

# PLA INTEGRAL DE TURISME DE PUIGPUNYENT





## ÍNDEX

1. Introducció.....	3
2. Estratègia	
2.1. Situació geogràfica.....	3
2.2. Puigpunyent i el turisme responsable (vessant social, econòmica, ambiental).....	4
3. Diagnòstic.....	6
3.1. Entorn competitiu	
3.1.1. Característiques del municipi.....	6
3.1.2. Oferta turística.....	16
3.1.3. Demanda turística.....	21
3.1.4. Dades mediambientals.....	22
3.2. Entorn geopolític	
3.2.1. El turisme a nivell insular, regional, nacional, europeu, mundial.....	24
3.2.2. Tendències de mercat.....	25
4. Marc d'actuació.....	26
4.1. Medi Ambient	
4.2. Turisme	
4.3. Urbanisme i ordenació del territori	
5. Estratègies, tàctiques i accions.....	27
5.1. Territori.....	32
5.2. Producte.....	34
5.3. Qualitat.....	37
5.4. Intel·ligència de mercats.....	39
5.5. Promoció.....	40
5.6. Formació i projectes europeus.....	41
6. Resum.....	42
7. Conclusions.....	46



## 1. INTRODUCCIÓ

## 2. ESTRATÈGIA

### 2.1. SITUACIÓ GEOGRÀFICA

Puigpunyent està situat a la part sud-occidental de la serra de Tramuntana de l'illa de Mallorca. Ocupa una superfície de 42,3 Km<sup>2</sup>, compresos en tres nuclis de població que són Puigpunyent, Galilea i Son Serralta i que limiten amb el municipis de Calvià, Palma, Esporles, Banyalbufar i Estellencs. La seva població al padró és de 2.166 habitants (dades de 2014).

El municipi es caracteritza per la tranquil·litat d'un poble d'interior amb 27 Km de la costa i a 15 Km de Palma, des d'on entren la major part dels turistes de Mallorca. El seu entorn natural és d'una gran riquesa paisatgística i ofereix al visitant tres valls a la part occidental de la serra: una, la de sa Riera; l'altre, la de Galatzó-es Ratxo al sud; i la darrera, al nord, des de l'ample Comellar de Superna-Son Noguera, d'on parteix el torrent d'Esporles.

El paisatge que presenta el municipi de Puigpunyent segueix el següent ordre: la part més alta està definida pel boscs d'alzines i pins; a la franja inferior hi ha oliveres, garrovers i ametlers, definits per marjades; a la part baixa de les valls trobam els horts, que aprofiten les fonts que baixen sobretot de l'àrea de Superna. Part dels nuclis urbans s'han integrat dins aquesta tipologia de paisatge. Així, Puigpunyent, s'endinsa en el paisatge de la vall, mentre que Galilea està envoltat per garrovers i ametlers.

El puig de Galatzó (cim de 1027 m.), està compartit amb Calvià i Estellencs i fuig de les característiques anteriorment descrites. Les característiques d'aquesta zona descriuen un paisatge contrastat. Així, al cim només hi ha vegetació baixa, mentre que a la part baixa hi predomina el bosc jove de pins fruit de la reforestació recent.

El paisatge descrit anteriorment conserva grans elements d'especial interès definits per béns etnològics i béns d'interès paisatgístic i ambiental que han estat incorporats al catàleg de patrimoni del municipi. Dels 249 elements protegits, el 31,33% són béns etnològics, el 22,09% estan dins la categoria d'arquitectura civil i la tercera categoria més detectada són els camins amb un 14,46%. Cal destacar que n'hi ha vint que presenten la categoria BIC.

Com a poble pertanyent a la Serra de Tramuntana, presenta un conjunt de camins d'elevat interès cultural i paisatgístic, alguns d'ells senyalitzats que permeten arribar de Puigpunyent a Calvià o Estellencs o al Puig de Galatzó.



## 2.2. PUIGPUNYENT I EL TURISME RESPONSABLE

El Pla Integral de Turisme de les Illes Balears (PITIB) estableix com estratègia per a les Illes Balears “Implantar i desenvolupar el **Turisme responsable** com una nova forma que mira cap el futur”.

El PITIB defineix el Turisme responsable com “el model de desenvolupament turístic que es fonamenta en els principis de la sostenibilitat, en l’equilibri dins dels estàndards socials (equitat social), la preservació dels recursos de la destinació (conservació ambiental) i l’optimització dels recursos econòmics (eficiència econòmica) en un compromís comú per part de tots els membres que conformen el sector turístic”. El municipi de Puigpunyent, per tant, treballa en tres àmbits del Turisme responsable:

### Vessant social

Aquesta dimensió del turisme responsable fa referència als impactes socioculturals de l’activitat turística sobre l’entorn i la població resident al municipi. Per tant, s’ha de tenir present a l’hora d’aplicar una estratègia de desenvolupament turístic:

- La participació de la població local
- Promoure estratègies orientades a l’acció amb i des de la població.
- Que la gent del poble conegui el seu entorn i l’aprecii per tal de donar-lo a conèixer al visitant.

### Vessant econòmica

Aquesta dimensió fa referència a tot allò relacionat amb la continuïtat a llarg termini del turisme com a activitat implantada al municipi. D’aquesta manera, s’ha de tenir en compte:

- La desestacionalització de l’activitat turística a partir d’una bona oferta comercial diferenciada de la resta.
- Atreure més visitants i que passin més temps a Puigpunyent.
- Que l’activitat turística creï nous llocs de feina.
- Beneficiar-se dels recursos naturals i paisatgístics per crear un producte local

### Vessant ambiental:

Aquest vessant indica despertar l’interès per allò natural i cultural i assegurar la seva protecció i conservació a llarg plaç. Per reforçar aquests valors:

- S’ha de gestionar adequadament els recursos naturals dels quals disposa la zona, atenent la demanda però fent-ne un ús racional.



- S'ha d'oferir a la població una educació ambiental de qualitat per tal d'ajudar a preservar l'entorn.
- S'ha de brindar al visitant una estada que l'identifiqui amb el respecte a la natura, al medi ambient i la identitat de la comunitat.

### 3. DIAGNÒSTIC

Per fer un bon diagnòstic del municipi és necessari conèixer la situació actual del territori que analitzam. Per tant, per elaborar una estratègia per al turisme del municipi cal detectar quines debilitats i amenaces, i quines fortaleces i oportunitats presenta Puigpunyent.

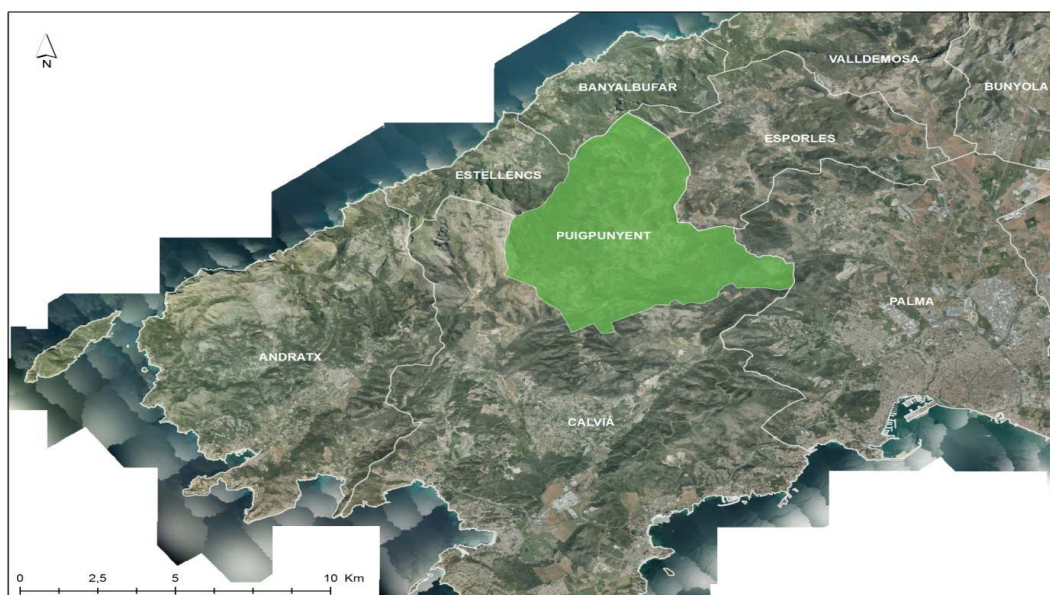
Aquest punt es divideix en dues parts:

1. L'entorn competitiu, en el qual analitzarem els recursos que presenta la localitat pel que fa a l'entorn turístic i la sostenibilitat ambiental.
2. L'entorn geopolític, en el qual analitzarem la situació actual del turisme a tots els nivells.

#### 3.1. ENTORN COMPETITIU

##### 3.1.1. Característiques del municipi:

Puigpunyent té una superfície de 4.228,05 hectàrees. Presenta un relleu accidentat que mostra la transició entre la zona de raiguer en el límit amb el municipi de Palma i Calvià, amb la serra de na Burguesa com a element principal, que evoluciona fins a assolir el cim del Galatzó (1.024 m.) i els límits de la mola de Planícia (940 m.), que conformen la zona més elevada del municipi a través d'un cinturó muntanyós que li tanca l'accés a la mar en direcció nord-oest. El nucli de Puigpunyent se situa a l'interior de la vall que forma el torrent de sa Riera, mentre que Galilea –segon nucli tradicional en importància- s'ubica entre sa Mola i el Puig de na Bauçà, guaitant cap al nucli des Capdellà, ja dins Calvià.



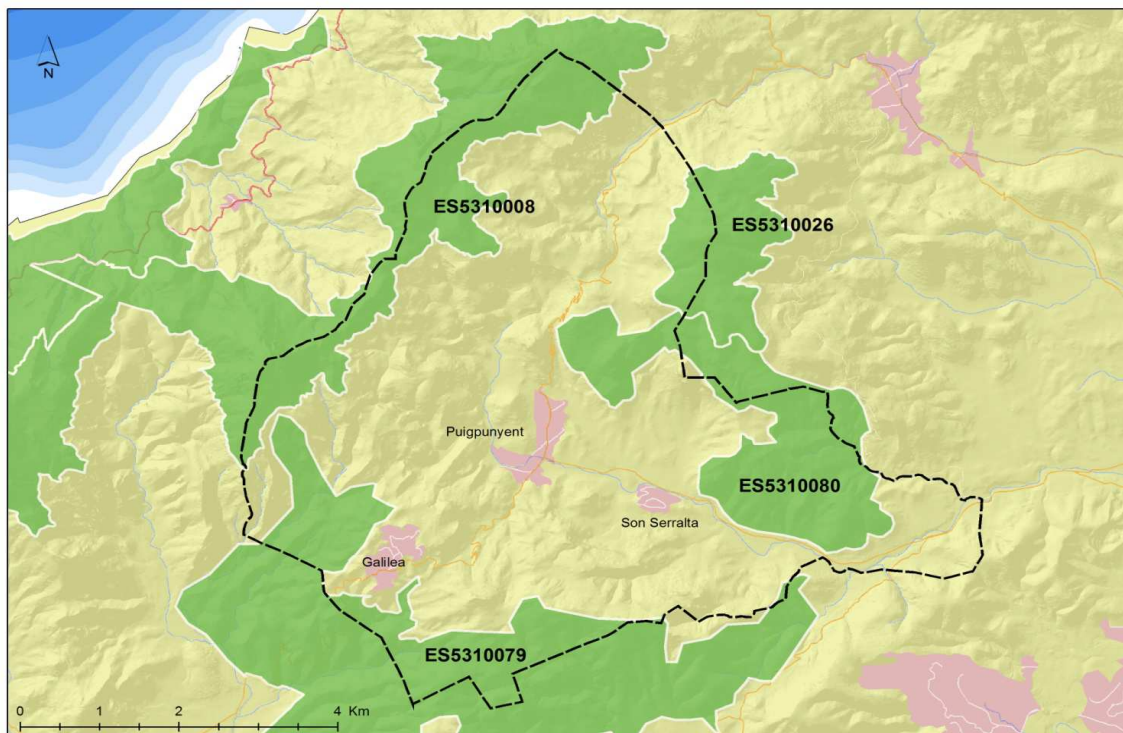
**Mapa 1. Localització del municipi de Puigpunyent.** Font: elaboració pròpia de dades de SITIBSA

Amb un total de 3.142 ha declarades ANEI<sup>1</sup> (Àrea Natural d'Espècial Interès) i 983 ha declarades ARIP<sup>2</sup>.

### Els espais naturals

Puigpunyent és un municipi amb grans valors naturals, per la seva situació al cor de la serra de Tramuntana. Per això hi conflueixen tres grans figures de protecció: la Xarxa europea Natura 2000; la Llei 1/1991 d'Espais Naturals (zones ANEI i ARIP) i el Paratge Natural de la Serra de Tramuntana (declarat el 2007). A totes aquestes proteccions s'hi ha de sumar la declaració de la Serra de Tramuntana com a Patrimoni Mundial, en base al paisatge cultural, l'any 2011. Les quatre figures suposen que la pràctica totalitat del municipi es trobi protegida pels seus valors ecològics i patrimonials.

**La Xarxa Natura 2000** és una xarxa d'espais naturals delimitat a nivell europeu (<http://www.xarxanatura.es/>) en el que s'hi integren els anomenats Llocs d'Interès Comunitari (LIC), Zones Especials de Conservació (ZEC) i Zones d'Espècial Protecció per a les Aus (ZEPA).



