

PLA MUNICIPAL D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA D'ANDRATX



JUNY DE 2024



Ajuntament d'Andratx

Document finançat per: Consell de Mallorca



Consell de
Mallorca



 Gest ambiental	Pla Municipal d'Estratègia Turística d'Andratx		
	Data	Versió	Observacions
	21/06/2024	V1	Redacció inicial
	12/07/2024	V2	Revisió externa
	04/12/2024	V3	Versió final

Pla Municipal d'Estratègia Turística. Ajuntament d'Andratx



Ajuntament d'Andratx

Document finançat pel Consell de Mallorca en el marc de la Convocatòria de subvencions per dur a terme accions de foment en matèria d'informació turística pel 2024 (BOIB núm. 38, de 19 de març de 2024)



Amb la col·laboració de:



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

1. Introducció.....	1
2. Objectius del PMET d'Andratx i Objectius de Desenvolupament Sostenible.....	8
3. El procés de participació del PMET.....	15
4. L'anàlisi de la situació actual	17
5. El model turístic d'Andratx i el perfil del visitant	30
6. Grau d'execució de l'anterior Pla de Desenvolupament Turístic Municipal.....	34
7. DAFO	35
8. Les línies estratègiques del PMET d'Andratx	37
9. Pla d'Acció	38
10. El Pla de Seguiment	71
Indicador 1 – Pernoctació de turistes	72
Indicador 2 – Despesa pública en turisme	73
Indicador 3 – Oferta de places d'allotjament per tipus d'establiment.....	74
Indicador 4 – Grau d'ocupació turística per places	77
Indicador 5 – Motivació del turista.....	79
Indicador 6 – Grau de satisfacció del turista.....	80
Indicador 7 – Sector turístic a l'ocupació municipal	81

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.

Al llarg dels anys 2020 i 2021 la pandèmia del COVID-19 va suposar una ruptura 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 va provocar un necessari replantejament de les estratègies seguides fins llavors.

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

Actualment, l'any 2024, amb uns volums d'afluència turística semblants als d'abans de la pandèmia, es segueixen tenint molt en compte els conceptes introduïts en els darrers anys en l'àmbit del turisme (economia circular, desenvolupament sostenible, promoció del producte local, protecció i conservació de l'entorn, etc.).

L'elaboració del present Pla Municipal d'Estratègia d'Andratx s'ha regit pels conceptes de desenvolupament sostenible, economia circular, capacitat de càrrega, foment de l'economia local, benestar dels residents, etc., alineant els objectius del propi pla amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030 de l'Organització de les Nacions Unides. També s'ha volgut comptar amb la participació d'agents implicats en la gestió turística municipal, com són el teixit empresarial i comercial i la ciutadania.

En resum, el Pla que es presenta neix de la participació dels agents implicats i amb la integració dels valors i principis esmentats, per tal d'establir un model turístic beneficiós pel municipi d'Andratx en termes econòmics, socials i ambientals.

❖ 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 PMET.

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 parteixen 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 Andratx 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 d'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 Pla Estratègic de Turisme de Mallorca estableix les següents línies estratègiques:

- 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 capacitat professional del sector

En el present document s'inclou un Pla d'Acció on s'estructuren les diferents actuacions en les 4 línies estratègiques que proposa el Pla Estratègic de Turisme de Mallorca.

❖ 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'Andratx.

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'Andratx:

Els continguts del Pla Municipal d'Estratègia Turística són establerts en la Convocatòria pública de subvencions per a entitats locals, mancomunitats, consorcis i fundacions sense ànim de lucre de Mallorca per dur a terme accions de foment en matèria d'informació turística per a l'any 2022, del Consell Insular de Mallorca, 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'altre 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 prevists.

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

2. OBJECTIUS DEL PMET D'ANDRATX 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 Andratx 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 Andratx 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 Andratx com a destí sostenible i de qualitat

El posicionament d'Andratx com a destí sostenible i de qualitat requereix un esforç col·lectiu de les autoritats locals, empreses turístiques i residents. Mitjançant la implementació d'estratègies sostenibles i la millora contínua de la qualitat dels serveis, Andratx pot atraure un turisme conscient i respectuós, assegurant la conservació dels seus recursos naturals i culturals per a futures generacions.

Algunes estratègies per a la sostenibilitat:

- Conservació del patrimoni natural: Protegir i preservar els espais naturals com el Parc Natural de Sa Dragonera, les platges i les zones muntanyoses. Això inclou la regulació de les activitats turístiques per minimitzar l'impacte ambiental.
- Promoció del turisme responsable: Fomentar pràctiques turístiques respectuoses amb el medi ambient, com l'ús de transports sostenibles, la reducció de residus i el suport a les iniciatives locals.
- Educació i sensibilització: Implementar programes educatius per a turistes i residents sobre la importància de la sostenibilitat i les accions que poden prendre per protegir l'entorn.

2. Millorar les estratègies de governança del destí

La governança efectiva és essencial per al desenvolupament i la gestió sostenible d'un destí turístic com Andratx. Implementar estratègies de governança robustes garanteix la participació de tots els actors implicats i facilita la presa de decisions informades que afavoreixen el benestar de la comunitat local i la preservació dels recursos naturals i culturals.

Algunes estratègies de governança:

- Creació d'un Fòrum turístic local. Formar un consell integrat per representants de l'administració local, empreses turístiques, residents, ONG i altres parts interessades. Facilitar reunions regulars per debatre temes rellevants i coordinar iniciatives.
- Publicació d'informes periòdics: Difondre informes periòdics sobre les activitats turístiques, les iniciatives sostenibles i els resultats obtinguts. Assegurar la transparència en l'ús de fons públics destinats a la gestió turística.
- Col·laboració amb altres municipis i regions: Establir aliances amb altres municipis de Mallorca i regions amb interessos comuns per a compartir recursos i bones pràctiques. Participar en xarxes i fòrums de turisme sostenible a nivell regional, nacional i internacional.
- Reconeixement i incentius: Crear programes de reconeixement i incentius per a les empreses turístiques que adoptin pràctiques sostenibles i excel·lents en la gestió. Difondre casos d'èxit i bones pràctiques a través de canals de comunicació locals i internacionals.

3. Disposar d'un full de ruta pactat amb la ciutadania i el teixit empresarial

Un full de ruta clar i consensuat és essencial per al desenvolupament sostenible i la prosperitat d'Andratx. La col·laboració entre la ciutadania, el teixit empresarial i les autoritats locals permet establir objectius comuns i accions concretes per assolir un destí turístic de qualitat. Aquest procés participatiu assegura que les necessitats i aspiracions de tots els actors siguin considerades i respectades.

Algunes estratègies:

- Consultes preliminars: Realitzar enquestes i entrevistes amb residents, empresaris i altres parts interessades per identificar les seves preocupacions, necessitats i idees. Organitzar reunions comunitàries per debatre els resultats de les consultes i establir les prioritats inicials.
- Grups de treball temàtics: Crear grups de treball específics per abordar temes clau com la sostenibilitat ambiental, la infraestructura, la promoció turística, i la formació i ocupació. Assegurar la representació equilibrada de tots els sectors implicats en els grups de treball.

4. Andratx com a destí amb personalitat pròpia

Andratx té tots els elements per convertir-se en un destí turístic amb personalitat pròpia. La seva rica història, tradicions culturals, entorn natural espectacular i gastronomia única són pilars fonamentals que cal potenciar i promocionar. Mitjançant una estratègia de màrqueting ben definida, la col·laboració amb actors locals i la creació d'experiències autèntiques, Andratx pot destacar-se com un destí turístic que ofereix molt més que sol i platja, atraient visitants que valoren la qualitat i l'autenticitat.

Estratègies de promoció de la personalitat d'Andratx:

- Marca turística i de producte local diferenciada: Desenvolupar una marca turística que reflecteixi els valors i la identitat única d'Andratx, amb un logotip i eslògan distintius. Utilitzar aquesta marca en totes les comunicacions i materials promocionals per assegurar la coherència i el reconeixement.
- Experiències turístiques autèntiques: Crear i promocionar experiències que permetin als visitants conèixer i gaudir de la veritable essència d'Andratx, com rutes culturals, tallers artesans i visites guiades. Fomentar el turisme de proximitat, amb activitats que involucrin els residents i els artesans local.

5. Foment de mercats alternatius: MICE, turisme actiu, estratègia de turista captiu, nòmades digitals

Diversificar els mercats turístics d'Andratx fomentant el MICE, el turisme actiu, l'estratègia de turista captiu i l'atracció de nòmades digitals permetrà a la destinació incrementar la seva sostenibilitat econòmica i assegurar un creixement equilibrat. Aquestes iniciatives ajudaran a desestacionalitzar el turisme, atraure visitants de qualitat i crear una oferta turística variada i rica en experiències autèntiques. Mitjançant una planificació acurada i una promoció efectiva, Andratx pot consolidar-se com una destinació amb una oferta diversa i atractiva per a diferents tipus de turistes.

6. Economia circular com a base de dispersió de la riquesa

L'economia circular ofereix una oportunitat única per a Andratx de fomentar un desenvolupament sostenible i una dispersió equitativa de la riquesa. A través de la implementació de polítiques i pràctiques que minimitzen els residus, promouen la reutilització i el reciclatge, i creen llocs de treball locals, Andratx pot assegurar un futur més sostenible i pròsper per a tots els seus residents. L'educació, la col·laboració amb empreses locals i la implementació de bones pràctiques són claus per a l'èxit d'aquest model econòmic.

7. Definir una política de gestió turística que garanteixi que no es sobrepassen els límits de capacitat de càrrega del municipi

La capacitat de càrrega turística fa referència al nombre màxim de visitants que una destinació pot suportar sense que es produeixin efectes negatius significatius sobre el medi ambient, la societat local i l'experiència del visitant. Per garantir un turisme sostenible a Andratx, és essencial desenvolupar una política de gestió turística que asseguri que els límits de capacitat de càrrega del municipi no es sobrepassin.

- Estudis i anàlisis:
 - Realitzar estudis detallats per determinar la capacitat de càrrega del municipi en termes d'infraestructures, recursos naturals i serveis locals. Analitzar dades sobre la densitat de visitants, l'ús de recursos hídrics, la generació de residus i l'impacte sobre els ecosistemes.
- Monitorització contínua:
 - Implementar sistemes de monitorització contínua per recopilar dades en temps real sobre l'afluència de turistes i l'ús de recursos. Establir indicadors clau de rendiment (KPIs) per avaluar l'impacte del turisme i ajustar les polítiques en conseqüència.

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.

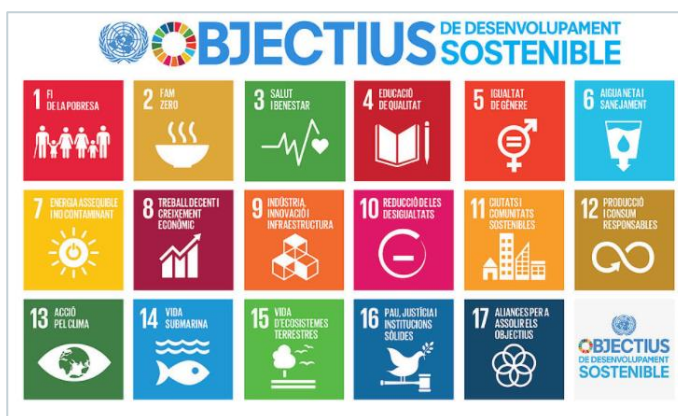
L'Agenda 2030 és una agenda integral i multidimensional —referida a les tres dimensions del desenvolupament sostenible (l'econòmica, la social i l'ambiental)— i d'aplicació universal, i es desplega mitjançant un sistema de **17 objectius de desenvolupament sostenible**, a través dels quals es proposa 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·lenni**, 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'Andratx:

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:



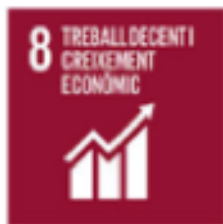
Objectiu 1. FI DE LA POBRESA.

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'ANDRATX

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

- Reunió inicial amb el teixit empresarial – 15 de maig
- Enquesta ciutadana – 15 de maig a 19 de juny

Resum de la reunió inicial amb el teixit empresarial

El dia 15 de maig de 2024, a les 10:30 h., es va celebrar la reunió inicial per a la redacció del nou Pla Municipal d'Estratègia Turística d'Andratx, en una convocatòria dirigida a les associacions d'establiments turístics i comerços del municipi.

La reunió comença amb l'exposició dels aspectes bàsics que conformaran el nou Pla Municipal d'Estratègia Turística. En primer lloc, s'exposen els objectius que es volen assolir amb aquest PMET, que són els exposats en l'apartat anterior del present document.

Seguidament s'exposa un breu diagnosi socioeconòmic del municipi, amb un resum de les dades de població, ocupació, nombre de places turístiques i de segones residències al municipi. Aquesta informació s'exposa en l'apartat següent del present document.

A continuació s'exposen els valors en què es basa la planificació (introducció als Objectius de Desenvolupament Sostenible, economia circular, promoció del producte local, sostenibilitat ambiental, etc.) i la metodologia que regirà la redacció del PMET.

Finalment, s'exposen els principals punts febles que es considera que presenta el municipi quant a gestió turística, un dels quals és la governança. En aquest sentit, s'exposa la intenció de l'Ajuntament d'Andratx de crear el Fòrum de Turisme com a primera mesura per tal de millorar la coordinació i l'intercanvi d'informació entre l'administració local i els agents implicats.

Per acabar la reunió, alguns assistents informen d'algunes necessitats detectades als diferents nuclis urbans i alguns aspectes a millorar per part de l'administració, així com també s'aporten idees i suggeriments per fomentar la desestacionalització, la sostenibilitat ambiental, la promoció turística i el producte local del municipi.

Com a principal conclusió, es va assolir un elevat grau de consens en tots els aspectes comentats durant l'exposició, especialment en la necessitat de crear un Fòrum de Turisme que permeti el contacte directe i periòdic entre l'Ajuntament i les empreses del sector turístic del municipi.

EL RESULTAT DE LES ENQUESTES

Es va elaborar una enquesta dirigida a la ciutadania d'Andratx per tal de recollir les opinions i percepcions respecte diferents aspectes del turisme al municipi. L'enquesta s'ha pogut respondre de manera telemàtica entre el 15 de maig i el 19 de juny.

No obstant, durant aquest període s'han rebut només 20 respostes a l'enquesta. Davant l'escassa participació i el baix grau de representativitat de les respostes obtingudes, es decideix descartar els resultats obtinguts.

LES CONCLUSIONS DEL PROCÉS PARTICIPATIU

Del procés participatiu que ha acompanyat la redacció del present Pla Municipal d'Estratègia Turística d'Andratx s'extreuen principalment les següents conclusions:

- La reunió inicial celebrada entre l'Ajuntament d'Andratx i el teixit empresarial del municipi va resultar satisfactòria en diferents aspectes. Es va assolir un elevat grau de consens quant als objectius establerts al PMET, la diagnosi del municipi en relació al turisme i el model turístic que es vol perseguir amb la implantació de les diferents actuacions. En aquest sentit, cal destacar l'elevat grau de consens i predisposició a participar en la governança mitjançant la creació del Fòrum de Turisme d'Andratx, en el qual gairebé tots els assistents s'hi van mostrar a favor.
- Per altra banda, l'escassa participació en l'enquesta ciutadana i el baix grau de representativitat dels resultats obtinguts generen la necessitat de descartar aquests resultats. Es considera que l'escassa participació a l'enquesta respon a un baix grau d'interès per part de la ciutadania en la gestió turística.

4. L'ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL

▪ Dades socioeconòmiques Andratx

En aquest apartat es mostren les dades socioeconòmiques del municipi d'Andratx. 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 segons les dades oficials més recents disponibles.

○ Població

Segons les dades consultades a IBESTAT, el municipi d'Andratx té una població censada de 11.735 persones l'any 2022 (en el moment de redacció del present document no es disposa de dades més recents referents al padró d'habitants).

