

Pla Estratègic Integral de Ca'n Picafort

EL CA'N PICAFORT QUE VOLEM DESTINACIÓ DEL SEGLE XXI

Fase 1 "Anàlisi i Diagnosi de la Situació Competitiva de la Destinació"

Maig, 2015

1	FASE I. Anàlisi i diagnòstic	3
1.1	Anàlisi d'àmbit territorial	3
	Anàlisi d'ubicació, accessibilitat i connectivitat bàsica	3
	Condicionants geogràfics i ambientals.....	5
	Anàlisi sociodemogràfic i socioeconòmic.....	6
1.2	Anàlisi d'àmbit de gestió i planificació de la destinació	14
	Avaluació de capacitats d'administració, gestió i promoció	14
	Anàlisi de la normativa vigent, plans i propostes d'actuació territorials i municipals	18
1.3	Anàlisi de recursos i productes turístics existents.....	30
	Avaluació dels recursos turístics i del seu potencial actual i futur.....	30
	Anàlisi dels productes turístics existents	36
1.4	Coneixement de la realitat turística actual.....	42
	Anàlisi de l'oferta turística	42
	Anàlisi de la demanda turística actual	54
	Posicionament actual de la destinació en el mercat turístic.....	59
	Entrevistes personals i opinió local sobre Can Picafort	68
1.5	Conclusions de la FASE I.	73

1 FASE I. Anàlisi i diagnòstic

1.1 Anàlisi d'àmbit territorial

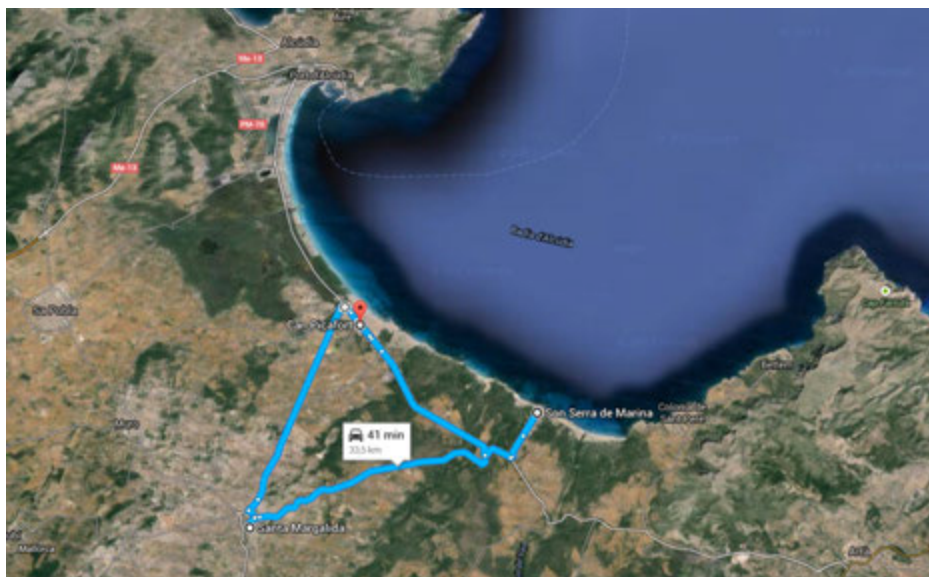
Anàlisi d'ubicació, accessibilitat i connectivitat bàsica

El municipi de Santa Margalida està situat al nord-est de l'Illa de Mallorca, formant conjuntament amb els municipis de Muro i Alcúdia una destinació que comparteix la mateixa fisiognomia determinada per la Badia d'Alcúdia.



Font: Plan Estratégico Turístico Alcúdia, Playa de Muro y Can Picafort (Bahía de Alcúdia)

Can Picafort forma part del municipi de Santa Margalida, i concretament està ubicat a la franja costanera d'aquest, en la seva part nord. Seguint la costa cap al sud s'ubica un altre nucli denominat Son Serra de Marina, i la població de Santa Margalida, situada terra endins, forma un triangle amb aquests dos espais.



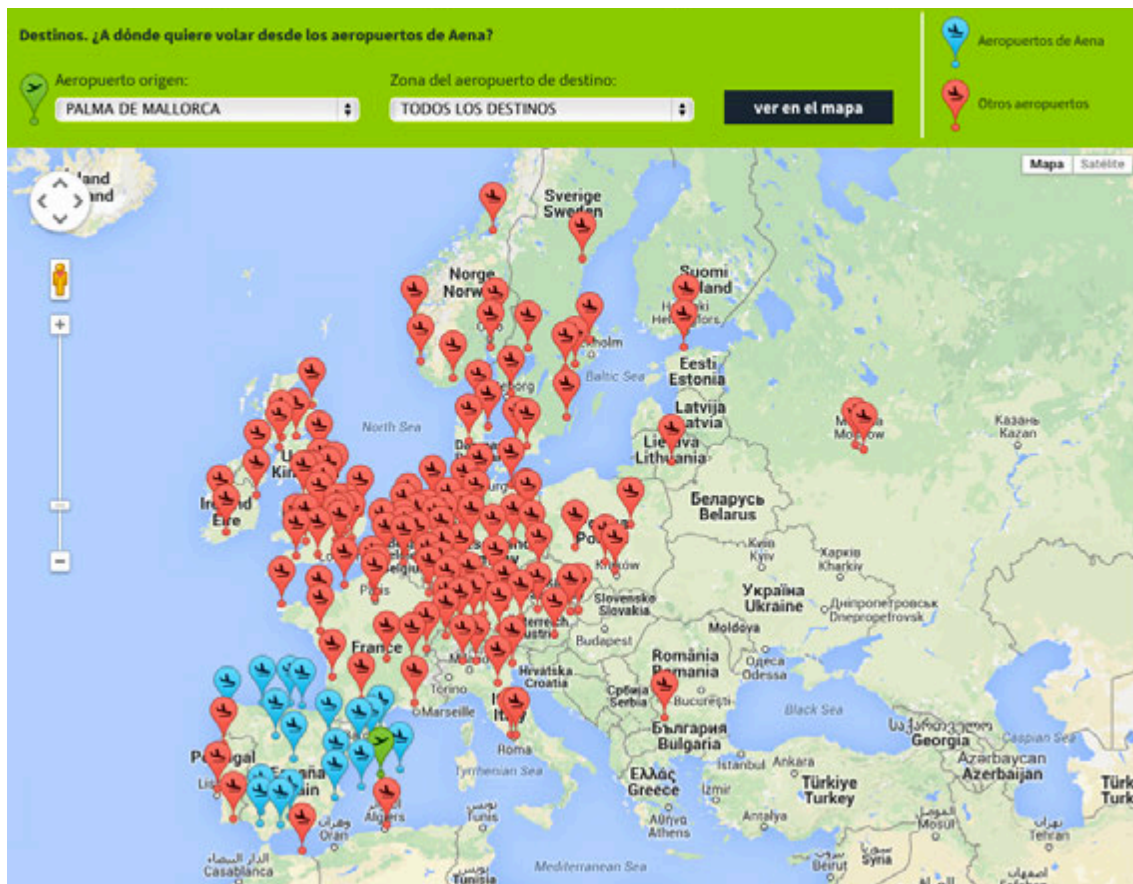
Font: Google Maps

La distància entre Can Picafort i l'Aeroport de Palma de Mallorca és de aproximadament **62 km**, i una **hora de recorregut per carretera**, el port de Palma de Mallorca s'ubica a una distància molt similar.

L'accessibilitat en general es pot considerar bona, encara que cal tenir en compte la possible congestió de trànsit en els mesos de major afluència turística a l'illa. Segons la Revisió del Pla Director Sectorial de Carreteres, de 2007, els nivells de congestió són elevats a la carretera que comunica Alcúdia amb Can Picafort (Ma-12), és a dir, l'eix vial que recorre tot el litoral de la Badia. En aquests trams, les Intensitats Mitjanes Diàries (IMD) estan pròximes als 15.000 vehicles els mesos d'estiu.

La connectivitat aèria i marítima (ferris i creuers) de l'illa de Mallorca amb les destinacions emissores de turistes, principalment d'origen europeu, varia considerablement segons la temporada de l'any. En aquest sentit, Can Picafort pateix les mateixes conseqüències de l'elevada estacionalitat en la programació dels vols de línies regulars i vols charters, que afecten a la majoria de les destinacions de l'illa.

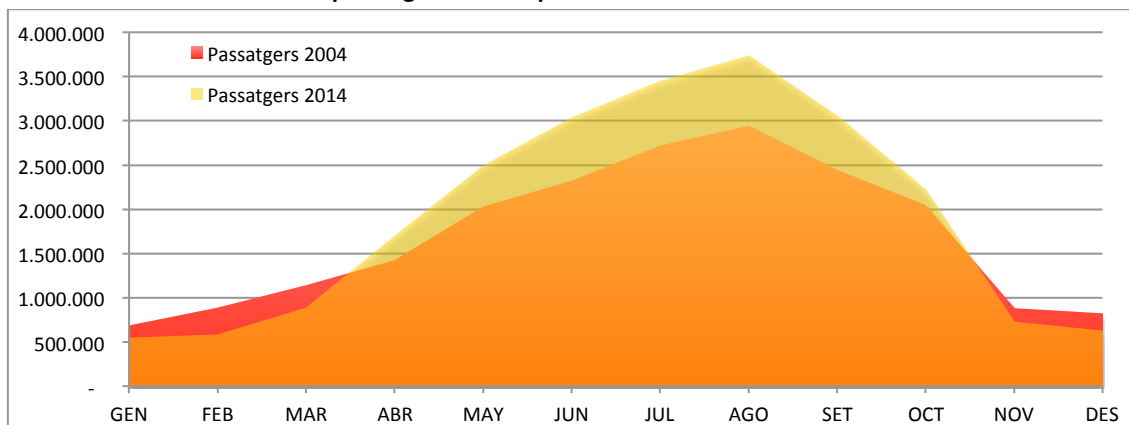
Segons informació d'AENA, l'aeroport de Palma de Mallorca compta amb nombroses rutes a la majoria de ciutats europees emissores importants de turisme, però la mateixa font no especifica en quina temporada de l'any estan disponibles aquestes connexions.



Font: AENA, 2015

Segons les estadístiques d'AENA, l'any 2014 van arribar un 13% més de passatgers a l'aeroport de Palma de Mallorca, 23,1 milions respecte a 20,3 milions de l'any 2004, però l'estacionalitat s'ha agreujat, com es pot observar en la següent gràfica que demostra que aquest increment es produeix sobretot en els mesos de temporada mitjana i alta d'abril a setembre.

Arribades de passatgers a l'aeroport de Palma de Mallorca 2004 i 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'AENA, 2015

D'aquestes dades es desprèn que la condició insular de la destinació que no permet l'arribada en un altre transport que no sigui aeri o marítim és un dels clars condicionants pel seu futur desenvolupament ja que sempre hi haurà una elevada dependència en les polítiques de desenvolupament dels operadors de transport i les polítiques generals de l'illa i l'arxipèlag pel que fa a la promoció turística.

Condicionants geogràfics i ambientals

Tal i com s'esmenta al "Plan Estratégico Turístico Alcúdia, Playa de Muro y Can Picafort", des del punt de vista fisiogràfic, la Badia d'Alcúdia es caracteritza per presentar una costa sorrenca i d'escassa altitud sobre el nivell del mar, amb absència de grans desnivells topogràfics. El punt més elevat correspon a la muntanya de S'Atalaia, situada al municipi d'Alcúdia, amb 445 metres d'altitud. En aquest tram costaner de Mallorca es troben les principals zones humides de l'illa, com l'Albufera (Parc Natural des de l'any 1988), entre Alcúdia i Muro, i l'Albufereta (declarada Reserva Natural), entre Alcúdia i Pollença.

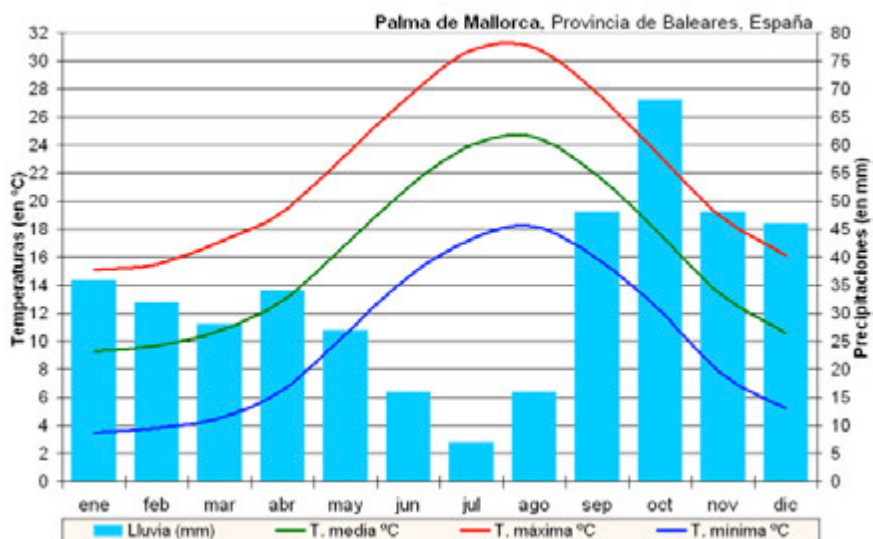
Al municipi de Santa Margalida es troben 7.270 hectàrees de territori protegit, 7.269 ha declarades Àrea Natural d'Especial Interès i 126 ha declarades Àrea rural d'interès paisatgístic, destacant la finca Refugi de Son Real que compta amb una ubicació privilegiada a la franja costanera entre Can Picafort i Son Serra de Marina.

Per altra banda, el Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi ambient cataloga al municipi 7 platges i cales, que sumen entre totes 2.850 metres de línia de platja i 20,41 ha de superfície. L'onatge en les mateixes sol ser moderat.

El clima de la Badia d'Alcúdia és, igual que a la resta de Mallorca, típicament mediterrani, amb unes temperatures mitjanes temperades i un règim de precipitacions estacional, coincidint l'estació seca amb la més càlida en els mesos d'estiu. Les precipitacions mitjanes estan compreses entre els 450 i els 650 mm, el 40% de les quals té lloc durant la tardor, el 25% a la primavera, el 25% a l'hivern i només el 10% a l'estiu. Les temperatures mitjanes anuals estan entre els 16 i els 18 °C, amb màximes els dies d'estiu al voltant dels 30 °C; no obstant això, a l'estiu poden assolir temperatures màximes per sobre dels 40 °C, mentre que a l'hivern les mínimes poden caure per sota dels 9 °C.

La temperatura mitjana del mar és relativament càlida, amb temperatures superficials que arriben a 25°C a l'agost i que no baixen dels 14 °C a l'hivern. La presència del mar exerceix un efecte regulador sobre les temperatures de l'illa, la qual cosa fa que l'amplitud tèrmica entre la nit i el dia i entre les diferents estacions no sigui tan marcada com a la Península.

Climograma Illa de Mallorca, Institut Nacional de Meteorologia, dades 1971-2000



Fonts: Institut Nacional de Meteorologia, 2015

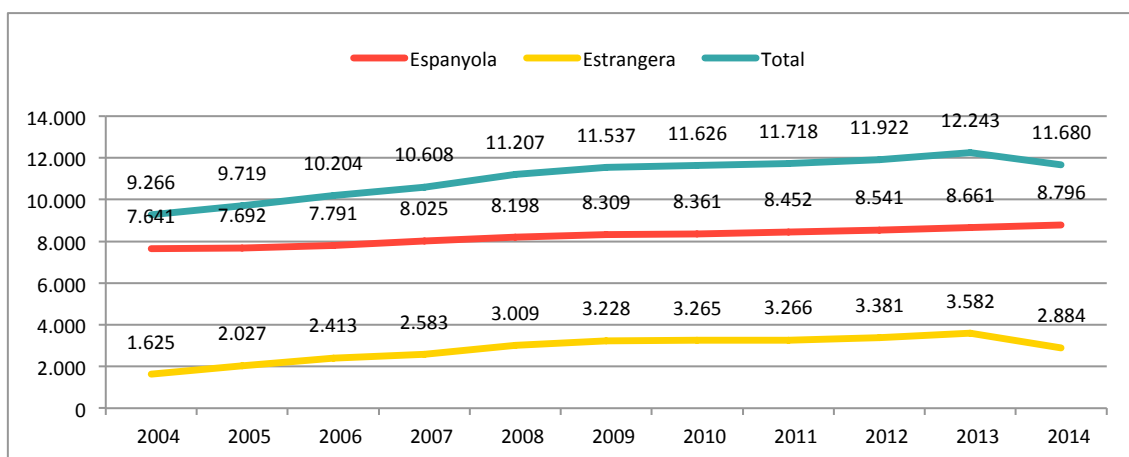
Anàlisi sociodemogràfic i socioeconòmic

Evolució demogràfica i característiques de la població actual

El municipi de Santa Margalida ocupa la superfície de 8.645,55 hectàrees del territori mallorquí, ocupant el **2,39%** de la superfície insular. L'any 2014 la població registrada a tot el municipi va ser de **11.680 habitants**, el **1,36%** del total de la Illa de Mallorca.

El creixement de la població ha estat constant des de l'any 2004 fins l'any 2013, en 2014 es va donar de baixa del padró municipal una part important de la població estrangera, principalment la d'origen alemany i d'altres països europeus.

Evolució de la població empadronada al Municipi de Santa Margalida per nacionalitat, 2004-2014

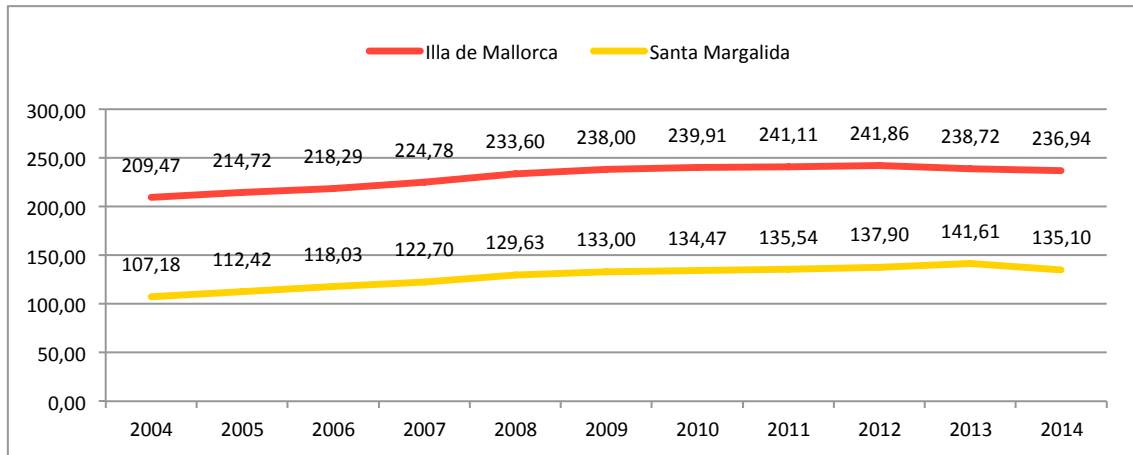


Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

La densitat de població, és a dir la pressió poblacional sobre el territori, és molt més baixa a nivell del municipi comparant amb dades de tota l'illa. La seva evolució és manté regular en els últims 10 anys,

amb constant increments anuals, menys en les dades de l'últim any on es trenca la seva tendència creixent. La densitat de població actual arriba als **135,1 habitants per quilòmetre quadrat**.

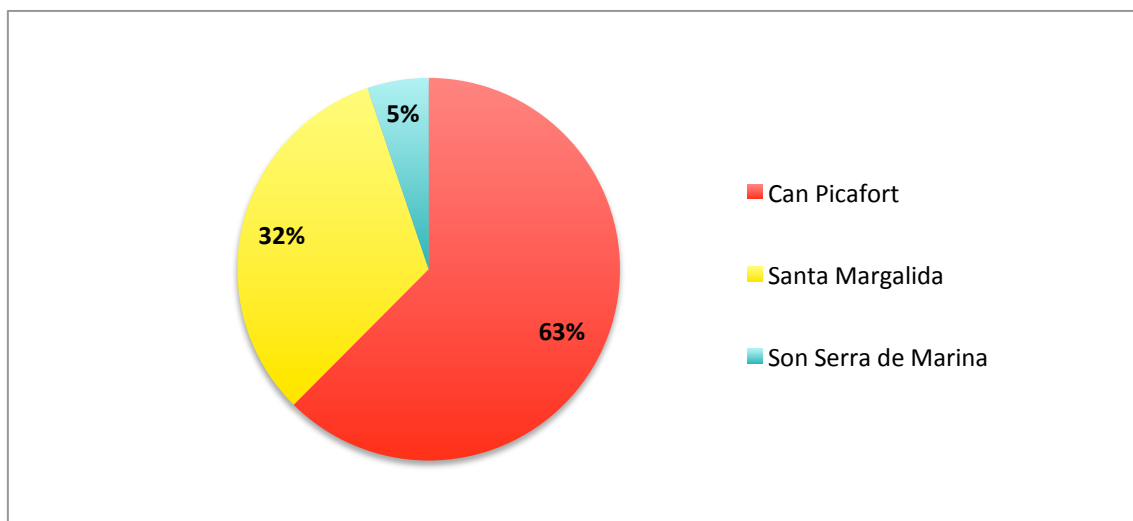
Densitat de la població, habitants per quilòmetre quadrat. Evolució 2004-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

Dins del municipi, la població es distribueix en tres unitats territorials, sent la de **Can Picafort la de més habitants, 7.296**, seguida del nucli poblacional de Santa Margalida amb 3.779 habitants i Son Serra de Marina amb 605 habitants empadronats.

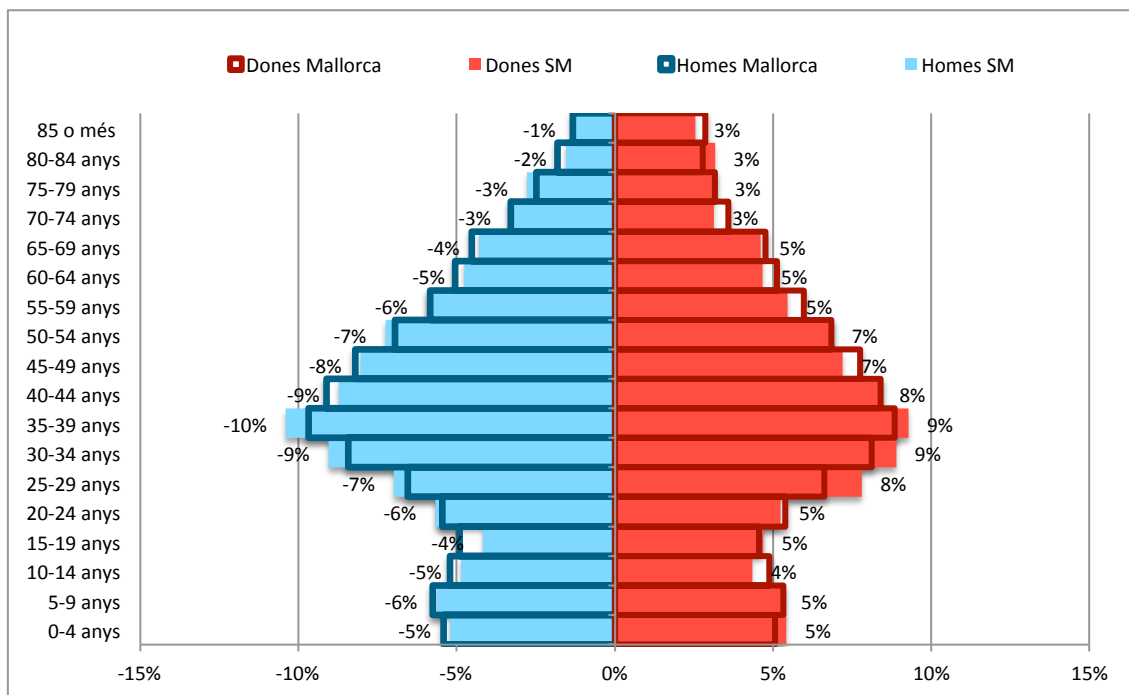
Distribució de la població entre entitats singulars del municipi de Santa Margalida, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

En termes generals, la població del municipi és lleugerament més jove que el conjunt de la població de l'illa, situant-se l'indicador d'edat mitjana de la població del municipi en 40,21 anys respecte a 40,47 de mitjana para tota la població mallorquina.

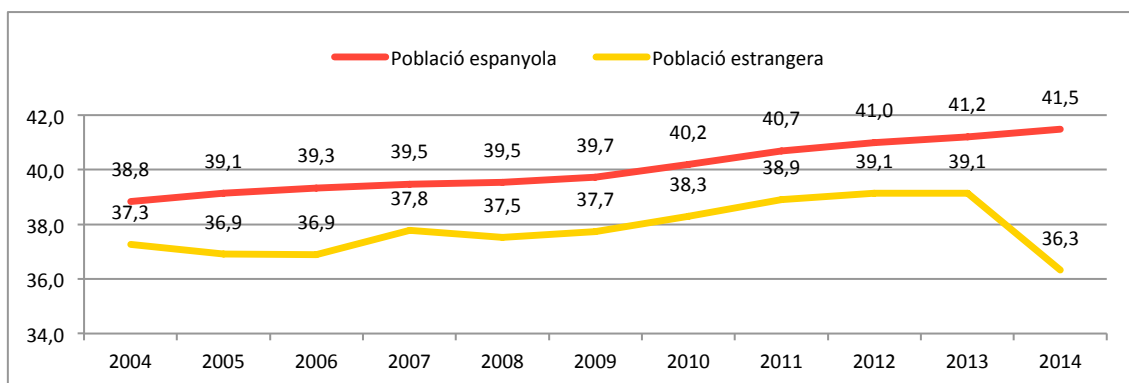
Piràmide de població comparada Municipi de Santa Margalida/Illa de Mallorca, per sexe, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

No obstant això, tal com es pot observar en la següent gràfica, l'envelliment de la població és progressiu, encara que en part mitigat per una mitjana d'edat menor de la població estrangera.

Població per nacionalitat i edat mitjana, Municipi de Santa Margalida, evolució 2004-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

La població estrangera va augmentar des de l'any 2004, quan comprenia 1.625 estrangers empadronats i que representaven el 18% de la població total, a 2.884 persones empadronades l'any 2014, representant el 25% de la població total actual. La població de nacionalitat espanyola va registrar un increment de 15,1% i els estrangers van augmentar en un 77,5%, per sobre de la mitjana de Mallorca que es troba a 48% de increment, contribuent així en gran mesura la població estrangera al creixement poblacional total que es situa en 26,1%.

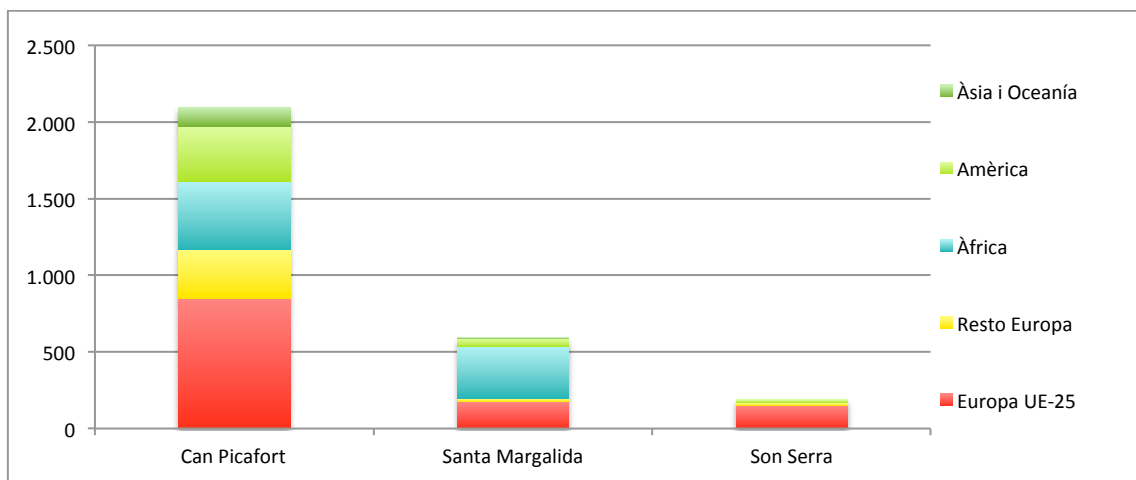
Variació de la població empadronada al municipi segons nacionalitat, 2004-2014

	Any 2004	% sobre total	Any 2014	% sobre total	Variació 04/14
Població espanyola	7.641	82%	8.796	75%	15,1%
Població estrangera	1.625	18%	2.884	25%	77,5%
TOTAL	9.266	100%	11.680	100%	26,1%

Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

Per entitats singulars la població estrangera es concentra sobre tot a Can Picafort, malgrat també hi ha una part important de la població d'origen africà empadronada al nucli de Santa Margalida.