**Mapa 2. Llocs d'Interès Comunitari (LIC) a Puigpunyent**

Font: elaboració pròpia a partir de dades de SITIBSA i Govern de les Illes Balears

<sup>1</sup> Font: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de dades de Servei d'Informació Territorial dels Illes Balears

<sup>2</sup> Font: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de dades de Servei d'Informació Territorial dels Illes Balears





El municipi de Puigpunyent es troba rodejat per quatre grans LIC ubicats al sud de la Serra, i que comparteix amb els municipis veïns: ES5310008 (Es Galatzó – S’Esclop), ES5310026 (Fita del Ram), ES5310079 (Puig de na Bauçà) i ES5310080 (Puigpunyent). Aquests LIC inclouen Hàbitats compresos dins la Directiva Hàbitat (92/43/CEE), considerats d’elevada importància ecològica. Entre ells s’hi troben principalment tres tipus d’hàbitats: les carritxeres i la vegetació subestèpica; els boscos d’alzinars; i les garrigues termòfiles d’ullastre.

Els hàbitats de l’anomenat “pis culminant”, als cims com els de s’Esclop i Galatzó, que inclouen carritxeres (*Ampelodesma mauritanica*) i vegetació subestèpica que inclou espècies com el fenàs (*Brachypodium retusum*) o l’estepa blenera (*Phlomis italica*). S’hi inclou també la vegetació de penya-segats, com la violeta de penyal (*Hippocrepis balearica*) o l’endèmica *Globularia cambessedesii*. Són presents sobretot al LIC Es Galatzó – s’Esclop, que a més és zona de nidificació d’aus com el falcó peregrí (*Falco peregrinus*) i l’àguila calçada o esparver (*Hieraaetus pennatus*).

Els boscos d’alzinars inclouen, a més de les alzines (*Quercus ilex* i *Quercus rotundifolia*) totes les espècies pròpies d’aquest ambient, com les arboceres (*Arbutus unedo*), l’olivella (*Cneorum tricoccon*), la murta (*Myrtus communis*) o l’endèmic pa porcí (*Cyclamen balearicum*). Molt rellevants en el LIC de la Fita del Ram i Puig de Na Bauçà.

Aquests hàbitats representen els boscos més frondosos de les Balears i conserven un ambient molt característic que els fa especialment valuosos.

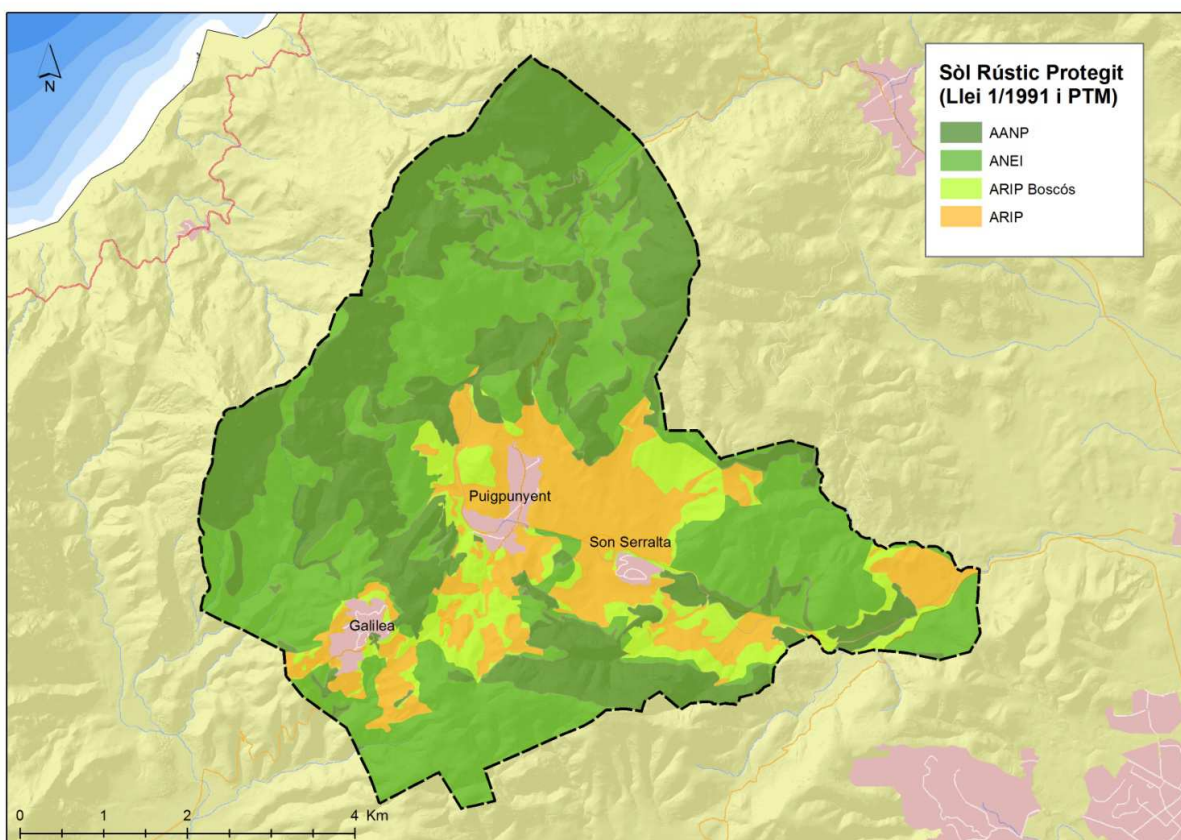
Les garrigues termòfiles d’ullastre són sovint estadis degradats de l’alzinar, que es desenvolupen a vegades sobre antics camps marjats, o bé en zones costaneres. Formades fonamentalment per l’ullastre (*Olea europaea* var. *Sylvestris*) i espècies com la mata (*Pistacia lentiscus*), les lletreres (*Euphorbia dendroides*) i sovint acompanyada dels pins (*Pinus halepensis*). Presents sobretot al LIC Puigpunyent i Puig de na Bauçà.

### Zones ANEI i ARIP de la Llei d’Espais Naturals

El segon nivell de protecció que es dona a Puigpunyent és el relacionat amb les categories de l’anomenat “Sòl Rústic Protegit”, establert inicialment per la Llei 1/1991 i recollit també posteriorment en instruments d’ordenació del territori com el Pla Territorial Insular de Mallorca.



Les categories de protecció que apareixen a Puigpunyent són les corresponents a l'anomenada ANEI núm. 47 – Àrees Naturals de la Serra de Tramuntana, i que inclouen bàsicament dos grans tipus d'espais: les Àrees Naturals d'Espacial Interès (ANEI) i les Àrees Rurals d'Interès Paisatgístic (ARIP). Posteriorment ambdues categories es veieren ampliades amb les anomenades ANEI d'Alt Nivell de Protecció (AANP), que inclouen els ecosistemes més valuosos com els alzinars; i les ARIP Boscoses, que ofereixen una major protecció per mor de la presència de masses forestals.



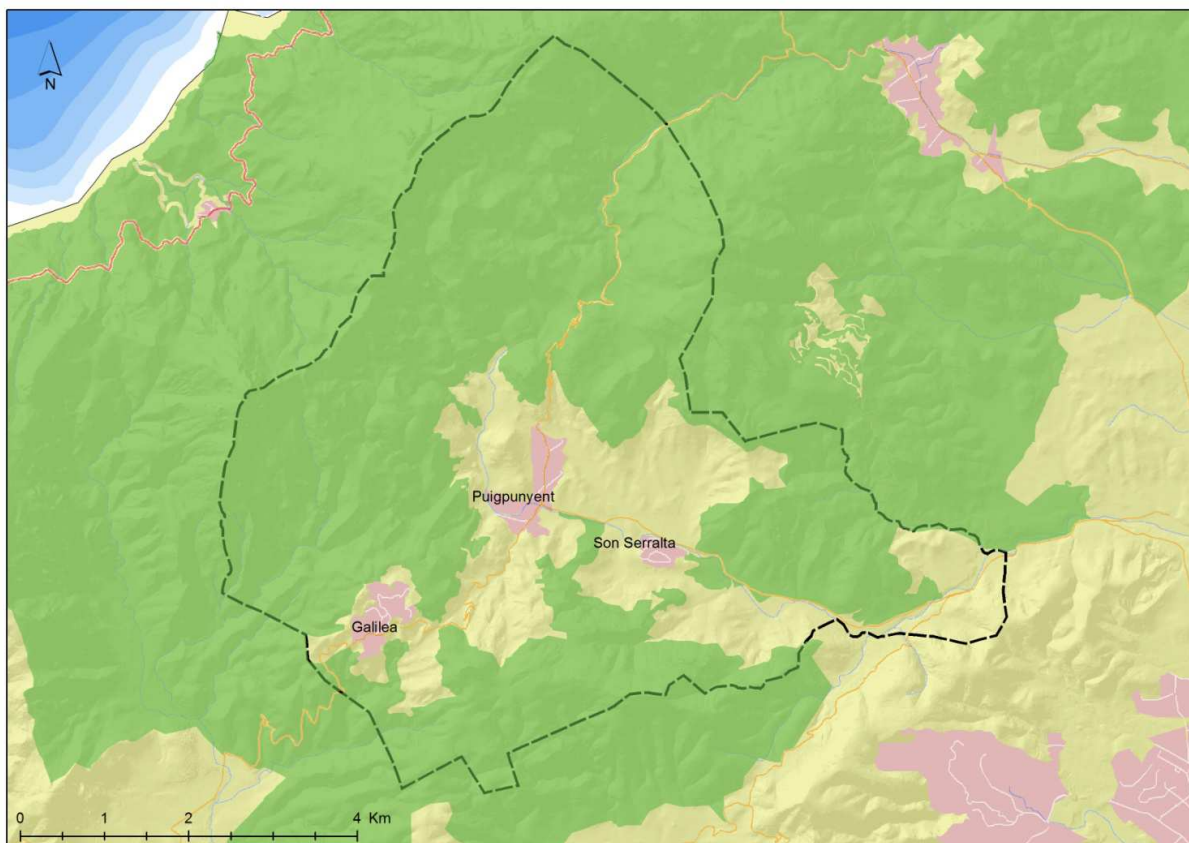
**Mapa 3. AANP, ANEI i ARIP a Puigpunyent**

Font: elaboració pròpia a partir de dades de SITIBSA i Consell de Mallorca

### *El Paratge natural de la serra de Tramuntana*

L'any 2007 la serra de Tramuntana fou declarada com a Paratge Natural (<http://ca.balearsnatura.com/paratge-natural-de-la-serra-de-tramuntana/>), una categoria inclosa en la llei balear de conservació d'espais naturals (LECO). Aquesta inclusió afegia una capa de protecció a tota la Serra i sobretot hi introduïa unes figures públiques de gestió, cosa que la Llei d'Espais Naturals no preveu (només estableix una sèrie de normes de protecció de caràcter urbanístic).

Al municipi de Puigpunyent la zona inclosa al parc inclou bona part dels costers i zones boscoses del municipi. Només el fons de la vall de sa Riera i els nuclis urbans resten fora dels seus límits



**Mapa 4. Limit del Paratge Natural de la Serra de Tramuntana a Puigpunyent**

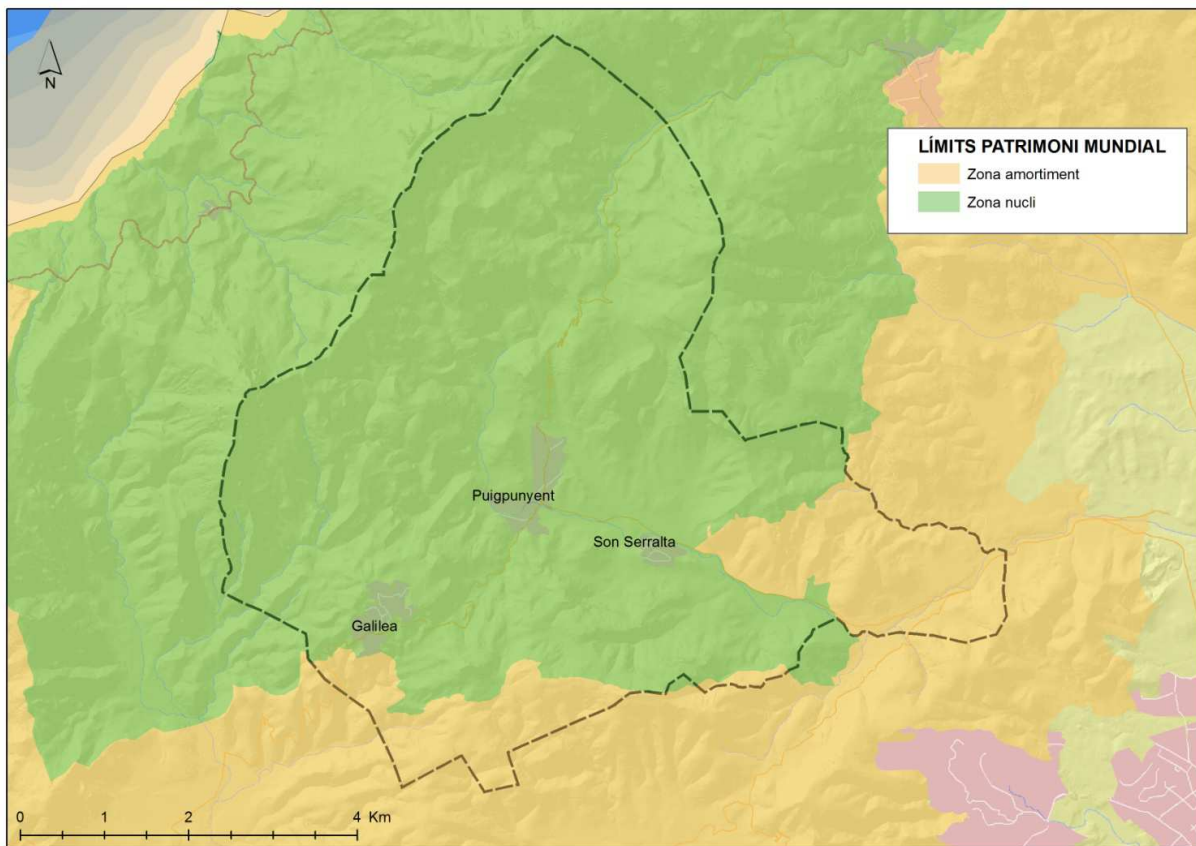
Font: elaboració pròpia a partir de dades de SITIBSA i Govern de les Illes Balears

### *La Serra de Tramuntana Patrimoni Mundial*

A més dels valors ecològics cal destacar els importants valors culturals que presenta el paisatge de la Serra, i que li suposaren el reconeixement com a Patrimoni Mundial per la UNESCO l'any 2011 (<http://whc.unesco.org/en/list/1371>). La configuració territorial dels espais agraris de la Serra a partir dels sistemes hidràulics i de l'ús de la pedra en sec com a mètode de construcció de zones marjades, camins i altres elements configuren un espai singular que reflecteix diferents sistemes d'ocupació del territori. En el cas de Puigpunyent, aquests valors hi són molt ben representats a partir de les nombroses possessions i espais rurals que encara es conserven al municipi.

