

# Informe diagnóstico y Plan de Acción de Destino Turístico Inteligente **Santa Margalida**





El proyecto **Destinos Turísticos Inteligentes** es una iniciativa pionera de la *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, SEGITTUR*, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo de España, con el fin de adaptar los destinos turísticos a los retos del futuro y contribuir a su conversión hacia un nuevo modelo basado en la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.

© Publicado por SEGITTUR, Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P.

Febrero 2021

Texto e imágenes:

SEGITTUR / Santa Margalida

## Índice

<b>1. Introducción</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Destino Turístico Inteligente: definición y metodología</b> .....	<b>7</b>
2.1. Qué es un DTI y sus beneficios.....	7
2.2. Cómo convertirse en un DTI.....	8
2.3. Ciclo I: Diagnóstico y planificación estratégica.....	9
2.4. Ciclo II: Ejecución, formación y seguimiento.....	11
<b>3. Caracterización del destino</b> .....	<b>12</b>
3.1. Marco geográfico y sociodemográfico.....	12
3.2. Principales indicadores del destino.....	12
3.3. Otros datos de interés.....	13
<b>4. Evaluación de los pilares estratégicos del destino</b> .....	<b>14</b>
Comparativa de resultados obtenidos .....	16
4.1. GOBERNANZA.....	21
4.1.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de gobernanza .....	22
4.1.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	24
4.2. INNOVACIÓN .....	44
4.2.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de innovación .....	45
4.2.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	47
4.3. TECNOLOGÍA .....	66
4.3.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de tecnología .....	67
4.3.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	69
4.4. SOSTENIBILIDAD.....	97
4.4.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad.....	98
4.1.1. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	100
4.5. ACCESIBILIDAD.....	119
4.5.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad.....	120
4.5.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	122
<b>5. Conclusiones diagnóstico del destino</b> .....	<b>148</b>
5.1. Conclusiones del eje de gobernanza .....	148
5.2. Conclusiones del eje de innovación .....	149
5.3. Conclusiones del eje de tecnología .....	150
5.4. Conclusiones del eje de sostenibilidad .....	151
5.5. Conclusiones del eje de accesibilidad.....	152

<b>6. Resumen del plan de acción.....</b>	<b>155</b>
<b>7. Bibliografía y web grafía .....</b>	<b>163</b>

## I. Introducción

El turismo es uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del mundo y así lo reflejan las cifras que recogen cada año los principales indicadores turísticos. Sin embargo, las transformaciones constantes del entorno económico mundial, los cambios demográficos, medioambientales y, fundamentalmente, los rápidos avances tecnológicos, suponen para los destinos turísticos múltiples retos, a la vez que ofrecen grandes oportunidades de desarrollo. A todos ellos se añaden cuestiones que están presentes desde hace décadas en la gestión turística como la estacionalidad, la redistribución de flujos o la movilidad, y se incorporan a esta lista aspectos que han pasado a ser prioridades, la participación de la ciudadanía en las decisiones y la concertación público-privada.

La competitividad de los destinos pasará, por tanto, por hacer frente a dichos retos y dependerá de la capacidad de aquéllos para adaptarse y buscar soluciones que les permitan competir en las mejores condiciones.

En ese sentido, con el objetivo de facilitar a los destinos todo ese proceso y proveerles de una herramienta para la mejora continua que permita el desarrollo de un modelo turístico sostenible en el largo plazo y en todas sus vertientes (socio-cultural, medio ambiental y económica) nace el proyecto **Destino Turístico Inteligente (DTI)**. Esta iniciativa, surgida del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, ha sido y es una de las grandes apuestas de la Secretaría de Estado de Turismo del gobierno de España. En todo este proceso, SEGITTUR ejerce de gestor e impulsor de la metodología y de su aplicación, además busca generar valor a través de distintos proyectos derivados de su puesta en marcha, como la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.

Los Destinos Turísticos Inteligentes implantan una metodología pionera en el mundo, que se centra en incorporar las nuevas tecnologías y la innovación en los procesos de trabajo siempre al servicio de los objetivos de sostenibilidad y accesibilidad en un modelo de gobernanza que busca la eficiencia, la transparencia y la participación.

La Secretaría de Estado ha trabajado también en la creación de un marco homogéneo para el proyecto DTI alineado con el proceso de creación de ciudades inteligentes, impulsando un subcomité para destinos en UNE, la Asociación Española de Normalización y Certificación. De ese trabajo, surgen las normas UNE 178501 Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes: Requisitos, UNE 178502 Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes y los proyectos de normas PNE 178503 Semántica para turismo y PNE 178504 Hotel digital, inteligente y conectado.

El liderazgo de España en política turística se refuerza gracias a este proyecto y así lo demuestra el interés despertado en organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), que celebra anualmente el congreso [UNWTO World Conference on Smart Destinations](#); el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que ha incluido una referencia al modelo de destino turístico inteligente, tras la revisión, con la

participación de SEGITTUR de su [Marco sectorial para el turismo](#); la Comisión Europea, que ha creado un reconocimiento, el [European Capital of Smart Tourism](#), con el objetivo de premiar el desarrollo del turismo inteligente en las ciudades europeas basado en el modelo DTI, poniendo en valor las buenas prácticas en turismo innovador, inclusivo y sostenible; o la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que ha recogido como buena práctica el programa de Destinos Turísticos Inteligentes de España en su informe [Effective Policy Approaches for Quality investment in tourism](#).

Santa Margalida da así un paso adelante para formar parte del grupo de destinos a la vanguardia del desarrollo turístico desde el enfoque de la metodología DTI. Una estrategia de futuro con la gobernanza integral, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología como ejes vertebradores.

## 2. Destino Turístico Inteligente: definición y metodología

### 2.1. Qué es un DTI y sus beneficios

Un Destino Turístico Inteligente, según se recoge en el [Libro Blanco de los Destinos Inteligentes](#), es un *destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes.*

Esta definición integra los pilares sobre los que se sustenta un DTI: innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza, las bases para la estrategia de desarrollo que garantice la competitividad a través de un proceso de mejora continuo. Un modelo de gestión que tiene en cuenta además la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino.



La aplicación de esta metodología supone para el destino:

- Una herramienta que permite priorizar la intervención en el destino en función de los objetivos y requisitos de un destino turístico inteligente.
- Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.

- 🎯 Un impulso al desarrollo sostenible del destino.
- 🎯 Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes.
- 🎯 Hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.



Con la finalidad de maximizar todos estos beneficios a través de las sinergias entre destinos y la transferencia de conocimiento surge la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes (RED DTI)**. Gracias a la integración de los DTI en un espacio común se persigue conseguir alianzas estratégicas entre estos y el sector privado, dar asistencia en la implantación de la metodología y ofertar un portfolio de servicios que faciliten su conversión y continuidad en el proceso, como: formación y capacitación, acceso a bases de datos de ayudas, subvenciones y financiación, soluciones tecnológicas y visibilidad internacional, entre otros.