El gràfic següent mostra l'evolució poblacional del municipi d'Andratx entre els anys 1998 i 2022. Al llarg d'aquests anys, la població ha augmentat un 40% respecte els habitants de 1998. No obstant, encara que en general la tendència és de creixement poblacional, s'observen dos episodis importants de pèrdua de població: al 2004 la població es redueix un 4,4% respecte l'any anterior, i al 2013 es redueix en un 11,5%. En els darrers anys, concretament a partir de 2017, la tendència és de creixement, amb increments de població d'entre el 0,5% i el 3%.

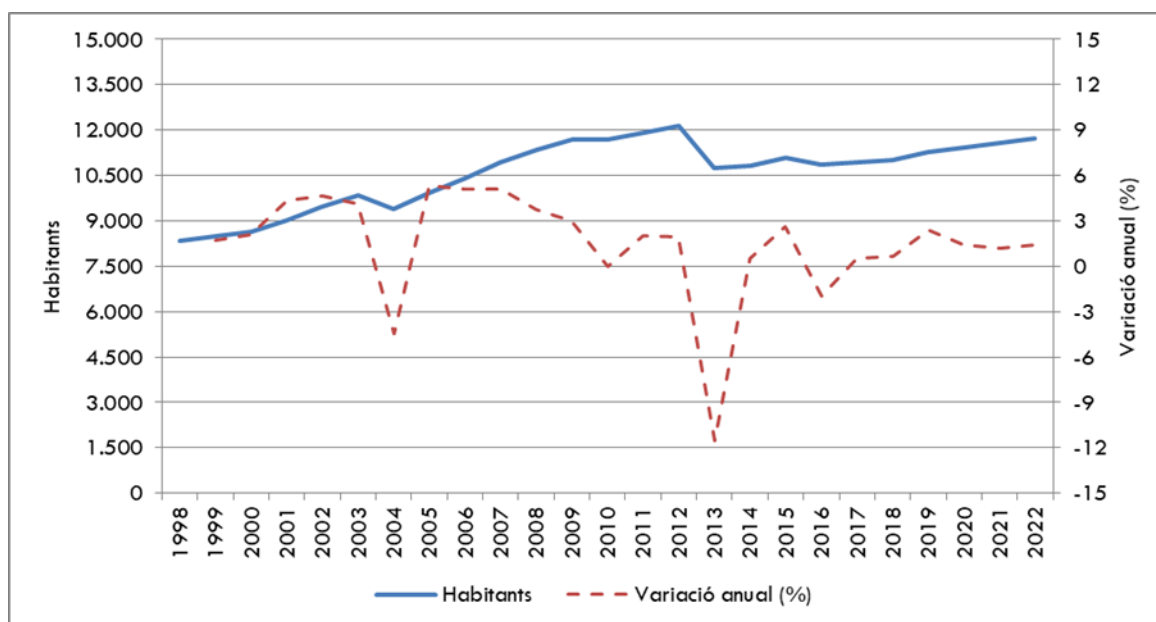


Figura 1. Evolució dels habitants censats a Andratx (1998-2022). Font: IBESTAT.

En el gràfic següent es mostra la piràmide poblacional d'Andratx l'any 2022, on es reflexa la distribució de la població segons rang d'edat i gènere. La major part de la població es concentra en les franges d'edat mitjanes. Concretament, en la franja entre els 40 i els 44 anys és on s'hi troba més població, representant un 8,7% del total. Quant a distribució per gènere, s'observa un equilibri excepte en els rangs d'edat més avançada, on es registra una major presència femenina.

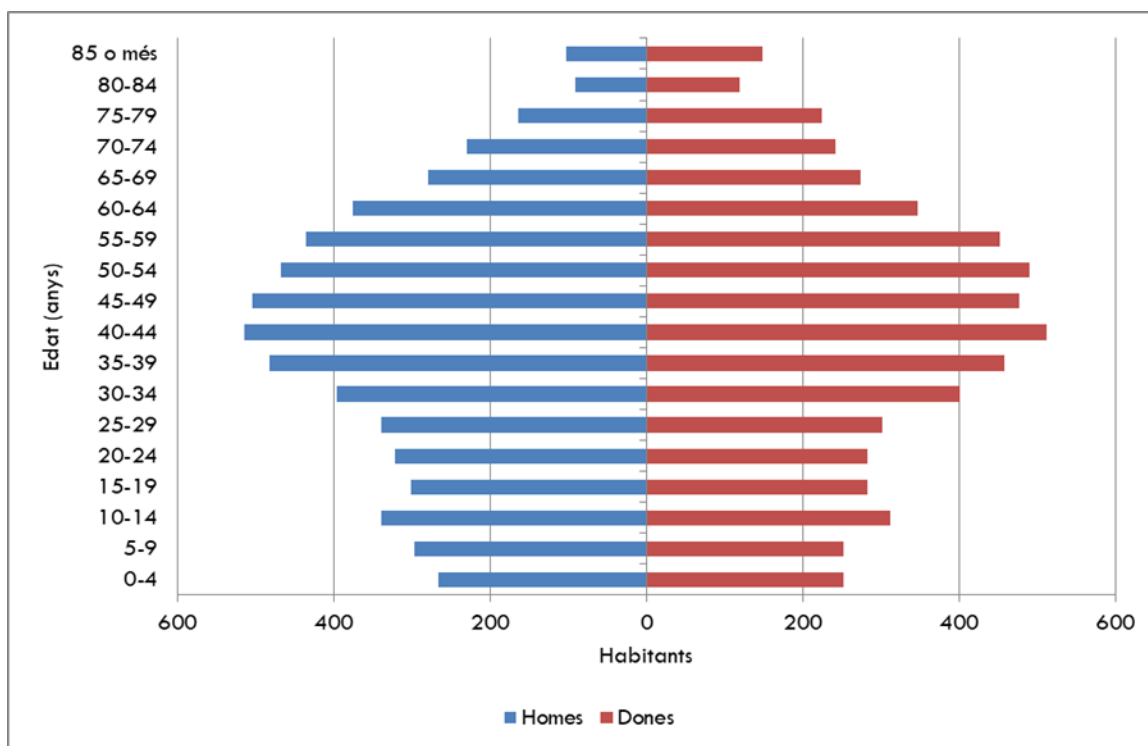


Figura 2. Piràmide de població d'Andratx al 2022. Font: IBESTAT.

En la taula i el gràfic següents es mostra la distribució de la població d'Andratx al 2022 per nuclis i disseminats. En total, 10.550 persones viuen als nuclis urbans del municipi i 1.185 persones viuen en disseminat, el que suposa una ràtio de dispersió del 10%.

La major part de la població viu al nucli urbà d'Andratx (63,7%), seguit del Port d'Andratx (16,9%) i S'Arracó (4,5%). Els nuclis amb menor volum de població són Sant Elm (3,2%) i Es Camp de Mar (1,6%).

Respecte la població que viu en disseminat, es reparteix entre el disseminat d'Andratx (4%), el del Port d'Andratx (3,6%), el de S'Arracó (2,2%), el de Sant Elm (0,2%) i el d'Es Camp de Mar (0,1%).

Distribució de la població d'Andratx per nuclis i disseminats (2022)	Població	% sobre total
Andratx	7.477	63,7%
Disseminat Andratx	466	4,0%
Es Camp de Mar	189	1,6%
Disseminat Es Camp de Mar	16	0,1%
Port d'Andratx	1.984	16,9%
Disseminat Port d'Andratx	419	3,6%
S'Arracó	526	4,5%
Disseminat S'Arracó	258	2,2%
Sant Elm	374	3,2%
Disseminat Sant Elm	26	0,2%
TOTAL	11.735	100%

Figura 3. Taula de distribució de la població per nuclis a Andratx l'any 2022. Font: IBESTAT.

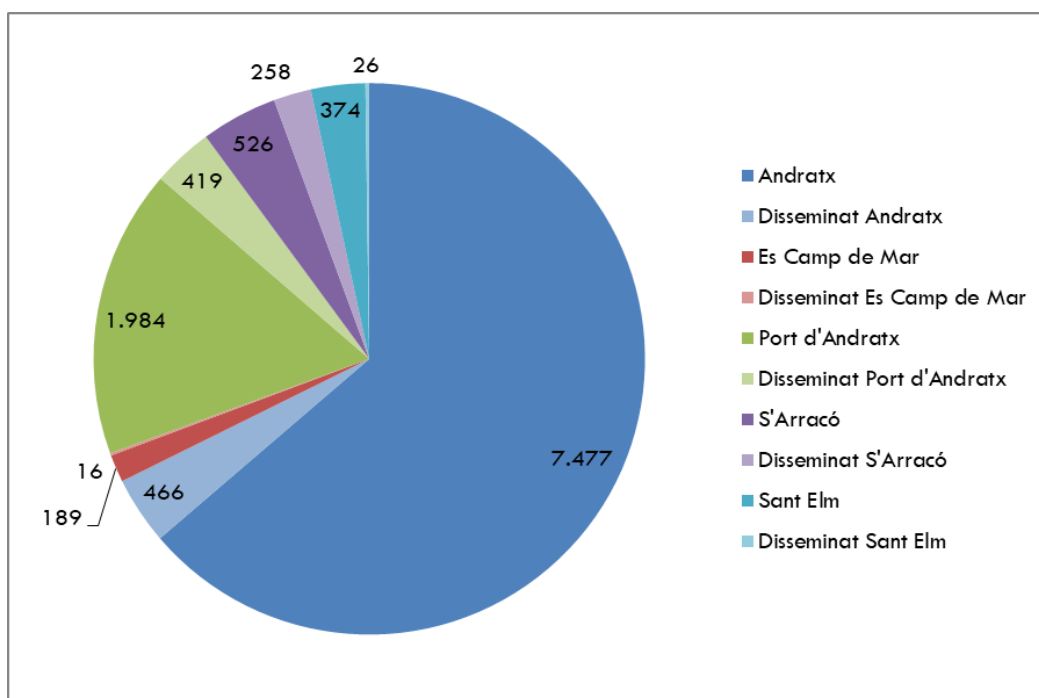


Figura 4. Gràfic de distribució de la població per nuclis a Andratx l'any 2022. Font: IBESTAT.

Seguidament es mostra una taula amb els principals indicadors demogràfics corresponents a l'any 2022 de les Illes Balears, Mallorca i Andratx.

En general, s'observa com els indicadors demogràfics d'Andratx són similars a les mitjanes insulars i autonòmiques. No obstant, es destaquen els següents aspectes:

- L'increment de població, en termes relatius, és més elevat en el cas d'Andratx que les mitjanes insulars.
- La densitat de població (habitant per km²) és considerablement inferior en el cas d'Andratx.
- El percentatge de població nascuda a l'estranger i el percentatge de població estrangera són superiors en el cas d'Andratx.

Indicadors demogràfics 2022			
Indicador	Illes Balears	Mallorca	Andratx
Variació anual de la població (%)	0,31	0,22	1,42
Densitat (hab. per km ²)	236,68	252,46	144,24
Població menor de 16 anys (%)	15,42	15,68	15,75
Població de 16 a 64 anys (%)	68,23	67,57	68,27
Població de 65 o més anys (%)	16,34	16,76	15,99
Població nascuda a Illes Balears (%)	53,98	56,22	48,39
Població nascuda a una altra CA (%)	21,35	19,58	20,32
Població nascuda a l'estranger (%)	24,67	24,19	31,29
Població estrangera (%)	18,87	18,2	25,67
Edat mitjana de la població	42,04	42,11	42,12
Índex de dependència	0,47	0,48	0,46
Índex de longevitat	0,14	0,15	0,13

Figura 5. Indicadors demogràfics d'Andratx, Mallorca i Illes Balears al 2022. Font: IBESTAT.

○ Economia

Al municipi d'Andratx, com a bona part dels municipis de les Illes Balears, el sector terciari té un pes important en l'economia. En aquest cas, es disposa de dades d'ocupació referents a l'any 2023.

Com es pot veure a la taula següent, el nombre d'afiliats amb residència al municipi l'any 2023 és de 5.620 persones, mentre que el nombre d'afiliats amb centre de treball al municipi és de 4.525 persones. Per tant, 1.095 persones (un 19,5% dels afiliats amb residència al municipi) treballen a altres municipis.

Dels 4.525 afiliats amb centre de treball al municipi d'Andratx, un total de 2.937 són afiliats en règim general. La major part dels afiliats en règim general treballen a l'hoteleria i restauració (34,7%); seguit de la resta de serveis (33,4%); la construcció (19,9%); el comerç al detall (8,5%); la indústria (3,4%); i finalment el sector agrícola-ramader-pesquer (0,1%).

Per altra banda, un total de 1.360 persones són afiliades en règim autònom. D'aquests, la major part treballa en la resta de serveis (41,3%); seguit de la construcció (24,5%); l'hoteleria i restauració (13,9%); el comerç al detall (13,5%); la indústria (5,5%); i finalment el sector agrícola-ramader-pesquer (1,3%).

Finalment, 228 persones es troben afiliades a la resta de règims (llar, agrari, mar).

En general, els percentatges d'ocupació per sectors en el municipi d'Andratx són similars a la mitjana autonòmica. No obstant, s'aprecien petites diferències en alguns sectors. Per una banda, en el cas d'Andratx els sectors de la construcció i de l'hoteleria i restauració tenen un pes més important en l'economia en relació a la mitjana autonòmica. Per contra, els sectors agrícola-ramader-pesquer, comerç al detall i resta de serveis tenen un pes menor que la mitjana.

Les ocupacions C.N.O. més contractades al municipi són cambrers assalariats (810); personal de neteja d'oficines, hotels i altres establiments similars (336); cuiners assalariats (277); empleats de control de subministrament i inventari (247); i venedors de botigues i magatzems (225).

Ocupació Andratx 2023	
Afiliats amb residència al municipi	5.620
Afiliats amb centre de treball al municipi	4.525
Total afiliats règim general	2.937
% agrícola-ramader-pesquer	3
% indústria	100
% construcció	584
% comerç en detall	249
% hoteleria i restauració	1.019
% resta serveis	982
Total afiliats règim autònom	1.360
% agrícola-ramader-pesquer	18
% indústria	75
% construcció	333
% comerç en detall	183
% hoteleria i restauració	189
% resta serveis	562
Total afiliats resta règims (llar, agrari, mar)	228
Ocupacions CNO més contractades	
Cambrers assalariats	810
Personal de neteja d'oficines, hotels i altres establiments similars	336
Cuiners assalariats	277

Empleats de control de subministrament i inventari	247
Venedors de botigues i magatzems	225

Figura 6. Dades d'ocupació al municipi d'Andratx l'any 2023. Font: 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 72,2% dels treballadors d'Andratx es dedica al sector terciari; un 27,3% es dedica al sector secundari; i un 0,5% es dedica al sector primari.

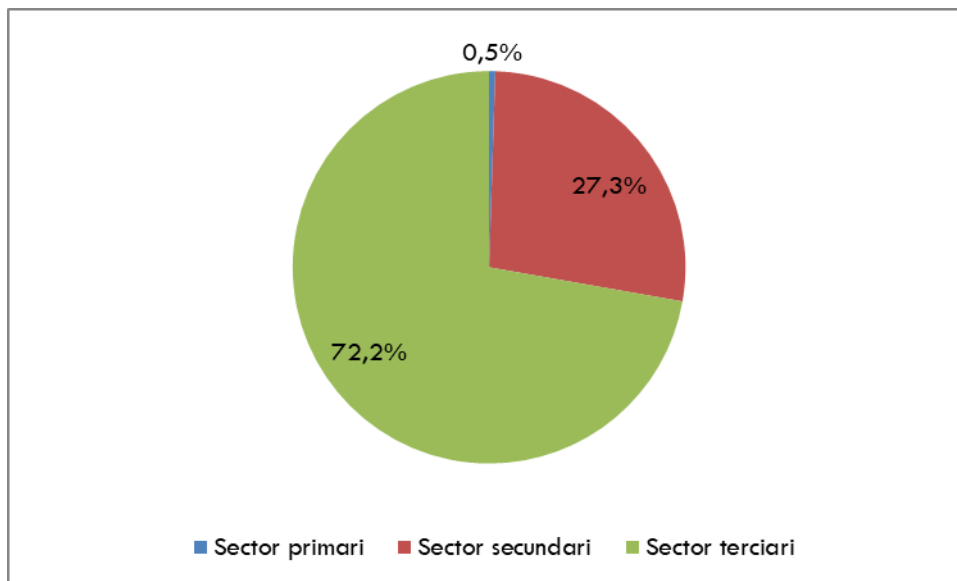


Figura 7. Percentatge de treballadors dins cada sector econòmic a Andratx (2023). Font: Anuari municipal d'Andratx, Observatori del Treball, Govern de les Illes Balears.

