

# **PLA MUNICIPAL D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA D' ESPORLES**

---



**JULIOL 2021**



## Pla Municipal d'Estratègia Turística. Ajuntament d'Esporles



Amb la col·laboració de:



[www.gestambiental.es](http://www.gestambiental.es)

### **Equip redactor:**

Neus Lliteras, Directora de Gest Ambiental

Miquel Lliteras, Director tècnic de Gest Ambiental

Ana Delgado, Tècnica de Gest Ambiental

Pep Lluís Bernad, Tècnic de Gest Ambiental



## Índex

<b>1. Introducció .....</b>	<b>6</b>
<b>2. Objectius del PMET d'Esporles i Objectius de Desenvolupament Sostenible .....</b>	<b>13</b>
<b>3. El procés de participació del PMET .....</b>	<b>17</b>
<b>4. L'anàlisi de la situació actual.....</b>	<b>26</b>
<b>5. El model turístic d'Esporles i el perfil del visitant .....</b>	<b>31</b>
<b>6. DAFO .....</b>	<b>34</b>
<b>7. Les línies estratègiques del PMET d'Esporles.....</b>	<b>36</b>
<b>8. El Pla d'Acció .....</b>	<b>37</b>
<b>9. El Pla de Seguiment.....</b>	<b>60</b>

## 1. INTRODUCCIÓ

El Turisme a les Illes Balears en general, i a tots els seus municipis en particular, ha representat el principal motor econòmic de les darreres dècades provocant un importantíssim canvi de la societat i del territori. Tots aquest canvis econòmics, socials i territorials han esdevingut clars en tots i cada un dels recons de la nostra geografia, fins i tot en municipis no vinculats al turisme directament com pugui ser el cas d'Esporles.

Al llarg dels anys 2020 i 2021 ha tingut lloc la pandèmia del COVID-19 i ha suposat una rotura de l'escenari turístic que es venia donant fins a aquest moment. La reducció dels viatgers, la cerca de destinacions segures i la necessitat dels destins a acomodar-se a aquests nou paradigma fa necessari un replantejament de les estratègies seguides fins llavors.

En aquest sentit es veu necessari apostar per una recuperació econòmica però apostant també d'una manera clara i rotunda pel desenvolupament sostenible. La necessitat d'implantar un model respectuós amb el medi ambient es veu com una condició *sine qua non* per tal de garantir el benestar i la qualitat de vida dels nostres habitants i dels nostres visitants.

Les accions contingudes en aquest Pla es centren en millorar la gestió actual del destí i no en l'increment dels fluxes de visitants ja que al llarg del procés d'elaboració d'aquest document, i especialment al llarg del procés de participació, ha quedat pales la necessitat de buscar un equilibri entre la promoció turística, la qualitat de vida del residents.

Entenem que la millora de la gestió turística passa per la diversificació i distribució dels beneficis del turisme en la localitat, és per això que es té molt en compte l'economia circular com a metodologia per a la redistribució de riquesa i com a potenciador dels productes locals allunyats del mercat turístic convencionals.

En aquest moments d'incertesa causats per la pandèmia s'ha volgut desenvolupar aquest Pla amb la implicació dels ciutadans i del teixit empresarial d'Esporles, és per això que per desenvolupar-la s'ha seguit una metodologia de participació ciutadana mitjançant la realització de reunions de treball i enquestes per conèixer les valoracions dels esporlerins sobre el turisme.

En resum, tot seguit es presenta un Pla d'Estratègia Turística que neix amb el consens de la ciutadania i del teixit empresarial amb el principal objectiu de mantenir Esporles com a un municipi diferenciat en el fet turístic i amb una forta personalitat pròpia, a l'hora que es defineixen les bases d'actuació per intentar sortir més forts de la pandèmia i on la repercussió econòmica del turisme arribi a més gent mitjançant la posada en marxa del projecte d'Economia circular.

### ❖ Normativa i documentació analitzada:

Per elaborar el **PMET** s'ha fet una tasca prèvia d'anàlisi de documents elaborats per diferents administracions. Aquí s'han de tenir en compte la *Carta Europa del Turisme Sostenible en els Espais Protegits*, document que sorgeix de la Cimera de la Terra celebrada el 1992 a Rio de Janeiro; el *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*, desenvolupat pel Consejo Español de Turismo; la Llei de Turisme de 8/2012 de 19 de juliol de les Illes Balears i les seves successives modificacions i, finalment, també el Pla Estratègic de Turisme de Mallorca 2020 – 23, impulsat per la Fundació Mallorca Turisme del Consell de Mallorca.

L'anàlisi d'aquests documents ha contribuït a aportar informació d'interès pel desenvolupament del present pla. Així doncs, podem dir que aquesta tasca d'anàlisi prèvia ha servit per:

- Emmarcar els principals conceptes lligats al turisme responsable
- Conèixer el treball i estudis específics realitzats en el mateix àmbit per diferents administracions
- Fixar uns objectius encaminats en la mateixa línia que els establerts per administracions superiors
- Establir les principals línies estratègiques a desenvolupar en el PDTME

#### **1.- La Carta Europea de Turisme Sostenible**

Aquest document sorgeix com una iniciativa de la Federació EUROPARC, organització on s'inclouen àrees protegides així com diferents institucions implicades en la planificació i gestió dels espais protegits en 35 països de l'àmbit europeu. L'objectiu global d'aquesta federació és promoure el desenvolupament del turisme en clau de sostenibilitat en els espais naturals protegits d'Europa.

En aquest sentit la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) s'ha de tenir en consideració, atenent que les accions que sorgeixin del present pla s'hauran de centrar en desenvolupar estratègies que comparteixen de conceptes d'aquesta mateixa carta. A més, s'ha de valorar la possible incorporació de la Serra de Tramuntana a la CETS, entenent que aquest fet pot contribuir a la difusió de la marca Esporles com a destí turístic, aprofitant la projecció que dona emmarcar la Serra dins un programa d'àmbit europeu.

Després del corresponent anàlisi de la CETS en podem extreure les següents conclusions en l'aplicació del nostre treball, tenint en compte que ha contribuït a:

- Orientar per definir les estratègies i accions entorn a les activitats turístiques compatibles i que aportin majors beneficis a la zona natural així com les seves possibles capacitats de càrrega
- Valorar la possibilitat d'adherir-se a la CETS i conèixer els protocols a seguir en cas d'aprovar l'adhesió
- Conèixer els objectius que promou la CETS d'Espanya i Portugal

## **2.- Estratègia de Turisme Sostenible de Espanya 2030**

El Govern d'Espanya, a través de la Secretaria d'Estat de Turisme, està desenvolupant l'Estratègia de Turisme Sostenible d'Espanya 2030, una agenda nacional de turisme per afrontar els reptes del sector a mitjà i llarg termini, promovent els tres pilars de la sostenibilitat: socioeconòmica, ambiental i territorial.

L'objectiu de la nova Estratègia és establir les bases per a la transformació del turisme espanyol cap a un model de creixement sostingut i sostenible, que ens permeti mantenir la seva posició de lideratge mundial. El nou model es basarà en la millora de la capacitat competitiva i la rendibilitat de la indústria, en els valors naturals i culturals diferencials de les destinacions, i en la distribució equitativa dels beneficis i càrregues del turisme.

L'Estratègia proposa un model de creixement turístic per als propers anys basat en els següents principis:

1. **Creixement socioeconòmic**, per al qual hem de treballar a favor de la competitivitat i rendibilitat del sector, apostant per la qualitat i accelerant el procés de transformació digital.
2. **Preservació dels valors naturals i culturals**, partint de la base que la conservació del nostre extens patrimoni cultural i natural és un objectiu prioritari.
3. **Benefici social**, per aconseguir una distribució dels beneficis del sector, i afrontar reptes com el despoblament del medi rural a Espanya.
4. **Participació i governança**, estructurant els mecanismes de governança participativa entre l'Estat i les administracions competents a tots els nivells.
5. **Adaptació** permanent, ja que no es tracta només de buscar qualitat i millora, sinó també de permetre al sector donar resposta al nou entorn de canvi constant.
6. **Lideratge** que cerca consolidar el paper d'Espanya com a líder mundial en el sector.

## **3.- Llei de Turisme de 8/2012 de 19 de juliol; versió consolidada de 10/12/2020**

Segons estableix l'article 8 de la Llei de Turisme 8/2012 de 19 de juliol, els municipis de la comunitat autònoma de les Illes Balears, en el seu àmbit territorial, tenen assignades diferents competències en matèria de turisme entre les que es troba l'aprovació dels plans de desenvolupament turístic municipal.

En data dels 10 d'agost de 2012 el Consell de Govern va aprovar el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears (PITIB), i tal com indica l'article 70 de la Llei de Turisme 8/2012, "qualsevol instrument de planejament i promoció s'haurà d'ajustar a les directrius que s'estableixin en ell".



Per altra banda, l'article 70.2 de la llei de Turisme 8/2012 de 19 de juliol, estableix que "cada ajuntament, en l'àmbit de les seves competències, aprovarà el pla de desenvolupament turístic municipal" que inclourà, entre d'altres, els següents objectius:

- A. Definir el model i l'estratègia de desenvolupament turístic de cada municipi
- B. Determinar les principals necessitats, objectius, prioritats i programes d'acció.
- C. Impulsar els recursos turístics de cada municipi
- D. Adoptar quantes mesures siguin necessàries per a diversificar l'oferta turística i reduir al màxim l'estacionalitat
- E. Establir mesures que impulsin la competitivitat del sector turístic i permetin un desenvolupament turístic sostenible i respectuós amb el medi ambiental
- F. Establir les mesures que siguin necessàries per aconseguir un increment en la qualitat turística.

#### **4.- Pla Estratègic de Turisme de Mallorca 2020 – 2023**

El recentment aprovat Pla Estratègic de Turisme de Mallorca ha estat modificat al llarg de la seva elaboració per incloure un programa de reactivació turística a la Mallorca post COVID. És per això que a les quatre línies estratègiques originals s'han afegit tres àrees de treball o àrees de reactivació.

- Línia Estratègica 1: Governança i Intel·ligència turística
- Línia Estratègica 2: Promoció i comercialització de la destinació
- Línia Estratègica 3: Adequació física i social de la destinació
- Línia Estratègica 4: Talent i capacitació professional del sector

Àrees de Reactivació Post COVID:

- Àrea 1: Gestió Organitzativa
- Àrea 2: Redefinició de producte i comunicació
- Àrea 3: Adequació de la destinació: el nou escenari

## ❖ Conceptes previs

En el present document s'incorpora un apartat on es desenvolupa una anàlisi de la situació municipal lligada als principals factors que poden jugar un rol en l'activitat turística. Aquí és fonamental definir diferents conceptes com són **patrimoni**, **recurs turístic**, **destí** i **producte**. Per això ens fixam en les definicions elaborades per l'Organització Mundial del Turisme (OMT).

Entenem per **patrimoni turístic** el "conjunt potencial (conegut o desconegut) dels béns materials o immaterials a disposició de l'home". Aquí podem incloure elements com una muntanya o una platja, per exemple.

El **recurs turístic** en canvi, són "els béns i serveis que, per mitjà de l'activitat de l'home, fan possible l'activitat turística i satisfan les necessitat de la demanda". Seguint amb l'exemple anterior, aquí podríem esmentar la mateixa platja o muntanya, però amb una infraestructura d'accés per poder-hi arribar i gaudir-ne.

El **destí** és "un espai físic que inclou productes turístics, atraccions i indústria de suport, així com recursos turístics. Té límits físics i administratius". En el nostre cas, el destí que prenem com a referència és el terme municipal d'Esporles.

Finalment el **producte**, existeix entre el recurs i el destí i és el "conjunt de béns i serveis que conformen l'experiència turística del visitant i que satisfan les seves necessitats". Inclou els atractius del destí així com les indústries de suport a l'activitat turística i es tracta d'un element o elements que han d'ajudar a vendre el destí.

Altres definicions que també es creu oportú aportar en aquest document per a una millor comprensió:

### **Turisme sostenible**

"El desenvolupament del turisme sostenible respon de les necessitats dels turistes i de les regions amfitriones presents, a la vegada que protegeix i millora les oportunitats del futur. Està enfocat cap a la gestió de tots els recursos de manera que satisfacin totes les necessitats econòmiques, socials i estètiques, i a la vegada, que respectin la integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i els sistemes de suport de la vida".

*Organització Mundial del Turisme*

### **Turisme responsable**

“És el model de desenvolupament turístic que es fonamenta en els principis de la sostenibilitat, en l'equilibri dels estàndards socials (equitat social), la preservació dels recursos del destí (conservació ambiental) i l'optimització dels recursos econòmics (eficiència econòmica), en un compromís comú per part de tots els membres que conformen el sector turístic.

És un model que crida a la responsabilitat, tant al sector públic com al privat, a la indústria local com a la forana, així com a la societat amfitriona i els turistes que la visiten. Tots amb un objectiu comú: assegurar la rendibilitat com a destí turístic sense minvar, en un futur, els seus recursos ni la qualitat de vida dels seus residents”.

*Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015.*

### **Turisme actiu**

“El turisme actiu o de naturalesa és aquell que té com a principals motivacions la realització d'activitats recreatives i d'esplai, la interpretació i o coneixement de la natura amb diferent grau de profunditat i la pràctica d'activitats esportives de diferent intensitat física i risc que utilitzin expressament el medi natural de forma específica, garantint la seguretat del turista sense degradar o esgotar els recursos”.

*Secretaria d'Estat de Turisme d'Espanya*

### **Turisme/economia circular**

“El model turístic que permet no només la protecció del patrimoni cultural i natural mitjançant la reducció de l'extracció de recursos i la reducció d'externalitats negatives, sinó també la regeneració del capital natural del territori, que permet tenir destinacions turístiques líders en qualitat i innovació.”

*Secretaria d'Estat de Turisme d'Espanya*

### ❖ La Metodologia del PMET d'Esporles:

Els continguts del Pla Municipal d'Estratègia Turística son definits en la Convocatòria de subvencions per donar suport als serveis municipals d'informació turística per a l'any 2021 de la Fundació Mallorca Turisme i queden definits de la següent manera:

1. Governança
2. Promoció
3. Adequació de la destinació
4. Adequació de la destinació i talent enfocat al desenvolupament i a la innovació tecnològica.

Per altra banda i com s'ha explicat en l'apartat de normativa, l'article 70 de la Llei de Turisme 8/2012 defineix els continguts del Plans de Desenvolupament Turístic municipals al definir les directrius en el PITIB (Pla Integral de Turisme de les Illes Balears).

Aquestes dues visions metodològiques no són del tot complementàries, per tant, en l'elaboració d'aquest PMET s'ha optat per seguir la següent metodologia:

Dels 4 punts definits en la convocatòria de subvencions, s'ha de recollir l'**estratègia** (el que volem aconseguir a curt-mig termini), la **tàctica** (anàlisi de la realitat de l'entorn) i l'**acció** (recopilació d'accions a realitzar per respondre a la tàctica). Com no podria ser d'altra manera es farà un breu apartat introductori on es contextualitzarà el PMET i un altre on s'elaborarà una breu radiografia del municipi i el seu model turístic. També es creu bàsic treballar amb la metodologia **Missió / Visió / Objectiu** ja que aquesta simplificació conceptual ens ajudarà a definir consensos i punts de partida amb els diferents agents implicats.

### ❖ Participació en la redacció del PMET

Per a la redacció del present Pla, la participació ciutadana ha estat un factor clau pel seu desenvolupament. Com es podrà veure en l'apartat corresponent, s'ha desenvolupat un procés de participació ciutadana per tal d'apropar el teixit empresarial i la ciutadania a la planificació turística municipal, buscant el consens i el pacte dels esforços previstos.

En el tercer apartat d'aquest document es fa un estens resum del procés participatiu realitzat.

## 2. OBJECTIUS DEL PMET D'ESPORLES I OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE

### Missió

EL Pla Municipal d'Estratègia Turística té per missió reunir en un document els objectius i accions que permetin a Esporles tenir una gestió turística eficient, assegurant un posicionament en el Turisme Sostenible amb una visió de Qualitat, garantint i potenciant els fluxos econòmics i de visitants.