En definitiva, una herramienta de coordinación, cooperación y reflexión que garantice el valor del proyecto y sus efectos en el desarrollo del sector turístico y de los territorios en los que se aplica.

## 2.2. Cómo convertirse en un DTI

La metodología DTI entiende la conversión del destino en *inteligente* por la capacidad de éste de permanecer en un proceso continuado de planificación y adaptación a los nuevos escenarios a los que se enfrenta garantizando la competitividad en el tiempo, sobre la base del conocimiento turístico y el uso de las nuevas tecnologías. Los diferentes ciclos y fases en los que se divide su implantación tienen en cuenta esta premisa.

Así, en un primer paso, se sientan las bases del proceso con la elaboración de un diagnóstico del destino según el grado de cumplimiento de los requisitos que contempla la metodología por ejes. Derivado de éste, se elabora una estrategia y planificación de acciones para alcanzar el máximo alineamiento con la metodología. Todo ello se recoge en el informe diagnóstico y en el plan de acción que elabora SEGITTUR y que se explica con mayor detalle en el siguiente apartado.

Los siguientes pasos se inician con la ejecución del plan de acción, cuya finalización significa la entrega del distintivo definitivo Destino Turístico Inteligente. A partir de ese momento, se llevarán a cabo acciones de seguimiento para proceder a la renovación del mismo.

En el gráfico a continuación se detallan los dos ciclos del proceso y sus correspondientes fases:



### 2.3. Ciclo I: Diagnóstico y planificación estratégica

La finalidad de este ciclo es la de evaluar el grado de alineamiento del destino con la metodología DTI y planificar las acciones para alcanzar los objetivos de este proyecto.

Para ello, SEGITTUR analiza en profundidad información que solicita al destino, así como otra que recopila directamente, para después realizar una visita y conocer in situ a los actores, recursos y principales productos del territorio. Tras el análisis, se redacta este informe diagnóstico que consta de tres partes fundamentales: caracterización, evaluación de requisitos y plan de acción.

En la **caracterización**, se seleccionan indicadores e información relacionada con el sector turístico o de influencia directa en su desarrollo. Se quiere tener una imagen de la tipología de destino y de los factores que lo condicionan.

Para la **evaluación de requisitos** se trabaja sobre una batería de más de 400 ítems, agrupados en 20 ámbitos de evaluación para los **cinco ejes de un DTI**: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.



Cada uno de los **requisitos** se valora de 0 a 5 en función del grado de cumplimiento del destino y de las acciones que se estén llevando a cabo, según la siguiente escala:



La medición de cada requisito permite obtener porcentajes de cumplimiento desglosados por ámbitos, para cada eje y para la totalidad del DTI. De esta manera, se obtiene una imagen más clara de los puntos fuertes o aquellos en los que hay oportunidades de mejora para el destino.

A lo largo del presente informe, la introducción de cada eje muestra una presentación gráfica de los resultados obtenidos, para después, dar paso al análisis por ámbitos y categorías en el que se incluyen las recomendaciones para alcanzar la excelencia como destino turístico inteligente.

Finalmente, el conjunto de recomendaciones resultantes de la evaluación formará el **plan de acción**, que provee al destino de una herramienta de trabajo con la que

ejecutar las recomendaciones propuestas. Esta herramienta le permitirá al destino establecer plazos y presupuestos para su ejecución y facilitar el seguimiento posterior.

## **2.4. Ciclo II: Ejecución, formación y seguimiento**

Finalizado el ciclo I, el destino entra en un nuevo ciclo centrado en la ejecución del plan de acción, un proceso para el que tiene un máximo 5 años.

Dentro de este ciclo y, con el objetivo de verificar la ejecución del plan de acción, el destino deberá realizar evaluaciones periódicas para confirmar que se trabaja en la consecución del objetivo del proyecto según el cronograma acordado en el ciclo anterior. La revisión del plan de acción puede derivar en una redefinición de las acciones y sus prioridades en función de las necesidades y casuísticas del destino. Esta evaluación también permitirá conocer el grado de avance del grado de cumplimiento de requisitos.

Finalizado y ejecutado correctamente el plan, se espera que el destino siga trabajando en todos los ejes para continuar con la mejora continua de la calidad turística.

## **3. Caracterización del destino**

### **3.1. Marco geográfico y sociodemográfico**

Nombre del destino: Santa Margalida-Can Picafort

Comunidad Autónoma/Provincia: Islas Baleares

Superficie: 86,51 km<sup>2</sup>

#### **Población**

Número de habitantes (31/12/2019): 12.485

% Población residente de nacionalidad extranjera (31/12/2019): 23%

Tres principales nacionalidades (% respecto al total de población de nacionalidad extranjera):

1<sup>a</sup> Marruecos (19,6%)

2<sup>a</sup> Alemania (15,8%)

3<sup>a</sup> Rumania (7,7%)

Densidad de población (31/12/2019): 144,31

### **3.2. Principales indicadores del destino**

#### **Estructura productiva**

Renta per cápita (año 2017): 14.573,46€

Número de total de empresas: 332

% de empresas dedicadas a la hostelería: 37,34%

% de empresas dedicadas al alojamiento: 10,80%

#### **Infraestructuras**

Accesos por Carretera: Carreteras Ma12, Ma3410, Ma3400

Aeropuerto más cercano (distancia): Aeropuerto de Palma. 50Km

Nº de kilómetros de carriles-bici: 7,8KM

#### **Datos de turismo**

Nº de turistas (año 2019): 322.075

% Turistas residentes en España: 7,82

% Turistas no residentes en España: 92,18

Procedencia de los turistas residentes en España (2019):

1ª País Vasco

2ª Cataluña

3ª Comunidad de Madrid

Procedencia de los turistas no residentes en España:

1ª Alemania

2ª Reino Unido

3ª Países Nórdicos

Gasto medio realizado por los turistas residentes en España (por turista): 93,2€

Gasto medio realizado por los turistas no residentes en España (por turista): 161,9€

Nº de pernoctaciones realizadas por turistas residentes en España: 94.408

Nº de pernoctaciones realizadas por turistas no residentes en España: 2.053.195

### **Alojamiento turístico**

Nº de plazas hoteleras (año 2019): 12.928

Nº de plazas en apartamentos turísticos (año 2019): 529

Nº de plazas en campings: 0

Nº de establecimientos de turismo rural (año 2019): 8

% Viviendas de Segunda Residencia/Total viviendas (año 2011): 7,5%

### **3.3. Otros datos de interés**

Tipo de ente gestor del que depende Turismo: Área de Turismo y el Consell

Assessor de Turisme

% Presupuesto Turismo/Total presupuesto del ayuntamiento: 5,6 €

% cobertura WiFi en espacios públicos respecto a la superficie total del municipio:  
No se tiene constancia