En relació a la renda bruta per càpita, aquesta és més elevada en el cas d'Andratx que les mitjanes insulars i autonòmiques, com es pot veure en el següent gràfic. En els anys analitzats, la renda bruta per càpita d'Andratx és entre un 28% i un 42% superior a la mitjana de Balears. Concretament, l'any 2021 la renda bruta per càpita d'Andratx és de 22.607 €, un 38% superior a la mitjana autonòmica en aquest mateix any (16.434 €).

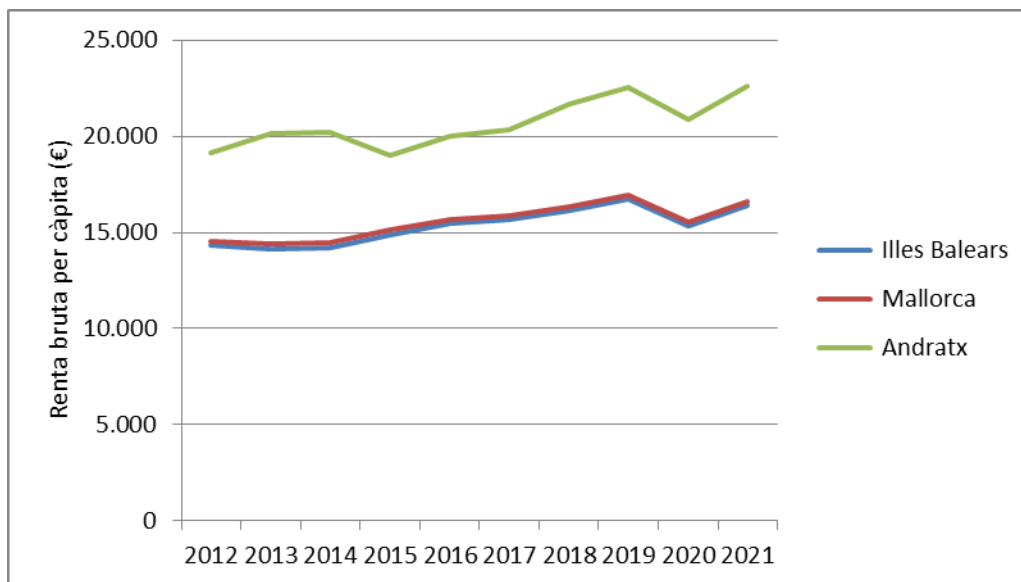


Figura 8. Evolució de la renda bruta per càpita a Andratx, Mallorca i Illes Balears. Font: IBESTAT.

○ Turisme

En aquest apartat es mostren les dades referents a la capacitat d'allotjament turístic del municipi d'Andratx. La informació referent als allotjaments turístics s'ha obtingut de l'Anuari de Turisme, elaborat per l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), mentre que les estades turístiques en habitatge (ETV) s'ha obtingut de l'Institut Nacional de Estadística (INE).

En total, l'any 2022 el municipi d'Andratx disposa de 287 establiments, que sumen un total de 6.058 places d'allotjament. Concretament, en el municipi s'hi troben 3 apartaments turístics, 1 agroturisme, 9 hotels, 3 hotels apartament, 1 hostel, 1 hostel residència, 2 establiments de turisme d'interior i 267 habitatges turístics.

En la taula següent es mostra el nombre d'establiments, el nombre de places i el percentatge de places sobre el total per a cada tipologia d'allotjament.

Tipologia	Establiments	Places	% places sobre total
Apartament 1 Clau	1	54	0,9%
Apartament 2 Claus	1	98	1,6%
Apartaments 3 Claus	1	414	6,8%
Agroturisme	1	14	0,2%
Hotel 3 estrelles	2	309	5,1%
Hotel 4 estrelles	3	1.458	24,1%
Hotel 4 estrelles Superior	2	287	4,7%
Hotel 5 estrelles	2	946	15,6%
Hotel Apartament 4 estrelles	3	616	10,2%
Hostal 1 estrella	1	40	0,7%
Hostal Residència 2 estrelles	1	28	0,5%
Turisme d'Interior	2	22	0,4%
Estada Turística en Habitatge (ETV)	267	1.772	29,3%
TOTAL	287	6.058	100%

Figura 9. Nombre d'establiments turístics i nombre de places turístiques per tipologia al municipi d'Andratx l'any 2022. Font: Anuari de Turisme (AETIB), INE.

En el gràfic següent s'ha agrupat el nombre de places per tipologia d'establiment. Així, un 49,5% de les places corresponen a hotels; un 29,3% corresponen a estades turístiques en habitatge; un 10,2% corresponen a hotel apartament i un 9,3% corresponen a apartament turístic. En menor mesura, un 1,1% de les places corresponen a hostal i hostal residència; un 0,4% corresponen a turisme d'interior; i un 0,2% corresponen a agroturisme.

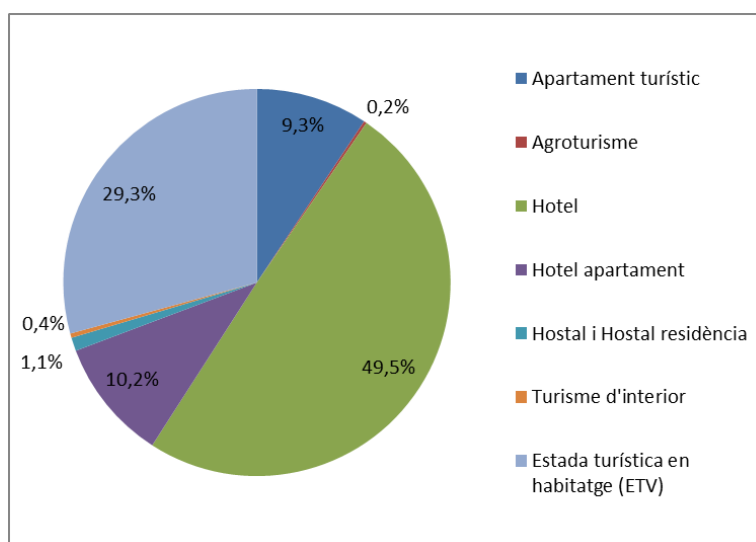


Figura 10. Places turístiques per tipologia d'establiment a Andratx l'any 2022. Font: Anuari de Turisme (AETIB), INE.

Seguidament es mostren les dades corresponents al nombre de viatgers entrats, nombre de pertnociacions, estada mitjana i grau d'ocupació del municipi d'Andratx referents a l'any 2023. Les dades corresponen a l'Enquesta d'Ocupació Hotelera, disponible a IBESTAT. En el cas del municipi d'Andratx, no es disposa d'aquestes dades referents als apartaments turístics ni als allotjaments en turisme rural, de manera que aquestes dades només corresponen als establiments hotelers.

Només es disposa de dades referents als mesos d'abril, juny, juliol i octubre.

Establiments oberts estimats												
Mesos	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Nombre d'establiments				9		13	13			13		

Figura 11. Nombre d'establiments hotelers oberts estimats a Andratx l'any 2023. Font: IBESTAT.

Com es pot veure a la taula anterior, el nombre d'establiments hotelers oberts en el mes d'abril és de 9, mentre que en els mesos de juny, juliol i octubre s'incrementa fins als 13.

Places estimades												
Mesos	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Nombre de places				2.696		3.603	3.595			3.481		

Figura 12. Nombre de places hoteleres obertes estimades a Andratx l'any 2023. Font: IBESTAT.

En referència al nombre de places hoteleres, el volum mínim segons les dades disponibles es troba al mes d'abril, amb 2.969 places, mentre que el màxim es troba al mes de juny, amb 3.603. L'increment entre aquests dos mesos és del 33,6%.

Viatgers entrats												
Mesos	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Residents a Espanya (1+2)				739		1.371	1.254			427		
Residents a Illes Balears (1)				591		815	191			182		
Residents resta Espanya (2)				148		556	1.062			245		
No residents a Espanya				14.036		12.675	14.848			10.607		
Alemanya				4.802		4.429	3.310			4.463		
França				2.428		883	626			1.209		
Itàlia				88		258	208			70		
Regne Unit				3.982		4.210	6.519			2.293		
Resta no residents				2.737		2.896	4.186			2.571		
TOTAL				14.775		14.046	16.102			11.034		

Figura 13. Nombre de viatgers entrats a Andratx l'any 2023. Font: IBESTAT.

La taula anterior mostra el nombre de viatgers entrats a Andratx per mesos l'any 2023. De les dades disponibles, el volum mínim es registra al mes d'octubre, amb 11.34 entrades en total, mentre que el mes de juliol es registra el volum màxim.

En el total de l'any, segons les dades disponibles, la major part d'entrades corresponen a viatgers no residents a Espanya (93,2%). Dins aquests viatgers no residents a Espanya, destaquen els que provenen d'Alemanya (30,4%) i del Regne Unit (30,4%).

Pernotacions												
Mesos	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Residents a Espanya (1+2)				1.179		5.599	4.228			1.079		
Residents a Illes Balears (1)				914		4.184	719			293		
Residents resta Espanya (2)				266		1.414	3.508			786		
No residents a Espanya				42.358		72.896	95.155			60.986		
Alemanya				15.085		26.708	22.756			27.761		
França				8.055		3.812	3.924			5.401		
Itàlia				273		760	1.386			455		
Regne Unit				11.350		28.544	42.272			14.549		
Resta no residents				7.594		13.073	24.871			12.820		
TOTAL				43.537		78.495	99.383			62.065		

Figura 14. Nombre de pernoctacions a Andratx l'any 2023. Font: IBESTAT.

Pel que fa a pernoctacions, el volum mínim segons les dades disponibles es troba al mes d'abril, amb 43.537 pernoctacions, mentre que el volum màxim es troba a l'agost, amb 99.383. Per tant, l'increment és del 128% respecte el mes d'abril.

Percentatges de planta oberta, grau d'ocupació i places ocupades												
Mesos	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Planta oberta sobre planta existent				73,4%		98,85%	98,62%			95,51%		
Grau d'ocupació per places				53,44%		71,03%	84,8%			56,4%		
Places ocupades sobre places existents				39,22%		70,22%	83,63%			53,86%		

Figura 15. Percentatges de planta oberta, grau d'ocupació i places ocupades a Andratx l'any 2023. Font: IBESTAT.

Finalment, el percentatge de planta oberta sobre planta existent és més elevat en els mesos de juliol i agost, on gairebé tota la planta es troba oberta. El grau d'ocupació de la planta oberta més elevat es troba al mes d'agost.

○ Capacitat màxima d'allotjament

Al municipi d'Andratx s'han de tenir en compte, a més del volum de població exposat fins ara (residents, places turístiques i places d'estada turística en habitatge), s'ha de considerar també el volum de població que disposa d'una segona residència al municipi.

En aquest sentit, no es disposa de dades oficials del nombre de places de segones residències del municipi ni del seu grau d'ocupació per mesos.

Per tal de realitzar una aproximació a aquest volum de població flotant, es calcula la capacitat màxima d'allotjament del municipi a partir del nombre d'habitatges i el nivell mitjà d'ocupació, excloent la població resident en habitatges familiars principals i els habitatges turístics.

Segons les dades més recents disponibles, referents a l'any 2022, la capacitat màxima d'allotjament estimada d'Andratx és de 29.067 persones, que es distribueixen segons el gràfic següent:

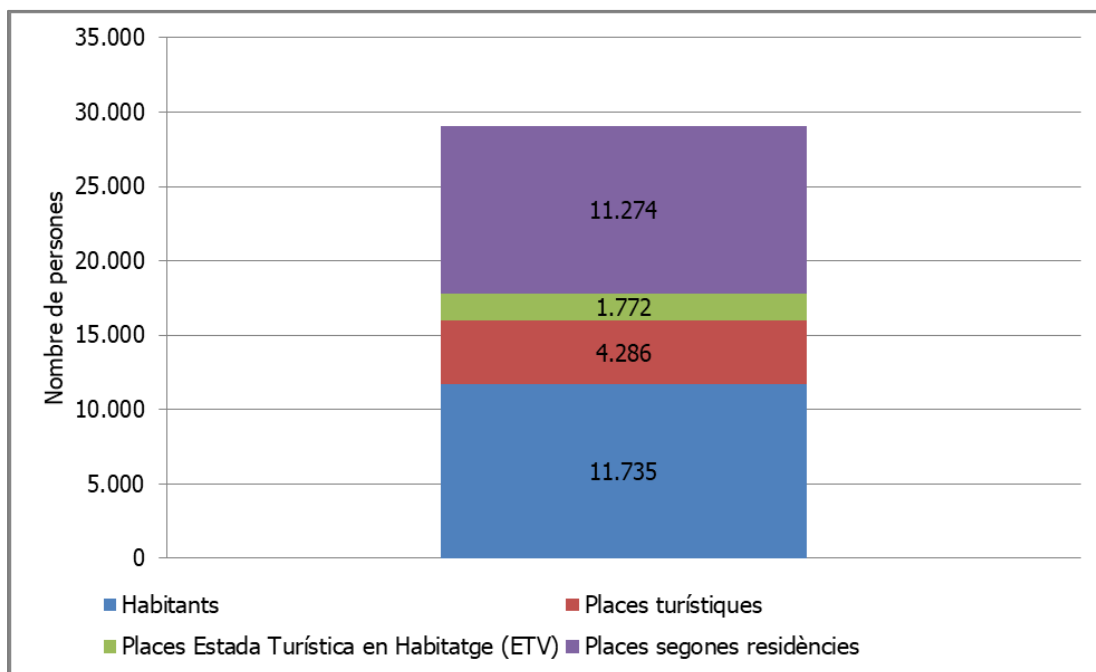


Figura 16. Estimació de la capacitat màxima d'allotjament d'Andratx al 2022. Font: elaboració pròpia a partir de dades d'IBESTAT, INE i Anuari de Turisme de les Illes Balears.

Segons l'estimació realitzada, la capacitat màxima d'allotjament d'Andratx (29.067 persones) es distribueix en 11.735 habitants censats (40,4%); 4.286 places turístiques (14,7%); 1.772 places d'estada turística en habitatge; i 11.274 places que poden ser ocupades com a segona residència (38,8%).

Per tant, encara que es tracta d'una estimació, el volum de població flotant que pot ocupar places de segona residència al municipi d'Andratx és elevat i s'ha de tenir en compte.

5. EL MODEL TURÍSTIC D'ANDRATX 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'Andratx. 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 Andratx.

○ Definició del model turístic d'Andratx

El model turístic que es planteja a Andratx 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 d'Economia Circular per tal d'aconseguir que l'impacte dels visitants arribi a tot el teixit productiu local i no sols al sector terciari.

○ Perfil del visitant

Com s'ha esmentat en l'apartat corresponent, del total de viatgers entrats (segons les dades disponibles a IBESTAT referents a l'ocupació hotelera en els mesos d'abril, juny, juliol i octubre de 2023), un 93,2% dels viatgers entrats a Andratx són no residents a Espanya, mentre que un 6,8% són residents a Espanya.

Dins el percentatge de viatgers entrats que no són residents a Espanya, destaquen els d'origen alemany (30,4%) i del Regne Unit (30,4%), seguit de la Resta de no residents (22,1%) i de França (9,2%).

Aquestes dades provenen de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera. En un municipi com Andratx, on les places hoteleres suposen aproximadament un 50% del total de places d'allotjament turístic, s'han d'analitzar també altres tipologies, com són l'estada turística en habitatge i el turisme de segones residències.