### Visió

D'aquí a 4 anys tenir posicionat Esporles com a referent en Turisme Sostenible i de Qualitat, oferir una oferta variada i atractiva, implantant un model de gestió consensuat amb els agents econòmics implicats.

### Objectius del PMET:

1. Posicionar Esporles com a Destí Sostenible i de Qualitat
2. Marcar un camí de recuperació econòmica post-pandèmia
3. Consolidar Esporles com a un municipi amb personalitat pròpia basada amb els seus trets diferencials
4. Disposar d'una fulla de ruta pactada i consensuada amb el diferents agents implicats
5. Dissenyar una estratègia turística que no faci incrementar la carrega turística

### ELS OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE:

El 25 de setembre de 2015 va ser aprovada per l'Assemblea General de Nacions Unides l'**Agenda 2030 de Desenvolupament Sostenible**, amb els objectius d'erradicar la pobresa, lluitar contra la desigualtat i la injustícia, i posar fre al canvi climàtic, entre altres. Aquesta agenda marcarà l'acció global pel desenvolupament fins a l'any 2030 i, conjuntament amb la resta d'agendes globals, configura un full de ruta d'actuació connectat entre si per a assolir un objectiu comú: el desenvolupament mundial sostenible.

L'Agenda 2030 és una agenda integral i multidimensional —referida a les tres dimensions del desenvolupament sostenible (l'econòmica, la social i l'ambiental)— i d'aplicació universal, i es desplega mitjançant un sistema de **17 objectius de desenvolupament sostenible**, a través dels quals es proposa abordar els grans reptes globals, des de la lluita contra la pobresa o el canvi climàtic

fins a l'educació, la salut, la igualtat de gènere, la pau o les ciutats sostenibles. Cada ODS inclou diferents metes (en total 169) que contribueixen al compliment de l'objectiu.

L'Agenda 2030 estimula l'acció en 5 esferes de vital importància (conegudes com 'les 5 P'): persones (*People*), planeta (*Planet*), prosperitat (*Prosperity*), pau (*Peace*) i aliances (*Partnership*).

Els ODS substitueixen els **objectius de desenvolupament del mil·leni**, agenda del desenvolupament vigent fins al 2015, i la seva implementació es fonamenta en una sèrie de principis que en garantiran l'èxit:

- **Universals:** impliquen tots els països, independentment del seu nivell de desenvolupament econòmic.
- **Globals:** aborden els desafiaments locals, nacionals i transnacionals més urgents dels nostres temps.
- **Integrals:** estan interconnectats en totes les seves dimensions i a tots els nivells: reptes, països i diferents nivells de govern.
- **Mesurables:** s'han de mesurar amb indicadors.
- **Ambiciosos:** no deixen enrere a ningú (*leave no-one behind*).
- **Inclusius:** impliquen tots els nivells de govern i totes les parts interessades en un esforç col·lectiu per al desenvolupament sostenible.
- **Multidimensionals:** inclouen les 3 dimensions del desenvolupament sostenible (econòmica, social i mediambiental).
- **Basats en l'experiència** adquirida dels ODM.

Per tot això, l'Agenda 2030 ens interpel·la a tots, i el seu èxit exigeix un sistema de governança multinivell eficaç des de l'esfera internacional, nacional, regional i local. Cada nivell de govern responsable s'ha de comprometre mitjançant consensos, aliances i col·laboracions amb altres actors (tant del món empresarial, com acadèmic, com de la societat civil) per a impulsar, implementar i aconseguir les fites marcades.



## Els ODS i el PMET d'Esporles:

Al llarg de la redacció d'aquest Pla s'han tengut en compte els Objectius de Desenvolupament Sostenible com a referència a l'hora de preveure els efectes de les accions incloses en aquest Pla.

Dels 17 ODS s'exposen els següents on la incidència del turisme és clara i ajuda a avançar per assolir les metes per un desenvolupament sostenible, en concret són:



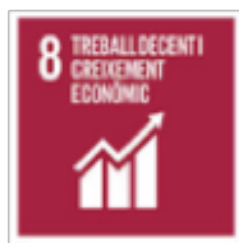
### **Objectiu 1. FI DE LA POBRESA.**

El turisme fomenta el **creixement econòmic** i el **desenvolupament** a tots els nivells.



### **Objectiu 5. IGUALTAT DE GÈNERE.**

El turisme pot **empoderar les dones** de múltiples formes, i en particular mitjançant la creació de **llocs de feina** i oportunitats de **generació d'ingressos**



### **Objectiu 8. TREBALL DECENT I CREIXEMENT ECONÒMIC.**

El turisme és una de les **forces motrius** del **creixement econòmic mundial** i actualment responsable de la creació d' **1 de cada 11** llocs de feina.



### **Objectiu 10. REDUCCIÓ DE LES DESIGUALTATS.**

El turisme pot esdevenir una poderosa eina de **progrés comunitari** i reducció de la desigualtat si involucra en el seu desenvolupament a la **població local i actors clau**.



### **Objectiu 11. CIUTATS I COMUNITATS SOSTENIBLES.**

El turisme sostenible té la capacitat de millorar les infraestructures urbanes i l'accessibilitat universal, de promoure la regeneració d'àrees en decadència i de preservar el patrimoni natural i cultural.



### **Objectiu 12. PRODUCCIÓ I CONSUM RESPONSABLES.**

Un sector turístic que adopta pràctiques de consum i producció sostenibles pot tenir un paper significatiu en la transició cap a la **sostenibilitat**.



### **Objectiu 13. ACCIÓ PEL CLIMA.**

El turisme contribueix al **canvi climàtic** i també es veu afectat per aquest, per tant és de l'interès del sector tenir un paper protagonista en la **lluita** contra el CC.



### **Objectiu 15. VIDA D'ECOSISTEMES TERRESTRES.**

El turisme sostenible pot desenvolupar un paper important, no només en la **conservació i preservació de la biodiversitat**, sinó també en el **respecte** dels ecosistemes terrestres.



### 3. EL PROCÉS DE PARTICIPACIÓ DEL PMET

#### MEMÒRIA DEL PROCÉS PARTICIPATIU PER A LA REDACCIÓ DEL PLA MUNICIPAL D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA D'ESPORLES

Una vegada hem disposat de les bases tècniques del nou PMET d'Esporles, aquestes han estat consensuades amb els agents implicats mitjançant un procés participatiu. Aquest procés participatiu ha constatat dels esforços següents:

- Reunió inicial – 21 d'abril
- Reunió amb joves – 8 de maig
- Enquesta ciutadana - 19 d'abril a 8 de maig
- Reunió de retorn – 19 de maig

En data 21 d'abril es va realitzar la **reunió inicial** col·lectiva amb els diferents agents locals (associació de comerciants, empresaris del sector, ciutadans a nivell individual, membres de l'equip de govern, etc.) per tal d'explicar la iniciativa i la metodologia de treball d'aquest procés participatiu. En aquesta primera reunió es varen plantejar les línies mestres del Pla per tal de ser consensuades amb els assistents. En aquesta reunió inicial hi assistiren 23 persones i va servir per calibrar els esforços i validar el contingut inicial del Pla (s'adjunta acta reunió com a annex del Pla).

En data 8 de maig es va realitzar una **reunió específica amb el col·lectiu jove** del poble també amb la voluntat de traçar i validar les línies mestres del Pla. A la reunió, realitzada on-line mitjançant plataforma Zoom, hi assistiren 3 joves a més dels membres de l'equip de govern i tècnics de joventut (s'adjunta acte reunió com a annex del Pla).

Amb l'objectiu de conèixer l'opinió de la ciutadania sobre el turisme a la localitat es va llançar durant més de 15 dies una **enquesta virtual** mitjançant plataforma Google Forms. Es varen recollir 192 respostes, 20 d'elles recollides de manera presencial al llarg de 8 hores de presència física d'informadors al carrer.

Amb la celebració de la **segona reunió col·lectiva** el dia 19 de maig es posa fi al procés participatiu per tal d'elaborar el PMET d'Esporles. En aquesta segona reunió es varen posar en comú els resultats de l'enquesta a la mateixa vegada que es definien les principals accions a incloure dins el PMET amb la voluntat de presentar, modelar i consensuar aquestes accions. Varen assistir un total de 9 persones (associació de comerciants, empresaris del sector, ciutadans a nivell individual, membres de l'equip de govern, etc.).

La **valoració global** d'aquest procés participatiu és que ha estat molt positiu per tal de calibrar els objectius i les accions a incloure dins el PMET ja que ha permès, per un costat, informar a la ciutadania de la voluntat de l'equip de govern de desenvolupar aquesta planificació turística, a la vegada que ha permès modelar aquesta planificació per tal que sorgeixi amb el recolzament del teixit empresarial i la ciutadania en general.

## EL RESULTAT DE LES ENQUESTES

Com s'ha dit, per conèixer l'opinió de la ciutadania sobre el turisme a la localitat es va llançar durant més de 15 dies una **enquesta virtual** mitjançant plataforma Google Forms. on es varen recollir 192 respostes.

Tot seguit es fa un anàlisi de les respostes obtingudes:

### 1) Fitxa tècnica:

Del 19 abril al 8 de maig

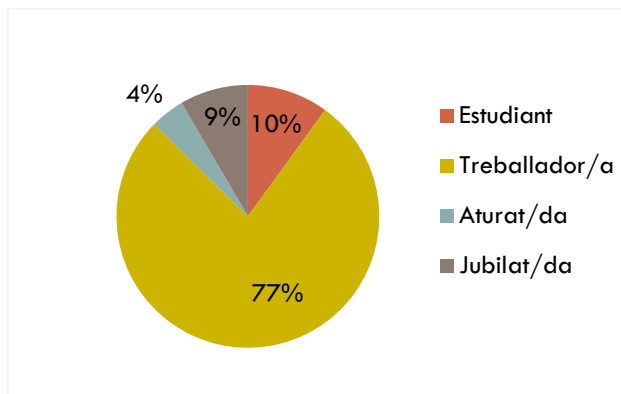
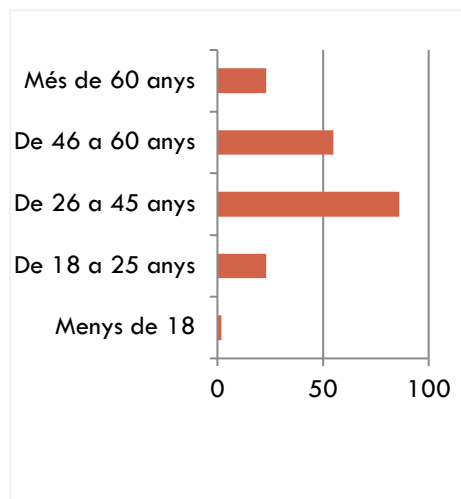
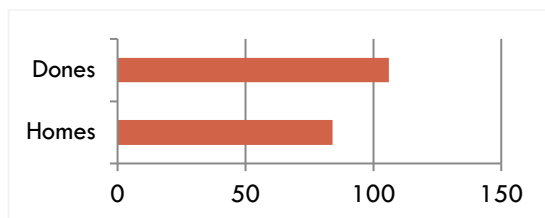
**Univers:** 4.224 habitants (majors de 16 anys)