Litros de agua potable/habitante/día: 120

Toneladas de basura recogidas por el servicio municipal de residuos por año (2019):  
10.7

Nº de proyectos de innovación en los últimos cuatro años en los que participa el destino:  
5

## 4. Evaluación de los pilares estratégicos del destino

El resultado del diagnóstico de **Santa Margalida** para su potencial transformación en Destino Turístico Inteligente arroja los siguientes resultados a la espera de los correspondientes al eje de accesibilidad:

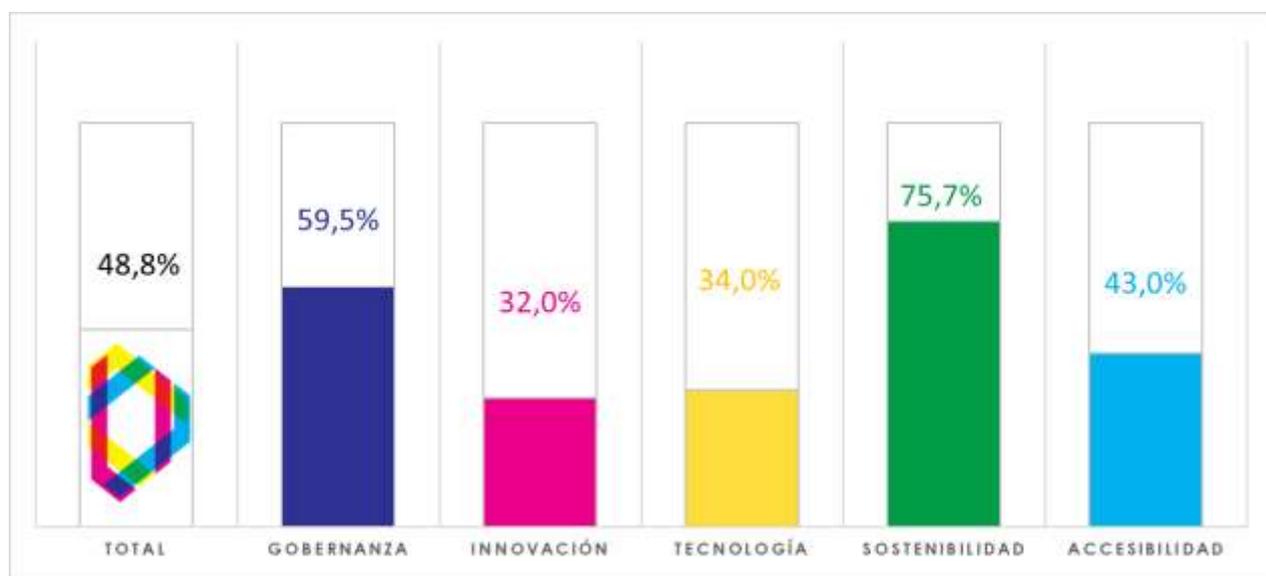


Gráfico: Grado de cumplimiento de los requisitos en 2021

El grado de cumplimiento medio del total de requisitos por parte del Santa Margalida es del **48,8%** y viene determinado por el resultado obtenido por cada uno de los ejes de actuación.

Los ejes con un grado mayor de cumplimiento son **Sostenibilidad** con un **75,7%**, después se sitúan los ejes de **Gobernanza** con un **59,5%**, **Tecnología** con un **34%**, **Innovación** con un **32%** y **Accesibilidad** con un **43%**.

Para concretar y priorizar las acciones, en los puntos siguientes se recoge una valoración más desglosada por ejes y ámbitos de evaluación, así como recomendaciones que constituirán el plan de acción necesario.