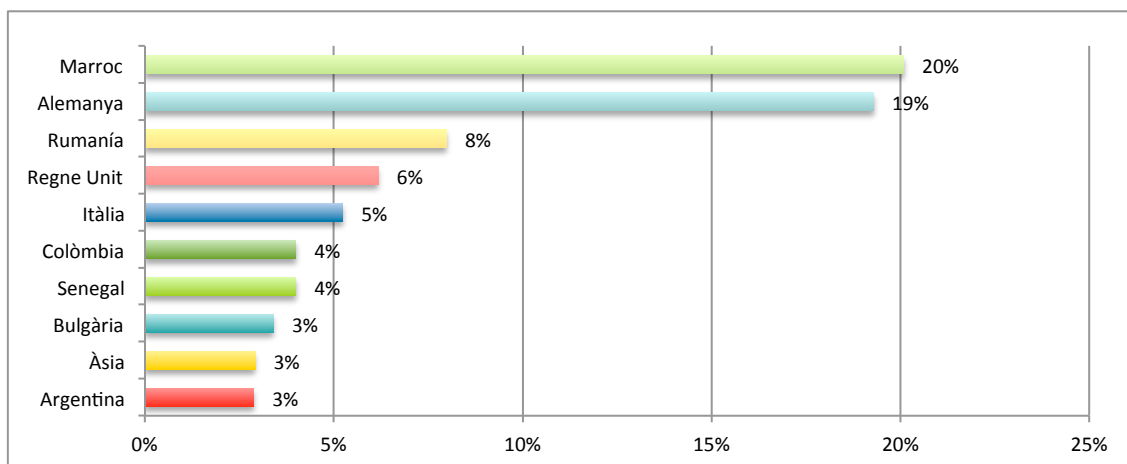
Distribució de la població estrangera per entitats singulars i continents, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

Les principals nacionalitats dels estrangers empadronats al municipi són la nacionalitat alemanya i la marroquina, sent la primera molt estable des del 2004, en canvi les nacionalitats que han augmentat més són la marroquina i la romanesa.

Principals nacionalitats de la població estrangera resident al Municipi de Santa Margalida, 2014



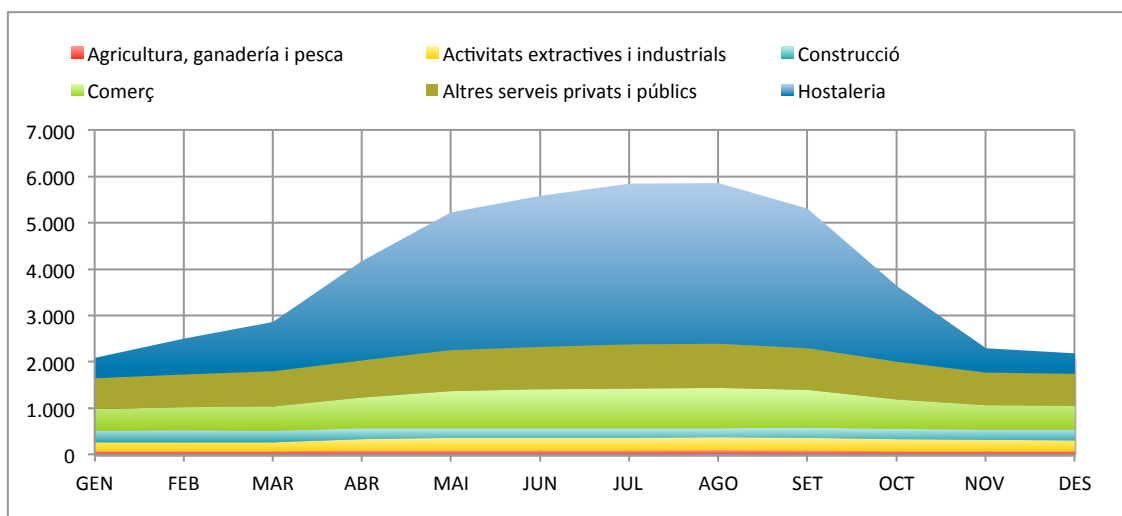
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, Padró municipal, 2014

Mercat de treball i atur

El mercat de treball, analitzat a partir de les dades de la afiliació a la Seguretat Social, mostra una elevada estacionalitat originada per la importància que té el sector de l'hostaleria al municipi i el seu entorn, **de mitjana de tots els mesos de l'any 2014, el 49% dels afiliats ho han estat sota l'epígraf d'hostaleria.**

En el mes de gener del 2014 els afiliats registrats baix l'epígraf d'hostaleria representaven un 21% del total dels afiliats (444 de 2.091), i el mes d'agost aquesta proporció canvia a un 59% (3.477 afiliats del total de 5.860).

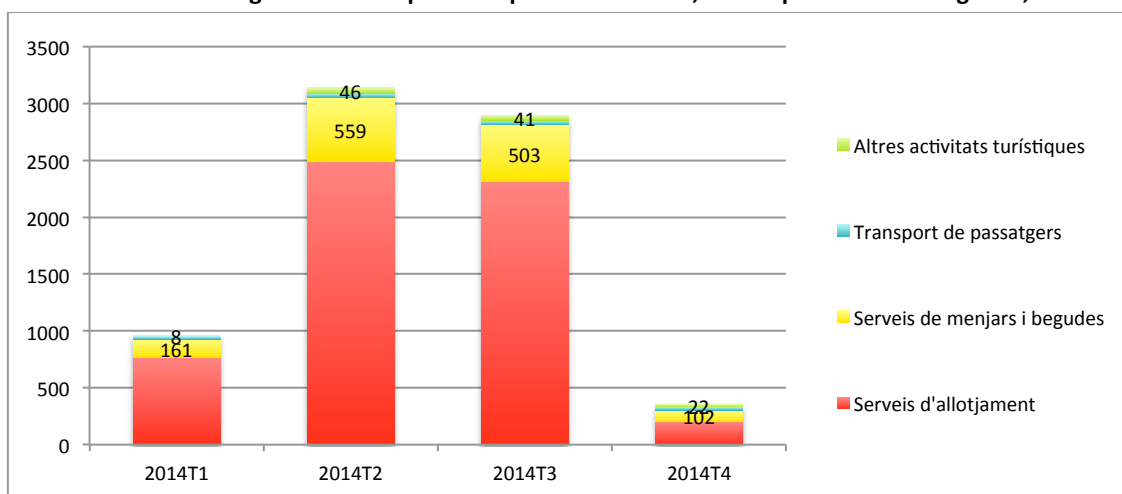
Afiliacions a la Seguretat Social per activitat econòmica, Municipi de Santa Margalida, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, dades secció treball, 2014

Desglossant el sector d'hostaleria en subsectors, a continuació es mostra la afiliació per branques d'activitat i trimestres. L'allotjament és la principal font de llocs de treball pels residents del municipi, seguida pels serveis de menjars i begudes. El transport de passatgers i altres activitats com agències de viatges no mostren tan elevada importància en el nombre de llocs de treball generats.

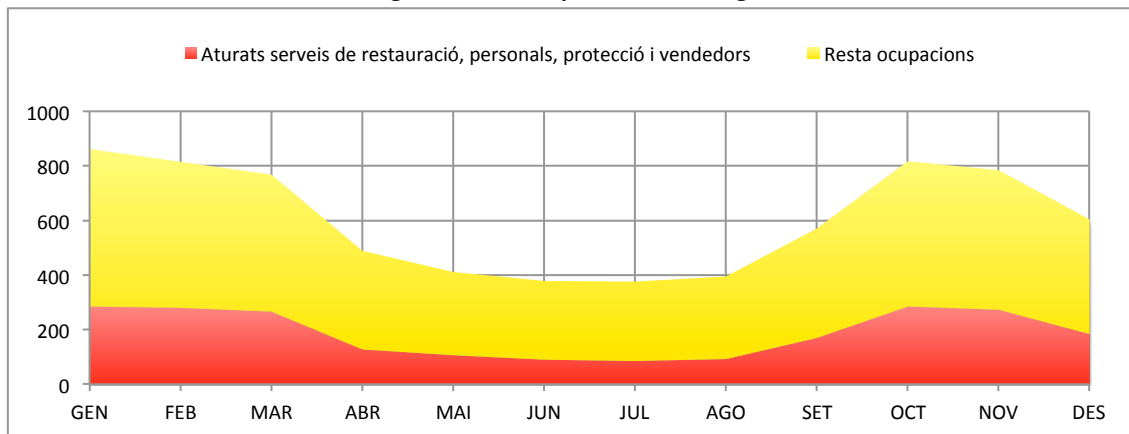
Afiliacions a la Seguretat Social per branques d'hostaleria, Municipi de Santa Margalida, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, dades secció treball, 2014

L'anàlisi de dades disponibles de l'atur mostra que de mitjana l'any 2014 es van registrar **606 aturats**, sent l'evolució de l'atur al municipi també molt subjecta a la temporalitat de l'activitat turística i els sectors afins, tal com es demostra en la següent gràfica.

Aturats registrats, Municipi de Santa Margalida, 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, dades secció treball, 2014

Segons dades disponibles de l'Anuari de la Caixa del any 2012, elatur registrat en percentatge sobre la població potencialment activa era de 6,5%, dada no molt elevada respecte a altres municipis de Mallorca.

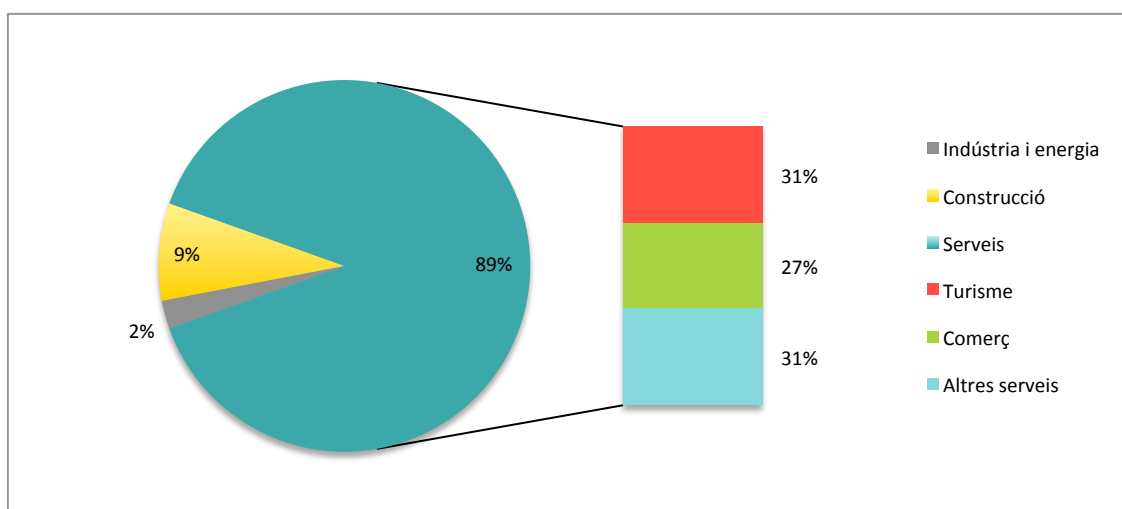
Empreses per tipologia i branques de l'activitat econòmica

Segons les dades obtinguts de la Cambra de Comerç de Mallorca, actualment estan registrades a Can Picafort 366 empreses de diferents sectors i branques d'activitat, però els serveis turístics són els que predominen en el seu conjunt, tal com es desprèn de l'anàlisi següent.

El sector serveis està representat per 326 empreses, el 89% del total, de les quals 113 lo són de serveis turístics, 100 de comerç bàsicament de por menor i 113 d'altres serveis a la població i les empreses.

Segons el mateix registre, cinc de les empreses turístiques compten amb més de 50 treballadors.

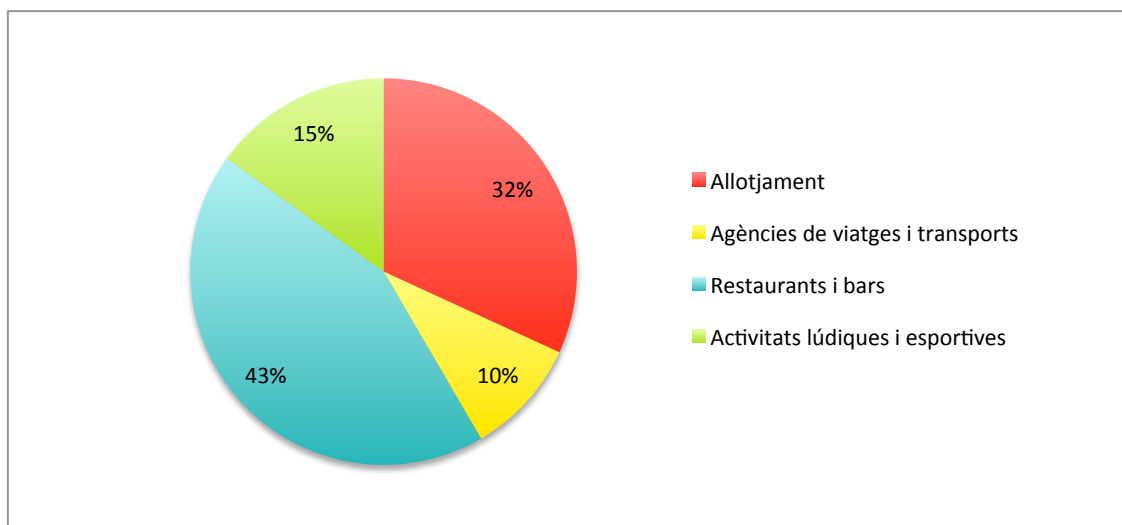
Distribució de les empreses per sectors i branques d'activitat principal



Font: Elaboració pròpia en base a dades de la Cambra de Comerç de Mallorca, abril 2015

Dins de la branca d'activitat de turisme, les empreses es divideixen segons la seva activitat principal en les següents categories:

Distribució de les empreses turístiques per tipus d'activitat



Font: Elaboració pròpia en base a dades de la Cambra de Comerç de Mallorca, abril 2015

Concretament, dins de les empreses que es poden considerar de la branca d'activitat de turisme, la subdivisió és la següent:

ALLOTJAMENT	
Hotels i motels	15
Hotels i apartaments	13
Hostals i pensions	4
Apartaments turístics	2
Allotjament extra hotelier	2
AAVV I TRANSPORTS	
Agències de viatges	3
Rent a Car / Taxis	7
Transport de passatgers col·lectiu	1
RESTAURANTS I BARS	
Restaurants de 2 tenedors	6
Restaurants de 1 tenedor	15
Cafeteries de 2 i 3 tasses	2
Cafeteries de 1 tassa	10
Bars	13
Sales de ball i discoteques	3
ACTIVITATS	
Organització d'activitats esportives i lloguer material	8
Serveis nàutics	5
Activitats lúdiques i de relaxació	4

Font: Elaboració pròpia en base a dades de la Cambra de Comerç de Mallorca, abril 2015

La majoria de les empreses no compta amb més de 50 treballadors, solament es registren 5 empreses d'allotjament turístic que són d'una dimensió més elevada, la resta són generalment petites i mitjanes empreses familiars.

Conclusions anàlisi d'àmbit territorial

- ✓ Ubicació privilegiada al mig de la Badia d'Alcúdia
- ✓ Bona accessibilitat general, ubicació a 1 hora de trajecte a les principals infraestructures d'accés a l'illa (port i aeroport) i relativa proximitat a altres grans atractors de demanda a l'illa
- ✓ Connectivitat condicionada per la insularitat de la destinació, amb estacionalitat de vols molt marcada per les temporades del turisme de sol i platja
- ✓ Existència de platges i espais naturals protegits en bon estat de conservació a prop dels nuclis de Can Picafort i de Son Serra
- ✓ Climatologia molt suau tot l'any, encara que hi ha condicions meteorològiques específiques dins de l'entorn de la Badia, menys favorables que a les zones sud de l'illa pel turisme de sol i platja
- ✓ Creixement sostingut de la població
- ✓ Piràmide de població molt equilibrada, edat mitjana de la població per sota de la mitjana de l'illa
- ✓ Una part important de la població resident es estrangera, destacant la població empadronada de nacionalitat alemanya
- ✓ Mercat de treball molt dependent de l'activitat turística, gairebé la meitat dels afiliats a la seguretat social lo és al sector de l'hostaleria
- ✓ Alta estacionalitat dels llocs de treball
- ✓ Els serveis d'allotjament proporcionen el 80% dels llocs de treball de afiliats dins del sector de turisme
- ✓ Taxes d'atur més baixes que la mitjana d'altres municipis de l'illa de Mallorca
- ✓ Teixit empresarial nombrós de petites i mitjanes empreses (366)
- ✓ Gairebé el 90% de l'activitat econòmica al municipi es genera en el sector serveis
- ✓ El sector turístic, amb 113 empreses directament relacionades amb turisme, i moltes altres complementàries, és el motor principal de l'activitat econòmica de la destinació, no hi ha a dia d'avui ningú sector alternatiu desenvolupat
- ✓ De les empreses censades dins del sector turístic, el 43% lo són de la branca de restauració i bars i el 32% de la branca d'allotjament

1.2 Anàlisi d'àmbit de gestió i planificació de la destinació

Avaluació de capacitats d'administració, gestió i promoció

Àmbit Balear i de l'Illa de Mallorca

Des de l'any 1987, la Comunitat Autònoma de les Illes Balears ha tingut uns ens instrumentals de desenvolupament de la promoció de l'oferta turística balear en els mercats nacional i internacional. Així, l'Institut Balear de Turisme (IBATUR), que es va crear mitjançant la Llei 3/1989, de 29 de març, d'entitats autònomes i empreses públiques i vinculades a la Comunitat Autònoma de les Illes Balears, tenia com a àmbit territorial per a l'exercici de les seves funcions la comunitat autònoma de les Illes Balears. L'entitat va ser sofrint diverses modificacions, tant de denominació, com organitzatives, sempre amb l'objectiu d'adequar l'empresa a la realitat del moment per poder desenvolupar les funcions amb la major eficàcia possible.

Entre febrer de 2004 i maig de 2010 una altra empresa pública, INESTUR, va treballar seguint els objectius genèrics de promoure la investigació i la millora dels productes turístics, de la tecnologia i de l'entorn turístic. Amb l'aprovació del Decret 66/2010, de 21 de maig, pel qual es reorganitza, reestructura i regula l'entitat pública encarregada de la promoció turística de les Illes Balears, es va dissoldre l'INESTUR, subrogant tots els seus drets i obligacions a l'**Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB)** assumint aquesta gran part de les funcions que fins aleshores exercia l'Institut.

Es perseguia amb això aconseguir dos objectius prioritaris: d'una banda, aconseguir una adequada organització dels recursos humans del que eren IBATUR i INESTUR, així com deixar la porta oberta a la integració dins de l'ATB de nous ens de la comunitat autònoma que poguessin tenir cabuda dins de les finalitats i l'estructura de l'ATB; d'altra banda, involucrar el sector privat; així, el sector privat es configura com a part important de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, aconseguint una **coresponsabilitat publico-privada**.

Aquesta participació de les entitats públiques i privades en l'ATB s'estableix fonamentalment a través d'un òrgan de govern, el **Consell de Direcció**, i la creació d'un òrgan de participació, el **Consell Assessor**.

El primer d'aquests, el Consell de Direcció, és l'òrgan de decisió, control i supervisió de l'Agència. Quant a l'òrgan de participació, el Consell Assessor, de caràcter ampli i general, incorpora entre els seus membres un nombre important d'agents socials, econòmics i institucionals, i així garanteix la pluralitat de visions sobre la promoció i planificació turística de les Illes Balears.

La inclusió del sector privat en l'òrgan de decisió de l'ATB, i la potenciació de la Comissió Interdepartamental del Turisme, té com a objectiu donar el protagonisme necessari al sector turístic en la presa de decisions i igualment potenciar les marques de Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera a través de les accions de promoció turística que adoptaran els consells insulars, propiciades des de les comissions executives, òrgans de gestió, juntament amb el director gerent de l'Agència.

L'ATB s'organitza en sis àrees:

1. Serveis Generals, per a la gestió econòmica i financera de l'entitat, així com el control del Departament Jurídic i la gestió dels recursos humans de l'entitat.
2. Màrqueting Turístic i Intel·ligència de Mercats, per a l'estudi de mercats per tal d'identificar nous segments de mercat i poder atraure nous consumidors del producte turístic balear.

3. Gestió de Promoció Turística, amb la funció de posar en marxa les accions promocionals en el mercat nacional i internacional que decideixi el Consell de Direcció de l'ATB per a la promoció de les Illes Balears.
4. Projectes Europeus, a qui correspon la gestió jurídica, econòmica i tècnica de projectes europeus, nacionals i locals en què participi l'ATB en l'exercici de les seves finalitats.
5. Productes Turístics, encarregada la gestió dels clubs de producte, el desenvolupament de programes, sistemes i plans de qualitat referits al sector turístic, a través de les anàlisis de qualitat.
6. Tècnica Facultativa, on es duen a terme projectes de millora d'infraestructures turístiques, projectes, activitats i actuacions destinats a la millora de l'entorn turístic i, en particular, a la remodelació i la rehabilitació de zones turístiques.

Aquestes àrees queden integrades sota l'estructura de l'ATB, conformada per 3 òrgans de Govern, 3 òrgans de gestió i un òrgan de participació com és el Consell Assessor.

Destaquem per la seva importància al Consell Assessor que està format per:

- a) Els membres del Consell de Direcció, el president també ho serà del Consell Assessor.
- b) Cinc membres elegits per les associacions empresarials de les Illes Balears que tenen la consideració de més representatives, d'acord amb la representativitat reconeguda pel Govern de les Illes Balears.
- c) Un membre de cadascuna de les federacions o associacions hoteleres, que representin cadascuna de les Illes Balears.
- d) Cinc membres escollits entre les federacions d'hostaleria, associacions hoteleres i altres organitzacions que tenen la consideració de més representatives, d'acord amb la representativitat reconeguda pel Govern de les Illes Balears.
- e) Un representant de la FELIB.
- f) Un representant de cada un dels tres sindicats més representatius.
- g) Un representant de cadascuna de les tres entitats més representatives de l'oferta complementària.
- h) Un representant de cadascuna de les cambres de comerç.
- i) Fins a dotze representants més, nomenats pel Consell de Direcció i escollits entre les persones i les entitats públiques o privades representatives del sector turístic de les Balears.

Els membres del Consell Assessor han de ser nomenats i rellevats pel conseller de Turisme, llevat dels membres que formen part del Consell Assessor perquè pertanyen al Consell de Direcció, els quals cessen quan cessen en el Consell de Direcció.

Són funcions del Consell Assessor:

- a) Rebre informació de tots els assumptes relacionats amb l'ATB i que siguin del seu interès.
- b) Estar assabentat de les necessitats i les aspiracions socials que consideri que l'ATB ha de contribuir a satisfer.
- c) Promoure l'ajuda econòmica del sector turístic i els convenis amb entitats i empreses que col·laboren en la millora de la qualitat turística i el desenvolupament turístic en general.

- d) Presentar propostes o suggerir al Consell de Direcció actuacions o projectes oportuns per al desenvolupament de les finalitats de l'ATB.
- e) Elevar al conseller de Turisme i al Consell de Direcció les peticions i els suggeriments que cregui convenients sobre l'organització i el funcionament de l'ATB.
- f) Dotar de contingut la col·laboració públic-privada en la gestió del turisme a les Illes Balears.

Àmbit municipal

Des d'un punt de vista merament municipal, i en concret en el cas de l'Ajuntament de Santa Margalida, les competències de gestió, ordenació i promoció del Turisme es troben recollides en l'**Àrea de Comerç i Turisme**, àrea que al seu torn consta de dues subunitats:

- ✓ Mercat Can Picafort i Ocupació de Via Pública
- ✓ Oficina d'Informació Turística, amb una persona encarregada d'oficina

L'àrea de turisme compta amb una persona que atén a l'oficina de informació turística situada al passeig marítim de Can Picafort, dispensant als visitants mapes del municipi, mapes de ciclisme i senderisme de la zona, fullets del municipi, però no d'altres àmbits o de l'illa per falta de disponibilitat d'aquest material.

Per altra banda, des de la pàgina web de l'ajuntament es pot accedir a la pàgina promocional de Can Picafort que compta amb informació molt bàsica i solo informativa (web 1.0) sobre la destinació i la seva oferta, facilitant enllaços a l'oferta d'allotjament, però no als altres recursos i oferta complementària. Can Picafort compta amb imatge de marca turística pròpia.

Pàgina web promocional de Can Picafort

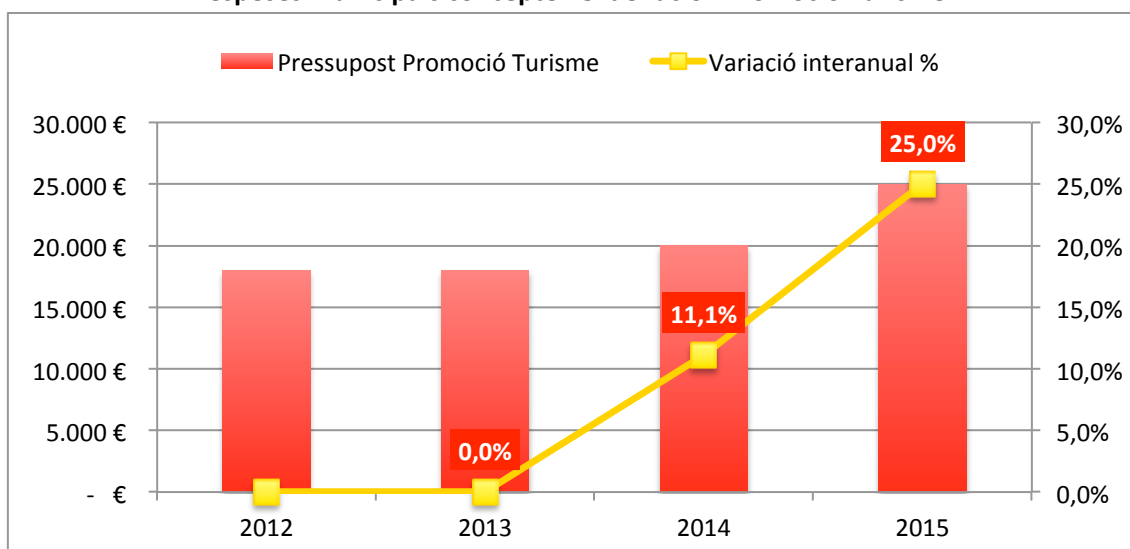


© 2008 - Ajuntament de Santa Margalida - Axi legal - Orditx - Google Maps - Museu Cultural de Santa Margalida

Font: Pàgina web municipal Santa Margalida

El pressupost municipal que s'assigna a la partida de despeses baix la denominació "**Ordenació i Promoció de Turisme**" va créixer els últims tres anys, però igualment en comparació amb la importància que té el turisme com sector econòmic al municipi es pot considerar força baixa.

Despeses municipals concepte "Ordenació i Promoció Turisme"



Font: Pressuposts municipals 2012-2015, Ajuntament de Santa Margalida

El pressupost municipal cobreix algunes de les actuacions puntuals sobre els recursos patrimonials, així com el condicionament, neteja i vigilància de platges durant la temporada, però no compta amb prou recursos que puguin significar una posada en valor més significativa dels atractius potencials de la destinació.