**Mostra:** 192 enquestes respostes

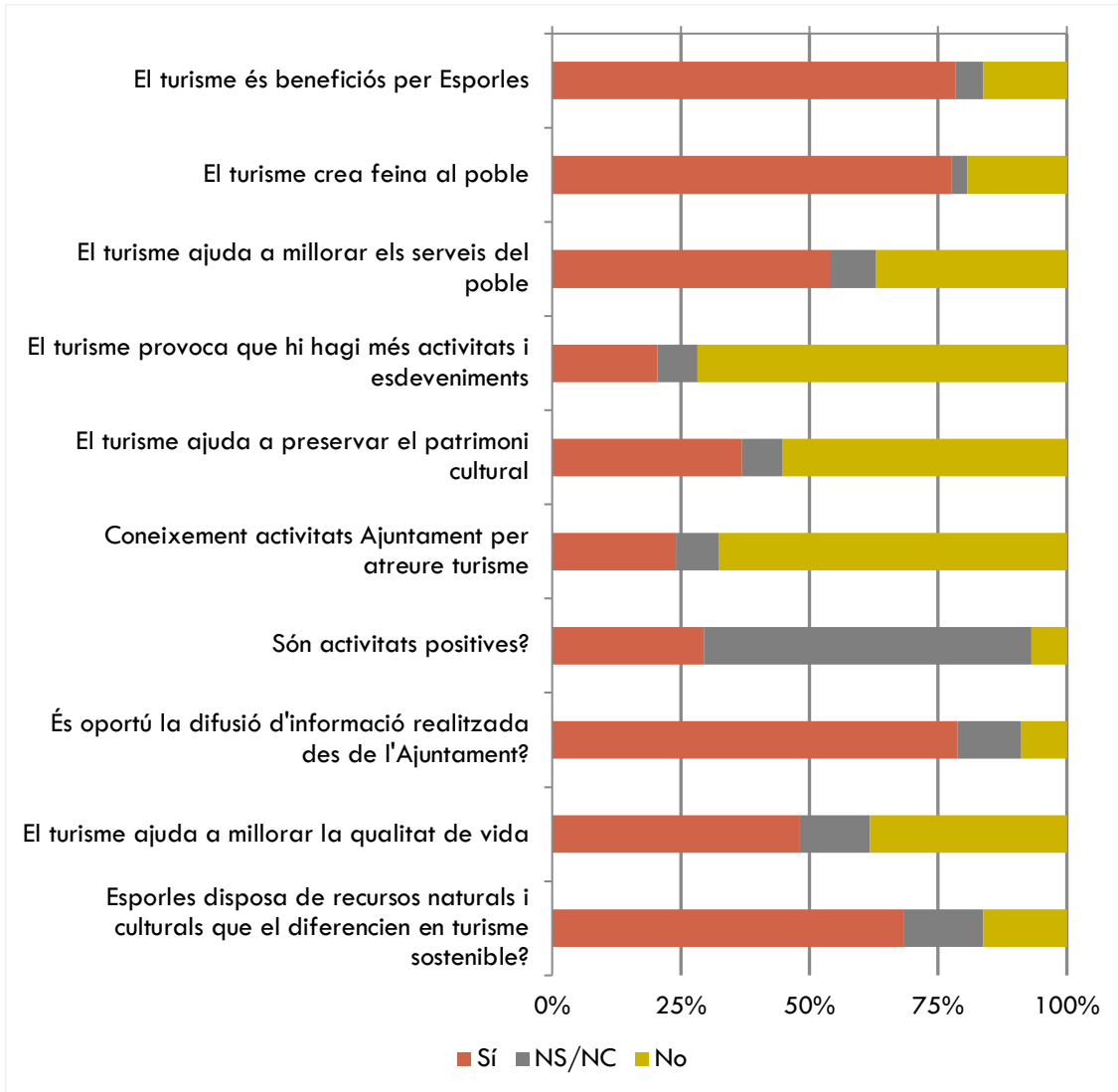
**Marge d'error:** 5%

**Nivell de confiança:** 84,3 %

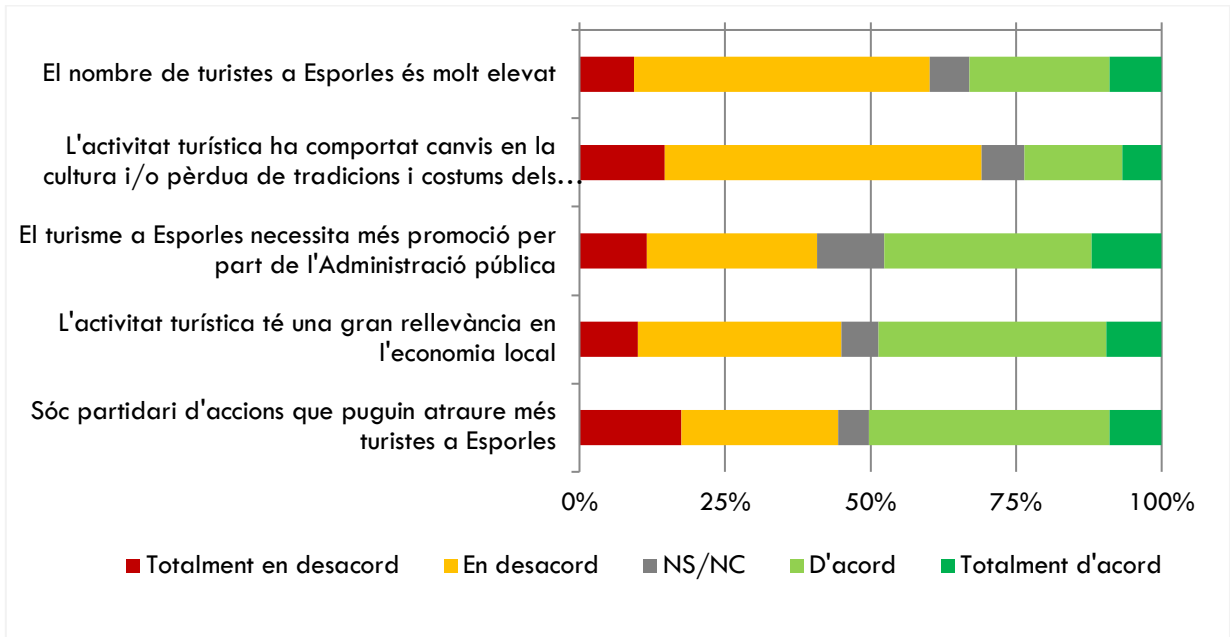
### 2) El perfil dels enquestats



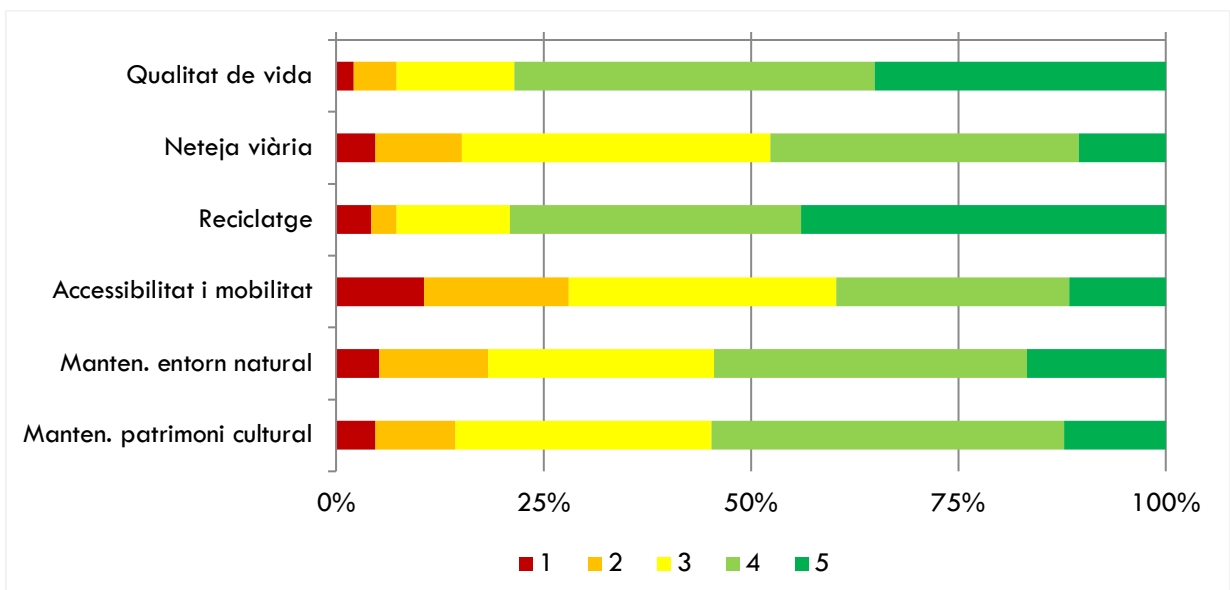
### 3) BLOC 1: Afirmacions sobre la percepció del turisme a Esporles



#### 4) BLOC 2: La percepció del fet turístic local



#### 5) BLOC 3: La valoració de la gestió municipal



## 6) Bloc 4: Respostes obertes:

Tot seguit es recullen algunes de les respostes obtingudes en l'apartat de respostes obertes.

- Fomentar turisme sostenible i de qualitat
- Turisme alternatiu, turisme de natura, cultural, gastronòmic i altres
- Diversificació econòmica. Potenciar altres sectors (agricultura, gestió forestal, etc.)
- Control del lloguer turístic i el preu dels habitatges
- Afavorir col·lectius locals (jovent, aturats, etc.)
- Problemes de mobilitat durant temporada alta
- Conscienciació dels turistes (reciclatge, manteniment de l'entorn, etc.)

### Els resultats de l'enquesta:

- ❖ S'ha obtingut una bona representativitat en les respostes de l'enquesta, tot i no ser ideal, el marge d'error de les respostes és reduït.
- ❖ En el bloc 1 observem com hi ha un reduït percentatge de respostes, però prou significatiu, encaminades a posar de manifest una realitat no turística del municipi.
- ❖ En el bloc 2, especialment en les tres darreres preguntes, ens trobem on pràcticament el 50% de la població enquestada té opinions enfrontades sobre la necessitat de realitzar més promoció turística des de l'administració local, afavorir una augment en el nombre d'arribades de turistes i el pes que té el turisme sobre l'economia local.
- ❖ En el bloc 3 podem veure com els enquestats fan una valoració molt positiva dels serveis municipals, destacant el reciclatge com a servei més ben valorat. Per contra la valoració sobre mobilitat i accessibilitat és la menys bona.
- ❖ En el bloc 4 trobem respostes en tots el sentits, tant les que són favorables a la promoció turística, especialment de turisme alternatiu, com les intervencions que es centren més en els inconvenients del fet turístic i en la demanda de solucions.

## Les conclusions del procés participatiu:

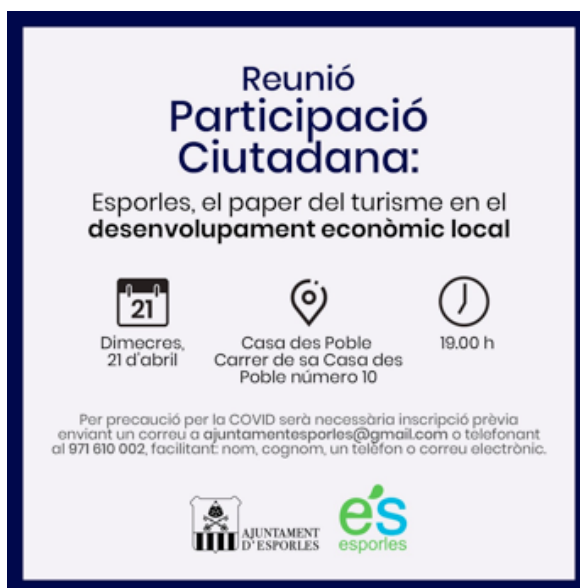
Aquest procés participatiu ha servit per modificar les expectatives inicials del PMET d'Esporles, fins al punt on s'ha volgut modificar els objectius inicials del Pla per tal d'incorporar aquesta demanda d'equilibri entre els diferents sectors de la població.

La voluntat del consistori amb el desenvolupament d'aquest Pla és la cerca de la gestió eficient del turisme incorporant la necessitat de no augmentar carrega turística en l'època de major presència de visitants, especialment els mesos d'estiu.

El fet d'incorporar els objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'Agenda 2030 al Pla ha ajudat a entendre la transversalitat de les repercussions del fet turístic.

S'ha de destacar el fet de buscar i afavorir l'economia circular com a eix principal d'innovació i desenvolupament del Pla.

## Convocatòries de les diferents reunions:



**Reunió Participació Ciutadana:**  
Esporles, el paper del turisme en el desenvolupament econòmic local

**21**  
Dimecres, 21 d'abril

**Casa des Poble**  
Carrer de sa Casa des Poble número 10

**19.00 h**

Per precaució per la COVID serà necessària inscripció prèvia enviant un correu a [ajuntamentesporles@gmail.com](mailto:ajuntamentesporles@gmail.com) o telefonant al 971 610 002, facilitant: nom, cognom, un telèfon o correu electrònic.

AJUNTAMENT D'ESPORLES **és esporles**



**ESPORLES, EL PAPER DEL TURISME EN EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC LOCAL**  
**UNEIX-TE I PARTICIPA!**

**DISSABTE, 8 DE MAIG** **A LES 11 H** **REUNIÓ EN LÍNIA**

AJUNTAMENT D'ESPORLES **Casal Joves**

Participació  
Ciudadana:

## REUNIÓ DE RETORN

Esporles, el paper del turisme en el  
desenvolupament econòmic local

 19  
Dimecres,  
19 de maig

 Sala de Plens de  
Sa Fàbrica,  
c/ de Ramon Llull 3

 19.00 h

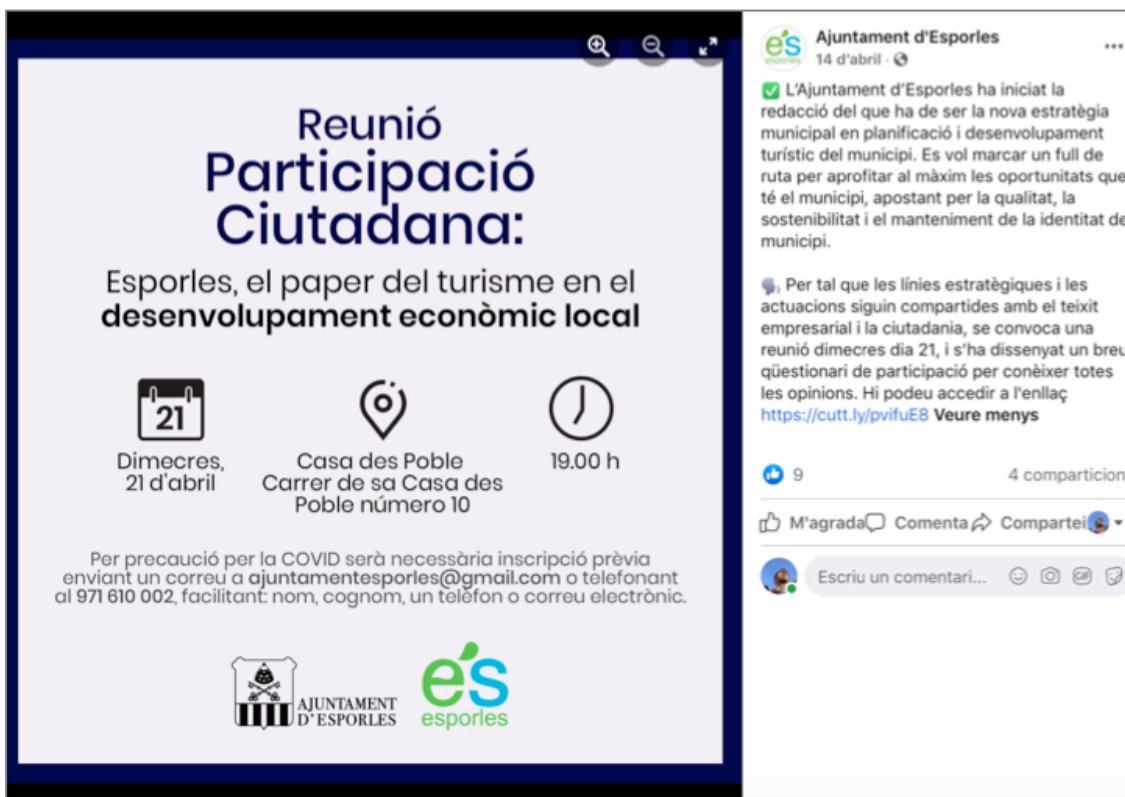
Per precaució per la COVID serà necessària inscripció prèvia  
enviant un correu a [ajuntamentesporles@gmail.com](mailto:ajuntamentesporles@gmail.com) o telefonant  
al 971 610 002, facilitant: nom, cognom, un telèfon o correu electrònic.

 **Participa per videoconferència!**  
Per a més informació escriu a  
[ajuntamentesporles@gmail.com](mailto:ajuntamentesporles@gmail.com) o telefona al 971 61 00 02




AJUNTAMENT  
D'ESPORLES


### Publicacions a la Xarxa Social Facebook del Perfil de l'Ajuntament d'Esporles:




**Reunió  
Participació  
Ciudadana:**



Esporles, el paper del turisme en el  
desenvolupament econòmic local

 21  
Dimecres,  
21 d'abril

 Casa des Poble  
Carrer de sa Casa des  
Poble número 10

 19.00 h

Per precaució per la COVID serà necessària inscripció prèvia  
enviant un correu a [ajuntamentesporles@gmail.com](mailto:ajuntamentesporles@gmail.com) o telefonant  
al 971 610 002, facilitant: nom, cognom, un telèfon o correu electrònic.



**Ajuntament d'Esporles**  
14 d'abril · 🌐

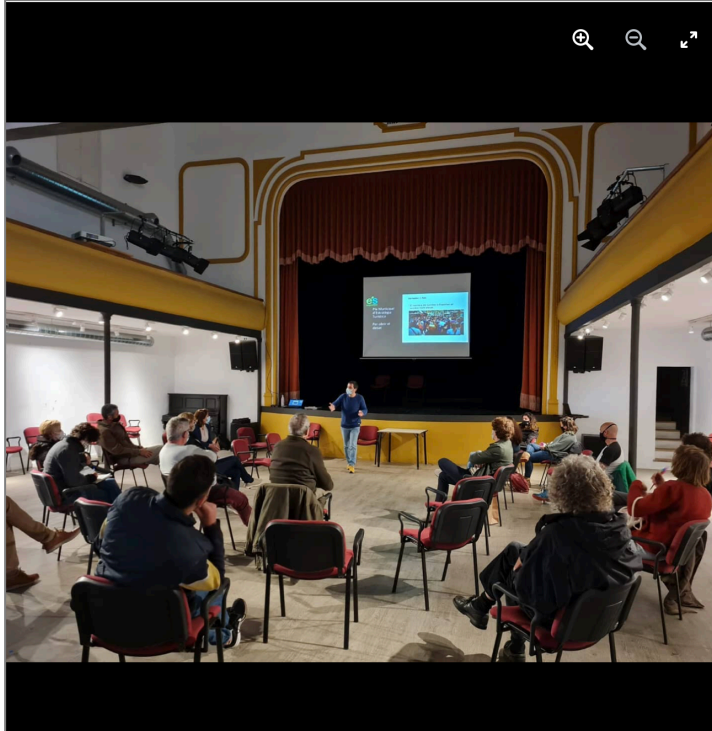
✅ L'Ajuntament d'Esporles ha iniciat la redacció del que ha de ser la nova estratègia municipal en planificació i desenvolupament turístic del municipi. Es vol marcar un full de ruta per aprofitar al màxim les oportunitats que té el municipi, apostant per la qualitat, la sostenibilitat i el manteniment de la identitat de municipi.

🗣️ Per tal que les línies estratègiques i les actuacions siguin compartides amb el teixit empresarial i la ciutadania, se convoca una reunió dimecres dia 21, i s'ha dissenyat un breu qüestionari de participació per conèixer totes les opinions. Hi podeu accedir a l'enllaç <https://cutt.ly/pvifuE8> Veure menys

👍 9 4 comparticions

M'agrada Comenta Comparteix

Escriu un comentari...



 Ajuntament d'Esporles  
22 d'abril · 🌐

🗣️ Gran implicació a la jornada de Participació Ciutadana.

La reunió de Participació Ciutadana per consensuar les línies estratègiques del que serà el nou Pla turístic d'Esporles va ser un èxit.

La reunió que es va celebrar dimecres horabaixa a la Casa del Poble, fou tot un èxit, amb un gran grau de participació per part dels agents socials implicats.

Les aportacions recollides a la reunió per part de la ciutadania i del teixit empresarial del municipi, serviran per redactar el futur del Pla estratègic municipal turístic d'Esporles que té com a objectius prioritaris:

- ✅ Posicionar Esporles com a destí sostenible i de qualitat.
- ✅ Fer d'Esporles un destí amb personalitat pròpia basada en els seus trets diferencials.
- ✅ Disposar d'un full de ruta pactat amb la ciutadania i el teixit empresarial.
- ✅ Marcar un camí de recuperació econòmica post-pandèmia.

