

proposta para a elaboración dunha estratexia de
promoción turística en Cuntis



xullo de 2016

INTRODUCCIÓN

Ningún dubida da importancia do turismo como sector estratéxico e indispensable para o desenvolvemento socioeconómico de Cuntis. O noso municipio ten un potencial envexable para xerar riqueza se somos capaces de elaborar unha estratexia de xestión e promoción turística axeitada; se concibimos esta aposta como a gran posibilidade de imaxinar futuro nunha vila na que o resto de sectores padecen unha notable mingua. Coñecer e gozar de Cuntis, no sentido máis amplo do concepto turístico, implica movemento e reactivación económica na nosa vila. A creación de postos de traballo é unha consecuencia directa da fortaleza deste sector.

Cuntis carece deste enfoque, e polo tanto, dunha estratexia global que busque o aproveitamento dos nosos recursos en prol do potenciamento do turismo como sector económico de referencia. Unha boa proba disto é que a área de Turismo nos Orzamentos municipais vén integrada nun epígrafe no que se inclúe ademais 'comercio' e 'pemes'. O destinado a esta partida de gasto queda nun insignificante total de 9000 euros (un 0,294 %).

Fecha: 14/10/2015

CONCELLO DE CUNTIS

Pág. 1

Presupuesto de Gastos. Resumen por Políticas de Gasto.

Entidad: 01 CONCELLO DE CUNTIS

Ejercicio: 2016

Presupuesto: 016 ORZAMENTO 2016

| Pol. Gasto | Descripción | Recursos | % |
|-------------------|--|---------------|---------|
| 13 | SEGURIDAD Y MOVILIDAD CIUDADANA | 84.434,93 | 2,759 |
| 15 | VIVIENDA Y URBANISMO | 118.526,18 | 3,873 |
| 16 | BIENESTAR COMUNITARIO | 520.900,85 | 17,023 |
| 17 | MEDIO AMBIENTE | 39.100,00 | 1,278 |
| 23 | SERVICIOS SOCIALES Y PROMOCION SOCIAL | 457.772,36 | 14,960 |
| 24 | FOMENTO DE EMPLEO | 146.859,29 | 4,799 |
| 31 | SANIDAD | 14.500,00 | 0,474 |
| 32 | EDUCACION | 174.434,51 | 5,700 |
| 33 | CULTURA | 337.418,99 | 11,027 |
| 34 | DEPORTE | 58.140,00 | 1,900 |
| 43 | COMERCIO, TURISMO Y PEQUEDAS Y MEDIANAS EMPRESAS | 9.000,00 | 0,294 |
| 44 | TRANSPORTE PUBLICO | 639,91 | 0,021 |
| 45 | INFRAESTRUCTURAS | 313.887,29 | 10,258 |
| 49 | OTRAS ACTUACIONES DE CARACTER ECONOMICO | 10.000,00 | 0,327 |
| 91 | ORGANOS DE GOBIERNO | 53.479,25 | 1,748 |
| 92 | SERVICIOS DE CARACTER GENERAL | 443.067,26 | 14,479 |
| 93 | ADMINISTRACION FINANCIERA Y TRIBUTARIA | 260.589,18 | 8,516 |
| 94 | TRANSFERENCIAS A OTRAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS | 17.250,00 | 0,564 |
| TOTAL PRESUPUESTO | | 3.060.000,00€ | 100,000 |

Tal e como figuraba no programa electoral de Veciñanza, entendemos que é viable procurar a declaración de Cuntis por parte da Xunta de Galicia como *Municipio de Interese Turístico*. Desta maneira o noso concello podería aproveitarse das vantaxes previstas para este tipo de distincións, tanto a nivel económico como de promoción por parte do Goberno Galego. A lei que regula a declaración dos municipios de interese turístico é a 7/2011 de Turismo de Galicia, que estable os seguintes requisitos:

A Xunta de Galicia poderá declarar municipios turísticos aqueles que cumpran cos requisitos que se fixen por vía regulamentaria e, como mínimo, os seguintes:

- a) Que a media ponderada anual de poboación turística sexa superior ao 25% do número de veciños.
- b) Que o número de prazas de aloxamento turístico e de prazas de segunda residencia sexa superior ao 50% do número de veciños.
- c) Que acrediten contar, dentro do seu territorio, con algún recurso ou servizo turístico susceptible de producir unha atracción turística que xere unha cantidade de visitantes cinco veces superior á súa poboación, computada ao longo dun ano e repartida, cando menos, en máis de trinta días.