La delimitació del patrimoni mundial presenta dues grans categories: la zona nucli, on els valors estan ben representats, i la zona d'amortiment, que permet separar la zona

protegida de la resta de territori no protegit. El municipi de Puigpunyent està majoritàriament inclòs en la zona nucli, pel que és un dels municipis que millor representen els valors del paisatge Patrimoni Mundial.

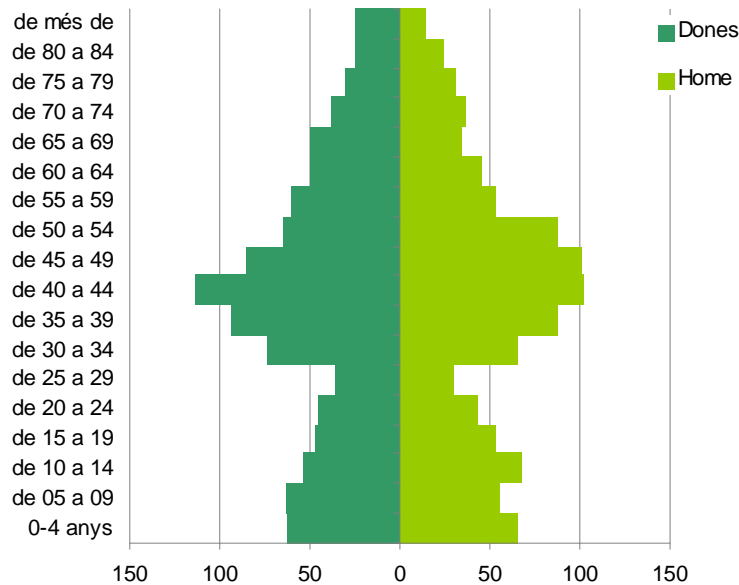


**Mapa 5. Límits del Patrimoni Mundial a Puigpunyent**

Font: elaboració pròpia a partir de dades de SITIBSA i Consell de Mallorca

### Dades demogràfiques

La població total del municipi, segons el padró consultat el mes de juliol de 2014 és de 2.166 habitants. Però les estadístiques que tenim són de 2013 i segons l'INE, aquest any hi havia 1013 dones i 997 homes, la qual cosa demostra un equilibri entre ambdós sexes. La piràmide de població del municipi respon a l'estructura pròpia dels països desenvolupats, és a dir, presenten una piràmide progressiva, amb una natalitat molt reduïda i amb una mortalitat també baixa i presenta uns grans volums de població a les edats intermitges.



**Piràmide de població Puigpunyent 2013**

Font: IBESTAT

La densitat de població al municipi és de 47,51 persones per Km<sup>2</sup>. La població major de 15 anys representa el 81,7% del total de la població i la població jove (entre els 15 i 25 anys) representa el 9,4% de la població. L'índex d'envelliment de Puigpunyent es troba en un 65,7%, per tant, ens indica que per cada 100 nins i menors de 20 anys hi ha 65 majors de 64 anys al municipi. Aquestes dades mesuren la relació entre la població major de 64 anys i la població menor de 20, tenint en compte que si passam de 100 vol dir que la població que supera els 64 anys d'edat és major. L'índex de reemplaçament mesura la relació entre la població que té de 60 a 64 anys, la qual està a punt de sortir del mercat laboral, i la població d'entre 20 i 24 anys, la qual està a punt o ja ha entrat al mercat de treball. Si l'índex és inferior a 100 indica que el reemplaçament al mercat de treball es farà sense inconvenient, però, si per al contrari, com és el cas del municipi de Puigpunyent és superior a 100 –en aquest cas concret és de 106,7%-, el relleu serà complicat perquè hi ha més gent que surt del mercat laboral que persones que hi entren.

La població estrangera a Puigpunyent representa un 21,3% del total de la població i d'aquests el 68,3% té entre 16 i 64 anys.





Demografia	Mitjana 2013
Densitat de població	47,51
Total població	2.010
% població femenina	50,4%
% població 15 i més anys	81,7%
% població jove 15-25 anys	9,4%
Índex envelliment (pobl.+64/pobl.-20 anys)	65,7%
Índex reemplaçament (pobl.60-64/pobl.20-24 anys)	106,7%
% població estrangera	21,3%
% població estrangera 16 a 64 anys	68,3%

**Dades demogràfiques Puigpunyent 2013**

Font: IBESTAT. Elaboració pròpia

Com es pot comprovar a la taula següent, la majoria de la població està empadronada al centre urbà de Puigpunyent el que representa un 76,40%, seguit de Galilea amb un 16,14% i Son Serralta amb un 3,76%, amb un mínim de persones que estan en el que hem anomenat espais “disseminats”, es tracta d’habitatges dispersos pel territori.

Nucli	2011
Galilea	318
Disseminats	0
Puigpunyent	1505
Disseminats	67
Son Serralta	74
Disseminats	6

**Població als nuclis de Puigpunyent (2011)**

Font: Memòria informativa de les Normes subsidiàries de Puigpunyent. Elaboració pròpia

**Dades econòmiques**

El total de comptes de cotització al municipi de Puigpunyent al 2013 va ser de 89, la qual cosa significa un augment del 23,6% respecte de l’any anterior. Els comptes de cotització inscrites al règim general foren de 32, que suposa un 5,9% manco que l’any 2013. Si observam els sectors d’activitat econòmica podem comprovar que a Puigpunyent el sector serveis, juntament amb l’hoteleria i el sector de la restauració són les principals activitats del municipi. En canvi, el comerç tan sols representa un 3,1% de l’activitat econòmica del municipi.



Activitat econòmica	Mitjana 2013	%variable 2012	Balears 2013
Total comptes cotització	89	23,6%	55.329
Comptes cotització inscrites al règim general	32	-5,9%	39.002
%agrícola-ramader-pesquer	5,5%	-0,4 p.p <sup>3</sup>	0,3%
%indústria	12,9%	-0,5 p.p	6,9%
% construcció	7,3%	-6,2 p.p	11,8%
% comerç	3,1%	-0,1 p.p	23,9%
% hoteleria i restauració	30,7%	6,5 p.p	18,8%
% resta serveis	40,4%	0,7 p.p	38,3%
Ratio comptes de cotització sobre població 15 i més anys (x100)	1,9324	-0,248 p	4,1501

**Dades econòmiques Puigpunyent (2013)**

Font: Tresoreria General de la Seguretat Social, IBESTAT. Elaboració pròpia

En referència a la taula sobre el mercat de treball, a l'any 2013 hi havia 715 persones afiliades amb residència al municipi, el que suposa un 1,7% més que l'any anterior i, 328 estaven afiliades amb centre de treball a Puigpunyent. El total d'afiliats en règim general es de 120 persones, mentre que si ens fixam en els autònoms són 164. Dins el grup d'afiliats en règim general, el sector d'hoteleria i restauració agrupen més afiliat amb un 49,1%, en el règim d'autònoms el grup que engloba la resta de serveis representa un 44,3% dels afiliats. I les persones afiliades a altres règims són 44, la qual cosa ha augmentat respecte a l'any anterior.

Durant l'any 2013 s'efectuaren 182 nous contractes, la qual cosa representa un 4,2% manco que l'any 2012 i l'ocupació més contractada va ser la de cambrers assalariats amb un total de 21 persones. Pel que fa a la demanda de feina, en el municipi de Puigpunyent hi ha un total de 136 demanadants (un 3,6% més que l'any anterior), essent el total de demandants aturats de 95 (un 2,4% que l'any anterior). Podem comprovar que en ambdós casos han augmentat les xifres.

Mercat de treball	Mitjana 2013	%variable 2012	Balears 2013
<b>Ocupació</b>			
Afiliats amb residència al municipi	715	1,7%	400.476
Afiliats amb centre de treball al municipi	328	-1,8%	397.861
Total afiliats règim general	120	-16,9%	300.674
%agrícola-ramader-pesquer	1,5%	-0,3 p.p	0,3%
%indústria	7,6%	0,9 p.p	6,5%
% construcció	4,1%	-2,3 p.p	7,2%
% comerç	4,4%	1,4 p.p	16,9%
% hoteleria i restauració	49,1%	11,7 p.p	22,0%
% resta serveis	33,3%	-11,4 p.p	47,1%

<sup>3</sup> p.p: punt percentual. Variacions o diferències d'índexs expressats en percentatges.





Total afiliats règim autònom	164	5,2%	80.567
%agrícola-ramader-pesquer	4,3%	-0,2 p.p	3,1%
%indústria	11,0%	1,7 p.p	6,5%
% construcció	14,5%	-0,5 p.p	15,5%
% comerç	11,3%	-1,4 p.p	23,9%
% hoteleria i restauració	14,5%	-0,9 p.p	15,0%
% resta serveis	44,3%	1,3 p.p	35,9%
Total afiliats resta règims (llar, agrari, mar)	44	30,8%	16.621
Total nous contractes	182	-4,2%	345.421
% contractes indefinits	20,3%	-9,7 p.p	10,9%
Ocupacions C.N.O. més contractades			
Cambrers assalariats	21	-19,2%	61.177
Empleats domèstics	18	-64,0%	6.973
Personal de neteja d'oficines, hotels i altres establiments similars	13	18,2%	33.951
Ajudants de cuina	10	66,7%	13.441
Peons forestals i de la caça	10	233,3%	105
<b>Demandes d'ocupació i atur</b>			
Total demandants d'ocupació	136	3,6%	123.095
Total demandants aturats	95	2,4%	82.282
%agrícola-ramader-pesquer	5,5%	4,5 p.p	1,6%
%indústria	2,2%	-1,9 p.p	5,1%
% construcció	12,0%	-3,5 p.p	16,5%
% comerç	15,7%	2,0 p.p	13,6%
% hoteleria i restauració	14,5%	3,7 p.p	21,5%
% resta serveis	47,2%	-3,7 p.p	37,5%
% sense ocupació anterior	2,8%	-1,1 p.p	4,2%
% dones aturades	55,4%	0,5 p.p	48,6%
% joves <25 anys aturats	5,4%	-1,6 p.p	10,7%
% aturats majors 45 anys	34,9%	3,8 p.p	38,5%
% aturats llarga durada	32,9%	4,0 p.p	35,9%
% aturats amb discapacitat	3,0%	-0,1 p.p	3,0%
% total aturats estrangers	11,3%	-0,5 p.p	20,5%
% aturats estrangers UE	43,4%	-6,2 p.p	33,6%
% aturats estrangers no UE	56,6%	6,2 p.p	66,4%
Ocupacions C.N.O. amb mes atur			
Empleats administratius sense tasques d'atenció al públic no classificats en altres apartats	10	-8,3%	7.249
Venedors de botigues i magatzems	9	70,5%	8.589
Personal de neteja d'oficines, hotels i altres establiments similars	7	12,8%	7.516
Cambrers assalariats	4	8,5%	6.120
Paletes	4	0,0%	6.082

**Dades del mercat de treball Puigpunyent (2013)**

Font: Tresoreria General de la Seguretat Social, SOIB, IBESTAT



### 3.1.2. Oferta turística

Puigpunyent es troba ben a prop de dues gran localitats que a Mallorca destaquen per la seva gran aflluència turística i per la gran capacitat hotelera que contenen. Estam parlant de Palma de Mallorca i Calvià. Aquesta proximitat a dues zones que arrepleguen el turisme conegut de masses fa que Puigpunyent pugui oferir una oferta complementària als visitants que arriben a Mallorca buscant el nostre clima i les nostres platges. Aquesta oferta es basa sobretot en la **MARCA PUIGPUNYENT VIU LA NATURA**.

Què pot oferir Puigpunyent?