En aquest sentit, en el model turístic d'Andratx tenen gran importància els turistes allotjats en habitatges turístics i també els propietaris de segones residències al municipi que hi viuen esporàdicament al llarg de l'any.

El perfil de turista d'Andratx es pot definir com a públic en general, en el sentit que 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 pels esdeveniments que es proposen des del municipi.

Com s'ha esmentat, un important volum de la població flotant que visita Andratx es correspon amb visitants que ocupen segones residències al municipi. Aquestes condicions condueixen a confirmar que es tracta d'uns turistes amb poder adquisitiu mitjà-alt o alt.

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, cicloturistes 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.

El perfil turístic dels visitants d'Andratx es pot resumir amb les següents característiques:

- Grup d'edat genèric, des de població juvenil fins a tercera edat
- No diferenciador entre sexes
- La major part dels visitants provenen de fora d'Espanya
- L'allotjament elegit és variable, encara que tenen molta importància les estades turístiques en habitatge i les segones residències
- Poder adquisitiu mitjà-alt o alt
- Predominantment és un turista actiu, essent compatible amb altres tipologies
- Respectuós amb l'entorn

○ **Motivació del visitant**

La motivació o motivacions que atreuen els visitants són un factor a tenir en compte dins l'oferta turística local. En el cas d'Andratx, es combinen diferents motivacions degut a la varietat i diversitat de recursos i condicions que el municipi ofereix. En aquest sentit, cal destacar els recursos naturals, culturals i patrimonials del municipi, a més de les condicions de tranquil·litat i aïllament de les grans aglomeracions, el Port d'Andratx com a motivació per al turisme nàutic, les instal·lacions esportives, etc.

Entre els principals factors que serveixen com a motivació per a l'arribada de visitants es poden destacar:

- El municipi és porta d'entrada a la Serra de Tramuntana i, per tant, suposa l'inici i el final de nombroses rutes senderistes i cicloturistes.

- El municipi disposa d'importants recursos naturals, alguns d'ells únics, com el Parc Natural de Sa Dragonera i la finca de La Trapa.
- El municipi manté una alta conservació dels seus valors.
- Permet gaudir de tranquil·litat, afavorint el descans i l'aïllament de les grans aglomeracions.
- Disposa d'abundants recursos per a la pràctica del turisme actiu.
- Disposa d'una sèrie de recursos associats al turisme d'alt poder adquisitiu (camps de golf, Port, establiments d'hostaleria i restauració d'elevada categoria, etc.).

○ **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'Andratx 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

ACTUACIONS DESENVOLUPADES EN ELS DARRERS ANYS EN L'ÀMBIT DEL TURISME

En els darrers anys l'Ajuntament d'Andratx ha desenvolupat una sèrie d'actuacions orientades a la millora de la gestió turística, a l'adequació del destí i a la promoció dels recursos turístics, que es resumeixen a continuació:

- Reforma de les quatre oficines d'informació turística.
- Instal·lació de punts de Wi-fi gratuït a les oficines d'informació turística i a altres punts neuràlgics del municipi.
- Promoció del consum al petit comerç, bars i restaurants del municipi mitjançant el llançament de bonus per part de l'Ajuntament dirigits a la ciutadania.
- Disseny d'indicadors per mesurar el grau de satisfacció turística del visitant.
- Anàlisi de la satisfacció dels turistes mitjançant enquestes facilitades a través de les oficines d'informació turística.
- Promoció de la pàgina web turística d'Andratx.
- Generació de fulletons informatius i distribució a oficines d'informació turística i punts d'interès turístic.
- Participació a fires especialitzades en la promoció de recursos que fomenten la desestacionalització.
- Celebració de fires i mercats
- Creació de la marca *Tasting Andratx* per promocionar l'oferta gastronòmica i cultural

6. GRAU D'EXECUCIÓ DE L'ANTERIOR PLA DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC MUNICIPAL

L'Ajuntament d'Andratx va elaborar, l'any 2021, el Pla de Desenvolupament Turístic Municipal 2021-2024, que inclou un total de 60 actuacions classificades en 4 línies estratègiques. En el present apartat s'analitza el grau d'execució d'aquestes actuacions.

De les 60 accions del Pla, 4 (un 6,7%) han estat executades al 100%:

- Oferir a totes les oficines de turisme el servei gratuït de Wi-fi i a altres punts neuràlgics del municipi.
- Promoure el consum al petit comerç, bars i restaurants del municipi mitjançant el llançament de bonus per part de l'Ajuntament dirigits a la ciutadania.
- Dissenyar indicadors que mesurin el grau de satisfacció turística del visitant.
- Analitzar la satisfacció dels turistes mitjançant enquestes facilitades a través de les OIT.

Per altra banda, de les 60 accions incloses al Pla anterior, 44 no han estat iniciades o només s'han executat en un 25%.

Les actuacions que no han estat executades al 100% s'han analitzat detalladament i l'Ajuntament d'Andratx ha definit un grau de necessitat de tornar-les incloure al present Pla. En funció d'aquesta informació, algunes de les actuacions s'han agrupat en la mesura del possible per tal de simplificar el Pla d'Acció, d'altres han estat descartades i d'altres són de nova incorporació a partir de la diagnosi realitzada al present Pla. Així, en l'apartat 9 del present document es mostra el llistat d'actuacions i una fitxa descriptiva de cada una d'elles.

7. DAFO

ASPECTES	INTERNS	EXTERNNS
	Debilitats	Amenaces
	NEGATIU ■ Baix grau d'execució del Pla Turístic anterior ■ Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme ■ Estacionalitat turística ■ Baix grau de pernoctacions al municipi ■ Falta de realització d'enquestes de satisfacció turística ■ Falta de promoció del producte local ■ Falta de promoció del patrimoni cultural ■ Falta d'estratègies i mecanismes per fomentar els productes turístics alternatius que afavoreixen la desestacionalització; MICE, turisme actiu, turista captiu, nòmades digitals ■ Es disposa de l'aplicació <i>Watchabout</i>, que compta amb 19 rutes senyalitzades que fomenten els recursos naturals i culturals, però actualment està inactiva i s'ha de continuar gestionant	■ Pressió sobre l'entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental ■ Increment del trànsit rodat dins els nuclis urbans degut al turisme ■ Manca d'espais per estacionar, que perjudica tant l'experiència dels visitants com la mobilitat dels residents ■ Model actual de producció i consum, que afavoreix les grans superfícies i compres en línia i perjudica el petit comerç ■ Proximitat amb altres municipis turístics que disposen de més places d'allotjament, sovint basades en el model "tot inclòs" ■ Amenaces de la no activitat comercial i turística

	Fortaleses	Oportunitats
POSITIUS	El municipi d'Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar	El municipi d'Andratx és l'inici i el final de diferents rutes senderistes i cicloturistes, el que suposa una oportunitat per posicionar-se com a destí de turisme actiu i de natura
	Andratx disposa de diferents tipus de rutes (senderisme, cicloturisme, snorkel) i es preveu la creació de rutes de kayak	El perfil de turista que visita Andratx és, generalment, de poder adquisitiu mitjà-alt o alt.
	Es disposa de quatre oficines d'informació turística (Andratx, Port d'Andratx, Camp de Mar i Sant Elm)	Proximitat amb Palma i a les grans infraestructures d'arribada de turistes (Port i Aeroport)
	El municipi té implantada la metodologia SICTED de Qualitat Turística, a la qual es troben adherits uns 50 establiments i entitats, que es vol seguir implantant i fomentant l'adhesió d'establiments	Coordinació amb municipis propers i administracions supramunicipals per compartir infraestructures, recursos i celebració d'esdeveniments
	Es realitzen diferents esdeveniments per promocionar la gastronomia i la cultura local: Ruta de la Tapa, Jornada Gastronòmica, Fes Tapa, FolkAndratx Festival, etc.	Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, etc.
	Creació de la marca <i>Tasting Andratx</i> per promocionar l'oferta gastronòmica i de restauració	L'oferta cultural pot esdevenir un pol d'atracció especialment entre els visitants locals degut a la proximitat amb Palma
	Andratx participa a tres de les fires més importants del sector turístic: FITUR, WTM Londres i ITB Berlín	L'aposta pel Turista Captiu pot incrementar els fluxes de visitants, especialment fora de la temporada alta
	El Port d'Andratx com a recurs per fomentar el turisme nàutic i d'alt nivell adquisitiu	La finca de Can Fasser com a Centre d'Interpretació de Sa Dragonera

8. LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES DEL PMET D'ANDRATX

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

9. PLA D'ACCIÓ

En el present apartat s'exposen les accions a executar en el present Pla, classificades en les quatre línies estratègiques esmentades abans.

En primer lloc es mostra una taula resum de totes les accions i seguidament una fitxa individual per a cada una d'elles.

Codi de l'acció	Línia estratègica A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient	Prioritat
A1	Creació del Fòrum municipal de turisme	Alta
A2	Associacionisme municipal	Alta
A3	Inici de l'Observatori Turístic d'Andratx	Alta
A4	Coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i AAPP supramunicipals	Mitjana
A5	Implantació de noves tecnologies per fidelització i recompte de dades	Mitjana
A6	Cerca activa de finançament	Mitjana
A7	Redefinir l'estructura tècnica municipal del personal encarregat de la gestió turística	Mitjana
Codi de l'acció	Línia Estratègica B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam	
B1	Identificació, classificació i avaluació dels recursos turístics d'Andratx en funció de la seva tipologia	Alta
B2	Dissenyar i difondre documentació gràfica de cada recurs	Alta
B3	Elaborar un informe sobre possibles recursos turístics alternatius o complementaris	Alta
B4	Participar a fires especialitzades en la promoció de productes turístics que fomentin la desestacionalització	Alta
B5	Revisar i potenciar la pàgina web turística d'Andratx	Mitjana
B6	Dinamitzar i estructurar el funcionament dels perfils a les xarxes socials com Facebook i Instagram, per a que durant tot l'any es puguin realitzar publicacions sobre les activitats o atractius dels quals gaudir en cada època	Mitjana
B7	Reactivació de l'aplicació <i>Watchabout</i> i incorporació de noves rutes	Mitjana
B8	Realitzar una recerca i anàlisi de noves aplicacions que permetin la promoció dels recursos turístics del municipi	Baixa
B9	Publicitar en temporada d'estiu les activitats que es poden realitzar en temporada baixa	Baixa

Codi de l'acció	Línia estratègica C: Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble	
C1	Bones pràctiques ambientals a les empreses de turisme actiu	Alta
C2	Bones pràctiques ambientals a les empreses d'hostaleria i restauració	Alta
C3	Informar els turistes sobre els productes locals del municipi mitjançant campanyes publicitàries	Alta
C4	Facilitar la pernoctació dels senderistes al municipi, mitjançant la dinamització de projectes per a la construcció d'albergs i refugis	Mitjana
C5	Fomentar les certificacions de qualitat com SICTED o ISO a les empreses turístiques i als equipaments municipals	Mitjana
C6	Augmentar el nombre de platges amb Bandera Blava	Mitjana
C7	Elaboració d'un Pla de manteniment i ampliació de la senyalització turística	Mitjana
C8	Ampliar la xarxa de punts de càrrega per a vehicles elèctrics i informar d'ells a través de mapes	Baixa
C9	Promoure la celebració de fires i mercats de producte local tant dins com fora del municipi	Baixa
C10	Aparcaments dissuasius	Baixa
Codi de l'acció	Línia estratègica D: Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem	
D1	Signar convenis de col·laboració amb empreses/administració afectada	Alta
D2	Incorporar a les clàusules de plecs davant licitacions/contractes criteris de certificació ambiental i de RSC per empreses	Alta
D3	Integrar totes les accions de l'Ajuntament a l'Agenda 2030, Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)	Mitjana
D4	Dissenyar un pla de formació anual dirigit al personal relacionat amb turisme	Mitjana
D5	Complementar la gestió i promoció turística amb els alumnes en pràctiques de l'escola de Turisme, a través de convenis, contractes de pràctiques remunerades, etc.	Baixa

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	Millorar la governança del destí		
Acció	A1. Creació del Fòrum Municipal de Turisme d’Andratx		
Debilitats / Amenaces	Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Disposar d’un Fòrum permanent específic de turisme per valorar actuacions, fer suggeriments i co-gestionar el destí		
Descripció del projecte			
Amb la creació del Fòrum Municipal de Turisme es vol establir un canal de comunicació permanent i reglat entre l’administració local d’Andratx i el teixit empresarial i la societat civil vinculada al Turisme. 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’Andratx i la pròpia administració. Aquest Fòrum ha de ser utilitzat tant 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’Andratx (actuació A3). 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 els mecanismes de renovació del mateixos.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament, Associacions Comercials, Teixit empresarial	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de trobades del Fòrum/any	Cost	3.000 € el primer any, els següents amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	Millorar la governança del destí		
Acció	A2. Associacionisme municipal		
Debilitats / Amenaces	Absència de punt de trobada permanent entre administració local i teixit empresarial i societat vinculat al turisme		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Fomentar un entorn col·laboratiu i cooperatiu i millorar la governança del destí		
Descripció del projecte			
L'associacionisme municipal és una estratègia que cerca involucrar i coordinar els diversos agents locals per millorar la competitivitat turística i la qualitat de l'experiència del visitant al municipi. En primer lloc, es comença amb la creació d'una plataforma o fòrum (actuació A1) on els diferents actors del sector turístic local, com empreses, associacions, institucions educatives i administracions públiques, puguin reunir-se i intercanviar coneixements i experiències. Aquest espai és fonamental per fomentar la col·laboració, la cohesió i la coordinació entre els membres, establint objectius comuns i estratègies compartides. A més, s'organitzen reunions regulars i sessions de treball per discutir temes rellevants per al desenvolupament turístic local, com la millora de les infraestructures, la promoció conjunta de productes turístics únics i la gestió sostenible del turisme. Es fomenta la participació activa de tots els membres per assegurar que les decisions preses reflecteixin les necessitats i les expectatives dels diferents sectors implicats. L'associacionisme municipal també promou l'educació i la formació contínua entre els membres, oferint tallers, cursos i sessions de capacitació sobre les últimes tendències del sector turístic, tecnologies emergents i pràctiques sostenibles. Aquesta formació ajuda a millorar la qualitat dels serveis turístics oferts i a adaptar-se millor als canvis del mercat. En aquesta actuació es preveu la creació d'una associació municipal que aglutini els diferents actors implicats en l'activitat turística del municipi amb el suport de l'administració local. L'ajuntament podrà ajudar tècnicament a la seva creació i a la dinamització inicial mitjançant l'aport o bé monetari o bé amb ajut tècnic L'objectiu principal de l'associacionisme municipal és crear un entorn col·laboratiu i cooperatiu que promogui el creixement econòmic, la preservació cultural i la sostenibilitat ambiental, convertint el municipi en una destinació turística competitiva i atractiva per a visitants de tot el món.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Creació d'una associació municipal i Nombre de membres	Cost	Zero si es pot assumir amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient

Tàctica	Millor informació, millors decisions		
Acció	A3. Inici de l'Observatori Turístic d'Andratx		
Debilitats / Amenaces	Falta de realització d'enquestes de satisfacció turística		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Disposar d'informació de primera mà sobre l'experiència dels visitants a la nostra destinació.		
Descripció del projecte			
Un Observatori Turístic és una eina clau per a la gestió i desenvolupament del turisme local. Es tracta d'una plataforma que recopila, analitza i difon informació rellevant sobre l'activitat turística al municipi, incloent dades sobre el nombre de visitants, el seu perfil demogràfic, les seves preferències i comportaments, així com l'impacte econòmic i mediambiental del turisme. Aquesta informació és utilitzada per planificar estratègies de promoció, millorar els serveis turístics i prendre decisions informades que afavoreixin el creixement sostenible del sector. A més, l'Observatori pot col·laborar amb empreses locals, institucions i altres agents implicats per fomentar la innovació i la competitivitat del destí turístic. Amb l'objectiu de conèixer millor el turisme al municipi, es creu oportú iniciar l'Observatori Turístic d'Andratx. Amb aquest Observatori es vol definir una metodologia per tal de dur a terme un seguiment i una avaluació contínua de l'àmbit turístic al municipi. Entre les tasques a executar per part d'aquest Observatori s'inclou la redacció d'un Informe de Seguiment Anual, en el qual s'informi del grau d'execució de les mesures incloses al present Pla, el nombre d'enquestes de satisfacció realitzades i els resultats obtinguts, les principals necessitats detectades quant a gestió turística al municipi, les propostes de millora, etc. Per tant, la funció principal de l'Observatori és analitzar, avaluar i informar de les diferents actuacions que es desenvolupin i la seva evolució. Entre les funcions específiques, destaca la definició del contingut, metodologia, periodicitat i canals de difusió de les enquestes de satisfacció; el càlcul i seguiment dels indicadors proposats; detecció de les principals necessitats; i elaboració de propostes de millora. 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 municipi, valoracions sobre les experiències viscudes, desperfectes que hagi pogut localitzar, etc. El contingut de l'Observatori, l'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.			
Execució	2024-27		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Resultats de l'Informe de Seguiment Anual	Cost	12.000€ per a la posada en funcionament. Zero si es pot assumir amb personal propi.