Artigo 28. Servizos mínimos dos municipios turísticos.

1. Sen prexuízo dos servizos mínimos que, conforme a lexislación reguladora do réxime local, deban prestar os municipios e das competencias que lles correspondan a outras administracións públicas, os concellos turísticos deben prestar os seguintes servizos:

- a) A protección da salubridade pública e da hixiene en todo o territorio municipal, incluídas praias e costas.
- b) A protección civil e a seguranza cidadá.
- c) A promoción e a protección dos recursos turísticos do concello.
- d) A sinalización turística e a de información xeral.
- e) A atención e a orientación ás usuarias e aos usuarios turísticos, mediante unha oficina de información que deberá estar aberta todo o ano e contar con persoal cualificado para desempeñar esta tarefa.
- f) A posta á disposición das usuarias e dos usuarios turísticos dun servizo de acceso á internet, de utilización momentánea, na oficina de información turística ou noutros puntos de consulta abertos ao público.
- g) As funcións ambientais que lles correspondan de acordo coa normativa sectorial.
- h) O desenvolvemento das políticas activas en infraestruturas e urbanismo para favorecer contornos agradables e turisticamente atractivos, especialmente nos núcleos históricos, conservando os tipos arquitectónicos galegos.

2. Os municipios turísticos deben prestar ademais os servizos mínimos que se correspondan co volume de poboación resultante de sumar o número de residentes coa media ponderada anual de poboación turística. Tamén poden establecer, de acordo coa lexislación de réxime local, e en función das súas necesidades, outros servizos complementarios que poidan prestar temporalmente, ou con varias intensidades, en función da afluencia turística.

Artigo 29. Efectos da declaración de municipio turístico. Os municipios turísticos e os suxeitos turísticos que prestan neles os seus servizos deben ser obxecto de atención preferente nos seguintes ámbitos:

- a) Na elaboración dos plans e programas turísticos das administracións supramunicipais e da Administración da Xunta de Galicia.
- b) Nas liñas e medidas de fomento económico establecidas pola Administración da Xunta de Galicia e polas deputacións provinciais.
- c) Nas actividades da Administración da Xunta de Galicia dirixidas á promoción interior e exterior do turismo e ao fomento da imaxe de Galicia como oferta ou marca turística global.
- d) Nas políticas de implantación ou de mellora de infraestruturas e servizos que incidan notoriamente no turismo e sexan impulsadas polos distintos departamentos da Administración da Xunta de Galicia.

Artigo 30. Perda da condición de municipio turístico.

1. A perda da condición de municipio turístico producirase cando se dea algunha das seguintes circunstancias:

a) Se o solicita o concello interesado.

b) Se deixan de darse as circunstancias que o motivaron.

c) Se o concello non presta os servizos mínimos inherentes á condición de municipio turístico.

2. Será obxecto de desenvolvemento regulamentario o establecemento dos requisitos e o procedemento para a perda de tal condición, que nos supostos b) e c) do punto anterior incluírá a audiencia ao concello afectado

Máis alá de traballar na consecución deste obxectivo, entendemos que é preciso emprender de inmediato unha estratexia orientada á valorización da 'marca Cuntis'. A promoción dos nosos atractivos debera ser unha prioridade inmediata para calquera



Goberno que procure a activación de mecanismos orientados ao desenvolvemento socioeconómico e cultural da nosa vila. Contamos xa cunha Festa de Interese Turístico Galego que é preciso coidar e facer medrar sostiblemente, así como con grandes cotas de afluencia de visitantes en temporada estival, pero o reto debera ser desestacionalizar a chegada de turistas e facer posible

que durante todo o ano Cuntis sexa un destino apetecible e coñecido fóra dos nosos límites municipais.

Apostamos firmemente polo desenvolvemento deste sector e, ademais de detectar as carencias que actualmente presenta no que se refire a promoción, elaboramos unha proposta ordenada que contén ideas para a posta en marcha dun plan de acción turística tan necesario para a nosa vila.



PIARES DUNHA ESTRATEXIA DE ACCIÓN TURÍSTICA PARA CUNTIS

1. Antes de vir a Cuntis

MATERIAL INFORMATIVO

Material informativo completo, atractivo, de calidade, funcional e útil no que aparezan os principais recursos turísticos sinalizados debidamente. É preciso elaborar un rúeiro propio e actualizado no que o/a visitante poida localizar facilmente os recursos que pode atopar no concello.