#### a) Recursos naturals:

El municipi de Puigpunyent destaca per la quantitat de superfície protegida en algunes d'elles categories de la LEN. Comprèn tres AAPI que són els nuclis urbans de Puigpunyent, Galilea i Son Serralta. Una zona important dels terrenys que els rodegen són ARIP (Àrea Rústica d'Interès Paisatgístic) i la resta del municipi és ANEI Serra A-7 (Àrea Natural d'Especial Interès). Segons el Decret d'Alzinars, també queden protegides les àrees que presenten aquesta espècie. En el quadre següent es pot veure la superfície que ocupa cadascun:

Protecció	Superfície (ha)
ARIP	1068,08
AAPI	103,43
ANEI Serra A-7	3056,82
Alzinars protegits	1309,80

#### Zones protegides Puigpunyent segons ha.

Font: Memòria informativa de les normes subsidiàries de l'ajuntament de Puigpunyent

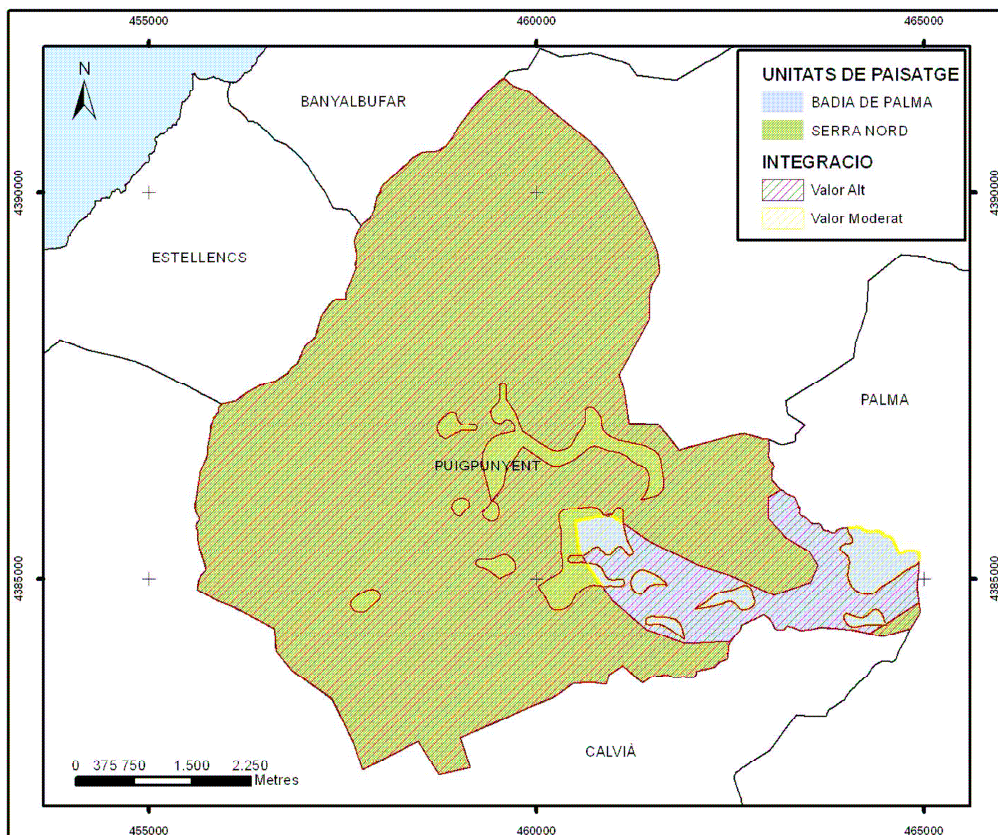
La LECO també inclou la figura de Paratge Natural de la Serra de Tramuntana, i pel que fa al terme municipal de Puigpunyent, gran part de les seves terres declarades ANEI hi formen part.

Pel que fa a la Directiva europea d'Hàbitats 92/43/CEE és l'òrgan europeu que regula la conservació de les zones que necessiten una conservació especial. El municipi de Puigpunyent presenta una gran quantitat d'hàbitats d'interès comunitari sobretot a la zona del Puig de Galatzó però també als voltants del nucli urbà; i també de zones LIC (Llocs d'importància Comunitària) a Es Galatzó- s'Esclop, Fita del Ram, Puig de na Bauçà, i Puigpunyent.

Destacam també la importància dels cinc punts d'interès científic, dels quals tres d'interès zoològic i dos de botànic del municipi.

Segons la **Memòria informativa de la revisió de les normes subsidiàries del terme municipal de Puigpunyent**, aquest municipi forma part de la unitat paisatgística 1 Serra Nord, per tant, té un alt valor paisatgístic; mentre que la part final de la vall de sa Riera forma part de la unitat de paisatge 4, la qual també és considerada d'alt valor paisatgístic. Aquest concepte el presenten la resta de municipis de la Serra de Tramuntana de Mallorca i, per tant, els municipis de la Serra i també Puigpunyent, es caracteritzen per:

- Ser zones poc transformades per l'home i que conserven espècies endèmiques pròpies de l'àmbit
- Ser zones en què l'activitat humana ha anat de la mà dels recursos naturals existents
- Ser zones que practiquen el cultiu tradicional i que contenen elements etnològics integrats en la vegetació natural
- Ser zones rurals que conviuen amb equipaments i infraestructures.



Mapa de qualitat de paisatge

Font: Memòria informativa de les normes subsidiàries de l'ajuntament de Puigpunyent



Puigpunyent destaca per una gran quantitat de formacions boscoses que suposen un 57,62%. Per altra banda, els olivars (cultius permanents) que suposen un 30% de la superfície de la localitat i, finalment, si sumam el teixit urbà i les terres cultivables suposen tan sols un 3,49%.

Per tant, amb aquestes xifres podem extreure que l'entorn natural del municipi de Puigpunyent és molt ric i possibilita que aquesta destinació sigui projectada com a zona molt apte per a les activitats d'excursionisme, senderisme, cicloturisme, Nordic Walking, etc. Per això, s'hauran de promocionar activitats destinades a difondre aquest tipus d'oferta.

#### **b) Recursos culturals:**

- Hi ha 249 elements protegits al catàleg de protecció de patrimoni del municipi entre les següents categories: arquitectura civil, religiosa, béns d'interès paisatgístic i ambiental, camins, béns etnològics, enginyeria civil, escultura religiosa i jaciments arqueològics.
- Hi ha 20 elements catalogats com a BIC
- S'han catalogat els béns d'interès paisatgístic, amb categoria de béns ambientals: al nucli urbà, el conjunt urbà del carrer Major que correspon als números 30, 32, 34, i 38. En rústic, també s'han catalogat els roures de Sa Riera, els lladoners de sa Campaneta, el Puig de na Bauçana, el naixement del torrenet de sa Riera, el vessant sud de la Mola de Planícia i la Fita del Ram.
- El conjunt històric de Galilea com a bé paisatgístic i ambiental.
- El sistema hidràulic de Son Nét com a bé etnològic emprat des del segle XIII al XIX.
- 44 camins catalogats
- Festes i fira amb gran acceptació de públic.

En aquest apartat de recursos, l'Ajuntament de Puigpunyent, va treure la marca **PUIGPUNYENT VIU LA NATURA**, com a marca turística, i amb aquesta proposta es pretén donar a conèixer la localitat als seus habitants perquè són els ciutadans qui poden donar a conèixer millor que ningú la seva localitat. Però també, es volen atreure nous visitants, com són els turistes, noves empreses, i potenciar els productes locals.

Amb aquesta iniciativa, per tant, es vol:

- Revaloritzar el territori i recolzar les empreses que siguin sensibles amb el creixement sostenible.



- A aquells que visitin el poble, es vol oferir un producte i un servei diferenciat.
- Crear una xarxa d'empreses que aglutinin la marca per a promocionar-se turísticament, i que això els suposi unes avantatges.



Aquestes avantatges van lligades a una difusió en comú dels productes i serveis que podrà oferir la localitat a través de la plataforma *on-line* creada per l'ajuntament i a través d'altres activitats creades per tal efecte com les fires, fulletons, guies, etc.

Les normes d'ús establertes pel propi ajuntament indiquen que la marca **PUIGPUNYENT VIU LA NATURA** pot ser utilitzada, en primer lloc, als productes artesanals elaborats al propi municipi. En segon lloc, al turisme rural i de naturalesa, que consta dels serveis turístics situats a Puigpunyent tal com els establiments d'allotjament i restauració, els d'oci, entre d'altres. Finalment, s'inclouen els productes naturals obtinguts en aquest àmbit territorial.

Per començar aquesta iniciativa, el propi ajuntament va editar una **Guia de Puigpunyent** amb la marca que ens ocupa i amb informació sobre els diferents espais culturals que es poden visitar al poble, Galilea i Son Serralta. A més, inclou un llistat de comerços i serveis del municipi, els llocs més destacats i amb més valor, les rutes senderistes que es poden fer i informació del Puig de Galatzó i Galilea.

Aquestes iniciatives configuren una oferta que té la seva base en la diferenciació qualitativa d'un municipi que ha sabut preservar els seus trets culturals i els seus espais naturals fugint del turisme massiu que ha degradat altres indrets de l'illa. Puigpunyent, en aquest sentit, és un desconegut i presenta un gran potencial. Per tant, si el municipi vol optar per un desenvolupament sostenible i vol augmentar els ingressos de l'entitat i del municipi, ha d'invertir en:

- Infraestructures i equipaments de suport a l'activitat turística, com una Oficina d'Informació Turística per atendre al visitant.



- Dinamitzar els espais culturals fent una programació adequada.
- Crear una xarxa d'aparcaments de bicicletes
- Potenciar el mercat setmanal per oferir més oferta complementària
- Actualitzar els panells informatius ubicats als edificis i espais emblemàtics de la localitat

Per altra banda, el municipi ja compta amb:

- Una Biblioteca Municipal amb un espai molt adient per a fer actes culturals
- Un espai cèntric on ubicar l'OIT
- Actes i festivals al llarg de l'any
- Un mercat setmanal i una fira

### Oferta d'allotjament turístic

Puigpunyent compta amb 147 places turístiques repartides en 5 establiments (dades 2013). Aquestes places es reparteixen entre un apartament turístic, dos agroturismes i dos hotels rurals<sup>4</sup>, les definicions dels quals són les següents:

- Apartament turístic: establiment destinat a prestar un servei d'allotjament turístic, que s'anuncii com a tal, compost per un conjunt d'unitats d'allotjament que disposen de mobiliari, instal·lacions, serveis i equip adequats per a la conservació, l'elaboració i el consum d'aliments i begudes, i en condicions que en permetin l'ocupació immediata, complint les exigències establertes reglamentàriament.
- Agroturisme: són els establiments que presten el servei d'allotjament turístic ubicats en edificacions construïdes abans de l'1 de gener de 1960, situades en sòl rústic i en una finca o finques que tinguin una superfície mínima de 21.000 m<sup>2</sup> i que constitueixin una explotació agrària, ramadera o forestal.
- Hotel rural: establiment que presta el servei d'allotjament turístic i està ubicat en edificacions construïdes abans de l'1 de gener de 1940, situades en sòl rústic i que disposen d'una superfície mínima de terreny de 49.000 m<sup>2</sup>, que ha de quedar vinculada a l'activitat.

<sup>4</sup> Dades extretes del 'Anuari de Turismo. Agència de Turismo de les Illes Balears, 2013.





MUNICIPI	A 3 LI		AG		HR		TOTAL	
	ESTABL.	PLACES	ESTABL.	PLACES	ESTABL.	PLACES	ESTABL.	PLACES
<b>PUIGPUNYENT</b>	1	25	2	26	2	96	5	147
<b>TOTAL MALLORCA</b>	<b>104</b>	<b>18.290</b>	<b>182</b>	<b>2.783</b>	<b>33</b>	<b>1270</b>	<b>1.590</b>	<b>286.854</b>

**Establiments i nombre de places a Puigpunyent**

Font: Conselleria de Turisme i esports. Agència de Turisme de les Illes Balears. Elaboració pròpia

Respecte l'oferta complementària, podem observar a la taula següent, que la majoria són bars i restaurants a Puigpunyent, a part del sector d'allotjament, anteriorment analitzar. Però, que manca aquesta oferta complementària tan important per oferir al visitant que s'acosti al municipi.