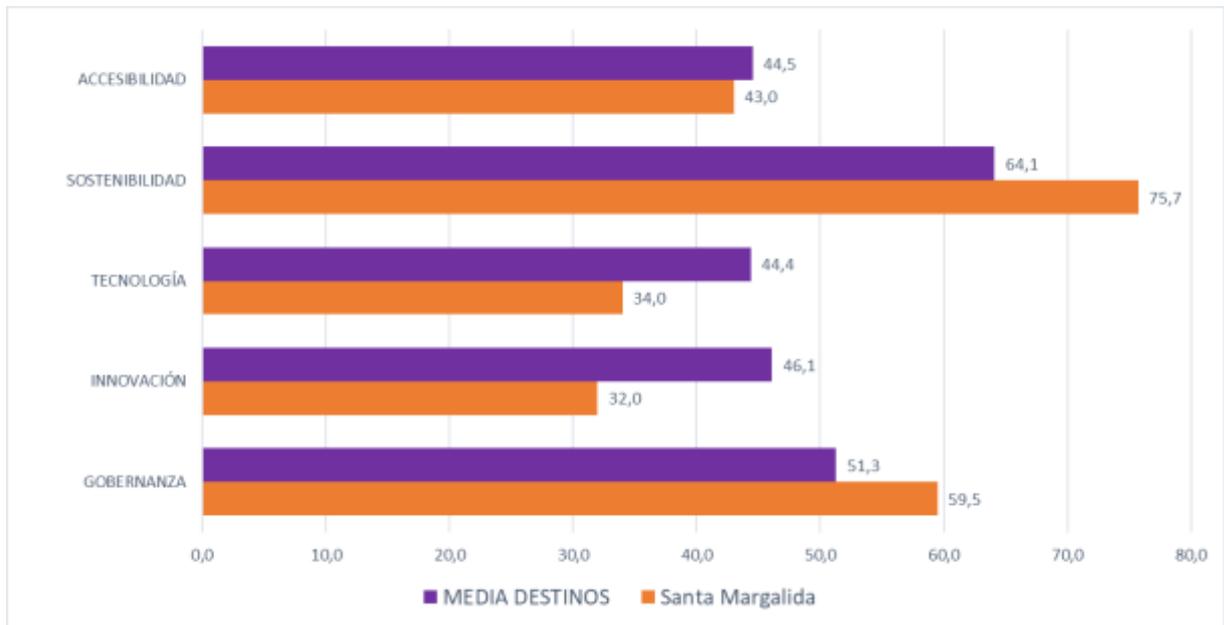
## FICHA RESUMEN DE RESULTADOS OBTENIDOS POR EL DESTINO

<b>DESTINO</b>	<b>48,8%</b>
VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES	
<b>GOB. Gobernanza</b>	<b>59,5%</b>
<b>INN. Innovación</b>	<b>32,0%</b>
<b>TEC. Tecnología</b>	<b>34,0%</b>
<b>SOS. Sostenibilidad</b>	<b>75,7%</b>
<b>ACC. Accesibilidad</b>	<b>43,0%</b>
VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS	
GOB. A. Visión estratégica e implementación	63,1%
GOB. B. Eficiencia en la gestión	37,1%
GOB. C. Transparencia y participación	75,4%
GOB. D. Responsabilidad y control	45,7%
INN. A. Innovación en los procesos de gestión	14,8%
INN. B. Innovación en Producto/Servicio	48,6%
INN. C. Innovación en Comercialización/Marketing	40,0%
INN. D. Innovación en Formación/Capacitación	32,2%
TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	47,5%
TEC. B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico	27,7%
TEC. C. Infraestructuras tecnológicas	38,2%
TEC. D. Sistemas de conocimiento turístico	25,0%
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística	72,9%
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural	86,7%
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	73,3%
SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	80,0%
ACC. A. Marco normativo	48,0%
ACC. B. Gestión de la accesibilidad en el destino	38,0%
ACC. C. Implantación de la accesibilidad en el destino	46,2%
ACC. D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas	60,0%

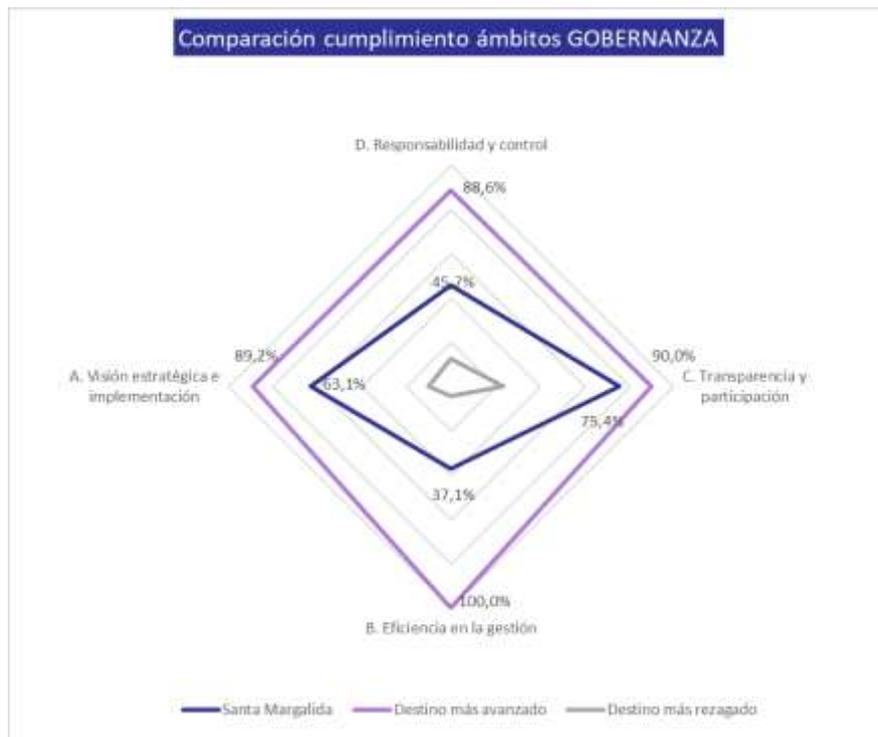
## Comparativa de resultados obtenidos

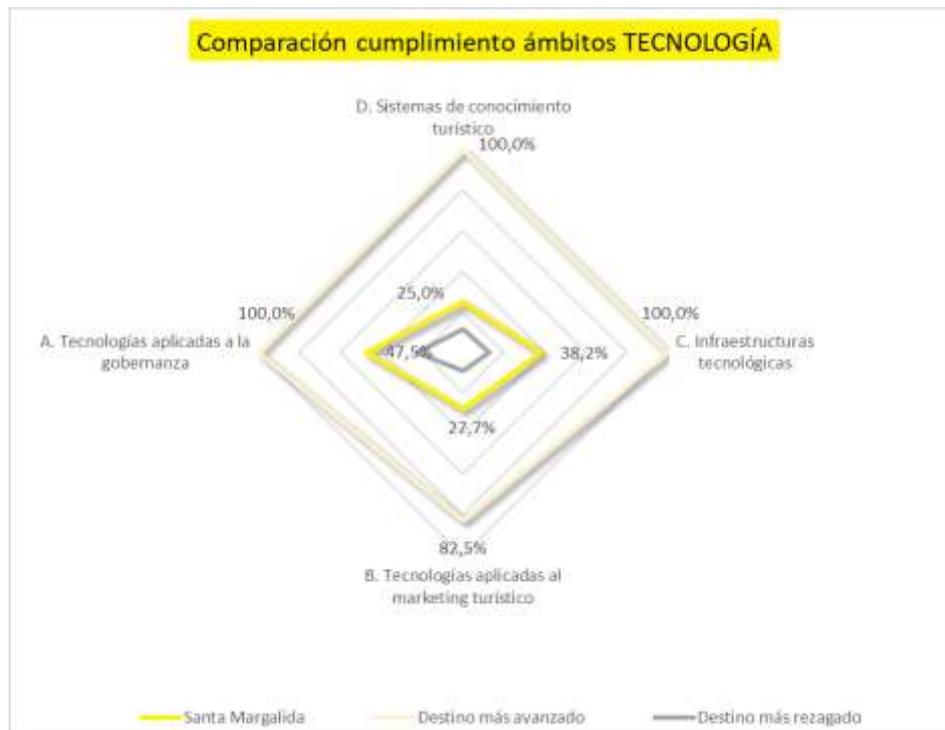
### Grado de cumplimiento de Santa Margalida frente a la media de destinos

