



Resumo Executivo
PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO DA
PROVINCIA DE LUGO●
2017-2020



DEPUTACIÓN
DE LUGO

Lugo
cambia 

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DO PLAN ESTRATÉXICO DE TURISMO DA PROVINCIA DE LUGO 2017-2020
2. OBXECTIVOS DO PLAN
3. METODOLOXÍA E FASES DE TRABALLO
4. PLAN DE PARTICIPACIÓN SECTORIAL
 - 4.1 DATOS DE PARTICIPACIÓN NAS MESAS DE TRABALLO
 - 4.2 DATOS DE PARTICIPACIÓN DAS ENTREVISTAS A EXPERTOS
 - 4.3 DATOS DE PARTICIPACIÓN NAS ENQUISAS ON LINE
5. OS PRODUTOS TURÍSTICOS DA PROVINCIA DE LUGO TRANSVERSAIS E ESPECÍFICOS POR XEODESTINOS
6. SÍNTESE DOS EIXES, LIÑAS DE ACTUACIÓN, PLANS DE ACCIÓN E ACCIÓNS A IMPULSAR
7. EIXES E LIÑAS ESTRATÉXICAS
8. PLANS DE ACCIÓNS E ACCIÓNS A IMPULSAR
9. TEMPORALIZACIÓN PARA A IMPLANTACIÓN DAS ACCIÓNS



1. PRESENTACIÓN DO PLAN ESTRATÉXICO DE TURISMO DA PROVINCIA DE LUGO 2017-2020

A provincia de Lugo conta cun amplo e rico patrimonio cultural, natural e gastronómico que a converte nun territorio cun alto potencial turístico. De feito, nos últimos anos a tendencia da demanda é á alza e dende o ano **2012 ao 2016 creceu un 15% o número de viaxeiros na provincia**. Estes datos son o resultado do esforzo realizado tanto polo sector público coma polo sector empresarial pero o destino aínda está lonxe de aproveitar o seu potencial turístico.

O Plan Estratéxico de Turismo da Provincia de Lugo 2017-2020, promovido pola Deputación de Lugo, é un documento que será a folia de ruta que permita ao territorio conformado pola provincia de Lugo posicionarse no mercado e chegar a un maior número de turistas e visitantes que poidan coñecer a riqueza da zona.

Será un instrumento chave para a posta en valor do territorio, converténdoo nun destino sostible e de calidade.



OBJECTIVOS DO PLAN

2. OBXECTIVOS DO PLAN

O obxectivo xeral deste Plan é **impulsar o crecemento e a transformación do sector turístico da provincia na procura dun modelo turístico máis competitivo, innovador e participativo que promova unha nova etapa no desenvolvemento turístico sostible**. A raíz deste obxectivo global establécense os cinco obxectivos específicos:

OBXECTIVO 1

XESTIÓN E GOBERNANZA: Optimizar a xestión turística aplicando os criterios de gobernanza e, por tanto, promover a cooperación entre os diferentes axentes así como a información, transparencia e participación.

OBXECTIVO 2

OFERTA DIFERENCIAL: Reforzar a oferta turística a través dos seus valores diferenciadores e da súa idiosincrasia para posicionar como destino turístico a provincia de Lugo e apostar por un destino multiexperiencial que pivote arredor de criterios de sustentabilidade e calidade.

OBXECTIVO 3

DEMANDA: Consolidar a tendencia de crecemento de afluencia turística no destino e aumentar a duración da estada e do gasto turístico a través da captación de novos mercados emisores e da especialización do destino.

OBXECTIVO 4

COMPETITIVIDADE: Mellorar a competitividade do destino e das empresas do sector turístico da provincia co fin de incrementar a rendibilidade da actividade turística no territorio e ofrecer un servizo de calidade.

OBXECTIVO 5

INNOVACIÓN TECNOLÓXICA: Dotar ao sector turístico da provincia das ferramentas tecnolóxicas necesarias para mellorar a eficacia na atención ao cliente no destino, da promoción turística e a comercialización dos produtos turísticos.



METODOLOXÍA E FASES DE TRABALLO

3. METODOLOXÍA E FASES DE TRABALLO



FASE DE ANÁLISE

Análise da situación actual do destino a través de fontes secundarias e primarias



PLAN DE PARTICIPACIÓN SECTORIAL

Plan de participación sectorial composto por enquisas online ao sector privado, entrevistas en profundidade a 20 expertos do territorio e do ámbito galego e 5 mesas de traballo realizadas cos axentes públicos e privados, chegando a un 100% de participación sectorial.



FASE DE DIAGNOSE

Diagnose -froito de toda a análise anterior- dos elementos clave do Turismo na provincia de Lugo



RETOS E LIÑAS ESTRATÉXICAS

Establecemento dos retos e das liñas estratéxicas do presente Plan



PROPOSTAS E PLANS DE ACCIÓN POR ANUALIDADES

Deseño das diferentes propostas e dun plan de acción presentado por anualidades, tendo en conta a situación actual do destino e as expectativas dos axentes do territorio



PLAN DE PARTICIPACION SECTORIAL

4. PLAN DE PARTICIPACIÓN SECTORIAL

A través do plan de participación sectorial realizouse unha **consulta ao 100% do sector turístico, para que todos os axentes do territorio que o desexaran puideran participar no deseño do Plan Estratéxico de Turismo da Provincia de Lugo (2017-2020).**

Para a consecución dos obxectivos propostos empregouse unha metodoloxía participativa de carácter mixto (cuantitativo-cualitativo) na que participaron os axentes chave do ámbito público, ámbito privado, ámbito social e ámbito científico a través de tres metodoloxías coas que se acadou unha participación de case preto de 250 axentes de todos os ámbitos e sectores turísticos.