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	Millorar la coordinació del destí		
Acció	A4. Coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i AAPP supramunicipals		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats	- El municipi d’Andratx és l’inici i el final de diferents rutes senderistes i cicloturistes, el que suposa una oportunitat per posicionar-se com a destí de turisme actiu i de natura - Coordinació amb municipis propers i administracions supramunicipals per compartir infraestructures, recursos i celebració d’esdeveniments		
Objectius	Fomentar la coordinació amb els municipis de la Serra de Tramuntana i AAPP supramunicipals per millorar la gestió i la promoció turística del destí		
Descripció del projecte			
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. Els municipis propers a Andratx disposen d’unes característiques semblants entre sí, el 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. 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. Actualment el municipi d’Andratx té un elevat grau de coordinació amb el municipi de Calvià per treballar de manera conjunta. Respecte a les administracions supramunicipal és primordial treballar de manera conjunta per tal d’establir sinèrgies en la promoció i comercialització dels productes propis baix el paraigües de les administracions supramunicipals.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament d’Andratx, Ajuntaments propers, Consell de Mallorca i CAIB	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre d’actuacions conjuntes	Cost	Zero si es pot assumir amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	Millor informació, millors decisions		
Acció	A5. Implantació de noves tecnologies per fidelització i recompte de dades		
Debilitats / Amenaces	- Falta de realització d'enquestes de satisfacció turística - Falta de promoció del producte local		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Disposar d'informació de primera mà sobre l'experiència dels visitants a la nostra destinació i incentivar la fidelització		
Descripció del projecte			
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 (A3), han de permetre conèixer millor el comportament del turista en la nostra localitat. 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. Es proposen dues estratègies per poder desenvolupar aquesta acció: 1) Extensió de la targeta de fidelització comercial al visitant mitjançant l'oferiment de descomptes / premis / experiències innovadores. 2) La creació d'una APP de destí que ajudi a millorar l'experiència del visitant a la vegada que recull dades. Amb aquesta informació podríem saber els recorreguts que realitzaren els visitants, els llocs més concorreguts, els establiments més visitats, els recursos més ben valorats, etc.			
Execució	2025		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Informes obtinguts del "Big-Data"	Cost	35.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	El finançament del Pla		
Acció	A6. Cerca activa de finançament		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats	• Coordinació amb municipis propers i administracions supramunicipals per compartir infraestructures, recursos i celebració d'esdeveniments		
Objectius	Disposar de fons per desenvolupar les accions incloses al Pla		
Descripció del projecte			
Per a poder desenvolupar el PMET d'Andratx 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. El finançament pot passar per dues estratègies diferenciades: 1) 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... 2) Cerca de finançament supramunicipal: a) Consell Insular de Mallorca i Fundació Mallorca Sostenible b) Agencia d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB) c) Fons de Consorci Borsa d'Allotjament Turístics (CBAT) d) Ministerio de Industria y Turismo: PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS e) Ministerio de Industria y Turismo: SEGITTUR			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre d'actuacions finançades per entitats supramunicipals i pressupost executat	Cost	Zero si es pot assumir amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA A: Governança del destí, una gestió apurada i eficient			
Tàctica	Millorar la coordinació del destí		
Acció	A7. Redefinir l’estructura tècnica municipal del personal encarregat de la gestió turística		
Debilitats / Amenaces	Baix grau d’execució del Pla Turístic anterior		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Definir les funcions del personal propi de referència vinculat a la gestió turística municipal		
Descripció del projecte			
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. Actualment, el personal dedicat a la gestió turística a l’Ajuntament d’Andratx es troba compost per un tècnic de turisme i una administrativa, amb el suport ocasional de personal d’altres àrees (AODL, etc.). Com s’ha vist a l’apartat de diagnosi, el baix grau d’execució del Pla Turístic anterior podria reflectir mancances en la gestió de l’àmbit turístic. No és objecte d’aquest Pla redefinir l’estructura operativa del departament de turisme però sí que s’ha manifestat al llarg de l’elaboració del present Pla i de les reunions mantingudes amb el cos tècnics municipal, la necessitat de replantejar la situació actual, cercant models de major eficàcia.			
Execució	2024-2025		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Personal municipal vinculat a la gestió turística i funcions corresponents	Cost	Zero si es pot assumir amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B1. Identificació, classificació i avaluació dels recursos turístics d’Andratx en funció de la seva tipologia i generació de fitxes individuals		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d’un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Disposar de fitxes individuals per a cada recurs turístic del municipi on es descriguin les seves característiques, necessitats de gestió, etc.		
Descripció del projecte			
Una de les primeres actuacions clau per a la promoció del destí és la identificació, classificació i avaluació dels recursos turístics existents. Aquest procés comença amb un inventari exhaustiu dels recursos, que pot incloure elements naturals, culturals, històrics, gastronòmics i d'oci. Un cop identificats, es classifiquen en funció de la seva tipologia, com ara patrimoni arquitectònic, paratges naturals, festes populars, etc. Després de la classificació, cada recurs es descriu detalladament en una fitxa individual, que inclou informació sobre la seva localització, accessibilitat, estat de conservació, atractiu turístic, capacitat d'acollida i valor diferencial. Aquestes fitxes també han d'incloure una avaluació de l'impacte potencial de cada recurs en termes econòmics, ambientals i socials, així com la seva capacitat per atraure diferents segments de turistes. L'objectiu d'aquesta actuació és proporcionar una base de dades completa i organitzada que permeti als gestors municipals prendre decisions informades sobre la promoció i desenvolupament dels recursos turístics. A més, aquestes fitxes poden ser utilitzades per crear materials de màrqueting, guies turístiques i continguts web, contribuint a una millor visibilitat i atractiu del municipi com a destí turístic. Així mateix, aquesta informació facilita la identificació de necessitats de millora o manteniment dels recursos, assegurant la seva sostenibilitat a llarg termini.			
Execució	2024		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de fitxes elaborades	Cost	10.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B2. Elaboració de material audiovisual dels recursos turístics		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Dissenyar i difondre documentació gràfica dels recursos turístics per a promocionar el municipi com a destí		
Descripció del projecte			
Una vegada completada la identificació, classificació i avaluació dels recursos turístics amb l'actuació anterior (B1), la següent actuació clau és l'elaboració i difusió de material audiovisual sobre aquests recursos. Aquest projecte inclou la producció de vídeos promocionals, reportatges, documentals breus i contingut per a xarxes socials que capturin l'essència dels llocs d'interès, la cultura local, els esdeveniments i les experiències úniques que ofereix el municipi. Els vídeos es realitzaran amb tecnologia de qualitat professional, incloent imatges aèries, timelapse i fotografia immersiva. Aquests materials es distribuïran a través de les xarxes socials, la pàgina web turística, plataformes de vídeo i durant fires i esdeveniments turístics. L'objectiu d'aquesta actuació és millorar la visibilitat dels recursos turístics, inspirar els visitants potencials i reforçar la marca de la destinació, augmentant així el nombre de turistes i la seva satisfacció.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de recursos elaborats i grau de difusió	Cost	Variable, en funció del nombre i tipologia de recursos a difondre

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B3. Elaborar un informe sobre possibles recursos turístics alternatius o complementaris		
Debilitats / Amenaces	- Estacionalitat turística - Falta de promoció del patrimoni cultural - Falta d'estratègies i mecanismes per fomentar els productes turístics alternatius que afavoreixin la desestacionalització: MICE, turisme actiu, turista captiu, nòmades digitals		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Dissenyar i difondre documentació gràfica dels recursos turístics per a promocionar el municipi com a destí		
Descripció del projecte			
En aquesta actuació es preveu l'elaboració d'un informe sobre possibles recursos turístics alternatius o complementaris. Aquest informe té com a objectiu identificar noves oportunitats que puguin diversificar i enriquir l'oferta turística del municipi, adaptant-se a les tendències i preferències canviants dels turistes. Per a la seva elaboració, es realitza una anàlisi detallada del territori per descobrir recursos menys coneguts o infrautilitzats que tinguin potencial turístic. Això pot incloure elements com rutes de senderisme, cicloturisme, espais per a activitats d'aventura, tallers artesanals, experiències gastronòmiques, celebració d'esdeveniments, iniciatives de turisme sostenible o de natura, turisme nàutic, turisme MICE, productes audiovisuals, etc.. Es tenen en compte també les opinions i suggeriments de la comunitat local i dels professionals del sector turístic. Cada recurs potencial identificat es descriu en termes de la seva ubicació, atractiu, viabilitat de desenvolupament, i sinèrgies amb els recursos turístics ja existents. L'informe ha de valorar l'impacte econòmic, social i ambiental de la seva explotació, així com les possibles inversions necessàries per la seva posada en marxa. L'objectiu final d'aquest informe és proporcionar una visió ampliada de les possibilitats turístiques del municipi, permetent als gestors municipals planificar noves línies de desenvolupament que complementin i enriqueixin l'oferta actual. Això no només atraurà un públic més diversificat, sinó que també contribuirà a la sostenibilitat i competitivitat a llarg termini del destí turístic.			
Execució	2024		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Resultats de l'informe i nombre de recursos alternatius o complementaris a l'oferta actual	Cost	10.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B4. Participar a fires especialitzades en la promoció de productes turístics que fomentin la desestacionalització		
Debilitats / Amenaces	- Estacionalitat turística - Falta de promoció del patrimoni cultural - Falta d'estratègies i mecanismes per fomentar els productes turístics alternatius que afavoreixin la desestacionalització: MICE, turisme actiu, turista captiu, nòmades digitals		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Fomentar la participació del municipi a fires especialitzades per tal de promoure productes turístics que fomentin la desestacionalització		
Descripció del projecte			
L'Ajuntament d'Andratx participa anualment de manera activa a tres de les fires més importants del sector turístic a nivell mundial: FITUR, WTM Londres i ITB Berlín. Aquestes fires són esdeveniments clau on es poden presentar les ofertes turístiques del municipi davant d'un públic divers i professional, incloent tour operadors, agències de viatges, mitjans de comunicació i potencials visitants. En aquesta actuació es preveu que el municipi continuï participant en aquestes fires per tal de promocionar el destí, a més de contemplar la possible participació a altres esdeveniments d'aquest tipus, especialment aquells que fomentin la desestacionalització i la promoció de productes turístics fora de la temporada alta. Això implica prioritzar aquelles fires que posin l'accent en turisme de natura, cultural, gastronòmic, MICE, esportiu i altres segments que poden atraure visitants fora de la temporada alta. Alguns exemples d'esdeveniments que poden resultar interessants per al municipi són la fira F.RE.E de Munich, que compta amb diferents sectors com el turisme de salut i benestar, caravanes i turisme de natura, esports i especialment ciclisme; i la Fira IFTM-TOP RESA de París. L'objectiu d'aquesta actuació és augmentar la visibilitat del municipi com a destí turístic per tot l'any, atraient visitants fora de la temporada alta, i contribuint així a la sostenibilitat i rendibilitat del sector turístic local.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de participacions a fires especialitzades	Cost	Variable

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B5. Revisar i potenciar la pàgina web turística d'Andratx		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Revisar periòdicament el contingut de la pàgina web turística i potenciar la difusió del seu contingut		
Descripció del projecte			
L'Ajuntament d'Andratx disposa d'una pàgina web turística (visit-andratx.com) on s'exposa informació relacionada amb l'àmbit turístic del municipi: descripció dels recursos, experiències gastronòmiques, allotjaments, agenda d'esdeveniments, etc. La pàgina web és sovint el primer punt de contacte per als potencials visitants, per la qual cosa és essencial que sigui atractiva, informativa i fàcil de navegar. El procés comença amb una revisió exhaustiva del contingut existent per assegurar-se que tota la informació està actualitzada, precisa i alineada amb l'estratègia turística municipal. Això inclou dades sobre allotjaments, activitats, gastronomia, esdeveniments culturals i naturals, així com informació pràctica per als turistes. És important també incorporar descripcions detallades dels recursos turístics alternatius o complementaris identificats prèviament. Per potenciar la pàgina web, és fonamental treballar en el posicionament en cercadors (SEO) per augmentar la seva visibilitat en les cerques en línia. Això implica l'ús de paraules clau rellevants, metadades, i la creació de continguts de qualitat com blogs, articles i vídeos que atreguin trànsit. Finalment, és beneficiós integrar la web amb les xarxes socials i altres plataformes digitals per augmentar la seva difusió i interacció amb els visitants. L'objectiu d'aquesta actuació és transformar la pàgina web d'Andratx en una eina potent de màrqueting, capaç d'atraure i retenir turistes, i oferir-los una experiència en línia excepcional que els motivi a visitar el municipi.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre de revisions i noves incorporacions a la pàgina web turística i Nombre d'actuacions de promoció	Cost	Zero si es realitza amb personal propi. 8.000€ redisseny web. 2.000€ en SEM

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B6. Dinamitzar i estructurar el funcionament dels perfils a les xarxes socials		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Revisar periòdicament el contingut de la pàgina web turística i potenciar la difusió del seu contingut		
Descripció del projecte			
Aquesta actuació comença amb l'elaboració d'una estratègia de xarxes socials que defineixi els objectius, el públic objectiu, els missatges clau i els canals més adequats (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, etc.). Un pas crucial és crear un calendari editorial que planifiqui les publicacions de manera regular i coherent. Aquest calendari ha d'incloure continguts variats com fotos i vídeos dels atractius turístics, esdeveniments locals, testimonis de visitants, i informació pràctica per als turistes. També és important incloure continguts interactius com enquestes, concursos i sessions de preguntes i respostes en directe per fomentar la participació dels usuaris. A nivell organitzatiu, és essencial designar un equip o persona responsable de gestionar els perfils a les xarxes socials, assegurar-se que els missatges s'alineen amb l'estratègia global del municipi, i monitoritzar els resultats. Aquest equip ha de rebre formació contínua sobre les millors pràctiques en màrqueting digital i l'ús d'eines analítiques per mesurar l'impacte de les publicacions i adaptar les estratègies en conseqüència. La col·laboració amb influenciadors i bloggers de viatges pot amplificar la visibilitat del municipi. A més, utilitzar hashtags rellevants i promoure campanyes específiques (com el turisme de temporada baixa) ajudarà a arribar a un públic més ampli i diversificat. L'objectiu d'aquesta actuació és augmentar la interacció i el compromís dels usuaris amb els perfils socials del municipi, generant un flux constant d'informació atractiva i rellevant que inspirei els potencials turistes a visitar la zona i millori la seva experiència abans, durant i després del viatge.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre de publicacions a xarxes socials i valoració de la repercussió	Cost	Zero si es realitza amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B7. Reactivació de l'aplicació Watchabout i incorporació de noves rutes		
Debilitats / Amenaces	- Falta de promoció del patrimoni cultural - Es disposa de l'aplicació Watchabout, que compta amb 19 rutes senyalitzades que fomenten els recursos naturals i culturals, però actualment està inactiva i s'ha de continuar gestionant		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Reactivar l'aplicació Watchabout, incrementar-ne la difusió i incorporació de noves rutes		
Descripció del projecte			
L'Ajuntament d'Andratx disposa de l'aplicació Watchabout, on hi figuren un total de 19 rutes senyalitzades. Watchabout és una plataforma interactiva que ofereix guies de viatge, mapes i informació detallada sobre punts d'interès local. En el moment de redacció del present Pla, aquesta aplicació es troba inactiva. Es considera que aquesta eina és important per a la difusió i promoció dels recursos turístics del municipi, especialment els recursos de turisme actiu i de natura que fomenten la desestacionalització. Per tant, es creu important la reactivació i la promoció d'aquesta aplicació. També es preveu la incorporació de noves rutes a l'aplicació, com puguin ser rutes de kayak, rutes ornitològiques, rutes culturals, rutes gastronòmiques, etc. L'objectiu final és transformar Watchabout en una eina indispensable per als visitants i residents locals, potenciant la descoberta del municipi, millorant l'experiència turística i contribuint a la diversificació i sostenibilitat del turisme a llarg termini.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de rutes existents i Nombre de rutes incorporades	Cost	Indeterminat