👉 Si també hi voleu participar podeu fer-ho fins dia 3 de maig, responent de manera virtual a l'enllaç del qüestionari <https://cutt.ly/9vJ5s3E> o de manera presencial els dies de mercat



## Resum fotogràfic:

### ❖ Reunió del 21 d'abril:



### ❖ Reunió del 19 de maig:



## 4. L'ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL

### ▪ Dades socioeconòmiques Esporles

En aquest apartat es mostren les dades socioeconòmiques del municipi d'Esporles. Concretament, es fa un breu resum de l'evolució demogràfica els darrers anys, del mercat de treball al municipi i del nombre de places turístiques.

#### ○ Població

Segons les dades consultades a IBESTAT, Esporles té una població censada de 5.133 persones a l'any 2020 (últim any disponible).

El gràfic següent mostra l'evolució poblacional d'Esporles entre els anys 1998 i 2020. Entre aquests anys, la població ha augmentat un 34,16% respecte als habitants de 1998. Per tant, s'observa una tendència de creixement poblacional. Aquest creixement, però, és més accentuat en els primers anys analitzats (1998-2009), on es registren increments interanuals d'entre el 2% i el 3%. A partir de 2010, la variació anual de població es situa per sota del 2%, inclús en alguns anys la població es redueix. Concretament, els anys 2012, 2014, 2015 i 2017 es registra pèrdua d'habitants respecte els anys anteriors.

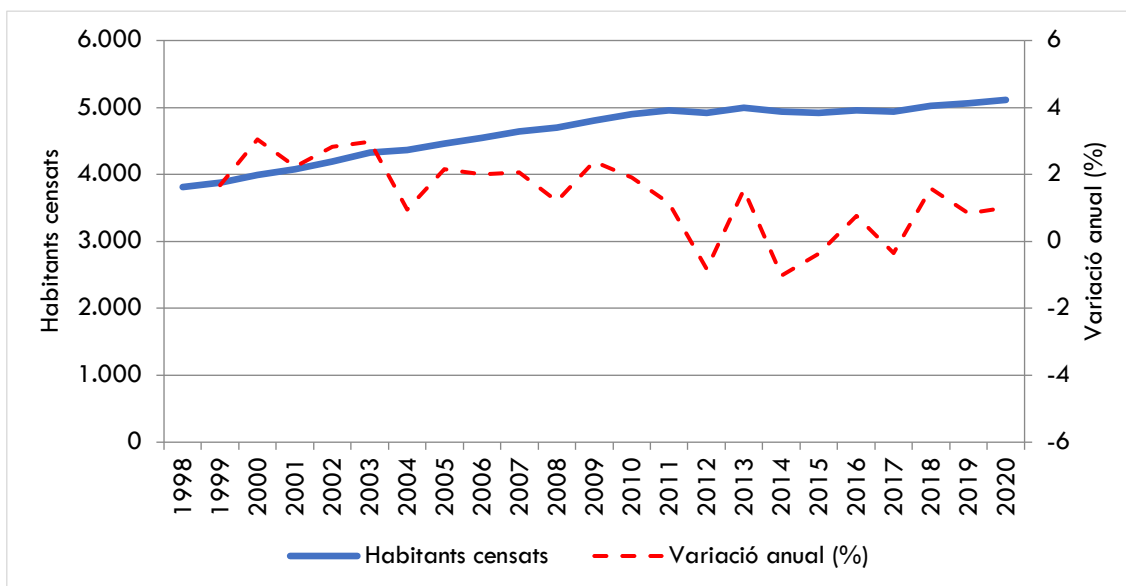


Figura 1. Evolució dels habitants censats a Esporles (1998-2020). Font: IBESTAT.

El gràfic següent mostra la distribució de la població del municipi d'Esporles en nuclis i disseminats. Dels 5.113 habitants censats al 2020, la major part viuen al nucli urbà d'Esporles (4.021 habitants, un 79% del total del municipi). 644 persones viuen en disseminat entorn al nucli d'Esporles (un 12%).

D'altra banda, 405 persones (un 8%) viuen en disseminat al voltant de S'Esgleieta, mentre que en aquest nucli hi viuen 43 persones (un 1%).

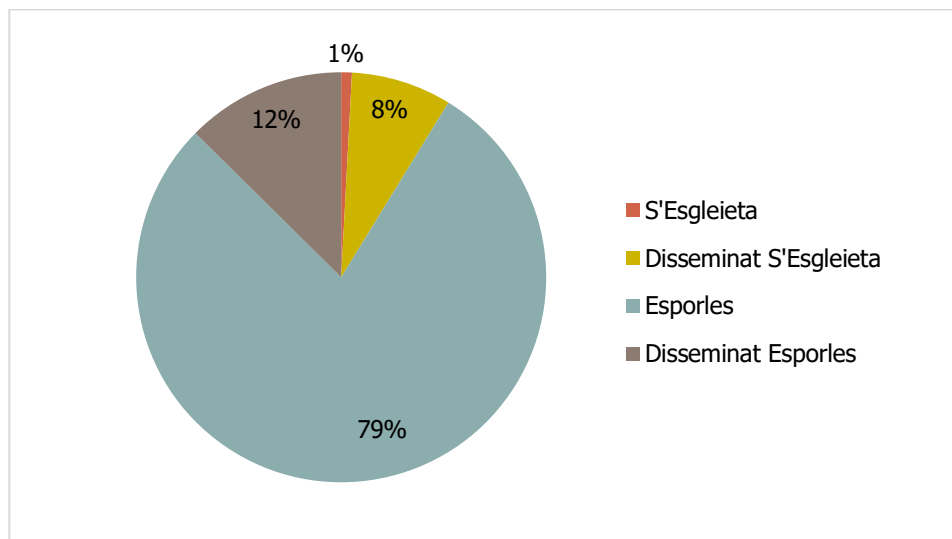


Figura 2. Distribució de la població a Esporles per nuclis i disseminats (2020). Font: IBESTAT.

### o **Economia**

Al municipi d'Esporles, com a bona part dels municipis de les Illes Balears, el sector terciari té un pes important en l'economia.

Com es pot veure a la taula següent, el nombre d'afiliats amb residència al municipi és de 2.200 persones. El nombre d'afiliats amb centre de treball al municipi és de 1.138 persones. Per tant, 1.062 persones (un 48% dels afiliats amb residència al municipi) treballen a altres municipis.

El total d'afiliats en règim general és de 497 persones, de les quals un 0,3% es dedica al sector agrícola-ramader-pesquer; un 0,8% es dedica a la indústria; un 23,3% es dedica a la construcció; un 10,2% es dedica al comerç al detall; un 12,3% es dedica a l'hoteleria i restauració i un 53,1% es dedica a la resta de serveis.

El total d'afiliats en règim autònom és de 496 persones, de les quals un 1,6% es dedica al sector agrícola-ramader-pesquer; un 6,7% es dedica a la indústria; un 23% a la construcció; un 16% al comerç al detall; un 7,5% a l'hoteleria i restauració i un 45,2% a la resta de serveis.

El nombre total d'afiliats a la resta de règims (llar, agrari, mar) és de 144 persones.

Les ocupacions C.N.O. més contractades al municipi són: cambres assalariats (60); paletes (51); empleats domèstics (43); peons de la construcció d'edificis (31); biòlegs, botànics, zoolòlegs i similars (22).

<b>AFILIATS AMB RESIDÈNCIA AL MUNICIPI</b>		<b>2.200</b>
<b>Afiliats amb centre de treball al municipi</b>		1.138
<b>Total afiliats règim general</b>		497
	% agrícola-ramader-pesquer	0,3 %
	% indústria	0,8 %
	% construcció	23,3 %
	% comerç detall	10,2 %
	% hoteleria i restauració	12,3 %
	% resta serveis	53,1 %
<b>Total afiliats règim autònom</b>		496
	% agrícola-ramader-pesquer	1,6 %
	% indústria	6,7 %
	% construcció	23 %
	% comerç detall	16 %
	% hoteleria i restauració	7,5 %
	% resta serveis	45,2 %
<b>Total afiliats resta règims (llar, agrari, mar)</b>		144
<b>Ocupacions C.N.O. més contractades</b>	Cambrers assalariats	60
	Paletes	51
	Empleats domèstics	43
	Peons de la construcció d'edificis	31
	Biòlegs, botànics, zoòlegs i similars	22

*Figura 3. Afiliació a la seguretat social i contractació registrada. Font: Anuari municipal d'Esporles 2020, Observatori del Treball, Govern de les Illes Balears.*

Per simplificar la visualització de les dades mostrades a la taula anterior, s'han sumat els treballadors afiliats en règim general i autònom i s'han agrupat en sectors econòmics. Com es pot veure al gràfic següent, un 1% dels treballadors d'Esporles es dedica al sector primari; un 27% al sector secundari i un 72% al sector terciari.

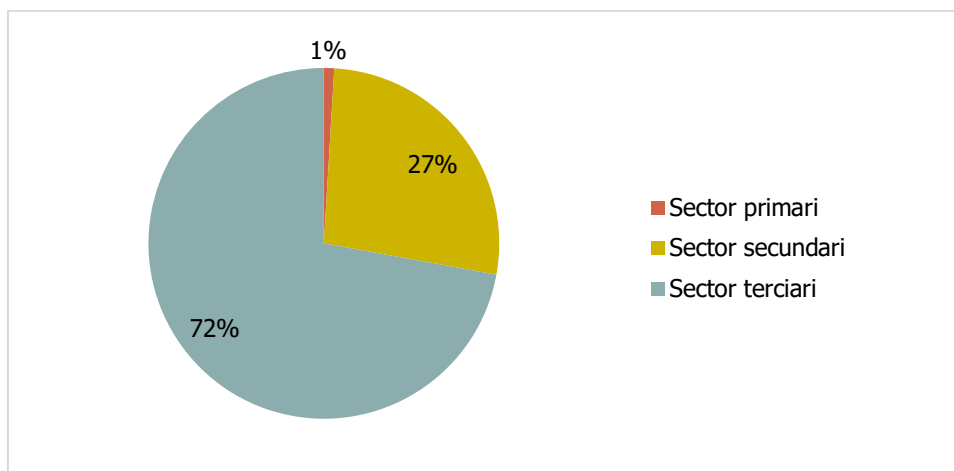


Figura 4. Percentatge de treballadors dins cada sector econòmic a Esporles (2020). Font: Anuari municipal d'Esporles 2020, Observatori del Treball, Govern de les Illes Balears.

#### o Turisme

En aquest apartat es mostren les dades referents a la capacitat d'allotjament turístic del municipi d'Esporles. La informació referent a agroturismes, hotels i hostals s'ha obtingut de l'Anuari de Turisme, elaborat per l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB). En el moment de redacció d'aquest document, encara no s'ha publicat l'Anuari de Turisme corresponent a l'any 2020, per tant s'utilitza l'Anuari de 2019.

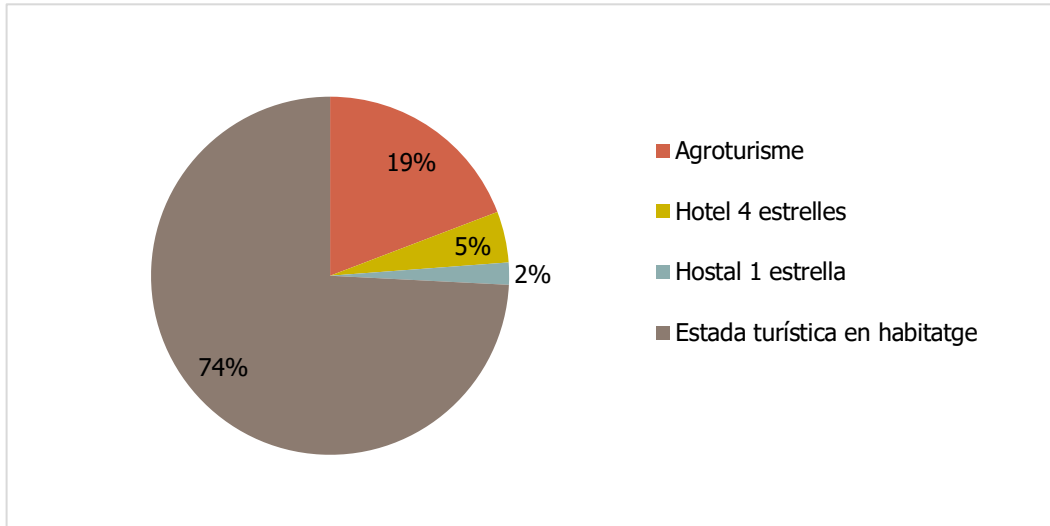
D'altra banda, la informació referent a les estades turístiques en habitatges s'ha extret del registre d'empreses, activitats i establiments turístics elaborat per la Direcció General de Turisme.

El municipi d'Esporles compta amb un total de 9 agroturismes, 1 hotel de quatre estrelles, 1 hostal d'una estrella i 84 habitatges turístics. En conjunt, aquests 95 establiments sumen un total de 802 places.

	Establiments	Places
<b>Agroturisme</b>	9	154
<b>Hotel 4 estrelles</b>	1	37
<b>Hostal 1 estrella</b>	1	16
<b>Estada turística vacacional</b>	84	595
<b>TOTAL</b>	95	802

Figura 5. Taula d'establiments i places turístiques a Esporles. Font: Anuari Turístic del 2019 (AETIB) i Registre d'empreses, activitats i establiments turístics de la Direcció General de Turisme, Govern de les Illes Balears.

Les 154 places dels agroturismes representen un 19% de les places totals del municipi; les 37 de l'hotel un 5%; les 16 de l'hostal un 2% i les 595 de les estades turístiques en habitatges un 74%.



*Figura 6. Gràfic d'establiments i places turístiques a Esporles. Font: Anuari Turístic del 2019 (AETIB) i Registre d'empreses, activitats i establiments turístics de la Direcció General de Turisme, Govern de les Illes Balears.*

## 5. EL MODEL TURÍSTIC D'ESPORLES I EL PERFIL DEL VISITANT

A l'hora de desenvolupar el present PMET s'ha volgut fixar la definició del model turístic municipal, avançant que estarà basat en el turisme actiu, sostenible i responsable. I on l'economia circular jugui un paper clau. Tot i tenir establerts aquests principis, que serveixen com a punt de partida, és en aquest apartat on es durà a terme aquesta definició del model turístic d'Esporles. Es tracta d'establir la filosofia del servei de turisme del municipi destacant els aspectes que fonamenten el model turístic que es pretén consolidar.

Per acotar la definició del model, aquesta es durà a terme en els apartats següents: la definició del model pròpiament dita, el perfil del visitant a atreure, la motivació dels visitants i els beneficis que pot aportar aquest model turístic a Esporles.

### ○ Definició del model turístic d'Esporles

El model turístic que es planteja a Esporles es proposa com una iniciativa per dinamitzar el turisme actiu i responsable en el municipi, basant-se en la seva singularitat. Així, aquest model està basat en la riquesa patrimonial, cultural i natural del municipi, configurant un producte dirigit tant a públic general com a públic específic de turisme actiu, turisme cultural, etc tot impregnat de Economia Circular per tal d'aconseguir que l'impacte dels visitants arribi a tot el teixit productiu local i no sols als sector terciari.

### ○ Perfil del visitant

Partint dels recursos que presenta Esporles i del model turístic que s'ha definit, hem de tenir en compte el perfil de turista a qui ens adreçam. A continuació s'enumeren aquestes característiques partint de les variables que s'analitzen en els *Anuaris de Turisme a les Illes Balears*, elaborats per l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB) de la Conselleria de Turisme del Govern Balear.

El perfil del turista d'Esporles es pot definir com a públic general, en el sentit abasta un **grup d'edat molt ampli i sense discriminació per sexe**. La motivació principal del seu viatge és **el lleure i les vacances**, sense descartar el **visitant esporàdic** atret per la gran varietat d'esdeveniments que es proposen des de el municipi.

