



CADERNOS
DE COOPERACIÓN
DO EIXO
ATLÁNTICO

ESTRATEGIAS TURÍSTICAS PARA PONTEAREAS

PROPOSTAS DE ACCIÓN MUNICIPAL
PARA A DINAMIZACIÓN DO TURISMO
NO CONCELLO DE PONTEAREAS



Programa Interreg España-Portugal (POCTEP) 2021-2027

**CADERNOS DE COOPERACIÓN
DO EIXO ATLÁNTICO**

**ESTRATEGIAS TURÍSTICAS
PARA PONTEAREAS**

**PROPOSTAS DE ACCIÓN MUNICIPAL PARA A DINAMIZACIÓN
DO TURISMO NO CONCELLO DE PONTEAREAS**

COLECCIÓN:
Cadernos de Cooperación do Eixo Atlántico

EDITA:
Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular

DIRECTOR:
Xoán Vázquez Mao

AUTOR:
Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular

MAQUETACIÓN:
María Llauger

IMPRESIÓN:
Rodí Artes Gráficas, S.L.

DEPÓSITO LEGAL:
VG 23-2023

ISBN:
Versão impressa: 978-989-9060-65-4
Versão digital: 978-989-9060-66-1

Año de edición: 2023

Este informe foi cofinanciado polo Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER) a través do Programa Operacional de Cooperación Transfronteiriza España-Portugal (POCTEP). As opinións son da exclusiva responsabilidade dos autores que as emiten.

Índice

1 . INTRODUCCIÓN	9
2 . METODOLOXÍA	13
2.1. BENCHMARKING	14
2.2. VISITA CLIENTE MISTÉRIO (RESTAURACIÓN E RECURSOS)	14
2.3. ENTREVISTA CON CONCELLEIRA DE TURISMO (VIRTUAL)	15
2.4. CUESTIONARIO A AXENTES	15
2.5. AUDITORÍA VIRTUAL	16
2.6. CONSULTA DE LITERATURA E DOCUMENTACIÓN EXISTENTE	16
2.7. DINÁMICA GRUPAL (POR VIDEOCONFERENCIA)	17
3 . MARCO TEÓRICO	21
4 . MARCO ESTRATÉXICO	35
5 . TRABALLO DE CAMPO	41
5.1. AUDITORÍA VIRTUAL	41
5.2. VISITA AO TERRITORIO	44
5.3. FOCUS GROUP	47
5.4. ENTREVISTA COA CONCELLEIRA DE TURISMO	48
5.5. CUESTIONARIO DIRIXIDO A AXENTES DO SECTOR TURÍSTICO	49
5.5.1. Sobre a súa institución.....	49
5.5.2. Sobre o territorio (Ponteareas)	49
5.5.3. Sobre os visitantes ao territorio	50
5.5.4. Sobre os axentes do territorio.....	51
6 . DIAGNÓSTICO	55
7 . PROPOSTAS DE ACTUACIÓN	61
7.1. EIXOS ESTRATÉXICOS	62
7.1.1. Música.....	62
7.1.2. Natureza	62
7.1.3. Turismo infantil	63
7.1.4. Corpus Christi.....	63
7.1.5. Marketing e Xestión do destino	64

7.2. FICHAS DE ACCIÓN	65
7.2.1. Música: Tematización da Vila	65
7.2.2. Natureza: Parques de aventura nas árbores.....	67
7.2.3. Natureza: Senda botánica infantil.....	68
7.2.4. Turismo Infantil: Restaurantes enfocados no público infantil.....	69
7.2.5. Turismo Infantil: Parque infantil urbano innovador.....	71
7.2.6. Corpus Christi: Aproveitamento da Imaxe do Corpus.....	73
7.2.7. Marketing: Marketing focalizado.....	75
7.2.8. Marketing: Ponteareas: “Hub” central de visitas ao xeodestino	76
7.2.9. Xestión do destino: Mellora da sinalética	78
7.2.10. Xestión do destino: Ponto de información turística	80
8 . REFLEXIÓNS FINAIS E PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS	85
9. ANEXOS	
ANEXO I - INFORMACIÓN PROPORCIONADA POLA OFICINA DE TURISMO DO CONCELLO	89
ANEXO II - RECURSOS CLASIFICADOS SEGUNDO TURISMO RÍAS BAIXAS	90
ANEXO III - SITIOS WEB INSTITUCIONAIS DE TURISMO DE PONTEAREAS	99
ANEXO IV -GUIÓN FOCUS GROUP PARA O SECTOR PRIVADO	101
ANEXO V - CUESTIONARIO DIRIXIDO A AXENTES DO SECTOR TURÍSTICO	102
10 . REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBLIOGRÁFICAS	111
11. ABREVIATURAS E ANGLICISMOS	
11.1. ABREVIATURAS	117
11.2. ANGLICISMOS	118
ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E TÁBOAS	120

INTRODUCCIÓN





1

INTRODUCCIÓN

Baixo a tutela e encargo do Eixo Atlántico, redáctase este informe que pretende chegar a unha batería de propostas de políticas públicas municipais en materia de turismo, sendo que este documento, para chegar a ditas propostas, debe elaborar un diagnóstico actual do sector no municipio de Ponteareas (Pontevedra), asentado sobre un proceso de análise de datos secundarios e produción de datos primarios, incluíndo un proceso participativo co que se dará a posibilidade de contribución tanto ao ámbito público como ao privado.

O conxunto de propostas e recomendacións obtidas serán dirixidas exclusivamente á administración local, sendo que deben ser viables legal e/ou tecnicamente para ela, no sentido de non extralimitarse das súas competencias e/ou das súas disponibilidades financeiras, tratando de aproveitar as potencialidades e forzas identificadas e mitigando as fragilidades turísticas e ameazas que resulten da fase de diagnóstico.

Para isto, tras unha primeira parte do traballo de campo, se realizará o diagnóstico desde o punto de vista da oferta e a demanda municipal. Este traballo conleva diferentes ferramentas metodolóxicas tanto para a fase máis teórica como para o traballo de campo, que aseguran a recollida de opinións de ambos sectores, ou polo menos, a oportunidade de opinión, cabendo aos axentes diferentes posibilidades de aportación e absoluta voluntariedade sobre a mesma; todas as ferramentas previamente establecidas, utilizáronse igualmente, mesmo habendo falta de participación suficiente de un ou outro lado (por exemplo, dinámica grupal, ou, entrevistas ao sector público).

Obviamente, as propostas presentadas terán en conta as diferentes macro-estratexias (supramunicipais) nas que Ponteareas se inclúe, non só de forma a asegurar a súa coherencia, pero tamén e principalmente, de modo a potenciar o impacto de esas estratexias e dos investimentos /fontes de financiamento a estas asociadas.

Por outro lado, este informe non contradí, se non que complementa, a lóxica dos xeodestinos recollidos na Lei 27/2011 do Turismo de Galicia, no sentido de que os destinos a escala son o que debe priorizarse nun contexto de “ventas” de marcas turísticas, na Comunidade e fora dela, por unha evidente ganancia de “masa crítica” e contidos para o aumento da estancia media e do gasto por turista; pero, o traballo a nivel micro terá que ser sempre feito e é, certamente, insubstituíble. Por iso, o alcance de este documento é exclusivamente municipal, sen contrariar o outro principio básico de que “un territorio que non cumpra cos requisitos mínimos para poder considerarse destino, non debe apostar por facer planeamento, pero si, pode ter e seguir liñas correctas de actuación en canto á execución de políticas públicas municipais en pro do sector”.

Cando se fala do turismo de interior, hai que pensalo en clave de interrelación co resto de sistemas e subsistemas, naturais, socioeconómicos e administrativos (Lopez, 2007). E, sobre esta base, se reflexiona para o concello de Ponteareas, cuxo interese na dinamización do turismo se basea nas potenciais melloras en canto a riqueza e xeración de emprego a nivel local, tanto de forma directa, como indirectamente a través do efecto multiplicador con que este sector conta.

Este documento, realizado no marco do proxecto HI-EXPERIENCE, cofinanciado polo Interreg V A España-Portugal (POCTEP), se estrutura, unha vez realizado o diagnóstico en propostas detalladas en base aos recursos con maior potencialidade (por exemplo, música ou natureza) e cos públicos mais idóneos (familiar-infantil), incluíndo tamén accións de promoción e de desenvolvemento de produto específicos (por exemplo, festa do Corpus).

METODOLOGÍA |

2 METODOLOXÍA

Este traballo, como antes adiantado, pretende, sentar bases para unha gobernanza no sector turístico no municipio, por tanto, realizar por un lado un traballo teórico e aproveitar toda a información, traballo e literatura existente, así como datos e estatísticas de fontes diversas; pero sobre todo, por outro, intenta (que non consegue no seu escenario ideal) abrir a porta a un traballo participativo para que as propostas respondan ao que os axentes (públicos e privados) directamente relacionados co sector do turismo observan no seu día a día, as expectativas que teñen e potencialidades que identifican.

Como produción de datos primarios, unha das ferramentas previstas eran entrevistas a responsables públicos, o que se puido realizar coa concelleira de turismo, cuxas informacións e aportacións impregnan este informe.

Ferramentas Metodolóxicas



Figura 1. Ferramentas metodolóxicas.
Fonte: Elaboración propia.



2.1. BENCHMARKING

Tratándose dunha ferramenta tradicionalmente máis utilizada en contexto empresarial (consiste en utilizar un «comparador» ou «benchmark» a modo de referencia sobre aqueles produtos, servizos ou procesos de traballo mais eficientes), é de grande utilidade para a planificación en turismo, pois habendo territorios que están en momentos diferentes no seu ciclo de vida turístico, os que están en inicio do mesmo poden inspirarse nos que xa están en desenvolvemento ou consolidación. No caso do *benchmarking* para Ponteareas, este realízase na súa dobre vertente, sendo que en ambos casos este traballo se reflicte no epígrafe relativo ás propostas de actuación:

- Análise de territorios con similitudes (tamaño, localización en relación a grandes cidades, tipoloxía de recursos, etc.) a Ponteareas, para observar no xeral a estratexia seguida. Este traballo refléxase no epígrafe relativo ás propostas de actuación.
- Identificación de boas prácticas que respondan a oportunidades ou forzas coas que tamén conta Ponteareas e que, conceptualmente, xa se teña chegado á súa definición en abstracto. Isto, de algún modo, serve como validación das propostas, probando o seu éxito noutros contextos. Este traballo refléxase no epígrafe relativo a propostas de actuación, indicando o destino da boa práctica.



2.2. VISITA CLIENTE MISTERIO (RESTAURACIÓN E RECURSOS)

Ambos autores, e en momentos temporais diferentes (inverno e verán) se achegaron ao municipio de Ponteareas para, colocándose no papel de turistas, viaxar à vila e consumir servizos de restauración, pasear pola vila e realizar visitas aos recursos.

Sendo un dos motivos da visita da demanda turística actual identificados previamente, a recomendación de amigos, unha das visitas realizadas intentou replicar esa experiencia. Neste contexto, a planificación da visita se fixo baseada nas recomendacións de un membro da comunidade local. Desta forma puidéronse contrastar os elementos identificados como relevantes pola comunidade residente cos considerados de interese comercial e, cos definidos pola política municipal como base do desenvolvemento turístico local.



2.3. ENTREVISTA CON CONCELLEIRA DE TURISMO (VIRTUAL)

Mantívose unha reunión (en formato virtual) con Eva María Gil Solla para coñecer de primeira man a estratexia municipal, os investimentos previstos en infraestruturas e servizos de soporte á actividade turística, os obstáculos e oportunidades que o Concello encontra e que identifica, respectivamente, a súa percepción sobre o sector privado, os plans de futuro e investimentos previstos, etc.



2.4. CUESTIONARIO A AXENTES

O obxectivo deste cuestionario foi coñecer a opinión dos axentes do sector privado sobre a situación actual de Pontareas como territorio con potencial de aproveitamento turístico, a súa percepción sobre os servizos e produtos que actualmente se ofertan, a marca coa que actualmente conta ou non, o público que recibe/atrae, os esforzos de promoción e comercialización que poden realizarse para dinamizar o territorio.

E finalmente, a súa percepción sobre se existe marxe/potencial de aproveitamento do camiño de Santiago para a obtención dun maior beneficio por parte do municipio e especialmente, do seu sector privado. Obviamente, para suplir a falta de asistencia à dinámica grupal organizada en dúas ocasións e permitir a participación dos que non puideron asistir á mesma.

Desafortunadamente, ao tratar de recoller esta información parte do que se comprobou é o insuficiente nivel de participación por parte dos actores convidados a responder. O cuestionario foi enviado vía correo electrónico a un total de 18 participantes dos cales unicamente se obtiveron 5 respostas nun período de 5 semanas a partir da data na que foi enviado aos participantes.

O encargado de realizar a convocatoria foi un dos autores e a invitación reforzouse con recordatorios posteriores pola mesma vía . A base de datos para a confección desta mostra foi responsabilidade do Concello de Pontareas.



2.5. AUDITORÍA VIRTUAL

Realizouse unha busca de información de carácter virtual referente a Ponteareas como lugar elixido para realizar unha visita posterior, de maneira a poder organizala apenas con información na IoT (internet das cousas), OTAs (*online touroperators*) e plataformas de información turística.

Colocando a un turista potencial *online*, co obxectivo de intentar organizarse unha viaxe a Ponteareas para avaliar a cantidade e calidade da información existente e accesible dixitalmente. Tódalas referencias que aparecen se refiren, por tanto, a “aprendizaxe” en base aos recursos, materiais, informacións que se pode facer no destino dende medios (empregando soamente información) *online*. Este exercicio, para maior rigor, é realizado por técnico sénior completamente descoñecedor do municipio. Os resultados obtidos son cruzados cos do cliente misterio tradicional como metodoloxía de validación dos datos obtidos.



2.6. CONSULTA DE LITERATURA E DOCUMENTACIÓN EXISTENTE

A consulta de literatura existente consiste en revisar a información dispoñible por diversos medios, principalmente fontes institucionais que permiten coñecer os datos oficiais tanto a nivel internacional, nacional e rexional. Informes presentados pola OMT, así como por institucións de carácter privado como OTA's e outras entidades que proporcionan información sobre a rexión e o territorio como AEITG, Turismo Rías Baixas, entre outras.

En canto á documentación proporcionada polo Concello de Ponteareas, contamos cos seguintes arquivos que foron considerados para a elaboración desta proposta, principalmente para coñecer os esforzos que se realizaron ou que actualmente se atopan en implementación e así buscar unha serie de propostas efectivamente integradas coa visión do municipio:

- *PST Resumo executivo e presentación.*
Aprobado o 21 de decembro de 2021. Xestor: Deputación de Pontevedra. Non corresponde co que se aprobou, polo que non contamos co documento definitivo (o cal foi solicitado sen éxito) razón pola cal a información citada neste corresponde ao único plan ao que foi posible acceder.

- *Plan Estratéxico de Turismo do Xeodestino Condado Paradanta 2019-2021.*
Este documento foi consultado, mais pouca da información foi tida en conta para a elaboración das propostas toda vez que practicamente non se menciona Ponteareas de forma específica senón que os datos e as propostas están enfocadas ós 10 municipios, nunha perspectiva moito máis xeralizada.
- *O Patrimonio Inmaterial Galego-Portugués, ciclo dos maios e festividade do Corpus.*
É un documento que propón a capitalización do potencial da festividade do Corpus Christi a partir de certas condicións xeradas no territorio.
- *Dossier información turística de Ponteareas.*
Proporcionado polo Punto de Información Turística do Concello durante unha das visitas realizadas polo equipo técnico deste informe ao municipio.



2.7. DINÁMICA GRUPAL (POR VIDEOCONFERENCIA)

En dúas ocasións (por falta de asistencia), se organizou, coa metodoloxía de *focus group* ou dinámica grupal, en formato virtual, reunión e debate de ideas con axentes privados.

Asistiron apenas 4 participantes, propietarios de restauración, aloxamento, produto gastronómico e Fundación Rogelio Groba. Se ben a escasa asistencia, tras reiteración de convocatoria e convite, parece advertir de inapetencia ou desinterese, ou falta de confianza nas institucións, ou no turismo como sector relevante por outro lado, os asistentes demostraron ser moi dinámicos nos seus ámbitos e con vontade de progresión para eles e para Ponteareas como lugar de turismo e visita.

Ditos convites se realizaron para o 10 e para o 16 de marzo do presente ano, e, o formal tivo lugar no día 16 de marzo (por falta de suficientes participantes no día 10).

MARCO TEÓRICO |

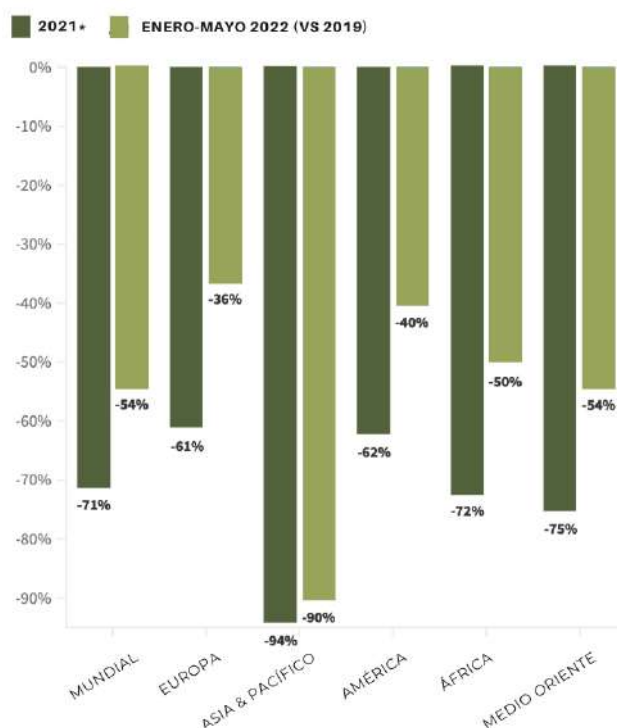


3

MARCO TEÓRICO

A resaltar que esta contextualización se realiza de modo *ad hoc* a este territorio e non de modo xeral en relación ao turismo e o seu comportamento a nivel mundial, continental, nacional e rexional; ou sexa, se buscan xa apreciacións que sexan válidas para a análise do municipio e o diagnóstico do turismo no mesmo, sobre todo no que se refire a oportunidades e ameazas.

De acordo coa OMT, observouse un crecemento do turismo internacional durante os primeiros meses do 2022. Estes datos resultan relevantes para comprender como se deu a recuperación do sector turístico posterior á crise sanitaria derivada da COVID 19 e cales son as proxeccións que se esperan nesta industria para poder entender o seu comportamento nos seguintes períodos e contar con información de utilidade neste novo contexto global.



Gráfica 1. Chegada de turistas internacionais por rexión.

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO).

* Variación dende o 2019 (datos provisionais). Datos recolectados pola OMT, Xullo de 2022.
Data de publicación: 01/08/2022

No período de xaneiro a maio de 2022, rexistráronse ao redor de 250 millóns de chegadas internacionais, o que representa un crecemento do 46% comparado coas cifras rexistradas no ano 2019 previo á pandemia. No mesmo período de 2021, o rexistro foi tan só de 77 millóns. A nivel rexional, o crecemento para Europa foi superior ao 350%, e especialmente notouse un repunte no mes de abril, debido á tempada vacacional correspondente a Semana Santa, do 458%. A recuperación desta rexión débese principalmente a unha demanda interrexional que gañou forza debido á eliminación de restricións de mobilidade nun considerable número de países, estes datos lanzan proxeccións para o ano 2022 dun crecemento nas chegadas de turistas internacionais comparado co ano 2019, de entre un 65% a un 80% (OMT, 2022).

Outra das tendencias internacionais na industria turística de acordo con un estudo realizado pola recoñecida OTA Expedia, indica que, de acordo con datos dunha das súas marcas dedicadas ao alugueiro vacacional en todo o mundo, VRBO, no segundo trimestre de 2022 reportouse un aumento nas probabilidades de que unha familia reserve un alugueiro vacacional, isto comparado con outros grupos de viaxeiros.

Este dato está relacionado tamén co gasto que realizan, que segundo datos de Expedia Group tamén é máis alto que outros segmentos, 25% máis por reserva, reflectindo así un impacto positivo no regreso das viaxes familiares que sufrira unha redución considerable a partir da crise sanitaria da COVID 19, en comparación con outros grupos de viaxeiros. A proporción de viaxes realizadas en familia recuperou os niveis previos á pandemia (2019) que corresponden aproximadamente ao 15%. Este dato resulta especialmente interesante para a rexión EMEA á que pertence o territorio analizado neste documento (porque o nicho de mercado familias resulta especialmente de interese, como se demostra mais adiante neste documento), pois reporta que se presentou, entre 2019 e 2022, un aumento estimado do 5% nos viaxeiros que visitan destinos familiares (Expedia Group, 2022)¹.



Gráfica 2. Intención de los turistas de tomar decisiones significativas en viajes futuros.
Fonte: Expedia Group, 2022.

¹ Estas apreciacións sobre o público familiar se introducen logo do diagnóstico e as propostas dirixidas ao público familiar deste documento.

Outra das tendencias no sector turístico que resulta crecente a nivel mundial está relacionada coa toma de decisións sostibles no momento de planificar primeiro e realizar logo as súas viaxes. Entre os puntos máis importantes nos que os turistas están dispostos a contribuír cun consumo sostible atópase o consumo en restaurantes e tendas locais, a visita a sitios culturais ou históricos dentro da localidade, o uso de transporte máis amigable co medio ambiente entre outras accións que diminúen o seu impacto ambiental, e elixir destinos en lugares máis pequenos ou menos coñecidos para a súa visita.

No caso de España, atopamos un segmento de mercado interesante que é o familiar e que a nivel mundial se reforzou a través da tendencia de viaxes multixeneracionais.

Segundo un estudo publicado pola marca VRBO, dedicada ao alugueiro de propiedades vacacionais a nivel global, pódense identificar tendencias de viaxe das familias españolas desde 2019. Entre os datos reportados neste informe, menciónase que o 80% das familias españolas aseguran que planearon viaxar só coas súas parellas e os seus fillos, o que resalta a importancia que lle dan á familia “máis directa”.

En canto ás vantaxes que os españois reportaron atopar ao viaxar en familia, atopáronse as seguintes como principais:

- Divertirse cos seres queridos para desconectar do estrés diario (55 %).
- Pasar máis tempo xuntos como algo positivo para o futuro da familia (53 %).
- Pasar tempo de calidade e reforzar os vínculos familiares (52 %).
- Crear lembranzas duradeiras cos seus (51 %).
- Afastarse da rutina diaria (51 %).

Ademais deste informe, a FEFN en conxunto coa axencia de investigación DNA publicaron o Estudo de Mercado de Pautas de Consumo Turístico das Familias no ano 2019, no que se identifican outras características das viaxes familiares en España como as que se mostran nas figuras seguintes.