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B8. Realitzar una recerca i anàlisi de noves aplicacions que permetin la promoció dels recursos turístics del municipi		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Recercar, analitzar i incorporar possibles noves aplicacions que ajudin a promocionar els recursos turístics del municipi		
Descripció del projecte			
Com s'exposa a l'actuació anterior (B7), el municipi d'Andratx disposa de l'aplicació <i>Watchabout</i>, que conté 19 rutes senderistes que es poden realitzar dins el municipi. No obstant, en el moment de redacció del present Pla, aquesta aplicació es troba inactiva, per tant en l'actuació anterior es proposa la seva reactivació, promoció i incorporació de noves rutes. En paral·lel a l'actuació anterior, en aquesta actuació es proposa realitzar una recerca i un anàlisi de noves aplicacions que permetin la promoció dels recursos turístics del municipi, seguint l'exemple de l'aplicació <i>Watchabout</i>. Aquesta iniciativa comença amb la identificació d'aplicacions innovadores que ofereixin funcionalitats adaptades a les necessitats específiques del turisme local, com la geolocalització, la realitat augmentada, guies interactives, i la integració amb xarxes socials. Durant la recerca, es prioritzen aplicacions que ja s'han provat amb èxit en altres destinacions turístiques o que ofereixin solucions personalitzades per optimitzar la promoció dels atractius locals. Es consideren aspectes com la facilitat d'ús per als usuaris finals, la compatibilitat amb múltiples plataformes (iOS, Android), i la capacitat de gestió de continguts dinàmics i actualitzacions en temps real. Posteriorment, es realitza una anàlisi detallada de les aplicacions seleccionades per avaluar la seva eficàcia i costos associats. Aquesta fase inclou la consulta amb experts en tecnologia i màrqueting digital per assegurar una integració coherent amb l'estratègia global de promoció turística del municipi. L'objectiu d'aquesta actuació és millorar la visibilitat dels recursos turístics del municipi a través de tecnologies emergents, incrementant l'atractiu per als visitants i millorant l'experiència dels usuaris mitjançant eines digitals innovadores. A més, contribueix a la competitivitat del municipi com a destinació turística moderna i accessible.			
Execució	2026		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre de revisions i noves incorporacions a la pàgina web turística i Nombre d'actuacions de promoció	Cost	9.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA B: Promoció del destí, el visitant satisfet com a reclam			
Tàctica	Promoció dels recursos turístics municipals		
Acció	B9. Publicitar en la temporada d'estiu les activitats que es poden realitzar en temporada baixa		
Debilitats / Amenaces	- Estacionalitat turística - Falta d'estratègies i mecanismes per fomentar els productes turístics alternatius que afavoreixen la desestacionalització: MICE, turisme actiu, turisme captiu, nòmades digitals		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Diversificar el flux de turistes al llarg de tot l'any		
Descripció del projecte			
Publicitar les activitats que es poden realitzar en temporada baixa durant la temporada d'estiu és una estratègia intel·ligent per fomentar el turisme durant tot l'any i combatre l'estacionalitat. Aquesta actuació comença amb la identificació de les activitats disponibles fora de la temporada alta, com ara excursions de senderisme, visites culturals, esdeveniments gastronòmics, tallers artesanals, entre altres. Durant la temporada d'estiu, es realitzaran campanyes de màrqueting focalitzades en els beneficis d'escapar-se a la destinació en èpoques menys concorregudes. És essencial també establir col·laboracions amb actors locals com restaurants, hotels i empreses d'activitats per oferir paquets i ofertes especials que incentivin les visites en aquest període. A més, es poden organitzar esdeveniments específics com festivals temàtics, mercats artesanals o jornades de portes obertes per atrapar l'interès dels visitants potencials. L'avaluació constant dels resultats de la campanya i la recopilació de feedback dels visitants ajudarà a ajustar l'estratègia en temps real, millorant l'efectivitat de les futures iniciatives de promoció turística. L'objectiu principal d'aquesta actuació és diversificar el flux de turistes al llarg de tot l'any, contribuint a la sostenibilitat econòmica i ambiental del municipi i millorant la satisfacció dels visitants amb una oferta turística continuada i variada.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament, Teixit empresarial	Prioritat	Baixa
Seguiment	Nombre de campanyes realitzades i valoració de la repercussió	Cost	Variable, en funció del nombre de campanyes i recursos a elaborar

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Projectes de sostenibilitat ambiental del territori		
Acció	C1. Bones pràctiques ambientals a les empreses de turisme actiu		
Debilitats / Amenaces	Pressió sobre l’entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Reduir els efectes negatius de l’activitat turística sobre l’entorn		
Descripció del projecte			
El turisme actiu i de natura és un dels principals reclams del municipi, alhora que suposa un risc per al deteriorament de l’entorn degut a la realització de certes activitats i comportaments. En aquesta actuació es preveu la realització de guies de bones pràctiques ambientals dirigides a les empreses dedicades al turisme actiu o de natura que realitzen activitats al municipi. L’objectiu és sensibilitzar i educar els treballadors d’aquestes empreses per tal que diguin a terme i difonguin exemples de bones pràctiques ambientals entre els seus clients. Aquestes guies tractaran els diferents temes ambientals de manera integral (gestió de residus, consum eficient de recursos, reducció d’emissions de gasos d’efecte hivernacle, conservació de la biodiversitat local, etc.), i seran específics de cada tipus d’activitat (rutes senderistes, turisme d’aventura, cicloturisme, etc.). Per incentivar la implementació d'aquestes mesures, es pot establir un sistema de certificació o acreditació ambiental reconegut, que premii les empreses compromeses amb la sostenibilitat. Aquesta certificació pot incloure avantatges competitiu com la millora de la imatge de marca i l'accés a subvencions o ajuts econòmics per a la implementació de tecnologies verdes. La col·laboració amb entitats públiques i privades, així com la creació de xarxes de suport i intercanvi de bones pràctiques entre empreses, és clau per fomentar un compromís continu amb la sostenibilitat. També s'organitzaran tallers, jornades de sensibilització i capacitacions per a empresaris i treballadors del sector turístic per promoure una cultura empresarial responsable. L'objectiu d'aquesta actuació és convertir les empreses de turisme actiu en agents de canvi cap a un turisme més sostenible, contribuint a la conservació del medi ambient local i millorant la qualitat de vida tant per als residents com per als visitants a llarg termini.			
Execució	2024		
Agents implicats	Ajuntament, Empreses de turisme actiu i de natura	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre d’empreses de turisme actiu adherides al programa de bones pràctiques	Cost	5.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Projectes de sostenibilitat ambiental del territori		
Acció	C2. Bones pràctiques ambientals a les empreses d'hostaleria i restauració		
Debilitats / Amenaces	Pressió sobre l'entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Reduir els efectes negatius de l'activitat turística sobre l'entorn		
Descripció del projecte			
Implementar bones pràctiques ambientals a les empreses d'hostaleria i restauració és una actuació clau per promoure un turisme sostenible i responsable al municipi, que fomenta la sensibilització dels propietaris, gestors i treballadors d'establiments sobre la importància de la conservació del medi ambient i la reducció de l'impacte ecològic. En aquesta actuació es contempla l'elaboració de guies i protocols específics per a les empreses d'hostaleria i restauració que promoguin pràctiques sostenibles. Aquestes guies inclouran recomanacions sobre el reciclatge, la reducció del consum de plàstics, l'ús de materials biodegradables i la millora de la gestió ambiental en la cuina i el servei de menjars. Per incentivar la implementació d'aquestes mesures, es pot establir un programa de reconeixement o certificació ambiental per als establiments que compleixin amb els criteris establerts. Això no només premia el compromís amb la sostenibilitat, sinó que també millora la reputació de l'establiment i pot atraure clients que prioritzen la sostenibilitat. L'objectiu principal d'aquesta actuació és transformar el sector d'hostaleria i restauració en un motor de desenvolupament sostenible per al municipi, millorant la qualitat de vida de la comunitat local i conservant el patrimoni ambiental per a futures generacions.			
Execució	2024		
Agents implicats	Ajuntament, Empreses d'hostaleria i restauració	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre d'empreses d'hostaleria i restauració adherides al programa de bones pràctiques	Cost	15.000 €

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Promoció del producte local del municipi		
Acció	C3. Informar els turistes sobre els productes locals del municipi		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del producte local		
Fortaleses / Oportunitats	Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, etc.		
Objectius	Promocionar el producte local del municipi entre els visitants		
Descripció del projecte			
El producte local, de proximitat o de km 0 és aquell que es produeix i/o recull a zones properes als llocs de venda, on són adquirides pel consumidor final. Informar els turistes sobre els productes locals contribueix a la promoció del desenvolupament econòmic sostenible i enforteix la identitat cultural de la destinació turística. Per dur a terme aquesta actuació, en primer lloc s'ha de disposar d'un inventari on s'identifiquin i cataloguin els productors i productes locals, que poden incloure productes alimentaris artesanals, arts i oficis tradicionals, artesanies locals i altres articles distintius. Una vegada es disposa d'aquest inventari de productors i productes locals, és necessari desenvolupar materials informatius i promocionals que destaquin els beneficis i les característiques distintives de cada producte local. Això inclou la creació de guies turístiques, tríptics informatius, cartells i altres materials gràfics, així com la seva difusió a través de la pàgina web municipal, oficines de turisme i plataformes digitals. L'ús de tècniques de màrqueting digital pot facilitar arribar a un públic més ampli, incloent campanyes a les xarxes socials, blogs de viatges, i col·laboracions amb influencers que puguin destacar i recomanar els productes locals del municipi. La cooperació amb comerços locals i productors és essencial per assegurar la disponibilitat dels productes locals als visitants i fomentar la seva compra. Es poden organitzar visites guiades a establiments locals, tallers demostratius i esdeveniments de degustació per permetre als turistes experimentar directament els productes i interactuar amb els productors. Per augmentar la consciència i l'interès dels turistes en els productes locals, es poden organitzar esdeveniments especials com mercats artesanals, festes temàtiques i fires de productes locals. L'objectiu d'aquesta actuació és no només augmentar les oportunitats de negoci per als productors locals, sinó també enriquir l'experiència dels visitants mitjançant la descoberta i l'apreciació dels productes autòctons del municipi, contribuint a la preservació de la cultura local i a la sostenibilitat econòmica de la comunitat.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament, Teixit empresarial i comercial	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de productors i productes locals del municipi i Actuacions de promoció realitzades	Cost	Variable, en funció del nombre de campanyes i recursos a elaborar

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Promoció del turisme actiu i de natura		
Acció	C4. Facilitar la pernoctació dels senderistes al municipi mitjançant la dinamització de projectes per a la construcció d'albergs i refugis		
Debilitats / Amenaces	Baix grau de pernoctacions al municipi		
Fortaleses / Oportunitats	El municipi d'Andratx és l'inici i el final de diferents rutes senderistes i cicloturistes, el que suposa una oportunitat per posicionar-se com a destí de turisme actiu i de natura		
Objectius	Incrementar el nombre de pernoctacions al municipi i millorar l'oferta de recursos turístics que fomenten la desestacionalització		
Descripció del projecte			
El turisme actiu i de natura és un dels principals recursos turístics del municipi. A més, aquest tipus de turisme afavoreix la desestacionalització. En aquest sentit, i per tal de potenciar i afavorir aquest tipus de turisme, es preveu la construcció d'albergs i refugis que facilitin la pernoctació dels visitants al municipi i millorin l'experiència d'aquest visitants. Per a poder executar aquesta actuació, en primer lloc s'han d'avaluar les rutes de senderisme existents i identificar els punts estratègics on la construcció d'albergs i refugis podria millorar l'experiència dels senderistes. El següent pas seria la planificació i el disseny dels albergs i refugis, sempre tenint en compte criteris de sostenibilitat ambiental i integració paisatgística, així com la normativa vigent. També es pot valorar la utilització de materials locals i renovables, així com la col·laboració de constructors locals i altres parts interessades i la participació del sector privat a través d'incentius fiscals o subvencions per a la inversió en aquest tipus d'infraestructures. Una vegada s'hagin construït els albergs i refugis, es desenvoluparan campanyes de promoció dirigides a senderistes i altres amants de la natura, amb la creació de material promocional com guies de rutes o vídeos de presentació. L'objectiu d'aquesta actuació és millorar la infraestructura turística per atreure un turisme actiu i sostenible, facilitar les pernoctacions i millorar l'experiència del visitant.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre d'albergs i refugis construïts i capacitat d'allotjament	Cost	Variable, entre 90.000 € i 250.000 € cada refugi

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C5. Fomentar les certificacions de qualitat com SICTED o ISO a les empreses turístiques i als equipaments municipals		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats	El municipi té implantada la metodologia SICTED de Qualitat Turística, a la qual es troben adherits uns 50 establiments i entitats, que es vol seguir implantant i fomentant l'adhesió d'establiments		
Objectius	Eleva els estàndards de qualitat dels serveis turístics, millorar la satisfacció dels visitant i augmentar la competitivitat del municipi com a destinació turística.		
Descripció del projecte			
El foment de certificacions de qualitat com SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions) o ISO (International Organization for Standardization) contribueix a millorar la competitivitat i la qualitat dels serveis turístics. En primer lloc, es realitza una campanya de sensibilització i informació entre els operadors turístics locals, incloent hotelers, restauradors, empreses d'activitats turístiques, oficines d'informació turística i altres actors clau, per tal d'informar-los sobre els beneficis i els requisits de les certificacions de qualitat. També es facilita l'accés a recursos i assistència tècnica per ajudar els establiments a preparar-se per a les certificacions i complir els estàndards de qualitat establerts. Es desenvolupen guies i protocols específics adaptats a les necessitats locals i els requisits de cada certificació, com ara la millora en la gestió de la qualitat del servei al client, la sostenibilitat ambiental, la seguretat i altres criteris pertinents. Per fomentar la incorporació de les empreses a aquest tipus d'iniciatives, es poden implantar incentius i reconeixements per als establiments que obtinguin les certificacions, com per exemple subvencions econòmiques, promoció en mitjans de comunicació i la inclusió en materials promocionals del municipi. En el cas dels equipaments municipals, l'Ajuntament d'Andratx disposa de certificació SICTED a dues de les quatre oficines d'informació turística, i es preveu la certificació a les dues restants. L'objectiu d'aquesta actuació és elevar els estàndards de qualitat dels serveis turístics, millorar la satisfacció dels visitants, augmentar la competitivitat del municipi com a destinació turística i contribuir al desenvolupament econòmic i sostenible de la comunitat local.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament, Teixit empresarial, Equipaments municipals	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre d'empreses i equipaments municipals amb certificacions de qualitat	Cost	Variable, en funció del nombre d'empreses i equipaments inscrits