Conclusions de l'anàlisi d'àmbit de gestió

- ✓ A nivell autonòmic i insular, les capacitats de gestió i promoció són força elevades i estructurades pel pes que representa el turisme a l'economia balear
- ✓ Pel contrari, el municipi compta amb molt poca dotació per escometre accions importants a l'àmbit de gestió i promoció turista
- ✓ Es detecta una necessitat important de col·laboració interinstitucional i d'àmbit supramunicipal per poder trobar recursos financers i humans per poder executar accions de més envergadura i de reconversió de la destinació, així com millorar la seva promoció actual com a tal

Anàlisi de la normativa vigent, plans i propostes d'actuació territorials i municipals

La Comunitat Autònoma de les Illes Balears compta amb una legislació extensa i adaptada a l'entorn actual de la situació econòmica i turística de les illes, incloent mesures concretes que permeten l'adaptació a nous models de desenvolupament de l'activitat a les destinacions madures, així com potencien la desestacionalització de les arribades de les turistes a les diferents illes del arxipèlag balear.

D'entre les instruments de normativa i legislació vigent a nivell autonòmic es tindran en compta en les propostes d'actuació les següents:

- ✓ **Llei General Turística, Llei 8/2012**, de 19 de juliol, del Turisme de les Illes Balears
- ✓ **Decret Llei 1/2012**, de 7 de juny, de mesures urgents de caràcter turístic i d'impuls de les zones turístiques madures
- ✓ **Decret Llei 3/2014**, de 5 de desembre, de mesures urgents destinades a potenciar la qualitat, la competitivitat i la desestacionalització turística a les Illes Balears
- ✓ **Decret 20/2015**, de 17 d'abril, de principis generals i directrius de coordinació en matèria turística; de regulació d'òrgans assessors, de coordinació i de cooperació del Govern de les Illes Balears, i de regulació i classificació de les empreses i dels establiments turístics, dictat en desenvolupament de la Llei 8/2012, de 19 de juliol, de Turisme de les Illes Balears

Llei General Turística, Llei 8/2012, de 19 de juliol, del Turisme de les Illes Balears

Objecte i finalitat de la llei

1. L'objecte d'aquesta llei és l'ordenació, la planificació, la promoció, el foment i la disciplina del turisme i de la qualitat en la prestació de serveis turístics de les Illes Balears en el marc de l'Estatut d'Autonomia i de la resta de l'ordenament jurídic.

2. Aquesta llei té per finalitat:

- a) Impulsar el turisme sostenible com el principal sector estratègic de l'economia de les Illes Balears, generador d'ocupació i de desenvolupament econòmic.
- b) Promocionar les Illes Balears com a destinació turística de referència a la Mediterrània, atenent la seva singularitat insular i la seva realitat cultural, mediambiental, econòmica i social, impulsant la desestacionalització i potenciant els valors propis d'identitat de cadascuna de les illes.
- c) Promocionar Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera com a marques turístiques, garantint-los un tractament que n'asseguri la màxima difusió interior i exterior.
- d) Millorar la competitivitat del sector turístic mitjançant la incorporació de criteris d'ordenació i planificació, d'innovació, de professionalització, d'especialització i formació dels recursos humans i de garantia de la qualitat turística, que millorin la rendibilitat de la indústria turística balear sense desatendre la sostenibilitat i la màxima protecció mediambiental.
- e) Eradicar la competència deslleial i l'oferta il·legal o clandestina.

- f) Fomentar la investigació, el desenvolupament i la innovació tecnològica com a prioritats que impulsin el progrés del sector turístic a la comunitat autònoma de les Illes Balears.
- g) Defensar i protegir els usuaris dels serveis turístics.
- h) Fomentar la diversificació de l'oferta turística.
- i) Millorar l'accessibilitat dels recursos i els serveis turístics.
- j) Protegir, conservar i difondre els recursos turístics d'acord amb els principis de desenvolupament sostenible i de qualitat mediambiental.

Articles clau en la transformació territorial

Article 77. Zones turístiques saturades o madures.

Cada consell insular pot declarar mitjançant acord del Ple les zones turístiques saturades o madures.

Article 78. Reconversió i canvi d'ús.

- ✓ Regularitza edificació fora d'ordenació
- ✓ Permet transformació per raons d'obsolescència

Conclusió d'anàlisi

L'existència d'un marc jurídic favorable a la transformació de territoris poc competitius a través de l'aprovació de plans a mida, reconversions i canvis és una oportunitat per reposicionar i viabilitzar a futur l'activitat turística en un entorn global.

Pla Integral de Turisme de Balears, Pla d'Acció 2015 Illes Balears

Objectiu:

El Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 va establir com a objectiu principal implantar i desenvolupar el TURISME RESPONSABLE, com una nova forma de turisme que mira cap al futur.

Tàctica legislativa i administrativa

La Llei 8/2012, de 19 de juliol, del Turisme de les Illes Balears, disposa en el seu article que, de conformitat amb la Llei 14/2000, de 21 de desembre, d'ordenació territorial, els plans d'intervenció en àmbits turístics (PIAT) són plans directores sectorials l'objecte és regular el plantejament, l'execució i la gestió dels sistemes generals de les infraestructures, els equipaments, i els serveis i les activitats d'explotació de recursos en l'àmbit de l'ordenació turística.

En aquest sentit, la finalitat del Pla director és aconseguir una ordenació efectuada des del reconeixement de la necessitat de preservació de l'entorn i de la planificació integral del territori, com a elements determinants per a la consecució d'una oferta turística de qualitat i diversificada. D'acord amb això i amb la Llei 14/2000 correspon als Consells Insulars respectius l'elaboració i l'aprovació dels plans directores sectorials.

Pla d'acció 2015 – Àrea de territori

	PROYECTO	ISLA	PRESUPUESTO
	PIAT Mallorca	Mallorca	450.000,00€
4	Mantenimiento pavimento Passeig Marítim. Fase II	Sta. Margalida	330.160,79 €

Conclusió d'anàlisi

S'ha definit com a objectiu principal implantar i desenvolupar el TURISME RESPONSABLE, que a nivell d'ordenació territorial es desenvolupa a través dels plans d'intervenció en àmbits turístics (PIAT), als quals es dota de la corresponent partida pressupostària.

Pla Estratègic Badia d'Alcúdia

Objectiu:

Tres municipis un destí: La projecció de la Badia d'Alcúdia com a destinació especialitzada en el turisme esportiu en les seves diferents vessants terrestre i aquàtica, juntament amb els atributs i recursos ja explotats fins al moment (platges, naturalesa, etc.) permet oferir un producte totalment diferenciat a l'Illa de Mallorca. Tot això es recolzarà en una estratègia paraigua orientada al benestar actiu.

Es desenvolupa, per tant, a través del present Pla, una estratègia que alinea les potencialitats dels municipis sota una temàtica conjunta de Benestar Actiu, unit a l'esport a la natura i al litoral i el seu gaudi.

Respecte a Can Picafort:

- ✓ Identifica tots els atributs turístics, així com els espais / equipaments / patrimoni que els configuren
- ✓ Dona informació sobre la xarxa viària i el seu estat
- ✓ Descriu productes de senderisme/nòrdic walking
- ✓ Cicloturisme – 4 rutes/ecovies en el entorn pròxim

Conclusió d'anàlisi

Hi ha una visió força de destinació supramunicipal que integra el conjunt de la Badia d'Alcúdia sota una temàtica conjunta de Benestar Actiu, el gaudi de l'esport, la natura i el litoral.

Els atributs turístics existents tenen un gran potencial d'atracció i desenvolupament, per la qual cosa resulta de vital rellevància generar actuacions a nivell territorial que potenciïn aquesta visió de destinació, alhora que cada municipi desenvolupa els seus propis plans d'acció municipal.

El desenvolupament i ordenació de les infraestructures de mobilitat i aplicació de criteris de sostenibilitat i accessibilitat són claus en aquest plantejament.

Pla de Desenvolupament Turístic d'Alcúdia

Objectiu:

La projecció de la Badia d'Alcúdia com a destinació especialitzada en el turisme actiu.

Acció 9.1:

Creació d'una ruta cicloturística urbana que connecti el municipi des de la finalització del carril bici de Port de Pollença fins a Can Picafort. (pressupost 2014).

Per tant el projecte global connectarà gran part de la Badia d'Alcúdia ja que es crea un itinerari que va de Son Real, a Santa Margalida, fins al Port de Pollença passant per Muro i Alcúdia.

Conclusió d'anàlisi

L'execució de la ruta cicloturística paral·lela al front litoral serà d'una infraestructura de gran rellevància per a la consolidació del la Badia com a destinació de turisme actiu, millorant notablement la connectivitat amb la resta d'infraestructures cicloturístiques existents, així com la complementarietat amb la resta de l'oferta.

Connectar el traçat de la via en el tram entre Son Real i Can Picafort serà un gran dinamitzador d'activitat.

Revisió i Adaptació de les NNSS de Santa Margalida

Naturalesa i àmbit

Les Normes Subsidiàries (NNSS) Són l'instrument d'ordenació integral del territori del terme municipal i, de conformitat amb la legislació urbanística vigent, defineixen els elements bàsics de l'estructura general i orgànica del territori i classifiquen el sòl establint els règims jurídics corresponents a cadascuna de les seves classes i categories. Així mateix, ja sigui directament o per mitjà dels instruments de desenvolupament previstos, delimiten les facultats urbanístiques del dret de propietat del sòl i especifiquen els deures que condicionen l'efectivitat i l'exercici legítim d'aquestes facultats.

Unitats actuació NNSS

En sòl urbà:

- UA-01 SM
Es tracta d'una UA de creixement, situada al nucli de Santa Margalida.
Densitat residencial màxima: 14 habitatges (42 habitants).
- UA-02SM
Es tracta d'una UA de dotació, situada al nucli de Santa Margalida.
Densitat residencial màxima: 42 habitatges (126 habitants).
- UA-03SM
Es tracta d'una UA de dotació i de creixement, situada al nucli de Santa Margalida.
Densitat residencial màxima: 36 habitatges (108 habitants).
- UA-04SM
Es tracta d'una UA de renovació de la urbanització, situada al nucli de Santa Margalida.
Densitat residencial màxima :: 17 habitatges (51 habitants).
- UA-05SM
Es tracta d'una UA de dotació, situada al nucli de Santa Margalida.

Densitat residencial màxima: 16 habitatges (78 habitants).

- UA-06SM
Es tracta d'una UA de dotació i de creixement, situada al nucli de Santa Margalida.
Densitat residencial màxima: 4 habitatges (12 habitants).
- UA-01SS
Es tracta d'una UA de renovació de la urbanització, situada al nucli de Son Serra, amb la finalitat de recuperar el vial posterior que limita amb el sòl urbà.
Densitat residencial màxima: 70 habitatges (210 habitants).
- UA-02SS
Es tracta d'una UA a ordenar mitjançant un pla especial destinat a equipaments comunitaris (5,5 ha.) i un espai no edificable (1,3 ha.). La revisió incorpora una ordenació de detall a l'efecte que es pugui desenvolupar directament mitjançant projecte d'urbanització o de dotació.

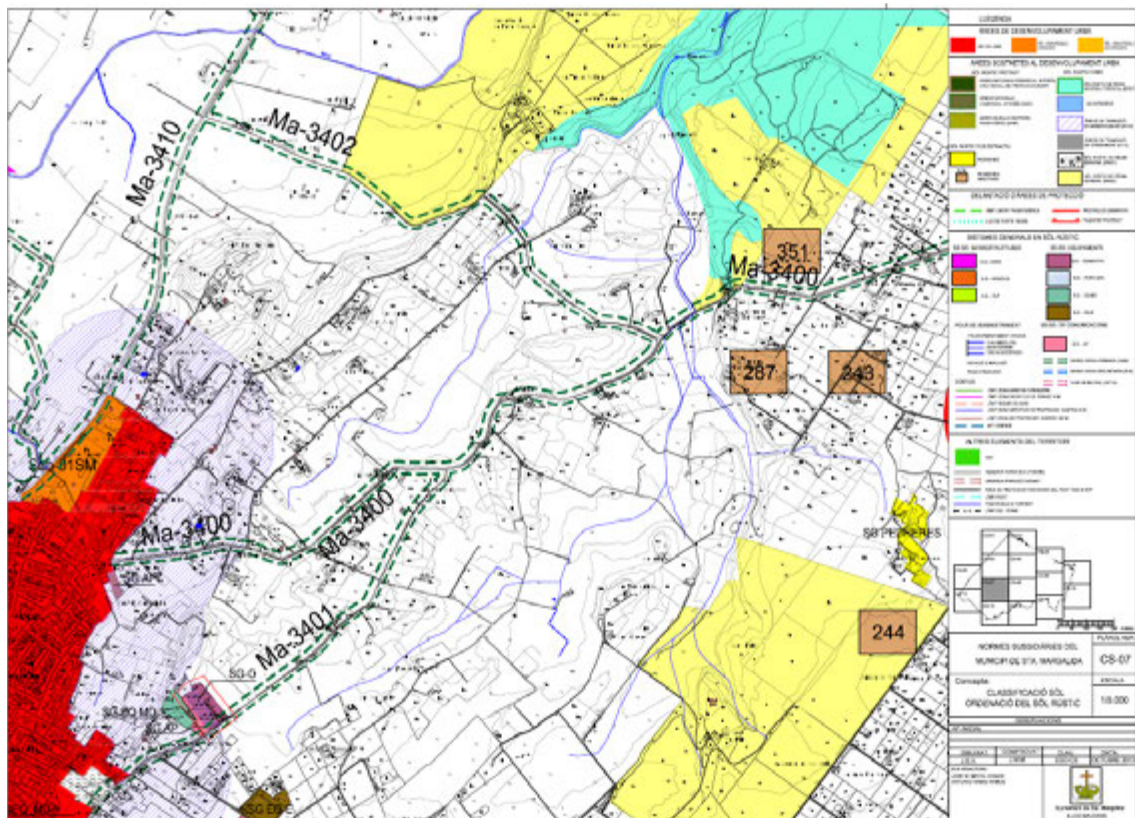
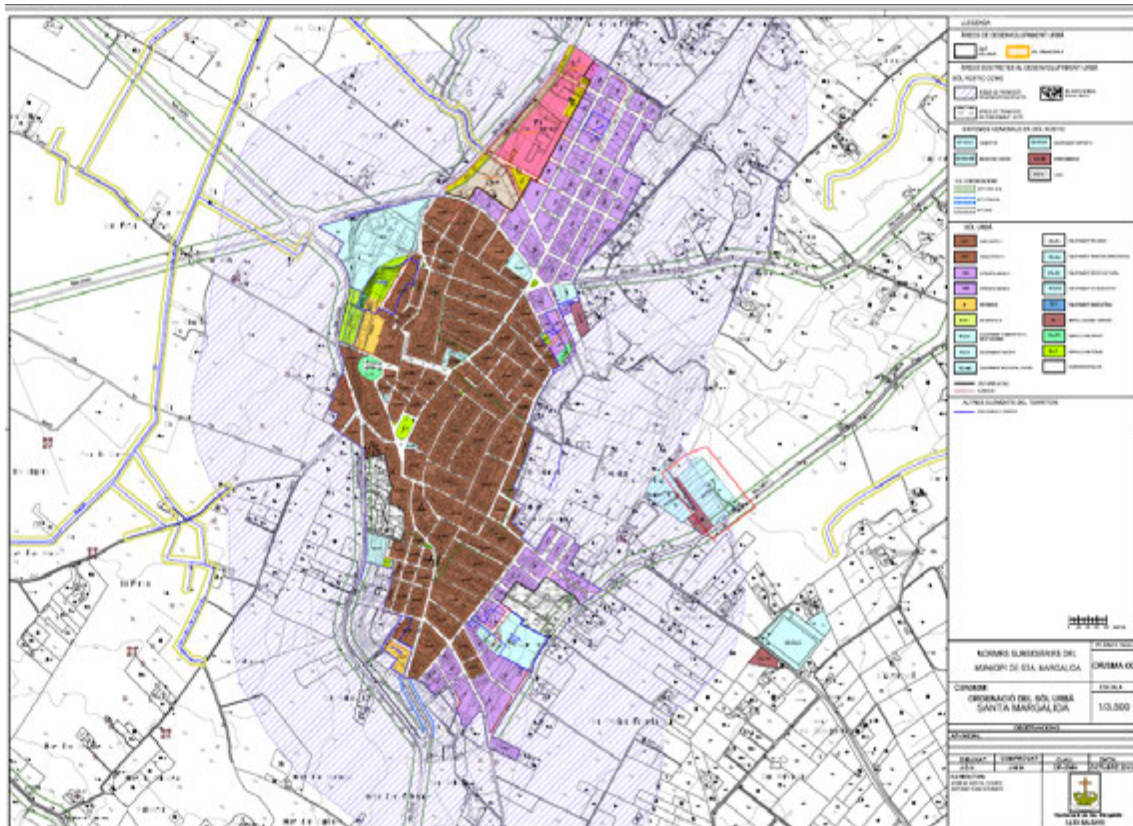
En sòl urbanitzable:

- SUB-01SM
Es correspon amb un sector urbanitzable no ordenat, situat a Santa Margalida, destinat a usos industrials i serveis.
- SUB-01CP
Es correspon amb el sector 14 de Can Picafort, de tipus residencial i turístic, amb pla parcial i projecte d'urbanització aprovats, tot i que amb obres sense executar en la seva totalitat i sense rebre.
- SUB-02CP
Es correspon amb un sector urbanitzable directament ordenat, situat a Can Picafort, de tipus turístic i que ocupa els terrenys corresponents als sectors 8 i part del 11 de les NN.SS. el 87.

El Pla Territorial adjudica 7,64 ha. de sòl a creixement residencial; turístic o mixt, no subjecte a actuacions en ART o RD, dels quals es consumeixen 0,18 s'ha. en la UA-01SM, 1,07 ha en la UA-04SM i 5,47 ha en el SUB-02CP, que totalitzen 6,72 ha, quedant un romanent de 0,91 ha.

A partir de les 396,11 ha. de superfície urbana actual, la màxima superfície de sòl industrial i de serveis sobre el creixement actual és de 19,80 ha., de les quals, descomptant la superfície industrial del sector 7 (8,68) i la SUB-01SM (2,73 ha), queda un romanent de sòl industrial i de serveis de 8,39 ha.

CASC SANTA MARGALIDA



CASC CAN PICAFORT

Conclusió d'anàlisi

Les actuacions previstes estan clarament diferenciades segons l'àmbit urbà i si es tracta de sòl urbà o urbanitzable:

- Santa Margalida
 - Urbà, es tracta d'actuacions destinades a consolidar buits urbans i generar noves dotacions d'habitatge (màxim total 258 unitats. / 675 hab.)
 - Urbanitzable, usos industrials i serveis
- Can Picafort,
 - Urbanitzable, dues actuacions ordenades destinades a usos residencial turístic i turístic. Sent aquest l'àmbit de major dotació de la reserva de sòl classificada.
- Son Serra,
 - Urbà, en aquest cas les dues operacions previstes tenen un gran potencial de transformació en el sector al tractar-se de infraestructures viàries i d'equipament.

ISA

Objectius

Els que estan d'acord amb el que estableix l'article 10.1 c. del "Reial Decret legislatiu 2/2008, de 20 de juny", pel qual s'aprova la "Llei del Sòl", atenent en ordenació del sòl, a:

- Accessibilitat universal
- Igualtat de tracte i d'oportunitats entre homes i dones.
- Mobilitat
- Eficiència energètica
- Garantia de subministrament d'aigua
- Prevenció de riscos naturals i d'accidents greus
- Prevenció i protecció contra la contaminació i limitació de les seves conseqüències per a la salut o el medi ambient

Conclusió d'anàlisi

Les NNSS estableixen criteris i intervingudes per a la implantació dels objectius abans esmentats, en el nostre cas són de vital rellevància la millora de l'accessibilitat universal i la millora de la mobilitat.

Estudi acústic

Objectius

Dels resultats obtinguts es conclou que és necessària l'execució de mesures correctores per a la protecció acústica dels edificis planejats en el desenvolupament urbanístic de les Normes subsidiàries del TM de Santa Margalida relacionades a continuació:

1. El desenvolupament de les ampliacions dels urbanitzables industrials haurà d'incloure un estudi acústic detallat i la creació de barreres acústiques (que proposi l'estudi acústic concret) amb les zones residencials properes.
2. Seria recomanable la reducció de la velocitat a la via Ma-12 que travessa el nucli urbà de Can Picafort de manera que no es produeixin nivells sonors elevats i hi hagi una compatibilitat completa amb els usos previstos en el planejament entorn a aquesta via.

3. La carretera Ma-3410 discorre perimetralment pel nord del nucli urbà de Santa Margalida. Si bé és cert, que el municipi es troba situat a certa alçada respecte al vial, és recomanable l'estudi dels usos previstos en el planejament en aquesta àrea ja que es tracta d'una carretera que recull una intensitat de trànsit elevada. Cal esmentar, que està previst un espai amb ús docent en les proximitats d'aquesta zona. Caldria valorar la necessitat de col·locació de barreres anti-soroll que mitiguin una possible afecció.

4. La realització de festes a l'aire lliure a l'estiu (especialment platges) hauria de comptar amb regulació mitjançant l'oportuna ordenança a l'efecte de compatibilitzar els usos i possibilitar el lliure gaudi de les platges. Aquest seria el cas per als nuclis de Son Serra i Can Picafort.

5. En relació al desenvolupament dels sectors urbanitzables es recomana que els plans parcials, a la seva zonificació i definició dels paràmetres edificatoris introdueixi l'aspecte acústic per garantir una adequada integració dels noves actuacions en l'entorn.



Conclusió d'anàlisi

Prioritària una actuació de reducció de velocitat sobre la via Ma-12, especialment en tot el traçat que discorre pel nucli urbà de Can Picafort, i en particular en el perímetre del polígon industrial.

Catàleg

Objectius

Identificar i protegir el patrimoni existent en el conjunt del municipi:

- Cultural / Civil
- Militar
- Religios
- Etnològic
- Monumental-Religios-Heràldic
- Jaciments arqueològics
- Béns d'interès paisatgístic i ambiental
- Industrial

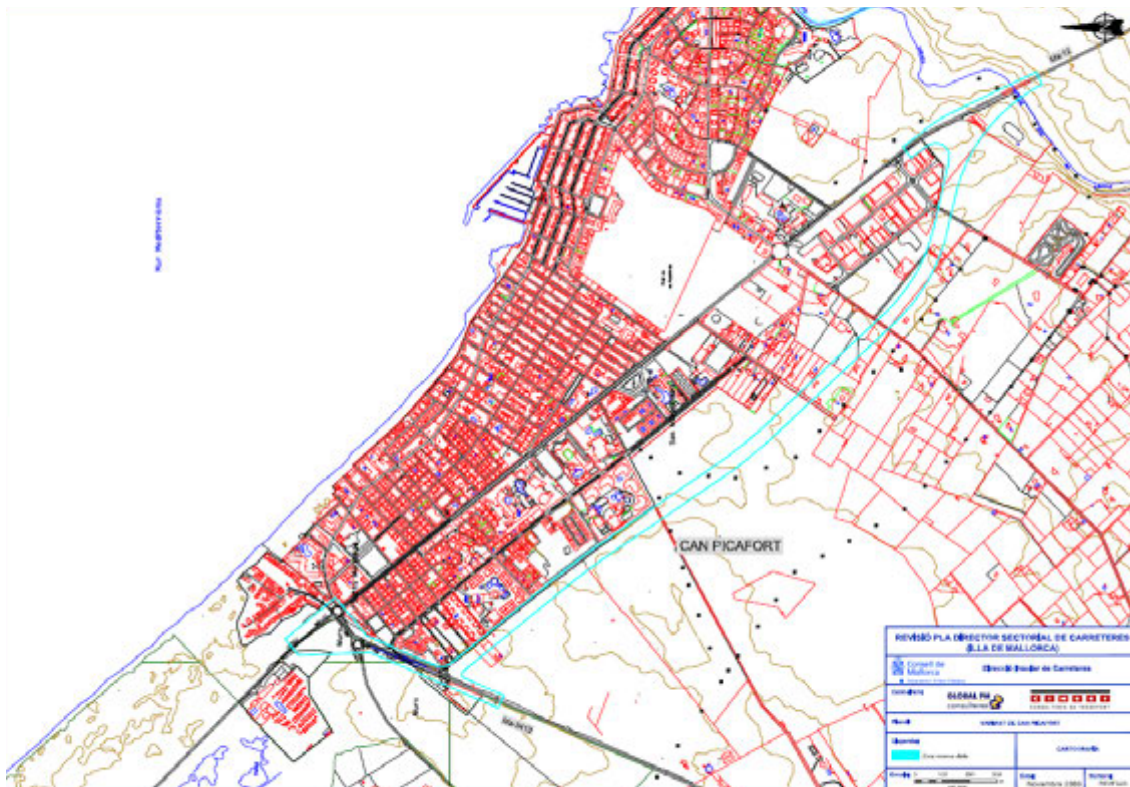
Conclusió d'anàlisi

El conjunt del catàleg ofereix una gran oportunitat per potenciar la comprensió del municipi com a unitat, la protecció dels béns catalogats, així com la divulgació i articulació de múltiples ofertes turístiques especialitzades.

Revisió "Pla Director Sectorial de Carreteres"

Revisió del "Pla Director Sectorial de Carreteres per a l'illa de Mallorca", aprovada definitivament pel Ple del "Consell Insular de Mallorca" en sessió celebrada el dia 03 de desembre de 2009 i publicat al BOIB núm. 183 de data 17 de desembre del 2009.

REVIF2.03 Variant de Can Picafort



Conclusió d'anàlisi

La variant prevista per desviar l'intens trànsit de la Carretera d'Artà-Alcúdia (Ma-12) perimetralment al nucli urbà de Can Picafort, permetrà la transformació de la carretera com un bulevard urbà amb caràcter cívic i comercial, permetent una gran millora en la connectivitat entre les àrees urbanes a banda i banda de la carretera, així com una millor estructuració de la mobilitat pública i privada.

La redacció del projecte i l'execució de l'obra s'hauria de considerar una actuació prioritària i estructurant per a la millora de la destinació.

Conclusions de l'àmbit de planificació des d'una òptica urbana

- ✓ El municipi de Santa Margalida està constituït per tres àrees urbanes molt diferenciades, que es perceben com a unitats inconnexes a tots els nivells (territorial; infraestructures; continguts-oferta):
 - Santa Margalida, nucli urbà tradicional i d'interior, amb previsió de petites actuacions de dotació i urbanització previstes per acabar de consolidar l'àrea urbana
 - Can Picafort, desenvolupament residencial-turístic de costa, configurant un continu de desenvolupaments turístics (Platja de Muro; Alcúdia; Pollença) a la Badia d'Alcúdia, amb previsió de dues unitats d'actuació rellevants destinades a l'ús turístic, que per situació i desenvolupament complementaran l'oferta existent encara que difícilment canviaran l'orientació de la destinació.
 - Són Serra, desenvolupament exclusivament residencial turístic massiu, amb aproximadament un 50% de les parcel·les urbanes pendents d'edificar i amb una important àrea d'actuació pendent de desenvolupament destinada a equipaments, i per tant un àrea amb un gran potencial de transformació.
- ✓ Hi ha una gran extensió de sòl no urbanitzable, amb àmplies zones protegides, que s'han d'incorporar com un tot en la comunicació/oferta de la destinació, alhora que s'estableixen tots els mecanismes necessaris per preservar i mantenir aquest preuat patrimoni.
- ✓ El conjunt d'Unitats d'Actuació previstes en sòl urbà i urbanitzable no suposen en si mateixes un element de transformació, és a dir no es disposa de sòl urbanitzable que permeti una transformació / dotació rellevant, el que significa que s'han de buscar altres estratègies, principalment de transformació i gestió.
- ✓ Can Picafort com a gran destinació turística de Santa Margalida, s'organitza com una urbanització residencial-turística madura del front litoral estructurada a partir de la Carretera d'Artà a Alcúdia (Ma-12) i al Passeig Marítim. La disposició dispersa dels equipaments no genera un centre identificable i per tant dificulta la percepció del lloc a residents i visitants.
- ✓ La gran extensió territorial i urbanitzada de Can Picafort, requereix un plantejament de transformació a curt-mitjà-llarg termini, que permeti de generar la dinàmica i els recursos econòmics suficients per abordar les necessàries transformacions identificades.
- ✓ Les actuacions a desenvolupar s'han de pilotar des de la visió establerta per a la destinació íntegra, seguint un model de desenvolupament turístic determinat.

