formación y consolidación de empresas.</p> <p>Mejorar la gestión empresarial con el objetivo de mejorar la gestión y generación de empleo de las empresas creadas. Adecuar la oferta de servicios a las nuevas necesidades de los consumidores y enfocarlas a los recursos turísticos endógenos</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Universidad de Santiago (Campus de Lugo), Confederación de empresarios de Lugo, Asociación de Hostelería de Lugo, Centros educativos, etc.55.888					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	55.888	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	55.888	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	55.888



11. RESULTADOS PREVISTOS	
Creación de nuevas empresas dedicadas a distintas ramas del turismo para su aprovechamiento por parte de los visitantes. Derrama económica provocada por los nuevos talentos, permitiendo que los visitantes pasen aún más tiempo en el destino. Empresas mejor capacitadas para brindar servicios turísticos. Elevar el atractivo en Lugo especializado en la enogastronomía.	
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN	
Total de empresas creadas Satisfacción de los prestadores de servicios respecto al asesoramiento para el mejoramiento de sus productos y servicios turísticos Alcance de las estrategias creadas Satisfacción del visitante en los establecimientos Cantidad de incremento de pernoctaciones en Lugo después de la incorporación de nuevos talentos en el turismo.	
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?	
<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Si
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?	



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 3	
1. TITULO ACTUACIÓN	
La enogastronomía que no debemos perder	
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Recuperación de oficios tradicionales, actividades, artesanía vinculada con la enogastronomía, recetas, aperos o instrumentos, etc. Trabajo de investigación histórica y recuperación de actividades tradicionales para su puesta en valor en actividades turísticas enogastronómicas (configuración de productos turísticos, propuesta de relatos, realización de exposiciones, etc.).</p> <p>Se trabajarán sobre oficios que tradicionalmente se podían realizar en Lugo vinculados a la alimentación, recuperación de aperos tradicionales (para cultivo, elaboración de alimentos, etc.), embarcaciones (batuxos para navegar y pescar por el Miño), etc. También se realizará una recuperación de recetas que se han perdido en el tiempo.</p> <p>Buena parte de este material se podrá utilizar como elemento expositivo en la Fábrica de la Luz, convirtiéndose no solo en un centro para degustar especialidades enogastronómicas, sino también para tener una participación activa potenciando experiencias y recuperando el legado que la ciudad más antigua de Galicia puede ofrecer.</p> <p>Para llevar a cabo la actuación de manera satisfactoria, se planea una convocatoria ciudadana para la participación en talleres, cursos, jornadas y conferencias sobre el patrimonio histórico, cultural y enogastronómico.</p> <p>Elaboración de un plan de acción para la difusión de las investigaciones realizadas para su puesta en valor. También se extiende la invitación a la participación de los residentes y turistas en diversos talleres prácticos inmersivos del tipos "artesano por un día".</p> <p>Estos talleres podrán incluir la elaboración de ciertos alimentos, pesca y degustaciones.</p> <p>Se establecerá un plan que logre la creación de nuevos productos enogastronómicos nuevos, que integren la cultura y la historia del destino.</p> <p>También se busca involucrar a aquellos prestadores de servicios, cuya actividad aún no está propiamente relacionada con el turismo, como las actividades de aperos tradicionales (cultivos, elaboración de alimentos, embarcaciones y pesca) e integrarlas en nuevos modelos de negocios sustentables que permita conocer la historia de esas actividades.</p> <p>Una actividad posible a ejecutar es la creación de un Museo del Pan dentro de la Fábrica de la Luz que explique el oficio de panadero a lo largo de la historia, conectándolo con distintas épocas emblemáticas en Lugo.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>Lugo, la ciudad más antigua de Galicia, dispone de una historia escrita y vestigios de un importante número de oficios relacionados con actividades tanto agrícolas como ganaderas y artesanales que, debido a los procesos de industrialización y a los cambios en los hábitos de vida y consumo de la ciudadanía, se han ido perdiendo.</p> <p>Estas actividades forman parte del patrimonio inmaterial de Lugo y se convierten en un aspecto singular de la ciudad con el que se pueden desarrollar actividades turísticas y culturales de interés para turistas y residentes.</p> <p>La investigación sobre estos oficios y la difusión ayudan, en términos de sostenibilidad, a la conservación de la cultura tradicional local, por lo que cobra especial relevancia.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Investigación y valorización de los oficios tradicionales.</p> <p>Integración de los oficios tradicionales en el relato de la historia de Lugo .</p> <p>Acercamiento de los residentes y turistas a la historia de Lugo a través de la evolución de sus oficios</p> <p>Recuperación de oficios tradicionales gracias a su vertiente turística</p> <p>Generación de experiencias inmersivas de experimentación de las actividades realizadas en oficios tradicionales</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo	