Por eje



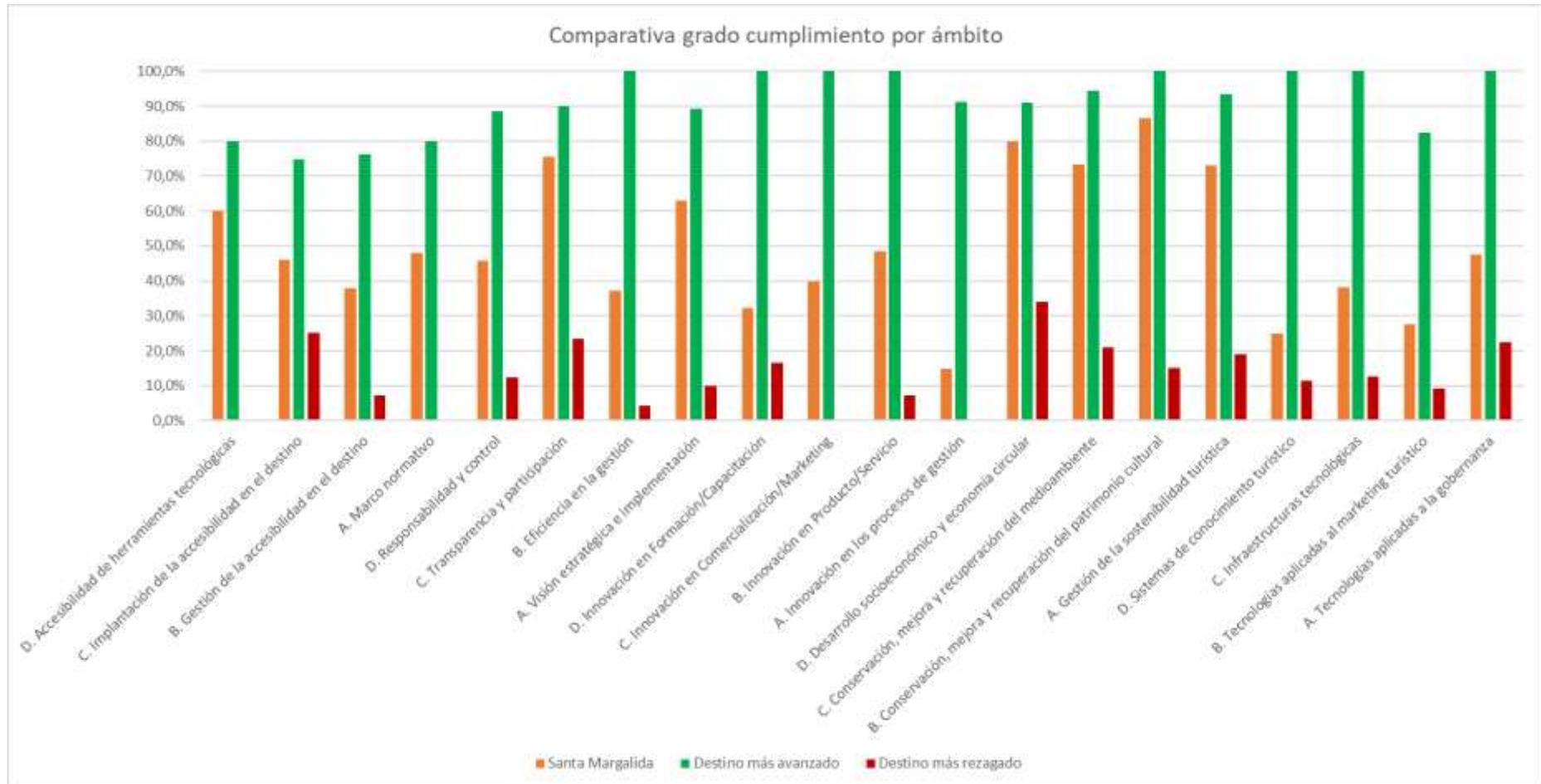
### Comparativa de cumplimiento de Santa Margalida frente al destino más avanzado y al menos avanzado por ámbito, EJE A EJE

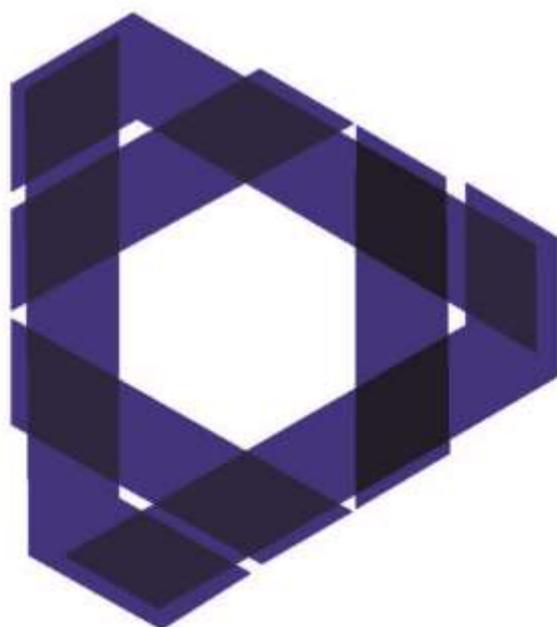






### Comparativa de cumplimiento de Santa Margalida frente al destino más avanzado y al menos avanzado por ámbito



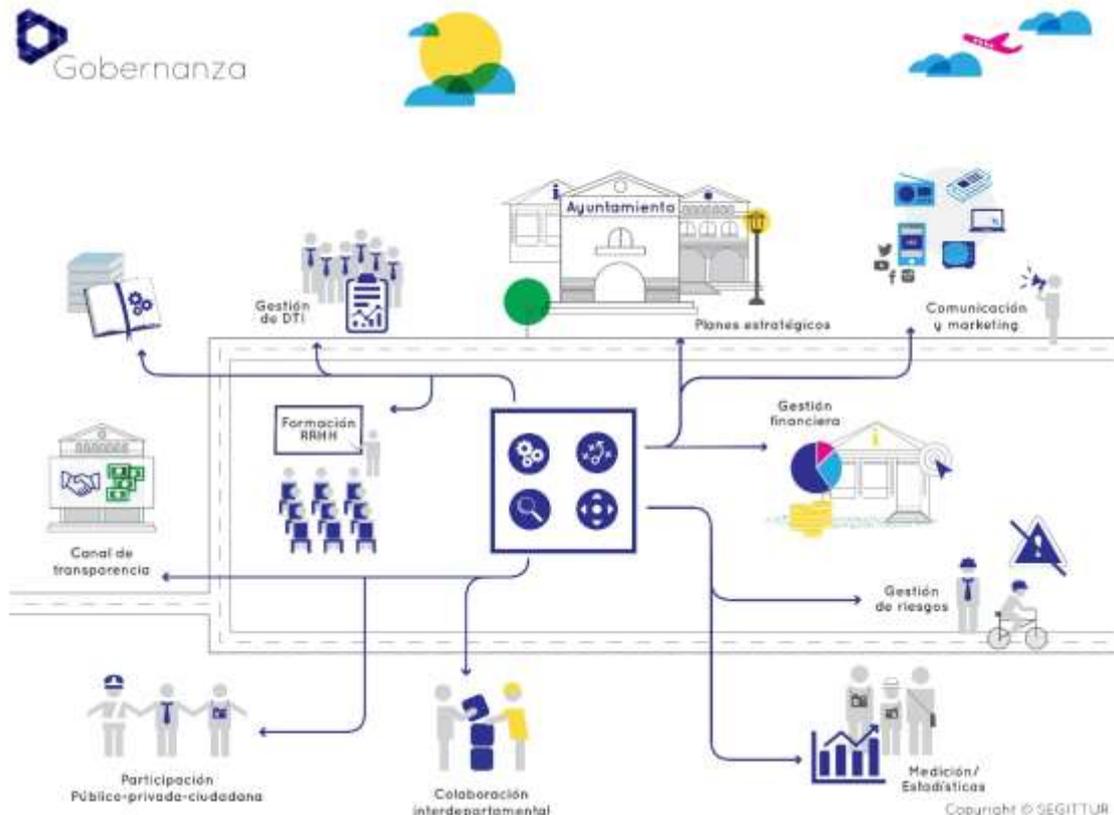


**GOVERNANZA**

## 4.1. GOBERNANZA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define gobernanza como “el proceso de conducción de los destinos turísticos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico”.