1.3 Anàlisi de recursos i productes turístics existents

Avaluació dels recursos turístics i del seu potencial actual i futur

Identificació i classificació dels recursos d'ús turístic

Aquesta part del document analitza la tipologia de recursos turístics lligats al territori que són el suport de l'activitat turística i matèria primera dels productes turístics que ofereix o podria oferir Can Picafort i el municipi.

En el àmbit del present treball s'han identificat i considerat els següents elements territorials vinculats a l'atracció turística classificats en tres categories:

1. Recursos naturals
 - a. Espais Naturals Protegits
 - b. Platges
2. Recursos culturals
 - a. Patrimoni arqueològic i arquitectònic
3. Recursos artificials i equipaments d'oci
 - a. Ports esportius
 - b. Hípica
 - c. Karts

A més de la catalogació i avaluació dels recursos municipals, entenent que els límits administratius no constitueixen límits pels turistes, també es descriuen de forma genèrica els recursos més propers a Can Picafort dins la unitat territorial de la Badia d'Alcúdia.

Avaluació dels recursos, l'ús actual i l'ús potencial sostenible

Els principals recursos territorials i artificials ubicats al municipi que s'han identificat han sigut avaluats per l'equip consultor mitjançant l'aplicació de metodologia pròpia que mesura la seva atracció potencial i el seu ús actual, establint la bretxa existent de la seva possible conversió en producte turístic sostenible i atractiu per a la seva posada en el mercat turístic.

Cal destacar que les definicions usades en el marc de la valoració dels atractius turístics de Santa Margalida són els següents:

RECURSOS: estan basats en el conjunt de atractius del territori (patrimoni natural i cultural) i en les persones que viuen al mateix. L'home, el seu llegat històric i el seu entorn es configuren com els elements base de la gestió turística.

Quan aquests recursos s'estructuren per a l'ús i el gaudi turístic, esdevenen **PRODUCTES**. D'aquesta manera, s'entendrà que producte és aquell recurs en el qual es pot realitzar una o diverses activitats (visitar, assistir, participar, estudiar, comprar, menjar), ja que està estructurada una proposta d'accessibilitat al públic.

El sistema de valoració preveu que en la valorització dels atractius s'han de considerar els següents criteris:

- **Unicitat:** valor que adquireix un atractiu pel fet de ser únic
- **Valor intrínsec:** valor que té un atractiu dins de la seva categoria
- **Caràcter local:** valor que se li atorga a un atractiu per ser típic o característic de la localitat o zona on s'ubica.
- **Concentració de l'oferta:** valor derivat de la concentració d'atractius per realitzar altres activitats turístiques dins de la mateixa zona
- **Notorietat:** grau de coneixement del producte, tant dins del país com a nivell internacional

Per a cada un d'aquests criteris s'estableix una puntuació en una escala que va d'1 (mínim) a 5 punts (màxim).

El valor potencial de l'atractiu es defineix a partir dels tres primers criteris, mentre que els dos restants permeten definir el grau d'aprofitament actual.

Per a la caracterització i evolució dels atractius turístics de Santa Margalida (Can Picafort) s'ha treballat amb fitxa específica que es presenta a continuació. Les fitxes complimentades per tots els recursos identificats s'adjunten en l'annex nº 1, a aquest document es presenten les conclusions.

Els recursos valorats i avaluats han estat els que s'especifiquen a continuació:

NOMBRE DEL RECURS (ATRACTIU)	TIPUS DEL RECURS (ATRACTIU)
Finca Son Real	Natura
Platja Cala Serralot	Natura
Platja Can Picafort	Natura
Platja S'Arenal des Cassat	Natura
Platja Son Bauló	Natura
Platja Son Real	Natura
Platja Son Serra de Marina	Natura
Figueral de Son Real	Cultura
Necròpolis de Son Bauló	Cultura
Necròpolis de Son Real	Cultura
Sa Cova de Sa Nineta	Cultura
Club Nàutic Can Picafort	Artificial
Club Nàutic Serra Nova	Artificial
Circuit Nòrdic Walking	Artificial
Hípica Rancho Grande	Artificial
Karting Can Picafort	Artificial

FITXA TÈCNICA DE VALORACIÓ DELS RECURSOS TURÍSTICS				
NOM RECURS			TIPUS DE RECURS:	
			TIPOLOGIA PRODUCTE:	
LOCALITZACIÓ COORDENADES/DIRECCIÓ			CONJUNT DEL QUAL FORMA PART (SI PROCEDEIX)	
PROPIETAT I ÚS ACTUAL:		DURADA VISITA:		MILLOR ÈPOCA VISITA:
DECLARACIONS O DISTINTIUS AMB ELS QUE COMPTE EL RECURS				
DESCRIPCIÓ DEL RECURS:				
ACCESSIBILITAT I INTERPRETACIÓ				
COM ARRIBAR:			CONDICIONS D'ACCÉS:	
HORARI DE VISITA (SI PROCEDEIX):			PREU D'ENTRADA (SI PROCEDEIX):	
OPCIÓ DE VISITA GUIADA		DURADA VISITA GUIADA		IDIOMES VISITA GUIADA
RECOMANACIONS SOBRE L'ACCESSIBILITAT:				
SENYALITZACIÓ				
Existència de la senyalització				
Avaluació (1-5)				
Recomanacions sobre la senyalització				
MERCAT CONSUMIDOR ACTUAL				
Local, regional, nacional (especificació CA), internacional (especificació país)				
MERCAT CONSUMIDOR POTENCIAL				
Local, regional, nacional (especificació CA), internacional (especificació país)				
OPCIÓ D'ACTIVITATS TURÍSTIQUES				
Visitar Avaluació (1-5)		Passejar Avaluació (1-5)		Comprar Avaluació (1-5)
Assistir Avaluació (1-5)		Practicar Esports Avaluació (1-5)		Consumir: (etc.) Avaluació (1-5)
Recomanacions sobre activitats turístiques				
VALORACIONS EQUIP CONSULTOR – AVALUACIÓ (1-5)				
Valor Potencial del Recurs/Producte:			Grau d'Aprofitament Actual:	
Unicitat	Valor intrínsec	Caràcter local	Concentració de l'oferta	Notorietat
Observacions sobre el Valor Potencial			Observacions Grau d'Aprofitament	
MATERIAL PROMOCIONAL EXISTENT				
Tipus de material:		Idiomes del material:		Avaluació (1-5)
Recomanacions sobre material promocional				
FORMA COMERCIALIZACIÓ				
Directa: (avaluació 1-5)			Intermediada: (avaluació 1-5)	
Recomanacions sobre comercialització				

Grau de conversió dels recursos a productes turístics

Una vegada aplicada la metodologia exposada anteriorment, podem afirmar que el grau de conversió dels recursos a productes turístics és més aviat baix, situant-se en una escala d'un a cinc en un valor inferior a la mitjana.

Dels tres categories o tipus de recursos analitzats, les platges son en general el recurs més aprofitat per visitar i passejar, no tant per assistir, comprar o consumir, però també s'observen certes diferències entre les diferents platges.

Els recursos i atractius actualment menys posats en valor, condicionats i comercialitzats són els patrimonials i els de tipus nàutic/marítim.

Recursos/Aspectes d'avaluació	Tipus	Grau de conversió a producte turístic
Finca Son Real	Natura	3,00
Platja Cala Serralot	Natura	2,33
Platja Can Picafort	Natura	3,47
Platja S'Arenal des Cassat	Natura	2,33
Platja Son Bauló	Natura	3,27
Platja Son Real	Natura	2,33
Platja Son Serra de Marina	Natura	2,80
Figueral de Son Real	Cultura	1,87
Necròpolis de Son Bauló	Cultura	1,87
Necròpolis de Son Real	Cultura	2,40
Sa Cova de Sa Nineta	Cultura	2,00
Club Nàutic Can Picafort	Artificial	2,07
Club Nàutic Serra Nova	Artificial	1,80
Circuit Nòrdic Walking	Artificial	2,13
Hípica Rancho Grande	Artificial	2,47
Karting Can Picafort	Artificial	2,00
Valoració global recursos		2,40

Font: Elaboració pròpia, 2015

Bretxa entre l'ús i aprofitament actual i la seva projecció de l'ús potencial futur

Un altre aspecte que es va analitzar és la bretxa que es identifica entre l'ús actual, determinat sobre tot per la concentració de l'oferta al voltant del recurs i la notorietat amb la qual compta a dia d'avui, i la seva unicitat, valor intrínsec i caràcter local que determinen el seu poder d'atracció de la demana i potencial futur d'aprofitament.

La bretxa mitjana es estableix en 1,92 en un eix de -4 a 4, es a dir, el potencial general dels recursos és major que la seva posada en el mercat com productes, el seu aprofitament actual en general està per sota del seu potencial. La puntuació de cadascun dels recursos es detalla a continuació.

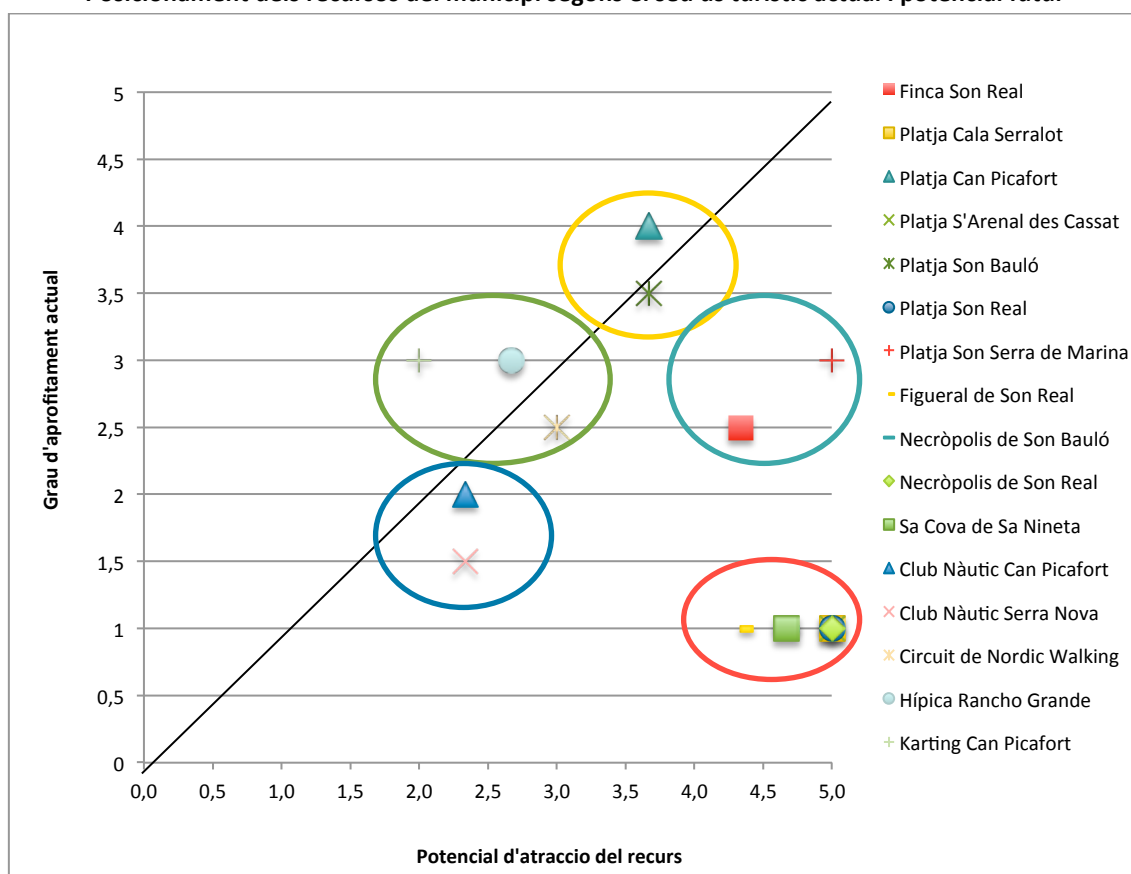
Recursos/Aspectes d'avaluació	Tipus	Bretxa entre l'ús actual i potencial
Finca Son Real	Natura	1,83
Platja Cala Serralot	Natura	4,00
Platja Can Picafort	Natura	-0,33
Platja S'Arenal des Cassat	Natura	4,00

Platja Son Bauló	Natura	0,17
Platja Son Real	Natura	4,00
Platja Son Serra de Marina	Natura	2,00
Figueral de Son Real	Cultura	3,33
Necròpolis de Son Bauló	Cultura	3,67
Necròpolis de Son Real	Cultura	4,00
Sa Cova de Sa Nineta	Cultura	3,67
Club Nàutic Can Picafort	Artificial	0,33
Club Nàutic Serra Nova	Artificial	0,83
Circuit Nòrdic Walking	Artificial	0,50
Hípica Rancho Grande	Artificial	-0,33
Karting Can Picafort	Artificial	-1,00
Valoració global recursos		1,92

Font: Elaboració pròpia, 2015

Creuant les dues magnituds, el grau d'aprofitament actual i l'ús potencial, els recursos s'agrupen a cinc categories, tal com es pot observar a la gràfica següent, coincidint en la seva majoria amb el grau de la seva conversió a producte turístic.

Posicionament dels recursos del municipi segons el seu ús turístic actual i potencial futur

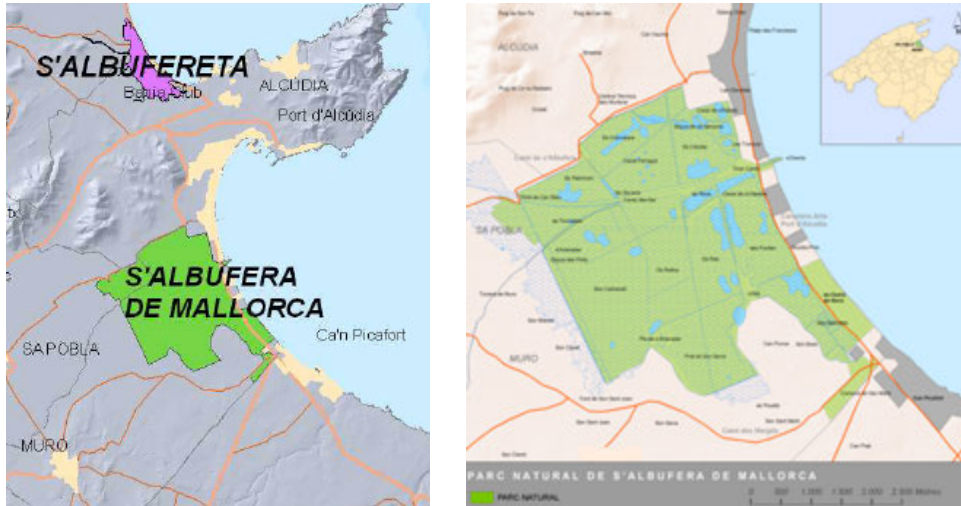


Font: Elaboració pròpia, 2015

Recursos d'àmbit supramunicipal rellevants per al Can Picafort

Hi ha dos recursos naturals propers que compten amb important potencial d'atracció turística i la seva proximitat a Can Picafort permet la seva inclusió a l'inventari de recursos amb els quals construir el portafoli de productes de la destinació.

El primer és l'espai natural s'Albufera, la seva entrada principal es troba a escassos quilòmetres des de Can Picafort, com es pot apreciar a les imatges següents.



Font: IBANAT, 2015

Aquest espai natural compta amb 4 itineraris autoguiats i dona serveis d'un centre d'informació i d'un altre centre d'interpretació, és un punt important per l'observació d'aus. Es permet accés a peu i amb bicicleta, l'any 2012 s'han registrat més de 65.000 visitants.

L'altre recurs natural important és la Platja de Muro (Es Comú), ubicada al litoral entre Can Picafort i s'Albufera. Es tracta d'una platja poc urbanitzada, reconeguda pels turistes com una de les millors platges d'Espanya.



Font: Tripadvisor, 2015

També es considera important la presència de **cales i platges verges al municipi veí d'Artà**, que formen tota una unitat de costa de característiques determinades respecte a la zona sud-est de l'illa.

Anàlisi dels productes turístics existents

L'objectiu principal d'aquest apartat es identificar productes turístics. Es poden definir els productes turístics com:

Conjunt de combinacions e interaccions sinèrgiques de múltiples prestacions, tangibles i intangibles, que s'ofereixen al turista durant la seva experiència a la destinació, amb l'objectiu de satisfer les seves necessitats i desitjos.

Per a fer l'anàlisi de productes que avui en dia es troben al mercat, s'han consultat diverses fonts, tenint en compte tant la informació a les pàgines web com als fulletons que es poden descarregar o altres aconseguits durant les diverses visites al territori.

- Turisme de les Illes Balears: www.illesbalears.es
- Govern de les Illes Balears, Conselleria de Turisme: <http://www.caib.es/govern/organigrama/area.do?lang=ca&coduo=8>
- Turisme de Mallorca: www.infomallorca.net
- Turisme de la Federació Empresarial de Turisme de Mallorca: www.visitmallorca.com
- Turisme de Can Picafort: www.canpicafort.es
- Ajuntament de Santa Margalida: www.ajsantamargalida.net
- Turisme de Alcúdia i Platja de Muro: www.alcudiamallorca.com www.playademuro.com
- Pla estratègic turístic Alcúdia, platja de Muro i Can Picafort (Badia de Alcúdia)
- Pla Integral de Turisme de Balears 2015-2025
- Portals especialitzats en natura, ciclisme, nòrdic walking, rutes senderisme, rutes a cavall, gastronomia i esdeveniments esportius
- TTOO i agències de viatge on i off line
- TTOO especialitzats
- Venta d'experiències: Plan B, Smart Box, La Vida es Bella

Amb aquest anàlisi, s'ha realitzat una fotografia actual dels productes turístics de Can Picafort, agrupats baix les categories de motius presentades al Pla Integral Estratègic del Turisme de Balears 2015-2025.

Productes turístics identificats

La classificació es presenta amb diferents intensitats de color depenent del grau de presència dels diferents productes identificats a les fonts consultades. Els que es presenten sense color, son productes que existeixen però que no es promouen i que no es comercialitzen per part dels distribuïdors turístics.

OCI I VACANCES				
Sol i platja		Esdeveniments culturals		
ESPORTS				
Cicloturisme	Ecoturisme	Actiu	Nàutic	Esdeveniments
ART I CULTURA				
Religió	Arqueològic	Festes i tradicions		Fires
SALUT I BENESTAR				
Benestar				

A continuació es presenten els productes identificats, classificats en funció dels motius de viatge segons hem esmentat abans. A més a més, s'inclou al anàlisi els productes amb distincions rellevants:

OCI I VACANCES	
Sol i platja	<p>9 kms. de costa i platges amb serveis de lloguer de hamaques i ombrel·les, salvament i seguretat, serveis adaptats, restaurants amb cadires i taules adjudicades per concessió:</p> <p>Platja Gran: serveis i equipaments necessaris i accessible per a minusvàlids; possibilitat de practicar diferents esports aquàtics (surf, submarinisme, motos aquàtiques, pesca esportiva, etc.). Bandera Blava</p> <p>Platja de Son Bauló: tots els serveis necessaris i d'accés per a minusvàlids</p> <p>Platges de Son Real: Àrea Natural d'Especial Interès; rica en restes arqueològiques, destaca la Necròpoli de Son Real, conjunt de tombes que pertany a l'etapa postalaiòtica i utilitzada des del 500 a.c. fins el 10 a.c</p> <p>Platja de Son Serra de Marina: manca d'hotels, disposa del serveis necessaris. Ideal per a tot tipus d'esports nàutics, especialment windsurf.</p>
	Allotjaments. Hotels principalment de 3 estrelles, orientats la majoria a turisme familiar
	Paquets turístics transport + hotels comercialitzats pels TTOO
Esdeveniments culturals	Una Mar de Cultura-Programació cultural de L'Ajuntament de Santa Margalida. No s'esmenta com a producte turístic

ESPORTS		
Categoria	Format	Productes identificats
ports	Cicloturisme	<p>Familiar</p> <p>Rutes cicloturisme Carril bici: de Can Picafort a Alcúdia Son Real: 3 itineraris en bici 3 excursions a Grupotel (Grupotelnatur) Eco-vies: itineraris que combinen ciclisme i coneixement del patrimoni natural i cultural Ruta entre Muro i Can Picafort (15,7 Kms.) Ruta entre Santa Margalida i Muro (9,8 Kms.)</p>
		<p>Entrenament</p> <p>50 kms. de carretera aptes per a cicloturisme Rutes cicloturisme Ciclismo en Mallorca: dues rutes Hotels Viva: La ruta Scott, Blue Around Inca, Artà, Cala Mesquida, Randa Route, Mini Route Hotels Iberostar: Les rutes Sineu, Cala San Vicenc, Petra i Campanet Allotjaments especialitzats: Grupotel Gran Vista Can Picafort y Grupotel Montecarlo Exagon Park Hotel Can Picafort Hotel & Spa Ferrer Concord, Hotel & Spa Ferrer Janeiro Paquets oferits per TTOO especialitzats i hotels (Hotel & Spa Ferrer Janeiro, Maz Hurzeler, Mallorca Sportiv, Pedalo, Pino, Pro Taining Tours)</p>
	Ecoturisme	<p>Senderisme</p> <p>A Son Real: 4 itineraris a peu - Es Figueral (0,5 km) – Camí de l'illa des Porros-Refugi (1,9 km) - Necròpoli de la Punta des Fenicis (1,9 km) - Son Bauló (3,6 km). Ruta Son Real- Santa Margalida Ruta Artà-Lluc, (cultural i religiosa) entre el nucli històric d'Artà i el Monestir de Lluc. Aquesta ruta presenta una variant que recorre tot el tram coster entre el nucli residència de Son Serra de Marina y Can Picafort 17 rutes a Grupotel (Grupotelnatur) Ruta dels Talaiots (cultural). Aquesta ruta recorre tota la Badia de Alcúdia. Es poden visitar alguns dels talaiots i construccions megalítiques més importants de la Badia, com el sepulcre megalític de Son Bauló, la necròpolis de Son Real, Figueral de Son Real y el talaiot de la Cova de sa Nineta. Rutes "Coastering" 3 rutes oferides per Grupotel Allotjaments especialitzats: Iberostar Exagon Park Hotel, Hotel & Spa Ferrer Concord, Hotel & Spa Ferrer Janeiro, Grupotel Gran Vista Can Picafort i Grupotel Montecarlo.</p>
		<p>Avistament d'aus</p> <p>Avistament d'aus al entorn del Parc Natural de S'Albufera i altres àrees naturals</p>
Turisme Actiu	Escalada	No identificats
	Nòrdic walking	<p>Rutes <i>nòrdic walking</i> Allotjaments especialitzats Hotels Ferrer, Grupotel Parc Municipal <i>nòrdic walking</i> Can Picafort Diferents activitats relacionades: Jornades Internacionals <i>nòrdic</i></p>

		<i>walking</i> Can Picafort; cursos d' Instructors de <i>nordic walking</i> ; cursos d'Iniciació al <i>nordic walking</i> ; curs de <i>nordic walking</i> terapèutic
	Activitats eqüestres	Itineraris exclusius d'equitació (1 a Son Real) Activitats eqüestres a Rancho Grande -el més gran d'Europa-
	Trekking	No identificats
	Psicoblock	No identificats
Nàutica	Sailing	Club nàutic Can Picafort Escola de Vela
	Submarinisme i Snorkle	Activitats i esports d'aigua a la costa Centres de submarinisme
	Paddle surf i kayaking	
Esdeveniments Esportius	Competicions	Esdeveniments esportius com caminades a peu, carreres populars, mitjanes maratons, proves de Triatlón, campionats de Karate, karting, tenis, futbol (regionals i internacionals), pesca, (nacionals e internacionals), atletisme, ciclisme i BTT, trobades de yoga , nòrdic walking, campionats nàutics. Algunes proves son: Triatlón 100K Experience Can Picafort Iberostar Challenge Volta Ciclista a Mallorca: Trofeo Alcúdia-Can Picafort-Platges de Muro Marcha cicloturista Internacional Mallorca 312: passa per Can Picafort Regates socials de creuers Regates socials de la colònia de San Pere Regates Interclubs Trofeus nàutics de la patrona de Santa Margalida Trofeu nàutic de la Mare de Deu D'Agost

Art i cultura		
Art i Cultura (Patrimoni)	Religiós	Visita a l'església de Santa Margalida i Museu Parroquial Ruta Artà-Lluc (cultural i religiosa)
	Arquitectònic	No identificats
	Arqueològic	Finca Pública Son Real: 395 hectàrees, jaciments arqueològics, zones dunars i pinars, canteres d'arena, torres de enfilació, itineraris, oficina d'informació i lloguer gratuït de bicicletes i de prismàtics Visita a la Negròpoli de Son Real Visita al Talaiot de Sa Nineta Ruta dels Talaiots Ruta Artà- Lluc Eco-vies, itineraris que combinen ciclisme i coneixement del patrimoni natural i cultural Ruta entre Muro i Can Picafort (15,7 Kms.) Ruta entre Santa Margalida i Muro (9,8 Kms.)
	Festes i Tradicions	Festes dels Reis, 6 de Gener Festes de Sant Antoni, 17 de Gener Festes de Carnaval, Febrer Festes de la Beata, Setembre, primer diumenge Festes de la Mare de Deu, 15 d'agost Festes de Santa Margalida, 20 de juliol

Fires i Mercats	Fires i Mercats	Fira de Santa Margalida
	Espais Singulars	
	Incentius	

Salut i Benestar		
	Wellness	Curs de <i>nordic walking</i> terapèutic Trobades de yoga Centres de yoga i meditació

Productes amb distinció		
	Marques i distincions	Bandera Blava de la FEE Foundation for Environmental Education: Platja Gran Àrea Natural d'Espècial Interès: Finca Pública i Platges de Son Real Hotels d'allotjament especialitzat al producte senderista i cicloturisme a través del distintiu IQT: Grupotel Gran Vista and Spa, cicloturisme Iberostar Exagon Park Hotel, senderisme

Conclusions de l'anàlisi de recursos i productes existents:

Per tal de completar aquest anàlisi, es convenient anotar diverses conclusions rellevants:

- ✓ El municipi compta amb suficients recursos pel desenvolupar un portafoli de productes més diversificat
- ✓ A dia d'avui hi ha encara molts recursos de diverses tipologies amb notable potencial d'atracció de demanda poc aprofitats com productes
- ✓ El municipi veí de Muro compta amb recursos molt interessants per ampliar el portafoli de productes a una escala major (natura, sol i platja, cicloturisme).
- ✓ La major part dels productes identificats solament son esmentats a les pàgines web oficials de les institucions responsables de promoure el turisme a l'illa i a la destinació. No s'inclouen a les pàgines web ni als fulletons dels distribuïdors
- ✓ En la major part dels casos, la identificació no es evident ni fàcil. Tot al contrari, resulta d'una exhaustiva cerca mitjançant diversos criteris
- ✓ De les tres destinacions que conformen la destinació de la Badia de Alcúdia, Can Picafort es la que compta amb menor presència tant als fulletons com a les pàgines web consultades. Es evident el protagonisme d'Alcúdia al turisme tradicional de sol i platja i també al turisme especialitzat cultural i esportiu-natura. Platja de Muro compta també amb aspectes diferencials relacionats amb el nivell dels allotjaments i la presència del producte cicloturisme
- ✓ Els TTOO generalistes solament inclouen hotels com a producte turístic de Can Picafort. No s'inclouen altres productes especialitzats a cap de les diferents tipologies turístiques o segments comercialitzats
- ✓ Els TTOO generalistes que comercialitzen excursions a l'illa de Mallorca, no inclouen cap atractiu ni producte de Can Picafort
- ✓ Els distribuïdors d'experiències no inclouen cap experiència a Can Picafort