7. ACTORES IMPLICADOS					
Universidad de Santiago de Compostela, artesanos y centros de investigación					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	55.888	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	47.904	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	39.920
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Creación e integración de nuevas empresas, artesanos y prestadores de servicios vinculados con oficios tradicionales</p> <p>Creación, difusión y comercialización de nuevos productos turísticos vinculados con oficios tradicionales</p> <p>Acercamiento de turistas y residentes a actividades tradicionales mediante su conexión con la historia de Lugo</p> <p>Recuperación de actividades perdidas gracias a su posible utilización turística.</p> <p>Creación de la marca "Oficios de Lugo" para valorar los oficios tradicionales con valor patrimonial e histórico.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Estudios realizados sobre oficios internacionales</p> <p>Número de oficios caracterizados</p> <p>Número de participantes en talleres inmersivos</p> <p>Número de empresas creadas vinculadas a oficios internacionales</p> <p>Difusión y Número de menciones en redes sociales sobre oficios tradicionales</p> <p>Número de empresas acogidas a "Oficios de Lugo"</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 4	
1. TITULO ACTUACIÓN	
Creación de un club de producto enogastronomía en Lugo	
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Se trata de una iniciativa que pone en valor la enogastronomía, define rutas enogastronómicas (tapas, sostenible, producto de proximidad, productos de temporada,..) y comercializa actividades.</p> <p>Se trata de una propuesta para el desarrollo conjunto con el sector privado de un club de producto orientado al reconocimiento de la calidad de los establecimientos adheridos en productos enogastronómicos que además deberán contar con un relato histórico o sociocultural que acompañarán a las degustaciones, con el objeto de lograr aportar mayor valor a los posibles clientes. Se trata de una iniciativa que hibrida los intereses tanto de la gestión del destino como de los propios operadores privados, realizándose de una forma colaborativa.</p> <p>La creación del club de producto "Enogastronomía de Lugo" permitirá integrar operadores y actividades, actuales o futuras, que tradicionalmente no han estado vinculados en el ayuntamiento de Lugo a la actividad turística, brindándoles la oportunidad de participar en una planificación ordenada y sustentable, de una actividad económica que mejorará su calidad de vida. Así mismo, la presentación de la oferta turística vinculada al desarrollo de rutas permitirá identificar nuevas oportunidades para la creación de empresas y la mejora de la prestación del servicio.</p> <p>Para su desarrollo será necesario ejecutar las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición conceptual del club de producto "Enogastronomía de Lugo" 1.1. Manual del club de producto 1.2. Definición de requisito del club de producto 1.3. Análisis de la estructura de los Prestadores de Servicios 1.4. Definición de los Requisitos de acceso al club de producto 2. Formación y evaluación de prestadores de servicios turísticos para la adhesión al club de producto 3. Creación de experiencias enogastronómicas 4. Plan de promoción y comercialización del club de producto <p>Una actividad a realizar dentro de este Club de Producto consiste en la elaboración de menús temático basados en épocas históricas comenzando por un "menú romano" hasta llegar a un "menú de vanguardia" referido a la gastronomía más moderna que hoy se realiza en Lugo.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>Para posicionar el municipio Lugo como destino enogastronómico sustentable, es necesario desarrollar un plan de acción que reconozca y priorice como patrimonio cultural y aquellos productos enogastronómicos que forman parte de la historia del municipio y los vincule con las empresas turísticas del ayuntamiento, de tal forma que puedan ofrecer experiencias turísticas estructuradas con un alto nivel de calidad.</p> <p>Para ello es importante desarrollar, compartir y comercializar estas experiencias que se sustenten en un relato coherente con el posicionamiento buscado y con la historia de Lugo.</p> <p>Se precisa la estandarización de la calidad de servicio prestada y la coordinación entre la empresas participantes para dar coherencia a la experiencia del cliente.</p> <p>Estas experiencias pueden complementarse con exposiciones y talleres realizados en la Fábrica de la Luz.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Creación de una nueva red de colaboradores y estrategias turísticas, cuyo eje principal sea la coordinación entre productos históricos socioculturales y productos enogastronómicos.</p> <p>Creación de nuevos productos turísticos con énfasis en el producto enogastronómico.</p> <p>Invitación y participación activa de la población, con énfasis en los restauradores, historiadores y agentes gastronómicos, para lograr la hibridación de nuevos productos.</p> <p>Dotar a Lugo de un Sistema de Gestión de Calidad, reflejado en una marca paraguas que, a través de la implantación de un marco de referencia común, homogeneice la calidad de los servicios turísticos.</p> <p>Implantar la cultura de calidad en las empresas, como estrategia de competitividad y sustentabilidad.</p> <p>Diversificar la oferta turística de Lugo buscando la diferenciación</p>	