DISTRIBUCIÓN E PRESENZA NOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Tan importante como dispoñer do material informativo é saber distribuílo nos puntos nos que o turista poida ter acceso a ese material, e que lle resulte o suficientemente atractivo para tomar a decisión de visitarnos. Neste sentido é imprescindible **reforzar a presenza de Cuntis nas redes de oficinas tanto de Turismo de Galicia como das dependentes do organismo Turismo Rías Baixas.** Son unha ubicación ideal debido á súa credibilidade e ao número de visitantes que reciben e están situadas nos puntos de maior afluencia turística do País.



FEIRAS E EVENTOS

Presenza en feiras ou eventos turísticos de proximidade. Actualmente Cuntis ou carece de presenza neste tipo de actos ou carece de planificación e eficiencia nos que está. Estes eventos acollen a numerosos visitantes interesados no que neles se expón, ademais de profesionais do sector. Son grandes oportunidades para crear redes de contactos e relacións con outros municipios de características semellantes ás nosas. Ademais, esta presenza conleva un **mínimo custe e reporta un gran impacto.**



TURISMO E NATUREZA

Nos últimos anos estase a incrementar o interese da poboación en **conxugar turismo e natureza.** Neste sentido Cuntis ten un amplo potencial que explotar a través

das rutas de sendeirismo que, de ter sinalizadas correctamente, limpas e

accesibles, suporían un complemento ideal á oferta xa existente. Sería interesante para que os trazados sexan funcionais e atractivos crear material informativo (dípticos, trípticos, aplicacións para dispositivos móbiles, etc) nos que se recolleran os datos das rutas: lonxitude, dificultade, atractivos, etc. **As rutas de sendeirismo non son só un atractivo en si polo 'deporte' senón que tamén poden constituír un vínculo cos outros recursos turísticos** no que obteriamos sinerxias destacables.

Unha vez elaborado este mapa de rutas débense difundir entre as webs especializadas neste tipo de práctica deportiva.



EXCURSIONISMO

Excursionismo, en termos turísticos, é aquel fenómeno no que hai visita e disfrute dos recursos pero non pernoctación. Cómpre **deseñar e potenciar a imaxe de Cuntis como destino turístico e de excursionismo**. Resulta interesante tratar de atraer aqueles turistas que, estando aloxados en concellos da contorna, pode resultarlles atractivo pasar un día na nosa vila sen que

necesariamente se produza aloxamento. É importante buscar o aproveitamento das redes de proximidade, é dicir, crear sinerxias cos concellos veciños que poidan materializarse en accións conxuntas. A nosa comarca ten elementos comúns que poden ser aproveitados na promoción turística se se coordina a acción promocional. Exemplo disto pode ser a arte rupestre, as augas termais, as beiras do Umia, etc.

IMPLICACIÓN VECIÑAL

Os veciños e veciñas dun lugar teñen un alto grao de credibilidade para o turista. É necesario tratar de implicar á poboación local na tarefa de prestación de axuda ao visitante: ofrecer unha cara amable e información certa coa que o visitante poida alimentar o '*boca a boca*' fóra do noso municipio. **Síntoma dunha boa estratexia de promoción turística é a implicación de todos os suxeitos municipais** (empresas, establecementos hostaleiros, entidades veciñais, particulares, etc.). Unha acción institucional que non conta coa complicidade de veciños e veciñas estará coxa e non será efectiva.

REDES SOCIAIS E NOVAS TECNOLOXÍAS

O aproveitamento das redes sociais e as novas tecnoloxías é a día de hoxe imprescindible na promoción turística. Neste sentido, en Cuntis está todo por facer. Concederlle a isto a importancia que realmente ten é un dos pasos imprescindibles para iniciar unha estratexia efectiva. Ben sabido é que **a rede é hoxe un dos puntos de información referenciais en todos os ámbitos**. O turista xa escolle o seu destino valorando a información que ten dispoñible nela.



Sería necesario dispor dunha web debidamente actualizada e funcional en calquera dispositivo móbil, ter unha xestión óptima de perfís en redes sociais, dispor de aplicacións móbiles, etc.

Nesta mesma liña, débese coidar a imaxe en webs especializadas, blogs e foros de opinión. Os encontros de *bloggers* son hoxe en día un recurso de alta efectividade para **posicionar a imaxe do noso concello na rede** da maneira máis positiva.