- ✓ Els TTOO especialitzats en cicloturisme promouen aquest turisme especialitzat i inclouen els allotjaments especialitzats de Can Picafort i per tant promouen i comercialitzen d'aquesta manera la destinació
- ✓ Can Picafort no es esmentada per part dels distribuïdors especialitzats a la gent major. Aquest podria ser un punt a millorar, donat que les seves platges son accessibles per a aquest segment i també per al segment de discapacitats
- ✓ No es troben productes integrats amb la resta de municipis que conformen la Badia de Alcúdia, a excepció de les diverses rutes identificades, algunes d'elles que integren diferents zones: eco-vies, rutes cicloturisme, ruta dels talaiots, etc.,
- ✓ No es fa una promoció conjunta dels productes comuns (cicloturisme, esdeveniments esportius, platges accessibles, cultura costa nord, etc.,)
- ✓ A més de les platges, de gran interès natural i ecològic, el producte "estrella" de Can Picafort es la Finca Pública de Son Real
- ✓ La Finca Pública de Son Real no s'inclou en cap fulletó dels distribuïdors i en alguns casos, tampoc té el protagonisme que mereix a les pàgines web del promotors institucionals
- ✓ Encara que el cicloturisme s'esmenta com a producte de importància creixent al conjunt de l'illa i a la Badia de Alcúdia, a Can Picafort la promoció i comercialització d'aquest producte es escassa, amb més protagonisme a Alcúdia i platja de Muro. Podria potenciar-se amb aliances amb els municipis veïns i als hotels especialitzats
- ✓ La rellevància creixent del nòrdic walking i la existència del centre de nòrdic walking a Can Picafort podria ser aprofitada per tal de potenciar aquest producte amb aliances als municipis veïns
- ✓ Els esdeveniments esportius més rellevants (ciclisme, triatló, ironman, etc.,) es celebren al àmbit Illa i Badia i es deuria potenciar la promoció i comunicació d'aquells que passen per Can Picafort per tal d'aprofitar la notorietat aconseguida per a promocionar la destinació
- ✓ Encara que les condicions de les platges son ideals per a la pràctica d'esports nàutics, aquest producte no ses promou ni comercialitza
- ✓ La presència del club nàutic i les competicions nàutiques només s'identifiquen si es consulta la web del club nàutic de Can Picafort
- ✓ No hi ha cap establiment ni restaurant rellevant de la destinació a cap font consultada. El producte gastronòmic no apareix

1.4 Coneixement de la realitat turística actual

Anàlisi de l'oferta turística

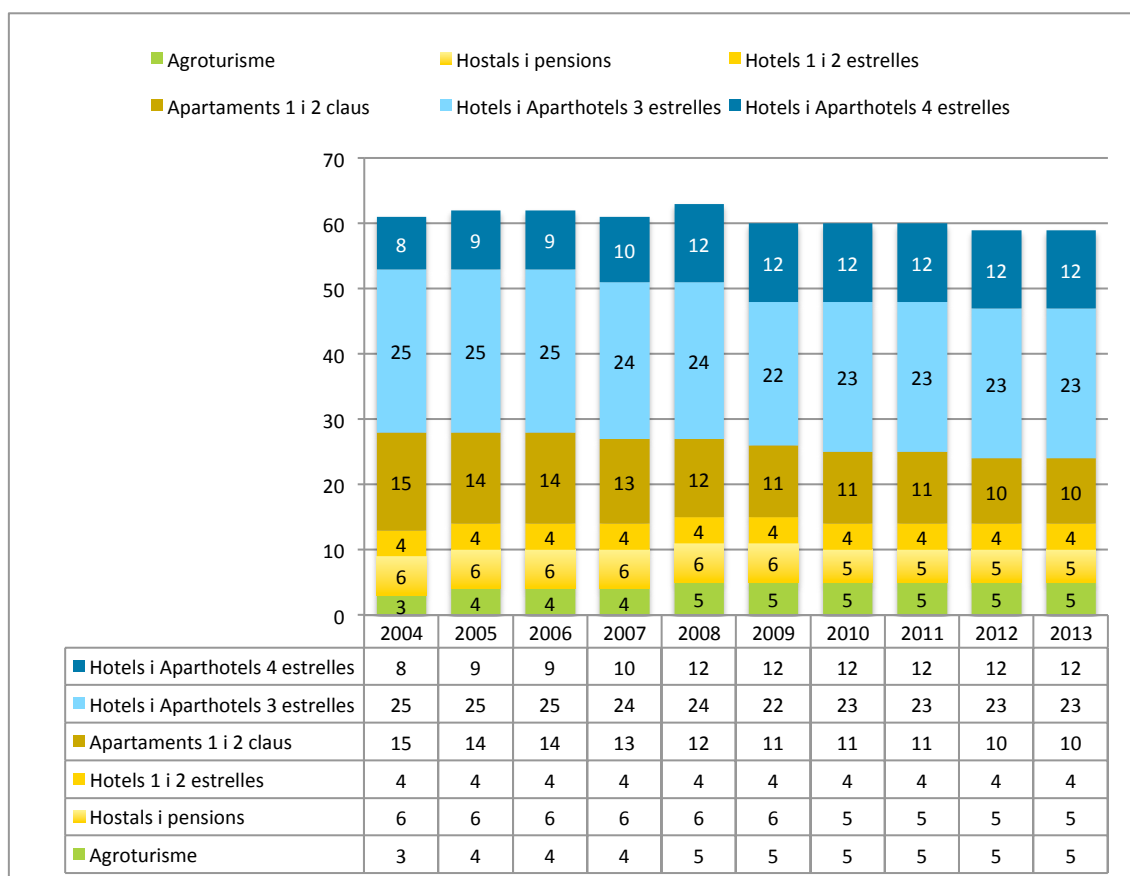
Anàlisi de l'evolució de la planta d'allotjament turístic

Oferta d'allotjament turístic de Can Picafort (Santa Margalida)

L'evolució de l'oferta d'allotjament turístic a Santa Margalida (Can Picafort) dels últims 10 anys presenta els signes típics de destinacions madures, és a dir s'evidencia el seu estancament en nombre d'establiments i places, fins i tot la seva disminució, acompanyat d'un procés de requalificació i progressiva especialització d'aquesta oferta amb la finalitat de mantenir la competitivitat respecte a altres destinacions turístiques similars. L'any 2004 es registraven 61 establiments, l'any 2013 aquesta xifra descendeix a 59. En canvi el nombre de places ha passat de 12.514 a 13.202, degut a la transformació dels establiments cap a hotels de major mida i categoria.

A les gràfiques següents es demostra la progressiva evolució cap a establiments de major categoria, sent aquesta tendència més notable en els hotels i apartahotels de 4 estrelles que són els establiments que més augmenten en nombre d'establiments i places.

Evolució dels establiments d'allotjament turístic per tipologia i categoria, 2004-2013

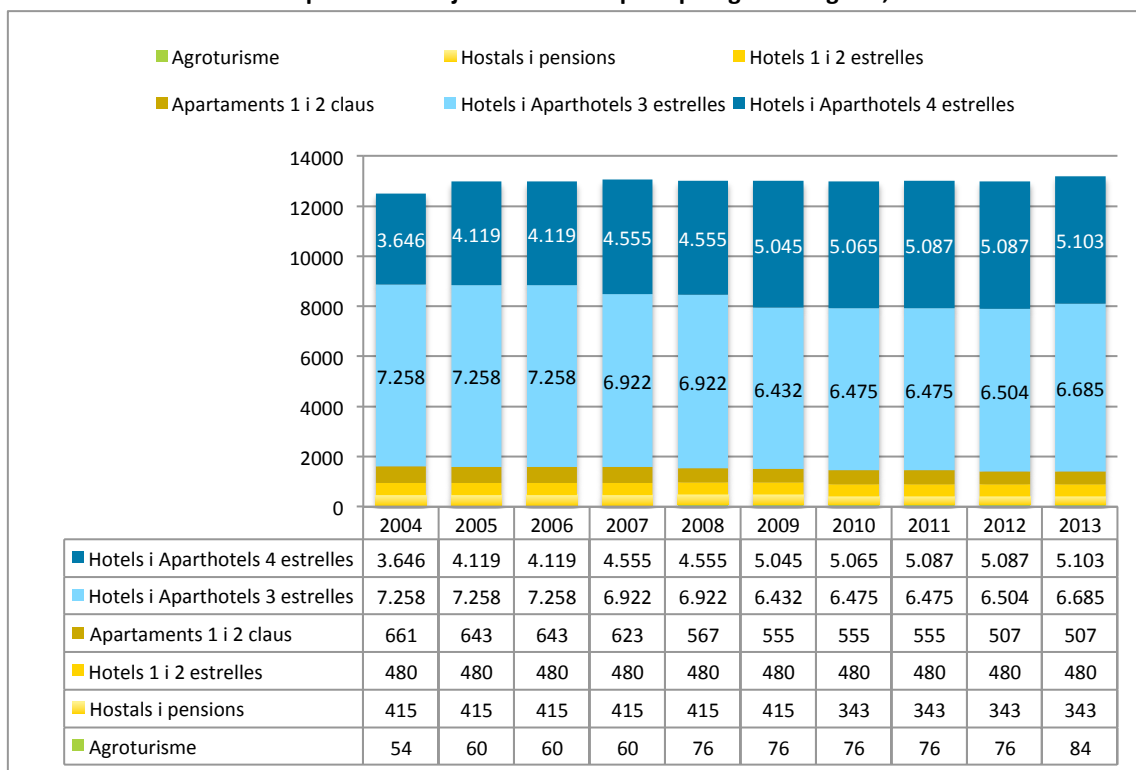


Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2004-2013

L'any 2004 els establiments amb més places eren els hotels de 3 estrelles (representaven 58% del total), en canvi l'any 2013 representaven 51% del total de les places.

Els hotels de 4 estrelles van evolucionar al revés, passant del 29% del total de places en 2004 al 39% l'any 2013.

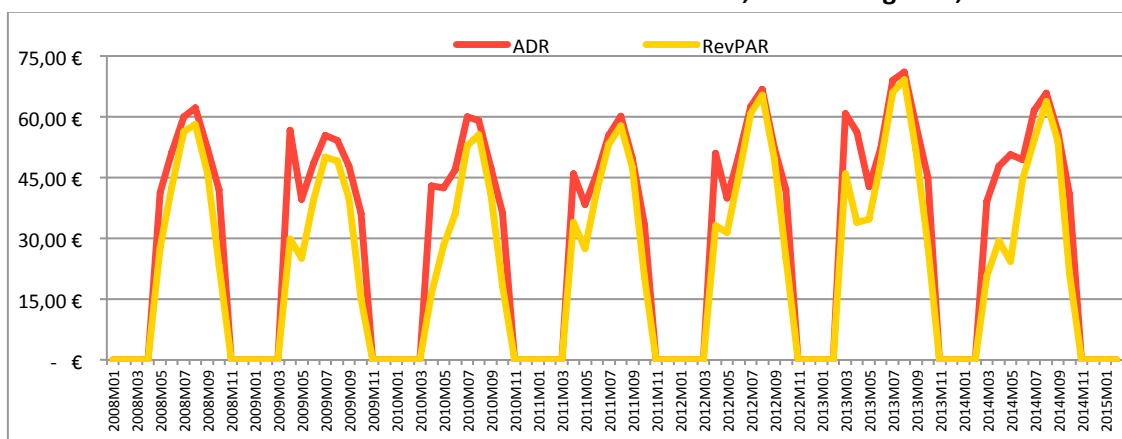
Evolució de les places d'allotjament turístic per tipologia i categoria, 2004-2013



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2004-2013

Aquest canvi qualitatiu de tipologia i categoria de l'allotjament també es reflecteix en l'evolució dels indicadors de rendibilitat hotelera que s'incrementen lleugerament a partir de l'any 2009, amb l'excepció de l'any 2014 on baixa molt el RevPAR els mesos d'abril, maig i juny.

Evolució dels indicadors de rendibilitat del sector hotelier, Santa Margalida, 2008-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, dades disponibles 2008-2013

Comparant les dades disponibles de la Tarifa mitjana diària (Average Daily Rate-ADR) i d'Ingressos per habitació disponible (Revenue per Available Room-RevPAR) dels anys 2008-2014, s'aprecien els següents canvis generals:

- ✓ Allargament de temporada de 6 a 8 mesos de l'any
- ✓ Lleuger increment de tarifes a partir de l'any 2009, especialment els mesos d'estiu i el mes de Setmana Santa 2012 i 2013.
- ✓ Els anys 2012 i 2013 es recupera la rendibilitat total incloent els mesos d'obertura en temporada mitjana i baixa (ver mitjanes per temporada), però l'any 2014 la mitjana del RevPAR torna a caure per sota de l'aconseguit l'any 2008.

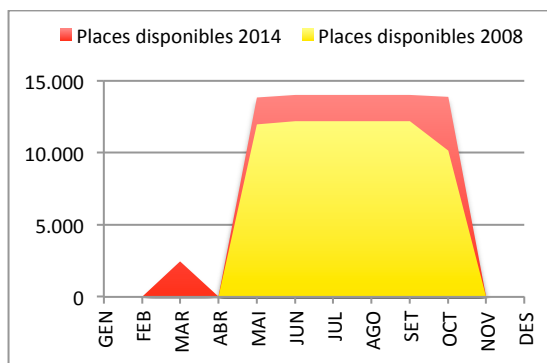
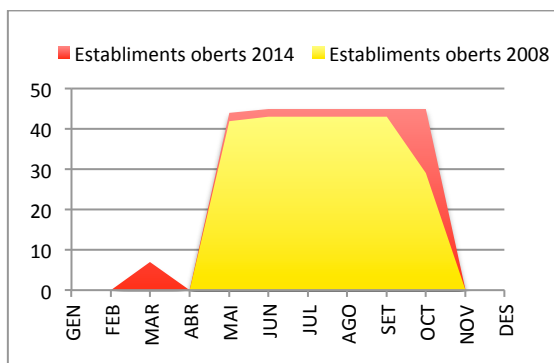
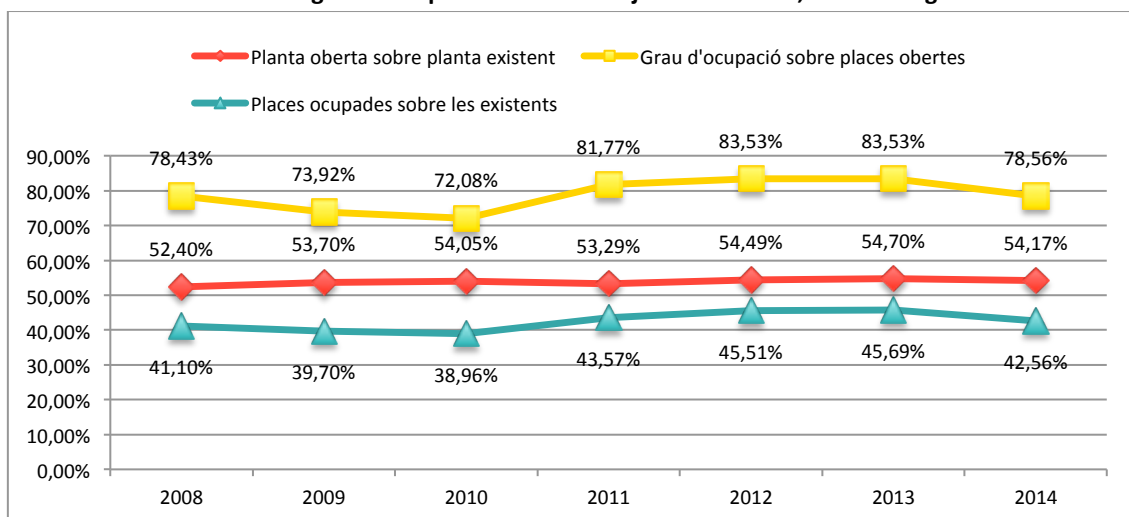
Mitjanes ADR i RevPAR per temporada, 2008-2014

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ADR	51,53 €	48,39 €	47,91 €	47,03 €	52,16 €	56,95 €	51,54 €
RevPAR	42,42 €	35,56 €	35,47 €	40,40 €	44,44 €	47,33 €	39,11 €

Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

Un altre aspecte que s'analitza i confirma l'allargament de temporada progressiu és l'evolució de la disponibilitat d'establiments i places segons mesos de l'any i l'ocupació mitjana de les mateixes.

Planta existent i oberta i grau d'ocupació anual d'allotjament hotelier, Santa Margalida 2008-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

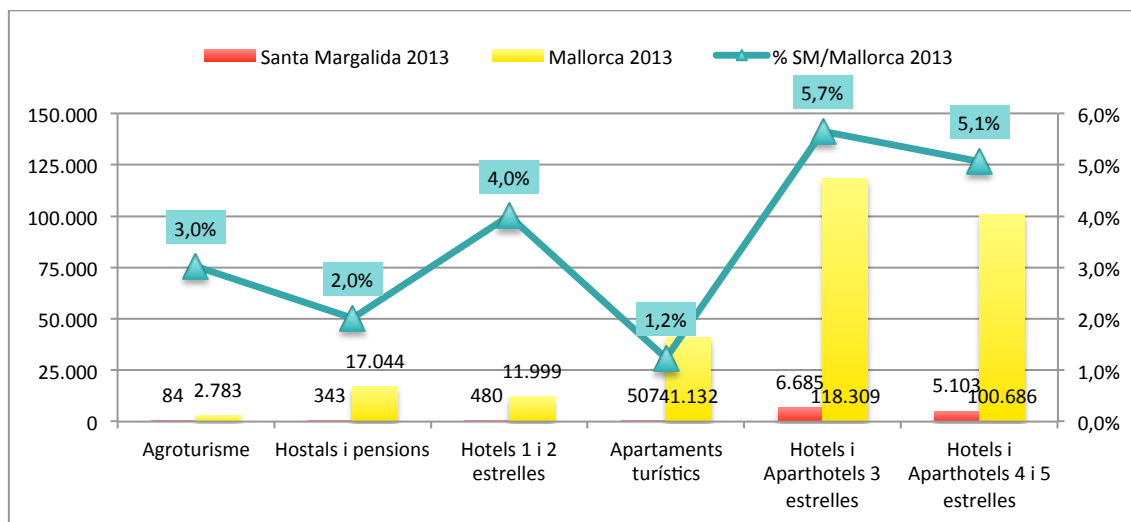
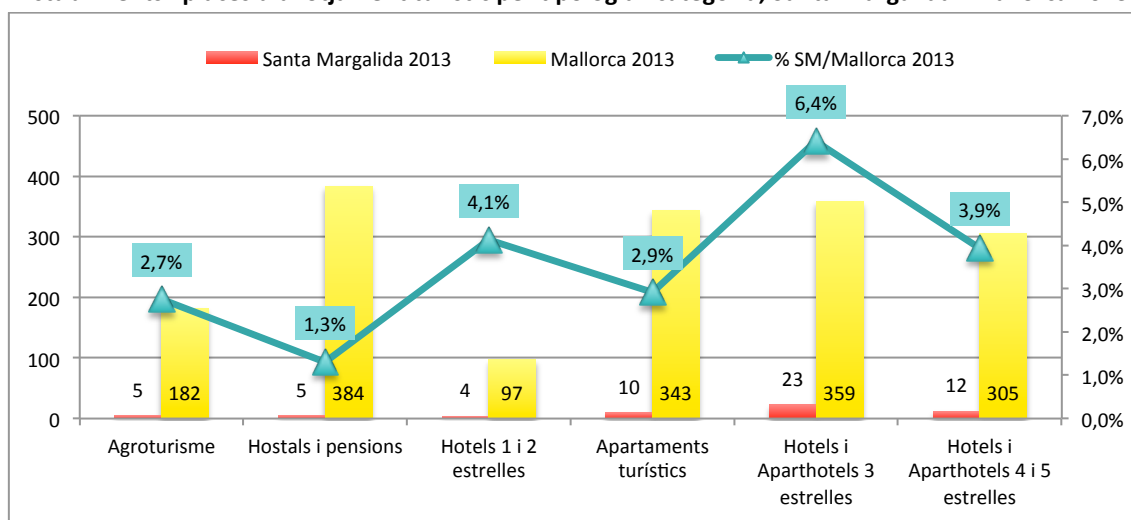
Dels **apartaments turístics** no es disposa de la mateixa sèrie estadística de dades, només es marquen els resultats de l'any 2013, on s'estimen oberts **7-8 establiments els mesos de juny a setembre**, oferint entre **755 i 1.008 places**, amb una ocupació mitjana anual de 61,3%.

Oferta d'allotjament de Can Picafort respecte al conjunt de l'illa de Mallorca

La totalitat dels establiments d'allotjament registrats a Santa Margalida (Can Picafort) representava l'any 2013 el **3,5%** de l'oferta de l'illa de Mallorca. En nombre de places la importància del volum d'allotjament a Can Picafort és més rellevant, significat un **4,5%**.

Per tipologia i categoria d'allotjament, els hotels i apartaments de 3 estrelles són els més representatius, amb 6,4% del nombre d'allotjaments i 5,7% en nombre de places, però cal remarcar també la importància de les places en hotels i apartaments de 4 estrelles que representen un 5,1% de l'oferta total de l'illa de Mallorca.

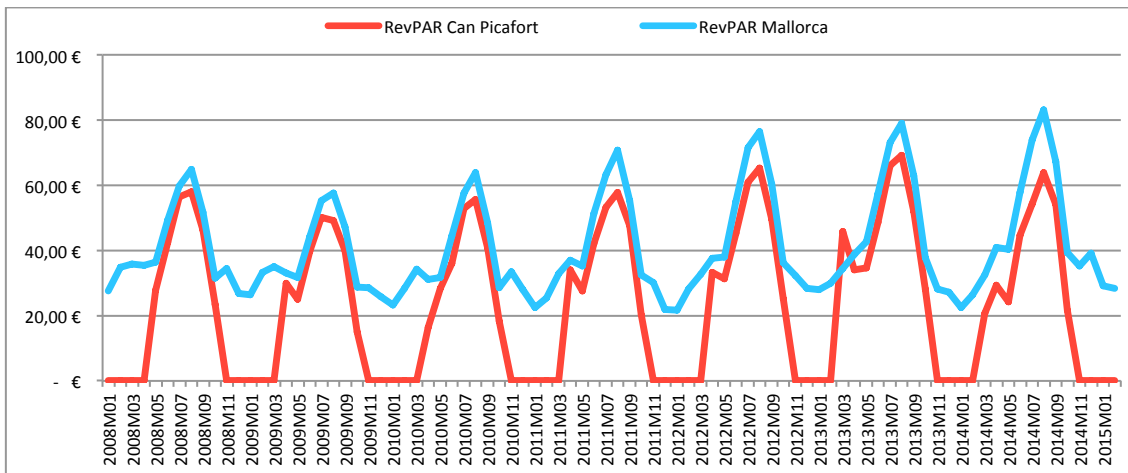
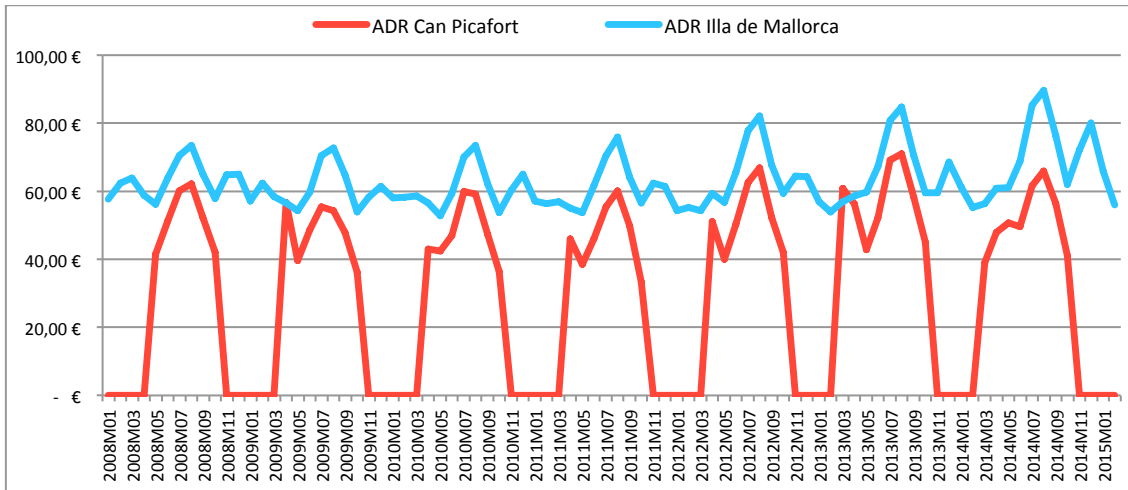
Establiments i places d'allotjament turístic per tipologia i categoria, Santa Margalida i Mallorca 2013



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2004-2013

Els indicadors de rendibilitat hotelera mostren una diferència significativa degut a la estacionalitat més elevada a Can Picafort respecte a altres punts turístics de l'illa. L'ADR i el RevPar són segons l'estadística existent més alts a nivell de tot Mallorca que a Can Picafort, especialment l'últim any 2014.

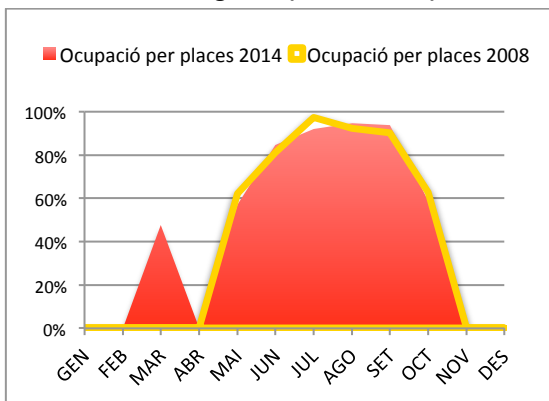
Evolució dels indicadors de rendibilitat del sector hotel·ler, Santa Margalida i Mallorca, 2008-2014



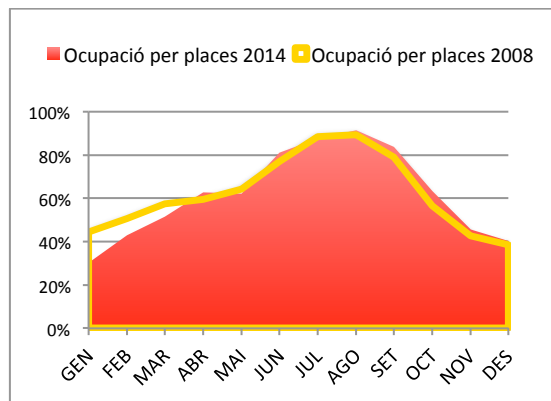
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'ibest, dades disponibles 2008-2013

L'ocupació de les places obertes és menys estacional a nivell de l'illa degut a l'obertura d'alguns establiments a la temporada baixa a altres llocs i zones turístiques, especialment al municipi de Palma de Mallorca.