5

MESAS DE
TRABALLO

Con máximos representantes do ámbito público e do ámbito social vinculados ao turismo: 130 entidades e máis de 152 persoas (marzo 2017).

20

ENTREVISTAS
PRESENCIAIS

Con 20 expertos que representan ao ámbito académico, ao sector público, ao sector social e ao sector privado (febreiro-marzo-abril 2017).

74

ENQUISAS
ONLINE

Dirixidas a representantes do sector turístico do ámbito privado (febreiro-marzo 2017).

4.1. DATOS DE PARTICIPACIÓN NAS MESAS DE TRABAJO

Entre as entidades participantes contouse coa representación de **48 Concellos**, dos cales asistiron 20 Alcaldes e os restantes participantes foron concelleiros e técnicos dos concellos.

Ademais, contouse coa presenza de **28 asociacións de diferentes sectores** como culturais, xuvenís, do sector do Turismo, do Comercio e de empresarios, gastronómicas, de gandeiros e criadores e de Amigos do Camiño de Santiago. Tamén tiveron presenza:

- 8 Oficinas de Turismo
- 8 Representantes de Museos
- 6 Representantes de Consellos Reguladores
- 3 Clubs náuticos
- 2 Indicacións Xeográficas Protexidas
- 3 Reservas da Biosfera
- 2 Mancomunidades
- 1 GALP A Mariña – Ortegal
- 2 GDR
- 1 Consorcio de Turismo da Ribeira Sacra

MESA DE TRABAJO	ENTIDADES	PERSOAS
MARIÑA LUCENSE	37	34
TERRA CHÁ	20	24
LUGO	29	38
ANCARES-COUREL	18	23
RIBEIRA SACRA	27	33
TOTAL	131 ENTIDADES	152 PERSOAS



4.2. DATOS DE PARTICIPACIÓN DAS ENTREVISTAS A EXPERTOS

4 ACADÉMICOS

7 GRUPOS DE DESENVOLVEMENTO LOCAL

2 MANCOMUNIDADES

1 CONSORCIO

4 REPRESENTANTES DE ASOCIACIÓN

XUNTA DE GALICIA

XACOBEO

O panel dos entrevistados foi heteroxéneo xa que participaron representantes de **diferentes institucións tanto públicas, privadas, sociais e académicas.**

De feito, **un dos criterios de selección dos entrevistados foi procurar a maior representatividade dos axentes implicados** no turismo do territorio e tamén polo seu coñecemento e vinculación co destino así como pola entidade que representaban.

4.3. DATOS DE PARTICIPACIÓN NAS ENQUISAS ONLINE

A enquisa online lanzada ao sector privado da provincia de Lugo durante os meses de febreiro-marzo do 2017 foi contestada de maneira completa por un total de 74 entidades situadas ao longo de todo o territorio. Non obstante, **maioritariamente participaron na enquisa online empresas da Mariña Lucense (36,5%) e, en menor medida, as dos Ancares-Courel (13,5%)**. Canto maior é o número de empresas dun territorio, maior é a posibilidade de participación.

Gráfico 1: Xeodestino no que se atopa a empresa

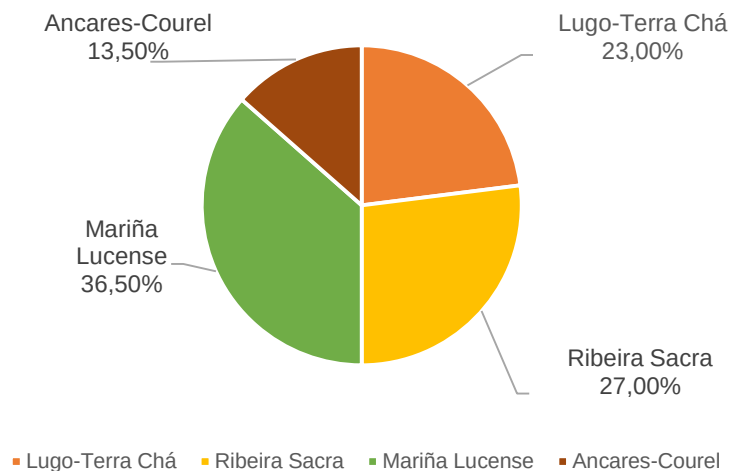
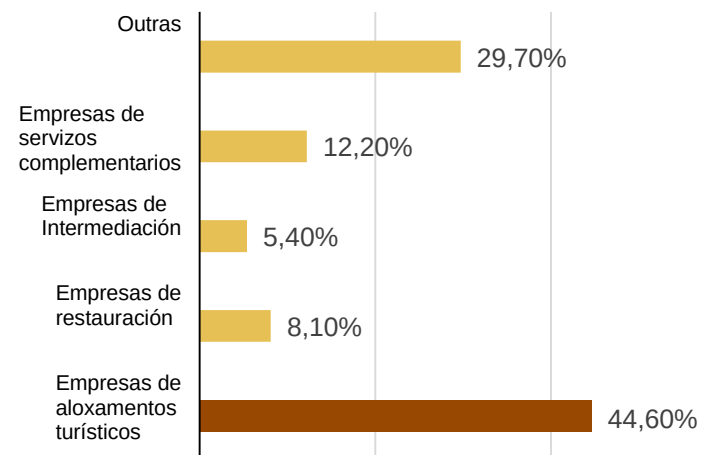


Gráfico 2: Tipo de empresa no que traballa ou é propietario/a





OS PRODUTOS TURÍSTICOS
ESTRATÉGICOS DA PROVINCIA
DE LUGO TRANSVERSAIS E
ESPECÍFICOS POR XEODESTINOS

5. OS PRODUTOS TURÍSTICOS ESTRATÉXICOS DA PROVINCIA DE LUGO TRANSVERSAIS E ESPECÍFICOS POR XEODESTINOS

Os produtos turísticos estratéxicos que se presentan neste apartado son aqueles que se consideran significativos para o posicionamento e a creación dunha imaxe de marca para o destino da provincia de Lugo e que, por tanto, permitirán captar os segmentos de demanda considerados prioritarios.