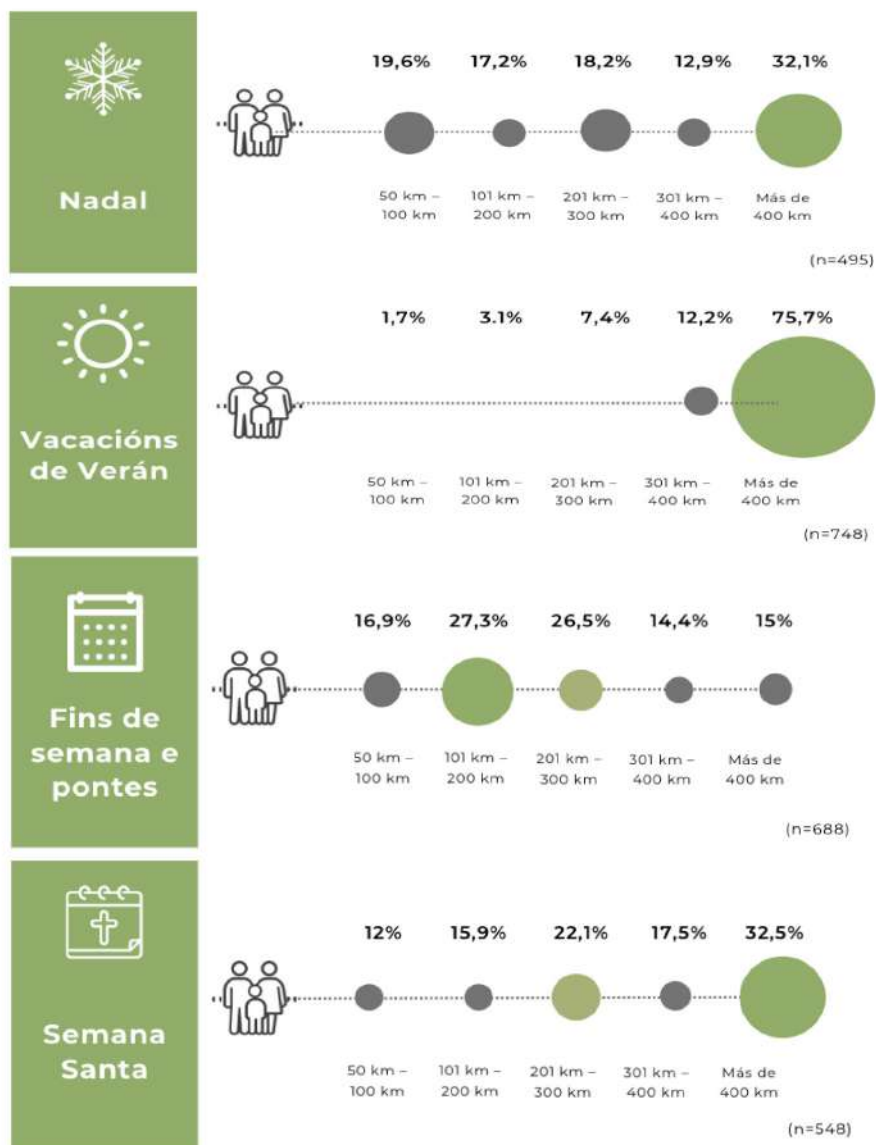


Figura 2. Distancia habitual do destino.
 Fonte: Pautas de consumo turístico das familias de España, 2019.

A maioría das familias realiza viaxes a 100km - 300km de distancia durante as fins de semana e pontes. Durante o Nadal atopamos unha parte importante de familias que se desprazan a máis de 400 km (32,1%) e outras que se desprazan a menos de 200 km (36,8%). En Semana Santa e vacacións de verán, a maioría de familias realiza viaxes de maior distancia (FEFN, 2019).



Gráfica 3. Preferencia de actividades para viaxar en familia.
Fonte: Pautas de consumo turístico das familias de España, 2019.

No gráfico anterior podemos ver as actividades preferidas polas familias durante as súas viaxes, sendo as principais:

- Baño (praia, lagos, ríos).
- Paseos en bicicleta.
- Paseos e camiñadas a pé.
- Visitas culturais.
- Parques de aventura/lecer.

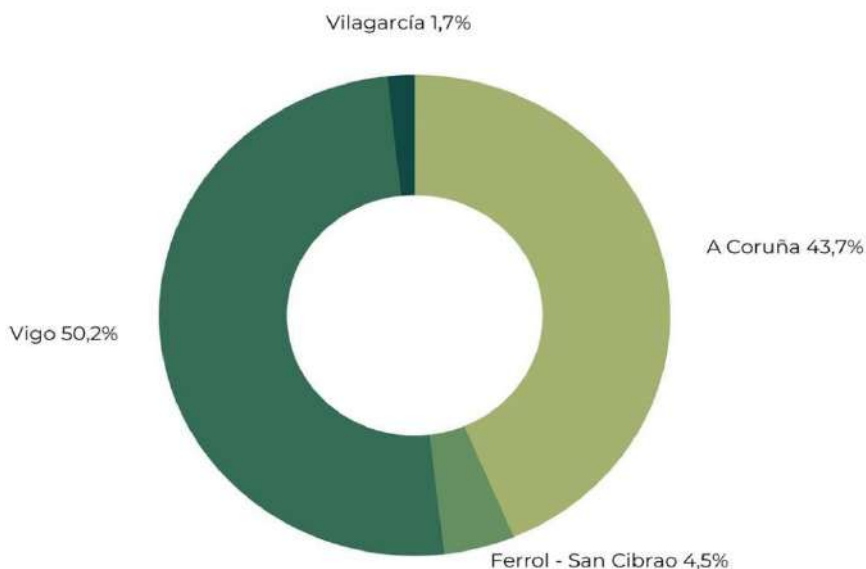
De acordo con datos desta mesma enquisa, nun comparativo co ano anterior (2018) pódese observar que diminuíu o interese polo baño e tomar o sol, mentres que se incrementa de forma considerable o interese polas visitas culturais (+6,8%).

Turismo internacional en Galicia. FRONTUR ano 2021

	Ano 2021	Var. 2021/19	Peso
TURISTAS INTERNACIONAIS	772.545	-52,4%	100,0%
Portugal	375.137	-34,2%	48,6%
Resto países	397.407	-62,3%	51,4%
EXCURSIONISMO INTERNACIONAL	1.935.478	-32,5%	100,0%
Portugal	1.837.588	-29,7%	94,9%
Resto países	97.890	61,4	5,1%

Táboa 1. Turismo internacional en Galicia. FRONTUR ano 2021.
 Fonte: Balance do turismo en Galicia, 2021.

En canto aos visitantes que recibe Galicia, de acordo con FRONTUR, no ano 2021 o 48,6% deles tiñan como lugar de orixe Portugal. Con todo, a maior porcentaxe obsérvase no excursionismo internacional sendo que en este mesmo ano se recibiron 1.935.478 excursionistas nesta comunidade autónoma e a pesar de que segue sendo un volume menor aos niveis pre-pandemia, o 94,9% corresponden a Portugal².



Gráfica 4. Reparto do tráfico de pasaxeiros por porto. Ano 2021.
 Fonte: Balance do turismo en Galicia, 2021.

² A notar a excelente ubicación de Ponteareas en relación a este mercado de proximidade, e concretamente, de excursionistas.

De acordo co Balance de Turismo de Galicia, outro dato representativo correspondente ao tráfico de pasaxeiros na comunidade autónoma de Galicia, no que atopamos que durante o 2021 o 50,2% deste tráfico deuse no porto de Vigo, o que supón información relevante pola proximidade a menos de 30 minutos do municipio de Ponteareas. Con datos deste mesmo estudo podemos atopar que o tema de natureza representa unha proporción alta entre as actividades que realizan os visitantes durante a súa viaxe pois o 24,1% reportou percorrer un roteiro de sendeirismo ou montañismo e o 18,5% visitou áreas naturais.

47,4%	Visita familiares/amigos
24,1%	Sendeirismo/montañismo
20,7%	Disfrute praia
18,5%	Visita Áreas Naturais
18,3%	Visita cidades

Táboa 2. Principais actividades realizadas. Ano 2021
 Fonte: Balance do turismo en Galicia, 2021.

En canto ao tipo de viaxe segundo o mercado de orixe, tamén se pode notar que os residentes da Comunidade Autónoma de Galicia realizan visitas dentro da mesma comunidade principalmente en fins de semana, mentres que aqueles que chegan desde outras comunidades fano en períodos vacacionais.



Gráfica 5. Tipo de viaxe, segundo mercado de orixe. Ano 2021.
 Fonte: Balance do turismo en Galicia, 2021.

Ponteareas pertence á Asociación de Desenvolvemento Rural GDR Condado Paradanta, a cal ten como obxectivo a posta en valor dos recursos da comarca a través da proposta de accións que promovan o desenvolvemento económico da contorna a través de:

- Establecemento de sinerxías entre persoas.
- Potenciación de negocios no territorio.
- Xestión de fondos e programas europeos.



Figura 3. Obxectivos perseguidos polo GDR Condado Paradanta.
Fonte: <https://www.gdrcondadoparadanta.gal/>

En canto á información referente ás estatísticas municipais de Ponteareas, apenas se conta con datos de evolución histórica da demanda e si algúns (estáticos, 2022) de oferta (retirados da información que se subministra aos turistas que solicitan esta información). Nembargantes, considerando que forma parte do Xeodestino Condado Paradanta, comparte algunhas características con este territorio, aínda que non poden tomarse os datos daquel como exactamente válidos de forma illada para Ponteareas, unha vez que o xeodestino está integrado por 10 concellos con diferentes comportamentos e valores dos indicadores básicos (demanda e oferta) para facer que sexan válidos a nivel exclusivamente desta localidade (ver figura 4):

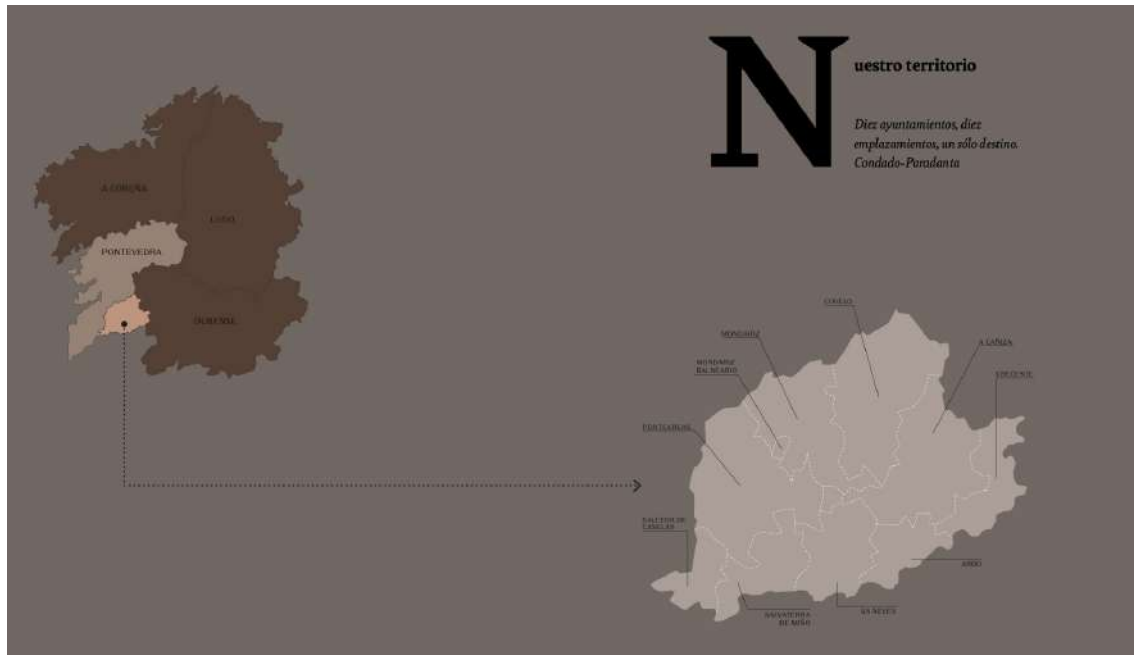


Figura 4. Mapa do Xeodestino Condado-Paradanta.
Fonte: <https://www.gdrcondadoparadanta.gal>

Os concellos correspondentes a este territorio son:

- A Cañiza.
- Arbo.
- As Neves.
- Crecente.
- Covelo.
- Mondariz.
- Mondariz Balneario.
- Ponteareas.
- Salceda de Caselas.
- Salvaterra de Miño.

En canto aos recursos presentes nestes municipios, atopamos unha gran riqueza e variedade que permiten realizar distintas actividades segundo os intereses dos visitantes. Concretamente, Turismo Rías Baixas clasifica os recursos existentes en Ponteareas segundo a seguinte listaxe (Ver Anexo II):

Recursos	Número
Patrimonio Cultural	51
Enoturismo	1
Compras	5
Coto de pesca	2
Infraestrutura de Transporte	1
Natureza	7
Sendas panorámicas	2
Roteiros	3
Oficinas de Turismo	1
Sendas fluviais	1

Táboa 3. Recursos existentes en Ponteareas, segundo Turismo de Rías Baixas.
Fonte: Elaboración propia.

Podemos por tanto atopar diversos recursos asociados coa natureza, pois o río Tea enmarca o val onde se atopa Ponteareas, destacado pola súa riqueza ecolóxica e permitindo desenvolver produtos como roteiros, sendas panorámicas, sendas fluviais e cotos de pesca.

De acordo con información proporcionada polo Punto de Información Turística do Concello, Ponteareas é un territorio que conta cun gran patrimonio tanto natural como cultural, no que destacan recursos de gran valor como carreiros, enoloxía, gastronomía, historia entre outros. De acordo con esta mesma fonte, resáltase a presenza de sitios arqueolóxicos que dan testemuño da antigüidade das civilizacións que aquí se asentaron.

O Castro de Troña é un dos principais enclaves da cultura castrense de Galicia e un dos recursos máis recoñecidos polos visitantes. Un dous principais atractivos dá rexión está precisamente vinculado cunha construción de alto valor histórico e arquitectónico orixinario da Idade Media, o Castelo de Vilasobroso, que aínda que non se atopa no término municipal de Ponteareas, é propiedade deste Concello e actualmente xestionado pola Deputación de Pontevedra.



Figura 5. Castelo de Sobroso.
Fonte: <https://www.gdrcondadoparadanta.gal>

Finalmente, o rico patrimonio cultural de Ponteareas asociado ás súas festividades e formas de vida tradicionais coróase coa recoñecida festa de Corpus Christi, a máis destacada do territorio e declarada de Interese Turístico Internacional no ano 2009. Este evento enche todos os anos as rúas do centro urbano de alfombras florais para o paso do Santísimo Sacramento, nunha mostra de arte de grande beleza.

En canto á información recibida por parte da oficina de turismo (ver Anexo I), encontrouse que contan con un directorio coa oferta patrimonial, de restauración e aloxamento estruturada do modo seguinte:

Categoría	Tipo de recurso / servizo	Cantidade	Información proporcionada
Atractivos	Recursos Turísticos e Monumentos de interese	9	Breve descrición de cada un deles
	TOTAL	9	
Servizos de restauración	Restaurantes	3	Nome, dirección, teléfono, tipo de servizo
	Taperías	6	Nome, dirección, teléfono, tipo de servizo
	Restaurantes e taperías con aforo para grupos	12	Nome, dirección, teléfono, tipo de servizo
	Vinotecas	3	Nome, dirección, teléfono
	Bares	2	Nome, dirección, teléfono
	Bocaterías	9	Nome, dirección, teléfono
	Pizzerías	3	Nome, dirección, teléfono
	Só para levar	3	Nome, dirección, teléfono
	Lugares onde comer nas parroquias de Ponteareas	11	Nome, dirección, teléfono
	Mais restaurantes na zona con aforo amplo	10	Nome, dirección, teléfono
	TOTAL	62	
Servizos de hospedaxe	Hoteis	1	Nome, dirección, teléfono, número de habitacións, sitio web, correo electrónico
	Casas de Turismo Rural	5	Nome, dirección, teléfono, número de habitacións, sitio web, correo electrónico
	Apartamentos turísticos/ Vivenda turística/ Vivendas de uso turístico (4)	4	Nome, dirección, teléfono, número de habitacións, sitio web, correo electrónico
	Pensións	1	Nome, dirección, teléfono, número de habitacións, sitio web
	Outros aloxamentos na zona	7	Nome, dirección, teléfono, sitio web
	TOTAL	18	

Táboa 4. Información sobre servizos proporcionada na Oficina de Turismo.
 Fonte: Elaboración propia.

Aínda que isto permite ter unha idea xeral da oferta turística, non se pode considerar que sexa o material ideal para dar a coñecer as opcións dispoñibles aos visitantes. En primeiro lugar porque a presentación non resulta atractiva, o formato non é práctico ao ser follas impresas tamaño carta e ademais os códigos QR que teñen impresos para consulta dixital non funcionan.

MARCO ESTRATÉGICO



4

MARCO ESTRATÉXICO

En liña coas Recomendacións da OMT sobre Turismo e Desenvolvemento Rural, un dos obxectivos deste documento é, non só realizar un diagnóstico sobre a situación do territorio, e avanzar na proposta dunha serie de estratexias, senón tamén, que estas permitan garantir o desenvolvemento de produtos e integración na cadea de valor para unha experiencia de viaxe sostible e mellorada (OMT, 2020).

Segundo o mesmo documento, os gobernos de todos os niveis (independentemente do goberno multinivel en que “viva” o turismo de cada país nivel administrativo-político) deberían abordar as grandes cuestións: estacionalidade, sustentabilidade, responsabilidade, rexeneración do territorio a través do turismo con medidas especiais que poden incluír incentivos especiais para os consumidores (algo impensable antes da COVID19, polo menos a nivel de cofinanciacións ou incentivos pola vía de beneficios fiscais, por considerarse xuridicamente competencia desleal a outros destinos competidores) e do desenvolvemento de produtos turísticos adecuados, co novo punto de partida que temos (interese por experiencias turísticas e prácticas empresariais responsables, ecolóxicas e éticas). Debería considerarse tamén a diversificación dos mercados, máis aló dos mercados internos tradicionais do turismo rural, e buscar enfoques centrados en criterios demográficos (tanto poboación de idade avanzada pero con boa saúde, con experiencia viaxeira e folgura económica que pode viaxar fora de temporada, como poboación mais sénior que busca natureza e saúde integral).

Existen ademais das iniciativas do Xeodestino, outros documentos ou plans asociados a este, como é o Plan de Turismo Sostible das comarcas Condado Paradanta, que xorde a partir do programa de Plans de Sustentabilidade Turística en Destinos en 2020, impulsados polo Goberno de España co obxectivo de dotar ás entidades locais xestoras dos destinos turísticos de recursos que lles permitiran non só facer fronte á crise sanitaria derivada do COVID 19, senón integrar a sustentabilidade como un modelo para seguir para o desenvolvemento turístico a través de plans locais de actuación que ao mesmo tempo permitisen recuperar, manter e atraer a demanda turística, todo isto en colaboración co sector privado.

No caso de Ponteareas, non como territorio individual senón como parte do Xeodestino anteriormente mencionado, presentouse o Plan de Turismo Sostible das comarcas Condado Paradanta que está exposto en 4 liñas estratéxicas representan as máis importantes potencialidades do territorio:

1. Turismo de Natureza-Ecoturismo.
2. Turismo de Saúde e Benestar.
3. Turismo Cultural e Gastronómico.
4. Sustentabilidade, eficiencia e comunicación turística.

Á súa vez, desenvolvéronse 4 eixos programáticos contendo estes 22 actuacións propostas para cumprir cos obxectivos expostos, de acordo con o programa de PSTD:

1. Planificación, gobernanza colaborativa e xestión do destino turístico sostible.
2. Formación e sensibilización en turismo sostible e transición ecolóxica.
3. Mellora da oferta turística e creación de produtos turísticos sostibles.
4. Promoción e comercialización do destino turístico sostible.

Destas 22 actuacións, tan só 3 integran directamente a Ponteareas (o conxunto do plan, obviamente, ao ser un Plan de sustentabilidade, repercute de forma xeral en toda a comarca/xeodestino), 2 delas estando relacionadas coa festa de Corpus Christi e outra relacionada cun club de produto. A continuación atópase a información obtida da Presentación do PST Condado Paradanta, tendo en conta que non se conta co documento completo xa non se recibiu do concello a versión final a executar, unha vez que a aprobación do Ministerio, recortou o valor solicitado e obrigou por tanto a recortar accións previstas.

Número	Actuación	Descrición
005	Produto de realidade virtual arredor da Festa do Corpus Christi de Ponteareas	<p>A actuación concrétese na creación de ferramentas dixitais para mellorar a interpretación do Corpus Christi de Ponteareas mediante un sistema de realidade aumentada. Proponse crear un sistema que ofrezca experiencias máis inmersivas a través de dispositivos móbiles coma tabletas ou teléfonos intelixentes. As actividades vinculadas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proxecto de deseño de enxeñería 3D. Os contidos estarán asociados á ACT.008.
008	A Festa do Corpus Christi en Ponteareas. Creación do primeiro museo ao aire libre	<p>Realizar un inventasrio fotográfico participativo das alfombras florais e de traballos de documentación respecto diso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear elementos de divulgación deste ben patrimonial. • Apoiar a produción dunha exposición sobre o Corpus Christi que poña en valor o oficio das e dos alfombristas mediante estacións interpretativas con intervencións experienciais e auditivas desenvolvidas na ACT. 005. • Iniciar o expediente para a súa declaración como patrimonio inmaterial. <p>As actividades vinculadas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proxecto de documentación e inventario participativo. • Proxecto museolóxico e museográfico executivo (contidos e propostas de localización). • Informe para a declaración como Patrimonio Inmaterial da Humanidade.
011	Club de produto da lamprea	<p>A actuación concrétese en establecer redes de cooperación públicoprivadas para a creación de experiencias e produtos innovadores, para a promoción conxunta e a capacitación das e dos profesionais ao redor da lamprea, así como doutros produtos gastronómicos con selo de identidade da zona, coma o requeixo das Neves ou as rosquillas de Ponteareas.</p>

Táboa 5. Actuacións vinculadas a Ponteareas no PST Condado Paradanta (documento inicial).
 Fonte: PST Condado Paradanta.

TRABALLO DE CAMPO |



5

TRABALLO DE CAMPO

O capítulo metodolóxico presentaba as diferentes ferramentas para análise de datos secundarios e produción de datos primarios. Neste capítulo, preséntanse os resultados destes segundos, que, xunto con aqueles, permitiron realizar o diagnóstico.



5.1. AUDITORÍA VIRTUAL

O obxectivo deste exercicio consiste en obter información en liña a partir das fontes que un turista consulta regularmente para realizar a planificación da súa viaxe a un destino ou lugar que decidiu visitar. Naturalmente, o primeiro paso que da un turista potencial a un territorio, é utilizar metabuscadores; neste caso Google, no que se utilizaron dous termos de busca para localizar o contido que aparece nas primeiras páxinas relacionado con estes termos.

É importante resaltar que no caso da páxina que podería considerarse a fonte de información turística institucional do municipio, non se encontra portal activo (<http://www.turismo-ponteareas.gal/>). Isto resulta, obviamente nunha deficiente imaxe turística e nun desincentivo para a visita.