La gestión de la gobernanza en un destino turístico inteligente es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos. Los mismos que ponen el foco de la planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y en entender la gestión turística en coordinación con el resto de áreas del destino.



#### 4.1.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de gobernanza

El eje de gobernanza se analiza en base a cuatro ámbitos de actuación que abarcan los mecanismos para la planificación y su implantación, desde una óptica participativa y con las máximas garantías de transparencia y control.

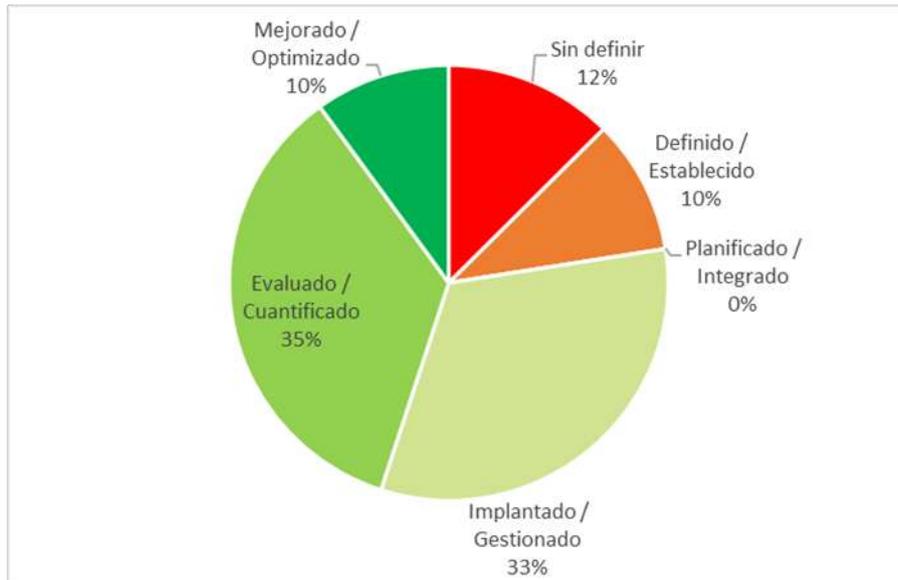


Los objetivos de aplicar la gobernanza de un DTI marcan los ámbitos de análisis de la metodología:

- 🎯 Visión estratégica e implementación: garantizar el desarrollo futuro de la actividad turística dotando a los gestores de las herramientas de planificación necesarias y de los recursos que garanticen su puesta en marcha.
- 🎯 Gestión eficiente: alcanzar los objetivos planteados optimizando los recursos disponibles y sistematizando los procesos.
- 🎯 Gestión transparente, abierta y participativa: garantizar la participación de la ciudadanía y del sector en las decisiones turísticas, así como coordinarse con otros departamentos, organismos y administraciones y hacerlo con la debida transparencia.
- 🎯 Gestión responsable y controlada: garantizar el conocimiento necesario para la planificación y la gestión de riesgos en el destino, así como la medición de los resultados en las acciones realizadas y su concordancia con los objetivos planteados.

**El grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el eje de gobernanza en Santa Margalida se sitúa en el **59,5%**.

### Evaluación cumplimiento Gobernanza

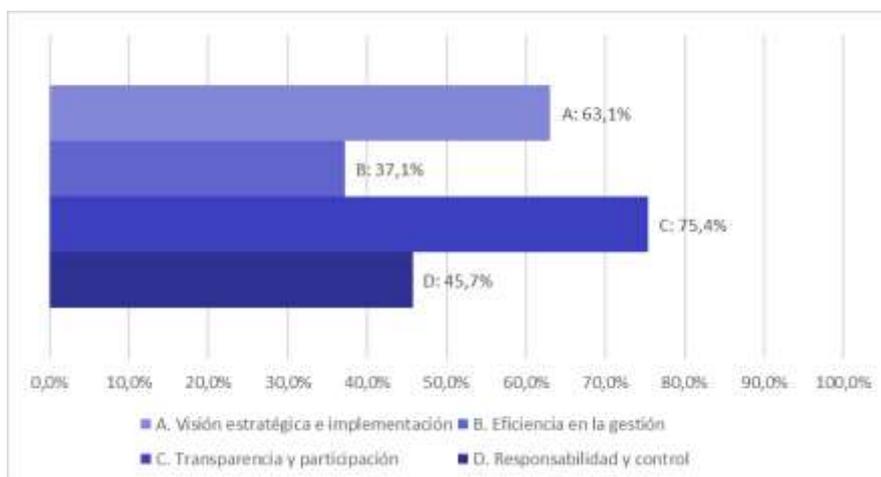


Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

Como se observa en el gráfico anterior para el 78% de los requisitos que recoge este eje el destino dispone de proyectos implantados o evaluados, de los que el 10% está mejorado. Además, para un 10% de los requisitos existen actuaciones definidas. Sin embargo, por el momento, Santa Margalida tiene un 12% de requisitos para los que no tiene acciones definidas.

En el desglose del eje por ámbitos de evaluación, la transparencia y participación es la que presenta un mayor grado de cumplimiento, seguida de la visión estratégica e implementación. El destino presenta mayor margen de mejora en el ámbito de la responsabilidad y control y en la eficiencia en la gestión.

### Ámbitos de evaluación de Gobernanza



Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

## 4.1.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

### Ámbito A. Visión estratégica e implementación

Bajo el epígrafe de visión estratégica e implementación, se evalúan los requisitos de un Destino Turístico Inteligente en el ámbito de las estructuras e instituciones con competencias en materia de turismo, los instrumentos de planificación y estrategia con los que cuentan, así como aquello en lo que se apoyan tanto previamente, diagnóstico, la estrategia de *branding*, la gestión de la oferta y la demanda, como en su aplicación, presupuesto, normativas, etc.

### Ámbito B. Gestión eficiente

Los requisitos de este ámbito analizan la estructura de la entidad responsable de la gestión turística, su organización, procesos, las funciones que le dan capacidad para alcanzar los objetivos propuestos y adaptarse a la realidad cambiante y cada vez más exigente optimizando los esfuerzos y recursos utilizados para ello.