PRODUTOS ESTRATÉXICOS	PRIORIDADE		
TURISMO ETNOGRÁFICO	ALTA	MEDIA	BAIXA
TURISMO ENOGASTRONÓMICO	Turismo gastronómico	Sendeirismo	Turismo cinexético
TURISMO DE NATUREZA:	Enoturismo	Turismo ornitolóxico	Turismo urbano
	Turismo xeolóxico	Turismo micolóxico	Turismo MICE
	Recursos singulares culturais	Turismo literario	Turismo accesible
	Agroturismo	Turismo científico	
	Grandes eventos	Turismo agroalimentario e industrial	
- TURISMO RURAL	Turismo activo e deportivo	Turismo mariñeiro	
- TURISMO CULTURAL			
- Recursos turísticos singulares			
- Grandes eventos			
ITINERARIOS CULTURAIS			

A provincia de Lugo é un territorio cun extraordinario valor etnográfico. A idiosincrasia das súas xentes, con costumes diferenciadoras e a tradición aínda hoxe visible no seu patrimonio material e inmaterial resultan piares fundamentais para transmitir esta riqueza non só á poboación local, senón tamén aos visitantes que chegan ano tras ano. Pero non só é destacable a presenza das tradicións no territorio, senón que existen ademais verdadeiros exemplos de vangarda e innovación no tecido empresarial e social. A combinación entre o patrimonio etnográfico e a mentalidade innovadora e vangardista que está agromando a través de novas propostas converte a provincia nun destino totalmente diferenciado e merecedor dun maior fluxo de turistas que cheguen na procura de novas experiencias baseadas na vivencia do único e do auténtico.

A posta en valor destes elementos senlleiros e innovadores xunto coa planificación e a promoción dos recursos patrimoniais culturais e naturais será o paso previo para a creación de produtos turísticos que diferencien a provincia de Lugo doutros destinos. Cómpre, polo tanto, identificar estes produtos, poñelos en valor, ofrecer servizos de calidade, potencialos, promocionalos e comercializalos para chegar a aqueles nichos de mercado específicos que busquen descubrir lugares auténticos e pegados á terra.

Lugo Cambia

e aposta por recursos e formas
de vida senlleiros, auténticos e
diferenciadores



LUGO-TERRA CHÁ

- Turismo da auga
- Patrimonio arqueolóxico
- Ecoturismo
- Turismo agroalimentario

LUGO

- Romanización
- Grandes eventos
- Termalismo
- Turismo accesible

RIBEIRA SACRA

- Enoturismo
- Patrimonio románico
- Turismo xeolóxico
- Turismo fluvial

MARIÑA LUCENSE

- Turismo litoral
- Turismo agroalimentario e mariñeiro
- Grandes eventos

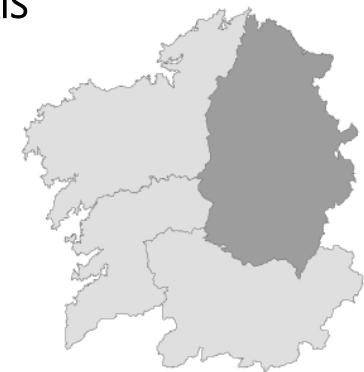
ANCARES-COUREL

- Turismo científico
- Turismo etnográfico
- Ecoturismo

PRODUTOS TURÍSTICOS TRANSVERSAIS

TURISMO ETNOGRÁFICO

- Turismo Cultural
- Turismo de Natureza
- Turismo Enogastronómico
- Turismo Rural
- Itinerarios Culturais
- Turismo Activo





SÍNTESE DOS EIXES,
LIÑAS DE ACTUACIÓN,
PLANS DE ACCIÓN E
ACCIONS A IMPULSAR

6. SÍNTESE DOS EIXES, LIÑAS DE ACTUACIÓN, PLANS DE ACCIÓN E ACCIÓNS A IMPULSAR

Os eixes que se presentan son froito da análise previa realizada sobre o destino e das conclusións extraídas do plan de participación.

Ademais, están deseñados de maneira coherente cos obxectivos do Plan Estratéxico e están presentes de modo transversal en todas as actuacións e accións que se propoñen.

Por tanto, para cada un dos eixes definidos establécense unha serie de liñas estratéxicas nas que se engloban as actuacións e accións que se deberán levar a cabo nos vindeiros anos e que son o resultado das aportacións, propostas e demandas realizadas polos axentes do territorio a través da súa participación na elaboración do Plan.





EIXES E LIÑAS ESTRATÉXICAS

7. EIXES E LIÑAS ESTRATÉXICAS

EIXE1 GOBERNANZA E XESTIÓN

L.E.1.
Gobernanza integral
do destino a través da
reorientación da
xestión turística

EIXE 2 PRODUTO TURÍSTICO

L.E.2.
Posta en valor dos
recursos patrimoniais
naturais e culturais

L.E.3.
Consolidación e creación
da carteira de produtos
turísticos na provincia de
Lugo

EIXE 3 COMPETITIVIDADE DO DESTINO

L.E.4.
Profesionalización do
tecido empresarial
turístico a través do
fomento da calidade e
da innovación

EIXE4 POSICIONAMENTO DO DESTINO

L.E.5.
Plan de promoción
atendendo á demanda

L.E.6.
Plan de
comercialización
atendendo aos
produtos turísticos
prioritarios

EIXE1 GOBERNANZA E XESTIÓN

A gobernanza e a xestión dun destino turístico é o primeiro dos eixes prioritarios que dende este plan estratéxico se deberá abordar xa que dificilmente se poderán levar a cabo o resto de actuacións se previamente non se establece un claro e efectivo marco de gobernanza e xestión.