Se ben aquí se reflexan os termos en galego, as buscas realizáronse tamén en castelán, aspirando tamén, como é obvio, a visitantes de fora da comunidade autónoma.

	Termo de busca: "Turismo Ponteareas"	Termo de busca: "Ponteareas"
1	Que visitar en Ponteareas - Turismo de Galicia https://www.turismo.gal	Ponteareas - https://www.wikipedia.org
2	Deputación de Pontevedra https://turismoriasbaixas.com	Concello de Ponteareas: Ponteareas.es https://ponteareas.gal
3	Cultura e Turismo Ponteareas - Facebook https://es-la.facebook.com	Ponteareas (Pontevedra): Que ver e onde durmir https://www.escapadarural.com
4	Sobre Ponteareas - Turismo - Ponteareas Turismo http://www.turismoponteareas.gal	Ponteareas Albariño.com https://www.albariño.com
5	Turismo en Ponteareas 2022 - TripAdvisor https://www.tripadvisor.com.es	Concello de Ponteareas - Faro de Vigo https://www.farodevigo.es
6	Que ver en PONTEAREAS - Lugares e rincóns https://www.galiciamaxica.eu	Ponteareas, Pontevedra - Arteguias https://www.arteguias.com
7	Os 10 mellores plans e cousas que ver en Ponteareas de visita https://www.elespanol.com	Ponteareas no EL PAÍS https://elpais.com
8	Oficina de Turismo de Ponteareas. Pontevedra - Spain.info https://www.spain.info	Últimas noticias sobre Ponteareas. La Voz de Galicia https://www.lavozdeg Galicia.es
9	Oficina de Turismo de Ponteareas https://www.paxinasgalegas.es	Turismo en Ponteareas 2022 - TripAdvisor https://www.tripadvisor.com.es
10	Anuncio - 5 Hoteles en Ponteareas - Con ofertas especiais. http://www.booking.com/	Os 10 mellores planes e cousas que ver en Ponteareas de visita https://www.elespanol.com
11	Que visitar en Ponteareas, Galicia, 2022 - Expedia https://www.expedia.com	Mapa MICHELIN Ponteareas - ViaMichelin https://www.viamichelin.es
12	Viaxes a Ponteareas (Pontevedra) e turismo en Ponteareas Minube https://www.minube.com	Busca hoteles en Ponteareas - Booking.com https://www.booking.com
13	Concello de Ponteareas: Ponteareas.es https://ponteareas.gal	Museo Municipal de Ponteareas https://museos.xunta.gal
14	Concello de Ponteareas: Ponteareas.es https://ponteareas.gal	0 Tempo en Ponteareas, Pontevedra - 14 días https://www.eltiempo.es
15	Cultura e Turismo Ponteareas (@visitponteareas) Instagram - https://www.instagram.com	Paro por municipios: Ponteareas - (Pontevedra) 2022 https://datosmacro.expansion.com
16	¿Como chegar en Autobús á Oficina de Turismo en Ponteareas? https://moovitapp.com	Ponteareas: alugueiros vacacionais e aloxamentos Airbnb https://es-l.airbnb.com
17	Turismo Ponteareas - lugares turísticos - ViaMichelin https://www.viamichelin.es	0 Tempo: Ponteareas (Pontevedra) - Predicción 7 días - Táboa https://www.aemet.es
18	Ponteareas Albariño.com https://www.albariño.com	Clíma en Ponteareas. 0 tempo a 14 días - Meteored https://www.meteored.es
19	3 Casas rurais en Ponteareas - Pontevedra https://www.escapadarural.com	Instituto Nacional de Estadística - INE https://www.ine.es
20	Nava Castro participa na presentación do Corpus de Ponteareas en Fitur https://www.xunta.gal	Servizo Atención Primaria de Ponteareas https://xxivigo.sergas.gal
21	Turismo por Ponteareas - Prepara a tua escapada https://preparatuescapada.com	Ponteareas - Google Maps - Google.es https://maps.google.es
	Tipo de contido	Promoción ou comercialización turística Informativo ou xornalístico Institucional

Táboa 6. Información dispoñible na primeira páxina de busca.
Fonte: google.com. Data de consulta: agosto 2022.

No exercicio presentado sobre a procura de ambos os termos, pódese observar que no caso de “Turismo Ponteareas” o 90,47% do contido que apareceu nos primeiros 21 resultados estaba relacionado con promoción ou comercialización turística. Isto é desde blogs, OTA’s ou artigos referentes ás actividades dispoñibles para realizar durante a visita, recomendacións de casas rurais e lugares que visitar.

No caso dos contidos relacionados con material informativo xornalístico pódense atopar sitios como Google Maps no que se determina a localización do lugar, clima con información meteorolóxica, datos e noticias relacionadas co municipio, e xornais ou revistas con información de actualidade. Entre os sitios institucionais, pódense atopar os seguintes:

- Instituto Nacional de Estatística – INE.
- Servizo Atención Primaria de Ponteareas.
- Concello de Ponteareas.
- Concello de Ponteareas - Faro de Vigo.

Os sitios institucionais de turismo de Ponteareas non aparecen nesta primeira páxina de procura; adicionalmente, e tan limitante como o anterior, polo menos durante o período de realización deste exercicio, os sitios non se atopaban operativos tal como reflexado no Anexo III).

Búsquedas relacionadas



Figura 6. Buscas relacionadas co termino “Ponteareas”.
Fonte: google.com. Data de consulta: agosto 2022.

Podemos ver nas buscas relacionadas que os temas turísticos teñen pouca ou nula relevancia nos termos en que aparecen. Considerando a presenza de Ponteareas en diversos sitios web enfocados na súa promoción turística, poderíase alcanzar un maior posicionamento do territorio como un lugar atractivo para visitar e isto reflexarse na procura de información turística por internet.

Como parte dos esforzos de este Xeodestino, podemos atopar algunhas iniciativas dedicadas á promoción dos recursos existentes nestes municipios. Unha delas é o Pasaporte ao Condado Paradanta, un produto turístico a través do cal se busca impulsar a visita a 24 experiencias ao longo deste territorio.



Figura 7. Pasaporte Condado Paradanta.
Fonte: <https://www.gdrcondadoparadanta.gal>

Con todo, esta ferramenta aínda que como proxecto parece moi atractiva, resulta complexa de utilizar. Non hai unha lista de recursos en liña que permite coñecer aqueles que forman parte do pasaporte, ademais é necesario enviar un correo ou solicitalo vía telefónica para despois recibilo en formato dixital o cal representa un proceso longo e pouco práctico ao involucrar varios pasos por completar, e podería considerarse confuso para o usuario.

Un dos pasos para a obtención do pasaporte consiste en cumprimentar unha enquisa de validación do PCP e a ligazón que aparece na páxina non funcionaba no momento que se intentou probar (ver Anexo III).



5.2. VISITA AO TERRITORIO

Durante as dúas visitas ao territorio (inverno e verán) realizáronse recorridos polos recursos recomendados no punto de información e o material entregado (ver bibliografía), así como pola recomendación de residentes.

A resaltar que as impresións destas visitas foron moi diversas, tais como:

- Oferta privada moi dispar, desde coidada e con excelente servizo ata a completamente instalada (en termos de oferta e atención) “no século pasado”.
- Recursos magníficos como o Castelo de Vilasobroso ou o Castro de Troña, habendo movemento de visitantes en ambos.

- Falta de sinalización homoxénea en canto a imaxe e cantidade.
- Posto de información sen localización adecuada nin protagonismo na vila.
- Horarios de recursos e posto de información non adaptados ás necesidades dos visitantes.

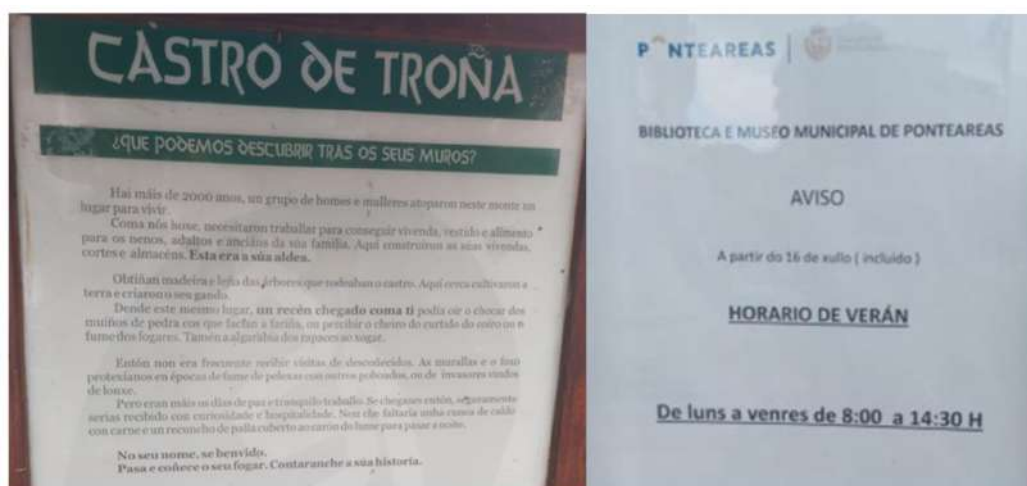


Figura 8. Sinalización e avisos do municipio.
Fonte: Recompilación fotográfica durante o traballo de campo.

Ao solicitar información no “Punto de Información do Concello”, localizado no Museo Municipal, recibíuse un documento impreso que contía información sobre recursos turísticos y monumentos de interese, restaurantes ou establecementos con servizos de restauración, vinotecas e bares, establecementos de hospedaxe por tipo como hoteis, apartamentos turísticos e casas de turismo rural.

Este documento ademais de contar con esta información, contén un código QR no que se supón que se poden consultar e descargar os folletos turísticos de Ponteareas, sen embargo, como se mencionou anteriormente, no exercicio de Auditoría Virtual, ningún dos sitios están funcionais, polo que non se pode acceder a esta información (Ver Anexo III). Dúas cousas podemos resaltar desta práctica: a primeira é que a presentación da información non é o máis recomendable en termos de promoción (non conta con imaxes ou algo máis atractivo que realmente convide ao visitante a coñecer os lugares que aparecen na lista. Tamén é importante resaltar que o formato non é o ideal, pois resulta pouco práctico para o seu uso polo turista e pouco atractivo para que poida ser recoñecido e utilizado. Quizais un mapa coa localización dos sitios sería útil para axudar aos usuarios a situarse de forma moito máis visual e práctica.

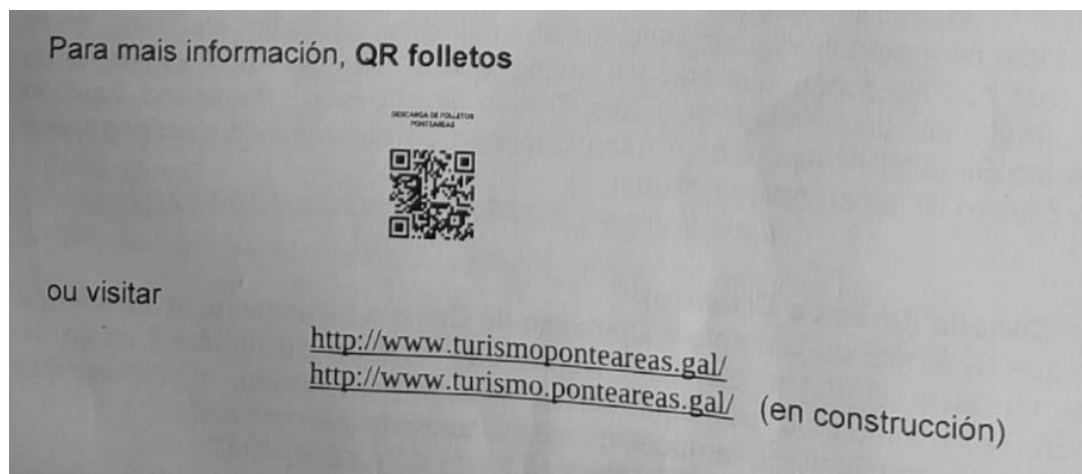


Figura 9. Dossier información turística de Ponteareas - Código QR.
Fonte: Recompilación fotográfica durante o traballo de campo.

Outro dos elementos que sorprenderan aos autores nestas visitas de campo, foi “descubrir” a existencia dunha ruta sinalada no terreo pero non mencionada por ningún dos axentes previamente, se ben presente na información recibida (ver figura seguinte).



Figura 10. “Ruta” das Igrexas e Capelas do Concello de Ponteareas.
Fonte: Recompilación fotográfica durante o traballo de campo.



5.3. **FOCUS GROUP**

Como grandes conclusións dos escasos participantes neste encontro (pero moi proactivos e motivados), pódense mencionar as seguintes:

- Acordo sobre a non prioridade do turismo como sector de crecemento económico no municipio, pero con potencial para ser máis representativo en canto a xeración de riqueza e emprego.
- A música, un grande aliado para esta dinamización (Rock in Rio Tea, e sobre todo a Fundación Rogelio Groba e o Festival de música clásica que se organiza co mesmo nome). Sendo o público que atraen moi diverso, a capacidade de atracción está demostrada. Pódense facer crecer.
- Ponteareas ten boa localización para utilizar o municipio como “hub” de visitas a outros territorios. Non sendo destino turístico, pode ser atractivo e ofrecer a onde ir desde alí.
- O turismo pode aínda xerar negocio pola oferta cultural que existe (ten capacidade para atraer un público diverso e diferente).
- Sería importante que o festival organizado pola Fundación Rogelio Groba tivese actividades durante todo o ano e comunicar mellor para atraer público de máis mercados emisores.
- Xa hai notoriedade de Ponteareas pola moita publicidade en revistas internacionais de música clásica. Mesmo así, é necesario mellorar a comunicación para públicos especializados.
- O Corpus debe ser máis de un día (porque non, unha semana) e a procesión debería ser de tarde para xerar ingresos de días na restauración local.
- Hai expectativa sobre a dinamización que pode xerar o museo a ceo aberto e os código QR.
- É necesario incentivar á iniciativa privada a recuperar os inmobles do centro.
- Tamén é necesario despolitizar as asociacións do sector turístico e mellorar a cooperación entre eles.
- É necesario reforzar os lazos con Mondariz (turismo da comarca: ter acceso aos servizos termais, pero quedando en Ponteareas). Pode ser unha resposta á estacionalidade.

- Ponteareas pode ser un *hub* de circulación para a visita a destinos consolidados.
- Non se pode esperar unha evolución exponencial da actividade turística repentina pero ir facendo o camiño, camiñando.
- Xanela gastronómica apuntado como referente de restauración, e que podería ser estrela Michelin.
- Importante centro para deportes de alto rendemento (voleibol, natación, ciclismo, padle, hóckey) centrado no complexo deportivo existente no municipio.
- É importante encontrar “cómplices” para o desenvolvemento turístico (Rias Baixas e Portugal), a formación para a excelencia, e fomentar o *networking* (máis comarca e máis xeodestino).
- O río como elemento vertebrador de Ponteareas e a importancia dos valores naturais integrados na rede Natura 2000 (pero que non son nin recoñecidos polos residentes).
- O turismo non perturba nin preocupa aos residentes.



5.4. **ENTREVISTA COA CONCELLEIRA DE TURISMO**

En canto ao encontro (virtual) coa conselleira responsable de turismo, serviu para ampliar información sobre temas diversos apuntados pola mesma (PST - Plan de Sustentabilidade Turística - do Condado, por exemplo) e para encamiñar noutros casos propostas que os autores xa tiñan en mente (por exemplo, en relación á festa do Corpus e ao potencial do concepto).



5.5. CUESTIONARIO DIRIXIDO A AXENTES DO SECTOR TURÍSTICO

O obxectivo deste cuestionario foi coñecer a opinión dos axentes do sector privado sobre a situación actual de Ponteareas como territorio con potencial de aproveitamento turístico, a súa percepción sobre os servizos e produtos que actualmente se ofertan, a marca coa que actualmente conta ou non, o público que recibe/atrae, os esforzos de promoción e comercialización que poden realizarse para dinamizar o territorio. E finalmente, obviamente, para suplir a falta de asistencia á dinámica grupal organizada en dúas ocasións e permitir a participación dos que non puideron asistir á mesma (ver Anexo V).

Preséntanse nos próximos puntos as principais conclusións que esta ferramenta xerou.

► 5.5.1. SOBRE A SÚA INSTITUCIÓN

Na primeira parte do cuestionario buscábase identificar o tipo de servizos que ofrecen os actores que responderon as preguntas, e así saber desde que perspectiva abordar a información obtida. A maioría deles contan tanto con oferta de restauración así como produción local de alimentos, así como tamén atopamos eventos culturais e promoción turística entre os participantes. Ao cuestionar sobre o tipo de actividades cos que podería complementar o seu servizo co obxectivo de mellorar a experiencia dos visitantes as principais respostas foron a integración de servizos de animación turística, en primeiro lugar, seguido de transporte, promoción e comercialización do sector turístico no territorio.

► 5.5.2. SOBRE O TERRITORIO (PONTEAREAS)

Nesta sección o obxectivo foi coñecer a súa percepción do territorio identificando así as súas principais vantaxes, desvantaxes, recursos máis atractivos, valoración dos produtos turísticos existentes e os territorios que se poden chegar a considerar como competencia para Ponteareas.

En canto ás principais vantaxes do territorio a localización sen dúbida foi o elemento diferenciador; así, non só mencionaron que se atopa nun punto central, senón que ademais a proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros. O turismo vitivinícola e o termalismo foron dúas vantaxes tamén mencionadas polos participantes.

En canto ás desvantaxes mencionadas atopáronse varios puntos relacionados coa falta de organización no territorio, por exemplo, o pouco coidado e abandono dalgunhas zonas naturais e os seus accesos, a deficiente conservación dos bens de interese cultural e natural, ademais do incumprimento da regulación urbanística. No tema turístico a falta de promoción dos atractivos e do territorio así como a escasa oferta de aloxamento.

Os atractivos máis emblemáticos identificados foron en primeiro lugar os ríos Miño e Tea, en segundo lugar os castelos, en terceiro lugar os balnearios e a oferta de auga mineromedicinal e as adegas vitivinícolas. Foron mencionados ademais da gastronomía e oferta cultural, a fronteira como un atractivo que ofrece ao visitante viaxar a dous países dentro dun mesmo territorio.

En canto aos produtos turísticos existentes aqueles relacionados coa natureza e o termalismo foron valorados como os máis importantes seguidos en mencións por aqueles desenvolvidos a partir do patrimonio cultural e a oferta gastronómica da rexión.

► 5.5.3. SOBRE OS VISITANTES AO TERRITORIO

A terceira sección, enfocada á percepción sobre os visitantes do territorio, recolle información relativa ao seu perfil, incluíndo os intereses polos que realizan a visita e o posicionamento do lugar, ademais de se as expectativas xeradas na promoción turística son cumpridas ao finalizar a viaxe. Sobre os recursos ou elementos que utilizarían para promocionar o destino mencionaron a oferta cultural e a contorna natural, como o río e tamén consideraron o termalismo, concretamente o balneario de Mondariz.

Neste sentido, o 80% das persoas que responderon ao cuestionario consideran que non existe un posicionamento do territorio entre os visitantes; nesta mesma liña, cuestionóuselles sobre se o que se comunica sobre o lugar consegue satisfacer as expectativas de quen visita, ao que só o 40% respondeu estar de acordo (o que significa que a imaxe xerada non é real, segundo o 60%). Ademais o 100% considera que a experiencia do visitante despois de realizar a viaxe é satisfactoria.

No que respecta ao perfil do visitante, o 80% dos participantes indicou que o principal interese está relacionado coa natureza do lugar; o deporte, a cultura e a gastronomía ocuparon o segundo posto nesta pregunta.

Os dous grupos de idade maiormente identificados foron os correspondentes ao rango entre 25 a 34 anos e o de 45 a 54 anos co 40% de respostas respectivamente. O resto, situouse entre os 35 aos 44 anos de idade. Tanto os menores de 25 anos como os maiores de 54 anos non foron recoñecidos como grupos de idade dos visitantes, no cuestionario realizado.

España é o lugar de procedencia no que identifican os visitantes, concretamente Madrid e zonas de interior. Con todo, o Norte de Portugal e Vigo tamén foron mencionados entre os enquisados.

Finalmente, sobre se consideran necesario buscar ou atraer outro tipo de público, o 60% respondeu que non, con todo, un dos participantes mencionou a importancia de promover o uso do idioma inglés para así abrirse a públicos doutros países.

► 5.5.4. SOBRE OS AXENTES DO TERRITORIO

Por último, a cuarta sección ten como obxectivo coñecer máis sobre a dinámica dos axentes, o seu nivel de implicación coas necesidades do territorio e a cooperación entre distintos sectores. No 60% das respostas atopamos que os participantes consideran que existe colaboración de carácter público-privado (especificamente referíndonos ao sector turístico); pero tamén indican que esta pode mellorar. As dúas respostas restantes atópanse divididas en canto opinión, pois unha delas asegura que a colaboración é óptima, mentres que a outra nega a súa existencia entre os mencionados sectores.

En canto á aceptación da actividade turística por parte dos residentes, o 40% cualificaría como un nivel de aceptación alto, o outro 40% como baixo e o 10% restante indica que á comunidade, o tema turístico élle indiferente. A resaltar que esta resposta difire do resultado obtido na dinámica grupal.

Respecto das necesidades do territorio, a maioría identificaron o aumento de oferta de habitacións como unha necesidade, sendo o 80% dos participantes que expoñen esta necesidade; en segundo lugar menciónanse a mellora da calidade dos establecementos de hospedaxe existentes, o aumento de oferta de actividades a realizar polos visitantes e o fortalecemento da cooperación público privada. A creación de paquetes ou experiencias complementarias, así como a mellora da calidade de restauración existente, foron dous temas igualmente mencionados polo 20% dos participantes. Cabe destacar, que ningún considerou que fose necesario aumentar a oferta de restauración.

Finalmente preguntouse aos participantes en que proxecto estratéxico considerarían investir e cal sería o impacto esperado de facelo. Entre as respostas indicaron a posta en valor do patrimonio e oferta cultural, especialmente no sector musical. Tamén a creación de paquetes turísticos, as visitas guiadas, e seguir desenvolvendo o aproveitamento de recursos como os ríos, a través de sendas fluviais e roteiros de carreiros no territorio polo que pasan os seus leitotos. Neste sentido, o impacto esperado está relacionado con dous temas vinculados entre si: a pernocta especificamente no territorio como punto central para visitar outros atractivos na provincia e o aumento da estada media para xerar máis consumo (ou sexa, mais gasto por visitante) na zona.

DIAGNÓSTICO


6
DIAGNÓSTICO

Para este traballo utilizáronse fontes de información primarias, que permitiron obter información directamente do territorio; e tamén se realizou a análise de fontes secundarias existentes na contorna provincial e rexional. Isto permite elaborar un diagnóstico DAFO, para posteriormente a través da interpretación da información obtida, proporcionar unha serie de propostas para o mellor aproveitamento e dinamización turística do municipio.