6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Empresas turísticas de Lugo					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	47.904	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	39.920	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	31.936
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Aumento en la oferta, con la implementación de productos enogastronómicos nuevos, sostenibles y con alto valor histórico y cultural.</p> <p>Incremento en la red de nuevos colaboradores y tratados entre los comercios locales.</p> <p>Creación, difusión y comercialización de nuevos productos turísticos.</p> <p>Creación y ampliación de redes de trabajo.</p> <p>Aumento en la afluencia turística.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Número de productos turísticos nuevos y puestos en marcha.</p> <p>Número de participantes y empresas adheridas al club de producto.</p> <p>Total de vistas/descargas de los nuevos productos creados.</p> <p>Total de vistas/ descargas a las empresas del club de producto</p> <p>Satisfacción de los turistas con la oferta enogastronómica</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 5					
1. TITULO ACTUACIÓN					
Sistema de evaluación del PSTD					
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN				1ª, 2ª y 3ª Anualidad	
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>en las repercusiones socioeconómicas y medioambientales derivadas de la ejecución del PSTD. Se pretende analizar desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo el impacto de las diferentes actuaciones contempladas.</p> <p>La actuación consistirá en la evolución y análisis del impacto del PSTD, la cual se llevará junto con el centro gestor, mediante la elaboración de indicadores y métricas que permitan evaluar la efectividad de su puesta en marcha, el cumplimiento de los objetivos, así como los beneficios que tengan en el municipio, no solamente en el sector turístico si no en general. Toda esta información obtenida se registrará como parte de los archivos y documentación obtenida del Plan de Desarrollo Turístico. La otra estrategia es el análisis de impacto de cada estrategia del proyecto en los actores implicados, el municipio, su competitividad, etc.</p> <p>Toda esta información obtenida será analizada y puesta en medios públicos oficiales, que permitan acceder al público interesado en conocer los resultados de las estrategias del Plan de Desarrollo Turístico aplicadas en Lugo.</p>					
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN					
<p>La determinación del éxito o fracaso de una estrategia es mediante la recolección de datos, el tratamiento y análisis de la información proveniente de diferentes fuentes que guarden relación con el proyecto. Es por ello que establecer la estrategia de evaluación de resultados y análisis del impacto del Plan de Desarrollo turístico, garantiza que los resultados no solo sean analizados sino que también sirvan como un referente para evaluar los impactos que tuvieron en el desarrollo turístico sostenible de Lugo, el alcance de las estrategias y el nuevo posicionamiento de Lugo como destino turístico enfocado en la enogastronomía y como destino SmartCity.</p>					
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN					
<p>Evaluar las acciones y estrategias del PSTD en Lugo. Darle un correcto tratamiento y análisis a la información recabada del proyecto. Crear un archivo derivado del PSTD. Brindar accesibilidad a los datos del proyecto.</p>					
6. ACTOR EJECUTOR					
Ayuntamiento de Lugo					
7. ACTORES IMPLICADOS					
Oficina gestora, concejalía de turismo de Lugo.					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)		15.968	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)		15.968
10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)				15.968	
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Obtención de información del PSTD en Lugo en cada una de sus estrategias. Filtrado y correcto análisis de los datos del PSTD. Conocer las implicaciones y los impactos (ya sean negativos o positivos) de las estrategias implicadas en proyecto para continuar con ellas o tomar medidas en caso de ser negativas. Generar interés en la población de Lugo al facilitar la información del proyecto. Incentivar a la creación de más proyectos enfocados en la sostenibilidad. Promoción de la información pública.</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					