Segundo a OMT, as claves do modelo de xestión turística son a **cooperación, interacción e organización en redes**, coordinación público-privada, influencia de actores non gubernamentais na estratexia e proceso directivo estruturado institucional e tecnicamente.

Neste marco, a Deputación de Lugo pretende funcionar como unha plataforma que impulse o turismo e, ademais, que fomente e permita a colaboración público-privada polo que o fin deste eixe é reorientar a xestión turística cara unha gobernanza integral do destino.

L.E.1.

Gobernanza integral
do destino a través da
reorientación da
xestión turística

- **ACTUACIÓN 1.1.** *Impulso da gobernanza turística a través de diferentes estruturas de xestión*
- **ACTUACIÓN 1.2.** *Mellora do servizo de atención ao visitante nas oficinas de información turística*
- **ACTUACIÓN 1.3.** *Impulso da investigación e da innovación*
- **ACTUACIÓN 1.4.** *Fomento da modernización da sinalética e dos paneis interpretativos: sinalización intelixente*

 EIXE2
PRODUTO
TURÍSTICO

A provincia de Lugo debe de converterse nun destino que ofrezca experiencias para o visitante, para o que, antes de levar a cabo calquera actuación de promoción e comercialización, é necesario crear un abano de produtos turísticos que permita reforzar o carácter multideestino e multiexperiencial a través da estruturación da oferta turística.

A posta en valor dos recursos patrimoniais é unha fase previa imprescindible para a creación dos produtos turísticos, posto que estes créanse a partir do patrimonio co que conta o territorio no sentido máis amplo: cultural, natural e gastronómico pero tamén a través dunha dimensión simbólica.

No caso da provincia de Lugo existen elementos singulares que contan cun alto potencial de atracción de visitantes e que se posicionan como estratéxicos deste plan polo que se propoñen accións específicas para a súa posta en valor e a súa conversión en produtos turísticos estratéxicos

 L.E.2.

Posta en valor dos
recursos patrimoniais
naturais e culturais

- **ACTUACIÓN 2.1.** *Posta en valor da enogastronomía e fomento do seu consumo para contribuír á autenticidade e calidade do destino*
- **ACTUACIÓN 2.2.** *Posta en valor do patrimonio cultural*
- **ACTUACIÓN 2.3.** *Valorización turística da paisaxe e dos recursos naturais distintivos*
- **ACTUACIÓN 2.4.** *Fortalecemento do orgullo de pertenza e valoración afectiva dos recursos*

EIXE2
PRODUTO
TURÍSTICO

L.E.3.

Consolidación e
creación da carteira
de produtos turísticos
na provincia de Lugo

- **ACTUACIÓN 3.1.** *Creación de plans de produtos turísticos transversais na provincia de Lugo*
- **ACTUACIÓN 3.2.** *Creación de plans específicos de produtos por xeodestinos*

EIXE3
COMPETITIVIDADE
DO DESTINO

Un destino turístico non é competitivo soamente polo prezo, senón tamén por outros factores como o capital humano, o desenvolvemento de infraestruturas e os indicadores ambientais, entre outros.

Así, este plan establece que a provincia de Lugo debe de converterse nun modelo turístico baseado na competitividade sustentable que permita posicionarse favorablemente fronte a outros destinos competidores consolidados e emerxentes, así como mellorar a calidade de vida dos residentes no territorio.

Neste contexto, propóñense actuacións encamiñadas a mellorar a competitividade do destino de maneira sustentable e aplicando criterios de calidade a través da profesionalización do sector turístico.

L.E.4.

Profesionalización do
tecido empresarial
turístico a través do
fomento da calidade e
innovación

● **ACTUACIÓN 4.1.** *Mellora das competencias dos profesionais do turismo*

EIXE4
POSICIONAMENTO
DO DESTINO

A promoción e a comercialización son unha fase fundamental no desenvolvemento dun destino posto que desta maneira preténdese conseguir un aumento do número de turistas pero, á vez, atraer visitantes de calidade (cunha estadía media maior, cun gasto medio-alto, que sexan respetuosos co medioambiente e coa cultura do territorio...).

Non obstante, para poder levar a cabo estas actuacións primeiramente é necesario crear uns produtos turísticos adaptados ás singularidades do destino así como ás demandas dos consumidores. Así mesmo, o destino debe satisfacer as expectativas dos clientes polo que é tamén necesario que se leven a cabo as melloras oportunas nos diferentes ámbitos (conectividade, infraestruturas, posta en valor do patrimonio...).

Desde esta perspectiva, a Deputación de Lugo impulsará as actuacións necesarias para promocionar e comercializar o destino no mercado nacional e tamén no mercado internacional a través de dous plans diferenciados.

L.E.5.

**Plan de promoción
atendendo á demanda**

● **ACTUACIÓN 5.1.** *Plan de promoción online*

● **ACTUACIÓN 5.2.** *Plan de promoción offline*

EIXE4
POSICIONAMENTO
DO DESTINO

L.E.6.
Plan de
comercialización
atendendo aos
produtos turísticos
prioritarios

● **ACTUACIÓN 6.1.** *Plan de comercialización*



PLANS DE ACCIÓNS E ACCIONS A IMPULSAR

8. PLANS DE ACCIÓNS E ACCIÓNS A IMPULSAR

L.E.1.

GOBERNANZA INTEGRAL DO DESTINO A TRAVÉS DA REORIENTACIÓN DA XESTIÓN TURÍSTICA

ACTUACIÓN 1.1.