ANÁLISE DAFO

ASPECTOS POSITIVOS (FORZAS E OPORTUNIDADES)

- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia
- Imaxe de referencia musical traballada dende a Fundación
- Icónico Castelo de Vilasobroso e senda botánica do mesmo, que aínda que non pertencen a este concello, é naturalmente asociado ao mesmo, ou que favorece a Mondariz e Ponteareas.
- Existencia de produtos de turismo vitivinícola na rexión
- Recursos termals na rexión, mesmo non estando as augas mineromedicinais no seu territorio, xa no municipio coniguo
- Facilitade de acceso ao municipio, mesmo sin saída directa á autovía, a chegada é rápida
- Aeroporto en localización próxima e conveniente, en especial para o tema musical (a menos de 30 minutos)
- Proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros
- Proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de desenvolver estratexias de Turismo transfronteirizo, pero tamén de atracción simplemente deste público.
- Ausencia de masificación, tan buscada durante e tras a pandemia, considerándose xa omo algo intrínseco no novo perfil do turista no xeral.
- Recoñecemento do Corpus como festa de interese turístico internacional desde 2009
- Ubicación estratexica no Xeodestino Condado - Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto de concellos que conforman o Xeodestino
- Festival de música clásica xa consolidado e que conta con potencial de crecemento e con interese da fundación promotora (Rogelio Groba) e continuar impulsando esta temática como slogan de Ponteareas e atracción de visitantes
- Existencia dun público familiar que demostra preferencias polo tipo de actividades que se ofrecen na rexión
- Aumento do interese das familias na realización de actividades relacionadas coa cultura

Figura 11. Análise DAFO: Aspectos positivos (forzas e oportunidades).
Fonte: Elaboración propia.

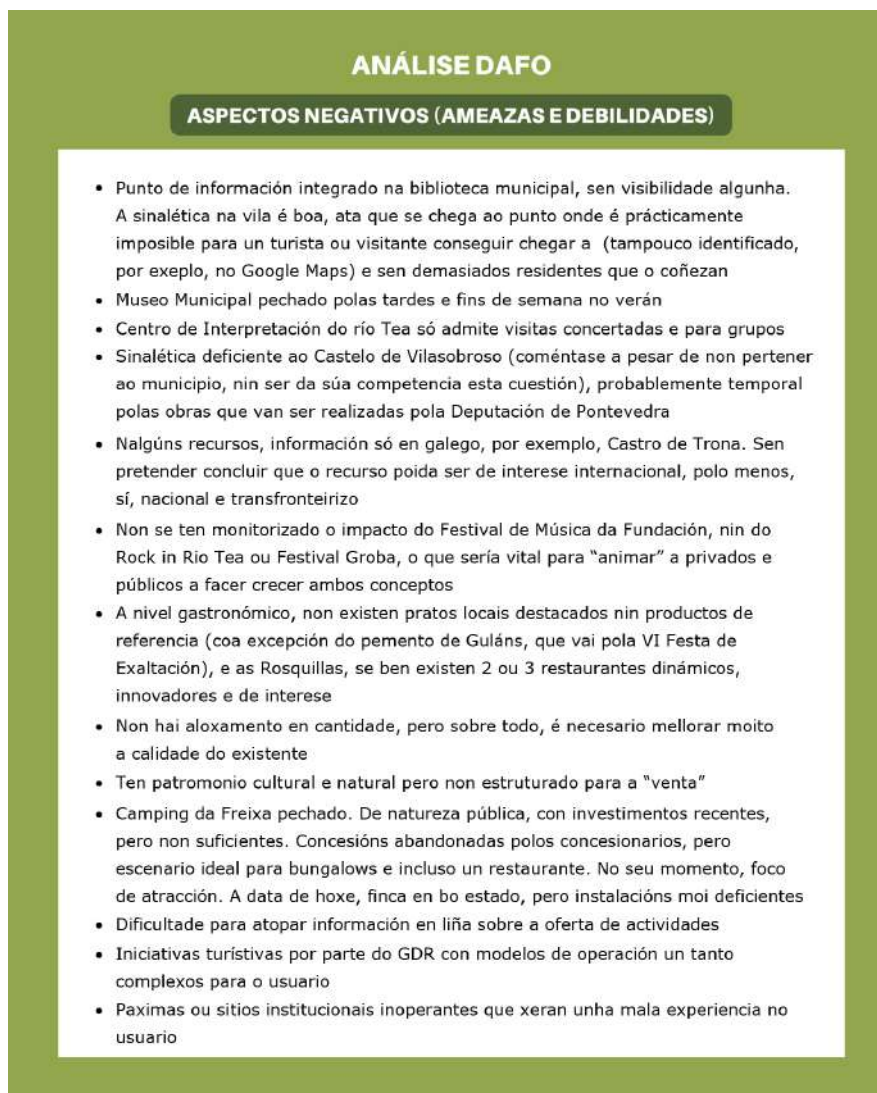


Figura 12. Análise DAFO. Aspectos negativos (ameazas e debilidades).
Fonte: Elaboración propia.

Na seguinte figura se presenta unha proposta de estratexias, derivadas da análise DAFO:

ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL DAFO				
	DAFO 1	+	DAFO 2 =	ESTRATEGIA
D A F O	Proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros		Ten patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a "venta"	Crear un novo produto turístico que permita integrar o turismo de aventura cos atractivos naturais da rexión
	Oferta para familias pola diversidade de recursos		Ícónico Castelo de Vilasobroso e senda botánica do mesmo, que aínda que non pertencen a este concello, é naturalmente asociado ao mesmo, ou que favorece a Mondariz e a Ponteareas	Aproveitamento dos recursos existentes, co obxectivo de crear un produto turístico dirixido ao segmento familiar, especificamente aos nenos
	Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia. Oferta para familias pola diversidade de recursos		A nivel gastronómico, destaca o pemento de Guláns, que vai pola VI Festa de Exaltación, así como a lamprea, atractivo que comparte con municipios veciños lusos e galegos, ou as rosquillas. Existen ademais 3 restaurantes de interese	Atender a diversión do público infantil para mellorar a experiencia da visita dos comensais, a través de actividades e instalacións deseñadas para eles
	Recoñecemento do Corpus como festa de interese turístico internacional desde 2009		Ten patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a "venta"	Considerar tematizacións estacionais da Vila. Acompañar durante todo o ano o proceso de preparación para chegar ata o momento de instalación, dando así un valor adicional á vila e aos produtores/artesáns
	Punto de información integrado na biblioteca municipal, sen visibilidade algunha		Dificultade para atopar información en liña sobre a oferta de actividades	Elixir un espazo de fácil encontro co visitante que poida ser identificado con facilidade, visible ao público. Enfocarse en brindar atención e información ao turista
	Localización estratéxica no xeodestino Condado - Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, no só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino		Proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros	Establecer un hub de circulación entre destinos máis consolidados que contan con zonas de alto valor patrimonial ao seu redor e que grazas á súa infraestrutura e fluxo de visitantes resulta accesible transportarse desde aí

Táboa 7. Estratexias derivadas do DAFO.
 Fonte: Elaboración propia.

The background is a solid green color with a complex, abstract pattern of thin, light-green lines and small dots. The lines form a network of irregular polygons, while the dots are scattered throughout, some appearing to be at the intersections of the lines. The overall effect is a textured, geometric pattern.

PROPOSTAS DE ACTUACIÓN



PROPOSTAS DE ACTUACIÓN

En lugar da tradicional división por eixos que propoñen accións en función da súa natureza (ordenamento, desenvolvemento de produto, marketing e apoio ao sector privado), óptase aquí por dar protagonismo aos recursos xa diferenciadores e actuacións transversais para os mesmos.

Música	1.1	Tematización da Vila
Natureza	2.1	Parque de aventuras nas árbores
	2.2	Senda botánica infantil
Turismo Infantil	3.1	Restaurantes enfocados nos nenos
	3.2	Parque infantil urbano innovador
Corpus Christi	4.1	Aproveitamento da Imaxe do Corpus
Xestión do destino	5.1	Mellora sinalización
	5.2	Punto de Información Turística
Xestión do destino	6.1	Marketing focalizado
	6.2	Ponteareas: "Hub" central de visitas ao xeodestino
TOTAL	10	

Táboa 8. Propostas de Actuación
 Fonte: Elaboración propia.



7.1. EIXOS ESTRATÉXICOS

▶ 7.1.1. MÚSICA

De acordo cos recursos identificados neste documento segundo a clasificación de Turismo Rías Baixas, 51 deles atópanse identificados como “Patrimonio Cultural”, dos cales o 74,5% corresponden a eventos ou recursos tradicionais/populares. Na maioría dos casos trátase de eventos asociados á música, xa sexa concertos e festivais, cuxo tema principal está relacionado con ela, ou ben festividades que aínda que están dedicados a outros temas, por exemplo os relixiosos ou gastronómicos, e que teñen un compoñente musical en practicamente todos os casos.

Jazz, grupos de gaitas, cancións tradicionais, agrupacións da Comarca, baile e outros, son algúns dos recursos musicais que Ponteareas sen dúbida ten inmersos na súa cultura e que constitúen gran parte da súa tradición, que resalta cando se realiza practicamente calquera tipo de evento. É por iso que a música constitúe un eixo fundamental para o desenvolvemento de produtos na rexión, e para o posicionamento do territorio desde esta interesante temática.

▶ 7.1.2. NATUREZA

Ponteareas ademais, conta cunha gran riqueza natural, non só propia senón dos municipios que o rodean e en conxunto xustificaron a creación no seu momento do GDR Condado Paradanta e actualmente do Xeodestino co mesmo nome. Desde esta perspectiva e considerando a proximidade con cidades de gran tamaño na rexión, podería posicionarse como o “pulmón verde” de Vigo, un pretexto perfecto para desconectar do ritmo da cidade e desfrutar das paisaxes naturais, reconectando a través de actividades de ecoturismo e aproveitando as novas tendencias de viaxe nas que o aire libre gana cada vez máis terreo entre as preferencias dos viaxeiros.

Este argumento de proximidade, natureza (e outros que se van detallando neste documento) permiten aproveitar este slogan como proposta principal de vendas, que necesita dun punto de diferenciación adicional, que propón sexa o público de familias con nenos pequenos que viven na cidade (a maior de Galicia).

► 7.1.3. TURISMO INFANTIL

Como se apuntou anteriormente no marco teórico deste documento, existe un gran potencial no desenvolvemento de oferta para o segmento familiar. Ponteareas conta con máis dunha das características que as familias con fillos pequenos buscan no momento de elixir o lugar que visitarán. A curta distancia do lugar de residencia, a existencia de recursos culturais, o potencial de desenvolvemento de actividades de natureza, o patrimonio arquitectónico tan diferenciado, a proximidade con Portugal, entre outras, son definitivamente oportunidades que se suxire aproveitar para propoñer iniciativas que poidan atraer a este segmento de mercado: os nenos.

Toda vez que non existe oferta hoteleira en cantidade e calidade, e a proximidade do maior mercado emisor, nunha primeira fase, o crecemento debe basearse en excursionismo (o que por outro lado, facilita a motivación do sector privado, que non apostaría en investimento sen evidencias de crecemento da demanda). Aínda así, para o desenvolvemento deste nicho de mercado, o familiar con nenos pequenos, terán que acometerse certos pequenos investimentos desde sector público privado, que se detallan nas propostas de actuación.

► 7.1.4. CORPUS CHRISTI

Ponteareas é rexional, nacional e internacionalmente recoñecida polas alfombras florais que se elaboran para a conmemoración anual do Corpus Christi, unha tradición xa secular na que se mestura arte urbana e relixión, hoxe recoñecida como festa de interese turístico internacional³.

Máis de un quilómetro de alfombras florais adornan a vila de modo magnífico e oloroso/colorido. Durante as semanas previas, sería a compoñente máis experiencial, porque o turista pode ser testemuña de como todos os veciños traballan para que o pobo luza, sendo un traballo moi laborioso (retirada das follas nos portais, realización das alfombras, etc.).

Xa no día anterior, de tarde, colócanse os debuxos no asfalto e ata o amencer, o traballo de colocación de follas, pétalos e flores tamén pode ser vivido y observado, de grande minuciosidade e detalle, ata que, en pleno domingo, a solemne procesión pasa sobre as alfombras tan laboriosamente realizadas.

³ Nótese que para obter dita declaración é necesario ter previamente a declaración de interese rexional e a posteriori, nacional (entre ambas e antes de optar a terceira, deben cumprirse certos requisitos, sobretudo relacionados coa promoción realizada e co número de visitantes, pero tamén cos anos cumpridos coa declaración anterior), do que se conclúe a larga tradición e traballo ó redor da festa.

► 7.1.5. **MARKETING E XESTIÓN DO DESTINO**

Por en valor os recursos ao patrimonio natural e cultural dun territorio, non é suficiente para asegurar que as persoas que o visiten gocen da súa experiencia e alcancen a comprender a importancia destes recursos. Para iso é necesario comunicar adecuadamente as características destes atractivos e asegurar que quen os visita teña dita información, non só suficiente, senón útil e oportuna para realizar a súa visita.

Para calquera territorio que teña como obxectivo a atracción e atención de visitantes, xa sexan turistas ou excursionistas, resulta imprescindible contar cun sistema que lle permita facilitar as tarefas de acceso e a difusión do coñecemento. Unha adecuada xestión da información turística contribúe a mellorar os procesos de planificación estratéxica de todo o sector, idealmente integrando público, privado e mesmo sociedade civil. Outro dos beneficios que ofrece o levar unha orde na información é o de mellorar as capacidades de medición e seguimento do turismo, asegurando así un proceso de toma de decisións estratéxicas mellor informadas por parte dos axentes e operadores do sector turístico, integrando a todos os actores e buscando a consecución de obxectivos que resulten benéficos para todo o territorio (SEGITTUR).

Neste sentido considérase non só a recompilación da información, senón a xestión desde unha perspectiva moito máis integral, permitiría identificar a información máis relevante para realizar un adecuado deseño da sinalización no territorio, asegurando o uso dunha linguaxe que sexa de fácil comprensión para os visitantes e residentes, así como a localización estratéxica desta para que sexa visible e se poida localizar con facilidade. A sinalización, non é só unha cuestión de imaxe urbana e ordenamento que consegue informar aos turistas e residentes, é tamén un valor agregado para reforzar a identidade dun territorio.

Así pois, os eixos estratéxicos presentados nestas propostas, non son os únicos que poderían desenvolverse, se ben, dadas as condicións do municipio referindo que non está posicionado nin conta coas características para ser considerado un destino turístico, ben se pode comezar con estas propostas como un primeiro paso para comezar o desenvolvemento turístico do territorio.



7.2. FICHAS DE ACCIÓN

► 7.2.1. MÚSICA

1. MÚSICA

1.1 Tematización da Vila

Xustificación

- Imaxe de referencia musical traballada dende a Fundación.
- O Festival de música clásica está xa consolidado e ten potencial de crecemento.
- Non se ten monitorizado o impacto do Festival Groba nin do Rock in Rio Tea, o que sería vital para “animar” a privados e públicos a facer crecer ambos conceptos.

Descrición

Sen ser un perfecto *benchmarking*, existen boas prácticas con esta mesma idea:

- Namur , que estando demasiado próximo de Bruxelas, non é destino turístico en si, pero que ten traballado a proposta principal de vendas de ter sido o berce do saxofón https://www.youtube.com/watch?v=KmygEfiW_Os (a idea dos saxofóns a ornamentar a vila é moi chamativa -ver imaxe 13-). Igualmente, en Ponteareas se podería “customizar” a vila na idea da música clásica; só isto sería, razón forte para unha visita de proximidade. A decisión de facelo en torno á Musica Clásica da man da Fundación ou ó redor do concepto do Rock in Tea, compete ao concello.

Claro que estes tipos de música non serían o único que podería aproveitarse, pois está tamén a presenza de tradicións musicais de natureza máis folclórica como as gaitas ou os xa posicionados festivais como o mencionado Rock in Río Tea, achegan contido rico e diverso para satisfacer a amantes de diferentes xéneros musicais. Por isto, outra suxestión sería que poderían establecerse zonas ou barrios tematizados dedicados a estas diferentes correntes musicais.

Dando un paso máis, cara unha “customización dinámica”. Tamén se podería crear unha feira de instrumentos musicais - novos, antigos e de segunda man, desenvolvendo non só os eventos senón integrando os diferentes temas ao redor da música, como o ensino, a produción, entre outros. Esta proposta podería desenvolverse en torno á Musica Clásica da man da Fundación ou ó redor do concepto do Rock in Río Tea, sen ser estes excluíntes; ou sexa, podendo convivir os dous conceptos de música nesta idea en feiras ou eventos alternos no tempo.

Recoméndase tamén realizar *peer-reviews* con cidades de “turismo musical” como Vilar de Mouros ou Paredes de Coura, en Portugal, por exemplo.

Sen tratarse de un territorio, apenas de establecementos hoteleiros, existen máis exemplos de tematización musical (tamén unha boa idea para a tematización dos establecementos privados do concello): Fenix Música en Lisboa ou Barceló Imagine en Madrid.

Imaxes e referencias



Figura 13 - Namur.
Fonte: www.expedia.com



Figura 14 - Hotel Barceló Imagine, Madrid.
Fonte: www.barcelo.com

Actividades suxeridas

- Desenvolver un concepto musical a través do patrimonio existente en Ponteareas.
- Crear unha imaxe para dar a coñecer este concepto a través de campañas de promoción.
- Identificar cada un dos eventos ou lugares no territorio nos que se dá unha manifestación da cultura musical.
- Crear un mapa ou un percorrido no que se sinalen estas manifestacións musicais
- Facer unha clasificación dos recursos musicais existentes.
- Utilizar plataformas de *streaming* ou reprodución nas que se poidan “subir” cancións ou *playlists* con música representativa do municipio, poden ser tematizadas por evento, por tempada do ano, por época, entre outros.
- Desenvolver materiais visuais que poidan integrarse na vila referentes á música e que teña este elemento presente en toda ela.
- Integrar este concepto á sinalización .

Táboa 9. Ficha de Acción “Tematización da vila”.
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.2. NATUREZA: PARQUES DE AVENTURA NAS ÁRBORES

2. NATUREZA

2.1 Parque de aventuras nas árbores

Xustificación

- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- Proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros.
- Oferta para familias pola diversidade de recursos.
- Ausencia de masificación.
- Patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a “venta”.

Descrición

Aproveitando a riqueza natural que enmarca este territorio, esta acción está encamiñada a crear un novo produto turístico que permita integrar o turismo de aventura cos atractivos naturais da rexión. Existen parques ecoturísticos como Pena Aventura Park situado en Portugal, no que concretamente se ofrece un produto relacionado coas árbores percorrendo un circuito innovador que permite desenvolver habilidades en diferentes niveis de dificultade e alturas das árbores. Tamén, en Ponte da Barca, se fixo un investimento similar como investimento público nas portas do Xurés, do lado portugués (Gerês)⁴.

Imaxes e referencias



Figura 15 - Pena Aventura Park. Recorrido nas árbores.
Fonte: <https://www.penaaventura.com.pt>

Actividades suxeridas

- Definir un espazo natural que teña o potencial para desenvolver produtos de natureza.
- Diseñar diversos produtos turísticos de acordo cos recursos dispoñibles e tamén enfocados a diferentes públicos, non só o de aventura senón considerar actividades dirixidas a grupos de menor idade para atraer tamén así ás familias.
- Integrar ás comunidades ou grupos locais no desenvolvemento de estas iniciativas para promover que sexan inclusivas e sostibles cos residentes da rexión.

⁴ <https://www.cmpb.pt/ver.php?cod=OBOROK>

► 7.2.3. NATUREZA: SENDA BOTÁNICA INFANTIL

2. NATUREZA 2.2 Senda botánica infantil

Xustificación

- Curta distancia à maior e mais poboada cidade de Galicia.
- Proximidade con contornas naturais diversas como montañas, ríos e costa fan que o lugar conte con moitos atractivos a pouca distancia uns doutros.
- Oferta para familias pola diversidade de recursos.
- Ausencia de masificación en liña coas tendencias do novo perfil do turista post COVID e tamén das viaxes sostibles.
- Patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a “venta”.

Descrición

Esta acción está encamiñada ao aproveitamento dun recurso existente, a senda botánica do Castelo de Sobroso, co obxectivo de crear un produto turístico dirixido ao segmento familiar, especificamente aos nenos. Esta senda conta xa con recursos de información sobre as especies vexetais e códigos QR nestes paneis informativos. No exercicio de *benchmarking* atopouse un produto que combina tanto un edificio con valor histórico, neste caso un castelo, cos elementos naturais que o rodean. Caso que podería ser trasladado a este recurso en Ponteareas.

O castelo de Hegi, que data do século XIII, está situado ao leste de Winterthur, Suiza. O complexo do castelo atópase ben conservado e actualmente é un museo e sede de eventos culturais. A historia do castelo conta que unha vez houbo unha extensa horta no seu lado este. Inspirándose nesta, creouse en 2012 un novo xardín con antigas variedades de hortalizas. Os produtos cultivados neste horto pódense gozar as fins de semana no “Schloss Schenke”, un cortello que foi convertido en restaurante.

Imaxes e referencias



Figura 16 - Hegi Castle, Suiza.
Fonte: <https://kinderregion.ch/en/visit/hegi-castle/>

Actividades suxeridas

- Diseñar percorridos a través da senda que están enfocados ao público infantil.
- Programar actividades en conxunto coa temática do castelo para vincular a biodiversidade, especificamente botánica, da rexión con certos temas, por exemplo, as actividades produtivas do castelo ou o aproveitamento das especies da rexión.
- Organizar actividades periódicas que poidan incluírse na axenda de eventos do municipio para complementar a oferta de experiencias por época do ano.
- Dedicar un espazo ao cultivo de especies comestibles ou que teñan algún uso e xerar alianzas con grupos da comunidade para a súa transformación e aproveitamento (venta de produtos elaborados con insumos locais).
- Diseñar produtos educativos e ofrecelos a institucións escolares das cidades próximas para promover visitas con fins de aprendizaxe.

Táboa 11. Ficha de Acción "Senda botánica infantil".
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.4. TURISMO INFANTIL: RESTAURANTES ENFOCADOS NO PÚBLICO INFANTIL

3. TURISMO INFANTIL

3.1 Restaurantes enfocados no público infantil

Xustificación

- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- Oferta para familias pola diversidade de recursos.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado-Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteirizo.
- A nivel gastronómico, destaca o pemento de Guláns, que vai pola VI Festa de Exaltación, así como a lamprea, atractivo que comparte con municipios veciños lusos e galegos, ou as rosquillas. Existen ademais 3 restaurantes de interese.

Descrición

Aínda que a oferta de actividades para este público infantil e familiar, resulta moi importante para atraelos ao territorio, é necesario considerar que o sector de restauración xoga un papel moi importante na cadea de valor turística de calquera destino. En particular, no xeral, os restaurantes non se preocupan por atender a diversión do público infantil, que tamén aseguraría comidas máis tranquilas aos familiares.