Puigpunyent	TOTAL
2013	
SECTOR TURÍSTIC <sup>5</sup>	55
(55) Serveis d'allotjament	42
(56) Serveis de menjar i beguda	13
(491, 493, 501, 503, 511, 522) Transport de passatgers	0
Altres activitats turístiques: agències de viatge, lloguer de vehicles, activitats culturals, activitats esportives, etc.	0

**Sectors turístics al municipi de Puigpunyent**

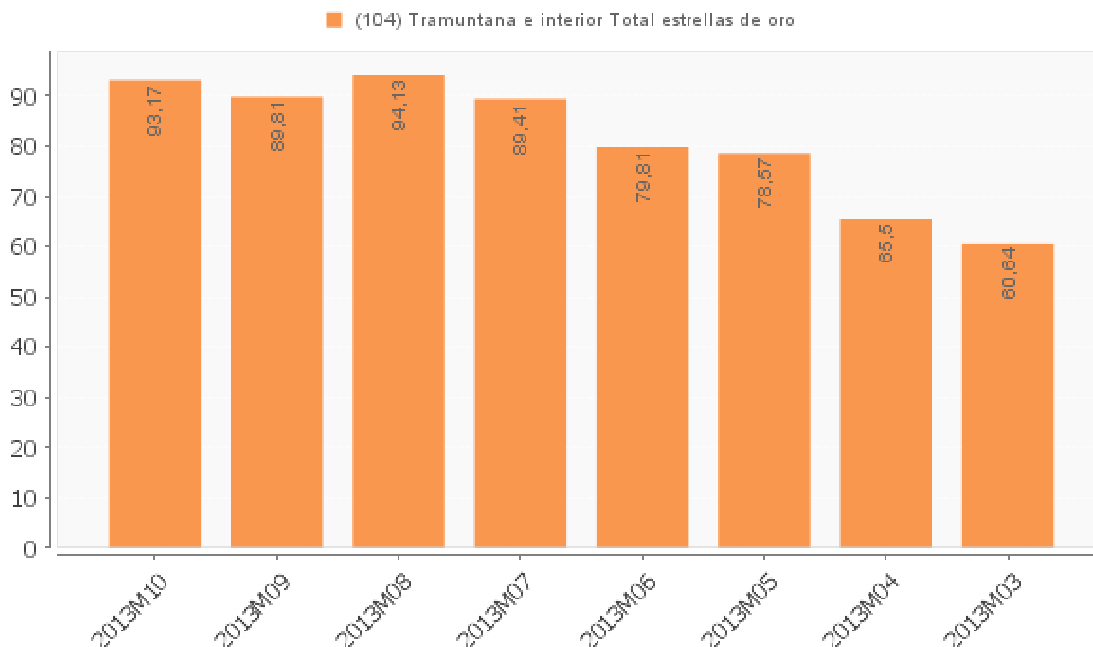
Font: Conselleria de Turisme i esports. Agència de Turisme de les Illes Balears. Elaboració pròpia

**3.1.3. Demanda turística**

Aquesta zona, denominada per IBESTAT, com a zona de Tramuntana i interior, és una zona que, com a la resta de l'illa, predomina el turista alemany, bàsicament un consumidor de sol i platja. La resta es distribueixen en francesos, espanyols, italians, britànics i altres. És difícil destriar quina part pertoca al municipi de Puigpunyent, ja que en agrupar-se en aquesta zona abans indicada, les dades que ens dona l'Ibestat aglutina els municipis d'Estellencs, Escorca, Esporles, Fornalutx, Deià, Banyalbufar,

<sup>5</sup> Seguint les recomanacions de l'OMT, es consideren les activitats característiques del turisme les corresponents a les branques d'activitat següents de la CNAE 2009: 55 i 56 Hostaleria, 491 Transport interurbà de passatgers per ferrocarril, 493 Altres tipus de transport terrestre de passatgers, 501 Transport marítim de passatgers, 503 Transport de passatgers per vies de navegació interiors, 511 Transport aeri de passatgers, 522 Activitats afins al transport, 791 Activitats de les agències de viatges i operadors turístics, 771 Lloguer de vehicles de motor, 773 Lloguer d'altres tipus de maquinària, equips i béns tangibles, 799 Altres serveis de reserves i activitats que s'hi relacionen, 900 Activitats de creació, artístiques i espectacles, 910 Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals, 931 Activitats esportives, 932 Altres activitats recreatives i d'entreteniment.

Sóller, Puigpunyent, Campanet, Mancor de la Vall, Selva, Sa Pobla, Búger, Llubí, Sineu, Costitx, Sencelles, Santa Eugènia, Marratxí, Santa Maria del Camí, Alaró, Binissalem, Inca, Consell, Lloseta, Lloret de Vistalegre, Sant Joan, Algaida, Montüiri, Vilafranca, Porreres, Petra, Ariany, Maria de la Salut, Bunyola i Valldemossa. Per tant, hi ha zones molt turístiques amb costa i d'altres no tant, que són d'interior.



Fuente: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). España (CC BY 3.0)

### Grau d'ocupació per període a la zona de Tramuntana i interior

Aquest mateix volum de viatgers va realitzar en el mateix període pernoctacions hoteleres, amb la qual cosa la seva estada mitjana va ser de 3,78 dies, una dada inferior a la mitjana de Mallorca, que va ser de 5,6 dies.

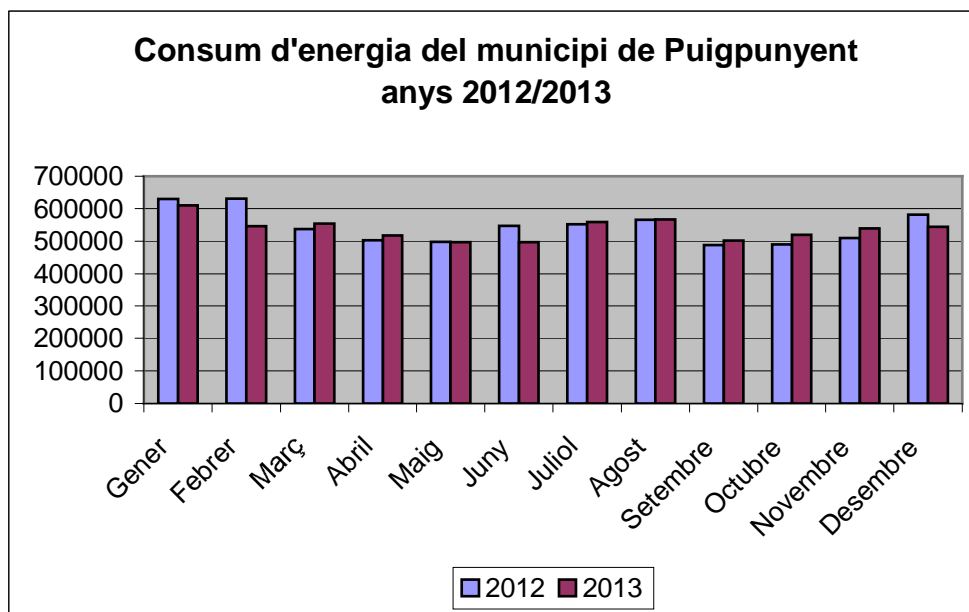
El turista que ve a Puigpunyent, per tant, se sol allotjar als establiments que ofereixen els municipis dels voltants i pot arribar a Puigpunyent atret pel paisatge.

#### 3.1.4. Dades mediambientals

Pel que fa a l'aigua potable, al municipi hi ha cinc pous (Son Bru, es Quarter, Cementiri, Son Puig I i II) que el subministren d'aigua, aquests arriben a un dipòsit regulador, que abasteix el terme de Puigpunyent. L'any 2009 es varen consumir

68.007m<sup>3</sup>, dels quals 56.743m<sup>3</sup> eren del nucli de Puigpunyent, mentre que els 10.164m<sup>3</sup> pertanyien a es Coverany<sup>6</sup>.

Si parlem d'energia, el municipi de Puigpunyent en el seu conjunt, sumant particulars, empreses i administracions va consumir un total de 6.451.516,5KWh l'any 2013, qual el 2012 havia consumit un total de 6.531.509,5HWh. La tendència, per tant, és a la baixa, tot i que és molt minsa.



**Consum d'energia a Puigpunyent (2012-2013)**

Font: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) a partir de les dades de GESA.  
Elaboració pròpia

Pel que fa a la gestió dels residus, el municipi duu en marxa un sistema de recollida des de fa deu anys. L'any 2014 s'ha invertit en repartir un fulletó per recordar i informar de la nova recollida al municipi. Les darreres dades que manejan són fins a 2013 i, en aquest sentit, es varen recollir en vidre 78,72 tones. En envasos lleugers es recolliren 74,76 tones, en paper i cartró 57,14 tones i en matèria orgànica 156,67 tones. Quant al rebuig es replegaren 163,70 tones.

Puigpunyent disposa d'un Parc Verd on s'hi poden dur els objectes voluminosos, la ferralla, els residus d'aparells elèctrics i electrònics, els fluorescents i altres tipus de llums, les restes de poda, els enderrocs, etc. També, tenen un apartat de recollida de roba i de recollida d'olis.

<sup>6</sup> Són dades extretes de la *Revisió de les normes subsidiàries del Terme Municipal de Puigpunyent*. Gabinet d'Anàlisi Ambiental i Territorial. GaaT SL. Novembre de 2013.



## 3.2. ENTORN GEOPOLÍTIC

### 3.2.1. El turisme a nivell insular, regional, nacional, europeu i mundial

El nostre entorn està marcat per pertànyer a una de les comunitats autònomes que reben més turistes de l'Estat espanyol. Les Illes Balears té més de 420.000 places turístiques repartides entre totes les illes, encara que la majoria es concentra a l'illa de Mallorca. Segons les darreres dades donades pel Govern de les Illes Balears<sup>7</sup>, el juliol de 2014 va incrementar un 4,80% respecte de l'any passat la vinguda de turistes. Si ho desglossam per illes, les Pitiüses van rebre un 12,96% més que l'any anterior; Menorca, va augmentar en un 2,80% i Mallorca un 2,57%.

Hem de destacar l'augment del turisme nacional, que havia baixat en anys anteriors degut a la crisi econòmica del país, però que aquest any 2014 sembla que es va recuperant. Basta veure que han passat per les illes un 10,13% més que al mateix mes de l'any passat. Pel que fa al turisme d'origen estranger, tan sols s'ha incrementat en un 3,89%, tot i que, aquesta xifra sempre va en augment. De totes les illes, les Pitiüses, són les que han rebut més turisme de caire nacional amb un 14,70%, Mallorca un 11,84% i Menorca un 2,42%.

Està clar que aquestes dades són molt significatives als mesos d'estiu, ja que estam parlant d'uns visitants que vénen per l'oferta de sol i platja de les Illes. Bàsicament podem parlar de tres mercats emissors bastant consolidats: el nacional (explicat anteriorment), l'alemany i el britànic, seguits per l'italià. Amb les dades que comptem, des del gener al juliol han passat per les Illes set milions i mig de turistes, la qual cosa significa un 1,45% més que l'any anterior a les mateixes dates.

A **nivell estatal**, i en el període de gener a juliol, s'han registrat més de 36,3 milions de turistes internacionals, la qual cosa suposa un increment del 7% respecte a l'any anterior. Els mercats emissors són el Regne Unit, que representa un 23% i que ha suposat un augment d'un 4,6%. Aquest mercat destaca perquè un de cada tres turistes visitaren les nostres illes, tot i que el major increment es va produir a les Illes Canàries. França, ha augmentat considerablement amb un 12,4%. El 39,2% d'aquests turistes pernocten a Catalunya, però també destaca l'alça a Andalusia. Per altra banda, Alemanya, demostra un descens d'un 1,1% a les nostres Illes, tot i que han augmentat les visites a les Illes Canàries. Finalment, els països nòrdics incrementen en un 12,1% i ja representen el 8,2% del total dels visitants. Destaquen perquè prefereixen les Illes Balears.

<sup>7</sup> Conselleria de Turisme i esports. CAIB. Dades fins al juliol de 2014.



Els principals destins -com ja es pot entreveure- són Catalunya que augmenta en un 2,6% el seu principal mercat, el francès. També, ha incrementat la visita de turistes procedents del Regne Unit i dels Països Baixos. A les Illes Balears, com ja hem explicat, clarament es mostra la tendència a l'alça del mercat britànic amb més d'un 4%, desbancant al mercat alemany com a primer emissor. Andalusia creix pel que fa a tots els seus mercats: un 7,4% el francès, belga i dels Països Baixos, i un 3,1% el britànic. Canàries també augmenta els seus visitants, sobretot els britànics que creixen un 9,2%. La resta de comunitats presenten un creixement positiu degut a la major presència de francesos, alemanys i britànics.

A **nivell mundial** el nombre d'arribades de turistes internacionals ha crescut un 5% l'any 2013 fins arribar als 1.087 milions, segons els darrer baròmetre de L'Organització Mundial del Turisme (OMT). Els resultats esperats han estat molt positius i el 2013 viatjaren 52 milions de turistes internacionals més que l'any anterior. Per al 2014 ja s'esperava un agument del 4%, superant les expectatives. La demanda de turisme internacional fou major per als destins d'Àsia i el Pacífic (+6%) i Europa (+5%). Destacaren també el Sud-est Asiàtic (+10%), l'Europa Central i de l'Est (+7%), l'Europa Meridional i Mediterrània (+6%) i el Nord d'Àfrica (+6%).

Europa va encapçalar l'augment en termes absoluts, rebent 29 milions de turistes internacionals el 2013. En termes relatius, l'increment fou major per Àsia i el Pacífic amb un 6%. Les Amèriques reberen 6 milions d'arribades més i Àfrica 3 milions més.

### 3.2.2. Tendències de mercat

El turista que ve, segons els experts, és un consumidor més informat, més madur i que sap seleccionar l'oferta que se li posa al davant. Una tendència que es consolida és la d'aquells que viatgen amb companyies de baix cost i que cerquen un allotjament alternatiu a l'hotel. Aquests encara són els més demandats, però ha augmentat el lloguer d'habitatges vacacionals.

Hem de tenir present les xarxes socials, que augmenten a l'hora de realitzar reserves via Internet. Les companyies del sector turístic varen augmentar la inversió online en un 85%. El 42% dels internautes utilitza la web per informar-se del viatge que vol adquirir i la destinació a on vol anar, un 19% consulta blogs, un 13% les xarxes socials i un 11% les aplicacions mòbils. Aquests consumidors s'assessoren i confien amb l'opinió dels seus amics i familiars a l'hora de prendre una decisió de la destinació a visitar. Per tant, fugen de paquets tancats o de viatges organitzats. Aquest visitant segueix utilitzant internet quan arriba al lloc de destí per informar-se d'allò que pot visitar, l'oferta d'oci i cultura que li poden oferir, etc.