IMPULSO DA GOBERNANZA TURÍSTICA A TRAVÉS DE DIFERENTES ESTRUCTURAS DE XESTIÓN

ACCIÓN 1.1.1.

Creación dun ente turístico provincial consultivo e participativo presidido pola Deputación de Lugo.

ACCIÓN 1.1.2.

Establecemento dunha vía eficaz de comunicación cos axentes turísticos.

ACCIÓN 1.1.3.

Elaboración dun informe anual das actuacións levadas a cabo pola Deputación de Lugo no eido do turismo.

ACTUACIÓN 1.2.

MELLORA DO SERVIZO DE ATENCIÓN AO VISITANTE NAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

ACCIÓN 1.2.1.

Creación dun mecanismo de comunicación eficaz entre as oficinas de turismo e os aloxamentos turísticos.

ACCIÓN 1.2.2.

Apoio económico ás entidades locais co fin de reforzar o servizo de información turística adaptándose ás necesidades do visitante.

ACCIÓN 1.2.3.

Establecemento duns criterios de homoxeneidade para a elaboración de estatísticas e edición de material informativo nas oficinas de información turística provinciais e municipais.

ACTUACIÓN 1.3.

IMPULSO DA INVESTIGACIÓN E DA INNOVACIÓN

ACCIÓN 1.3.1.

Creación do Observatorio Turístico Provincial.

ACCIÓN 1.3.2.

Impulso dos estudos e traballos de investigación sobre o turismo na provincia de Lugo.

ACCIÓN 1.3.3.

Creación e celebración dun foro sobre innovación turística e intercambio de experiencias.

ACTUACIÓN 1.4.

FOMENTO DA MODERNIZACIÓN DA SINALÉTICA E DOS PANEIS INTERPRETATIVOS: SINALIZACIÓN INTELIXENTE

ACCIÓN 1.4.1.

Plan de sinalización turística provincial vinculado ás novas tecnoloxías.

ACCIÓN 1.4.2.

Apoio á renovación de paneis interpretativos de recursos.



L.E.2.

POSTA EN VALOR DOS RECURSOS PATRIMONIAIS NATURAIS E CULTURAIS

ACTUACIÓN 2.1.

POSTA EN VALOR DA
ENOGASTRONOMÍA E FOMENTO
DO SEU CONSUMO PARA
CONTRIBUÍR Á AUTENTICIDADE
E CALIDADE DO DESTINO

ACCIÓN 2.1.1.

*Impulso da organización de
eventos relacionados coa
gastronomía.*

ACCIÓN 2.1.2.

*Creación dos premios
provinciais da gastronomía
lucense.*

ACCIÓN 2.1.3.

*Impulso de actividades de
investigación e divulgación
sobre a gastronomía lucense.*

ACCIÓN 2.1.4.

*Dinamización e promoción das
marcas gastronómicas de
calidade existentes na provincia.*

ACCIÓN 2.1.5.

*Deseño dunha ruta gastronómica
da provincia.*

ACTUACIÓN 2.2.

POSTA EN VALOR
DO PATRIMONIO
CULTURAL

ACCIÓN 2.2.1.

*Rede de eventos culturais da
provincia de Lugo.*

ACCIÓN 2.2.2.

*Posta en valor dos cascos
históricos e conxuntos
etnográficos da provincia de
Lugo.*

ACCIÓN 2.2.3.

*Fomento da recuperación e
revalorización das tradicións
locais.*

ACTUACIÓN 2.3.

VALORIZACIÓN
TURÍSTICA DA PAISAXE
E DOS RECURSOS
NATURAIS DISTINTIVOS

ACCIÓN 2.3.1.

*Posta en valor do
patrimonio xeolóxico da
Mariña Lucense, Ancares-
Courel e Ribeira Sacra.*

ACCIÓN 2.3.2.

*Apoio á candidatura da
Ribeira Sacra como
Patrimonio Mundial da
Unesco.*

ACCIÓN 2.3.3.

*Estudo de actualización de
necesidades das rutas en
catamarán na Ribeira
Sacra.*

ACCIÓN 2.3.4.

*Posta en valor do patrimonio
natural. Identificación e posta
en valor de rutas
emblemáticas.*

ACTUACIÓN 2.4.

FORTALECIMENTO DO
ORGULLO DE PERTENZA
E VALORACIÓN
AFECTIVA DOS
RECURSOS

ACCIÓN 2.4.1.

*Programa de
sensibilización das
xeracións máis novas*

ACCIÓN 2.4.2.

*Posta en marcha de xornadas
de portas abertas para o
coñecemento dos recursos
turísticos provinciais
destinadas á poboación local.*

ACCIÓN 2.4.3.

*Creación de premios provinciais
ás mellores iniciativas turísticas
do ano.*

ACCIÓN 2.4.4.

*Organización de xornadas
divulgativas.*

 L.E.3.

CONSOLIDACIÓN E CREACIÓN DA CARTEIRA DE PRODUTOS TURÍSTICOS NA PROVINCIA DE LUGO

 ACTUACIÓN 3.1.

CREACIÓN DE PLANS DE PRODUTOS TURÍSTICOS TRANSVERSAIS NA PROVINCIA DE LUGO

ACCIÓN 3.1.1.

*Creación da experiencia de
turismo cultural “Lugo
Inédito”.*

ACCIÓN 3.1.2.

*Creación dunha ruta de
Patrimonios da Humanidade
declarados pola Unesco.*

ACCIÓN 3.1.3.

*Creación dunha ruta relativa aos Bens de
Interese Cultural (BICs).*

ACCIÓN 3.1.4.

*Creación de rutas temáticas
arredor da cultura prehistórica,
castrexa e romana da provincia
de Lugo.*

ACCIÓN 3.1.5.