No caso de Ponteareas, que pola súa proximidade con Vigo podería considerarse un destino para excursionistas, o enfoque máis que dirixido aos hoteis (e tamén máis utópico e menos realista), se propón que sexa aos establecementos de alimentos e bebidas.

Existen numerosos exemplos en todo o mundo de restaurantes dirixidos ao segmento familiar que poñen en marcha accións para mellorar a experiencia da visita dos comensais, a través de actividades e instalacións que permitan aos pais consumir no local mentres os seus nenos disfrutan de estas experiencias deseñadas para eles.

Imaxes e referencias



Figura 17 - Parque infantil en Restaurante La Excéntrica, Madrid.
Fonte: <https://laexcentricamadrid.com/>



Figura 18 - Restaurante Village, Lisboa ("eat and play").
Fonte: <http://www.lisbonne-idee.pt/>

Actividades suxeridas

- Sensibilizar aos provedores da oferta turística sobre a importancia de atender a este segmento e as oportunidades económicas que representa ou poder atraelos (maior estancia no local e en consecuencia, maior consumo)
- Na medida das posibilidades de cada establecemento, implementar medidas para atender aos grupos de idade máis novos: opcións de menú infantil, xogos de mesa, mobiliario adaptado en tamaño a este público (mesiñas, cadeiras) e de ser posible espazos especialmente deseñados para entretemento dos menores con instalacións máis sofisticadas, pechados (para evitar a estacionalidade) naqueles que conten con espazo suficiente ou áreas ao aire libre.
- En réxime de concesión e aproveitando a versatilidade do espazo para eventos ao aire libre da vila, implementar un restaurante baseado no concepto "comer e xogar" do restaurante Village (Figura 18).



Figura 19 - Espazo de rehabilitación urbana proposto.
Fonte: Recompilación fotográfica durante o traballo de campo.

- Nota: recoméndase como incentivo ao sector privado, certos beneficios fiscais locais (ou sexa, aqueles ao alcance do concello como por exemplo exención de IBI, pago por terrazas...) a aqueles restaurantes que adhiran a esta iniciativa; tamén, através dos axentes de desenvolvemento local ou as antenas das cámaras de comercio, apoio para a solicitude de préstamos ou subvencións a que se poidan acoller para os pequenos investimentos que poidan ser necesarios.

Táboa 12. Ficha de Acción "Restaurantes enfocados ao público infantil".
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.5. TURISMO INFANTIL: PARQUE INFANTIL URBANO INNOVADOR

3. TURISMO INFANTIL

3.2 Parque infantil urbano innovador

Xustificación

- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- Oferta para familias pola diversidade de recursos.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado-Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteirizo.

Descrición

Esta actuación propón o aproveitamento do vasto patrimonio cultural, especificamente arquitectónico asociado ás construcións medievais presentes non só no municipio, senón na rexión. Recursos emblemáticos como o castelo de Vilasobroso ou o Castro de Troña, son o pretexto perfecto para preservar esta historia e compartila cos máis novos a través da recreación das condicións de vida que enmarcaron estas construcións, xa sexa de forma material ou virtual.

Se propón o uso de novas tecnoloxías, para a creación dun parque infantil inspirado nos castros, no patrimonio arquitectónico antigo. Quizais con elementos tecnolóxicos ou, tematizado na idea dun castro, resaltando as calidades rurais do territorio e as construcións tradicionais que forman parte da cultura galega como os pazos.

No *benchmarking* realizado para esta actuación, un dos referentes atopados é Puy du Fou, un parque temático creado en Francia, agora tamén con presenza en España. Emprázase nunha contorna natural dunhas 30 hectáreas e representa unha época histórica en concreto a través da recreación física de ambientes como aldeas e pobos, complementando a experiencia con eventos e espectáculos culturais.

Sen dúbida, podería ser unha razón xa forte para a viaxe dende Vigo ou Portugal, pero dende logo atraer mesmo visitantes/turistas de lugares máis afastados, pois estase propondo algo moi innovador, inspirado no patrimonio real e “traducido/interpretado” para o público infantil.

Imaxes e referencias



Figura 20 - Parque Puy du Fou “Pueblos de época: La Puebla Real”.
Fonte: <https://www.puydufou.com>



Figura 21 - Parque “Gulliver”, Valencia.
Fonte: Pinterest

Actividades suxeridas

- Identificación dun espazo no que se poida crear un parque destas características, o mesmo podería ser nas proximidades do Castro de Troña para aproveitar a visita ao mesmo e resaltar a súa auténtica construción.
- Diseñar actividades que permitan a posta en valor do patrimonio arquitectónico da rexión.
- Identificar os recursos, non só no municipio senón no xeodestino condado Paradanta e trazar un mapa para crear un roteiro con esta temática.
- Facer uso de tecnoloxías como realidade virtual para o deseño das actividades e dotar a experiencia de elementos tecnolóxicos, que ademais se poden aproveitar para a obtención de datos.

- Nota: Se propón apenas un parque para non ser ambiciosos, sendo que o escenario ideal, sería conseguir facer varios, tematizados nos puntos fortes turísticos: os deportes, o corpus, e a música.

Esta actuación non tería porque ser acometida con investimento público. Podería concesionarse para este fin un espazo de forma gratuíta para que un privado a acometa e explote.

Táboa 13. Ficha de Acción "Parque infantil urbano innovador".
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.6. CORPUS CHRISTI: APROVEITAMENTO DA IMAXE DO CORPUS

4. CORPUS CHRISTI

4.1 Aproveitamento da Imaxe do Corpus

Xustificación

- Recoñecemento do Corpus como festa de interese turístico internacional desde 2009.
- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteirizo.
- Localización estratéxica no Xeodestino Condado-Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- Patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a "venda".

Descrición

Considerando que existen xa iniciativas en proxectos previos como o PST Condado Paradanta, citados neste documento, nas que se contemplan propostas puntuais por exemplo o museo ao aire libre e as ferramentas virtuais para facer crecer o Corpus, que son moi recomendables desde a perspectiva dos autores. Nesta proposta búscase complementar estas accións xa propostas e algunha medida, mesmo iniciada a súa execución.

Proponse considerar a tematizacións estacionais da Vila. Así como a vila se "veste" de alfombras para o Corpus, pódese acompañar durante todo o ano o proceso de preparación para chegar ata o momento de instalación, dando así un valor adicional á vila e aos produtores/artesáns.

Non só se recoñecería a festa e as alfombras, senón desde o momento da plantación das flores para utilizar (nas que sexa o caso), a recolección, a selección, o deseño dos tapetes, o trazado e todas as etapas que se van seguindo segundo o momento do ano. Isto pódese plasmar nalgunha peza audiovisual ou impresa, así como avaliar a viabilidade de realizar visitas físicas aos lugares relacionados con esa etapa produtiva segundo a tempada (por exemplo a visita aos campos de flores) e mesmo ter a oportunidade de participar nestas actividades, como voluntarios (que como se menciona previamente no marco teórico, existe unha oportunidade para estas actividades) ou mesmo como un produto turístico complementario.

Proponse considerar a posibilidade de establecer un modelo de patrocinio dunha produción floral (como se fai cos lobos e as cabras no Gerês-Xurés).

Os "padriños" seguirían a evolución do crecemento, colleita e colocación na rúa, recibindo posteriormente ou ben un ramo elaborado coa produción patrocinada ou ben un "pedazo" da alfombra que patrocinaron.

Imaxes e referencias



Figura 22 - O Corpus Christi Paso a Paso.
Fonte: <https://turismoriasbaixas.com/>

Actividades suxeridas

- Facer un estudo ou análise sobre as diferentes etapas do proceso produtivo das alfombras ao longo do ano, para identificar en que casos é atractivo.
- Identificar as actividades e lugares asociados a este para ofrecer como experiencias aos visitantes.
- Integrar esta información ás iniciativas existentes para complementar estas propostas.
- Desenvolvemento de ferramentas TIC para o prolongamento da festa do Corpus ao longo do ano e no medio virtual.

Táboa 14. Ficha de Acción "Aproveitamento da imaxe do Corpus".
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.7. MARKETING: MARKETING FOCALIZADO

5. MARKETING

5.2 Marketing focalizado

Xustificación

- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- Oferta para familias pola diversidade de recursos.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado-Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteirizo.
- Punto de información integrado na biblioteca municipal, con ningunha visibilidade.
- A sinalización na vila é boa, ata que se chega a un punto xa no centro, onde é practicamente imposible para un turista conseguir chegar a el (tampouco identificado, por exemplo, no google maps) e sen demasiados residentes que o coñezan.

Descrición

Existen diversas plataformas especificamente dedicadas ao turismo familiar con nenos pequenos no sur de Galicia, como por exemplo www.littlevigo.com ou mais xerais, sobre viaxes con nenos. Igualmente, en Portugal, www.pumpkin.pt para divulgar o destino ás familias lusas. É nestas nas que, coas infraestruturas adecuadas xa en marcha, se debería divulgar Ponteareas e a súa aposta pola diversión para nenos.

O obxectivo desta acción, é por tanto posicionar a Ponteareas como un sitio ideal para a visita das familias, pero principalmente enfocado no goce dos grupos de menor idade. A través de dotar ao territorio con produtos e infraestrutura dirixida aos nenos, poderase facer unha estratexia de comunicación que permita dar a coñecer esta nova oferta para o público infantil.

Imaxes e referencias



Figura 23 - Sitio web Little Vigo dedicado á oferta infantil de servizos diversos para nenos do Sur de Galicia.
Fonte: www.littlevigo.com

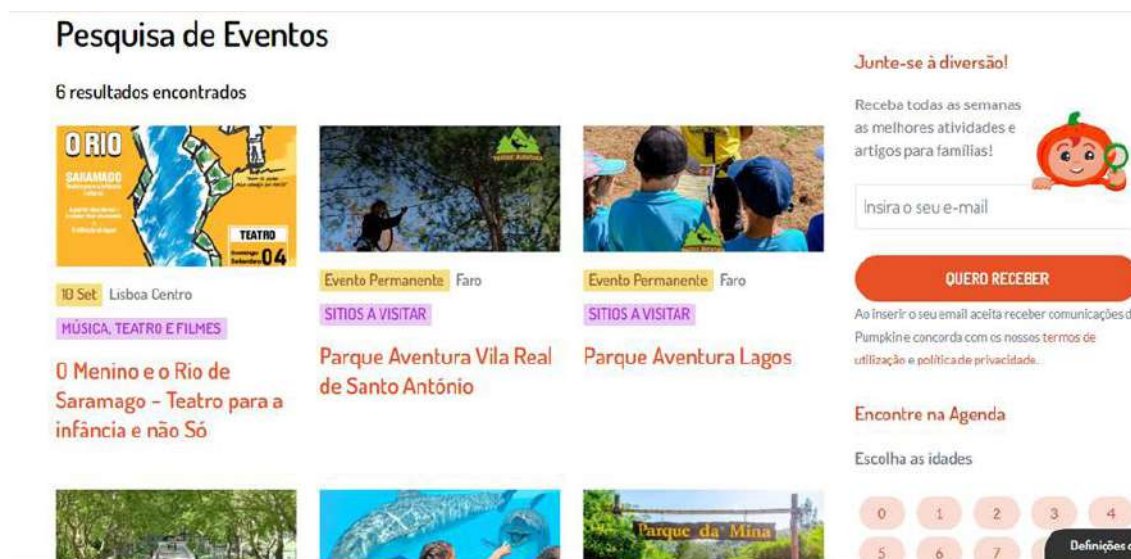


Figura 24 - Sitio web Pumpkin, en Portugal, dedicado á oferta infantil de servizos diversos para nenos lusos.
 Fonte: www.pumpkin.pt

Actividades suxeridas

- Elaborar un inventasrio de recursos e un directorio de servizos que ofrecen actividades ou que se atopan adaptados para recibir ao público infantil.
- Sensibilizar aos provedores da oferta turística sobra a importancia de atender a este segmento e as oportunidades económicas que representa o poder atraelos a través de charlas ou ferramentas de comunicación.
- Desenvolver o concepto de "turismo infantil" no territorio, desde a perspectiva de *marketing* cunha imaxe adecuada e unha estratexia de comunicación que permita a traer e este novo público,
- Dar a coñecer a oferta de turismo dirixida ao público infantil a través de campañas propias do municipio ou mediante axencias de viaxes ou operadores de turismo especializados.

Táboa 15. Ficha de Acción "Marketing focalizado".
 Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.8. MARKETING: PONTEAREAS: "HUB" CENTRAL DE VISITAS AO XEODESTINO

5. MARKETING

5.2 Ponteareas: "Hub" central de visitas ao xeodestino

Xustificación

- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteiriño.
- Curta distancia á maior e máis poboada cidade de Galicia.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado-Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- Patrimonio cultural e natural pero non estruturado para a "venda".

Descrición

Finalmente, Ponteareas podería posicionarse como un “hub” central de visitas ao xeodestino e mesmo máis (Vigo, Rias Baixas, Portugal). Un hub de circulación entre destinos máis consolidados como actualmente sucede con cidades ou centros poboacionais que contan con zonas de alto valor patrimonial ao seu redor e que grazas á súa infraestrutura e fluxo de visitantes resulta accesible moverse desde alí, sendo estes a base durante a viaxe. Como exemplo, coa súa xusta proporción, poderíamos pensar en lugares como Madrid, que ademais da propia oferta dentro da cidade, contan con atractivos nos arredores como El Escorial, Toledo, Segovia, a serra; neste sentido pódese estender tanto como se desexe e a infraestrutura de transporte o permita. No caso de Ponteareas, obviamente a sería concretamente para o Xeodestino Condado Paradanta, seguindo os esforzos que xa hoxe realízanse desde este modelo.

Isto supoñería unha segunda etapa para Ponteareas, que pasando de ser un destino de excursionistas, co desenvolvemento de oferta de hospedaxe de maior calidade e en maior cantidade, podería ser o “centro” desta rexión (considerando a súa posición estratéxica coa fronteira e tamén a proximidade co aeroporto) para establecerse durante a viaxe e a partir de alí realizar percorridos ao resto dos atractivos existentes.

Imaxes e referencias



Figura 25 - Mapa do recursos Condado Paradanta.
 Fonte: <https://www.gdrcondadoparadanta.gal/>

Actividades suxeridas

- Accións enfocadas en mellorar a competitividade do municipio para poder converterse neste hub na rexión.
 - Mellora da oferta en cantidade e calidade de hospedaxe.
 - Estructurar a oferta e a información en colaboración cos municipios que formen parte deste "circuíto".
 - Realización de *peer-reviews* con municipios da ruta portuguesa "Nacional 2" para establecemento e reforzar este tipo e cooperación.
 - Deseño de roteiros por temática ou por produto establecendo como punto de partida o municipio e percorrendo os atractivos do resto das zonas ao redor deste.
 - Incluír na estratexia de comunicación do territorio a vantaxe de localización que ten como parte da proposta de valor, buscando un posicionamento a partir desta.
- Nota. As medidas (incentivos fiscais municipais e apoio de asesoramento) propostas no caso dos restaurantes aplícanse tamén neste caso, sendo que, para ser realistas, esta acción ten un custo moito máis elevado para o sector privado e por tanto, é de máis difícil consecución.

Táboa 16. Ficha de Acción "Ponteareas: "Hub" central de visitas ao xeodestino".
Fonte: Elaboración propia.

► 7.2.9. XESTIÓN DO DESTINO: MELLORA DA SINALIZACIÓN

6. XESTIÓN DO DESTINO 6.1 Mellora da sinalización

Xustificación

- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteirizo.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado- Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- Sinalización deficiente ao Castelo de Vilasobroso, probablemente temporal polas obras que van a ser realizadas pola Deputación de Pontevedra.
- Nalgúns recursos, información só en galego, por exemplo, Castro de Troña. Sen pretender concluír que o recurso poida ser de interese internacional, polo menos, si, nacional e transfronteirizo.

Descrición

Considerando a localización estratéxica do territorio, na que converxen visitantes tanto de Galicia, como España e Portugal, resulta necesario plantexar accións nas que a información asociada ao acceso aos recursos do municipio se atope en boa calidade (galego e castelán como mínimo) e en cantidade (exemplo mencionado no DAFO relativamente ao Punto de Información).

A cantidade de información dispoñible, así como a calidade dos contidos non só en canto á información que inclúen se non á accesibilidade e facilidade de ser comprendidos polos públicos obxectivos, por non dicir o maior número de persoas posibles, son determinantes para definir se a sinalización dun lugar está cumprindo co seu obxectivo ou non. Ademais disto, hai que ter en conta a calidade dos materiais, en cuestión de estética e durabilidade, así como a súa adecuada localización, son factores que determinarán en certa medida a experiencia final do visitante (SEGITTUR, 2021) ao permitirille o acceso oportuno aos recursos turísticos do destino e á información requirida durante a súa visita.

Imaxes e referencias



Figura 26 - Sinalización Turística Sostenible para destinos intelixentes
 Fonte: SEGITTUR, 2021.



Figura 27 - Sinalización turística de Navarra
 Fonte: turismo.navarra.es

Actividades suxeridas

- Identificar a información máis relevante para realizar un adecuado deseño da sinalización no territorio, asegurando o uso dunha linguaxe que sexa de fácil comprensión, a ser posible universal, para os visitantes e residentes, así como a localización estratéxica desta para que sexa visible e se poida localizar con facilidade.
- Deseñar a sinalización en liña coa conceptualización do municipio, resaltando as súas características históricas (medievais).
- Deseñar un manual con todas as directrices da sinalización, que deberá existir segundo as necesidades do territorio, por tipoloxía, tamaño, material, deseño, para asegurar a súa correcta implementación no futuro.
- Realizar unha proposta dos puntos de interese, accesos, servizos e demais información relevante dentro da cidade para a localización da sinalización correspondente.
- Definir os materiais máis adecuados para as condicións meteorolóxicas da vila de Ponteareas, considerando ademais que cumpran coas directrices de sustentabilidade tanto nos insumos como nos procesos produtivos.
- Asegurar que os contidos da sinalización sexan o suficientemente comprensibles para cumprir a súa función tanto informativa como educativa.

► 7.2.10. XESTIÓN DO DESTINO: PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

6. XESTIÓN DO DESTINO 6.2 Punto de Información Turística

Xustificación

- A proximidade con Portugal que ofrece a posibilidade de promover o turismo transfronteiriño.
- Localización estratéxica no xeodestino Condado- Paradanta que permite o acceso a múltiples recursos, non só do municipio senón do resto que conforman o xeodestino.
- Punto de información integrado na biblioteca municipal, sen ningunha visibilidade. A sinalización na vila é boa, ata que se chega ao punto onde é practicamente imposible para un turista conseguir chegar a el (tampouco identificado, por exemplo, no google maps) e sen demasiados residentes que o coñezan.

Descrición

Actualmente o Punto de información turística de Ponteareas atópase dentro da Biblioteca Municipal. Aínda que podería representar unha vantaxe que se atope nun establecemento institucional e recoñecido, é necesario dotalo de certa independencia que lle permita ter unha operación propia. Para esta acción considérase un cambio de localización nun espazo de fácil encontro co visitante, cun acceso e horario propio que lle permita enfocarse en brindar atención e información ao turista. Isto implica elixir unha localización que poida ser identificada con facilidade, visible ao público. É necesario tamén, a elaboración dun inventario de recursos e atractivos non só de interese, senón que poidan ser visitables, ademais de incluír os horarios e días nos que se atopan dispoñibles, ademais de contar con esta información en formato dixital para facilitar a actualización destes datos.

Como resultado do *benchmarking*, podemos atopar a Oficina de Turismo de Montblanc, que non só está enfocada en brindar información ao visitante, senón que realiza outras labores como planificación de percorridos, realización de visitas guiadas, recompilación de información sobre a demanda, atención de consultas, entre outros. Ademais, está situada nun dos recursos con valor histórico e arquitectónico da cidade, o que en si mesmo esperta interese para ser visitada. Conta cunha plataforma virtual a través da cal pode realizar algunhas das súas funcións en medios dixitais como correo electrónico, sitio web e aplicacións.

Imaxes e referencias



Figura 28 - Oficina Municipal de Turismo de Montblanc
Fonte: <https://www.montblancmedieval.cat>

Actividades suxeridas

- Establecemento dun Punto de Información Turística con maior visibilidade e con indicacións claras e fáciles para chegar a el (sinalización).
- Integración do Punto de Información Turística en Google Maps, TripAdvisor e outras plataformas de consulta.
- Creación dun Punto de Información Turística Virtual para complementar o servizo do punto físico.
- Elaboración dun inventario de recursos e atractivos, integración de horarios e accesibilidade.
- Dixitalización do inventario cos puntos de interese máis relevantes para o visitante
- Dotar á oficina dun sistema de xestión da información turística que permita o seu óptimo aproveitamento.
- Atender as consultas e solicitudes de información a través de diferentes canles tanto físicos como dixitais, xa sexa en puntos de información no territorio como medios dixitais, que puidesen ser a mesma a páxina web de turismo, aplicacións, correos electrónicos ou outras plataformas que faciliten a comunicación entre o Concello e os usuarios.
- Contar cun repositorio de información turística actualizado no que tanto os recursos públicos como os servizos proporcionados polo sector privado poidan nutrir con información relevante e útil para os visitantes.
- Recompilar información sobre a demanda que permita coñecer mellor as súas necesidades e desta forma contar con información valiosa para a toma de decisións estratéxicas en materia turística.

Táboa 18. Ficha de Acción "Punto de información turística".
Fonte: Elaboración propia.

REFLEXIÓNS FINAIS E PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS



8

REFLEXIÓNS FINAIS E PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

O turismo non ten que ser un sector prioritario de actuación municipal para o concello de Ponteareas, pero pode ser, sen dúbidas, un sector económico con certa relevancia, baseado no puntos fortes e oportunidades identificados.

Así, sendo xa unha vila musical e que xa atrae a un público diverso e ben diferente, está demostrada a capacidade da Fundación Rogelio Groba en “complicidade” co Concello, para continuar a atraer estes públicos en maior cantidade e duración de tempo cada ano. O festival de música clásica é o mais importante pilar do turismo local, que pode contribuír máis para a atracción de turistas/visitantes ao longo do ano. Xa conta con público fidelizado de España e Portugal e visitantes de países máis afastados. A maior reflexión aquí non radica só nos esforzos de divulgación da propia Fundación, senón na proxección internacional que lle dan os propios artistas participantes cando fan referencia ao mesmo nas súas redes sociais, con seguidores, certamente, moi interesados nestes tipo de música e neste tipo de eventos.

Tamén no eido musical, está o Rock in Rio Tea, noutro extremo de tipoloxía pero que da forza á idea de Ponteareas, vila da música como unha das propostas de vendas da vila no eido turístico.

Tamén a reflexionar porque o importante e recoñecido Corpus e as súas alfombras florais, tan atractivos, non están retendo visitantes. Probablemente o proxecto innovador de museo a ceo aberto e a aplicación con código QR para ver en realidade virtual cada rúa que se vai percorrendo sexa un elemento que permita subsanar esta deficiencia. E, incorporar a experiencia de poder participar nas labores previas, ou polo menos observalas, engadiría días á visita.