El canvi en els hàbits del turista mitjà van en la direcció de viure experiències allà on va. Per això, la tendència creix en el sector gastronòmic, l'enoturisme i el turisme actiu. Evidentment, Puigpunyent també pot oferir una alternativa en quant a turisme de natura. Es calcula que a l'any 2013 hi va haver un 21% més de turistes interessats en les activitats relacionades amb la natura. També, han augmentat les pernoctacions i despeses d'aquests visitants. Per tant, es tracta d'una tendència a l'alça. El turisme esportiu es pot associar al de natura i sobretot a l'àrea de la Serra de Tramuntana. El turista esportiu que genera més viatges és l'excursionista-senderista, el ciclista, els esports de motor nàutic i el golf. A les Illes Balears es calcula que arriben uns 90.000 turistes anuals per practicar cicloturisme, alhora que desestacionalitzen la temporada. El turisme cultural és una altre punt d'interès per a Puigpunyent. La Cambra de Comerç de Mallorca<sup>8</sup> indica que el turista que s'interessa per la cultura té una edat compresa entre els 24 i 44 anys, amb un alt nivell educatiu i un poder adquisitiu mitjà-alt. Planifica molt bé el viatge i recopila informació sobre allò què vol visitar. Itàlia i França són els països líders en aquest tipus de turisme, que a les Illes Balears segueix essent minoritari. Espanya sol rebre uns 7 milions de turistes d'aquest grup, la qual cosa suposa un 14% del total dels visitants.

#### 4. MARC D'ACTUACIÓ:

##### 4.1. Medi Ambient

- Llei 1/1991 d'Espais Naturals (zones ANEI i ARIP)
- 28 de juny de 2000, llistat de llocs LIC i inici dels tràmits per declarar zones ZEPAS
- L'any 2007 la serra de Tramuntana fou declarada com a Paratge Natural (<http://ca.balearsnatura.com/paratge-natural-de-la-serra-de-tramuntana/>)
- L'any 2011 la serra de Tramuntana fou declarada Patrimoni Mundial per la UNESCO (<http://whc.unesco.org/en/list/1371>)

##### 4.2. Turisme

- Llei 8/2012, de 19 de juliol, del Turisme de les Illes Balears,
- Pla Integral de Turisme de les Illes Balears, 2012-2015
- Pla d'Acció de Promoció Turística per al 2014
- Reglament d'us de la marca Puigpunyent

##### 4.3. Urbanisme i ordenació del territori

<sup>8</sup> Estudio sobre Productos turísticos emergentes en las Islas Baleares. 2010





- Pla territorial del Mallorca
- Catàleg de Patrimoni Històric de Puigpunyent
- NNSS Puigpunyent

## 5. ESTRATÈGIES, TÀCTIQUES I ACCIONS

Un dels pilars d'aquest pla és la formulació d'estratègies, tàctiques i accions. Amb aquestes, es defineix el model de desenvolupament turístic del municipi de Puigpunyent per als pròxims anys.

Les estratègies són definides pels objectius a llarg plaç i es desenvolupen en unitats més petites, les tàctiques; que són eines que es poden desenvolupar a mitjà plaç, a la vegada que, les tàctiques estan formades per accions, que es duran a terme a curt plaç.

Les estratègies tàctiques i accions s'apliquen en sis àrees:

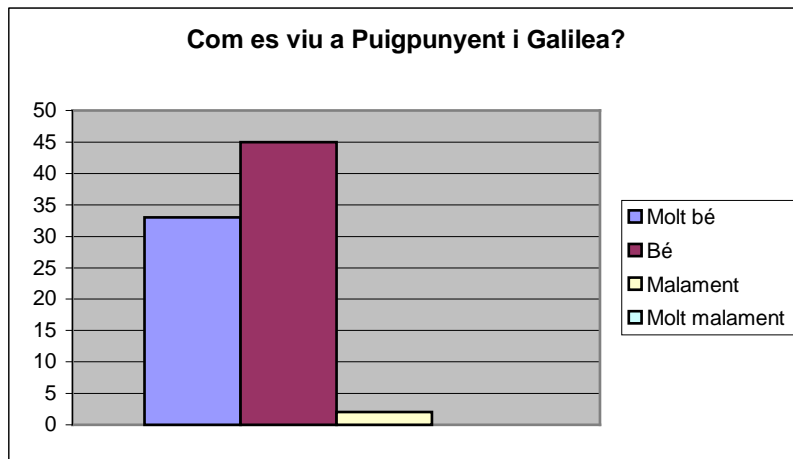
1. Territori
2. Producte
3. Qualitat
4. Intel·ligència de Mercats
5. Promoció
6. Formació i projectes europeus

Així per a cada una d'aquestes àrees es pot formular:

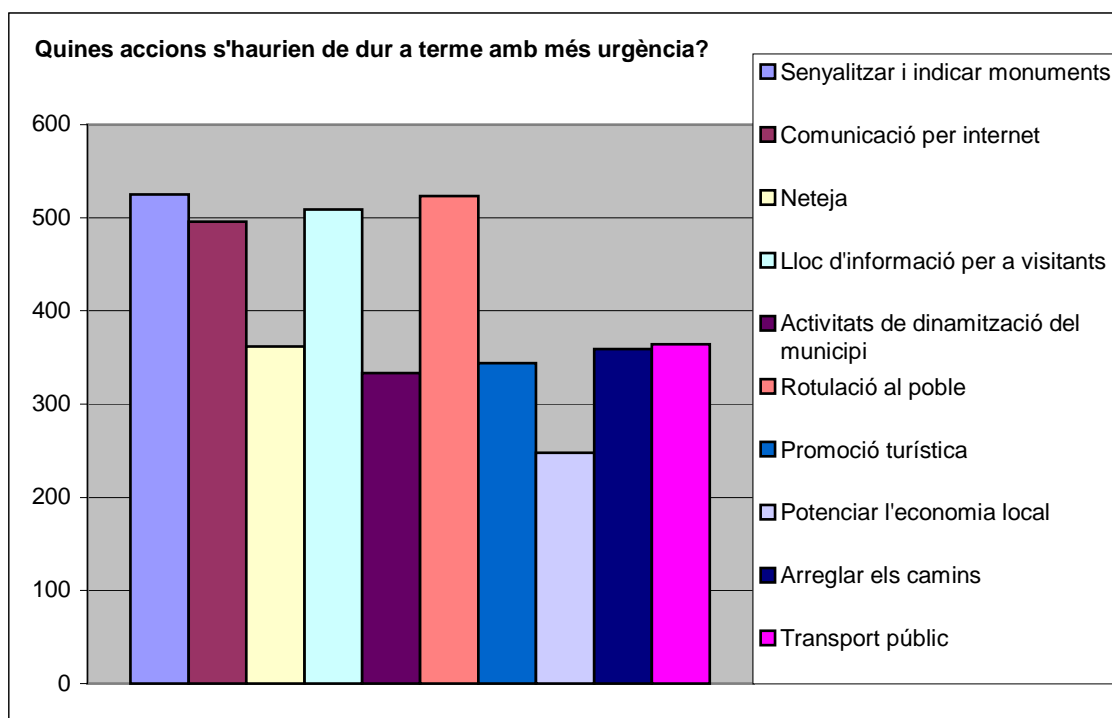
- Objectiu principal
- Estratègies
- Tàctiques
- Accions

Per poder realitzar aquest apartat, s'ha realitzat una enquesta als nuclis de Puigpunyent i Galilea per conèixer de primera mà què opinaven el veïns d'allò que era més important de cada àrea a tractar. En base a aquest resultat s'han descrit les estratègies, les tàctiques i les accions a desenvolupar. Els resultats de 85 enquestats han estat els següents:

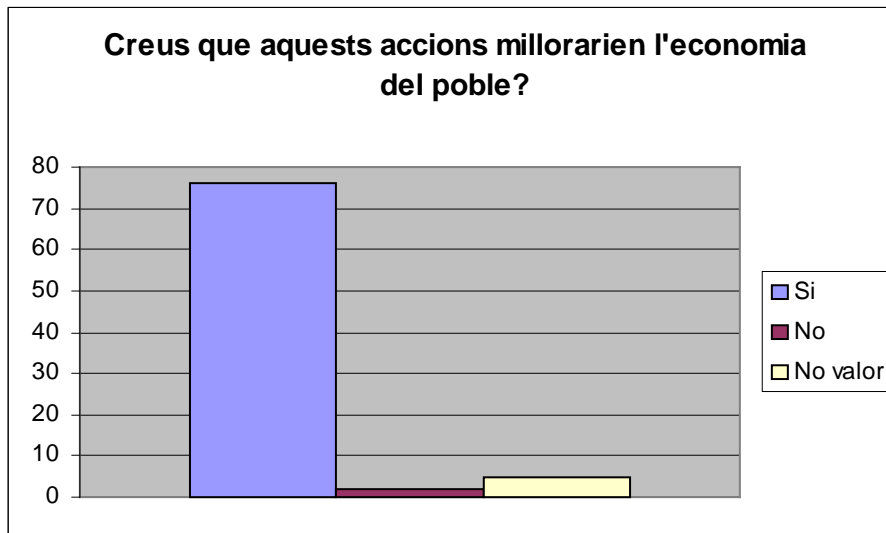
A la pregunta **Com es viu a Puigpunyent i Galilea?** aquests han estat els resultats obtinguts, que com es pot comprovar, la majoria dels veïns opinen que s'hi viu bé.



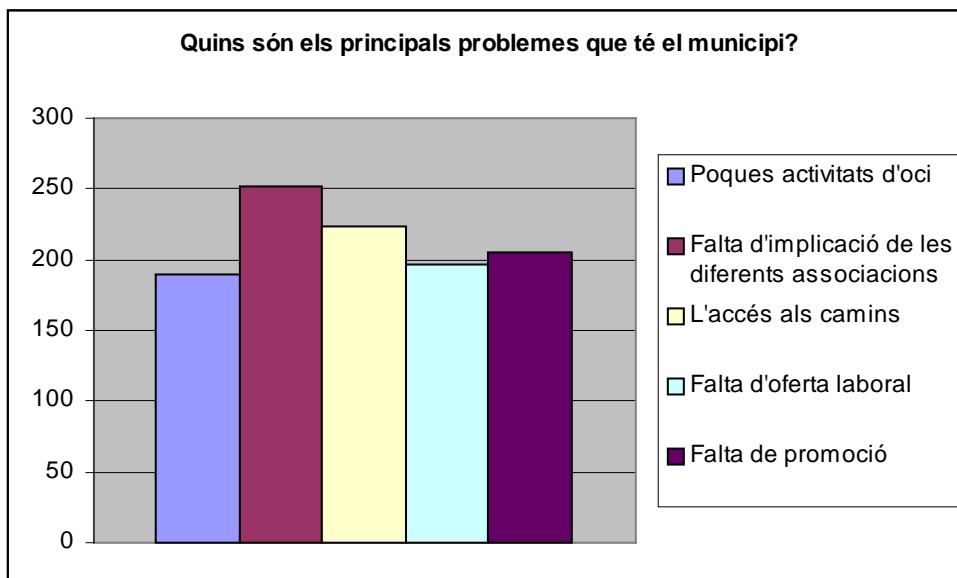
A la pregunta **Quines accions s'haurien de dur a terme amb més urgència?**, dels deu ítems proposats, els enquestats destaquen sobretot la importància de senyalitzar els monuments, la rotulació al poble, un lloc d'informació per als visitants i la comunicació per internet. Per tant, prioritzen crear un bon pla de comunicació enfront del manteniment del municipi, que es pot preveure que aquestes altres necessitats ja estan cobertes.



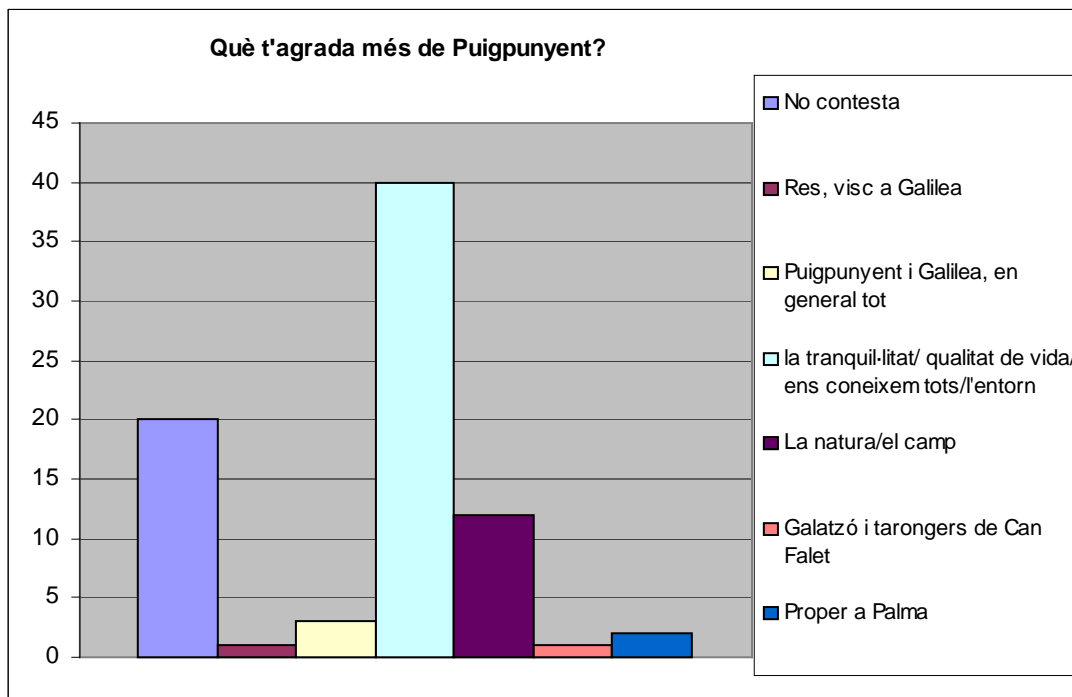
A la pregunta **Creus que aquestes accions millorarien l'economia del poble?**, els habitants de Puigpunyent tenen clar que sí que donarien un impuls al municipi.