2. En Cuntis

PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Un dos requisitos para poder acceder á consideración de Municipio de Interese Turístico é o de ter un punto de información con persoal cualificado durante todo o ano. Ningunha estratexia de promoción turística pode prescindir de informadores/as, así como dun punto físico de referencia debidamente localizado. En moitos casos, cando o visitante chega ao seu destino o primeiro lugar ao que se dirixe é o punto de información turística, e en boa medida aí é onde empeza a compoñer as súas sensacións. Unha atención adecuada e un servizo eficiente son

fundamentais para poder ofrecer unha imaxe agradable, capaz de converterse na nosa mellor embaixadora. **Cuntis precisa dun servizo de información turística dispoñible todo o ano, identificable e cunha atención de calidade.**



IDENTIDADE CORPORATIVA. A MARCA

Cada día son máis os concellos e entidades que buscan diferenciarse por medio dunha imaxe distintiva. **A creación dunha identidade visual é unha necesidade para sermos facilmente recoñecibles e poder vincular na promoción os atractivos que ofrecemos con esa imaxe rapidamente localizable.**

Así mesmo, é necesaria unha **senalización propia e homoxénea** que permita vincular

visualmente todos os recursos que ofrece o noso municipio. Ademais da súa utilidade práctica, a parte estética é imprescindible para configurar unha opinión agradable que impacte positivamente no/a visitante.

COORDINACIÓN CON OUTROS AXENTES

Como xa se sinalou anteriormente, a **complicidade do conxunto da poboación é fundamental para o desenvolvemento dunha estratexia efectiva de promoción**. Neste sentido, teñen especial importancia os establecementos do sector. Sería desexable a posta en marcha de accións conxuntas, campañas informativas, de promoción, etc. Non se pode ofrecer a imaxe de desconexión entre a acción institucional e o resto de particulares do municipio.

EXPLICACIÓN DOS RECURSOS

Por último, debemos coidar a explicación dos nosos recursos. Sinalética, paneis, folletos, apps, etc. deben ser pólas dunha mesma árbore na promoción conxunta do noso atractivo. Dalgunha maneira debemos explicarlle ao visitante a importancia da arte rupestre, dos castros, das burgas, etc.

3. Oferta



A consolidación de Cuntis como destino de interese non pode basearse unicamente na oferta visual que ofrece. Ademais da contemplativa, debemos pór en marcha unha **oferta participativa** que complemente os recursos xa existentes. Cada vez máis este é un factor determinante á hora de elixir destino.

O mantemento das rutas de sendeirismo e a facilitación das mesmas é quizais a tarefa máis inmediata e viable que se pode realizar neste sentido. Pero non só. A elaboración dun programa de actividades que vaia máis alá das festas puntuais e incluso da temporada estival é un desafío que merece todo o esforzo. Sendo capaces de situar Cuntis como un destino con oferta activa durante todo o ano estaremos avanzando na dirección axeitada para aproveitar todas potencialidades do noso municipio.

CONCLUSIÓNS

A promoción turística non pode ser unha conxunto de accións puntuais e illadas sen conexión nin relación entre elas. Ten que ser unha estratexia global pensada para obter resultados a medio prazo pero composta de accións de execución inmediata. Só quen valora o turismo como un recurso económico de primeira orde pode pensar nunha estratexia global e non unicamente nun recompilatorio de accións de trámite. Neste sentido, é preciso valorar este sector como se merece e sermos capaces de valorar o seu potencial. O presente documento foi elaborado valéndose das achegas veciñais recibidas no encontro celebrado o día 13 de xullo de 2016 na Casa da Cultura Roberto Blanco Torres.

Cuntis ten case todo por facer neste eido. O que propoñemos neste documento é a elaboración dunha estratexia global de promoción que permita o aproveitamento do potencial turístico que ten o noso municipio. Confiamos no seu desenvolvemento como unha fonte de estimulación económica nun escenario sen perspectivas de evolución no resto de sectores. Somos conscientes das limitacións orzamentarias, pero tamén o somos da gran marxe de mellora que hai para ampliar os recursos dispoñibles. Propoñemos moitas medidas sen custe ou de gastos asumibles, pero sobre todo, propoñemos outra forma de facer e de xestionar. É posible sentar as bases dunha estratexia global simplemente con mudar a importancia que dende o actual grupo de Goberno se lle concede ao sector.

Ademais dos atractivos turísticos xa coñecidos, débese explorar con decisión a variante do Camiño de Santiago xa documentada e que contaría cunha alternativa que discorre por chan cuntiense. Cremos que é posible traballar fixando o obxectivo na declaración de Cuntis como Municipio de Interese Turístico, pero iso require a posta en marcha de accións que xa deberan estar plenamente activas nun concello cun potencial como o que presenta o noso.