Correcto proceso de la investigación (integrando: Preguntas de investigación, objetivos, justificación, antecedentes, referencias, método, técnicas, instrumentos, sujetos de investigación, agenda de trabajo, recursos)
Cumplimiento de los criterios de: Relevancia, pertinencia, congruencia, viabilidad y suficiencia
Total de medios de información que integran los datos obtenidos
Total de vistas/descargas de la información mensual
Satisfacción del sector turístico y población de Lugo con el proyecto

13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?

<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Si
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?			



EJE PROGRAMÁTICO : COMPETITIVIDAD, ACTUACIÓN ID: 6	
1. TITULO ACTUACIÓN	
Oficina técnica del PSTD.	
2. ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN	1ª, 2ª y 3ª Anualidad
3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN	
<p>Creación de un ente gestor responsable de la coordinación, ejecución y seguimiento de las acciones definidas en el Plan de Desarrollo Turístico. Contará con un equipo de personas cualificadas en turismo y con experiencia en la gestión de fondos, que será el encargado de supervisar todas las tareas del proyecto, incluida la justificación documental.</p> <p>Al desarrollar esta oficina se garantiza un mejor funcionamiento, al delegar tareas a departamentos especializados. Además, mediante esta actuación se tiene un mayor control y certeza de que las estrategias derivadas del Plan de Sostenibilidad Turística sean llevadas a cabo de la mejor manera, bajo los órdenes y presupuestos establecidos.</p> <p>Este centro gestor será el principal organismo involucrado en todas las estrategias y acciones plasmadas en el Plan de Desarrollo Turístico para Lugo, junto con la concejalía de turismo.</p> <p>Las principales funciones de la oficina técnica serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El apoyo integral a la concejalía de turismo en el desarrollo integral de las acciones del plan - La gestión administrativa y técnica del PSTD - El desarrollo de instrumentos de política turística para la planificación estratégica del destino y la evolución del modelo turístico territorial. - Impulsar instrumentos de fomento y desarrollo de dinamización turística. - Desarrollar planes de calidad y excelencia turística. - Orientación permanente hacia un turismo sostenible. - Fomentar la actividad turística a través de medidas de apoyo al sector. - Coordinar la promoción turística a través de acciones de refuerzo de imagen de marca, desarrollo de productos estratégicos y divulgación de los mismos. - Estudios turísticos y vigilancia competitiva del destino - Coordinación y cooperación entre el sector público y privado, como agente integrante del producto turístico en el sentido de gestor de bienes y servicios públicos - Capacidad de integrar el tejido turístico local en las acciones de desarrollo del destino, coordinado de forma eficaz con otras políticas y/o servicios del Ayuntamiento y/u otras entidades públicas. - Formación y gestión de programas europeos relacionados con los fondos europeos para el desarrollo del turismo. <p>La creación de oficina técnica del Plan permitirá articular el cambio de modelo del destino y su alineamiento con los diferentes agentes y planes de sostenibilidad turística como el MRR de la UE, la Estrategia Nacional de Sostenibilidad del Gobierno de España, la Agenda 2030 y los ODS de Naciones Unidas o la coordinación con la OMT, entre otros. Finalmente, destacar que la oficina técnica dinamizará el proceso de participación del sector turístico y la ciudadanía en el proceso de reflexión y ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística presentado en esta convocatoria.</p>	
4. NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN	
<p>El propósito de la oficina técnica es ser un apoyo para la concejalía de turismo de Lugo, para una correcta gestión de las estrategias establecidas en el Plan de Desarrollo Turístico, contando con personal capacitado para manejo de los fondos, la puesta en marcha de las estrategias, así como la supervisión de estas.</p> <p>Además, se encargará de la justificación documental de las tareas del proyecto, para así establecer antecedentes del desarrollo sostenible en el municipio. En conjunto, serán los encargados de garantizar los beneficios tangibles e intangibles de las estrategias de sostenibilidad para Lugo.</p>	
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	
<p>Creación, habilitación y establecimiento de la oficina técnica</p> <p>Planear y coordinar acciones y estrategias establecidas en el Plan de Desarrollo Turístico, garantizando su correcta ejecución y cumplimiento de resultados</p> <p>Realizar de forma eficiente y eficaz el seguimiento de cada estrategia desarrollada, así como la evaluación de ellas para identificar áreas de mejora para futuros proyectos.</p> <p>Desarrollar un archivo documental del proyecto, que sirva como base para futuras planeaciones.</p>	
6. ACTOR EJECUTOR	
Ayuntamiento de Lugo	