### Ámbito C. Gestión transparente, abierta y participativa

Más allá de una buena planificación, para garantizar la calidad ofrecida en servicios e infraestructuras es necesaria una actuación transversal coordinada del ente gestor con otras áreas del ayuntamiento y otras administraciones. Los requisitos en esta sección se centran en ello y en la política de concertación que garantice el consenso con ciudadanos y sector turístico, además de recoger aquellos requisitos que

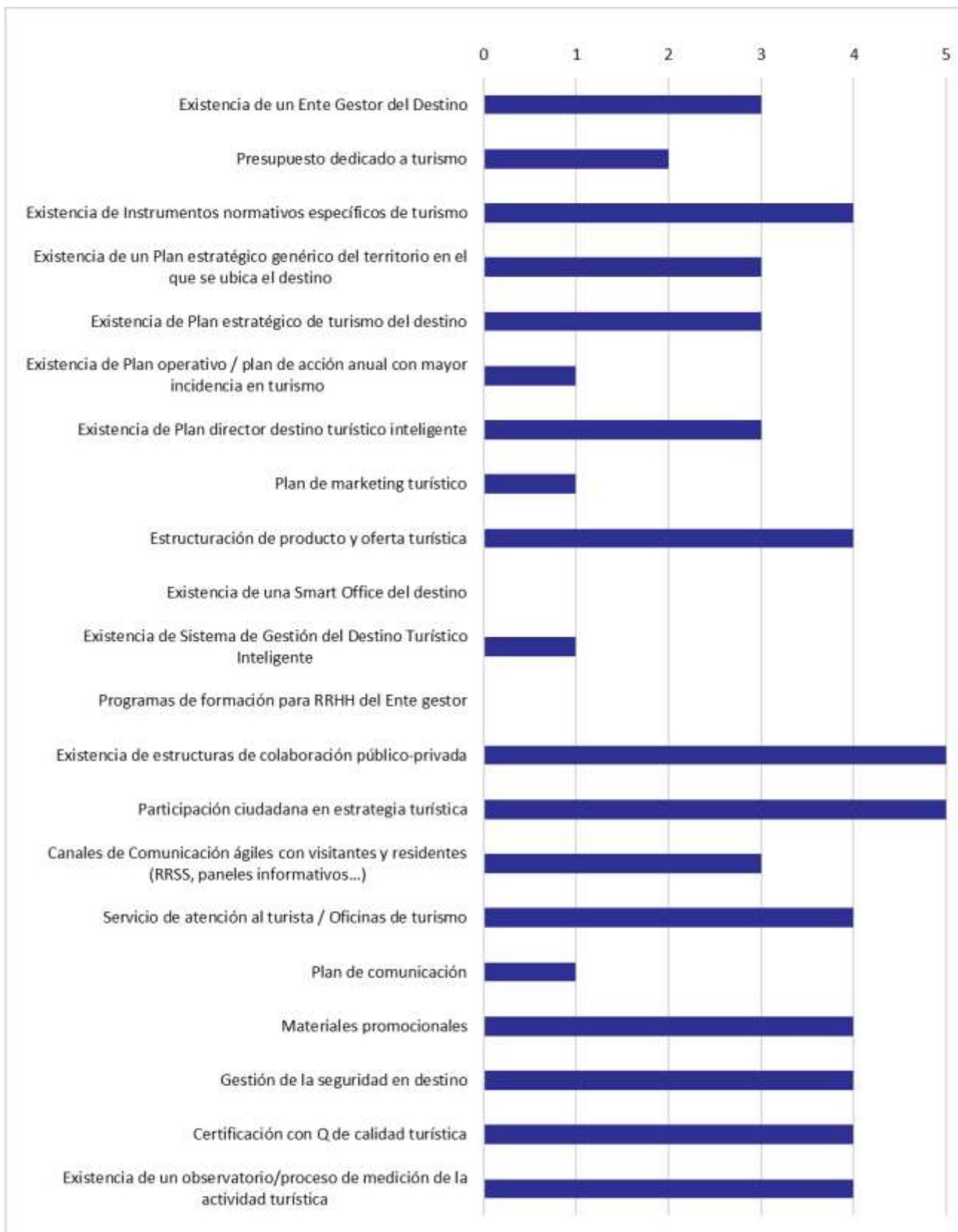
Además, la información pública de toda esta gestión, del proceso y los resultados es una exigencia social que debe integrarse en cualquier destino turístico inteligente.

### Ámbito D. Gestión responsable y controlada

Se valora en este ámbito la gestión del conocimiento, las herramientas y la medición de resultados de los objetivos, además de los sistemas de gestión de riesgos, control y seguridad en el destino, incluidos los procedimientos y especificaciones técnicas. El análisis técnico de los sistemas se analiza en la sección de tecnología.



## REQUISITOS DEL EJE





## RECOMENDACIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

GOB. AI	Refuerzo y reestructuración del área de turismo
A. Visión estratégica e implementación	
<b>Responsable</b>	Alcaldía y Área de turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Santa Margalida necesita un Ente gestor de turismo potente, con competencias definidas y la estructura adecuada para encarar las nuevas necesidades y retos que afronta el municipio y acometer los proyectos en marcha y futuros en materia turística. Un verdadero ente gestor del DTI que lidere los procesos requeridos para la aplicación del nuevo modelo turístico, coordinando las actuaciones de todas las áreas implicadas en el proceso y la participación de los agentes privados y la ciudadanía. Una propuesta que ya recogía el Pla Estrategic Integral de Ca'n Picafort de 2015.</p> <p>Santa Margalida tiene mucho avanzado en concertación con el sector y los residentes gracias al Consell Assessor de Turisme, un elemento con el que pocos destinos cuentan y que debería integrarse en ese nuevo ente de gestión del turismo del municipio.</p> <p>Por otro lado, el primer paso será realizar un análisis para delimitar las áreas de trabajo que surgen de todo este proceso de cambio que al menos se estructurarían en marketing, comunicación, productos, oficina de turismo y un área de gestión del destino o del DTI. Para cada una de ellas se establecerán los recursos humanos necesarios, junto con sus perfiles.</p> <p>Una vez concretado todo esto, el Ayuntamiento deberá estudiar si la mejor fórmula para conseguir los objetivos como destino pasa por mantener un área de turismo dentro de la estructura del Ayuntamiento o si es necesaria la creación de un ente gestor de otra naturaleza jurídica. El objetivo es que sea una herramienta potente, ágil y eficaz para impulsar la política turística municipal adaptándose a la realidad del sector, capaz de incluir a empresarios y ciudadanía en las decisiones y el desarrollo turístico, buscando su corresponsabilidad.</p> <p>A este respecto, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) tiene un manual de Modelos de Gestión Turística Local en el que se analizan las diferentes tipologías existentes con sus pros y contras, principios y ejemplos de buenas prácticas, que puede resultar de utilidad en su definición. Buenas prácticas en ese sentido son las de destinos como Gijón o Donostia-San Sebastián.</p>	