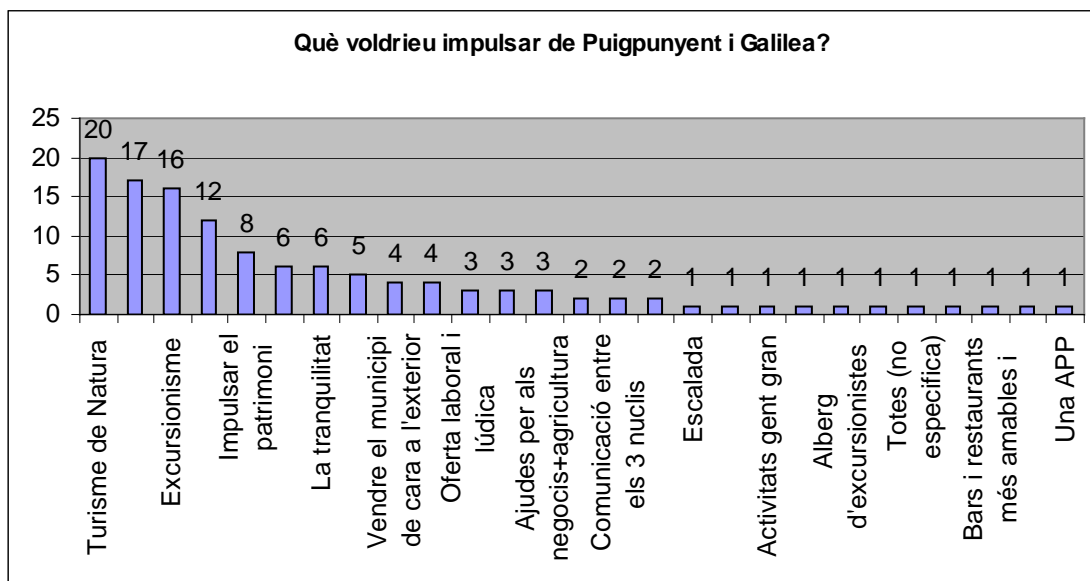
Quan se'ls demana **pels principals problemes que té el municipi**, (ítems també ja proposats), podem destacar que els enquestats troben una manca d'implicació per part de les associacions i que manca molt accés als camins per practicar senderisme. Per davant de la promoció del municipi, la falta d'oferta laboral i les poques activitats d'oci a Puigpunyent.



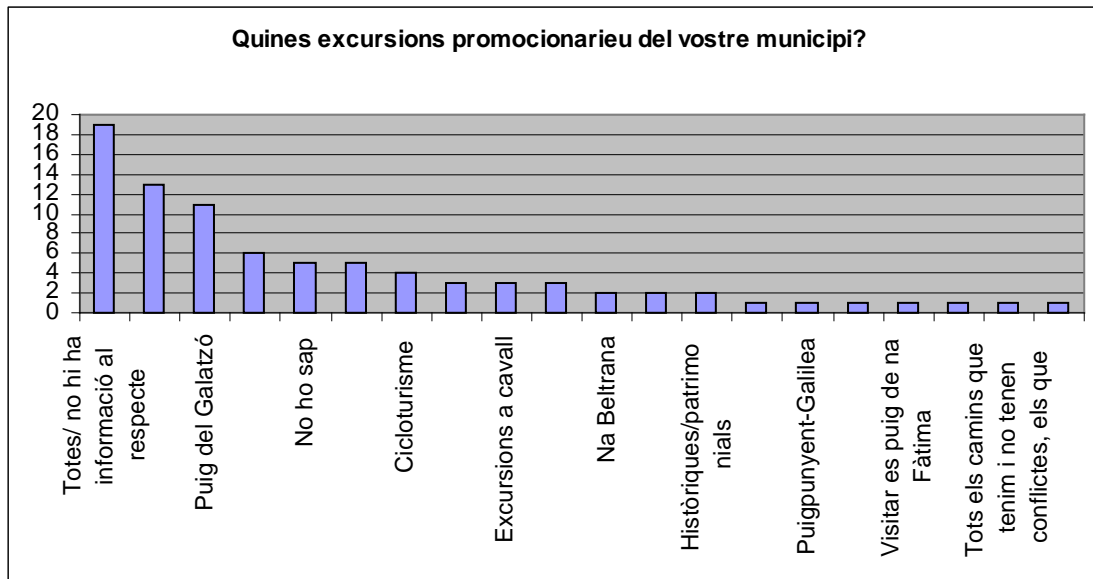
Quan els vàrem demanar **què els agradava més de Puigpunyent**, com es pot comprovar, els veïns destaquen la tranquil·litat del municipi, la qualitat de vida i l'entorn. Per tant, podem preveure que destaquen molt positivament la vida al municipi.



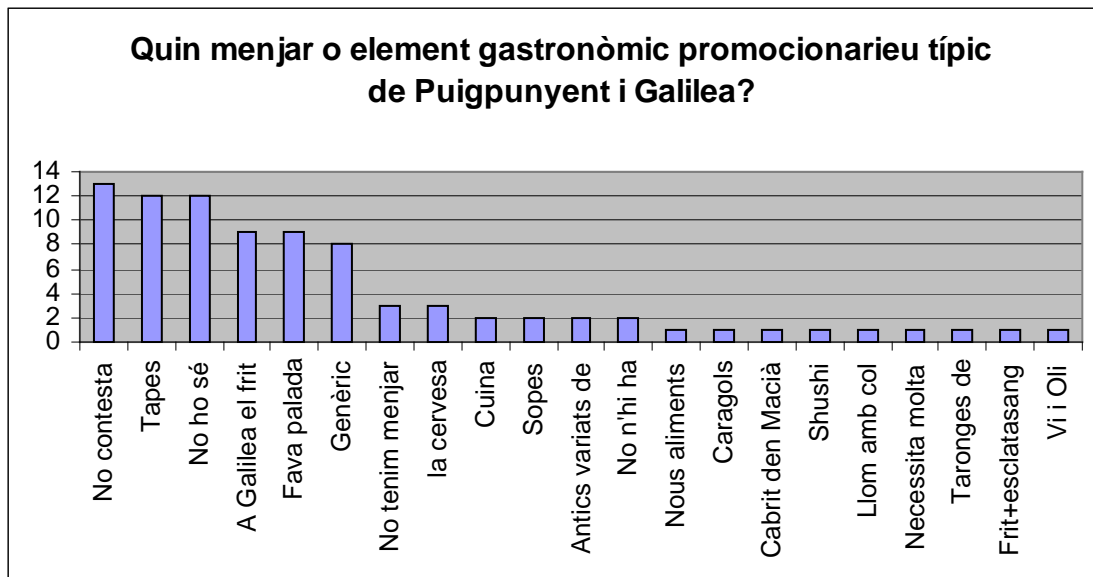
Allò que més pensen que s'hauria d'impulsar més del municipi és el turisme de natura, seguit de l'excursionisme i d'oferir unes bones instal·lacions esportives.



A la pregunta **Quines excursions promocionàrieu del vostre municipi?**, un gran nombre dels enquestats responen "totes", sense especificar quines són aquestes. Tal vegada es pot interpretar que el municipi ofereix una bona ubicació per desenvolupar el senderisme/excursionisme. La segona resposta és sense cap dubte el Puig de Galatzó.



Per acabar l'enquesta, ens vàrem proposar esbrinar si el municipi tenia una gastronomia típica. La sorpresa ha estat que molts dels veïns no contesten o no ho saben, i altres responen a menjar típic mallorquí.



Passada aquesta enquesta, per tant, proposam el següent pla:

## 5.1. TERRITORI

Tal i com s'ha explicat al diagnòstic de Puigpunyent, no es tracta d'un municipi turístic, sinó que aquest municipi es troba ben a prop de dues de les zones més turístiques de Mallorca, com són Palma i Calvià. Però que pot oferir una oferta complementària, sobretot pel que fa al turisme de natura. Puigpunyent ha optat per fer del seu territori el seu valor més apreciat, conservant la riquesa natural i patrimonial que conté.

Per això, turísticament no ha estat explotat, per tant, l'hem de considerar com una destinació en vies de desenvolupament o que encara ha d'emergir. Per tant, s'ha de fer feina sobretot en adaptar les infraestructures pel que fa a la recepció de visitants i en millorar la manera de fer arribar la informació al turista perquè aquest conegui el potencial que presenta la localitat.

En aquest sentit, l'objectiu estratègic pel que fa a territori és:

Adaptar les infraestructures existents per la recepció de visitants i millorar la informació cap al turista

Per aconseguir aquest objectiu es preveuen els següents plans tàctics:

- Millorar les infraestructures de cara al turista

En aquest apartat, per tant, es farà feina amb dues accions per tal de contribuir a desenvolupar aquest pla tàctic. Es tracta de posar un punt d'informació turística al municipi, ja que actualment no n'hi ha cap i el turista/visitant quan arriba a Puigpunyent no sap on dirigir-se per tenir informació. Així, davant la manca d'infraestructures, s'aconsella posar un punt d'informació.

També, en primer lloc, s'ha d'oferir una informació actualitzada sobre els esdeveniments que es faran al municipi; tal com l'agenda mensual, rutes disponibles, els diferents productes que ofereix la marca Puigpunyent, Viu la Natura, etc. En segon lloc, el punt d'informació ha de poder informar dels allotjaments del municipi o de la zona i els serveis que s'hi poden trobar.

Així proposam les següents intervencions:

- Posar el punt d'informació a la recepció del mateix ajuntament.
- Aconseguir que aquest punt disposi de tota la informació turística que ofereixi el municipi.

- Millorar la imatge de cara al visitant.

És evident que el municipi disposa d'aparcament suficient per acollir els visitants que rep, i que també disposa d'una línia de bus, a través del qual hi arriben també turistes.







Altres maneres d'arribar-hi també és en bicicleta. Però la manca d'informació i de panells indicatius potser redueix l'estada d'aquests a la localitat. Per tant, a banda d'indicar on s'han de dirigir per obtenir totes les activitats i altre informació que vulguin obtenir, cal renovar els panells informatius de Puigpunyent. Aquests amb el pas del temps s'han degradat i han de menester renovar-se. També, s'ha d'indicar des de totes les entrades al municipi on serà el punt d'informació turística.

ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS
1. TERRITORI	Adaptar les infraestructures existents per la recepció de visitants i millorar la informació cap al turista.	Millorar les infraestructures de cara al turista	Punt d'informació turística a Puigpunyent
			Informació d'allotjament i serveis
		Millorar la imatge de cara al visitant	Renovar el panells informatius al municipi



## 5.2. PRODUCTE

El volum turístic que reben Palma, Calvià i les localitats properes a Puigpunyent aporten una quantitat potencial de turistes que poden arribar a nostra localitat, els quals poden rebre tota una oferta complementària a partir dels recursos naturals, culturals i patrimonials que tenim. Aquesta oferta, a més, presenta l'avantatge que es pot oferir en temporada alta però també en temporada baixa als turistes que busquen una experiència diferent a les nostres illes.

Puigpunyent compta amb muntanya, patrimoni cultural i etnològic alhora i amb aquests elements es pot fer feina en la desestacionalització, l'oferta complementària, etc.

Si tenim en compte l'estudi que fa la Cambra de comerç sobre els productes turístics emergents a les Illes Balears, Puigpunyent pot oferir:

- **Turisme Actiu:** les instal·lacions que es necessiten són la pròpia naturalesa allà on practicar activitats. El municipi pot oferir algunes propostes i rutes que també s'inclouen dins el senderisme i el cicloturisme on desenvolupar aquest activitat.
- **Turisme Cultural:** es tracta d'organitzar aconteixements i preparar algunes infraestructures dins aquest àmbit. Podem destacar els següents recursos:
  - Festes d'interès cultural: Sant Antoni, el Festival de Música de Puigpunyent, les Festes de la Mare de Déu d'agost, les festes de la Nativitat de la Mare de Déu a Galilea, Nadal, ...
  - Edificis singulars i monuments
  - Patrimoni arqueològic i etnològic
  - Possessions i cases senyorials
  - Rutes turístiques
  - Conjunt urbà de Galilea
  - Mercats: mercat setmanal dels dissabtes i la Fira Ecològica, Pagesa i Artesana. Aquest s'han de potenciar, com també els productes artesanals que presenta la localitat.
- **Excursionisme/senderisme:** Puigpunyent és el municipi idoni per desenvolupar aquesta activitat, ja que disposa de 6 camins amb un elevat interès paisatgístic i cultural alhora que es poden fomentar amb l'edició de guies.



- **Cicloturisme:** És un turisme que també ve en temporada baixa, per tant, ajuda a l'oferta complementària i té cura de la naturalesa. Es poden fer algunes propostes de rutes per carretera.