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C6. Augmentar el nombre de platges amb bandera blava		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Millorar la qualitat de l'experiència dels visitants, protegir el medi ambient marí i costaner i consolidar la destinació com a referent en turisme sostenible i de qualitat		
Descripció del projecte			
La Bandera Blava és un distintiu que atorga l'Associació Ambiental i del Consumidor (ADEAC) a les platges i ports que compleixen una sèrie de condicions ambientals i instal·lacions. Els criteris per obtenir la Bandera Blava es divideixen en quatre àrees fonamentals: Qualitat de les aigües de bany, Informació i Educació ambiental, Gestió ambiental i Seguretat, Serveis i Instal·lacions. Algunes millores necessàries per aconseguir els estàndards requerits per la Bandera Blava poden incloure la millora de les instal·lacions sanitàries, la gestió eficient dels residus, la protecció i conservació del medi ambient i l'accessibilitat per persones amb mobilitat reduïda. Per dur a terme aquesta actuació, s'ha de realitzar una revisió exhaustiva de les platges existents per identificar aquelles que compleixen o poden complir els criteris establerts per aconseguir la bandera blava. Seguidament, caldrà definir les actuacions necessàries a cada platja i executar-les. L'objectiu d'aquesta actuació és millorar la qualitat de l'experiència dels visitants, protegir el medi ambient marí i costaner, i consolidar la destinació com a referent en turisme sostenible i de qualitat, el que no només potencia l'atractiu turístic, sinó que també contribueix al desenvolupament local i a la preservació dels recursos naturals i l'entorn.			
Execució	2026		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre de platges amb Bandera Blava	Cost	Diagnosi i pla de millora: 5.000 € Execució d'actuacions: Indeterminat

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C7. Elaboració d'un Pla de manteniment i ampliació de la senyalització turística		
Debilitats / Amenaces	Falta de promoció del patrimoni cultural		
Fortaleses / Oportunitats	Andratx disposa d'un elevat nombre i varietat de recursos per atreure el turisme de natura i cultural que es pretén potenciar		
Objectius	Facilitar la mobilitat i orientació dels visitants		
Descripció del projecte			
En aquesta actuació es contempla l'elaboració d'un Pla de manteniment i ampliació de la senyalització turística per tal de millorar l'experiència dels visitants i potenciar la visibilitat dels recursos turístics del municipi. En primer lloc es preveu la realització d'un inventari detallat de la senyalització existent, identificant els punts forts i les mancances en la senyalització actual. Aquesta informació inclou la localització, l'estat de conservació i la claredat de la informació proporcionada. A partir de l'inventari, es desenvolupa un pla de manteniment regular per garantir que tota la senyalització es mantingui en bon estat i es repari o substitueixi quan sigui necessari. Aquest pla inclou calendaris d'inspecció i protocols d'actuació per a les diferents tipologies de senyals. Per ampliar la senyalització turística, es poden dissenyar nous senyals que cobreixin les zones no senyalitzades o mal senyalitzades, amb especial atenció als punts d'interès turístic, rutes senderistes, elements patrimonials i altres atractius locals. Els nous senyals han de ser clars, estèticament agradables i integrats en l'entorn, accessibles, amb la informació en diferents idiomes i utilitzant pictogrames internacionals quan sigui possible. Un aspecte a considerar és la integració de tecnologies digitals a la senyalització, com codis QR que enllacin a informació addicional, mapes interactius i aplicacions mòbils que ofereixin informació en temps real sobre les atraccions turístiques, serveis i esdeveniments locals. L'objectiu d'aquesta actuació és facilitar la mobilitat i orientació dels visitants, millorant la seva experiència i afavorint el descobriment dels recursos turístics del municipi, tot contribuint a la seguretat i a la satisfacció general dels turistes.			
Execució	2025		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Elaboració del Pla de manteniment, Nombre de senyals reparades o substituïdes, Nombre de senyals incorporades	Cost	Pla de manteniment: 15.000 € Reparació, substitució i ampliació de la senyalització: Variable en funció de les necessitats

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C8. Ampliar la xarxa de punts de càrrega per a vehicles elèctrics i informar d'ells a través de mapes		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Millorar l'experiència dels visitants		
Descripció del projecte			
En el municipi d'Andratx es disposa de diferents punts de càrrega per a vehicles elèctrics. No obstant, és necessari informar de la seva ubicació als visitants mitjançant l'elaboració i difusió de mapes que detallin aspectes com la ubicació dels punts, informació addicional sobre el seu ús, tarifes i disponibilitat. Aquesta actuació permetrà als usuaris localitzar fàcilment els punts de càrrega i planificar les seves rutes de manera eficient. En cas que en un futur es consideri la necessitat d'incorporar més punts de càrrega per vehicles elèctrics, s'haurà de realitzar un estudi per identificar les ubicacions més estratègiques, tenint en compte factors com l'afluència de visitants, la proximitat a atraccions turístiques, allotjaments i altres serveis essencials, i una vegada instal·lats se'n haurà de fer difusió. L'objectiu principal d'aquesta actuació és facilitar l'ús de vehicles elèctrics, reduir l'impacte ambiental del turisme i posicionar el municipi com una destinació sostenible i moderna, millorant també la satisfacció i la comoditat dels visitants.			
Execució	2026		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Baixa
Seguiment	Nombre de punts de càrrega per a vehicles elèctrics i Actuacions de difusió	Cost	Elaboració i publicació de mapes: 3.000 € Instal·lació punts de càrrega: Variable, en funció de les característiques

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C9. Promoure la celebració de fires i mercats de producte local tant dins com fora del municipi		
Debilitats / Amenaces	- Falta de promoció del producte local - Amenaces de la no activitat comercial i turística		
Fortaleses / Oportunitats	Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, etc.		
Objectius	Promoció del producte local		
Descripció del projecte			
Promoure la celebració de fires i mercats de producte local és una actuació per potenciar l'economia local, fomentar el turisme i donar visibilitat als productes autòctons. En aquesta actuació es preveu la planificació i organització de fires i mercats periòdics, creant espais on els productors locals puguin exposar i vendre els seus productes. Aquestes fires inclouen activitats complementàries com tastos, tallers i demostracions per enriquir l'experiència dels visitants i augmentar l'atractiu de l'esdeveniment. Per a la difusió i promoció d'aquests esdeveniments es preveu la creació de campanyes utilitzant diversos canals de comunicació com xarxes socials, premsa i col·laboracions amb empreses turístiques i hotels. Es contempla també la possibilitat de col·laborar amb altres municipis i organitzacions per participar en fires i mercats fora del municipi, el que inclou participació en fires temàtiques, esdeveniments regionals i nacionals, i mercats especialitzats en productes autòctons i artesanals. L'objectiu d'aquesta actuació és augmentar la visibilitat i el consum dels productes locals, reforçar l'economia del municipi i atreure més visitants, tot contribuint a la sostenibilitat i la identitat cultural del municipi.			
Execució	2026		
Agents implicats	Ajuntament, Productors locals	Prioritat	Baixa
Seguiment	Nombre de fires i mercats de producte local organitzats i en els quals s'ha participat	Cost	Variable, en funció del nombre de fires i mercats organitzats i les seves característiques

LÍNIA ESTRATÈGICA C . Adequació de la destinació, un millor destí és un millor poble			
Tàctica	Adequació de la destinació		
Acció	C10. Aparcaments dissuasius		
Debilitats / Amenaces	- Increment del trànsit rodat dins els nuclis urbans degut al turisme - Manca d'espais per estacionar, que perjudica tant l'experiència dels visitants com la mobilitat dels residents		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Facilitar l'estacionament de vehicles i reduir el trànsit dins els nuclis urbans		
Descripció del projecte			
Durant la temporada alta, especialment als nuclis costaners, l'afluència de visitants augmenta considerablement, el que suposa un increment del trànsit de vehicles i una menor disponibilitat d'aparcament, tant per als residents com per als turistes. En aquesta actuació es preveu la creació d'aparcaments dissuasius per tal de descongestionar les zones cèntriques dels nuclis urbans i facilitar l'estacionament. Els aparcaments dissuasius es situen a les entrades dels nuclis urbans, de manera que es redueix el trànsit de vehicles per l'interior dels mateixos. Aquest tipus d'aparcament, a més de reduir el volum de trànsit i incrementar la disponibilitat d'estacionament, fomenten els desplaçaments a peu per els nuclis urbans, el que pot resultar beneficiós per millorar l'experiència dels visitants i també per al comerç local, que disposa de més visibilitat. En tot cas, s'ha de tenir en compte que la creació d'aquests aparcaments suposa un elevat cost econòmic, molt variable en funció de la ubicació i les característiques, i depèn de diferents departaments de l'ajuntament (urbanisme, vies i obres, etc.). L'objectiu d'aquesta actuació és reduir la congestió de trànsit dins els nuclis urbans i la contaminació en zones cèntriques, millorar la qualitat de vida dels residents, i oferir una experiència més agradable i sostenible als visitants.			
Execució	2026		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Baixa
Seguiment	Nombre d'aparcaments dissuasius existents i de nova creació	Cost	Variable, en funció de les característiques

LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem			
Tàctica	Foment de la col·laboració		
Acció	D1. Signar convenis de col·laboració amb empreses/administració afectada		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats	• Coordinació amb municipis i administracions supramunicipals propers per compartir infraestructures, recursos i celebració d'esdeveniments		
Objectius	Fomentar la signatura de convenis per incrementar el grau de col·laboració amb empreses i administracions afectades en la gestió turística		
Descripció del projecte			
En aquesta actuació es preveu l'establiment d'aliances que permetin coordinar esforços, optimitzar els recursos i millorar l'oferta turística. Per dur a terme aquesta actuació, cal identificar les empreses locals, regionals i les administracions públiques que poden jugar un paper clau en el desenvolupament turístic del municipi, incloent hotels, restaurants, empreses de transport, agències de viatges i altres proveïdors turístics, així com administracions locals, regionals i nacionals. Una vegada identificats els possibles col·laboradors, s'han de dur a terme reunions per tal d'explorar interessos comuns i definir objectius compartits. Aquests convenis de col·laboració poden incloure aspectes com la promoció conjunta de destinacions, el desenvolupament de nous productes turístics, la millora d'infraestructures, la formació i capacitació del personal turístic, la promoció de productes locals i la conservació del patrimoni cultural i natural del municipi. En aquest sentit, un possible conveni entre l'Ajuntament d'Andratx i l'Autoritat Portuària de les Illes Balears seria interessant per tal de poder millorar la gestió i la promoció del Port d'Andratx, mitjançant per exemple l'elaboració d'un pla d'actuacions per millorar la sostenibilitat ambiental del Port i la celebració d'esdeveniments per promocionar el turisme nàutic. L'objectiu d'aquesta actuació és construir una xarxa de col·laboració sòlida que potencii el desenvolupament turístic del municipi, millorant la qualitat dels serveis, la satisfacció dels visitants i la sostenibilitat de les activitats turístiques			
Execució	2021 - 24		
Agents implicats	Ajuntament, Empreses i administració afectada	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre de convenis de col·laboració signats	Cost	Zero si es realitza amb personal propi

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

Tàctica	Sostenibilitat ambiental		
Acció	D2. Incorporar clàusules de plecs davant licitacions/contractes criteris de certificació ambiental i de RSC per empreses		
Debilitats / Amenaces	Pressió sobre l’entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Promoure la sostenibilitat i la responsabilitat en les activitats turístiques del municipi		
Descripció del projecte			
La incorporació de clàusules amb criteris de certificació ambiental i Responsabilitat Social Corporativa (RSC) als plecs de licitació fomenta la sostenibilitat i la responsabilitat en les activitats turístiques del municipi. Les clàusules de certificació ambiental poden exigir que les empreses disposin de certificacions com ISO 14001 (gestió ambiental), EMAS (sistema de gestió ambiental de la Unió Europea) o altres certificacions reconegudes. Aquestes certificacions garanteixen que les empreses implementen pràctiques sostenibles, redueixen el seu impacte ambiental i gestionen de manera eficient els recursos naturals. Quant a les clàusules de RSC, es poden incloure requisits perquè les empreses adoptin polítiques de responsabilitat social, com ara garantir condicions laborals justes, fomentar la inclusió social i participar en activitats comunitàries. En aquest sentit es pot incloure la certificació ISO 26000 (responsabilitat social) o altres estàndards rellevants. L’objectiu d’aquesta actuació és garantir que les empreses que presten serveis al municipi compleixin amb estàndards ambientals i socials elevats.			
Execució	2021 - 24		
Agents implicats	Ajuntament, Empreses	Prioritat	Alta
Seguiment	Nombre clàusules amb criteris de certificació ambiental i de RSC incorporades	Cost	Zero si es realitza amb personal propi

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

Tàctica	Sostenibilitat ambiental		
Acció	D3. Integrar totes les accions de l'Ajuntament a l'Agenda 2030, Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)		
Debilitats / Amenaces	Pressió sobre l'entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental		
Fortaleses / Oportunitats	Els productors locals es poden veure afavorits a partir de la implantació de mesures d'economia circular, etc.		
Objectius	Alinear les accions municipals amb els ODS per fomentar un desenvolupament turístic sostenible		
Descripció del projecte			
La integració de les accions executades per l'Ajuntament a l'Agenda 2030 i els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) permetrà garantir que el desenvolupament turístic del municipi es realitzi de manera sostenible i responsable. Per dur a terme aquesta actuació, en primer lloc s'ha de realitzar un diagnòstic inicial per identificar l'estat actual del municipi en relació amb els ODS. Aquest diagnòstic inclou l'avaluació de les polítiques, projectes i programes existents per determinar el seu alineament amb els ODS. A partir d'aquesta avaluació, es desenvolupen estratègies específiques per integrar els ODS en les accions de l'Ajuntament, el que implica revisar i adaptar les polítiques municipals, incloent-hi aquelles relacionades amb el turisme, la planificació urbana, la gestió de recursos naturals, i la inclusió social, entre d'altres. Per facilitar la integració, es pot crear un pla d'acció específic que defineixi les mesures concretes que s'han de prendre per contribuir a cadascun dels ODS. Aquest pla inclou metes, indicadors de seguiment i un cronograma per a la seva implementació. L'objectiu d'aquesta actuació és alinear les polítiques i projectes municipals amb els 17 ODS de les Nacions Unides, que aborden desafiaments globals com la pobresa, la desigualtat, el canvi climàtic, la degradació ambiental, la pau i la justícia.			
Execució	2021 - 24		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Nombre d'accions integrades a l'Agenda 2030	Cost	Zero si es realitza amb personal propi

LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem			
Tàctica	Sostenibilitat ambiental		
Acció	D4. Dissenyar un pla de formació anual dirigit al personal relacionat amb turisme		
Debilitats / Amenaces	Pressió sobre l’entorn, que pot derivar en una pèrdua de la qualitat ambiental		
Fortaleses / Oportunitats			
Objectius	Millorar la qualitat dels serveis turístics i fomentar el desenvolupament professional dins el sector		
Descripció del projecte			
En aquesta actuació es preveu l’elaboració d’un pla de formació anual dirigit al personal relacionat amb turisme per tal de proporcionar les competències i habilitats necessàries per afrontar els reptes i les oportunitats del turisme modern, així com per millorar l’experiència del visitant i la gestió sostenible dels recursos. El personal a qui es dirigirà el pla de formació inclou guies turístics, personal d’informació turística, gestors d’atraccions i activitats turístiques, personal de recepció, entre d’altres. El programa de formació es pot estructurar amb continguts adaptats a les necessitats específiques de cada grup de treballadors, amb diferents mòduls sobre gestió turística, coneixement dels recursos locals, sostenibilitat, atenció al client, gestió de crisis i seguretat, entre d’altres temes rellevants. L’objectiu d’aquesta actuació és millorar la qualitat del servei i l’experiència del visitant, adaptar-se a les noves tendències i reptes del sector turístic i promoure la sostenibilitat i la gestió responsable dels recursos.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Mitjana
Seguiment	Elaboració del Pla de formació anual i personal adherit	Cost	2.000 €/any