Santa Margalida (Can Picafort)



Illa de Mallorca



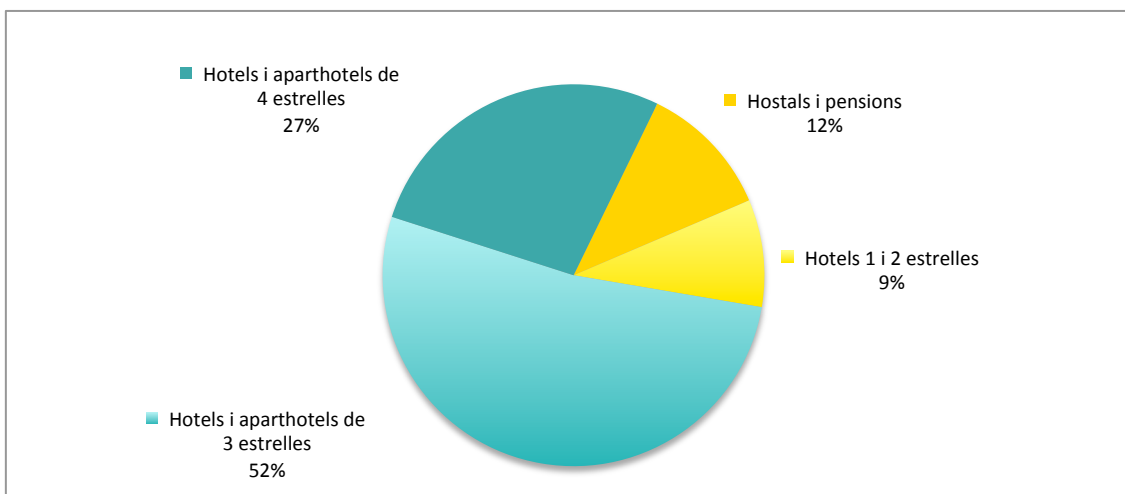
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'ibest, dades disponibles 2008-2013

Estat actual de la planta d'allotjament turístic

Tipologies i categories de la planta d'allotjament actual

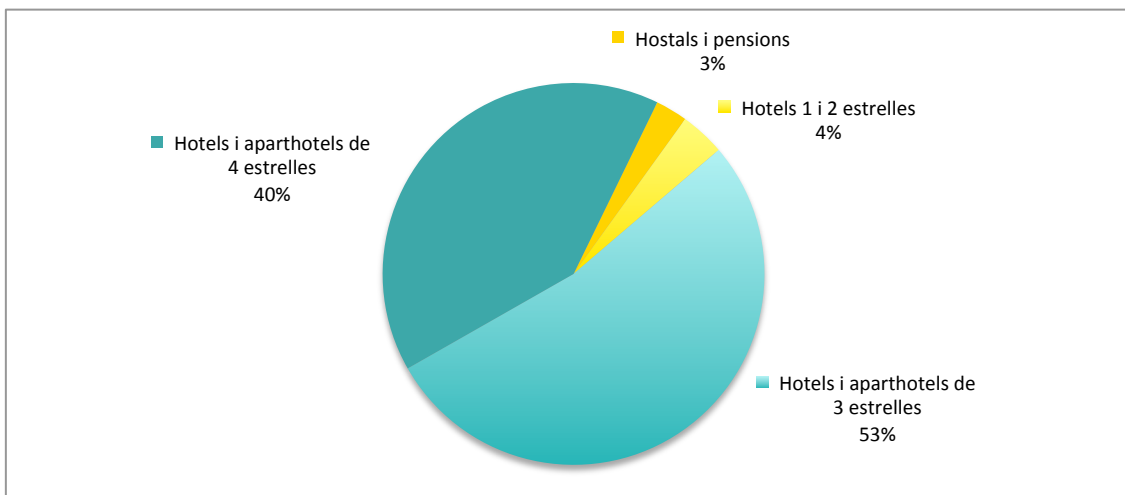
La planta de l'allotjament hoteler registrat a Santa Margalida, segons les dades que facilita l'ATB de l'any 2013 es compon de **44 establiments que ofereixen 12.611 places**. La seva distribució per categories és la següent:

Establiments hotelers per categoria, Santa Margalida 2013



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2013

Places hoteleres per categoria, Santa Margalida 2013

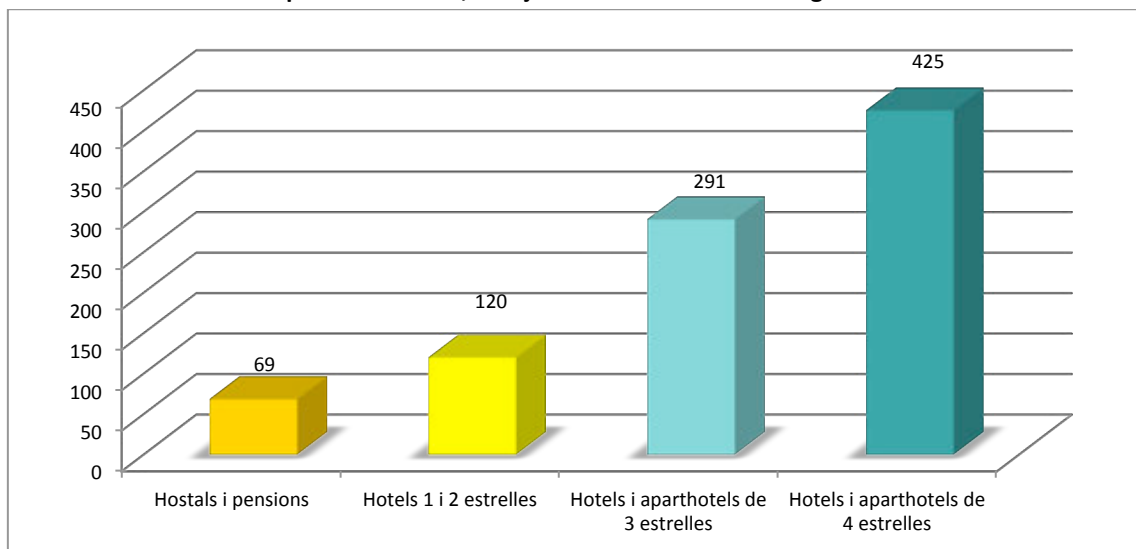


Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2013

A les gràfiques anteriors es pot observar que aproximadament la meitat de les establiments i places correspon a hotels i apartotels de 3 estrelles, el tipus d'allotjament predominant a la destinació. Però també és important ressaltar, que l'oferta de places de 4 estrelles representa el 40% del total de l'oferta hotelera, encara que en nombre d'establiments representa el 27%, això a causa de la major envergadura d'aquesta categoria d'allotjaments.

La grandària mitjana dels establiments varia bastant per categoria, sent els hotels de 4 estrelles de mitjana del doble grandària que els de 3 estrelles i quàdruple respecte a les categories més baixes.

Places per establiment, allotjament hotelier Santa Margalida 2013



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, dades disponibles 2013

Enquesta d'autoavaluació dels establiments d'allotjament turístic

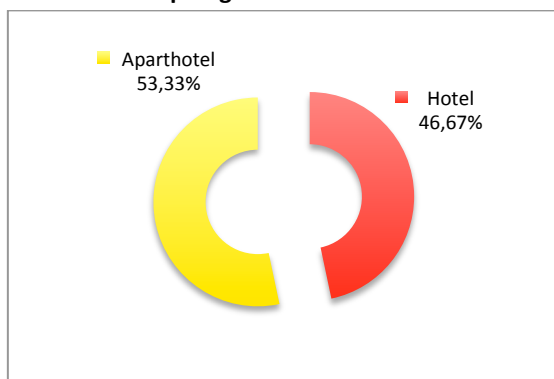
Per poder diagnosticar millor l'estat actual de la planta hotelera de Can Picafort, s'ha procedit a l'elaboració d'una enquesta específica per tal de conèixer de primera ma l'estat actual de conservació i nivell de prestació de serveis de l'allotjament existent a la destinació. Aquesta enquesta, que s'adjunta en annex, s'ha distribuït amb el suport de l'Agrupació Hotelera de Alcúdia i Can Picafort entre els seus associats que representen gairebé el 90% de l'oferta d'allotjament existent.

S'ha obtingut resposta vàlida de **15 allotjaments hotelers**, que representen aproximadament el **35% de l'oferta total**, una mostra prou representativa de la planta hotelera de la destinació. A continuació s'esmenten els principals resultats de l'enquesta de la valoració interna de l'oferta allotjativa.

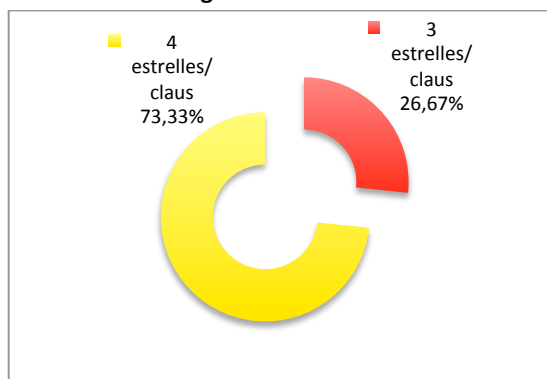
Característiques bàsiques dels establiments enquestats

Del total de les enquestes obtingudes el 47% lo són d'hotels i el 53% d'apartaments. La majoria, el 73% son de la categoria de 4 estrelles, la resta lo són de 3. El 40% dels establiments pertany a alguna cadena hotelera. La grandària mitjana es de aproximadament 200 habitacions i 400 places.

Tipologia d'establiments



Categoria d'establiments

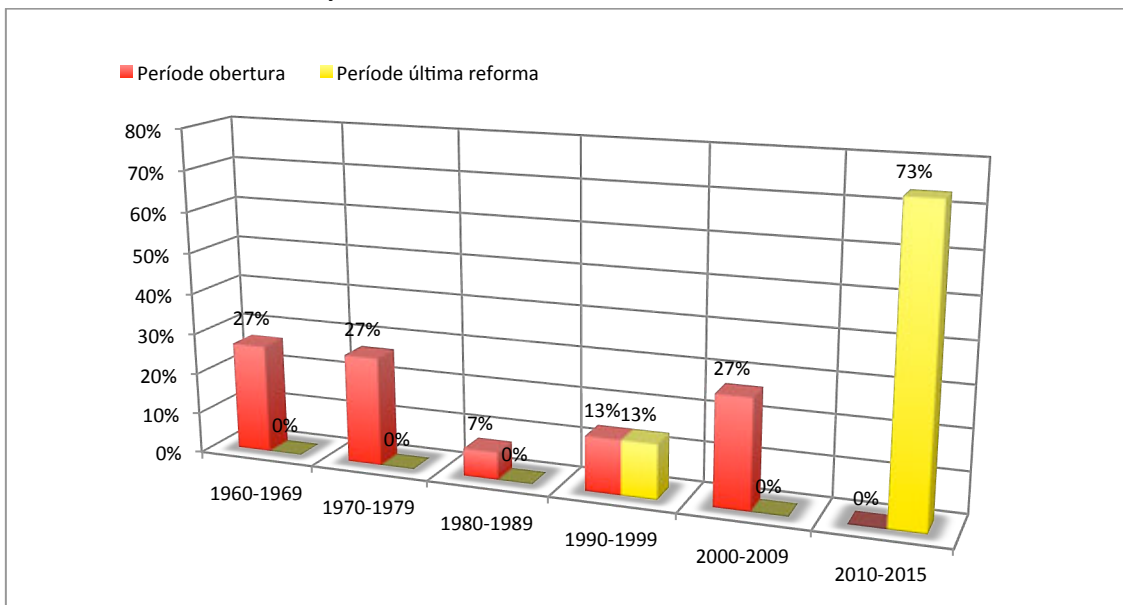


Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Antiguitat i estat de conservació de la planta d'allotjament

Més de la meitat dels enquestats va obert el seu establiment fa més de 30 anys, encara que destaca també un nou període d'obertures entre els anys 2000 i 2009. Pel que fa a les reformes que els hotelers afirmen van realitzar als establiments, el 83% ha sigut reformat almenys un cop des de la seva obertura, i el 73% en els últims anys, especialment en les anys de 2014-2015.

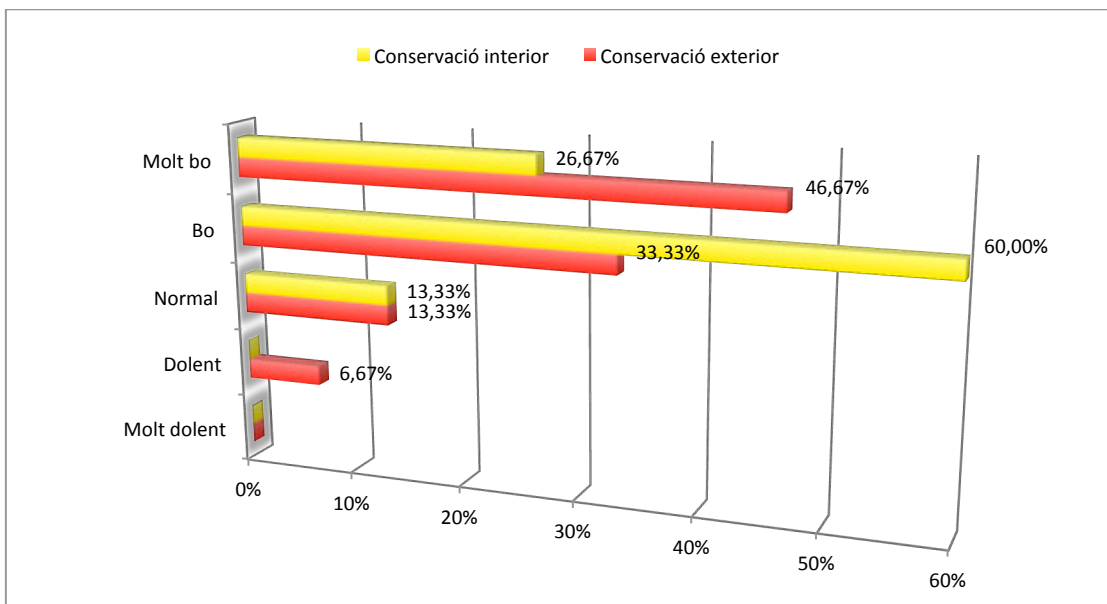
Anys d'obertura i l'última reforma de l'establiment



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Preguntats per l'estat de conservació interior i exterior dels seus establiments, pràcticament tots ho consideren bo o molt bo. La diferència més significativa es percep entre la conservació interior i exterior, l'última molt millor valorada pels enquestats.






Autoavaluació de l'estat de conservació interior i exterior



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Qualitat i serveis oferts als establiments

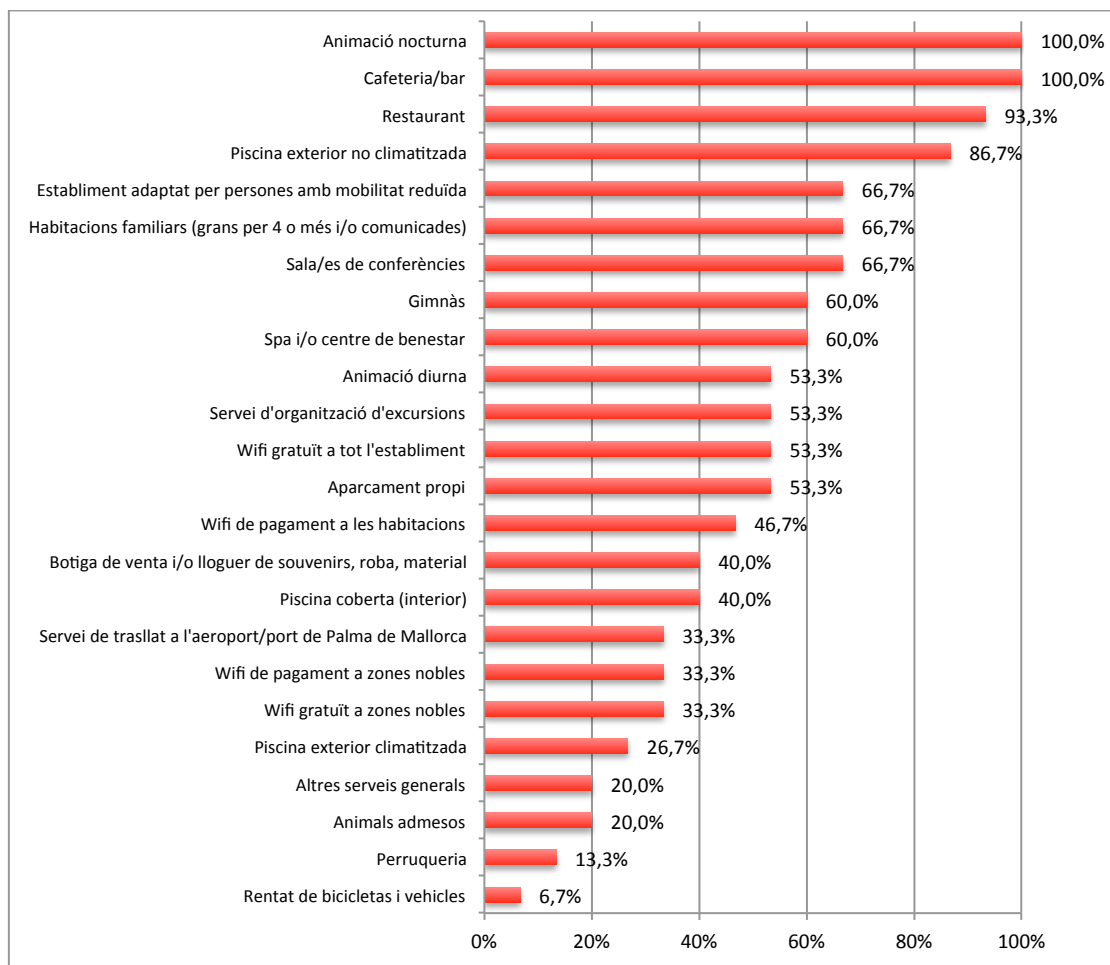
De tots els que van respondre l'enquesta, tan sol un 27% no disposa de ninguna certificació de qualitat o específica de medi ambient. Dels que sí compten amb alguna, la més esmentada es el SICTED, seguida de l'EMAS i l'ISO 14001. Alguns dels establiments disposen de fins a tres certificacions diferents.

SICTED	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL
				
% certificats dels establiments enquestats amb els distintius de qualitat i medi ambient				
33%	13%	27%	27%	7%

Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Els serveis que més s'ofereixen en els establiments es troben el disposar de servei de cafeteria/bar, restaurant i comptar amb alguna forma d'animació nocturna i piscina exterior no climatitzada. També destaca l'adequació dels establiments als segments familiar i sènior, així com la possibilitat de pràctica d'esport i relaxació al mateix establiment.

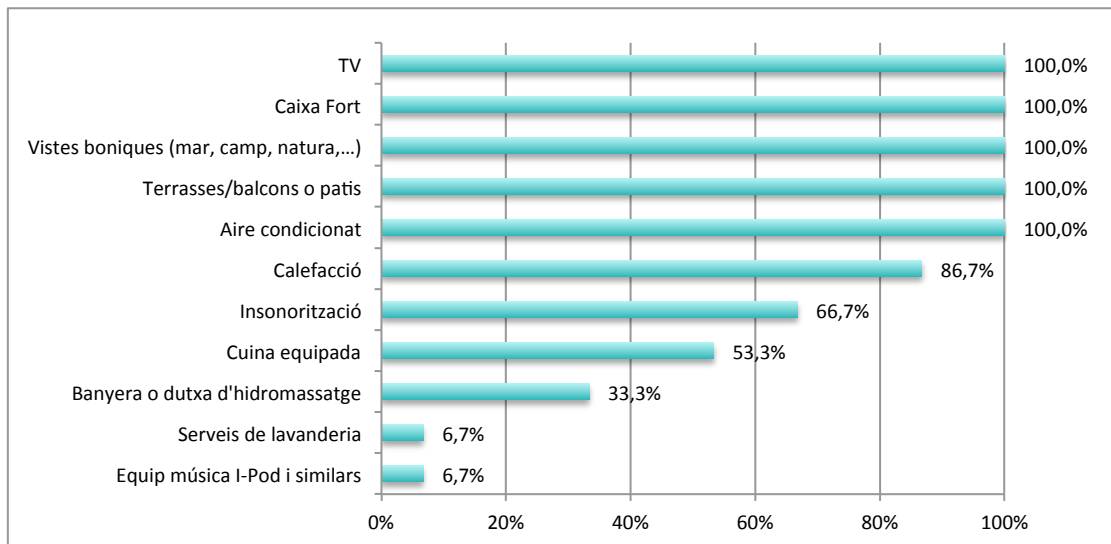
Serveis dels establiments



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Els serveis disponibles a les habitacions son segons els enquestats de molt bona dotació, fet que es correspon amb la categoria de 4 estrelles de més de la meitat dels enquestats. A continuació es detallen els serveis que es ofereixen.

Serveis a les habitacions

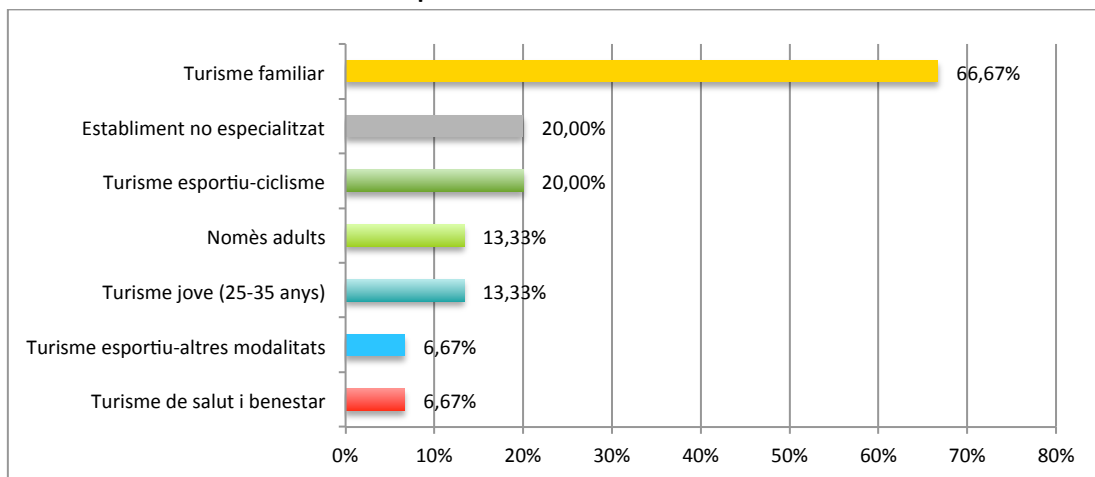


Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Especialització, públics per temporada, producte i forma de comercialització

El 80% dels establiments afirma tenir alguna especialització, alguns compten amb més d'una. La més nombrosa és la especialització al públic familiar, seguida pel turisme esportiu, especialment cicloturisme.

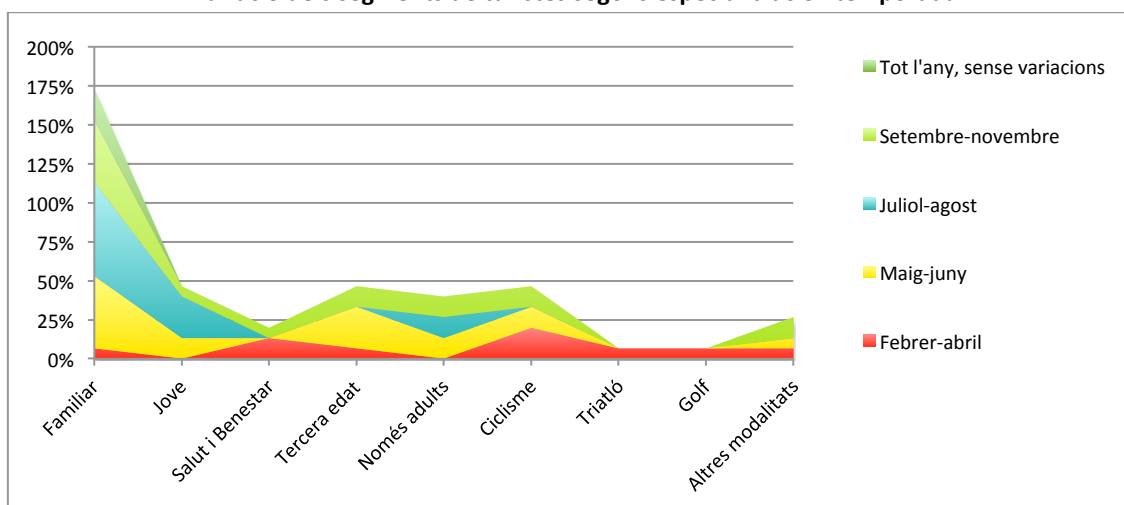
Especialització dels establiments



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Els enquestats també identificant a l'enquesta els períodes de l'any d'afluència dels diferents segments. El familiar, el més comentat, es concentra entre els mesos de maig-setembre, però destaca també la funció desestacionalitzadora dels altres segments com tercera edat els mesos de maig i juny, o els segments d'esportistes els mesos de febrer a abril i setembre-octubre.

Variació dels segments de turistes segons especialització i temporada



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

La modalitat d'allotjament més oferta pels hotelers és la mitja pensió, en 67% dels hotels encuestats més de la meitat de les estàncies es comercialitzen baix aquesta modalitat. En el cas de tot inclòs, un 33% dels enquestats la ofereix per més de la meitat de les seves places d'allotjament, però també destaca que un 40% dels enquestats no l'ofereix mai. L'opció només allotjament no s'ofereix mai en el 60% dels hotels.

La forma de comercialització és en la gran majoria, entre el 75% i el 100% de les places a través d'un touroperador convencional. Dels 15 establiments que van respondre a l'enquesta, 10 afirmen que també es comercialitzen a través del canal on-line (agències/OTAs) i/o realitzen venda directa, però d'aquesta manera només comercialitzen fins al 25% de les seves places..

Anàlisi d'oferta complementària

No es disposa de dades d'un registre o estadístiques que descriguin el comportament de l'oferta complementària i la seva evolució els últims anys. Segons les dades de la Cambra de Comerç de Mallorca, es registren 77 empreses que es reparteixen entre els subsectors de agències i transport, restauració i bars i altres activitats culturals i esportives.

AAVV I TRANSPORTS	
Agències de viatges	3
Rent a Car / Taxis	7
Transport de passatgers col·lectiu	1
RESTAURANTS I BARS	
Restaurants de 2 tenedors	6
Restaurants de 1 tenedor	15
Cafeteries de 2 i 3 tasses	2
Cafeteries de 1 tassa	10
Bars	13
Sales de ball i discoteques	3
ACTIVITATS	
Organització d'activitats esportives i lloguer material	8
Serveis nàutics	5
Activitats lúdiques i de relaxació	4

A més es registren **90 empreses dedicades al comerç al detall**, destacant 27 comerços de venda de articles de tèxtil, roba esportiva i articles de la pel, 16 comerços d'alimentació i 20 comerços que compten amb llicència de vendre objectes de regal o similars.

Destaca que l'any 2015 hi ha 9 empreses d'oferta complementària distingides SICTED, d'elles 6 restaurants i/o bars, fet que denota un incipient esforç de millora de l'oferta de gastronomia de la destinació.

Conclusions de l'anàlisi de l'oferta turística

- ✓ Planta d'allotjament important, de més de 13.000 places registrades, el 4,5% de tota l'oferta d'allotjament de Mallorca
- ✓ Millora de la planta d'allotjament en les últims 10 anys, requalificació dels establiments a altres tipologies i categories més elevades
- ✓ Predomini d'oferta de places en establiments hotelers de 3 i 4 estrelles, el 89% de tota l'oferta d'allotjament registrat disponible
- ✓ Alta estacionalitat de l'obertura dels establiments de allotjament, tot i que es percep un lleuger allargament de la temporada en els últims 5 anys
- ✓ Ocupació de les places obertes relativament bona, al voltant del 80% per temporada
- ✓ Rendibilitat del sector hotelier lleugerament per sota de la mitjana del conjunt de l'oferta hotelera de l'illa
- ✓ Es registra un esforç important en millora de la qualitat dels establiments d'allotjament, rehabilitació dels establiments i la seva certificació de qualitat i ambiental
- ✓ Existeix una fort especialització de l'oferta enfocada al turisme familiar i de sol i platja, però també es comença especialitzar als establiments en altres segments i productes
- ✓ Molt alta dependència dels touoperadors tradicionals en la comercialització de les habitacions d'allotjament.
- ✓ Manca de dades estructurades que permetessin gestionar l'oferta complementària a l'allotjament turístic

Anàlisi de la demanda turística actual

Anàlisi de la demanda turística actual i de la seva evolució

L'últim any analitzat, 2014, es registren **289.143 viatgers**, la majoria allotjats als establiments hotelers. Aquests viatgers van efectuar **2.295.680 pernòctacions**, situant-se l'estada mitjana en **7,8 dies**.