Respecte a l'allotjament elegit, aquest és bàsicament **hotels i habitatge vacacional**. Aquí s'ha de puntualitzar que en el model turístic d'Esporles també té una gran importància els turistes allotjats en **cases de lloguer** i fins i tot, els **turistes residents**, es a dir, aquell residents, esporàdics o no, en altres municipis que acudeixen a passar un dia al nostre municipi. Aquestes condicions ens condueixen a confirmar que es tracta d'uns turistes amb **poder adquisitiu mitjà – alt o alt**.

Podem dir que en general es tracta principalment de visitants **sense paquet turístic** específic, és a dir, que s'organitzen el viatge per compte propi. Això però, no exclou a aquells que sí tenen contractat algun tipus de paquet amb rutes o sortides.

Finalment, a part de les característiques analitzades per la Conselleria de Turisme, també podem afegir que la tipologia de turista a qui s'adreça el model comentat combina el públic **familiar** amb aquell més **especialitzat en activitats d'oci actiu** com puguin ser senderistes o esportistes en general i que és, en definitiva, un perfil de visitant obert i genèric però **respectuós** amb l'entorn, que defuig del turista atret únicament pel model de sol i platja i d'oci nocturn.

Podem resumir el perfil turístic dels visitants amb les característiques següents:

- Grup d'edat genèric, des de població juvenil fins a tercera edat
- No diferenciador entre sexes
- El lleure i les vacances són la principal motivació de la seva visita
- L'allotjament elegit és variable, sent les habitatges vacacionals els més destacats
- Poder adquisitiu mitjà – alt i alt
- Predominantment és un turista actiu, essent compatible amb altres tipologies
- Respectuós amb l'entorn

#### ○ **Motivació del visitant**

La motivació o motivacions que atreuen als visitants són un factor a tenir en compte dins l'oferta turística local. En el cas d'Esporles aquesta motivació consisteix en gaudir i conèixer el medi natural i el paisatge, així com l'entorn urbà, els elements culturals i la resta de valors patrimonials.

Partint dels nombrosos valors, Esporles presenta una sèrie d'atractius concrets que es poden establir com els principals factors que serveixen com a motivació per a l'arribada de visitants. Entre aquests podem destacar:

- És el municipi és porta d'entrada a la Serra de Tramuntana
- Presenta un sector comercial dinàmic, especialment important si el comparem amb altres municipis de la Serra
- Manté una alta conservació dels seus valors
- Permet gaudir de tranquil·litat, afavorint el descans i l'aïllament de les grans aglomeracions
- Presenta un elevat grau de diferenciació amb altres municipis contigus
- Disposa d'abundants recursos per a la pràctica del turisme actiu



### ○ **Beneficis del model turístic**

Com ja s'ha deixat entreveure en apartats anteriors, la implantació i consolidació del model turístic proposat pel terme municipal d'Esporles aportarà una sèrie de beneficis tant a la localitat com també als turistes i visitants. Entre aquests beneficis s'han de destacar:

- Afavorir la conservació dels recursos propis, ja siguin naturals com culturals o altres, atenent que esdevenen el principal recurs turístic del municipi
- Fomentar el desenvolupament econòmic del municipi i la qualitat de vida de la població local, que es podrà assolir a través de la millora de serveis destinats a residents i turistes i l'increment d'oferta d'esdeveniments.
- Assolir la minimització dels impactes negatius sobre l'entorn natural i el respecte a la cultura i les tradicions locals
- Millorar la informació i conscienciació de turistes i població local envers a la conservació dels valors locals, que es fomentarà mitjançant les senyalitzacions i l'edició del material informatiu corresponent
- Potenciar una millora en l'experiència dels visitants mitjançant una oferta turística ordenada i un producte de qualitat

## 6. DAFO

ASPECTES	INTERNES	EXTERNES
	<b>Debilitats</b>	<b>Amenaces</b>
<b>NEGATIUS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ No hi ha tradició turística</li> <li>■ Manca d'estratègia turística i de gestió del turisme</li> <li>■ Falta de promoció i visualització del producte</li> <li>■ Falta coneixement sobre l'experiència del visitant</li> <li>■ Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme</li> <li>■ Absència d'oferta conjunta entre municipis propers</li> <li>■ Absència de tècnic municipal de Turisme</li> <li>■ Baix pressupost municipal</li> <li>■ Absència de posicionament de la localitat</li> <li>■ Absència de base de dades d'imatges i vídeos per a promoció</li> <li>■ Absència de marca turística pròpia</li> <li>■ Absència de punt d'informació al visitant</li> <li>■ Absència de web turístic municipal</li> <li>■ Absència de xarxes socials turístiques municipals</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pressió sobre habitatges d'ús privat per convertir-se en ús turístic</li> <li>■ Pressió sobre l'entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental</li> <li>■ Augment del trànsit rodat dins el nucli urbà degut al turisme</li> <li>■ Reducció de la disponibilitat d'aparcament per a residents degut al turisme</li> <li>■ Model actual de producció i consum</li> </ul>

	Fortaleses	Oportunitats
<b>POSITIUS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Esporles disposa d'un marc idoni pel desenvolupament del turisme actiu i responsable, atenent als seus valors naturals, patrimonials i culturals</li> <li>■ Proximitat amb Palma i grans infraestructures</li> <li>■ "Baix nombre" de places turístiques ofertes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers</li> <li>■ La possibilitat d'establir Esporles com a punt de partida de diferents rutes excursionistes, esdevenint un pol d'atracció i concentració de senderistes</li> <li>■ Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> <li>■ L'oferta comercial local, tot i que limitada, permet complementar l'experiència del visitant i es presenta com el principal motor de la millora econòmica del municipi</li> <li>■ Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, etc.</li> <li>■ Amb la redacció del PDTME s'estableixen les bases per impulsar el turisme actiu, de qualitat i sostenible fomentant l'atractiu turístic</li> </ul>

## 7. LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES DEL PMET D'ESPORLES

Per desenvolupar aquest Pla Municipal d'Estratègia Turística s'han definit 4 línies estratègiques per tal d'agrupar les accions recollides en el present Pla. Aquestes línies estratègiques s'adapten al contingut proposat pel Pla Estratègic de Turisme 2020 – 23 del Consell de Mallorca.

- LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Governança del destí, una gestió apurada i eficient
- LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam
- LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble
- LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem

## 8. EL PLA D'ACCIÓ

<b>Codi de l'acció</b>	<b>Línia estratègica A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>
A1	Creació del Fòrum municipal de turisme
A2	Coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i amb AAPP supramunicipals
A3	Dedicació del personal municipal, tècnic de referència
A4	Inici de l'Observatori Turístic d'Esporles
A5	Implantació de noves tecnologies per fidelització i recompte de dades
A6	Cerca activa de finançament
<b>Codi de l'acció</b>	<b>Línia Estratègica B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>
B1	Adherir el municipi a un segell de Qualitat i Sostenibilitat
B2	Treballar amb metodologia SICTED
B3	Creació d'un banc d'imatges i vídeos
B4	Consolidar la marca "És Esporles" com a marca turística
B5	Creació d'un punt d'informació al visitant
B6	Creació d'una plataforma de destinació
B7	Posada en funcionament de Xarxes Socials de destinació
B8	Organització d'esdeveniments atractius com a reclam i promoció del destí
<b>Codi de l'acció</b>	<b>Línia estratègica C: Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble</b>
C1	Creació del Centre Cultural i interpretació de la Serra de Tramuntana
C2	Aparcaments dissuasius
C3	Revisió de la senyalització d'elements i d'empreses
C4	Senyalització de rutes senderistes adaptades a persones amb discapacitats
<b>Codi de l'acció</b>	<b>Línia estratègica D: Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem</b>
D1	Treballar per enfortir l'economia circular del turisme
D2	Establiment de mecanismes que garanteixin la qualitat i la proximitat dels productes locals
D3	Oferir canals de comercialització pels productes locals
D4	Formació al sector empresarial i al personal municipal

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	Millorar la coordinació del destí		
<b>Acció</b>	<b>A1. Creació del Fòrum Municipal de Turisme</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amb la redacció del PDTME s'estableixen les bases per impulsar el turisme actiu, de qualitat i sostenible fomentant l'atractiu turístic</li> <li>• Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers</li> <li>• Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar d'un Fòrum permanent específic de turisme per valorar actuacions, fer suggeriments i co-gestionar el destí		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Amb la creació del Fòrum Municipal de Turisme es vol establir un canal de comunicació permanent i reglat entre l'administració local d'Esporles i el teixit empresarial i la societat civil vinculada al Turisme.</p> <p>Aquest Fòrum serà el lloc ideal on presentar iniciatives per part de l'ajuntament i també per incentivar la col·laboració entre els diferents agents privats que conformen l'oferta turística d'Esporles i la pròpia administració.</p> <p>Aquest Fòrum ha de ser utilitzat tan per part de l'ajuntament com per part del teixit empresarial com a un grup de millora de la destinació, és a dir, posar damunt la taula les valoracions que els clients transmeten als empresaris, les accions necessàries a emprendre per millorar el destí, així com la valoració d'aquelles accions que ja estiguin en funcionament. També ha de ser clau a l'hora de dissenyar i valorar els resultats de l'Observatori de Turisme d'Esporles (actuació A4).</p> <p>Per tal de que aquesta actuació es desenvolupi correctament és recomanable la creació d'un breu reglament que estipuli les característiques bàsiques del Fòrum, quines potestats ha de tenir, si ha de ser consultiu, quins han de ser els seus membres i quins els mecanismes de renovació del mateixos</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de trobades del Fòrum/any	<b>Cost</b>	3.000 €/any

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	Millorar la coordinació del destí		
<b>Acció</b>	<b>A2. Coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i AAPP supramunicipals</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	Coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i amb AAPP supramunicipals		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència d'oferta conjunta entre municipis propers</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La possibilitat d'establir Esporles com a punt de partida de diferents rutes excursionistes, esdevenint un pol d'atracció i concentració de senderistes i altres visitants</li> </ul>		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Amb la coordinació amb els municipis propers es vol establir un mecanisme per tal de crear millors productes i oferir una millor experiència al visitant.</p> <p>Els municipis propers a Esporles disposen d'unes característiques semblants entre si que permet l'establiment de productes turístics més robusts i amb una major expectativa d'èxit que en el cas de treballar de manera aïllada.</p> <p>L'oferiment de rutes senderistes conjuntes, la integració de productes turístics tipus patrimonial i/o cultural, l'oferiment de serveis turístics conjunts farà que el visitant gaudeixi d'una millor experiència i per tant augmenti el seu grau de satisfacció, amb tot el que això implica.</p> <p>A més, el paper que pot jugar Esporles com a "capital" o zona comercial dels municipis propers defineixi unes oportunitats que val la pena treballar.</p> <p>Respecte a les administracions supramunicipal és primordial treballar de manera conjunta per tal d'establir sinergies en la promoció i comercialització dels productes propis baix el paraigües de les administracions supramunicipals.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament d'Esporles, Ajuntaments propers, Consell de Mallorca i CAIB	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Nombre d'actuacions conjuntes	<b>Cost</b>	Variable, zero si es pot assumir amb personal pròpi

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	Millorar la coordinació del destí		
<b>Acció</b>	<b>A3. Dedicació del personal municipal, tècnic de referència</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de tècnic municipal de Turisme</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers.</li> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa.</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar de personal propi de referència vinculat a la gestió turística municipal.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>La governança i gestió turística esdevé important i requereix d'un volum de feina cada vegada més gran. A més s'ha de tenir en compte que el fet de posar en funcionament i desenvolupar el present Pla Municipal d'Estratègia Turística requerirà d'una dedicació superior a l'actual.</p> <p>És per tot això que pel correcte desenvolupament d'aquest pla i de les actuacions que es puguin desenvolupar, es considera necessari l'augment en la dedicació del personal municipal en la gestió turística i l'establiment d'un tècnic de referència que esdevingui el punt d'enllaç entre les diferents iniciatives vinculades al turisme, entre les diferents administracions relacionades en la gestió turística i també d'enllaç entre l'administració local i el teixit empresarial turístic.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de tècnics vinculats a la gestió turística	<b>Cost</b>	Variable, zero si es pot assumir amb personal propi



<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	Millor informació, millors decisions		
<b>Acció</b>	<b>A4. Inici de l'Observatori Turístic d'Esporles</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de coneixement i valoració del destí per part dels turistes</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers</li> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar d'informació de primera mà sobre l'experiència dels visitants a la nostra destinació.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Amb l'objectiu de conèixer millor i poder valorar l'experiència turística dels visitants d'Esporles, es creu oportú iniciar l'Observatori Turístic d'Esporles.</p> <p>Amb aquest Observatori es vol definir una metodologia per tal de realitzar enquestes al visitant amb la finalitat que valori el seu pas per la nostra localitat.</p> <p>La informació d'aquest Observatori serà molt útil per redefinir les actuacions de l'administració local ja que permetrà conèixer de primera mà, no sols el perfil del turista, sinó també valoracions sobre els productes turístics del nostre municipi, valoracions sobre les experiències viscudes, desperfectes que hagi pogut localitzar, etc.</p> <p>Aquesta actuació es pot integrar dins l'actuació B2, ja que la metodologia SICTED planteja la necessitat de realitzar enquestes de satisfacció al visitant, no sols sobre els nivells de satisfacció del destí sinó també de l'empresa privada que dona serveis al turista, ja sigui de restauració, d'allotjament, de serveis turístics, etc...</p> <p>El contingut de l'Observatori, la aprovació de la metodologia i de la seva periodicitat poden ser un dels primers aspectes a tractar en el Fòrum municipal de turisme, actuació A1.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre d'enquestes emplenades	<b>Cost</b>	8.000 €

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	Millor informació, millors decisions		
<b>Acció</b>	<b>A5. Implantació de noves tecnologies per fidelització i recompte de dades</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de coneixement i valoració del destí per part dels turistes</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>			
<b>Objectius</b>	Disposar d'informació de primera mà sobre l'experiència dels visitants a la nostra destinació i incentivar la fidelització		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>La gestió de les dades que generen els visitants en el pas per la localitat és una oportunitat que no s'ha de deixar perdre. L'anàlisi del "Big-Data" provinent de l'experiència del visitants és una informació de primer ordre que, juntament amb l'observatori turístic (A4), han de permetre conèixer millor el comportament del turista en la nostra localitat.</p> <p>Per poder generar aquest "Big-Data" s'ha de disposar d'algun element informàtic on el visitant pugui interactuar i autoritzar a facilitar la informació necessària que pugui resultar d'interès.</p> <p>Es proposen dues estratègies per poder desenvolupar aquesta acció:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Extensió de la targeta de fidelització comercial als visitant mitjançant l'oferiment de descomptes / premis / experiències innovadores</li> <li>2) La creació d'una APP de destí que ajudi a millorar l'experiència del visitant a la vegada que recull dades.</li> </ol> <p>Amb aquesta informació podríem saber els recorreguts que realitzaren els visitants, els llocs més concorreguts, els establiments més visitats, etc.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Informes obtinguts del "Big-Data"	<b>Cost</b>	10.000€

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient</b>			
<b>Tàctica</b>	El finançament del Pla		
<b>Acció</b>	<b>A6. Cerca activa de finançament</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baix pressupost municipal</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>			
<b>Objectius</b>	Disposar de fons per desenvolupar les accions incloses al Pla		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Per a poder desenvolupar el PMET d'Esporles es veu la necessitat de fer una cerca activa de finançament per tal de poder posar en marxa les accions que s'expliquen en aquest pla.</p> <p>El finançament pot passar per dues estratègies diferenciades:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>La generació de fons propis: amb l'establiment d'uns preus orientatius pels servicis municipals vinculats al turisme podrien generar un flux econòmic per invertir en la millora de la gestió turística municipal. Alguns exemples són l'establiment de tarifes als aparcaments eminentment turístics, disposar de materials informatius de qualitat no gratuïts pels visitants, etc...</li> <li>Cerca de finançament supramunicipal:             <ol style="list-style-type: none"> <li>Consell Insular de Mallorca i Fundació Mallorca Sostenible</li> <li>Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB)</li> <li>Fons de Consorci Borsa d'Allotjament Turístics (CBAT)</li> <li>Ministerio de Turismo: PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS</li> </ol> </li> </ol>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Quantitats econòmiques subvencionades anualment	<b>Cost</b>	Zero, desenvolupat amb personal propi