En aquest sentit, l'objectiu estratègic pel que fa a producte és:

Millorar els recursos turístics que formen part de la marca Puigpunyent "Viu la Natura"

Per aconseguir aquest objectiu es preveuen els següents plans tàctics:

- Potenciar els productes turístics més emblemàtics  
Com ja hem indicat, es tracta d'un municipi emergent en quant al turisme, per tant, s'ha d'aconseguir elaborar productes turístics atractius per atreure visitants. Així, s'ha de fer feina en l'elaboració de rutes dins Puigpunyent i els seus voltants, s'ha de continuar en la recuperació i adequació dels camins públics i s'ha d'ampliar el radi de promoció i coneixement a tots els establiments de la localitat de la marca **Viu la Natura** per tal d'aconseguir les màximes adhesions possibles.
- Continuar amb la col·laboració públic-privada en l'organització d'esdeveniments

Es fa necessària aquesta col·laboració per potenciar turísticament Puigpunyent, ja que el sector públic, degut a la situació actual de crisi, presenta moltes dificultats tant en recursos humans com econòmics. A aquesta població s'està fent feina per dinamitzar el municipi amb aquest model de gestió.

- Seguir impulsant l'oferta comercial  
Un punt crucial del Pla turístic és aconseguir que l'economia local es mogui i augmenti i que els beneficiaris de la vinguda de més visitants al municipi es reflecteixi en el teixit empresarial. Per tant, s'ha de promocionar més el mercat setmanal dels dissabtes i ajudar als comerços locals a enfortir-se i s'ha d'impulsar la Fira Ecològica, Pagesa i Artesana.



ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS
2. PRODUCTE	Millorar els recursos turístics que formen part de la marca Puigpunyent "Viu la Natura"	Potenciar els productes turístics més emblemàtics	Oferir la reserva de visites guiades
			Seguir promocionant la marca Viu la Natura
		Continuar amb la col·laboració públic-privada en l'organització d'esdeveniments	Continuar amb la recuperació i adequació dels camins públics
			Dinamitzar el municipi amb un seguit d'activitats
Seguir impulsant l'oferta comercial	Promocionar el mercat dels dissabtes		
	Impulsar la Fira Ecològica, Pagesa i Artesana		



### 5.3. QUALITAT

El SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinació) és un projecte de millora de la qualitat de les destinacions turístiques promogut per TURESPAÑA i la Federació de Municipis i Províncies (FEMP), i té per objectiu millorar l'experiència i satisfacció del turista.

En el cas de Puigpunyent no hi ha registre de cap empresa adherida a un segell de qualitat, el qual s'atorga a empreses i serveis turístics de més de 30 serveis diferents que poden acreditar el compliment del servei amb els requisits que marca el segell de qualitat. Per tant, els establiments i altres que vulguin adherir-se i obtenir aquest distintiu s'han d'esforçar per oferir una bona qualitat del seu producte i millorar contínuament. També, fa que l'establiment o el producte en qüestió es distingeixi front a la competència.

A banda d'això, l'Ajuntament de Puigpunyent ha apostat per la marca turística **PUIGPUNYENT VIU LA NATURA**, que ja està registrada i aprovades les seves bases. L'objectiu principal és donar a conèixer la localitat als seus habitants perquè són els ciutadans qui poden parlar millor i donar la millor informació al visitant. No obstant, es poden atreure nous visitants ja siguin de l'illa, la comunitat o venguts d'altres països, noves empreses, i potenciar els productes locals.

Amb aquesta iniciativa, per tant, com hem indicat al diagnòstic de l'oferta turística, es vol:

- Revaloritzar el territori i recolzar les empreses que siguin sensibles amb el creixement sostenible.
- A aquells que visitin el poble, es vol oferir un producte i un servei diferenciat.
- Crear una xarxa d'empreses que aglutinin la marca per promocionar-se turísticament, i que això els suposi unes avantatges.

Per tant, l'objectiu estratègic per fer feina en l'àrea de qualitat és:

Potenciar la marca Puigpunyent
--------------------------------

I per aconseguir aquest objectiu s'han de desenvolupar els següents plans tàctics:

- Promoció de les certificacions de qualitat
- Potenciar la marca Puigpunyent "Viu la Natura"



ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS
3. QUALITAT	Potenciar la marca Puigpunyent	Potenciar la marca Puigpunyent "Viu la Natura"	Implementar la marca <b>PUIGPUNYENT VIU LA NATURA</b>
		Promoció de les certificacions de qualitat	SICTED





## 5.4. INTEL·LIGÈNCIA DE MERCATS

La Intel·ligència de mercats té com a principal objectiu conèixer com funciona el mercat i dins aquest, com funciona cada negoci. Aquest punt és molt important a l'hora de prendre decisions estratègiques per al desenvolupament turístic, en aquest cas, de Puigpunyent. Per aconseguir aquestes dades, com que Puigpunyent encara no compta amb cap plataforma que analitzi els motius i les destinacions dels turistes, ens marcarem com objectiu estratègic:

Recopilar informació i dades a partir de les quals poder planificar millor futures accions

I aquest objectiu com es pot aconseguir? Com podem saber la nacionalitat del comprador-consumidor, el motiu de la seva visita, on s'allotja, com ha arribat a Puigpunyent, etc?

Ens basarem amb tres fonts d'informació per prendre les decisions oportunes:

1. El propi municipi
2. la competència
3. el consumidor

ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS
4. INTEL·LIGÈNCIA DE MERCATS	Recopilar informació i dades a partir de les quals poder planificar millor futures accions	Comptar amb els empresaris locals	Conveni amb els empresaris i entitats locals
		Designar un responsable de l'Ajuntament per analitzar la informació recopilada	Ajuda externa o interna (ADL o altres)



## 5.5. PROMOCIÓ

Un dels punts més importants per aquest pla és la promoció del municipi a nivell turístic, ja que cal donar a conèixer Puigpunyent i les seves activitats per augmentar el nombre de visitants a la localitat. En el cas de Puigpunyent, com ja hem indicat, s'ha d'augmentar la informació del municipi i destacar aquells punts forts que té. L'objectiu estratègic que ens marcam, per tant, per fer visible el seu potencial és:

Millorar i potenciar la informació turística del municipi també online.

Es tracta de tenir una difusió en comú dels productes i serveis que podrà oferir la localitat a través de la plataforma *on-line* creada per l'ajuntament i a través d'altres activitats creades per tal efecte com les fires, fulletons, guies, etc. En aquest apartat, també és molt important l'ús de la marca **PUIGPUNYENT VIU LA NATURA**, que pot ser utilitzada, en primer lloc, pels productes artesanals elaborats al propi municipi. En segon lloc, pel turisme rural i de naturalesa, que consta dels serveis turístics situats a Puigpunyent tal com els establiments d'allotjament i restauració, els d'oci, entre d'altres. Finalment, s'inclouen els productes naturals obtinguts en aquest àmbit territorial.

AREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TACTICS	ACCIONS
5. PROMOCIÓ	Millorar i potenciar la informació turística del municipi també online.	Promoció i assistència a fires turístiques per presentar la marca	Promoció en oficines de turisme de les Illes i a les fires
		Promoció online	Crear una secció de turisme al web de l'Ajuntament
		Millorar el material informatiu imprès i la seva difusió als municipis veïns	Elaboració d'un nou material promocional i la seva traducció en idiomes



## 5.6. FORMACIÓ I PROJECTES EUROPEUS

Tenir bons professionals al capdavant de les instal·lacions turístiques i de serveis és vital perquè els visitants donin una bona promoció de la seva estada. Però, també és important, perquè ajuda a activar l'economia del municipi ja que la satisfacció del client serà millor i segurament repetirà l'experiència. En aquest apartat, l'objectiu estratègic va encaminat a:

Donar orientació i suport per a la formació de projectes a la població local per emprendre activitats relacionades amb el sector turístic

ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS
<b>6. FORMACIÓ I PROJECTES EUROPEUS</b>	Donar orientació i suport per a la formació de projectes a la població local per emprendre activitats relacionades amb el sector turístic	Formació als professionals del sector turístic	Tallers, formació ocupacional o escola d'adults i suport als empresaris a les noves iniciatives
		Fomentar les adhesions al SICTED i/o marques de qualitat	Jornades informatives SICTED al sector empresarial
		Formació en idiomes	Oferta de cursos d'idiomes des de l'Ajuntament
		Possibilitat de signar un conveni amb la UIB i l'Escola de Turisme per contar amb estudiant de pràctiques	Oferir pràctiques als estudiants i sobretot a la gent del municipi



## 6. RESUM

ÀREA	OBJECTIU ESTRATÈGIC	PLANS TÀCTICS	ACCIONS	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
1. TERRITORI	Adaptar les infraestructures existents per la recepció de visitants i millorar la informació cap al turista.	Millorar les infraestructures de cara al turista	Punt d'informació turística a Puigpunyent												
			Informació d'allotjament i serveis												
		Millorar la imatge de cara al visitant	Renovar el pannels informatius al municipi												
2. PRODUCTE	Millorar els recursos turístics que formen part de la marca Puigpunyent "Viu la Natura"	Potenciar els productes turístics més emblemàtics	Oferir la reserva de visites guiades												
			Seguir promocionant la marca Viu la Natura												



			Continuar amb la recuperació i adequació dels camins públics																
			Continuar amb la col·laboració público-privada en l'organització d'esdeveniments	Dinamitzar el municipi amb un seguit d'activitats															
			Seguir impulsant l'oferta comercial	Promocionar el mercat dels dissabtes															
				Impulsar la Fira Ecològica, Pagesa i Artesana															
3. QUALITAT	Potenciar Puigpunyent "Viu la Natura"	Potenciar la marca Puigpunyent "Viu la Natura"	Implementar la marca <b>PUIGPUNYENT VIU LA NATURA</b>																
		Promoció de les certificacions de qualitat	SICTED																
4. INTEL·LIGÈNCIA DE	Recopilar informació i dades a partir de les quals poder planificar	Comptar amb els empresaris locals	Conveni amb els empresaris i entitats locals																



	poder planificar millor futures accions	Designar un responsable de l'Ajuntament per analitzar la informació recopilada	Ajuda externa o interna (ADL o altres)																
5. PROMOCIÓ	Millorar i potenciar la informació turística del municipi també online.	Promoció i assistència a fires turístiques	Promoció en oficines de turisme de les Illes i a les fires																
		Promoció online	Crear una secció de turisme al web de l'Ajuntament																
		Millorar el material informatiu imprès i la seva difusió als municipis veïns	Elaboració d'un nou material promocional i la seva traducció en idiomes																
6. FORMACIÓ I PROJECTES EUROPEUS	Donar orientació i suport per a la formació de projectes a la població local per emprendre activitats relacionades amb el sector turístic	Formació als professionals del sector turístic	Tallers, formació ocupacional o escola d'adults i suport als empresaris a les noves iniciatives																
		Fomentar adhesions SICTED i/o marques de qualitat	Jornades informatives SICTED al sector empresarial																





	Formació en idiomes	Oferta de cursos d'idiomes des de l'Ajuntament															
	Possibilitat de signar un conveni amb la UIB i l'Escola de Turisme per contar amb estudiant de pràctiques	Oferir pràctiques als estudiants i sobretot a la gent del municipi															

## 7. CONCLUSIONS

Amb aquest pla de Turisme, el municipi de Puigpunyent aposta per un Turisme de qualitat, que reactivi el municipi i que generi ingressos. Per altra banda, es compromet a que sigui sostenible i que no generi cap problema als seus habitants, ja que com hem vist a les enquestes, els veïns valoren molt positivament la tranquil·litat d'allà on viuen.

El municipi de Puigpunyent conserva un entorn privilegiat que cal conservar però que alhora es pot aprofitar per donar un nou impuls a la població, que com hem comprovat, valora i demana un nou impuls econòmic dedicat al turisme de qualitat i sobretot, al de natura. Des de l'Ajuntament, s'aposta també per tenir en compte la població, com s'ha demostrat anteriorment amb les reunions mantingudes amb els diferents col·lectius per presentar les propostes que s'inclouen a aquest pla.

També, ja hi ha feina feta, com és el tema de la marca Puigpunyent, Viu la natura, la qual ha servit per començar a contactar amb un teixit empresarial disposat a promocionar el municipi des dels seus establiments i amb els seus productes. Ara falta donar impuls a aquesta iniciativa i intentar engrescar a tants d'altres que es podrien unir en el futur. També falta posar Puigpunyent al mapa i donar-li impuls a través de les xarxes, per fer-lo més visible de cara als nous visitants. Com hem indicat en altres ocasions en aquest projecte, Puigpunyent és un municipi encara per emergir, un nucli per descobrir per a molts de visitants, per tant, s'haurà de fer molta feina en la recepció d'aquests i en la difusió de les activitats i del producte turístic que volem oferir.

Per altra banda, té un gran potencial perquè no ha estat explotat i pot oferir una alternativa al ja conegut sol i platja. Sobretot destaca l'experiència que es pot oferir al visitant en un entorn natural incomparable i en uns mesos que no són la temporada alta a les illes. Per tant, ajudaria a la desestacionalització, tan ansiada al nostre territori. A partir d'aquí, cal posar-se a fer feina i dur a terme totes les accions proposades en aquest pla, planificar-les i realitzar-les amb seny perquè es puguin anar ampliant en el futur.



Pla redactat i elaborat per:  
+Cultura. Turisme i Patrimoni. S.L.



Amb la col·laboració de l'Ajuntament de Puigpunyent