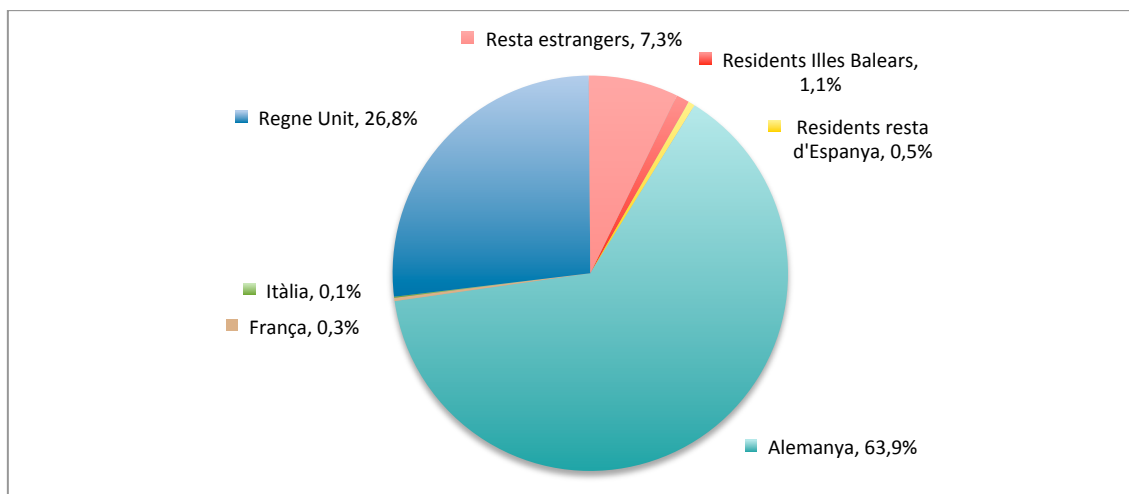
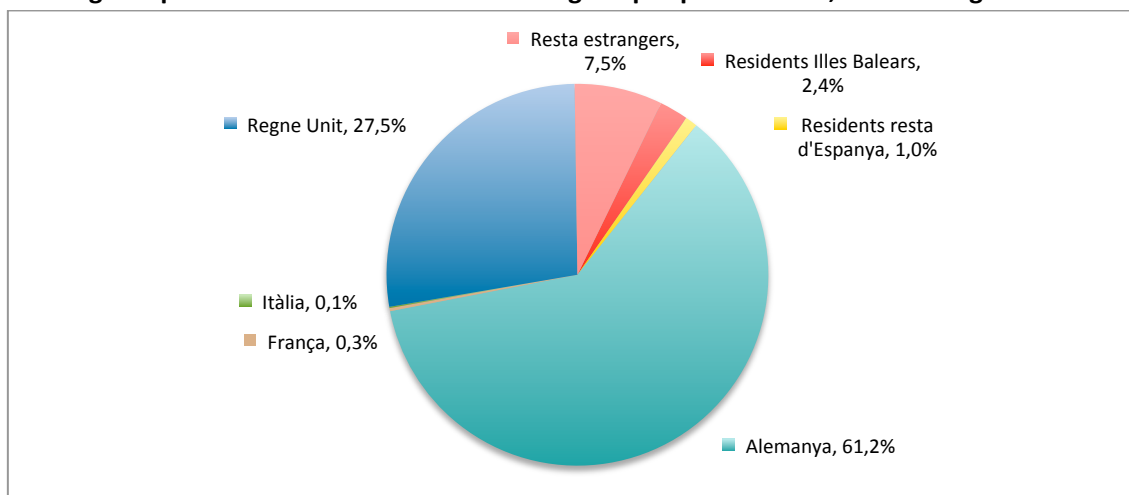
Viatgers, pernòctacions i estada mitjana, Santa Margalida, 2014

	Viatgers	Pernòctacions	Estada mitjana
Establiments hotelers	289.143	2.263.644	7,8
Apartaments turístics	3.754	32.036	8,5
TOTAL 2014	292.897	2.295.680	7,8

Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

Alemanya i Regne Unit són els principals mercats d'origen dels turistes que s'allotgen a Can Picafort, tant comparant el nombre de viatgers com pernòctacions.

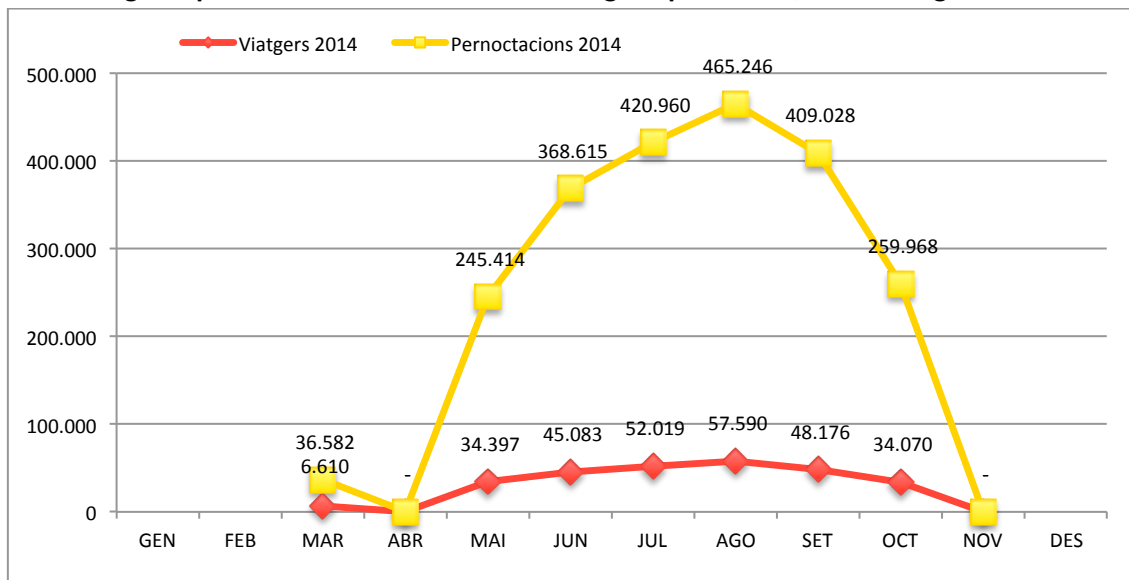
Viatgers i pernòctacions als establiments reglats per procedència, Santa Margalida 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

L'estacionalitat de les pernoctacions és molt elevada, el 56% del total es concentra als mesos de juliol, agost i setembre. En el cas dels viatgers aquest percentatge puja fins al 53%.

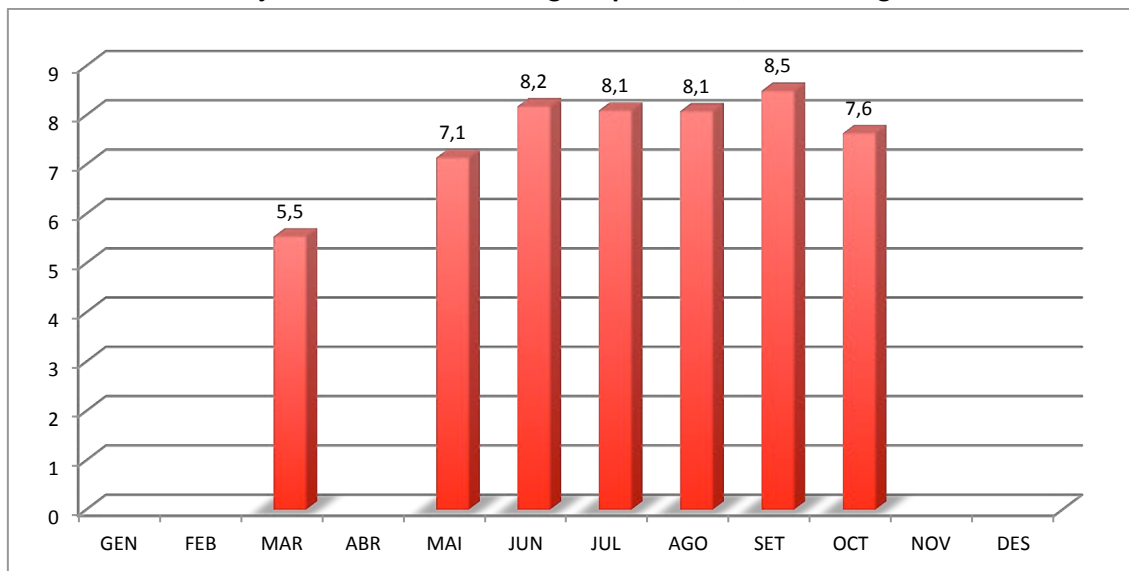
Viatgers i pernoctacions als establiments reglats per mesos, Santa Margalida 2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

Amb l'única diferència del mes de març, que presenta una estada mitjana més curta, la resta de mesos aquesta es situa en 7 o 8 dies, el mes de setembre es registren les estades més llargues, de 8,5 dies de mitjana.

Estada mitjana als establiments reglats per mesos, Santa Margalida 2014



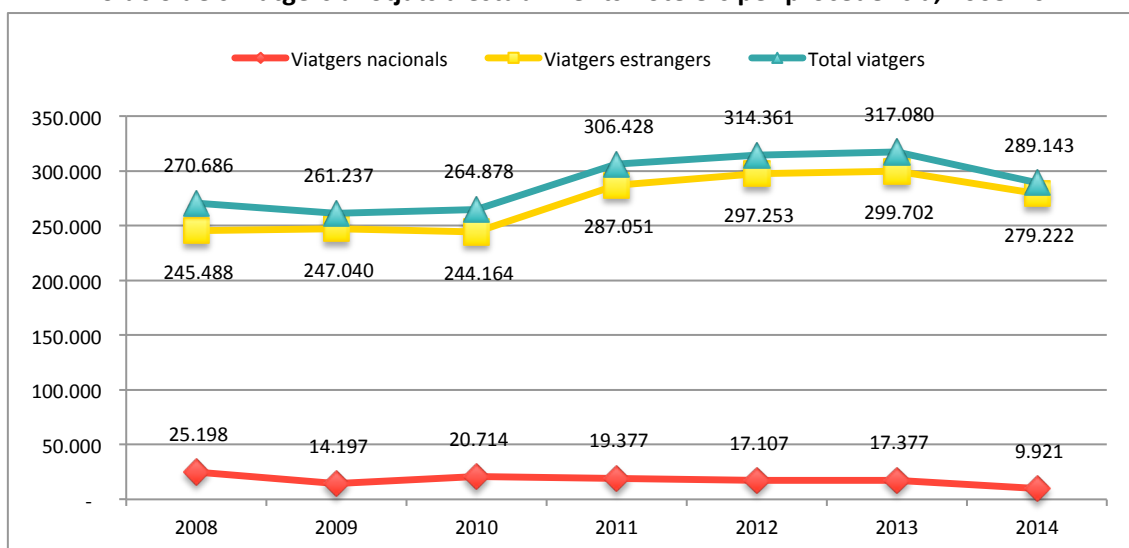
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

Evolució de la demanda als establiments hotelers

L'evolució de la demanda registrada a l'allotjament hotelier en els últims 7 anys mostra alguns petits canvis. Principalment degut a la disminució del mercat nacional, peninsular i balear, es

van incrementar les estades dels turistes estrangers, amb una pujada significativa dels turistes britànics en els últims 3 anys.

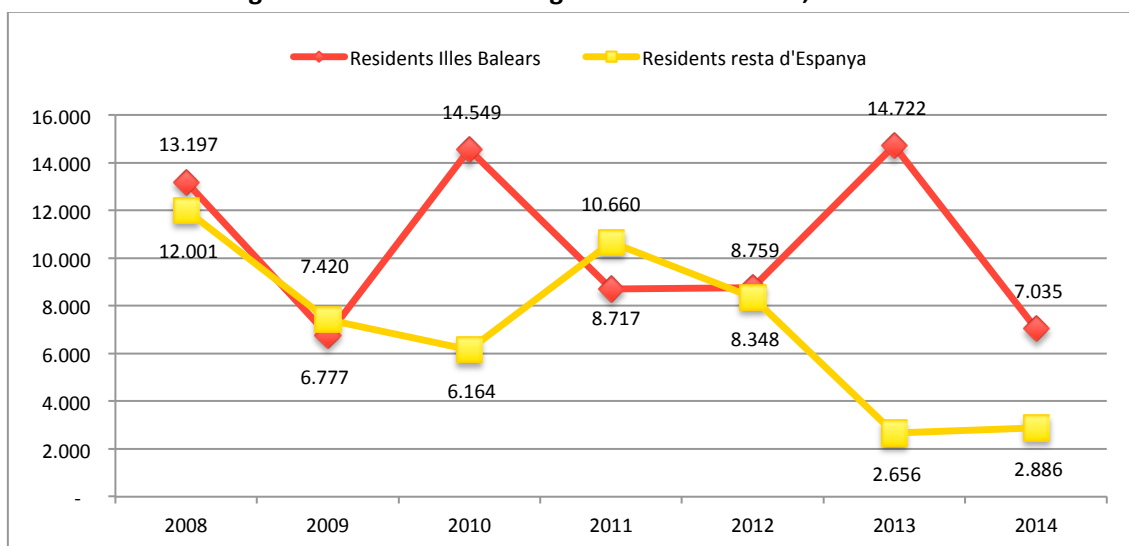
Evolució dels viatgers allotjats a establiments hotelers per procedència, 2008-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

El decreixement mitjà del mercat nacional es situa en -9,5% anual, sent aquest més pronunciat en el mercat nacional peninsular que ha pràcticament desaparegut en els últims dos anys.

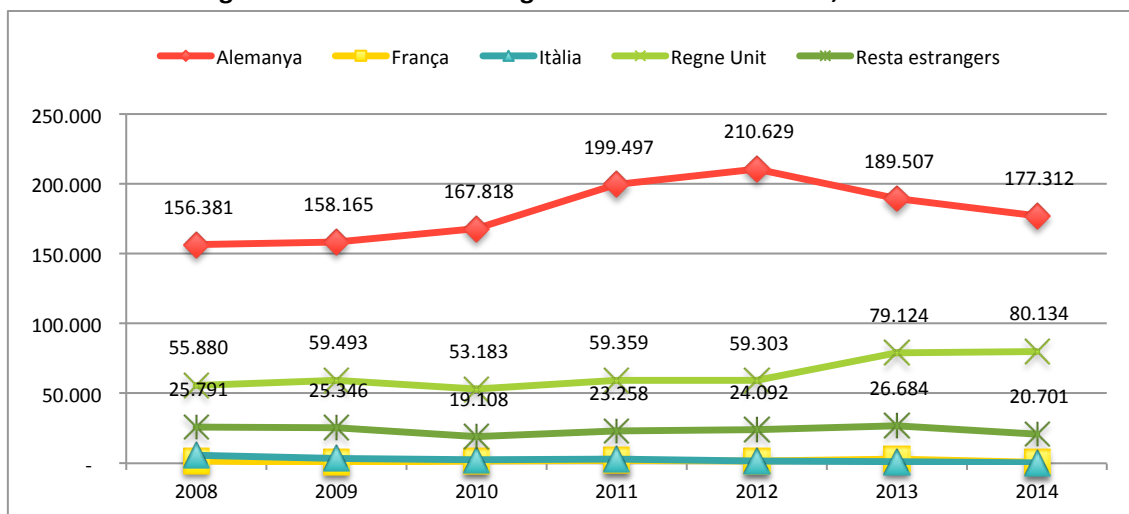
Desglossament evolució viatgers mercat nacional, 2008-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

El mercat alemany, tradicionalment el més nombrós a Can Picafort va disminuir els dos últims anys, sent reemplaçat pel mercat britànic que és el que ha crescut en major mesura a partir de l'any 2012.

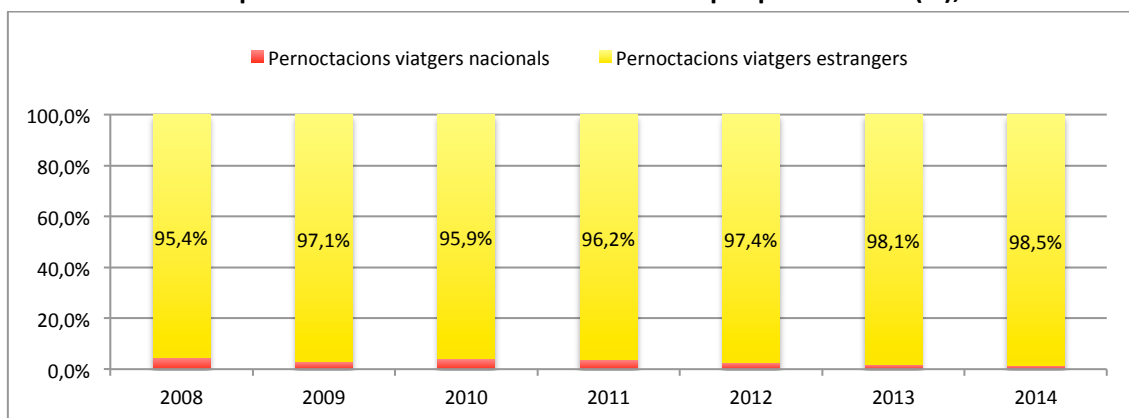
Desglossament evolució viatgers mercat internacional, 2008-2014



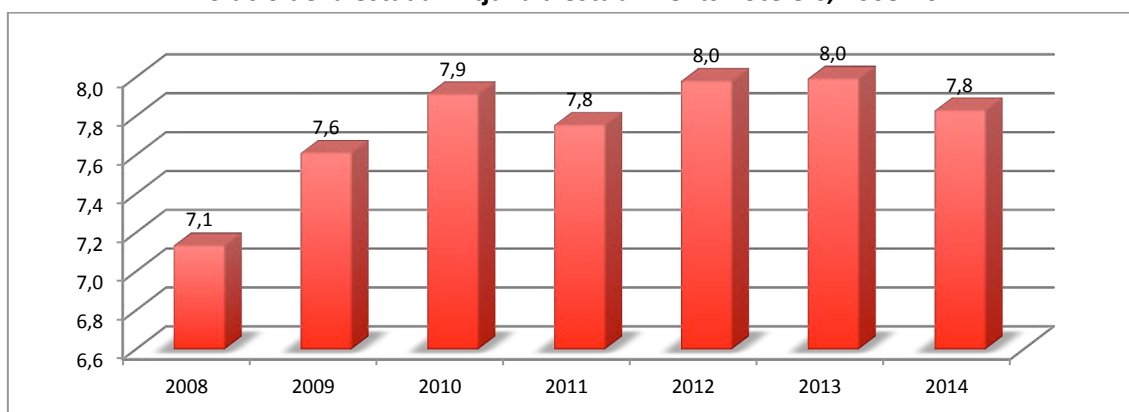
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

En nombre de pernoctacions, els mercats estrangers cobren encara més importància, l'any 2008 representaven el 95,4% del total i l'any 2014 el 98,5% de les pernoctacions als establiments hotelers. El canvi de procedència va afectar a la estada mitjana que va augmentar, en realitzar els estrangers estades generalment més llargues.

Evolució de les pernoctacions a establiments hotelers per procedència (%), 2008-2014



Evolució de la estada mitjana a establiments hotelers, 2008-2014



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, 2015

Demanda d'allotjament de Can Picafort respecte al conjunt de l'Illa de Mallorca

En comparativa, Santa Margalida (Can Picafort) representa un 4,1% del total de viatgers arribats a Mallorca i un 5% de les pernотacions, degut a una estada mitjana 1,4 dies més llarga respecte al conjunt de l'Illa.

Viatgers , pernотacions i estada mitjana, Santa Margalida i Mallorca, 2014

	Viatgers	Pernотacions	Estada mitjana
Illa de Mallorca	7.173.386	46.144.389	6,4
Santa Margalida	292.897	2.295.680	7,8
% SM/Mallorca	4,1%	5,0%	1,4

Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Ibestat, EOH i EOAT, 2015

Hi ha algunes diferències respecte a la procedència dels viatgers, a nivell de Mallorca els viatgers nacionals representen més quota que a Can Picafort (9,1% vs 3,4%) i la resta dels mercats estrangers presenta una diversificació més important, encara que Alemanya amb 40% i Regne Unit amb 24% dels viatgers son els mercats principals, hi ha una major importància de la resta dels països emissors de turistes, destacant França, Itàlia, Suècia, Suïza, Països Baixos i Bèlgica.

Conclusions de l'anàlisi de demanda turística

- ✓ Demanda turística molt poc diversificada, provinent en un 98,5% del mercat estranger, bàsicament de dos mercats, l'alemany i el britànic
- ✓ Lleugera disminució de llegades de viatgers alemanys, substituïda parcialment els últims tres anys per la pujada d'arribades de viatgers procedents del Regne Unit
- ✓ Estada mitjana superior a una setmana, 1,4 dies més llarga que la mitjana de l'illa de Mallorca
- ✓ La suma de les pernотacions representa un 5% del conjunt de Mallorca
- ✓ Manca de dades que permetin conèixer amb major profunditat els segments de la demanda que rep actualment la destinació i el seu grau de satisfacció general

Posicionament actual de la destinació en el mercat turístic

La visió externa de la destinació i dels seus components territorials i turístics està representada al present estudi en dues visions diferents. La primera, que recull l'opinió dels touoperadors tradicionals que treballen amb la destinació i actualment son els seus principals prescriptors, i la segona és la que es pot obtenir amb la cerca d'opinions existents sobre la destinació als llocs que més habitualment utilitzen els turistes per expressar la seva opinió i satisfacció percebuda del seu viatge.

Enquesta al canal de comercialització - TTOO

La visió dels operadors s'ha obtingut a través d'una enquesta estructurada i enviada als principals operadors de la destinació, dels que **van respondre sis**. No és una resposta de molt volum de contestacions, però cal tenir en compte **la importància de les empreses operadores que van donar la seva opinió** en el mercat turístic, especialment en els mercats alemany i angles, principals clients actuals de la destinació.

L'enquesta ha estat distribuïda el mes d'abril amb el suport de l'Agrupació Hotelera de Alcúdia i Can Picafort i amb l'ajuda dels propis hotelers. Els respostes que s'han obtingut són dels següents operadors en ordre de recepció de les seves respostes:

- Iberoservice
- Thomas Cook
- Jumbo Tours Group
- Orbitz Worldwide
- Hotelbeds (TUI)
- Expedia

Iberoservice i Thomas Cook mencionen que treballen amb la destinació **des dels anys 60-70**, acumulant més de 40 anys d'experiència amb Can Picafort. Jumbo Tours treballa a Can Picafort des dels anys 90, i Orbitz, Hotelbeds i Expedia des de l'any 2003.

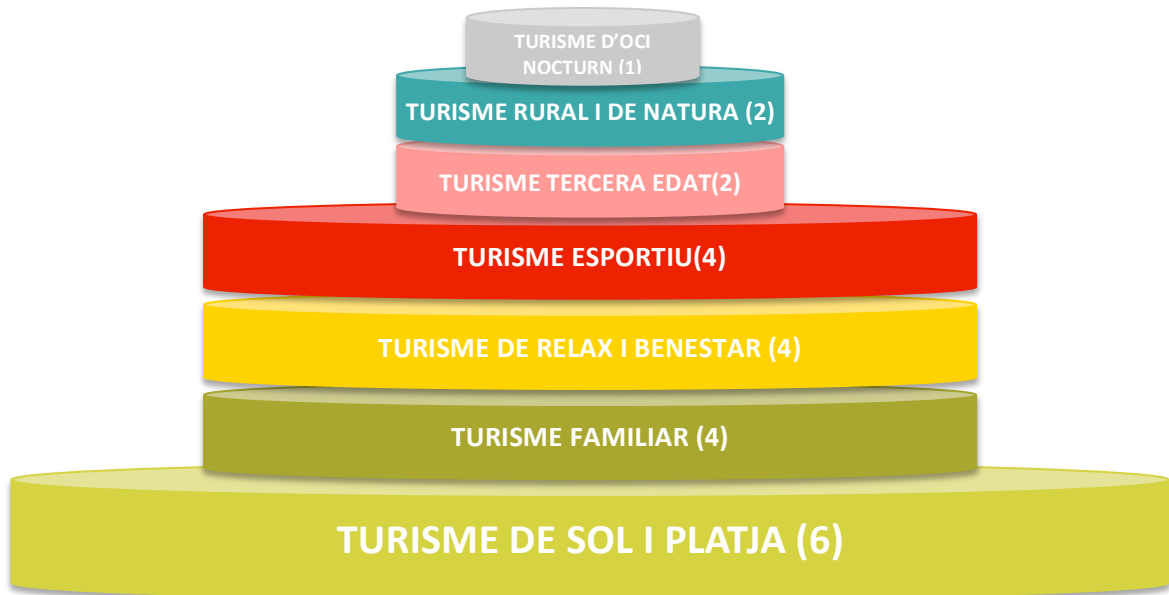
Les sis empreses treballen amb hotels i apartaments, cinc d'ells també amb apartaments i hostals i dues amb agroturismes. Solo un dels operadors treballa també amb empreses d'activitats i altres agències de viatges de la destinació.

On i com comercialitzen Can Picafort

Preguntats per amb quins productes o segments de turisme associen la destinació de Can Picafort, de les respostes obtingudes s'ha construït un portafoli que es pot observar a continuació, basat en el **turisme de sol i platja dirigit al públic familiar**, portafoli diversificat amb alguns productes més específics com relax i benestar o les activitats esportives.

D'entre de les activitats esportives que més s'esmenten destaca el **cicloturisme** en primer lloc, seguit de triatló, però també consideren en menor mida la possibilitat de pràctica d'esports com nòrdic walking, surf, windsurf i kitesurf, busseig i vela.

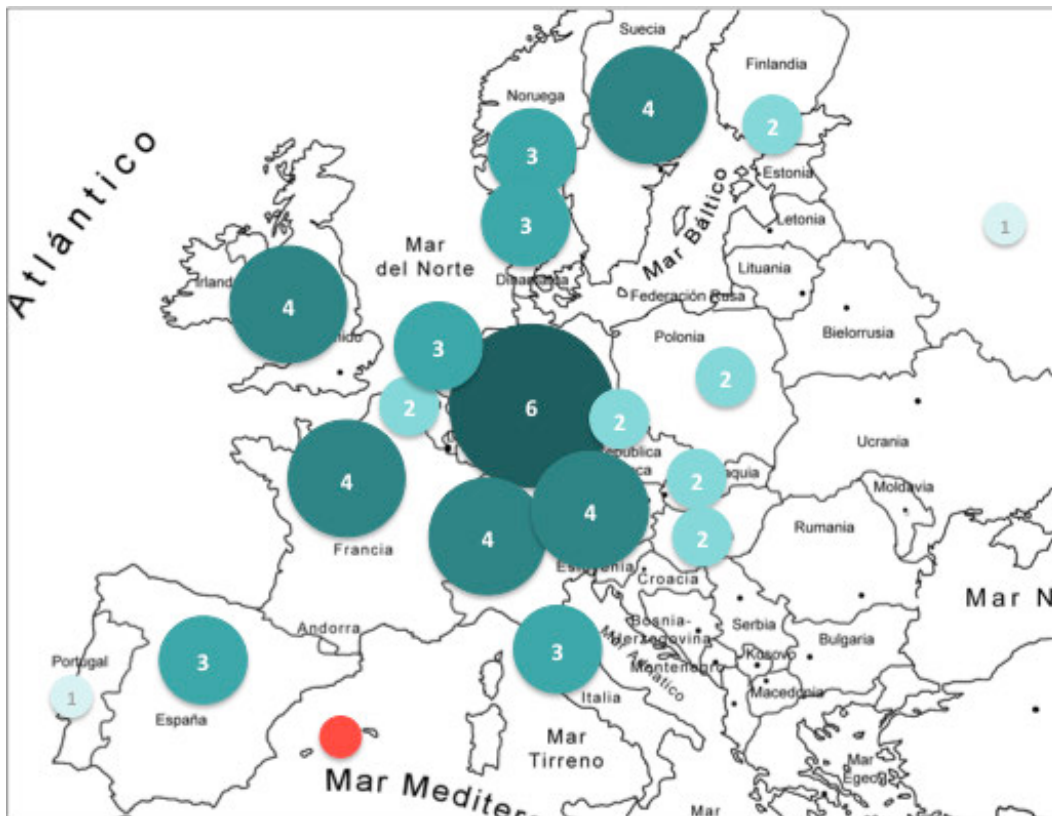
Portafoli de productes de la destinació



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

El mercat de distribució principal per tots els operadors és Alemanya, seguida de Regne Unit i Irlanda, França, Suïça, Àustria i Suècia.