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Reforçar la imatge de destí sostenible i de qualitat		
<b>Acció</b>	<b>B1. Adherir el municipi a un segell de Qualitat i Sostenibilitat</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de posicionament de la localitat</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recolzar la feina de l'administració local amb la implantació d'un segell que reforça la imatge del destí</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar de un segell supramunicipal que ajudi a posicionar Esporles com a destí Sostenible i de Qualitat		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Amb l'adhesió a un segell supramunicipal de Qualitat i Sostenibilitat es busca el posicionament de la localitat en el mercat turístic com a una destinació alternativa.</p> <p>Aquests segells o certificats de turisme sostenible, es converteixen en la principal via per garantir que el destí compleixi una sèrie de requisits i estàndards. Una cosa que ofereix grans beneficis de guanyar confiança internacionalment des de consumidors, empreses i altres organismes, fins a millores internes. Atès que les auditories que es duren a terme per obtenir aquests segells reduiran els errors en el funcionament habitual.</p> <p>L'oferta de segells és molt variada i es creu necessari engegar un anàlisi detallat de cada un d'ells per escollir, baix criteris tècnics el que més s'adapta ala realitzat de la nostra localitat, a priori, es llisten un seguit de segells:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Biosphere</b> Un programa de certificació sostenible pensat per al sector turístic, i que està promogut per les Nacions Unides.</li> <li>- <b>Green Destinations</b> És una associació global d'organitzacions, empreses i institucions acadèmiques, que ajuden a aconseguir millores en sostenibilitat de qualitat, etc.</li> <li>- <b>SICTED</b> Es tracta d'un projecte de millora de la qualitat de les destinacions turístiques promogut per la Secretaria d'Estat de Turisme (SETUR), amb el suport de la Federació Espanyola de Municipis i Províncies (FEMP), que treballa amb establiments/serveis turístics de fins a 36 comerços diferents, amb l'objectiu final de millorar l'experiència i satisfacció del turista.</li> <li>- <b>Best Village</b> Aquest segell cerca els millors exemples de pobles rurals que aprofitin el poder del turisme per proporcionar oportunitats i salvaguardar les seves comunitats, les tradicions locals i el patrimoni. La iniciativa de l'Organització Mundial del Turisme (OMT) identifica els pobles que adopten enfocaments innovadors i transformadors del turisme a les zones rurals d'acord amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).</li> </ul>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Segells adherits	<b>Cost</b>	Variable

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Reforçar la imatge de destí sostenible i de qualitat.		
<b>Acció</b>	<b>B2. Treballar amb metodologia SICTED</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>			
<b>Objectius</b>	Disposar d'una metodologia de millora constant del Destí		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>El projecte SICTED, breument explicat en la fitxa B1, es caracteritza per ser un segell de qualitat que treballa en la millora integral de la qualitat del destí.</p> <p>Per fer-ho utilitza l'eina "Grup de Millora" on el grup d'empresaris local exposa les necessitats de millora de la destinació, així com també, l'administració local transmet i consensua actuacions de millora de la destinació.</p> <p>Es creu oportú treballar amb aquesta metodologia ja que permet la millora constant del destí. Si es decideix no adherir-se al SICTED de manera formal, es recomana treballar amb aquesta metodologia ja que les funcions de les "Grup de Millora" podrien ser assumides pel Fòrum Municipal de Turisme</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Baixa
<b>Seguiment</b>	Nombre de reunions anuals	<b>Cost</b>	Variable

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Primeres passes de la promoció turística		
<b>Acció</b>	<b>B3. Creació d'un banc d'imatges i vídeos</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de base de dades d'imatges i vídeos per a promoció</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>			
<b>Objectius</b>	Disposar d'un banc d'imatges i vídeos per ser utilitzades en les properes actuacions de promoció		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Aquest projecte obeeix a una necessitat bàsica i es presenta com el de major prioritat a desenvolupar, atenent que condiona una part de la resta d'actuacions incloses en el PMET. La base de continguts que s'ha de crear ha de tenir en compte material de diverses tipologies com pot ser un arxiu fotogràfic, un recull de descripcions dels principals valors patrimonials, culturals i naturals del municipi com poden ser els camins, una base cartogràfica actualitzada, etc.</p> <p>Per això és important realitzar una tasca de qualitat que abasti tots els aspectes, valors i tipologies de document necessaris, ja que tota aquesta informació servirà de base per desenvolupar els futurs materials com poden ser les plaques informatives, els continguts de la pàgina web o la informació relacionada amb les rutes a dissenyar o la pàgina web.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 22		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Material elaborat	<b>Cost</b>	8.000€

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Primeres passes de la promoció turística		
<b>Acció</b>	<b>B4. Consolidar la marca "És Esporles" com a marca turística</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de marca turística pròpia</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visualització dels valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Aprofitar la marca existent "És Esporles" per donar-li una vessant turística		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>En aquesta actuació es proposa oferir una vessant turística a la marca existent "És Esporles". Així, a través d'aquesta marca es podrien dur a terme actuacions de promoció turística del municipi.</p> <p>Es proposa una lleugera adaptació a la marca existent afegint traduccions del lema original sempre mantenint l'original "És Esporles"</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Adaptació de la marca existent	<b>Cost</b>	1.200 €

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Primeres passes de la promoció turística		
<b>Acció</b>	<b>B5. Creació de un punt d'informació al visitant</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de punt d'informació al visitant</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oferir al visitant una punt informatiu on rebre informació de primera ma sobre productes, recursos i activitats.</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Oferir al visitant un punt d'informació		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Amb la creació d'un punt d'informació al visitant es vol disposar d'un espai on els visitants del municipi puguin acudir per a informar-se dels diferents recursos turístics d'Esporles.</p> <p>La tasca principal del punt d'informació al visitant és la d'atenció al públic, per tal d'assessorar als turistes sobre les possibilitats culturals, gastronòmiques i d'oci que ofereix el municipi.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de turistes que visiten el punt d'informació al visitant	<b>Cost</b>	Variable



<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Primeres passes de la promoció turística		
<b>Acció</b>	<b>B6. Creació d'una plataforma de destinació</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de web turístic municipal</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Millora de la visualització del destí, dels seus productes, activitats i establiments</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar d'una plataforma de destinació per promocionar el turisme a Esporles i oferir informació als visitants.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Actualment és de cada vegada més habitual que els turistes es planifiquin els viatges per compte propi o, si més no, que es dissenyin una part dels recorreguts i es seleccionin des del lloc d'origen aquells elements que es tenen intenció de visitar. En aquest sentit resulta de gran importància la informació del destí que es pugui aconseguir a distància, essent la presència a internet un factor fonamental.</p> <p>Per això, disposar d'una pàgina web amb informació detallada, de qualitat i amb un disseny atractiu és a dia d'avui una necessitat de primera magnitud per qualsevol destí turístic. Elaborar aquesta pàgina ha de ser un projecte prioritari, atenent que aquesta ha de servir com a eina de difusió d'Esporles, servint com a principal suport informatiu als turistes que vulguin visitar el municipi.</p> <p>Els requisits mínims que entenem que han d'estar disponibles en aquest espai virtual són, d'una banda, la informació bàsica del municipi (característiques generals, com arribar, principals recursos turístics i elements d'interès, informació sobre allotjament i oferta complementària, etc.). D'altra banda, també podria incloure una versió digital d'aquells materials físics editats així com informació detallada de les rutes municipals. És del tot recomanable que aquestes rutes disposin de la informació bàsica (durada, grau de dificultat, perfil topogràfic, etc.) a més de presentar la possibilitat de descarregar-les per GPX</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de visites al web turístic	<b>Cost</b>	8.000 €

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Primeres passes de la promoció turística		
<b>Acció</b>	<b>B7. Posada en funcionament de Xarxes Socials de destinació</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absència de xarxes socials turístiques municipals</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicació i posada en valor dels productes i activitats turístiques</li> <li>Interacció amb visitants</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar de Xarxes Socials turístiques per promocionar el municipi d'Esporles.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Actualment, les xarxes socials tenen una incidència important en el turisme. Segons un estudi de la Diputació de Barcelona titulat <i>“Les destinacions turístiques intel·ligents a les comarques de Barcelona”</i>, 9 de cada 10 persones utilitzen el mòbil i les xarxes socials per fer turisme.</p> <p>Les xarxes socials són una font d'informació important per als turistes a l'hora d'organitzar un viatge, ja que hi poden consultar les opinions i comentaris d'altres visitants. Durant l'estància en la destinació, els turistes intensifiquen l'ús de les xarxes socials, publicant fotografies, comentaris o experiències. Finalment, els turistes poden aportar les seves opinions i/o comentaris respecte la destinació, l'allotjament, les activitats que han realitzat, la gastronomia, etc.</p> <p>En aquesta actuació, per tant, es proposa la posada en funcionament de Xarxes Socials de destinació d'Esporles, per tal de promocionar el municipi i facilitar l'accés a la informació als visitants.</p> <p>Es prioritza la posada en funcionament de les següents xarxes socials i per aquest ordre: - Facebook, Instagram, Twitter</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Nombre de seguidors a les Xarxes Socials, nombre de publicacions a les Xarxes Socials	<b>Cost</b>	550 €/mes (Preu aprox Community Manager)

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam</b>			
<b>Tàctica</b>	Els esdeveniments com a reclam		
<b>Acció</b>	<b>B8. Organització d'esdeveniments atractius com a reclam i promoció del destí</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de promoció i visualització del producte</li> <li>Absència de posicionament de la localitat</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers</li> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar d'esdeveniments que serveixin per promocionar Esporles com a destí turístic.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>En aquesta actuació es proposa l'organització d'esdeveniments atractius amb l'objectiu de promocionar el destí i servir com a reclam. Es tracta d'organitzar actes mitjançant els quals es puguin atreure visitants, al mateix temps que aquests actes serveixin per identificar el municipi i posicionar-lo turísticament.</p> <p>Alguns exemples d'aquests esdeveniments podrien ser l'organització d'una cursa de muntanya, una fira de productes locals i artesans, un festival cultural (de música, art, teatre, literari, etc.), una ruta cicloturista, etc.</p> <p>Dins aquesta mateixa acció s'hi podria encabir el fet d'organitzar esdeveniments concrets, com proves esportives per exemple, que facin que els participants i els seus acompanyants hagin de passar un o varis dies al municipi baix la figura del "client captiu" assegurant així un retorn de la inversió per realitzar l'esdeveniment.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre d'esdeveniments organitzats a l'any	<b>Cost</b>	Indeterminat, en funció de cada esdeveniment

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble</b>			
<b>Tàctica</b>	Projectes d'inversió sobre el territori		
<b>Acció</b>	<b>C1. Creació del Centre Cultural i interpretació de la Serra de Tramuntana</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de promoció i visualització del producte</li> <li>Absència de posicionament de la localitat</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un producte de turisme actiu consolidat i amb una bona promoció pot atreure visitants tant residents com estrangers</li> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Disposar d'un centre cultural i d'interpretació de la Serra de Tramuntana.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Un centre cultural i d'interpretació és un equipament que acull un conjunt de serveis destinats a la presentació i la comunicació d'un patrimoni, on conflueixen diversos mitjans interpretatius (serveis d'informació, exposicions, audiovisuals, sistemes de guiatge, etc.).</p> <p>Els centres d'interpretació es desenvolupen a partir de la dinamització <i>in situ</i> d'un espai natural, un jaciment arqueològic, un monument, un conjunt urbà, un lloc històric o altres testimonis culturals i naturals.</p> <p>En aquesta actuació es proposa la creació d'un centre cultural i d'interpretació de la Serra de Tramuntana, amb l'objectiu de promocionar i difondre els valors naturals i culturals que presenta el municipi d'Esporles.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de visitants al centre cultural i d'interpretació, nombre d'activitats organitzades	<b>Cost</b>	100.000 €

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble</b>			
<b>Tàctica</b>	Projectes d'inversió sobre el territori		
<b>Acció</b>	<b>C2. Aparcaments dissuasius</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augment del trànsit rodat dins el nucli urbà degut al turisme</li> <li>• Reducció de la disponibilitat d'aparcament per als residents degut al turisme</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>			
<b>Objectius</b>	Disposar d'aparcaments dissuasius per tal de descongestionar de trànsit rodat el nucli urbà i facilitar l'aparcament als visitants i residents.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Els aparcaments dissuasius són espais habilitats per a l'estacionament de vehicles, i es situen als voltants dels nuclis urbans.</p> <p>Amb els aparcaments dissuasius s'aconsegueix reduir el volum de vehicles que transiten pel nucli urbà, augmenten la disponibilitat d'aparcament per als residents i faciliten l'estacionament als visitants.</p> <p>Sovint, els turistes congestionen els nuclis urbans de trànsit amb l'objectiu d'estacionar els vehicles. Els aparcaments dissuasius permeten reduir aquest volum de trànsit, ja que els visitants poden estacionar a les entrades dels nuclis urbans sense necessitat de circular pels carrers. D'aquesta manera, els residents disposen de més espai per estacionar. A més, és una manera de dinamitzar el municipi, ja que els visitants es desplacen a peu per dins el nucli, tenint així més possibilitats de visitar alguns indrets, comerços, edificis, elements patrimonials, etc.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre de places d'aparcaments dissuasius	<b>Cost</b>	Variable

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble</b>			
<b>Tàctica</b>	Projectes d'inversió sobre el territori		
<b>Acció</b>	<b>C3. Revisió de la senyalització d'elements i d'empreses</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de promoció i visualització del producte</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Conèixer l'estat actual de la senyalització i determinar la necessitat de renovar-la.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>En aquesta actuació es proposa la revisió de la senyalització d'elements i empreses. L'objectiu és comprovar l'estat actual de la senyalització per tal de determinar-ne la necessitat de renovació.</p> <p>Aquesta senyalització facilita l'accés als diferents elements i comerços del municipi, i per tant s'ha de mantenir en un bon estat de conservació i d'actualització respecte a establiments tancats, nous establiments oberts, etc...</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Baixa
<b>Seguiment</b>	Nombre de senyals que presenten un mal estat de conservació	<b>Cost</b>	En funció de les senyals a incorporar o substituir

<b>LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble</b>			
<b>Tàctica</b>	Projectes d'inversió sobre el territori		
<b>Acció</b>	<b>C4. Senyalització de rutes senderistes adaptades a discapacitats</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de promoció i visualització del producte</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Millorar la visibilitat de les rutes senderistes adaptades a persones amb mobilitat reduïda.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>Les rutes senderistes són un dels principals recursos turístics d'Esporles. Els itineraris adaptats a persones amb discapacitat permeten que tothom pugui gaudir de l'entorn natural que envolta el municipi. Es tracta de rutes sense barreres físiques, amb informació i senyalització adequada per a persones amb discapacitat visual i/o auditiva com són audioguies o guies en llengua de signes i informació en Braille, entre d'altres.</p> <p>En aquesta actuació es proposa la senyalització de rutes senderistes adaptades a persones amb discapacitat, amb l'objectiu d'atorgar-los més visibilitat i facilitar l'accés a les persones que hi acudeixen.</p> <p>També s'ha de tenir present aquest col·lectiu a l'hora de promoure material de divulgació adaptats, vídeos amb subtítols, etc...</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Nombre de rutes senderistes adaptades a persones amb mobilitat reduïda senyalitzades	<b>Cost</b>	10.000 €

## LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem

<b>Tàctica</b>	L'economia circular del nostre poble		
<b>Acció</b>	<b>D1. Treballar per enfortir l'economia circular del turisme</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model actual de producció i consum</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, turisme sostenible, etc.</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Orientar el turisme d'Esporles cap a un model de turisme circular.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>L'economia circular és un model de producció i consum que implica compartir, llogar, reutilitzar, reparar, renovar i reciclar materials i productes existents totes les vegades que sigui possible per crear un valor afegit. D'aquesta manera, s'allarga el cicle de vida dels productes.</p> <p>A la pràctica, implica reduir els residus al mínim. Quan un producte arriba al final de la seva vida, els seus materials es mantenen dins de l'economia sempre que sigui possible. Aquests poden ser productivament utilitzats successives vegades, creant així un valor addicional.</p> <p>En aquesta actuació es proposa adoptar els principis de l'economia circular al turisme d'Esporles. El turisme circular és el model turístic que permet no només la protecció del patrimoni cultural i natural a través de la disminució d'extracció de recursos i de la reducció de les externalitats negatives, sinó també la regeneració del capital natural del territori.</p> <p>En aquest sentit es tracta de generar sinergies entre productors i establiments de venda al públic i de restauració amb la finalitat d'oferir com més producte local al visitant millor pensant amb un millor impacte econòmic de la despesa del visitant.</p> <p>Primer s'ha de generar una llistat de productors locals i productes elaborats per després, mitjançant la col·laboració de l'ajuntament i baix el segell de l'actuació D2, afavorir els punts de venda d'aquests productes</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Nombre d'actuacions implantades per aconseguir un turisme circular	<b>Cost</b>	5.000 €



### LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem

<b>Tàctica</b>	L'economia circular del nostre poble
<b>Acció</b>	<b>D2. Establiment de mecanismes que garanteixin la qualitat i la proximitat dels productes locals</b>
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model actual de producció i consum</li> </ul>
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, turisme sostenible, etc.</li> </ul>
<b>Objectius</b>	Fomentar el consum de producte local.