A non esquecer a figura de Álvaro Pino e eventos xeradores de visitas que xa existen (deportes de alto rendemento promovidos na súa maioría por asociacións ou polo sector privado).

Como tamén concluído, Ponteareas podería ser “vendida” como un “hub” central de visitas ao xeodestino e incluso máis (Vigo, Rias Baixas, Portugal). Un *hub* de circulación entre destinos máis consolidados.

Finalmente, e como reflexión de calado institucional, sería desexable, coa transversalidade que ten o sector turístico e máis aínda, no caso de Ponteareas, porque moitos dos seus valores non son exclusivamente turísticos (por exemplo, cultura, natureza) a integración das políticas e a maior implicación de todas as concellerías que poderían impulsar a este sector.

ANEXOS



9

ANEXOS



ANEXO - INFORMACIÓN PROPORCIONADA POLA OFICINA DE TURISMO DO CONCELLO

DOSIER INFORMACIÓN TURÍSTICA DE PONTEAREAS

Punto de información turística do Concello

Síza no Museo municipal de Ponteareas:
 Rua Península 9/11
 T: 986 640 331
 Tempada baixa: Luna a Venres de 10.00-17.30

Videoteca parroquias configuran Ponteareas, un conxunto cheo de historia e historias de vida, sabor, aroma e camiños. Como vosoa en todo o val do río Tea e comarca do Condado. Ponteareas é rico en achamentos arqueolóxicos que testemuñan unha presenza humana antiga, que abrangue desde o Período Paleolítico ata a Cultura Castrexa da que compoñe o castro de Troia. Na parroquia de Pías, situado entre os séculos VI a C e I d.C. Na Idade Media, no "Parroquia Salvatorum" (1669) na aldea de Asoas como unha das parroquias do bispado de Mondoñedo e do século XVI o Castelo de Sobroso será un elemento central na defensa da comarca, especialmente nas loas feudais das Illas dos Sarmientos e Sotomaior dentro do Castelo de Pícarana, tras a súa fundación no século XVI no 1467. Na Idade Moderna, (1463), o rei Fernando O Católico, recomprou a fidelidade de García Sarmiento coa concesión dunha leira mensural no seu conde de Canedo. O resto do conde de leira fose constituído un núcleo de poboación que, co tempo, se acabou chamado Ponteareas. Así, no 1658 construíuse a Capela de San Gregorio e en 1777 cando a parroquia se trasladou dentro a Igrexa de San Miguel de Canedo a esta Capela, incluíndose de inmediato a construción dunha nova Igrexa parroquial, sustituída en 1885 pola actual Igrexa parroquial. Na Idade Contemporánea, coa supresión dos señores en 1835, constitúese o Concello de Ponteareas, cuxos límites que se mantiveron ata hoxe e comarca a construción da estrada nacional Vigo - Vilaxián, que substitúe ao antigo camiño real, de vital importancia para o desenvolvemento da vila. Na segunda metade do século XIX, debido a súa actual configuración urbana e levantouse os seus principais edificios, sendo das primeiras vilas de Galicia en dispoñer de alumado eléctrico e, no século XXI, unha ampla oferta social e política que conforman a Ponteareas, como a capital da comarca de O Condado.

Recursos Turísticos e Monumentos de Interese

Museo Municipal de Ponteareas
 Rua Península 9/11 36860 Ponteareas
 O museo custodia os materiais das escavacións arqueolóxicas do Castro de Troia, entre 1986 e 1991 que pódese contemplar na sala monográfica do Museo. Ademais fondos de historia local, materiais de persoa como Fermín Bouza Brey, Rivero e Saldido Otero ou Gabo Bogañal Arias, etc. e unha colección de obras de artes locais con nomes como Silverio Rivas ou Antonio Meda.
 Luna a Venres 9:00-21:00. Sabados 10:30-13:30

Convento de Canedo (Igrexa e Claustro)
 O edificio no que se atopo actualmente o Convento de Canedo foi un palacio dos Sarmiento, e nel nacía Agustina Sarmiento, unha das ministras do universal castro de Vilaxián. En 1715 foi doado por esta familia a orde Franciscana, que empezou a comezar as obras de ampliación e remodelación para convertelo en convento.
 Luna a Sábado 10:30-12:00 e 16:30-19:00

Igrexas Románicas: O románico é un estilo artístico que nace en Europa dos séculos XI e XII, cunha linguaxe artística unitaria e internacional, converxéndose a variedade e multiplicidade segundo os países e rexións. Este estilo alcanzou un extraordinario desenvolvemento en toda Galicia, sobre todo a partir do segundo cuarto do século XI, e despois a finalización da Catedral de Santiago. No municipio de Ponteareas existen doce tras a finalización da Catedral de Santiago. No municipio de Ponteareas existen doze igrexas que constarían aínda vestixios da súa construción en época románica como son Igrexa San Pedro de Anxoares, Igrexa San Salvador de Padrons, Igrexa San Estevo de Cumiar.

"Mestre Cerviño" Non faltan en Ponteareas obras escultóricas de Ignacio Cerviño ou Jose Canello, con obras de autoría incluída dignas de visita, entre outras:

Descrécroto das Cachadas, sito no barrio do mesmo nome

Pantón Amancio de Pantón Severo Pardo (concello Municipal de Ponteareas)

Pantón de Pías (concello de Pías) / Pantón de Caldeiros

Castro de Troia
 O Castro de Troia atópase enclavado no monte denominado do Doce Nome de Xesus, metros sobre o nivel do mar. Este poboado castreño sitúase na parroquia de Pías, concello de Ponteareas, a tres quilómetros de Mondariz-Balneario. Visita augurada a través de paneis informativos, pódese visitar libremente en calquera momento.

Castelo de Sobroso
 Neste momento permanece pechado polos obras que se están levando a cabo para futura apertura autonómica dentro a Deputación de Pontevedra.

Monte Pícarana
 Ruta Pícarana sinalizada e homologada horario libre
 Ruta Península da Pícarana PR-G 129
 Sendero da Pícarana PR-G 30

Mirador de San Cibrán e ruta Muños de Couso
 Horario libre

Ruta Rio Tea, sendero horario libre
 Ponte das partidas
 Ponte dos remediros

Para máis información, QR folletos

ou visitar

<http://www.turismoponteareas.gal>
<http://www.turismo.ponteareas.gal> (en construción)

RESTAURANTES

Restaurante Severo T: 986 640 143
 Rua María do Hoxido, 3 T: 986 640 143
Restaurante A Pícaro de Parrullo Para levar
 Rua Pícarana 10, T: 986 690 652
Restaurante Forcena
 Rua Realino Sotillo, 10, T: 626 401 478

Comida Casera

TAPERIAS

Tapería A Casa do Traga Menu del día/Para levar
 Tapas Mañá T: 623 087 991
Tapería A Pícaro Menu del día/Para levar
 Tapas Mañá T: 986 161 781 / 677 029 069
Tapería Casa Amado Menu del día/Para levar
 Rua Tronca Avil García de Guille, 11, T: 628 082 679

Tapería Castro Menu del día/Para levar
 Rua Fernández, 22, T: 698 607 931
Tapería Mañá Para levar
 Rua Mañá, 6 T: 650 131 747
Tapería Pícaro
 Rua Vitoria, 6 T: 986 182 229

RESTAURANTES E TAPERIAS CON AFORO PARA GRUPOS

Restaurante A Noza Terra Menu del día/Para levar
 Rua Camelas, 10, T: 986 561 970
Restaurante Xarada Gastronómica Menu del día/Para levar
 Rua Real, 62, T: 986 216 997 Banquetes

Restaurante Casavento
 Rua Mañá, 6 T: 986 661 868
Restaurante Edo Edo Menu del día/Para levar
 Avda de Galicia, 19, T: 986 661 375

Restaurante Forno de Iela
 Ctra. N-125, s/n T: 986 660 919
Restaurante Pícaro San Marcos Menu del día/Para levar
 Rua Dado Rodríguez, s/n T: 986 640 211
Restaurante Yelmo So fins de semana
 Rúa San Pedro, 7, T: 986 661 374

Restaurante Barco Menu del día/Para levar
 Rua Real de Castro, 6, T: 986 660 826

Tapería Mañá Fina Menu del día/Para levar
 Tapas Mañá T: 633 078 070 / 691 019 198
Tapas Mañá Menu del día/Para levar
 C/Real, 30, T: 986 066 848
Café Real e Pícaro Menu del día/Para levar
 C/Real, 45, T: 986 660 941
Restaurante Burger Para levar
 Pícaro Mañá, 2, T: 986 216 808

VINOTECAS

Vinoteca A Tenda Parque A Península, T: 986 177 952
 T: 986 641 554
Vinoteca Casá Ferreira Rua Dr. Fernández Vega, 5, T: 986 641 554
 T: 986 641 554
Vinoteca Errevela Avda. Rosalía de Castro, 12, T: 986 641 554

BARÉS

Bar Vía Rua Real, 101, T: 986 660 846
Bar Nada Rua Marceles Hidalgo, 7, T: 986 660 435

BOCATERIAS

Bocatería Bocadito Rua Castañal, 10, T: 652 493 327
Bocatería Cabañeira Avda de Pías Avda. Castañal, 24, T: 986 182 764
Bocatería Turco Kebab Ponteareas Paseo Marítimo, 7, T: 986 182 327
Don Kebab Paseo Marítimo, 17, T: 671 076 175
Hamburguesería El Troil Rua Estrada, 19, T: 986 311 017
Hamburguesería El Troil Rua Estrada, 19, T: 986 642 902
Hamburguesería L'Esquina Avda. de Galicia, 10, T: 986 642 902
Hamburguesería Misa Bocatas Paseo Marítimo, 20, T: 986 312 153
Hamburguesería Mister Bocatas Paseo Marítimo

PIZZERIA

Pizzeria Papi Pizzeria Avda. Castañal, 28, T: 986 097 093 / 600 894 074
Pizzeria Piccola Paseo Marítimo, 33, T: 986 215 882
Pizzeria Telepizza Rua Real, 34, T: 986 961 919

SO PARALELAR

Aedor O Brasaleu Avda de Galicia, 25, T: 986 958 003
Bocatería O Landrán C/da. C/da. de Galicia, 10, T: 986 291 703
Pizzeria O Castelo Paseo Marítimo, 9, T: 986 807 059 / 647 378 076

MAIS RESTAURANTES NA ZONA CON AFORO AMPLIO

El Regato de Valdecidra T: 689 10 41 56
Restaurante Italiano Balneario de mondariz T: 986 655 867
Casa Barcia (lamprea e cocido) T: 986 655 867
Restaurante Rías Baixas da Oliveira T: 986 642 499
Restaurante Grandal Banquetes/Cocina casera T: 986 655 867
Restaurante El Retiro T: 986 655 867
Restaurante os Rosero T: 986 655 867
Os Pías T: 649 807 714
Rúa Antonio Tovar Aco T: 986 663 471
Casa Barcia (lamprea e cocido) T: 986 665 776
Restaurante Calvito T: 986 665 776
Rúa Esperanza 9, Bajo As Neves T: 986 648 442
Churrascaría Nito T: 604 005 036

ONDE DORMIR EN PONTEAREAS

HOTEIS

Hotel Condado <http://hotelcondado.es/>
 Rua Real, 62 Ponteareas T: 986 641 310 reservas@hotelcondado.es
CASA DE TURISMO RURAL www.agarimo.com
Canal de reservas www.agarimo.com
Casa de Urota e Casa do Criebeiro 7 hab. <http://www.casadaurrota.es>
Casa de Pías 7 hab. www.casadespias.com
Casa de Val 9 hab. ou aluguer completo www.casadeval.es
Eido de Abalo 5 hab. <http://www.eidodeabalo.blogspot.com>
Osido de Abalo T: 986 641 652 / 620 704 953 reservas@osidodeabalo.com
APARTAMENTOS TURÍSTICOS E VIVENDAS TURÍSTICAS www.vivendas.com
Apartamento A Costeira Aluguer completo <http://www.costeira.com>
Rua de Galicia 1 Ponteareas T: 691 64 63 42 info@costeira.com
O Eido de Cella - VUT Aluguer completo 12 prazas <http://www.oidodecella.com/>
Casa de Galicia T: 659 309 4 81 info@oidodecella.com/
A Casa do Fono - VUT Aluguer completo 8/10 prazas <https://www.oidodecella.com/>
Gandara 21 - Bugariñ T: 660 310 153 reservas@casadesofona.com

A Leira - VUT Aluguer completo 70 prazas www.aleira.com
Charro de Gandara Padrons 1 Ponteareas T: 621 053 869 aleira@gmx.es

PENSIONES

Pensión As Pontes 14 hab. Dobres - 9 hab. Individuais www.aspontes.es
Ermita Salvadora - Mondariz (onde enlace A-52) Anxoares T: 986 669 946

OUTROS ALOXAMENTOS NA ZONA

BALNEARIO DE MONDARIZ <https://www.balneariomonzariz.es/>
Av. Enrique Penador Mondariz-Balneario T: 986 650 159
CEMAR <https://hotelceamar.es/>
San Ponteareas-Mondariz Km 7 Mondariz-Balneario T: 986 664 506
AS BREAD
Piñeira 2, Dorno (Santa María) Salvadora de Miño, T: 986 658 209 / 655 477 132

TURISMO RURAL

O'DESEXTRES DA CASTIÑEIRA
A Castiñeira (Santa Teresa) A Carica T: 619 500 775
ESCRIBANA DE TORGO <http://www.escribanadetorgo.com/>
O Torgo 3 - Pícaro das Asoas (Santiago) A Carica T: 653 571 610

PAZO DE ALMUJINA
Cela Almuja 10, Aco T: 986 657 143

PORTADA DO CACHO
Viv. (San Mamede) 4 - As Cavadas Mondariz T: 667 715 904

Figura 29. Información Turística do concello (tal como se entrega aos visitantes).
 Fonte: Elaboración propia.

ANEXO II - RECURSOS CLASIFICADOS SEGUNDO TURISMO RÍAS BAIXAS

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Antiga central eléctrica Sestelo	Patrimonio Cultural	Turismo Industrial	Trátase dun complexo formado por dúas edificacións das que só se conservan os muros, dous rodicios e as bases da maquinaria que antigamente se utilizaba para xerar electricidade. Ditas edificacións posuían dous pisos mais.
Adegas Rubén Taboas Araujo	Enoturismo	Subzona Condado do Tea	
Carnaval de Verán	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa "guiri" para despedir o verán e aos turistas que pasaron a época estival ou parte dela na zona. Os bares e restaurantes da asociación cambian a súa decoración para converterse en restaurantes típicos da costa mediterránea e en discotecas ibicencas.
Castro de Troña	Patrimonio Cultural	Castros	Recinto amurallado con forma oval que presenta amplas terrazas na pendente oeste e ancho foso escavado na pedra polo nacente.
Concerto de Ano Novo	Patrimonio Cultural	Eventos	Concerto de ano novo celebrado na Casa Cultural de Guillade.
Concurso de gaitas de Ponteareas	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Concurso de gaitas destinado a todos os grupos de gaitas de Galicia e dos centros galegos de España e do estranxeiro que toquen con gaita tradicional.
Convento de San Diego de Canedo	Patrimonio Cultural	Mosteiros / Conventos	Sobre o antigo pazo dos Sarmento, que data do século XV, os franciscanos empezaron no s. XVIII as obras de ampliación e adaptación ao mosteiro. Primeiro acabaron a igrexa e logo se remodelou o pazo para convertelo en convento.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Corpus Christi de Ponteareas	Patrimonio Cultural Inmaterial	Festa de Interese Turístico Internacional	Desde 1857 todo o pobo confecciona as espectaculares alfombras florais que cobren unha vintena de rúas, un total de 6.000m ² de tapices vexetais, que se preparan con motivo da solemne procesión que se realiza o domingo para recibir ao Santísimo Sacramento.
Coto de pesca Fillaboa	Coto de Pesca		Coto de pesca de Fillaboa acota o río Tea durante 3,30 km. O límite superior fíxase na desembocadura do río Uma no río Tea no municipio de Ponteareas, e no límite inferior se fixa entre os lugares de Rañé e o Monte de Abaixo en Salvaterra de Miño.
Coto de pesca Ponteareas	Coto de Pesca		Coto de pesca que acota o río Tea durante 6,90 Km. O límite superior fíxase no Muíño das Pías, aproximadamente 1000m augas arriba da ponte da estrada PO-253.
Estación de autobuses de Ponteareas	Infraestruct. de Transporte	Estacións de Autobuses	Dársena situada no centro da vila que inclúe outros servizos comerciais para os pasaxeiros.
Feira tradicional dos Remedios	Compras	Feiras e mercadillos	Feira anual que se celebra no primeiro ou segundo sábado de setembro durante todo o día. Feira medieval con postos ambientados, animación nas rúas, música, talleres, artesanías en coiro,, madeira, téxtiles, alimentación, produtos naturais, etc.
Feira de Oportunidades	Compras	Feiras e mercadillos	Feira de oportunidades no casco urbano de Ponteareas, onde os comercios sacan os seus produtos à rúa enchendo o centro de Ponteareas de postos nos que se pode comprar durante todo o día.
Feira tradicional da Virxe dos Remedios	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Feira tradicional ambientada nos primeiros anos do s. XX cando o mercado local era o eixo económico do municipio, e este era por tanto, polo de servizos da comarca.
Festival Algazara	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival de baile e cancións tradicionais de Galicia e de outras rexións de España, en función das agrupacións invitadas.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Festival Rock in Rio Tea	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival de concertos de rock que se desenvolve no Parque da Concordia.
Festival das brétemas	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival que aposta pola defensa e difusión da cultura, a música e a lingua galega así como co compromiso de dar cabida ás expresións mais ignoradas polos intereses alleos à cultura popular.
Festival de Bandas de música	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival celebrado no campo da igrexa de Xinzo onde os asistentes poden disfrutar das actuacións das bandas de música de la comarca.
Festival de jazz	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival que xurdiu para enxalzar o mundo do jazz.
Festival da música electrónica Aquatea	Patrimonio Cultural	Eventos	Festival creado no ano 2008 co obxectivo de crear escena.
Festival folclórico de O Condado	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Amaro na parroquia de San Mateo de Oliveira. Realízase unha misa solemne e despois a tradicional procesión. O sábado posterior a San Amaro hai outra misa e procesión pola mañá e pola noite os asistentes poden disfrutar dunha verbena.
Fiesta de San Benito	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Benito celebrada na parroquia de Pías, amenizada por música tradicional.
Festa de San Benito de Palermo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festividade relixiosa para honrar a San Benito de Palermo, na parroquia de Angoares, na que se celebran os actos litúrxicos e pola noite amenizan a velada con espectáculos musicais e de animación.
Festa de San Cibrán	Patrimonio Cultural	Romaría	Festa en honor a San Cibrán na que as parroquias de Guláns (Ponteareas) e Picoña (Salceda de Caselas) saen desde as súas respectivas igrexas en procesión portando as imaxes dos santos ata o alto de San Cibrán.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Festa de San Francisco de Asís	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa relixiosa na que enxalzan a figura do santo patrón da parroquia a través de actos litúrxicos e amenizan a velada con música tradicional.
Festa de San Xurxo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Xurxo, patrón da parroquia de Ribadetea
Festa de San Xoan	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Xoan para celebrar o solsticio de verán cunha gran fogueira. Ademais os asistentes poden degustar sardiñas asadas, chourizos, pan e queixo a prezos populares.
Festa de San Xoan en Fozara	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Xoan co acendido da tradicional fogueira a partires da medianoite do día 23. Os asistentes poderán degustar augardente e a noite está amenizada con música.
Festa de San Xoan en Guillade	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Xoan no lugar de Guillade de Arriba. Os actos comezan no día 22 pola noite, onde amenizan a verberna diferentes orquestras. O día 24 celebra-se a misa solemne seguida da tradicional procesión acompañada por un grupo de gaitas.
Festa de San Miguel Arcanxo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa patronal de Ponteareas onde se realizou a misa solemne e la procesión. Despois, procédese ao lanzamento dos globos de papel de San Miguel. Tamén hai concertos e verbenas que amenizan as festas durante todo o fin de semana.
Festa de San Pedro en Xinzo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor a San Pedro na que ademais os actos litúrxicos e a música tradicional, se complementan con degustación gratuíta de xamón.
Festa da Virxe da Ascensión	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	
Festa da Virxe da Saude e Divino Espírito Santo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor à Virxe da Saúde na que se ofician actos litúrxicos y se ameniza con espectáculos musicais.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Festa da Virxe dos Dolores	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor à Virxe dos Dolores, patroa de Cristiñade, amenizada por música tradicional.
Festa da Virxe dos Remedios	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festas patronais de Ponteareas, onde se desenvolven espectáculos nas rúas, pasaruas, verbenas e a Santa Misa e procesión o domingo.
Festa da Virxe do Pilar	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor à Virxe do Pilar, festivo nacional. Xornada amenizada por espectáculos musicais.
Festa da Virxe do Rosario	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor à Virxe do Rosario coa celebración da solemne misa e a tradicional procesión acompañada dun grupo de gaitas. Pola noite as orquestras amenizan a verbena.
Festa da xuventude - Festa de fin de ano	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Trátase dunha actividade pensada para o disfrute dos mais xoves, na que a diversión e a música están aseguradas.
Festa da malla tradicional	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa da malla tradicional na que saen desde a Molinera (muiño restaurado incluído na ruta dos Muíños de Couso, cara a pedra de Mallar.
Festa dos maios de San Mateo	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa para celebrar a chegada das flores e o el bo tempo. Celebran tamén un concurso de creación de maios no que pode participar todo o mundo. A festa está amenizada por música.
Festa do Santísimo Cristo da Agonía e a Virxe dos Dolores	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Os actos centrais da festa en honor del Santísimo Cristo da Agonía e da Virxe dos Dolores à a misa solemne seguida da tradicional procesión acompañada dunha banda de música. A xornada está amenizada por música tradicional.
Festa do Santísimo Cristo da Victoria	Patrimonio Cultural	Tradicional / Popular	Festa en honor ao Santísimo Cristo da Victoria, onde celebran a misa solemne e procesión. Pola noite se ameniza a velada con espectáculos musicais.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Festa do polo á brasa	Patrimonio Cultural	Gastronóm.	Festa gastronómica onde degustar o polo a la brasa acompañado polos viños da D.O. Rías Baixas. Ademais, a festa está amenizada por grupos musicais.
Igrexa de San Pedro de Angoares	Patrimonio Cultural	Igrexas / Templos	A Igrexa de San Pedro de Angoares conta con planta de cruz latina con unha nave maior, outra formando cruceiro e ábsida cuadrangular. Este tipo de planta é única en Galicia dentro do estilo románico.
Xalopín	Patrimonio Cultural	Gastronóm.	Celébrase en véspera de defuntos, halloween ou samaín, na que a hostalería de Ponteareas participa organizando rutas de pinchos terroríficos e con decoración tenebrosa nos locais e animando a todos a disfrazarse.
Xunta cabalar	Patrimonio Cultural	Eventos	Organizada pola Asociación Cabalar Xuntanza de Celeiros, os asistentes ao evento poden desfrutar dun rastreo a pé, realizar unha marcha a cabalo, participar nos xogos populares e desfrutar de diversos espectáculos e concursos.
Marcha das rosquillas	Patrimonio Cultural	Eventos	Marcha ciclista circular con dificultade media-alta onde os participantes recorren 35 km. Dispoñen de ambulancia medicalizada, avituallamento no recorrido, lavado de bicicletas e coche escoba. Despois da marcha ciclista realizan unha comida.
Mercadillo de Ponteareas	Compras	Mercadillos	Mercadillo que se celebran tódolos sábados e o día 14 de cada mes en horario de 9:00 a 14:00 horas. Mercado típico con postos de venda dos seguintes produtos: roupa, calzado, complementos, plantas, froitas, hortalizas, peixe e carne.
Mercado de Ponteareas	Compras	Mercados	
Mirador do monte de A Picaraña	Natureza	Áreas de Recreo	O Alto de A Picaraña, situado a 387m, encóntrase coroado por unha cruz monumental desde onde se pode obter unha panorámica da comarca de O Condado e ao Castelo de Sobroso.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Muíños de Couso	Patrimonio Cultural	Muíños	Conxunto de seis muíños restaurados con unha antigüidade duns 200 anos. Un deles, o chamado A Molinera, posúe unha roda vertical.
Mostra de artesanía tradicional de O Condado e A Paradanta	Patrimonio Cultural	Eventos	Mostra de artesanía tradicional onde se fan demostracións de oficios tradicionais galegos ás 11:00 e ás 22:00 h. Durante todo o día poderán disfrutar de un pulpeiro e se anima aos asistentes a ir vestidos de época para ambientar a xornada.
Museo municipal de Ponteareas	Patrimonio Cultural	Museos	O museo municipal de Ponteareas alberga unha ampla colección de pezas e obxectos arqueolóxicos encontrados nas escavacións arqueolóxicas no Castro de Troña. Dito museo se articula a nivel temático en varios apartados.
Praia fluvial de A Freixa I	Natureza	Praias	A Freixa, na parroquia de Ribadetea, é un lugar excelente como praia fluvial e conta nas súas inmediacións con un cámping de primeira categoría aberto os meses de xuño, xullo e agosto.
Praia fluvial de A Freixa II	Natureza	Praias	Esta praia fluvial é un lugar excelente, tranquilo, ideal para o relaxamento e o baño. Nas súas inmediacións, conta con área deportiva, chiringuitos, merendeiro e un cámping de primeira categoría aberto os meses de xuño, xullo e agosto.
Praia fluvial de A Moscadeira	Natureza	Praias	Praia fluvial no río Tea ao seu paso por Ponteareas. Hai pouca area xa que case toda a superficie está cuberta por céspede.
Praia fluvial de As Partidas	Natureza	Praias	Praia fluvial de aproximadamente 30 metros de largo e 10 de ancho no río Tea, ao lado da ponte das Partidas, que da gran encanto ao conxunto.
Praia fluvial dos Remedios ou San Roque	Natureza	Praias	Praia fluvial de uns 10 metros de largo e catro metros de ancho situada ao lado da ponte dos Remedios, que lle dan gran encanto ao conxunto. Ademais da zona de arena tamén dispón duns 75 metros de lonxitude de céspede para o esparcemento.

Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Ponte das Partidas	Patrimonio Cultural	Pontes	Ponte medieval con seis arcos sobre o río Tea, aberto ao tráfico, o que está regulado por semáforos. Ao seu lado hai unha praia fluvial con unha pequena área de recreo e diversas especies arbóreas.
Ponte dos Remedios ou de San Roque	Patrimonio Cultural	Pontes	Ponte medieval peonal, con tres arcos, sobre o río Tea. Nun dos seus extremos sitúase unha capela e no outro extremo hai unha pequena praia fluvial con unha área recreativa. Desde aquí comeza a Senda fluvial do Tea. Tamén hai un parque na beira.
Punto de Información Turística de Ponteareas	Oficinas de Turismo	Punto de información turística	O Punto de información turística de Ponteareas encóntrase no edificio da Biblioteca Municipal, unha antiga fábrica de curtidos da familia Garra que comparte co Museo Municipal.
Romaría de A Picaraña	Patrimonio Cultural	Romaría	Romaría da Santa Cruz ou de A Picaraña na que os fieis soben ao monte portando cruces desde diferentes igrexas e fan as reverencias e a santa misa na Capela da Santa Cruz. Os organizadores dan a posibilidade de subir en bicicleta.
Ruta de A Picaraña - PRG 30	Sendas panorámicas		Ruta circular de 6,9 km de baixa dificultade polos seus pequenos desniveles e moi fácil de seguir debido ao bo estado da sinalización.
Ruta de pinchos de O Condado	Patrimonio Cultural	Eventos	Ruta de pinchos por algúns bares e restaurantes de Ponteareas. Os asistentes poden votar para seleccionar o mellor pincho da ruta na páxina web de "La comida está en la mesa".
Río Tea	Natureza	Ríos	A variedade de paisaxes fluviais do río Tea, en apenas cincuenta quilómetros de lonxitude, o converten no referente ecolóxico da comarca de O Condado.


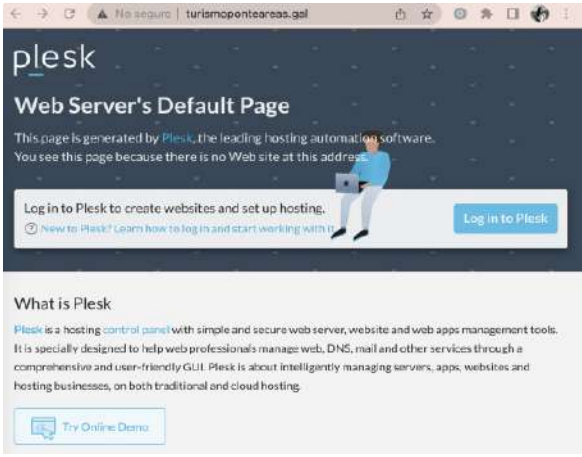
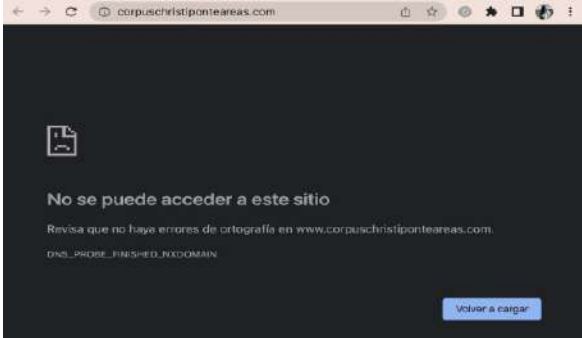
Nome do recurso	Clasificación		Descrición
Sendeiro de As Greas GR-58	Rutas		É o mais longo entre os grandes sendeiros de Galicia. Discorre polas terras variadas da Mancomunidade Intermunicipal de Vigo. Nun recorrido de mais de 200 quilómetros, conflúe riqueza natural, paisaxística, arquitectónica e cultural.
Sendeiro da Picaraña - PRG 120	Sendas panorámicas		Sendeiro de 7,1 quilómetros de lonxitude e dificultade medio-baixa que comeza no barrio da Serra na parroquia de Arcos, e discorre polas ladeiras do monte da Picaraña.
Sendeiro dos Penedos de San Cibrán PRG-132	Rutas		Ruta que recorre os montes de San Cibrán, pertencentes à Serra do Galleiro. A través de este itinerario podemos observar os bosques da zona, campos de cultivos, unha grande cantidade de muíños, así como numerosas formacións graníticas.
Sendeiro dos muíños de Couso	Rutas		Ruta de sendeirismo de uns 2 quilómetros que coincide parcialmente co recorrido da Senda das Greas e da Senda dos penedos de San Cibrán. Ao longo do recorrido sitúanse varios muíños restaurados, así como un raro exemplar de muiño con rodicio vertical.
Sendeiro do río Tea	Sendas fluviais		Senda duns 17 Km. de lonxitude que parte da ponte medieval dos Remedios, en Ponteareas e finaliza tras pasar a ponte medieval de Fillaboa, no municipio de Salvaterra de Miño. Diversas pasarelas de madeira permiten o paso nas zonas de maior desnivel.
Serán de Fozara	Patrimonio Cultural	Eventos	Festa popular celebrada no Centro Cultural de Fozara, onde teñen lugar as actuacións de grupos folclóricos da comarca.
Serán de Guillade	Patrimonio Cultural	Eventos	Festa popular celebrada no Centro Cultural de Guillade onde se pode desfrutar de música tradicional a cargo de grupos folclóricos da comarca e ademais degustar chourizos, viño e chocolate.


Táboa 19. Recursos clasificados segundo Turismo Rías Baixas.

Fonte: <https://turismoriasbaixas.com/>



ANEXO III - SITIOS WEB INSTITUCIONAIS DE TURISMO DE PONTEAREAS

Vista do sitio	URL
	www.turismo.ponteareas.gal
	www.turismo.ponteareas.gal
	www.corpuschristiponteareas.com

Vista do sitio	URL
	Formulario Pasaporte Condado Paradanta https://gdrpc.typeform.com/to/ktL6hoqm

Táboa 20. Sitios web institucionais de Turismo de Ponteareas.
Fonte: elaboración propia desde os sitios web mencionados na táboa.
Data de consulta entre xullo e agosto 2022.



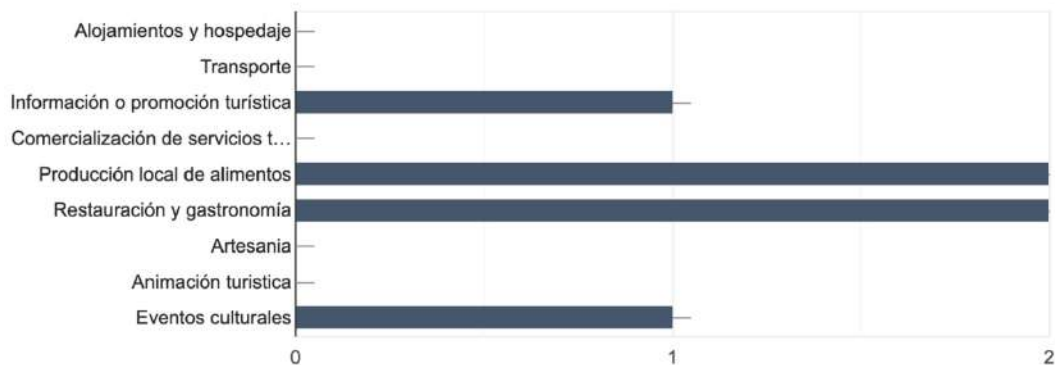
ANEXO IV -GUIÓN FOCUS GROUP PARA O SECTOR PRIVADO

1. Valoración da importancia do turismo para o seu territorio e punto de situación actual (emprego, dinámica económica, dinámica social, ...)
2. Principais necesidades do territorio (se só poidese realizar unha acción para dinamizar o turismo no territorio, ¿cuál faría? ¿Qué impacto esperarías dela?)
3. Perfil do visitante (¿Qué tipo de visitante reciben, cuál creen que sería o perfil turístico ideal do territorio e por qué?)
4. Colaboración público-privada no ámbito turístico – punto de situación. (existencia de asociacións que participen activamente)
5. Colaboración/aceptación do turismo pola comunidade local/ os residentes.
6. Valoración en orden de importancia dos produtos turísticos existentes: gastronomía, termalismo, natureza, patrimonio, corpus. (Sería interesante saber los impactos positivos e negativos que perciben de cada un. ¿Algún otro produto turístico que sea relevante e non esté desenvolvido?)
7. Proposta de valor do territorio (¿Cuál considera que é o elemento diferenciador do municipio? ¿Qué destino podería considerarse competencia?)
8. Empresas de animación turística? Existen?
9. Quén é a súa competencia (a de Ponteareas)

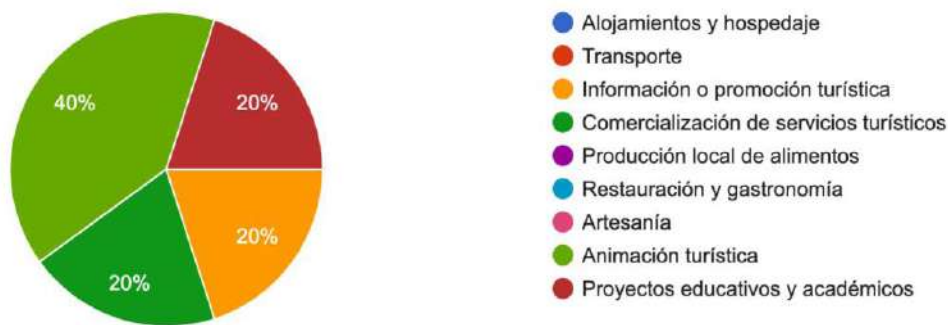


ANEXO V - CUESTIONARIO DIRIXIDO A AXENTES DO SECTOR TURÍSTICO

A) Sobre a sua institución



Gráfica 6. Que tipo de servizos ou produtos ofrece no territorio?
 Fonte: Elaboración propia.



Gráfica 7. Con que tipo de oferta complementarían os seus servizos para mellorar a experiencia dos visitantes?
 Fonte: Elaboración propia.

B) Sobre o territorio

Turismo vitivinícola e balneario	1
A localización(no centro de todo, preto da montaña, os ríos e a costa)	2
A súa contorna e enclave próximo a Portugal, Vigo e costa	1
Contorna con moito que ver en pouco espazo de distancia	1
TOTAL	5

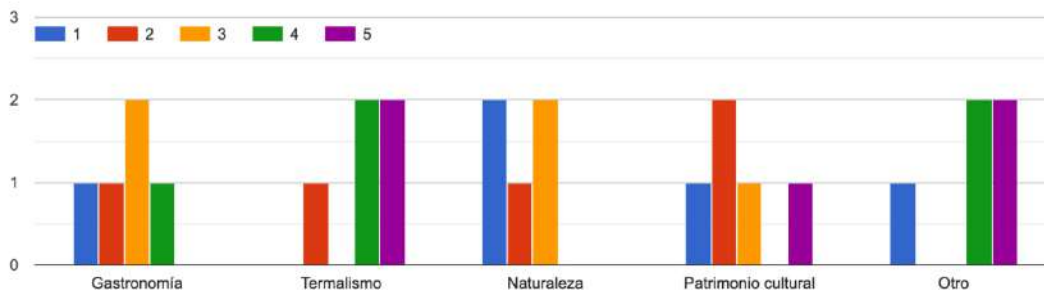
Táboa 21. Cal é a principal vantaxe do destino/territorio? Aquilo que o fai diferente doutros.
 Fonte: Elaboración propia.

Escaso compromiso da administración co coidado do territorio, en particular co cumprimento da legalidade urbanística: deber de conservación dúas bens culturais catalogados e dúas normas de adaptación ao ambiente dúas non catalogados	1
A falta de organización e promoción dos espazos con atractivo paisaxístico, patrimonial e cultural. De modo que o turista foráneo pode ver todas as posibilidades do territorio nun mesmo punto. E non só atopar esa información illada por concellos	1
Pouca oferta de aloxamento	2
Abandono de zonas como ríos ou montes e merenderos e os seus accesos	1
TOTAL	5

Táboa 22. Cal(é) considera que son a(s) desvantaxe(s) do destino/territorio?
 Fonte: Elaboración propia.

Balneario de Mondariz	Ríos Miño e Tea	Fundación Rogelio Groba	Entorno natural	Corpus
Adegas da DO Rías Baixas	Montañas e senderismo	Castelo Vilasobroso	Oferta cultural	Castelo Vilasobroso
Ríos Miño e Tea	Balnearios y aguas minero medicinales	Castelo Vilasobroso	Oferta cultural	Castelo Vilasobroso
Castelo de Sobroso	A fronteira e o atractivo en sí mesmo de viaxar a dous países nunha mesma viaxe	Castro de Troña	Boa oferta hoteleira	Río Tea
Castelo de Salvaterra	Gastronomía	A Freixa	Oferta deportiva	

Táboa 23. Mencione os 5 atractivos máis emblemáticos do territorio en orde de importancia.
 Fonte: Elaboración propia.

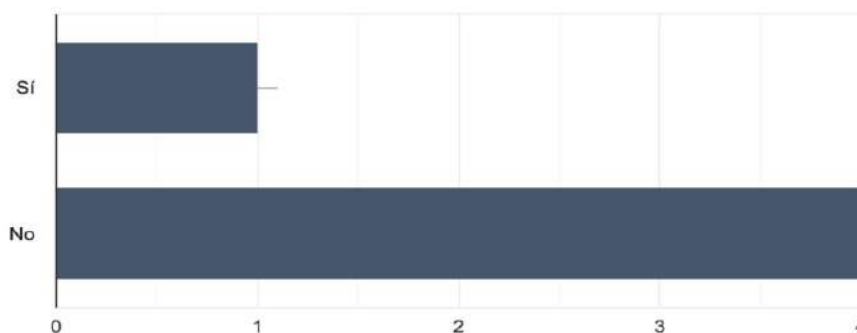


Gráfica 8. En orde de importancia, como valoraría os produtos turísticos existentes? (sendo 1 o máis importante e 5 o menos importante).
 Fonte: Elaboración propia.

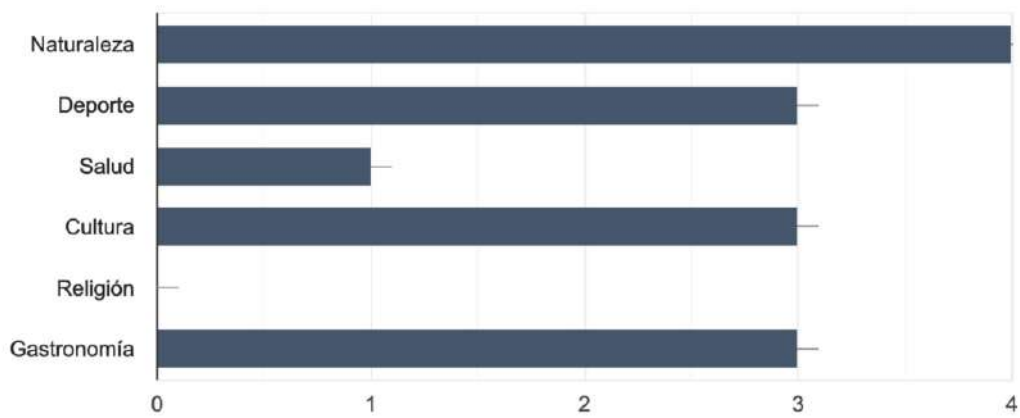
Porriño	1
Asturias	1
Ourense	1
Mondariz Balneario	1
Salvaterra	1
TOTAL	5

Táboa 24. Que destino considera como competencia do territorio?
 Fonte: Elaboración propia.

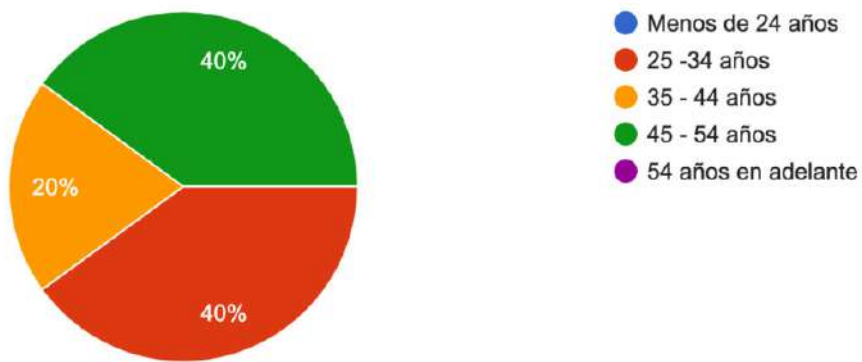
C) Sobre os visitantes do territorio



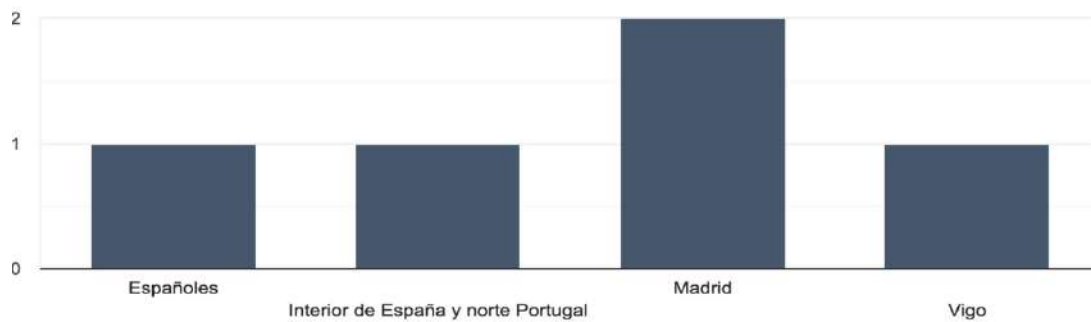
Gráfica 9. Considera que existe un posicionamento do territorio?
 Fonte: Elaboración propia.



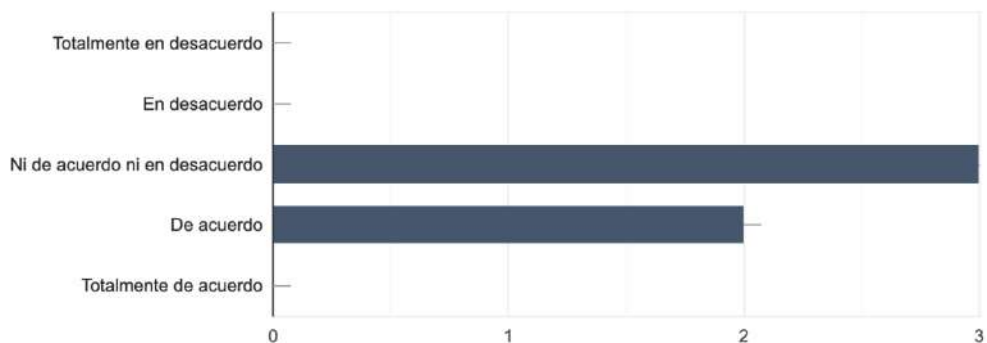
Gráfica 10. Cales son os intereses do turista que o visita?
 Fonte: Elaboración propia.