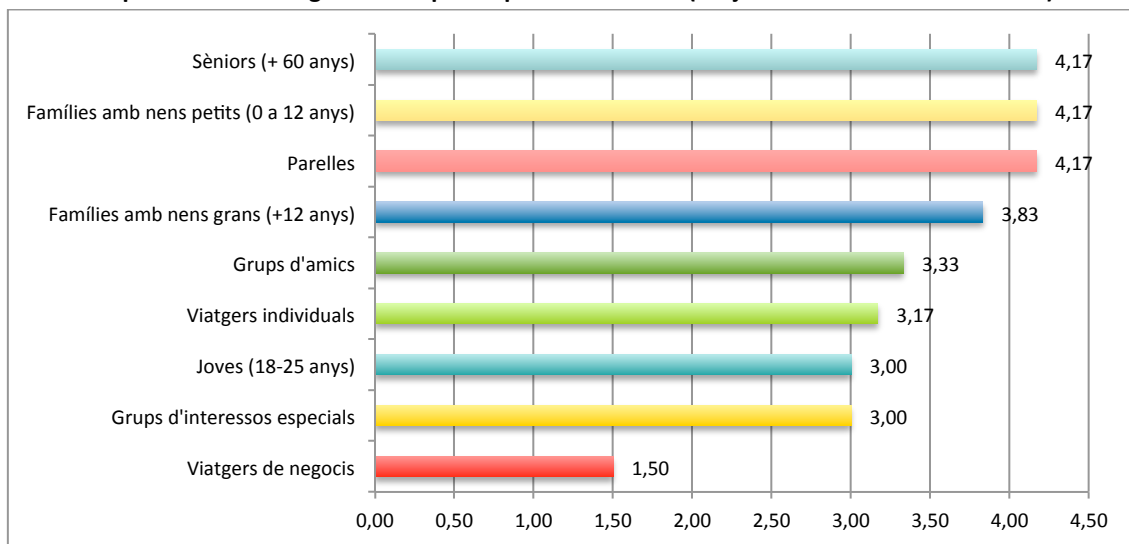
Distribució dels mercats on els operadors comercialitzen la destinació Can Picafort



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Preguntats per quina és segons la seva experiència la importància dels segments de públic que demanen viatges amb destinació a Can Picafort, la seva opinió coincideix que es tracta d'una destinació que es ven bé a les famílies amb nens petits i grans, els sèniors i les parelles. Pel contrari, els viatgers de negocis no demanen gairebé mai aquesta destinació.

Importància dels segments de públic per Can Picafort (mitjana de valoració d'un a cinc)

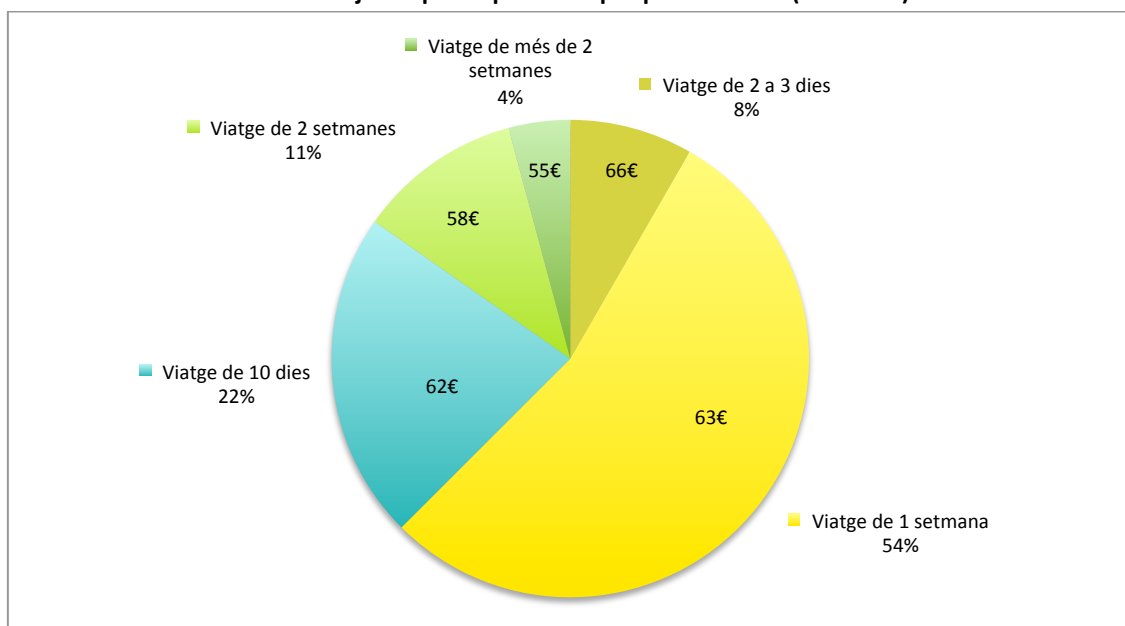


Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Respecte a la durada i preu dels paquets que solen oferir els operadors de la destinació, la majoria comercialitza Can Picafort amb estades d'1 setmana o 10 dies.

Els preus mitjans que ens faciliten els operadors corresponen a preu per persona i dia en règim de mitja pensió en un hotel de 3 estrelles i són preus orientatius.

Estada mitjana i preu aproximat per persona i dia (sense vol)



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

Posicionament de Can Picafort segons els operadors turístics

Can Picafort no forma part de les principals zones / destinacions de l'illa de Mallorca més rellevants per als operadors, que indiquen que sobre la base del nombre d'estades per temporada venudes són les següents:

	1ª destinació	2ª destinació	3ª destinació	4ª destinació
Operador 1	Alcúdia	Platja de Palma	Magaluf	Palma de Mallorca
Operador 2	Calvià	Altres cales de Mallorca	Platja de Palma	Alcúdia
Operador 3	Palma de Mallorca	Alcúdia	Platja de Palma	Calvià
Operador 4	Palmanova	Platja de Palma	Magaluf	Cala d'Or
Operador 5	Platja de Palma	Cala Millor	Alcúdia	Cala Ratjada
Operador 6	Platja de Palma	Cala Millor-Sa Coma	Cala Ratjada	Alcúdia-Platja de Muro

Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

D'altra banda, també es va preguntar per amb què destinacions compararien Can Picafort i per què. Les opinions agregades son les següents:



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

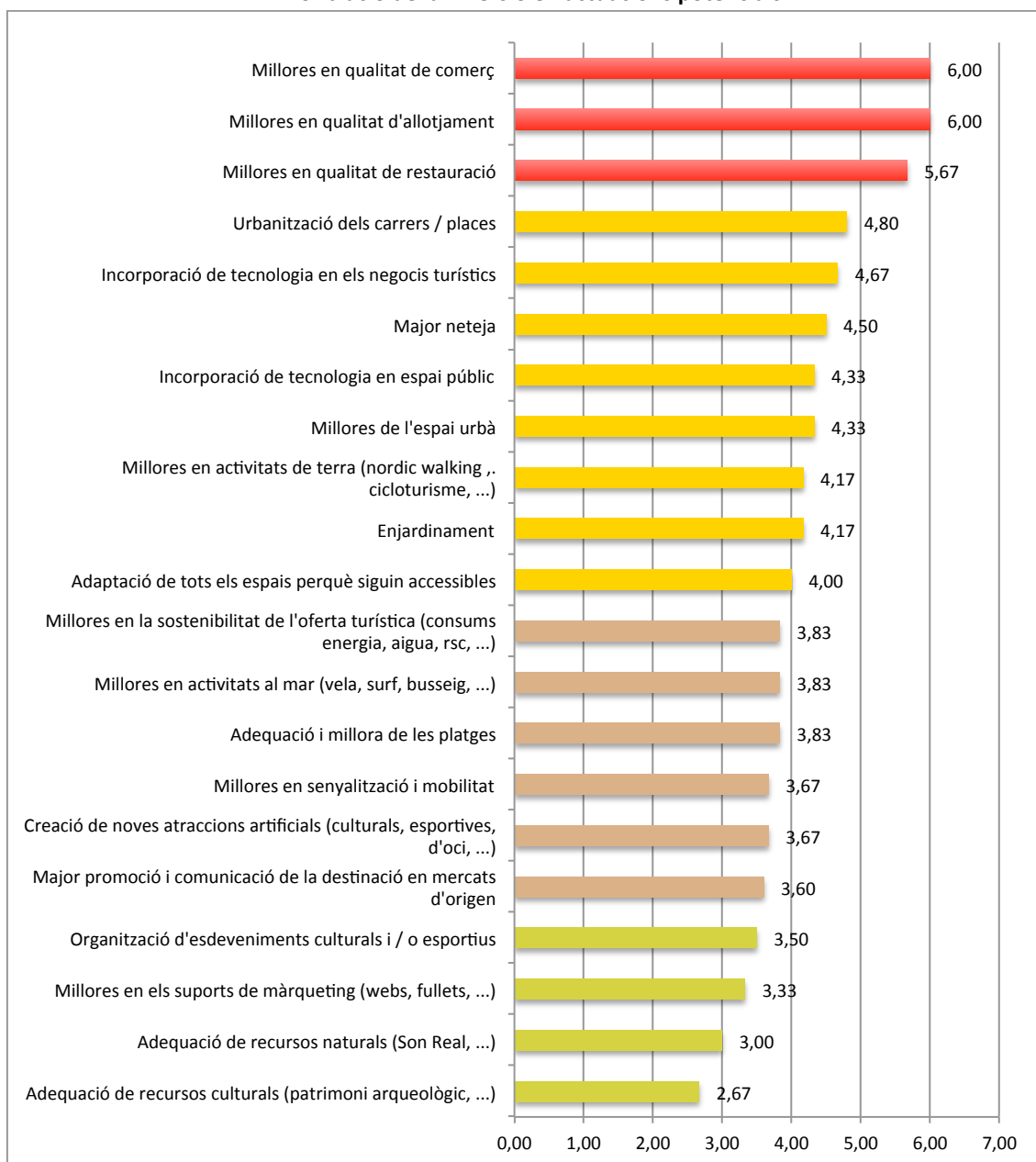
Independentment dels comentaris anteriors, quan els operadors qualifiquen el posicionament de Can Picafort pel que fa a la relació QUALITAT / PREU, **dues terceres parts opinen que aquesta és regular i una tercera part que és bona.**

Per últim es va preguntar als operadors, si ells mateixos poguessin invertir un pressupost en accions de millora de la destinació, en que conceptes invertirien res o molt poc (1) y en que conceptes invertirien molt o tot (7).

A la següent gràfica es ordenen segons la mitjana de les respostes les actuacions que prioritzarien els operadors, clarament enfocades a polítiques d'oferta, millora dels serveis en general de l'oferta d'allotjament i sobre tot de la complementària.

En segon lloc es ubicarien actuacions d'àmbit municipal, d'actuació sobre l'espai públic, i també la incorporació de la tecnologia tant a nivell de destinació com de les empreses en general.

Priorització de la inversió en actuacions potencials



Font: Elaboració pròpia, enquesta realitzada abril 2015

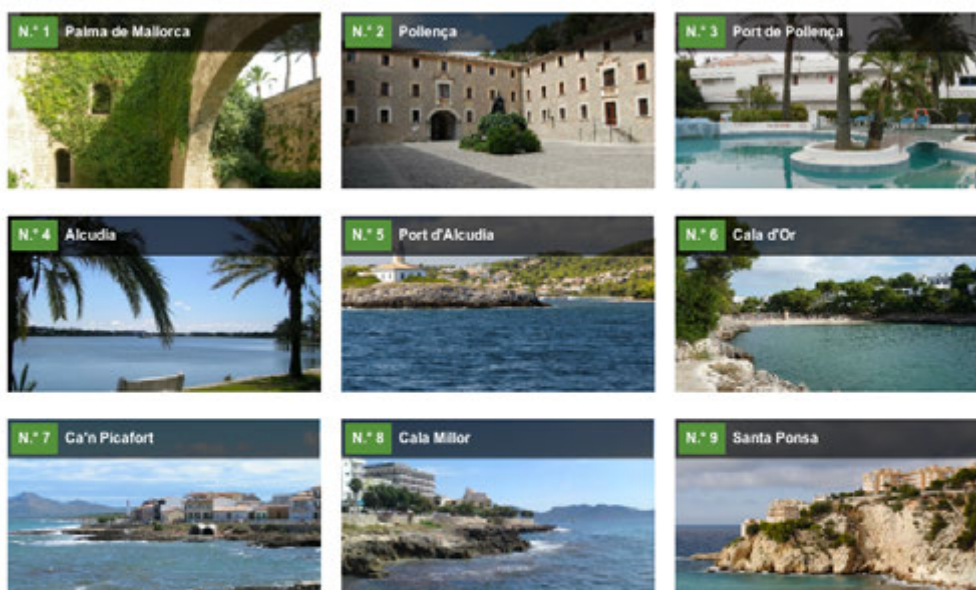
Portals WEB aglutinadors d'opinió

Per determinar el posicionament preu/qualitat percebut per part dels clients, s'utilitzen els webs de Tripadvisor i Minube per la destinació en general i Booking i Trivago en particular per l'allotjament com tres fonts d'opinió externa dels usuaris.

Tripadvisor

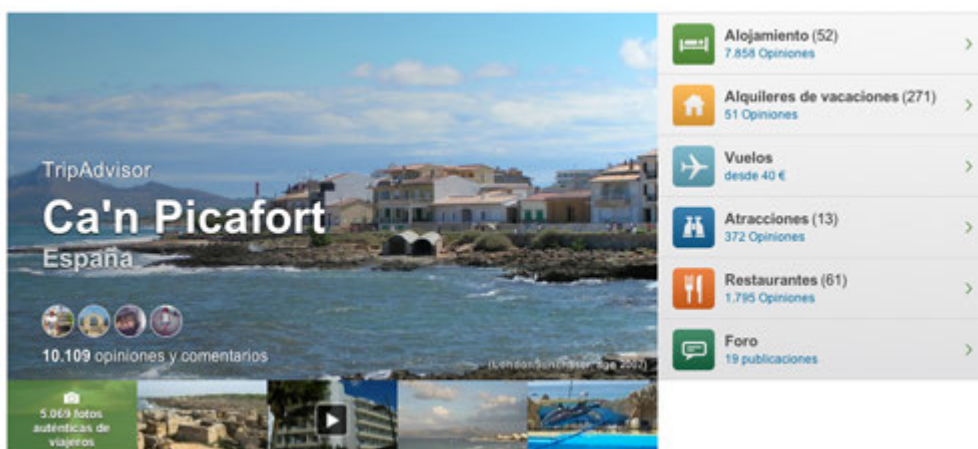
Can Picafort classificada **com destinació de Mallorca ocupa el lloc nº 7**, després de destinacions com Port de Pollença, Port d'Alcúdia i Cala d'Or que guarden similituds amb la mateixa. Classificada com destinació de les Illes Balears, ocupa el lloc nº13.

Destinos populares en Mallorca



Font: Tripadvisor, recerca realitzada en abril 2015

Dins de la destinació de Can Picafort, a Tripadvisor es troben **52 allotjaments, 271 apartaments o cases de lloguer, 13 atraccions o activitats i 63 restaurants**. En total es registren **més de 10.000 opinions** i al mateix web es troben **més de 5.000 fotografies autèntiques** dels viatgers.



Font: Tripadvisor, recerca realitzada en abril 2015

En total es troben 52 allotjaments valorats pels clients al web de Tripadvisor, **36 hotels, 6 classificats com hostals o pensions i 10 com apartaments o aparthotels**.

La mitjana de comentaris per establiment es troba a 180 comentaris, hi ha 8 hotels que compten amb més de 300 opinions cadascú, el que més opinions té compta amb 1.053 mencions de clients. **De mitjana**, el percentatge de opinions de tots els establiments que especifica “**Excel·lent**” representa un **31% de les opinions generals**, en cas dels millor valorats aquest percentatge puja fins al 63%.

Els restaurants i l’oferta d’activitats complementària no compten amb un volum suficientment important d’opinions per poder realitzar un anàlisi amb més profunditat, dels **63 restaurants** que apareixen a la pàgina de Tripadvisor a la data de l’anàlisi, tan sol **13 compten amb més que 50 opinions cadascú**. El restaurant que compta amb més opinions suma 357. En general en nivell d’excel·lència comentat al Tripadvisor és relativament alt, d’aquests 13 restaurants amb opinions suficients per la valoració, un **64% dels comentaris les donen la etiqueta d’excel·lent**.

De les activitats tenen certa rellevància per comptar amb més de 30 opinions una empresa de turisme actiu que aprofita la costa, el Karting Can Picafort i curiosament **es inclou el Parc Natural de S’Albufera com un atractiu de Can Picafort**.

Minube

La pàgina web de la comunitat de viatgers Minube mostra molt poca informació de Can Picafort, degut al seu caràcter principalment enfocat al mercat nacional. Al igual que en el cas de Tripadvisor, Minube també inclou S’Albufera com un atractiu de Can Picafort.



Font: Minube, recerca realitzada en abril 2015

Booking

La recerca d’allotjaments que utilitzen aquest canal per la seva venda i distribució mostra a dia d’avui **22 allotjaments amb presència a aquesta OTA**. En general, no hi ha moltes opinions dels usuaris, en total **es registren 940 opinions, unes 42 opinions de mitjana per establiment**. Només dos hotels dels presents acumulen més de 100 opinions cadascun. La mitjana de l’avaluació general dels hotels es situa en **7,8 punts**, una valoració força positiva per al conjunt de l’oferta d’una destinació de sol i platja.

Trivago

La pàgina web de Trivago, fonamentalment basada en comparació de preu, inclou un apartat on presenta baix el format de guia els allotjaments i atractius que considera més importants de cada destinació. A continuació es presenta aquesta guia que confeccionen per Can Picafort, el fet que crida l'atenció és que només considera dos atractius per a la destinació, les dues platges més urbanes, sense esmentar cap altre recurs.

Top Hoteles



Son Baulo



desde **44 €**

Hotel Son Baulo Can Picafort

En la isla de Mallorca encontramos el Hotel San Baulo. Se trata de un hotel de tres estrellas situado en primera línea de playa y muy próximo al parque natural de Son Real. El hotel dispone de 251 habitaciones con 2 o 3 camas, algunas de ellas interconectadas especialmente pensado para más



Grupotel Gran Vista & ...



desde **91 €**

Hotel Grupotel Gran Vista & Spa Can Picafort

El hotel se encuentra situado a 400 metros de la playa de Can Picafort y está rodeado de grandes jardines. El complejo está compuesto por el hotel y los apartamentos Aldea Gran Vista. Las habitaciones están equipadas con aire acondicionado, calefacción, baño completo, televisión más



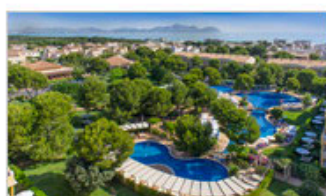
Grupotel Montecarlo



desde **77 €**

Hotel Grupotel Montecarlo Can Picafort

Situado en Mallorca, en Can Picafort se encuentra el hotel Grupotel Montecarlo. Se trata de un hotel de tres estrellas que forma parte de la cadena hotelera Grupotel y se encuentra situado muy próximo a la playa de Can Picafort. Dispone de 169 habitaciones completamente equipadas más



Viva Mallorca

desde **55 €**

Hotel Viva Mallorca Can Picafort

Complejo hotelero abierto en 2004 que está indicado especialmente para familias por los servicios e instalaciones que ofrece. Consta de 248 apartamentos, normales y grandes (especiales para familias y grupos) y habitaciones dobles. Todas las estancias están climatizadas y los más

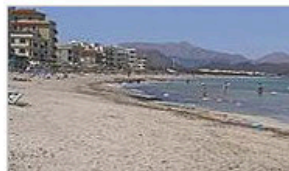
Más Top Hoteles

Vista Park
Ferrer Concord
Es Bauló
JS Miramar
Thb Gran Playa
JS Yate

Gran Bahia
Vell Mari Aparthotel
Alzinar Mar
JS Can Picafort
Dunes Platja
Hotasa Sarah

Exagon Park
JS Sol Can Picafort
Ferrer Janeiro
Stil Bonsai
Markus Park
Grupotel Farrutx

Puntos de interés - Can Picafort



Playa de Can Picafort



Playa Son Baulo

Font: Trivago, recerca realitzada en abril 2015

Conclusions de l'anàlisi de posicionament de la destinació

- ✓ Presència al canal de comercialització tradicional consolidada
- ✓ Visió de la destinació per part dels operadors com "obsoleta" respecte a altres destinacions competidores
- ✓ Bona valoració de la relació qualitat/preu de l'oferta de la destinació
- ✓ Posicionament de la destinació als comparadors d'opinió relativament bo, Can Picafort ocupa la setena posició al rànquing de les destinacions de Mallorca
- ✓ Pràcticament tota l'oferta d'allotjament compta amb comentaris, però es detecta baix nivell de gestió d'aquesta eina per una part important dels empresaris, especialment de l'oferta complementària, però també pels propis hotelers
- ✓ En general, tant l'oferta d'allotjament com de restauració i activitats rep valoracions força positives que denoten una bona relació qualitat/preu i satisfacció percebuda pels clients

Entrevistes personals i opinió local sobre Can Picafort

D'acord amb el cronograma de la metodologia aplicada, les setmanes del 16 i 23 de març de 2015, s'han dut a terme 27 entrevistes personals presencials basades en un qüestionari estructurat, juntament amb 2 persones a qui, després d'una breu reunió, se'ls va enviar el qüestionari per correu electrònic.

D'aquestes 29 persones en total, 5 pertanyien a l'Administració (representants de partits polítics) i 24 a l'àmbit privat, estructurats de la manera:

- Sector Hotelier: 11
- Sector Restauració: 3
- Sector Comerç: 2
- Oferta Complementària: 3
- Sector Residencial: 3
- Sector Construcció: 1
- Altres (Residència 3^a Edat): 1

Visió territorial

Can Picafort té un fet característic, des del punt de vista de territori, que el converteix en una destinació amb potencialitats i característiques diferenciades, com és la existència, a banda i banda del nucli urbà, de dues zones naturals d'especial protecció (les dunes de les platges de Muro a un costat i la franja costanera de Son Real a l'altre), el que permet un esponjament del qual no gaudeixen altres zones a Mallorca.

El seu enclavament geogràfic al centre de la Badia és un element estratègic ressaltat i percebut com a positiu pels diferents entrevistats, si bé a això es contraposa la relativa dificultat en els accessos a Can Picafort, el que li resta visibilitat i notorietat, enfront d'altres destinacions de la Badia com Platja de Muro o Port d'Alcúdia.

S'ha pogut constatar la percepció positiva i el coneixement que hi ha pel que fa als recursos naturals que ofereix Can Picafort al visitant com a avantatge competitiu. Destaquen entre aquests recursos la franja costanera de platges verges i sistemes dunars que s'estenen des de Can Picafort (Son Bauló) fins a Son Serra de Marina. Ara bé, de la mateixa manera es posa de manifest una gran falta de neteja en aquestes platges, sense quedar clara la delimitació de competències referent a això per millorar la situació.

Igualment s'esmenta repetidament l'existència de nombroses restes arqueològiques de l'època talaiòtica (S. VIII a S.III aC), esdevenint Santa Margalida el municipi de Mallorca amb més concentració de jaciments arqueològics d'aquest tipus.

D'altra banda, la Finca de Son Real també és esmentada de manera recurrent en les entrevistes com un recurs natural a destacar. No obstant això, gairebé no hi ha coneixement de les accions de promoció o explotació que es estan duent a terme, la qual cosa denota un cert "distanciament" respecte de la finca com a recurs i producte turístic que podria beneficiar al turisme a Can Picafort.

Quant a la promoció en general dels diferents recursos turístics existents a Can Picafort, s'aprecia un sentiment de general abandonament i acomodació que s'atribueix tant a l'actuació privada com pública, tot i que es valora positivament l'esforç fet en aquest sentit pel Ajuntament en els últims anys.

1.5 Conclusiones de la FASE I.

Situació competitiva interna

La primera aproximació a la situació competitiva interna, basada en l'anàlisi anterior, apunta a que Can Picafort és una destinació de grandària mitjana respecte als seus competidors de l'àmbit balear, molt consolidada als mercats alemany i britànic, i que presenta signes d'obsolescència de la seva oferta, especialment la complementària. L'activitat turística centrada a Can Picafort és el motor econòmic indiscutible de tot el municipi.

La destinació compta amb molts bons recursos territorials, naturals i culturals, alguns d'ells poc explotats en l'actualitat i amb una potencialitat elevada en la seva conversió en productes turístics que ajudin en el seu reposicionament. La seva fortalesa principal com destinació es basa en les seves platges i climatologia benigna, que van permetre consolidar una oferta important d'allotjament molt especialitzat en turisme de sol i platja i en el públic familiar. Cal destacar que en els últims anys es van fer importants esforços en l'adequació, especialització i modernització de l'oferta d'allotjament, però tot i així la rendibilitat hotelera de la destinació està per sota d'altres zones de Mallorca, degut en part a l'antiguitat de la planta hotelera i la seva impossibilitat de créixer en l'espai urbà, afegint noves zones de serveis i augmentant de categoria.

Es denota també una forta necessitat d'adequació dels fluxos de mobilitat, afavorint la peatonalització de determinats carrers i una zonificació que permeti una major diversificació i especialització dels diferents espais urbans. Aquestes actuacions és important que vagin acompanyades d'una involucració dels residents en la seva definició, creant un "poble" on avui dia es percep com "urbanització". Es detecta una bona predisposició cap a actuacions de millora per part de la majoria d'implicats, però cal tenir en compte que les capacitats de gestió i promoció locals son limitades i és necessari comptar amb recursos procedents d'altres àmbits d'actuació.

Els clients actuals, en la seva majoria estrangers, es mostren força satisfets amb la destinació i els serveis que se'ls ofereixen, però es percep certa manca d'excel·lència que aquests sí atribueixen a altres destinacions competidores properes i amb recursos similars.

Per definir tots els punts forts i febles de la destinació, es fa servir la metodologia FODA que s'aplica a continuació.



VISIÓ TERRITORIAL

Fortaleses

- Ubicació a l'Illa de Mallorca, a la vora del mar Mediterrani
- Climatologia benigna que permet realització de moltes activitats tot l'any
- Bona accessibilitat a la destinació des dels punts d'accés a l'Illa de Mallorca (port i aeroport)
- Extensió, qualitat i l'estat de conservació de les platges
- Recursos naturals propers d'interès turístic
- Recursos culturals arqueològics únics i d'alt valor històric
- Existència d'atractius i espais al aire lliure idonis per realització d'activitats esportives
- Disponibilitat de ma d'obra qualificada
- Existència de planificació integral de turisme a l'Illa de Mallorca que compta amb recursos per millora de determinades destinacions
- Voluntat manifesta de molts actors públics i privats per escometre canvis estructurals del model turístic actual

Debilitats

- Alta dependència dels operadors turístics i de transport a causa del factor d'insularitat
- Climatologia una mica menys favorable que al sud de l'illa (vents i onatge)
- Accessibilitat local millorable, l'estat de les carreteres d'accés local compta amb alguns trams pendents de millora
- Mobilitat local dins Can Picafort millorable, la carretera travessa el nucli urbà i genera soroll, pocs carrers peatonalitzats
- Manca d'espais d'aparcament els mesos de temporada alta
- Alta taxa de població flotant, segona residència i turistes
- La disposició dispersa dels equipaments no genera un centre identificable i per tant dificulta la percepció del lloc a residents i visitants
- No es disposa de sòl urbanitzable que permeti una transformació/dotació rellevant a Can Picafort
- Poca capacitat pressupostaria del municipi respecte a les dotacions per transformació, gestió i promoció com destinació turística de primer nivell

VISIÓ TURÍSTICA

Fortaleses

- Destinació consolidada als mercats alemany i britànic
- Destinació present als canals més importants de comercialització tradicionals
- Posicionament regular/bo en la relació qualitat/preu
- Realització d'obres de reconversió, millora i especialització d'una part important de la planta hotelera
- Nombrosos allotjaments i altres establiments de l'oferta compten amb certificacions SICTED i/o amb altres certificacions mediambientals
- L'alta taxa d'associats a l'Agrupació hotelera, gairebé el 90% dels establiments
- Estada mitjana superior a la mitjana de Mallorca
- Recent especialització en atracció de segments de demanda que ajuden a desestacionalitzar

Debilitats

- Poca estructuració en un portafoli ric de productes i activitat a realitzar a la destinació
- Una part de l'oferta d'allotjament segueix presentant signes de certa obsolescència
- Menor rendibilitat del sector hotelier que a altres zones de l'illa
- Oferta de restauració i de comerços orientats al turista de poca qualitat, no es troba cap restaurant rellevant a la destinació
- Encara que les condicions de les platges son ideals per a la pràctica d'esports nàutics, aquest producte no es promou ni es comercialitza
- Falta de moviment associatiu de l'oferta complementària, especialment dels branques de comerç i restauració
- Molt poca diversificació dels mercats turístics, alta dependència dels mercats alemany i britànic