#### Descripció del projecte

Els productes de proximitat, també coneguts com productes de Km 0, són aquells que es produeixen i/o recullen a zones properes als llocs de venda, on són adquirits pel consumidor final.

El consum de productes locals té diversos beneficis: tenen una major qualitat i són més beneficiosos per a la salut, són més sostenibles i redueixen la petjada de carboni, redueixen el malbaratament alimentari i ajuden a promoure l'economia local.

En aquesta actuació es proposa l'establiment de mecanismes que garanteixin la qualitat i la proximitat dels productes locals, amb l'objectiu de promocionar el seu consum. Aquest objectiu es pot assolir mitjançant la creació d'un segell distintiu pels productes locals, per tal de garantir la seva qualitat i fomentar-ne el consum. La creació d'aquest segell també contribuiria a una millor visibilitat d'aquests productes.

<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Alta
<b>Seguiment</b>	Mecanismes de foment del producte local implantats	<b>Cost</b>	10.000 €

## LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem

<b>Tàctica</b>	L'economia circular del nostre poble		
<b>Acció</b>	<b>D3. Oferir canals de comercialització per els productes locals</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de promoció i visualització del producte local</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, turisme sostenible, etc.</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Fomentar el consum de producte local.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>En aquesta actuació es proposa la creació de canals de comercialització pels productes locals. Es tracta d'oferir mitjans als productors locals per tal de donar més visibilitat al seu producte i fomentar així el seu consum.</p> <p>L'objectiu d'aquesta actuació és apropar el producte local i el visitant. Aquest objectiu es pot aconseguir a través de la creació d'una marca pròpia per als productes elaborats al municipi. Aquests productes poden ser exposats i venuts a una infraestructura o equipament amb un flux de turistes significatiu, com per exemple el centre d'informació al visitant, el centre d'interpretació, etc. D'aquesta manera, es dona visibilitat al producte local per tal de fomentar-ne el consum entre els visitants, potenciant així l'economia del municipi.</p> <p>Per tal de fer realitat aquesta actuació s'ha de desenvolupar un manual de funcionament de marca, on es defineixi quins productes poden entrar a formar part del projecte, amb quines condicions i durant quin temps. També s'hauria de definir quin percentatge es podria destinar al manteniment de la pròpia marca (aprox un 10% inicialment)</p> <p>Una vegada el punt físic de venda sigui una realitat s'ha d'estudiar la possibilitat d'implantar sistemes de venda online dels productes locals ja que una ajuda amb la comercialització dels productes locals pot suposar una forta empenta als productors locals a la vegada que ajuda a posicionar el municipi dins l'economia circular.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Nombre d'establiments i d'equipaments on es pot comprar producte local	<b>Cost</b>	10.000 €

### LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem

<b>Tàctica</b>	Formació		
<b>Acció</b>	<b>D4. Formació al sector empresarial i al personal municipal</b>		
<b>Debilitats / Amenaces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manca d'estratègia turística i de gestió del turisme</li> <li>• Falta coneixement sobre l'experiència del visitant</li> </ul>		
<b>Fortaleses / Oportunitats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riquesa de valors patrimonials, culturals, naturals i turístics que ben gestionats poden contribuir a configurar una oferta turística completa</li> </ul>		
<b>Objectius</b>	Ofertir formació al sector empresarial i al personal municipal per tal d'oferir una informació homogènia, coherent i de qualitat als visitants.		
<b>Descripció del projecte</b>			
<p>En aquesta actuació es proposa realitzar formacions al sector empresarial i al personal municipal en termes de qualitat i destí. Una vegada s'hagi definit l'estratègia turística d'Esporles, aquesta ha de ser coneguda per el sector empresarial i per el personal municipal que realitza tasques d'atenció i informació al visitant. L'objectiu és transmetre una informació homogènia i de qualitat als visitants. Per tant, es tracta de que tant el sector empresarial com el personal municipal que atén els visitants coneguin els recursos turístics del municipi: centres d'informació, activitats recreatives, allotjaments, gastronomia, elements patrimonials, recursos naturals, esdeveniments culturals, etc.</p> <p>D'altra banda, també es proposa una formació al sector empresarial per donar a conèixer l'Observatori del Turisme d'Esporles. L'actuació A4 d'aquest pla proposa la creació d'aquest Observatori, la principal funció del qual serà definir una metodologia d'enquestació al visitant. Amb l'objectiu d'obtenir les respostes d'una manera homogènia, s'oferirà formació als treballadors del sector turístic en relació a les preguntes incloses a l'enquesta i com aquestes s'han de respondre per part dels seus clients.</p>			
<b>Duració</b>	2021 - 24		
<b>Agents implicats</b>	Ajuntament, Ass Comercial, Teixit empresarial	<b>Prioritat</b>	Mitjana
<b>Seguiment</b>	Nombre de formacions realitzades	<b>Cost</b>	2.000 €

## 9. EL PLA DE SEGUIMENT

En aquest apartat es mostra el pla de seguiment del PMET d'Esporles. Es proposen una sèrie d'indicadors per conèixer l'evolució del turisme a Esporles els propers anys, comprovar l'efecte de la implantació de les actuacions incloses en aquest pla i preveure possibles tendències.

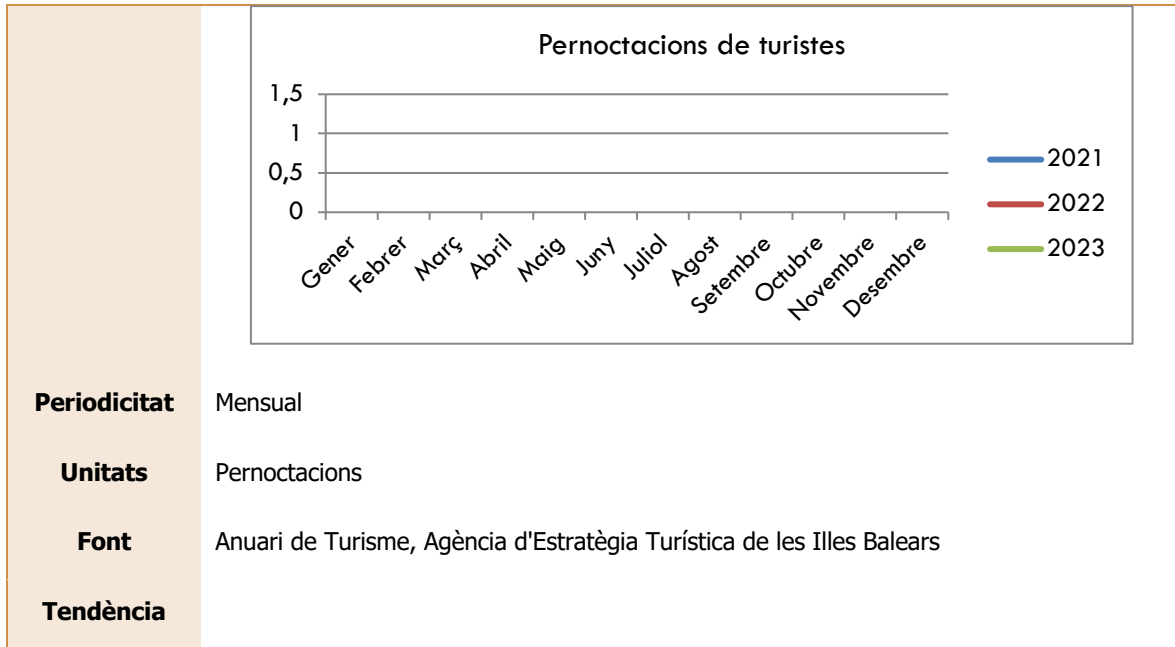
El pla de seguiment consta de 7 indicadors, per als quals s'ha elaborat una fitxa individual on es defineix l'indicador, l'objectiu, la metodologia, la periodicitat, les unitats de mesura, la font de la informació i la tendència observada.

Els indicadors proposats són:

1. Pernoctació de turistes
2. Despesa pública en turisme
3. Ofertes de places d'allotjament per tipus d'establiment
4. Grau d'ocupació turística per places
5. Motivació del turista
6. Grau de satisfacció del turista
7. Sector turístic a l'ocupació municipal

## Indicador 1 – Pernoctació de turistes

<b>Definició</b>	Nombre de nits que els turistes romanen o es troben registrats als establiments d'allotjaments turístics en un determinat mes.			
<b>Objectiu</b>	Conèixer el nombre de pernoctacions que fan els turistes que s'allotgen al municipi. Analitzar l'efecte de l'estacionalitat de les pernoctacions, detectant els mesos en què s'ha d'actuar per mitigar aquest efecte. Aquesta evolució es pot comparar tant a nivell mensual com a nivell anual, observant les diferents tendències i veure el resultat de les accions realitzades en el marc del Pla Municipal d'Estratègia Turística.			
<b>Metodologia</b>	Per (m) = nombre de pernoctacions mensuals.			
		<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	Gener			
	Febrer			
	Març			
	Abril			
	Maig			
	Juny			
	Juliol			
	Agost			
	Setembre			
	Octubre			
	Novembre			
	Desembre			
	Total			



## Indicador 2 – Despesa pública en turisme

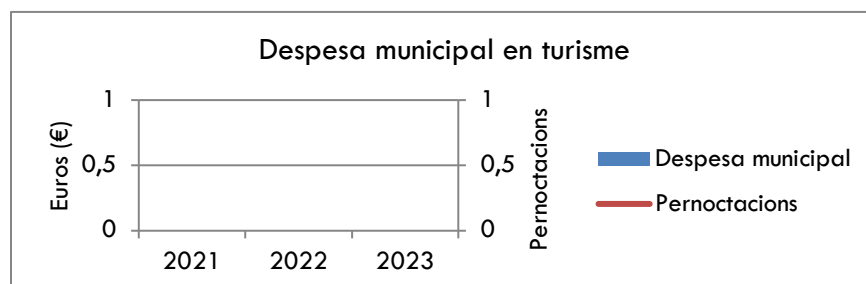
**Definició** Part del pressupost destinat a turisme i la seva incidència amb el nombre de pernотacions al municipi.

**Objectiu** Observar el resultat de les despeses que realitza l'ajuntament en matèria de turisme, sobre el total de pernотacions que es fan al municipi. Analitzar la tendència de les pernотacions per conèixer la relació amb la despesa pública en turisme. Conèixer el nombre de les accions desenvolupades en cada any, dins del marc del Pla de Desenvolupament Turístic Municipal.

**Metodologia** Despesa municipal. Part del pressupost municipal destinat a desenvolupar accions recollides al Pla de Desenvolupament Turístic Municipal. Pernотacions: nombre de pernотacions anuals.

	Despesa municipal	Pernотacions
2021		
2022		
2023		

	Nombre d'accions desenvolupades del PDTME
2021	
2022	
2023	



**Periodicitat** Anual

<b>Unitats</b>	Euros i pernотacions
<b>Font</b>	Ajuntament
<b>Tendència</b>	



### Indicador 3 – Oferta de places d'allotjament per tipus d'establiment

<b>Definició</b>	Nombre de places ofertades segons la tipologia i la categoria de cada establiment turístic existent en el municipi.
<b>Objectiu</b>	Conèixer el nombre de places d'allotjament turístic que ofereix el municipi en funció de la tipologia i categoria establerta per l'Agència de Turisme de les Illes Balears. Analitzar l'evolució anual d'aquestes places i el percentatge que representa cadascun dels allotjaments turístics sobre el total de les places oferides en el municipi.
<b>Metodologia</b>	<p><b>Pa = Total places oferides en el municipi segons la tipologia.</b></p> $\mathbf{Pa = A + G + CH + CT + CV + F + H + HA + HC + HR^* + HR + HS + HSR + PENS + RA + TI}$ <p><b>A</b> = Places d'apartament turístic: establiment destinat a prestar un servei d'allotjament turístic, que s'anuncii com a tal, compost per un conjunt d'unitats d'allotjament que disposen de mobiliari, instal·lacions, serveis i equip adequats per a la conservació, l'elaboració i el consum d'aliments i begudes, i en condicions que en permetin l'ocupació immediata, complint les exigències establertes reglamentàriament.</p> <p><b>AG</b> = Places d'agroturisme, establiments que presten el servei d'allotjament turístic ubicats en edificacions construïdes abans de l'1 de gener de 1960, situades en sòl rústic i en una finca o finques que tinguin una superfície mínima de 21.000 m<sup>2</sup> i que constitueixin una explotació agrària, ramadera o forestal.</p> <p><b>CH</b> = Places de casa d'hostes, fonda que pot facilitar el servei d'esmorzar, així com els propis de cafeteria, en aquest darrer cas, aquests serveis han de ser facultats amb independència als d'allotjament.</p> <p><b>CT</b> = Places de càmping turístic, espai delimitat, dotat i condicionat perquè sigui ocupat temporalment, amb capacitat per a més de 10 persones que pretenguin fer vida a l'aire lliure, i que utilitzin com a allotjament albergs mòbils, tendes de campanya, caravanes o altres elements similars.</p> <p><b>CV</b> = Places de ciutat de vacances, establiment, situació, instal·lacions i serveis del qual permeten als clients, amb fórmules prèviament determinades, el gaudiment de les seves vacances en contacte directe amb la natura, facilitant per un preu fet allotjament en règim de pensió completa, amb la possibilitat de practicar esport i participar en activitats d'esbarjo col·lectiu. Queden excloses les ciutats de vacances instal·lades per corporacions o organismes públics amb finalitat d'assistència social i sense ànim de lucre. Classificació: ciutat de vacances d'1, 2, 3 estrelles</p>

**F** = Places de fonda, establiment hoteler que, sense poder ser classificat com hotel, hostel o hotel apartament, reuneix, com a mínim, les condicions següents:

- a) Habitacions. La seva superfície serà, almenys, de 10 metres quadrats per a les habitacions dobles i de 6 metres quadrats per a les individuals. L'alçada del terra al sostre no podrà ser inferior a 2,50 metres.
- b) Serveis sanitaris. L'establiment disposarà de, almenys, un lavabo, proveït de dutxa, pica o WC.
- c) Menjador. La seva superfície mínima serà d'1 metre quadrat per habitació.

**H** = Places d'hotel, establiment destinat a la prestació d'un servei d'allotjament turístic amb serveis complementaris o sense que ocupen la totalitat o una part independent d'un edifici o conjunt d'edificis les dependències dels quals constitueixen un tot homogeni amb entrades pròpies i independents, i que compleix, a més, la resta de requisits establerts reglamentàriament. Els ascensors i les escales de què disposin els hotels han de ser d'ús exclusiu. Classificació: hotels d'1, 2, 3, 3 superior, 4, 4 superior, 5 estrelles, 5 gran luxe.