*Impulso á adhesión ao Club de
Produto Reserva da Biosfera.*

ACCIÓN 3.1.6.

*Creación de diferentes
experiencias baixo o paraugas
“Lugo Natural”.*

ACCIÓN 3.1.7.

*Impulso do Agroturismo e
Ecoturismo.*

ACCIÓN 3.1.8.

*Creación do programa de
experiencias “Maneiras de Vivir”
que lle permita aos visitantes
coñecer os costumes e
actividades vinculadas ao
traballo e ao lecer.*

ACCIÓN 3.1.9.

*Creación da experiencia turística
“Detrás de Lugo”.*

ACCIÓN 3.1.10.

*Creación do programa de ocio
experiencial “Actívate en Lugo”.*

ACCIÓN 3.1.11.

*Posta en valor de itinerarios culturais
como a Vía Romana XIX, Vía Rexia
do Norte e Vía Küning.*

ACCIÓN 3.1.12.

*Creación da experiencia
enogastronómica “Sabores Esenciais”*

ACCIÓN 3.1.13.

*Creación dunha ruta literaria
provincial onde se recoñezan os
persoeiros destacados da cultura
lucense.*

ACTUACIÓN 3.2.

CREACIÓN DE PLANS ESPECÍFICOS DE PRODUTOS POR
XEODESTINOS

LUGO-TERRA CHÁ

ACCIÓN 3.2.1.1.

TURISMO DA AUGA

Elaboración e deseño da “Ruta da Auga”.

ACCIÓN 3.2.1.2.

PATRIMONIO ARQUEOLÓXICO

*Creación dun itinerario definido por diferentes recursos
arqueolóxicos*

ACCIÓN 3.2.1.3.

ECOTURISMO

Creación dun Ecolab itinerante.

ACCIÓN 3.2.1.4.

TURISMO AGROALIMENTARIO

Creación e deseño de rutas ecogastronómicas

LUGO

ACCIÓN 3.2.2.1.

ROMANIZACIÓN

*Fomento da colaboración na realización de eventos
relacionados co patrimonio romano.*

ACCIÓN 3.2.2.2.

TERMALISMO

Continuación do programa “Lugo Termal”.

ACCIÓN 3.2.2.3.

TURISMO ACCESIBLE

Creación da experiencia “Lugo accesible”

RIBEIRA SACRA

ACCIÓN 3.2.3.1.

ENOTURISMO

*Apoio ás experiencias enoturísticas “Da vide á adega”.
Realización de cursos de especialización en enoturismo.*

ACCIÓN 3.2.3.2.

PATRIMONIO ROMÁNICO

Deseño e creación da experiencia “O Románico e as súas lendas”.

ACCIÓN 3.2.3.3.

TURISMO XEOLÓXICO

Posta en valor do patrimonio xeolóxico do territorio.

ACCIÓN 3.2.3.4.

TURISMO FLUVIAL

Estudo de actualización de necesidades das rutas fluviais en catamarán pola Ribeira Sacra. Creación da experiencia “Aventura na Ribeira Sacra”.

MARIÑA LUCENSE

ACCIÓN 3.2.4.1.

TURISMO LITORAL

Promoción do turismo náutico – deportivo a través do apoio á celebración de eventos náuticos. Posta en valor do patrimonio mariñeiro mediante o deseño de itinerarios interpretativos.

ACCIÓN 3.2.4.2.

TURISMO AGROALIMENTARIO-MARIÑEIRO

Posta en marcha de experiencias integrais que potencien os produtos alimentarios tanto do mar como da terra.

ACCIÓN 3.2.4.3.

GRANDES EVENTOS

Mapping en eventos.

ANCARES-COUREL

ACCIÓN 3.2.5.1.

TURISMO CIENTÍFICO

Proposta de declaración de Ancares – Courel como Destino Turístico Starlight. Fomento de actividades de “Ciencia na Natureza”.

ACCIÓN 3.2.5.2.