LÍNIA ESTRATÈGICA D. Talent i innovació en la destinació, caminam cap al futur que volem			
Tàctica	Foment de la col·laboració i el desenvolupament turístic		
Acció	D5. Complementar la gestió i promoció turística amb els alumnes en pràctiques de l'Escola de Turisme, a través de convenis, contractes de pràctiques remunerades, etc.		
Debilitats / Amenaces			
Fortaleses / Oportunitats	Coordinació amb municipis propers i administracions supramunicipals per compartir infraestructures, recursos i celebració d'esdeveniments		
Objectius	Millorar l'experiència educativa dels estudiants en pràctiques i contribuir al desenvolupament turístic sostenible i responsable		
Descripció del projecte			
En aquesta actuació es contempla la col·laboració amb l'Escola de Turisme per establir convenis i acords de col·laboració que facilitin la integració dels estudiants en les activitats turístiques de la localitat, per tal d'enfortir la formació acadèmica i pràctica dels estudiants mentre contribueixen al desenvolupament turístic del municipi. Aquests convenis defineixen les condicions de les pràctiques, incloent-hi la durada, les responsabilitats dels estudiants i els beneficis per l'Ajuntament i l'Escola. Per dur a terme aquesta actuació és necessari desenvolupar un programa estructurat de pràctiques que contempli diferents àrees funcionals com per exemple oficines de turisme, centres d'interpretació, gestió de rutes turístiques, suport en esdeveniments i altres activitats relacionades amb la promoció i gestió turística. Aquest programa permetrà als estudiants aplicar els coneixements teòrics adquirits en un entorn real i adquirir experiència pràctica rellevant per a la seva futura carrera professional. Els objectius d'aquesta actuació són enfortir la relació entre el sector educatiu i el sector turístic, millorar l'experiència educativa dels estudiants en pràctiques i contribuir al desenvolupament turístic sostenible i responsable del municipi.			
Execució	2024-2027		
Agents implicats	Ajuntament	Prioritat	Baixa
Seguiment	Nombre d'alumnes en pràctiques	Cost	Variable, en funció del nombre d'alumnes i la durada de les pràctiques

10. EL PLA DE SEGUIMENT

En aquest apartat es mostra el Pla de seguiment del PMET d'Andratx. Es proposen una sèrie d'indicadors per conèixer l'evolució del turisme a Andratx 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.** Pernotació 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

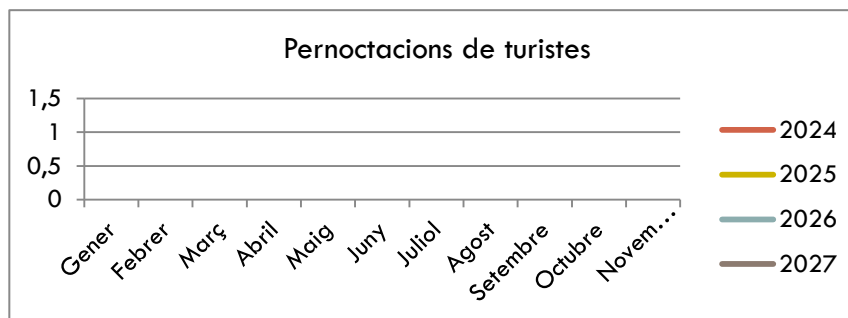
Indicador 1 – Pernoctació de turistes

Definició Nombre de nits que els turistes romanen o es troben registrats als establiments d'allotjaments turístics en un determinat mes.

Objectiu 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.

Metodologia Per (m) = nombre de pernoctacions mensuals.

	2024	2025	2026	2027
Gener				
Febrer				
Març				
Abril				
Maig				
Juny				
Juliol				
Agost				
Setembre				
Octubre				
Novembre				
Desembre				
Total				



Periodicitat Mensual

Unitats Pernoctacions

Font Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT), Anuari de Turisme, Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears

Tendència

Indicador 2 – Despesa pública en turisme

Definició

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

Objectiu

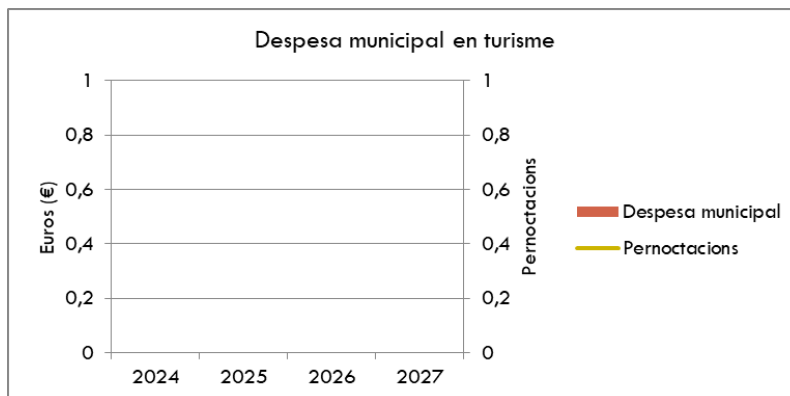
Observar el resultat de les despeses que realitza l'ajuntament en matèria de turisme, sobre el total de pernoctacions que es fan al municipi. Analitzar la tendència de les pernoctacions per conèixer la relació amb la despesa pública en turisme. Conèixer el nombre de les accions desenvolupades en cada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

Metodologia

Despesa municipal. Part del pressupost municipal destinat a desenvolupar accions recollides al Pla Municipal d'Estratègia Turística. Pernoctacions: nombre de pernoctacions anuals.

	Despesa municipal	Pernoctacions
2024		
2025		
2026		
2027		

	Nombre d'accions desenvolupades del PMET
2024	
2025	
2026	
2027	



Periodicitat

Anual

Unitats

Euros i pernoctacions

Font

Ajuntament

Tendència

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

Definició	Nombre de places oferides segons la tipologia i la categoria de cada establiment turístic existent en el municipi.
Objectiu	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.
Metodologia	Pa = Total places oferides en el municipi segons la tipologia. $Pa = A + G + CH + CT + CV + F + H + HA + HC + HR^* + HR + HS + HSR + PENS + RA + TI$ A = 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. AG = 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 m² i que constitueixin una explotació agrària, ramadera o forestal. CH = 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. CT = 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. CV = 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. F = Places de fonda, establiment hotelier 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 m², 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.

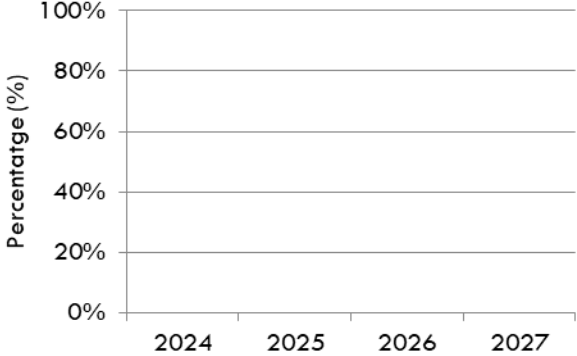
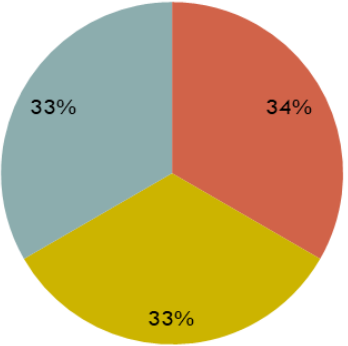
PENS = Places de pensió, establiment que no disposa de més de 12 habitacions i que habitualment facilita l'hostatge en règim de pensió completa. Classificació: pensió d'1, 2, 3 estrelles

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>)

		2024	2025	2026	2027
Agroturisme	AG				
Hotel	H				
Estada turística de vacances	ETV				
Total places					

	Oferta de places d'allotjament per tipus d'establiment  Oferta de places d'allotjament per tipus d'establiment  <table> <tr> <td>Periodicitat</td><td>Anual</td></tr> <tr> <td>Unitats</td><td>Percentatge</td></tr> <tr> <td>Font</td><td>Anuari de Turisme, Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears, Registre d'empreses, activitats i establiments turístics del Govern de les Illes Balears</td></tr> <tr> <td>Tendència</td><td></td></tr> </table>	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	
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

Definició

Percentatge d'ocupació per part dels turistes de les places turístiques obertes al llarg de l'any.

Objectiu

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.

Metodologia

Places turístiques: nombre de llits fixos d'un establiment. Les de matrimoni equivalen a dues places.

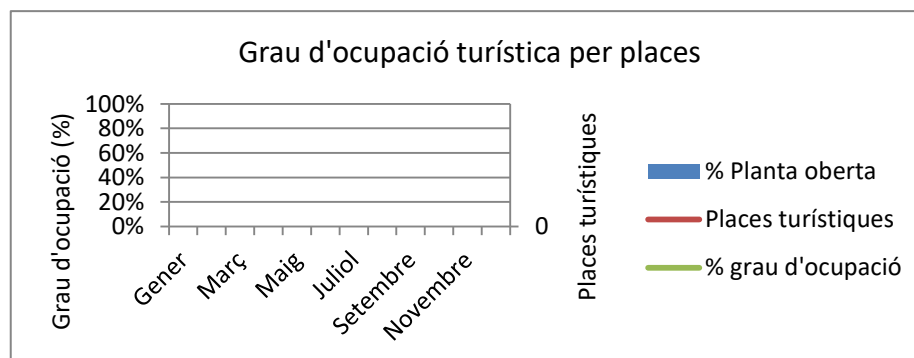
Plo(m) = Places obertes mensual: nombre de llits ofertats en un determinat mes.

Per(m) = Pernotacions mensuals: nombre de nits que els turistes romanen o es troben registrats als establiments d'allotjaments turístics en un determinat mes.

D (m) = dies del mes

$$\text{Grau d'ocupació per places mensual} = (\text{Per(m)} / \text{D(m)} * \text{Plo(m)}) * 100$$

	Places turístiques	% planta oberta	% grau d'ocupació
Gener			
Febrer			
Març			
Abril			
Maig			
Juny			
Juliol			
Agost			
Setembre			
Octubre			
Novembre			
Desembre			
Total			



Periodicitat

Mensual

Unitats	Percentatge i places turístiques
Font	Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT), Anuari de Turisme, Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears
Tendència	

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.

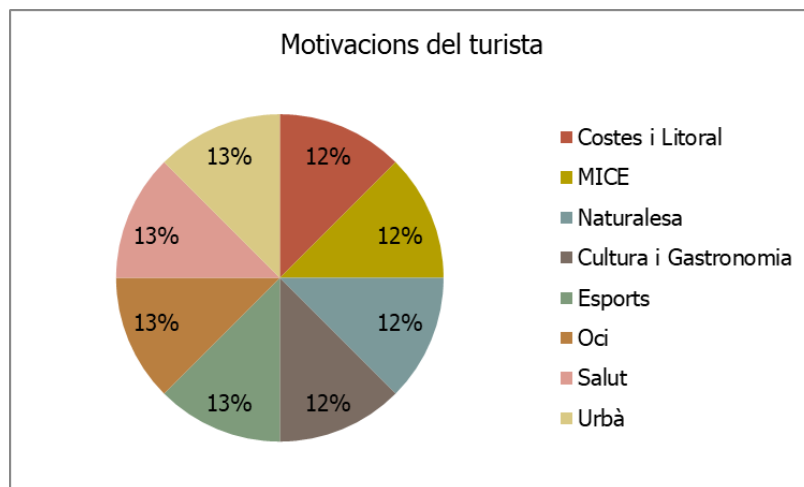
Objectiu

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.

	2024	
	Nombre	Percentatge
Costes i Litoral		
MICE		
Naturalesa		
Cultura i Gastronomia		
Esports		
Oci		
Salut		
Urbà		
Total		



Periodicitat

Anual

Unitats

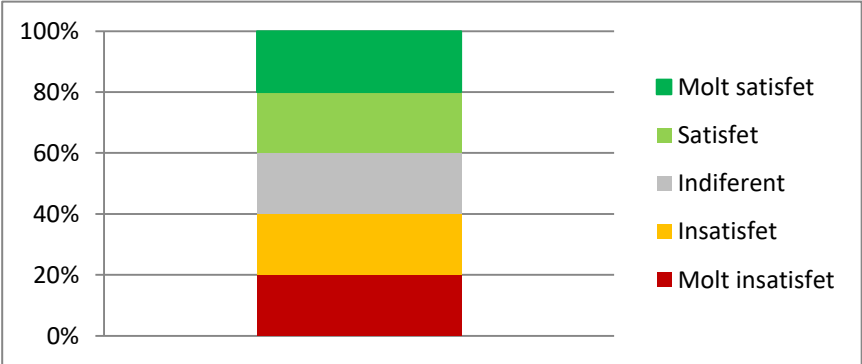
Percentatge

Font

Enquestes realitzades als turistes

Tendència

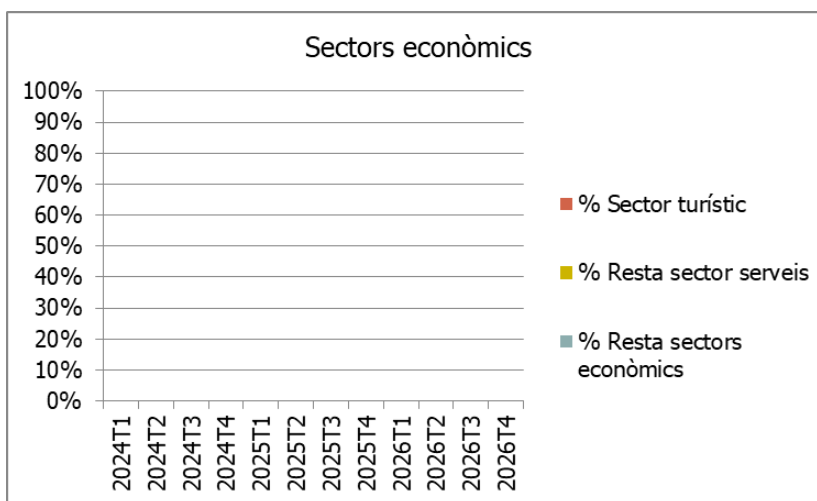
Indicador 6 – Grau de satisfacció del turista

Definició	Valoració, per part dels turistes, de la seva experiència en la destinació.												
Objectiu	Conèixer i analitzar quines són les valoracions que fan els turistes de la destinació.												
Metodologia	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													
Periodicitat	Anual												
Unitats	Percentatge												
Font	Enquestes realitzades als turistes												
Tendència													

Indicador 7 – Sector turístic a l'ocupació municipal

Definició	Percentatge de persones que treballen al municipi en el sector turístic, respecte a la resta de sectors d'activitat econòmica.
Objectiu	Conèixer el pes específic del sector turístic en el sector servei i la resta de sectors econòmics, a l'àmbit de l'ocupació municipal.
Metodologia	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: – 55 Serveis d'allotjament (Hoteleria) – 56 Servei de menjars i begudes (Hoteleria) – 491 Transport interurbà de passatgers per ferrocarril – 493 altres tipus de transport terrestre de passatgers – 501 Transport marítim de passatgers – 503 Transport de passatgers per vies navegables interiors – 511 Transport aeri de passatgers – 522 Activitats annexes al transport (Transport de passatgers) – 791 Activitats d'agències de viatges i operadors turístics – 771 Lloguer de vehicles de motor – 773 Lloguer d'altra maquinària, equips i béns tangibles – 799 Altres serveis de reserves – 900 Activitats de creació, artístiques i espectacles – 910 Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals – 931 Activitats esportives – 932 Activitats recreatives i d'entreteniment (Altres activitats turístiques) – Resta de sector serveis: aquelles activitats englobades en el sector serveis que no corresponen a cap de les activitats descrites anteriorment – Resta de sectors econòmics: activitats incloses en els sectors de l'agricultura, construcció i indústria

	% Sector turístic	% Resta sector serveis	% Resta sectors econòmics
2024T1			
2024T2			
2024T3			
2024T4			
2025T1			
2025T2			
2025T3			
2025T4			
2026T1			
2026T2			
2026T3			
2026T4			



Periodicitat

Trimestral

**Unitats
Font**

Percentatge

Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de dades de la Seguretat Social i de l'INE

Tendència