**HA** = Places d'hotel apartament, establiment que, a més de complir els requisits establerts per als hotels, disposa de les instal·lacions necessàries per a la conservació, l'elaboració i el consum d'aliments i begudes a l'interior d'alguna unitat d'allotjament, i s'ajusta als requisits establerts reglamentàriament. Classificació: hotels apartaments d'1, 2, 3, 3 superior, 4, 4 superior, 5 estrelles, 5 gran luxe.

**HC** = Places d'hotel ciutat, establiments que, a més de tenir les característiques dels hotels compleixen alguna de les circumstàncies següents:

Que estiguin instal·lats o que s'instal·lin en zones qualificades i ordenades com a nucli antic pels instruments de planejament general

Que estiguin instal·lats o que s'instal·lin en edificis emprats per la legislació reguladora del patrimoni històric o que estiguin catalogats pels instruments de planejament i situats en instruments de planejament i situats en nucli urbà.

Que estiguin instal·lats o que s'instal·lin ajustant-se al que disposen els instruments d'ordenació i planejament, com a aptes en sòl urbà.

**HR\*** = Places d'hotel residència, hotel sense servei de menjador. Pot facilitar el servei d'esmorzar, així com els propis de cafeteria, però en aquest darrer cas, aquests serveis han de ser facultats amb independència als allotjaments. Classificació: hotel residència d'1, 2, 3, 4, 5 estrelles.

**HR** = Places d'hotel rural, establiment que presta el servei d'allotjament turístic i està ubicat en edificacions construïdes abans de l'1 de gener de 1940, situades en sòl rústic i que disposen d'una superfície mínima de terreny de 49.000 m<sup>2</sup>, que ha de quedar vinculada a l'activitat.

**HS** = Places d'hostal, establiment que facilita al públic tant el servei d'allotjament com de restaurant, amb subjecció o no al règim de pensió completa, a elecció del client, i amb excepció del hostals residències. Classificació: hostals d'1, 2, 3 estrelles.

**HSR** = Places d'hostal residència, hostal que podrà facilitar el servei d'esmorzar, així com els propis de cafeteria, però en aquest darrer cas, aquests serveis hauran de ser facultats amb independència als d'allotjament. Classificació: hostal residència d'1, 2, 3 estrelles.

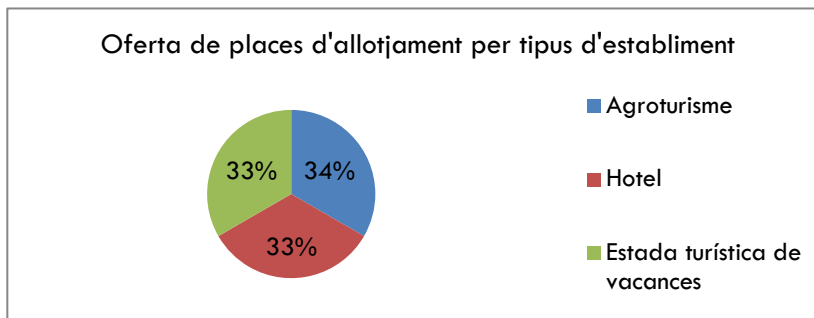
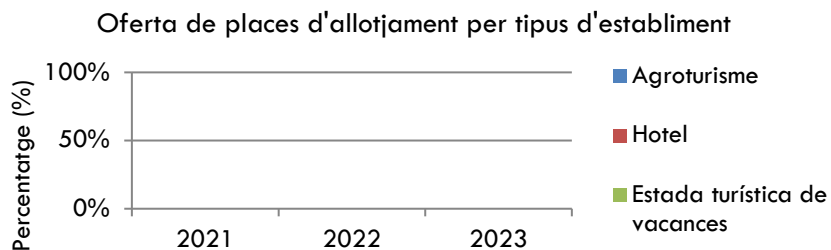
**PENS** = Places de pensió, establiment que no disposa de més de 12 habitacions i que habitualment facilita l'hostatge en règim de pensió completa. Classificació: pensió d'1, 2, 3 estrelles

**RA** = Places de residència apartament, hotel apartament que pot facilitar el servei d'esmorzar, així com els propis de cafeteria; però en aquest darrer cas, aquests serveis hauran de ser facultats amb independència als d'allotjament. Classificació: residència apartament d'1, 2, 3, 4, 5 estrelles.

**TI** = Places de turisme d'interior, establiment en què es presta el servei d'allotjament turístic en un edifici situat en el casc antic, en edificis catalogats o en edificis construïts abans de l'1 de gener de 1940.

**ETV** = Places d'Estada Turística de Vacances, consisteix en la comercialització d'habitatge residencial en la seva totalitat, cedint l'ús i gaudi del mateix a tercers. El nombre de places d'aquesta tipologia es pot consultar al Registre d'empreses, activitats i establiments turístics del Govern de les Illes Balears (<http://www.caib.es/cathosfront/cens?lang=ES>)

		2021	2022	2023
Agroturisme	AG			
Hotel	H			
Estada turística de vacances	ETV			
Total places				



**Periodicitat** Anual

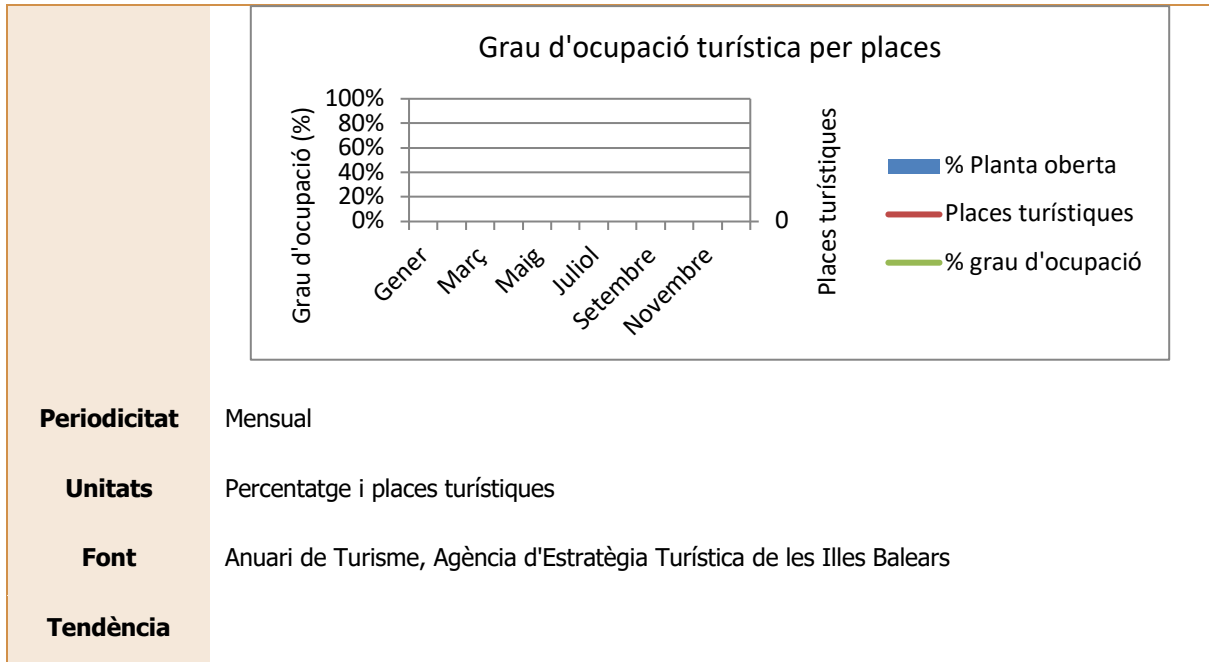
**Unitats** Percentatge

**Font** Anuari de Turisme, Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears, Registre d'empreses, activitats i establiments turístics del Govern de les Illes Balears

**Tendència**

## Indicador 4 – Grau d'ocupació turística per places

<b>Definició</b>	Percentatge d'ocupació per part dels turistes de les places turístiques obertes al llarg de l'any.																																																								
<b>Objectiu</b>	Conèixer l'oferta de places turístiques obertes que la destinació turística ofereix al llarg de l'any. Analitzar l'ocupació mensual de les places ocupades.																																																								
<b>Metodologia</b>	<p>Places turístiques: nombre de llits fixos d'un establiment. Les de matrimoni equivalen a dues places.</p> <p>Plo(m) = Places obertes mensual: nombre de llits ofertats en un determinat mes.</p> <p>Per(m) = Pernotacions mensuals: nombre de nits que els turistes romanen o es troben registrats als establiments d'allotjaments turístics en un determinat mes.</p> <p>D (m) = dies del mes</p> <p><b>Grau d'ocupació per places mensual = (Per(m)/D(m)*Plo(m))*100</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Places turístiques</th> <th>% planta oberta</th> <th>% grau d'ocupació</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Gener</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Febrer</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Març</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Abril</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Maig</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Juny</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Juliol</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Agost</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Setembre</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Octubre</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Novembre</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Desembre</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Total</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>		Places turístiques	% planta oberta	% grau d'ocupació	Gener				Febrer				Març				Abril				Maig				Juny				Juliol				Agost				Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Total			
	Places turístiques	% planta oberta	% grau d'ocupació																																																						
Gener																																																									
Febrer																																																									
Març																																																									
Abril																																																									
Maig																																																									
Juny																																																									
Juliol																																																									
Agost																																																									
Setembre																																																									
Octubre																																																									
Novembre																																																									
Desembre																																																									
Total																																																									



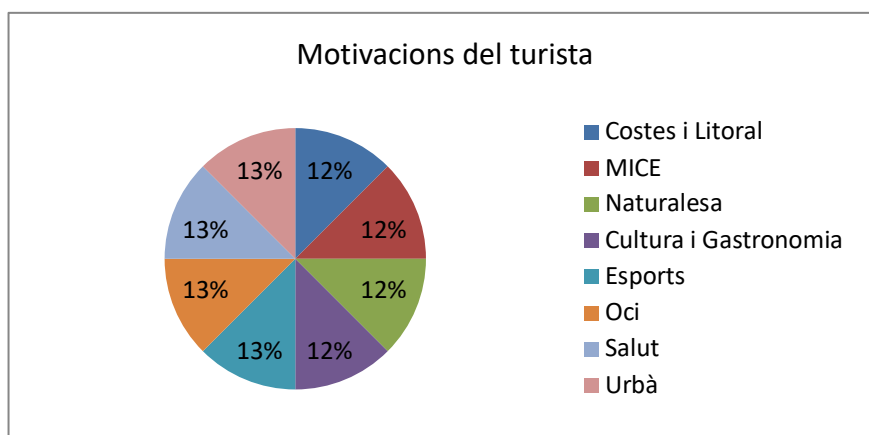
## Indicador 5 – Motivació del turista

**Definició** La motivació del viatge és el producte turístic ofert en la destinació, pel qual el viatger tria visitar el municipi.

**Objectiu** Conèixer i analitzar quins són els principals productes turístics que tenen un major poder d'atracció sobre els turistes a l'hora de triar una destinació turística.

**Metodologia** Classificació de motivacions segons el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears.

	2021	
	Nombre	Percentatge
Costes i Litoral		
MICE		
Naturalesa		
Cultura i Gastronomia		
Esports		
Oci		
Salut		
Urbà		
Total		




**Periodicitat** Anual

<b>Unitats</b>	Percentatge
<b>Font</b>	Enquestes realitzades als turistes
<b>Tendència</b>	



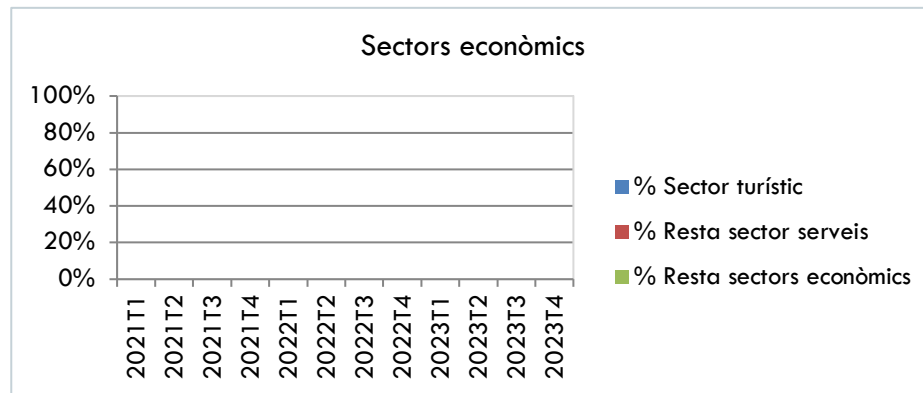
## Indicador 6 – Grau de satisfacció del turista

<b>Definició</b>	Valoració, per part dels turistes, de la seva experiència en la destinació.												
<b>Objectiu</b>	Conèixer i analitzar quines són les valoracions que fan els turistes de la destinació.												
<b>Metodologia</b>	Classificació del grau de satisfacció dels turistes, que pot ser: molt insatisfet, insatisfet, indiferent, satisfet, molt satisfet.												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grau de satisfacció</th> <th>Nombre de respostes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Molt insatisfet</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Insatisfet</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Indiferent</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Satisfet</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Molt satisfet</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Grau de satisfacció	Nombre de respostes	Molt insatisfet		Insatisfet		Indiferent		Satisfet		Molt satisfet	
Grau de satisfacció	Nombre de respostes												
Molt insatisfet													
Insatisfet													
Indiferent													
Satisfet													
Molt satisfet													
	 <p>100% 80% 60% 40% 20% 0%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Molt satisfet</li> <li>■ Satisfet</li> <li>■ Indiferent</li> <li>■ Insatisfet</li> <li>■ Molt insatisfet</li> </ul>												
<b>Periodicitat</b>	Anual												
<b>Unitats</b>	Percentatge												
<b>Font</b>	Enquestes realitzades als turistes												
<b>Tendència</b>													

## Indicador 7 – Sector turístic a l'ocupació municipal

<b>Definició</b>	Percentatge de persones que treballen al municipi en el sector turístic, respecte a la resta de sectors d'activitat econòmica.
<b>Objectiu</b>	Conèixer el pes específic del sector turístic en el sector servei i la resta de sectors econòmics, a l'àmbit de l'ocupació municipal.
<b>Metodologia</b>	<p>Sector turístic: seguint les recomanacions de l'Organització Mundial del Turisme (OMT), es consideren les activitats característiques del turisme les corresponents a les següents branques d'activitat de la Classificació Nacional de les Activitats Econòmiques (CNAE) 2009:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 55 Serveis d'allotjament (Hoteleria)</li><li>- 56 Servei de menjars i begudes (Hoteleria)</li><li>- 491 Transport interurbà de passatgers per ferrocarril</li><li>- 493 altres tipus de transport terrestre de passatgers</li><li>- 501 Transport marítim de passatgers</li><li>- 503 Transport de passatgers per vies navegables interiors</li><li>- 511 Transport aeri de passatgers</li><li>- 522 Activitats annexes al transport (Transport de passatgers)</li><li>- 791 Activitats d'agències de viatges i operadors turístics</li><li>- 771 Lloguer de vehicles de motor</li><li>- 773 Lloguer d'altra maquinària, equips i béns tangibles</li><li>- 799 Altres serveis de reserves</li><li>- 900 Activitats de creació, artístiques i espectacles</li><li>- 910 Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals</li><li>- 931 Activitats esportives</li><li>- 932 Activitats recreatives i d'entreteniment (Altres activitats turístiques)</li><li>- Resta de sector serveis: aquelles activitats englobades en el sector serveis que no corresponen a cap de les activitats descrites anteriorment</li><li>- Resta de sectors econòmics: activitats incloses en els sectors de l'agricultura, construcció i indústria</li></ul>

	% Sector turístic	% Resta sector serveis	% Resta sectors econòmics
2021T1			
2021T2			
2021T3			
2021T4			
2022T1			
2022T2			
2022T3			
2022T4			
2023T1			
2023T2			
2023T3			
2023T4			



<b>Periodicitat</b>	Trimestral
<b>Unitats</b>	Percentatge
<b>Font</b>	Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de dades de la Seguretat Social i de l'INE
<b>Tendència</b>	