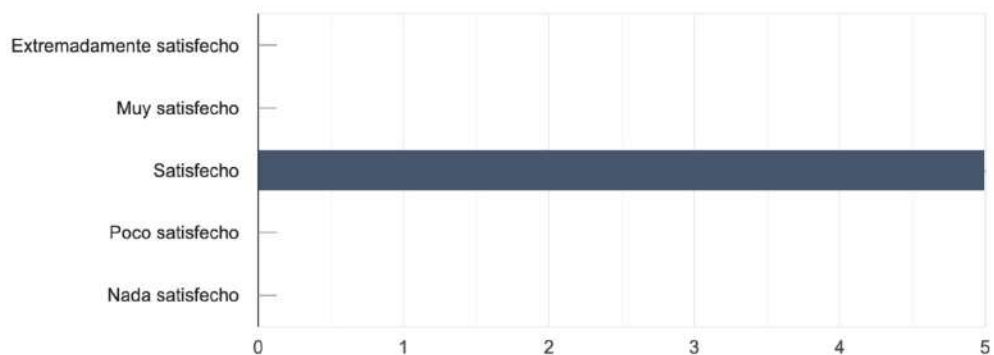
Gráfica 11. Pola súa experiencia/coñecemento que grupo de idade corresponde ao perfil do turista que o visita?
 Fonte: Elaboración propia.



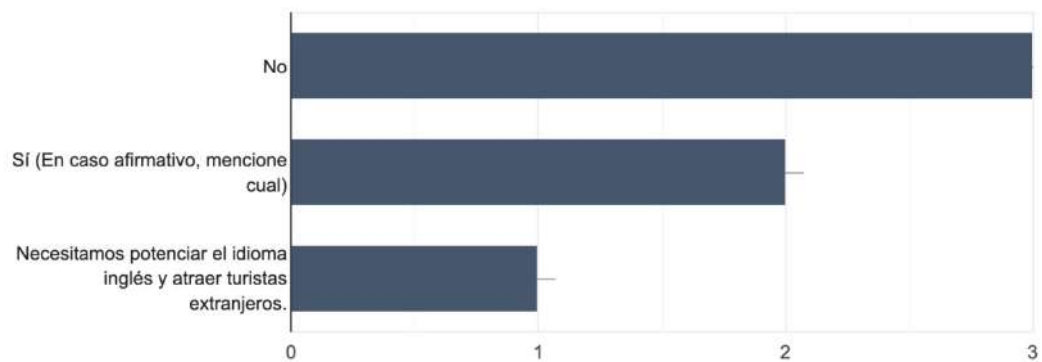
Gráfica 12. Cal é o lugar de procedencia do perfil do turista que o visita?
 Fonte: Elaboración propia.



Gráfica 13. Considera que o que comunica ou vende o destino satisfai as expectativas dos visitantes?
 Fonte: Elaboración propia.



Gráfica 14. Na súa experiencia cal é o nivel de satisfacción dos visitantes despois de visitar o territorio?
 Fonte: Elaboración propia.

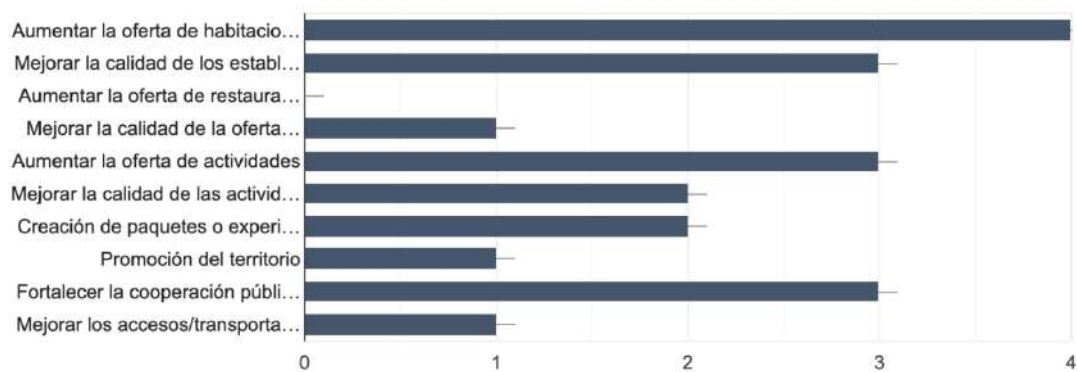


Gráfica 15. Consideraría necesario buscar outro tipo de publico para o territorio?
 Fonte: Elaboración propia.

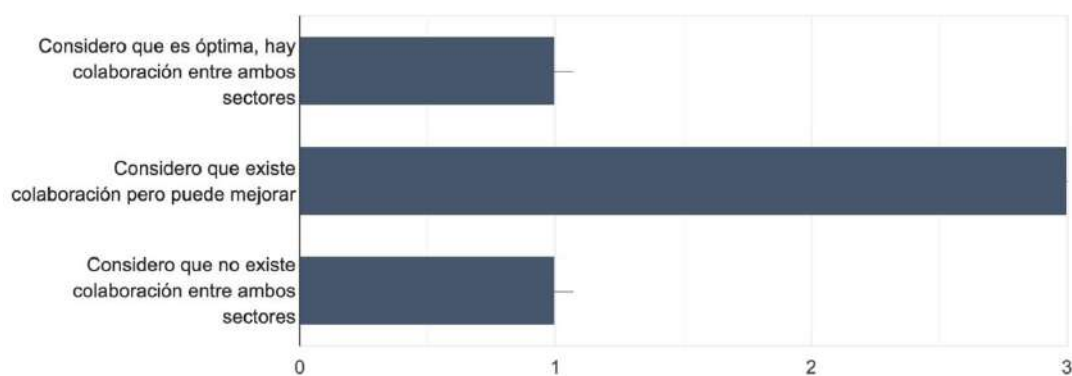
Oferta Cultural	1
O río	1
Natureza	1
O balneario de Mondariz	1
Non o sabe	1
TOTAL	5

Táboa 25. Se puidese seleccionar só un recurso ou elemento para vender o territorio cal sería?
 Fonte: Elaboración propia.

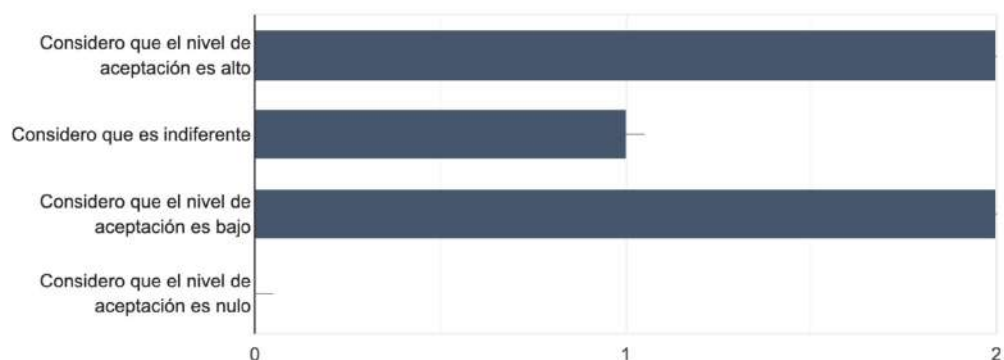
D) Sobre os axentes do territorio



Gráfica 16. Cales considera que son as principais necesidades do territorio para ser aproveitado turisticamente?
 Fonte: Elaboración propia.



Gráfica 17. Como definiría a colaboración público-privada no ámbito turístico?
 Fonte: Elaboración propia.



Gráfica 18. Como definiría a aceptación da turística pola comunidade local/os residentes?
Fonte: Elaboración propia.

Oferta cultural sobre todo non sector da música	1
Seguir traballando na posta en valor dous ríos con máis sendas fluviais e a través desa rede de sendeirismo comunicar cos valores e atractivos do territorio polo que flúen	1
Ofrecería Packs turísticos	1
Posta en valor do patrimonio cultural	1
Visitas guiadas	1
TOTAL	5

Táboa 26. Se puidese investir nun proxecto estratéxico no territorio, cal sería?
Fonte: Elaboración propia.

Alto	2
Aumento do número de visitantes durante todo o ano	1
Trátase de que a xente vexa atractivo hospedarse na zona, sen obviar a boa localización que temos para visitar outros atractivos da provincia e de Galicia en xeral. Se o turista vén e hospédase na zona xa está a crear riqueza. E é moi probable que ademais consuma en restauración e en comercio de todo tipo. O importante é que veña.	1
O que apreciase	1
TOTAL	5

Táboa 27. Respecto à pregunta anterior, que impacto esperaría?
Fonte: Elaboración propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBLIOGRÁFICAS


10

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBLIOGRÁFICAS

- Olivares, D. L. (2007). El potencial turístico de las áreas de interior: tipología de recursos. In *Turismo de interior en áreas fronteirizas: recursos e ofertas* (pp. 11-30). Servizo de Publicacións.
- de Juan Alonso, J. M. (2007). Algunas experiencias prácticas en los planes de dinamización turística en turismo de interior: aspectos de produtos, promoción y comercialización. In *Turismo de interior en áreas fronteirizas: recursos e ofertas* (pp.77-94). Servizo de Publicacións.
- VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019.
<https://familiayturismo.com/img/FamilyTurismo2016/VII%20Estudio%20de%20turismo%20familiar%20RESUMEN%20PRESENTACION.pdf>
- 50 sitios que ver en Galicia con niños - Escapalandia
<https://www.escapalandia.com/50-sitios-ver-galicia-ninos/>
- Balance do turismo en Galicia, 2021.
- Barómetro OMT, 2022:
<https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-07/220801-unwto-barometer-july-es.pdf?VersionId=fjPtIwUsFNFKFadwJVk3Aucyqcvmh2Qg>
- Concello de Ponteareas
<https://www.ponteareas.gal>
- Corpus Christi de Ponteareas: 160 años de alfombras florales únicas en el mundo. Turismo Rías Baixas, 2017:
<https://turismoriasbaixas.com/-/noticia-corpus-christi-de-ponteareas-160-anos-dealfombras-florales-unicas-en-el-mundo>
- GDR Condado Paradanta:
<https://www.gdrcondadoparadanta.gal/>
- Guía Condado Paradanta: Un territorio por descubrir
https://www.gdrcondadoparadanta.gal/wp-content/uploads/2020/11GU%C3%8DAdefinitivo_calidad_web.pdf

- Guía de actividades y tramos alfombrados. Turismo Rias Baixas, 2017:
[https://turismoriasbaixas.com/documents/11015/214215/folleto_Corpu12px_2+\(2\).pdf/f6f53ee5-0647-4a10-a08d-70d8b1c4f528](https://turismoriasbaixas.com/documents/11015/214215/folleto_Corpu12px_2+(2).pdf/f6f53ee5-0647-4a10-a08d-70d8b1c4f528)
- Hegi Castle:
<https://kinderregion.ch/en/visit/hegi-castle/>
- Marketing focalizado para Turismo infantil, Little Vigo:
www.littlevigo.com
- Mapa Condado Paradanta
https://www.gdrcondadoparadanta.gal/wp-content/uploads/2020/11/mapa_02-copia.pdf
- Oficina de Turismo Montblanc
<https://www.montblancmedieval.cat/turismo/oficina-de-turismo>
- Organización Mundial del Turismo (2020), *Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural – Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva*, UNWTO, Madrid,
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422210>
- Pasaporte Ao Condado Paradanta
<https://www.gdrcondadoparadanta.gal/xeodestino/pasaporte-ao-condadoparadanta/#>
- Pena Aventura Park
https://www.penaaventura.com.pt/quem_somos.php?hl=es
- Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, Conferencia Sectorial de Turismo. 13 de Julio 2020:
<https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/00Programa%20PSTDConferencia%20Sectorial%20Turismo.pdf>
- Pueblos de época: La Puebla Real. Puy du Fou.:
<https://www.puydufou.com/espana/es/la-puebla-real>
- Q2 Traveler Insights Report. Expedia Group Media Solutions, 2022.:
https://go2.advertising.expedia.com/rs/185-EIA-216/images/Expedia_Group_Media_Solution_Q2_2022_Traveler_Insights_Report.pdf
- Recorrido nos arbores:
https://www.penaaventura.com.pt/atividades.php?id=percurso_aventura&hl=es
- Restaurantes para kids friendly:
<https://www.nappy.es/bebes/restaurantes-kid-friendly/>
- Señalética Turística Sostenible para destinos inteligentes. SEGITTUR, 2021:
<https://www.segittur.es/blog/destinos-turisticos-inteligentes/senaletica-turisticasostenible-para-destinos-inteligentes/>

- Señalización TIF. Lleida:
<https://www.in-situ.cat/media/familia-TIF.pdf>
- Señalización turística de Navarra
<https://www.turismo.navarra.es/imgs/ManualSenalizacionTuristica-201508.pdf>
- Sistema de Inteligencia Turística. SEGITTUR:
<https://www.segittur.es/transformacion-digital/proyectos-transformaciondigital/sistema-de-inteligencia-turistica-2/>
- Tendencias de los viajes en familia. VRBO, 2019:
<https://www.vrbo.com/es-es/guias-de-viaje/observatorio-turismofamiliar/tendencias-viajes-familia>
- Turismo Rías Baixas -Recursos Pontearreas:
<https://turismoriasbaixas.com/encuentra-tu-recurso#filtrado>

Vídeos

- Pasaporte Ao Condado Paradanta (video)
<https://www.youtube.com/watch?v=D9urnrKSFdc>
- Video: As Festas De Interese Turístico No Condado Paradanta
https://www.youtube.com/watch?v=vXFoH_ZIDqY
- Namur : Sax | Où Wallons-nous ?
https://youtu.be/KmygEfiW_Os

Documentos proporcionados polo Concello

- Plan Estratégico de Turismo do Xeodestino Condado Paradanta 2019-2021 (PDF).
- Presentación. Plan De Sostibilidade Turística No Condado-A Paradanta: Unha Terra Entre Ríos.
- Resumen ejecutivo. Plan de Sostenibilidade Turística en Destino. Entre ríos y estrellas. Condado Paradanta.

ABREVIATURAS E ANGLICISMOS


11

ABREVIATURAS E ANGLICISMOS



11.1. ABREVIATURAS

AEITG - Área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia.

CCAA - Comunidad Autónoma.

CITUR - Centro de Investigación, Desenvolvemento e Inovação em Turismo.

CRM - Customer Relationship Management.

DAFO - (tamén denominado SWOT, do inglés strenghs-weaknesses-opportunitiesthreats): ferramenta de diagnóstico, neste caso, dun territorio : Debilidades-ameazafortalezas- oportunidades.

EMEA - Europa, Oriente Medio y África (polas suas siglas en inglés Europe, Middle East & Africa).

ETDG - Enquisa do Turismo en Destino en Galicia.

FEDER - Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional.

FEFN - Federación Española de Familias Numerosas.

FRONTUR - Movimientos Turísticos en Fronteras.

GDR - Grupo de Desenvolvemento Rural (antigamente GAL -Grupos de Acción Local).

GPS - Global Positioning System.

IGE - Instituto Galego de Estatística.

INE - Instituto Nacional de Estadística.

IPVC - Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

ODS - Obxectivos de desenvolvemento sostible.

OMT - Organización Mundial do Turismo.

OTA - Online travel agency.

POCTEP - Programa Interreg VA España-Portugal.

PCP - Pasaporte ao Condado Paradanta.

PST - Plan de Sostenibilidade Turística.

PSTD - Planes de Sostenibilidade Turística en Destinos.

SEGITTUR - Sociedad Estatal de Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas.

UE – Unión Europea.

11.2. **ANGLICISMOS**

- Benchmarking – proceso de toma de referencia de destinos competidores (ou potencialmente competidores) e análise de estratexias de boas prácticas dos mesmos.
- Booking - reservas.
- Community Manager - é un profesional de marketing dixital responsable da xestión e desenvolvemento da comunidade en liña dunha marca ou empresa no mundo dixital.
- Customer Relationship Management - sistema de xestión de clientes.
- Fam trips - viaxes de familiarización que se realizan para coñecer un lugar.
- Focus group – Dinámica Grupal.
- Know how – coñecemento práctico.
- Marketing – Mercadeo: conxunto de accións concertadas destinadas a conseguir que un destino sexa coñecido (desexado e visitado).
- Online / Offline -nova diferenciación para a definición das estratexias de comunicación en marketing que surxiu das posibilidades das novas da comunicación e da información.
- OTA - Online travel agency. refírese ás axencias de viaxe que comercializan os seus servizos en liña

- Playlist - É unha lista de cancións gravadas ou pezas de música seleccionadas por algunha característica particular.
- QR -(Quick Response) son códigos de barras, capaces de almacenar determinado tipo de información.
- Smart - neste caso fai á xestión intelixente.
- Startup - empresa emerxente ou de emprendemento.
- Storytelling – novo modo de facer ao turista vivir e ter un turismo experiencial ao contarlle e reproducir por diferentes vías a historia do destino.
- Streaming - Neste caso específico referímonos a plataformas dixitais de almacenamento, transmisión e reprodución de música
- Unique Selling Proposition - é a proposta de valor única que fai diferente ou único un territorio en relación a outros.

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS E TÁBOAS

A. Índice de Figuras

- Figura 1 - Ferramentas Metodolóxicas	13
- Figura 2 - Distancia habitual do destino	24
- Figura 3 - Obxetivos perseguidos polo GDR Condado Paradanta.....	28
- Figura 4 - Mapa do Xeodestino Condado-Paradanta	29
- Figura 5 - Castelo de Sobroso	30
- Figura 6 - Búsquedas relacionadas co término “Ponteareas”.....	43
- Figura 7 - Pasaporte Condado Paradanta.....	44
- Figura 8 - Sinalética e avisos do municipio	45
- Figura 9 - Dossier información turística de Ponteareas - Código QR	46
- Figura 10 - “Ruta” das Igrexas e Capelas do Concello de Ponteareas	46
- Figura 11 - Análise DAFO: Aspectos positivos (forzas e oportunidades).....	55
- Figura 12 - Análise DAFO. Aspectos negativos (ameazas e debilidades).....	56
- Figura 13 - Namur	66
- Figura 14 - Hotel Barceló Imagine, Madrid.....	66
- Figura 15 - Pena Aventura Park. Recorrido nas árbores.....	67
- Figura 16 - Hegi Castle, Suiza	68
- Figura 17 - Parque infantil en Restaurante La Excéntrica, Madrid	70
- Figura 18 - Restaurante Village, Lisboa (“eat and play”).....	70
- Figura 19 - Espazo de rehabilitación urbana proposto.....	71
- Figura 20 - Parque Puy du Fou “Pueblos de época: La Puebla Real”	72
- Figura 21 - Parque “Gulliver”, Valencia	72
- Figura 22 - O Corpus Christi Paso a Paso.....	74
- Figura 23 - Sitio web Little Vigo dedicado á oferta infantil de servizos diversos para nenos do Sur de Galicia	75
- Figura 24 - Sitio web Pumpking, en Portugal, dedicado á oferta infantil de servizos diversos para nenos lusos	76

- Figura 25 - Mapa do recursos Condado Paradanta	77
- Figura 26 - Señalización Turística Sostible para destinos intelixentes	79
- Figura 27 - Señalización turística de Navarra.....	79
- Figura 28 - Oficina Municipal de Turismo de Montblanc	80
- Figura 29 - Información Turística do concello.....	89

B. Índice de Gráficas

- Gráfica 1 - Chegada de turistas internacionais por rexión.....	21
- Gráfica 2 - Intención dos turistas de tomar decisións significativas en futuros viaxes	22
- Gráfica 3 - Preferencia de actividades para viaxar en familia	25
- Gráfica 4 - Reparto do tráfico de pasaxeiros por porto. Ano 2021	26
- Gráfica 5 - Tipo de viaxe, segundo mercado de orixe. Ano 2021.....	27
- Gráfica 6 - Que tipo de servizos ou produtos ofrece no territorio?	102
- Gráfica 7 - Con que tipo de oferta complementaríaa os seus servizos para mellorar a experiencia dos visitantes?.....	102
- Gráfica 8 - En orde de importancia, como valoraría os produtos turísticos existentes? (sendo 1 o máis importante e 5 o menos importante).....	104
- Gráfica 9 - Considera que existe un posicionamento do territorio?	104
- Gráfica 10 - Cales son os intereses do turista que o visita?	105
- Gráfica 11 - Pola súa experiencia/coñecemento que grupo de idade corresponde ao perfil do turista que o visita?	105
- Gráfica 12 - Cal é o lugar de procedencia do perfil do turista que o visita?.....	105
- Gráfica 13 - Considera que o que comunica ou vende o destino satisface as expectativas dos visitantes?	106
- Gráfica 14 - Na súa experiencia cal é o nivel de satisfacción dos visitantes despois de visitar o territorio?	106
- Gráfica 15 - Consideraría necesario buscar outro tipo de público para o territorio?.....	106
- Gráfica 16 - Cales considera que son as principais necesidades do territorio para ser aproveitado turisticamente?	107
- Gráfica 17 - Como definiría a colaboración público-privada no ámbito turístico?.....	107
- Gráfica 18 - Como definiría a aceptación do turismo pola comunidade local/os residentes?	108

C. Índice de Táboas

- Táboa 1 - Turismo internacional en Galicia. FRONTUR ano 2021.....	26
- Táboa 2 - Principais actividades realizadas. Ano 2021.....	27
- Táboa 3 - Recursos existentes en Ponteareas, según Turismo de Rías Baixas	30
- Táboa 4 - Información sobre servizos proporcionada na Oficina de Turismo	31
- Táboa 5 - Actuacións vinculadas a Ponteareas no PST Condado Paradanta.....	37
- Táboa 6 - Información dispoñible na primeira páxina de búsqueda	42
- Táboa 7 - Estratexias derivadas do DAFO.....	57
- Táboa 8 - Propostas de Actuación.....	61
- Táboa 9 - Ficha de Acción “Tematización da vila”.....	66
- Táboa 10 - Ficha de Acción “Parques de natureza nas árbores”.....	67
- Táboa 11 - Ficha de Acción “Senda botánica infantil”.....	68
- Táboa 12 - Ficha de Acción “Restaurantes enfocados ao público infantil”.....	69
- Táboa 13 - Ficha de Acción “Parque infantil urbano innovador”.....	71
- Táboa 14 - Ficha de Acción “Aproveitamento da imaxe do Corpus”.....	73
- Táboa 15 - Ficha de Acción “Marketing focalizado”.....	75
- Táboa 16 - Ficha de Acción “Ponteareas: “Hub” central de visitas ao xeodestino”.....	76
- Táboa 17 - Ficha de Acción “Mellora da Senalética”	78
- Táboa 18 - Ficha de Acción “Ponto de información turística”	80
- Táboa 19 - Recursos clasificados segundo Turismo Rías Baixas	98
- Táboa 20 - Sitios web institucionais de Turismo de Ponteareas.....	99
- Táboa 21 - Cal é a principal vantaxe do destino/territorio? Aquilo que o fai diferente doutros	103
- Táboa 22 - Cal(é) considera que son a(s) desvantaxe(s) do destino/territorio?.....	103
- Táboa 23 - Mencione os 5 atractivos máis emblemáticos do territorio en orde de importancia.....	103
- Táboa 24 - Que destino considera como competencia do territorio?.....	104
- Táboa 25 - Se puidese seleccionar só un recurso ou elemento para vender o territorio cal sería? ..	107
- Táboa 26 - Se puidese investir nun proxecto estratéxico no territorio, cal sería?	108
- Táboa 27 - Respecto à pregunta anterior, que impacto esperarías?	108



Código de descarga da publicación:



Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea
Cofinanciado pela
União Europeia

España – Portugal