7. ACTORES IMPLICADOS					
Oficina gestora.					
8. Presupuesto 1ª Anualidad (euros)	23.952	9. Presupuesto 2ª Anualidad (euros)	23.952	10. Presupuesto 3ª Anualidad (euros)	23.952
11. RESULTADOS PREVISTOS					
<p>Enlace de la oficina técnica con otros departamentos involucrados. Presencia de la oficina en cada proceso de las estrategias. Adecuada gestión de los recursos destinados a cada estrategia. Puesta en marcha de todas las estrategias de sostenibilidad turística en Lugo. Seguimiento de las estrategias. Creación de un archivo documental del proyecto. Difusión de información pública sobre el proyecto</p>					
12. INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN					
<p>Total de estrategias desarrolladas. Número de presupuestos establecidos cumplidos. Efectividad de ejecución de estrategias. Total obras de infraestructura entregadas. Total de beneficiados con el programa. Estimación de los impactos económicos, sociales y medioambientales del plan. Evaluación de impactos directos, indirectos e inducidos del plan.</p>					
13. ¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN?					
<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Sí		
SI LA RESPUESTA ES NO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?					



Documentos Adjuntos		
TIPO	DOCUMENTO	ALGORITMO/RESUMEN
Documento justificativo del poder de representación del firmante en nombre de la entidad	22certi004-galego e castelán.pdf	SHA-256 / f34438f29f43d4c97df159deff 3d37c86035532a8fb3f534bb8 4e396b83aa5b1
Mapa del territorio que abarca el PSTD propuesto	09_Lugo_.pdf	SHA-256 / 2d93f57f125198edffee28c5f2 2cb3ec3ca7be91a11cd522d00 950e670961718
Otros documentos de interés	RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LUGO.pdf	SHA-256 / 6a2d02eb4febe79b397b80d0 48ecc86fd88cb1f917342caf44 fb499d5afee7f9
Documentación acreditativa de la participación con actores locales, y especialmente con los agentes del sector privado, en el proceso de elaboración del plan	INFORME PARTICIPACIÓN LUGO_compressed.pdf	SHA-256 / e7a9e0bb0412d256165434b3 9a8a94be84ca0461213256bb 6804290e8c91796d