TURISMO ETNOGRÁFICO E ARTESANÍA

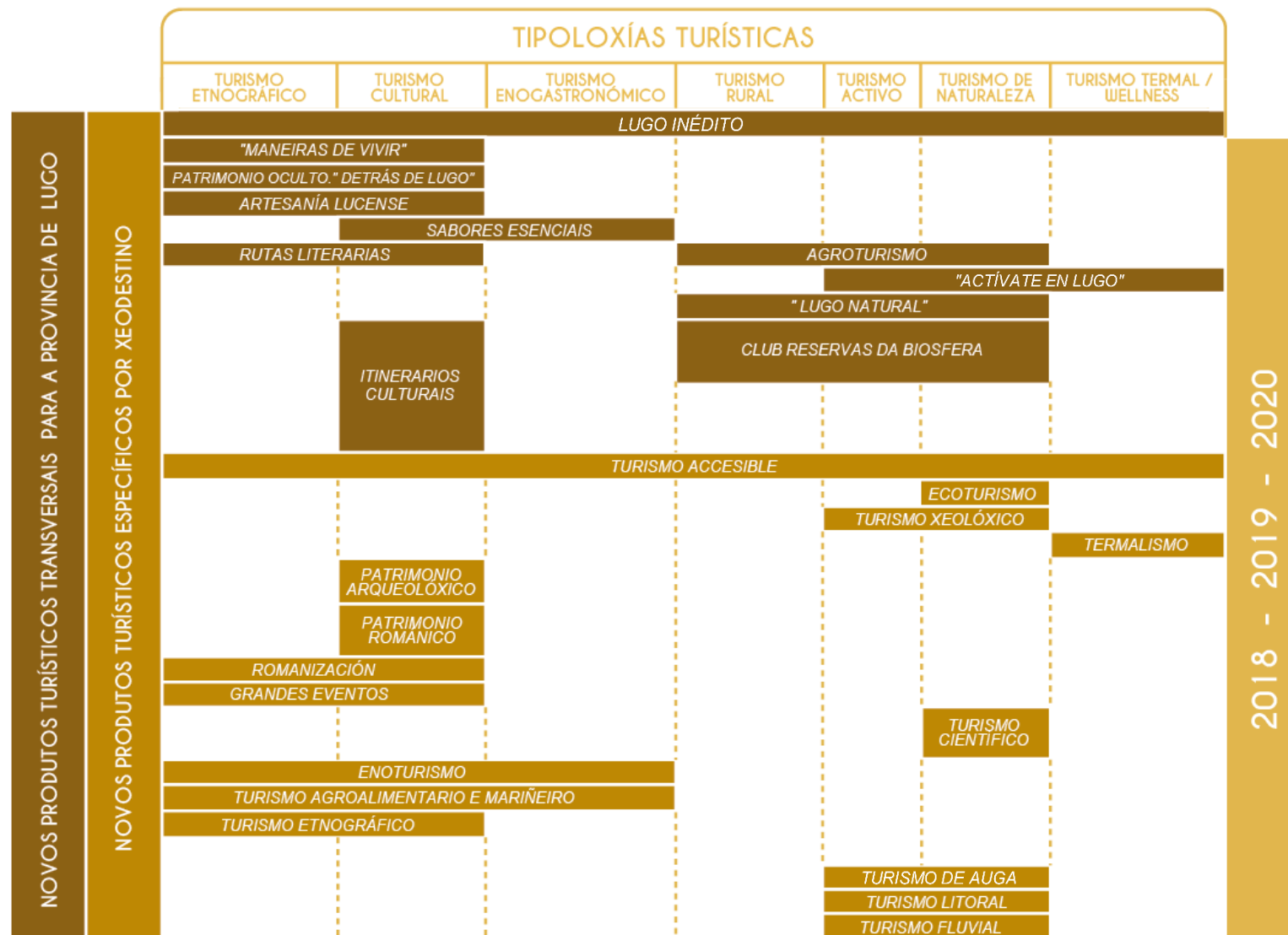
Deseño de visitas a obradoiros artesanais. Apoio á elaboración de material divulgativo sobre o patrimonio dos Ancares – Courel.

ACCIÓN 3.2.5.3.

ECOTURISMO

Creación dunha experiencia ecoturística na que se propoñan a realización de diferentes actividades que sexan responsables co medio natural e cultural.

Na seguinte gráfica móstranse os diferentes produtos turísticos creados na provincia transversalmente e específicos por xeodestinos



2018 - 2019 - 2020

L.E.4.

PROFESIONALIZACIÓN DO TECIDO EMPRESARIAL TURÍSTICO A TRAVÉS DO FOMENTO DA CALIDADE E INNOVACIÓN

ACTUACIÓN 4.1.

MELLORA DAS COMPETENCIAS DOS PROFESIONAIS DO TURISMO

ACCIÓN 4.1.1.

Elaboración dun calendario de formación integral (online e presencial)

ACCIÓN 4.1.2.

*Posta en marcha de xornadas de dinamización empresarial
“Lugo á Vangarda”.*

L.E.5.

PLAN DE PROMOCIÓN ATENDENDO Á DEMANDA

ACTUACIÓN 5.1. PLAN DE PROMOCIÓN ONLINE

ACCIÓN 5.1.1.
*Creación dunha páxina web
de turismo provincial.*

ACCIÓN 5.1.2.
*Elaboración dun plan de
comunicación.*

ACCIÓN 5.1.3.
*Creación de APPS para
productos turísticos
prioritarios.*

ACCIÓN 5.1.4.
*Elaboración dunha estratexia de
posicionamento do destino.*

ACTUACIÓN 5.2. PLAN DE PROMOCIÓN OFFLINE

ACCIÓN 5.2.1.
Organización de Fam Trips.

ACCIÓN 5.2.2.
*Asistencia a feiras especializadas nacionais
e internacionais.*

ACCIÓN 5.2.3.
Asistencia a foros sectoriais.

ACCIÓN 5.2.4.
*Promoción turística nos principais
destinos emisores de visitantes*

ACCIÓN 5.2.5.
*Procura de patrocinios da marca
turística da provincia de Lugo en
equipos de carácter deportivo.*

ACCIÓN 5.2.6.
Elaboración de material divulgativo.



PLAN DE COMERCIALIZACIÓN ATENDENDO AOS PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS

● **ACTUACIÓN 6.1.** PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 6.1.1.

*Impulso de actividades complementarias de curta duración
“Para Descubrir, Lugo” que combinen múltiples produtos con
potencial de desestacionalización e posicionamento da marca.
turística provincial.*

ACCIÓN 6.1.2.

Adhesión a marcas nacionais e/ou internacionais.





TEMPORALIZACIÓN PARA A IMPLANTACIÓN DAS ACCIONS

9. TEMPORALIZACIÓN PARA A IMPLANTACIÓN DAS ACCIÓNS

A. ACCIÓNS PRIORITARIAS E A CURTO PRAZO

EIXE1

GOBERNANZA E XESTIÓN

1. Creación dun ente turístico provincial participativo e consultivo presidido pola Deputación de Lugo.
2. Elaboración dun informe anual das actuacións levadas a cabo pola Deputación de Lugo no eido do turismo.
3. Sinalización intelixente: Apoio á renovación da sinalización e paneis informativos.

EIXE 2

PRODUTO TURÍSTICO

1. Impulso da organización de eventos relacionados coa gastronomía.
2. Rede de eventos culturais da provincia de Lugo.
3. Apoio á candidatura da Ribeira Sacra como Patrimonio Mundial da UNESCO.
4. Estudo de actualización de necesidades das rutas fluviais en catamarán pola Ribeira Sacra.
5. Organización de xornadas divulgativas sobre a historia, os recursos patrimoniais e a oferta turística da provincia.
6. Proposta de declaración de Ancares – Courel como Destino Turístico Starlight.

EIXE 3

COMPETITIVIDADE DO DESTINO

1. Elaboración dun calendario de formación integral (online e presencial).

EIXE 4

POSICIONAMENTO DO DESTINO

1. Elaboración e deseño dunha páxina web turística da provincia.
2. Elaboración dun plan de comunicación.
3. Creación de apps para produtos turísticos prioritarios.
4. Elaboración dunha estratexia de posicionamento do destino.
5. Asistencia a feiras especializadas nacionais e internacionais.
6. Elaboración de material divulgativo.
7. Impulso de actividades complementarias de curta duración “Para Descubrir, Lugo”.

B. ACCIÓNS A MEDIO / LONGO PRAZO

EIXE1

GOBERNANZA E XESTIÓN

1. **Establecemento dunha vía eficaz de comunicación** cos axentes turísticos en liña (Canle de Turismo).
2. **Creación dun mecanismo de comunicación eficaz entre as oficinas de turismo e os aloxamentos turísticos.**
3. **Apoio económico ás entidades locais** co fin de reforzar o servizo de información turística.
4. **Establecemento duns criterios de homoxeneidade** para a elaboración de estatísticas e edición de material informativo.
5. **Creación do Observatorio Turístico Provincial.**
6. **Impulso dos estudos e traballos de investigación** sobre o turismo na provincia de Lugo.
7. **Creación e celebración dun foro sobre innovación turística e intercambio de experiencias.**
8. **Apoio á renovación de paneis interpretativos** de recursos.

EIXE 2

PRODUTO TURÍSTICO

1. **Creación dos premios provinciais** de gastronomía lucense.
2. **Impulso de actividades de investigación e divulgación** sobre a gastronomía lucense.
3. **Dinamización e promoción das marcas gastronómicas** de calidade existentes na provincia.
4. **Deseño dunha ruta gastronómica** da provincia.
5. **Posta en valor dos cascos históricos e conxuntos etnográficos** da provincia de Lugo.
6. **Fomento da recuperación e revalorización das tradicións locais** (artesanía, literatura, música, festas, etc.).
7. **Posta en valor do patrimonio xeolóxico** da Mariña Lucense, Ancares – Courel e Ribeira Sacra.
8. **Posta en valor do patrimonio natural.** Identificación e posta en valor de rutas emblemáticas.
9. **Programa de sensibilización das xeracións máis novas.**

EIXE 2

10. Creación dos premios provinciais ás mellores iniciativas turísticas do ano.
11. Creación da experiencia de turismo cultural “Lugo Inédito”.
12. Creación dunha ruta de Patrimonios da Humanidade declarados pola Unesco.
13. Creación dunha ruta sobre os Bens de Interese Cultural (BICs).
14. Creación de rutas temáticas ao redor da cultura prehistórica, castrexa e romana da provincia de Lugo.
15. Creación de diferentes experiencias baixo o paraugas “Lugo ao Natural”.
16. Impulso á adhesión ao Club de Produto Reservas da Biosfera.
17. Impulso do ecoturismo e agroturismo a través da creación do programa “Vive o Rural”.
18. Creación do programa de experiencias “Maneiras de Vivir” que lle permita aos visitantes coñecer os costumes e actividades vinculadas ao traballo e ao lecer.
19. Creación da experiencia arredor do patrimonio oculto “Detrás de Lugo”.
20. Creación do programa de ocio experiencial “Actívate en Lugo”.
21. Posta en valor de itinerarios culturais como a Vía Romana XIX, a Vía Rexia do Norte e a Vía Küning.
22. Creación da experiencia enogastronómica “Sabores Esenciais”.
23. Creación dunha ruta literaria provincial onde se recoñezan os persoeiros destacados da cultura lucense.
24. Experiencia piloto “Lugo Accesible”.
25. Elaboración e deseño da ruta da auga no xeodestino Lugo – Terra Chá.
26. Promoción de visitas aos recursos arqueolóxicos existentes na provincia.
27. Posta en valor do patrimonio xeolóxico a nivel provincial.
28. Creación dun Ecolab itinerante.
29. Creación e deseño de rutas ecogastronómicas no xeodestino Lugo – Terra Chá.
30. Fomento da colaboración na realización de eventos relacionados co patrimonio romano.
31. Continuación do programa “Lugo Termal”.
32. Apoio ás experiencias enoturísticas completas “Da Vide á Adega” no xeodestino Ribeira Sacra.

EIXE 3

COMPETITIVIDADE DO DESTINO

1. Posta en marcha de xornadas de dinamización empresarial “**Lugo á Vangarda**”.
2. **Posta en marcha de xornadas de portas abertas para o coñecemento dos recursos turísticos provinciais destinadas á poboación local.**

EIXE 4

POSICIONAMENTO DO DESTINO

1. **Plan de promoción online:**
 - **Programa de fortalecemento da imaxe da provincia de Lugo como destino turístico** a través das novas tecnoloxías.
 - **Unificación de criterios para a presentación da información e a súa correspondente promoción.**
2. **Plan de promoción offline:**
 - Organización de Fam Trips.
 - **Asistencia a foros sectoriais.**
 - **Promoción turística nos principais destinos emisores.**
 - **Procura de patrocinios da marca turística da provincia de Lugo en equipos de carácter deportivo.**
3. **Plan de comercialización:**
 - **Adhesión a marcas nacionais e internacionais.**



DEPUTACIÓN
DE LUGO

Lugo
cambia 