GOB. A2		Incremento del presupuesto en turismo	
A. Visión estratégica e implementación			
<b>Responsable</b>	Alcaldía		
<b>Secundario</b>	Área de Turismo		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Aumentar la <b>partida presupuestaria</b> destinada a turismo, con especial atención al <b>refuerzo de la plantilla</b> de esta área, es un elemento esencial para conseguir poner en marcha muchas de las propuestas y acciones necesarias para seguir potenciando la actividad turística en el municipio y su conversión en DTI.</p> <p>Se trata de una mayor inversión que repercutirá en el incremento del PIB municipal y del que también se verán beneficiados los residentes, ya que muchas de las acciones que se proponen en turismo repercuten en la localidad en general (en este caso tres localidades) y en el empleo.</p> <p>Se propone un incremento progresivo a lo largo de diferentes ejercicios, así como una intensificación en la <b>búsqueda de otras fuentes de financiación</b> (nacionales e internacionales) lo que supondrá mantener una estrecha colaboración con el Govern Balear y el Consell de Mallorca. En los próximos meses se espera la llegada de muchos fondos, por lo que destinar recursos humanos a la presentación de proyectos, su ejecución, seguimiento y justificación será indispensable.</p> <p>Esta propuesta va en línea con acciones que se detallan en el eje de innovación INN. A2 e INN. A4.</p>			

GOB. A3	Redacción del plan estratégico municipal
A. Visión estratégica e implementación	
<b>Responsable</b>	Alcaldía
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Santa Margalida tiene un plan estratégico integral de Can Picafort de 2015, muy extenso y abarcando muchas áreas y temáticas, desde la estructura de producto dependiente de turismo al embellecimiento y mejora de calles en los que trabaja urbanismo.</p> <p>Sin embargo, a pesar de la amplitud de áreas que engloba, este plan no abarca todo el municipio, se centra en la localidad de Can Picafort, sin referencia a los núcleos de Santa Margalida y Son Serra de Marina.</p> <p>Por ello, es necesaria la redacción de un documento estratégico en el que el consistorio exprese su visión, misión y objetivos para todo el municipio, así como las principales acciones que realizará en los próximos años para alcanzarlos teniendo en cuenta la perspectiva DTI que implica transversalidad y orientación a la sostenibilidad, accesibilidad, así como potenciar la innovación y la tecnología desde un modelo de gobernanza eficiente, transparente y participativo.</p> <p>Un documento base con la planificación estratégica integral del municipio, que abarque todos los aspectos relacionados con la gestión municipal, lo que implica realizar una planificación conjunta y coordinada por parte de todas las áreas del Ayuntamiento e intentando unir e incluir las tres localidades.</p> <p>Con el fin de que toda la sociedad se sienta partícipe del modelo de municipio que se quiere para el futuro, el plan debería consultarse con la ciudadanía y el sector privado. El documento debe ser público y tener un sistema de seguimiento y control de su ejecución y del cumplimiento de objetivos, publicado periódicamente. Es interesante, como ejemplo de buena práctica, el modelo de la Agenda Vitoriana en el que cada una de las acciones cuenta con indicadores objetivos para controlar su puesta en marcha y resultados.</p> <p>Este plan estratégico será el punto de partida para la realización de la planificación turística del destino.</p>	

<b>GOB. A4</b>	<b>Actualización y ampliación del plan estratégico de turismo</b>	
A. Visión estratégica e implementación		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>		
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>El plan estratégico integral de Can Picafort debe actualizarse y reformularse, en un nuevo <b>plan estratégico de turismo para el municipio</b> con la integración del resto de localidades, Santa Margalida y Son Serra de Marina, aprovechando además aquello que estas pueden aportar al desarrollo y la diversificación turística.</p> <p>Debe haber un acuerdo dentro del Consistorio y con la sociedad civil de cuáles son los objetivos de desarrollo turístico municipales. En base a ello, redactar el plan estratégico de turismo que deberá establecer misión, visión y los objetivos, con los medios y las acciones concretas para su consecución que se plasmarán en un <b>plan de acción</b>, sobre el que se hará el correspondiente seguimiento y evaluación. El plan debe estar basado en un análisis y diagnóstico exhaustivo del destino, que ya existe, pero que deberá actualizarse y dada la situación actual de pandemia revisarse.</p> <p>Todo ello, coordinado y consensuado en el <b>Consell Assessor de Turisme</b> y teniendo en cuenta las premisas marcadas por otras administraciones de rango superior (Govern, Consell, SETUR).</p> <p>Es importante que el documento resultante tenga la capacidad de adaptarse a los cambios en el desarrollo interno del destino y a los factores endógenos que puedan ir influyendo en él.</p>		

<b>GOB.A5</b>		<b>Integración del plan DTI en la estrategia municipal</b>
A. Visión estratégica e implementación		
<b>Responsable</b>	Alcaldía y Área de turismo	
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Dentro del marco de la planificación, el proyecto DTI es un elemento vertebrador para el que debe asegurarse la puesta en marcha y desarrollo.</p> <p>El presente informe deriva en un plan de acción a cuatro años, para el que es necesaria una planificación dentro de la estrategia turística del municipio GOB. A4 Revisión y ampliación del plan estratégico de turismo. El Plan Director DTI debería marcar los objetivos de la aplicación de este proyecto en Santa Margalida e involucrar a todos aquellos en su desarrollo marcando áreas de trabajo y responsabilidades, acciones calendarizadas y presupuestadas.</p> <p>En este sentido, el presente informe esboza la mayor parte del contenido de lo que debería ser el Plan Director DTI, una vez completado el plan de acción, al que habría que añadir indicadores de ejecución y cumplimiento para que sea además una herramienta para trasladar los beneficios del proyecto para todos, residentes y turistas, y comunicar las acciones que se llevan a cabo marcando su ejecución e impacto.</p>		

<b>GOB. A6</b>		<b>Redacción del plan de marketing turístico</b>
A. Visión estratégica e implementación		
<b>Responsable</b>	Área de turismo	
<b>Secundario</b>		
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>El siguiente paso en el proceso de planificación es la redacción de un plan de marketing, basado en la estrategia turística del destino, que marque las líneas de desarrollo de la comercialización y la promoción de Can Picafort, que es el destino turístico en el municipio, pero intentando en la medida de lo posible la integración de los atributos que pueden aportar Santa Margalida y Son Serra.</p>		

El plan incluirá la definición de objetivos, las acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca y promoción, la calendarización de estas, así como los soportes a utilizar (folletos, plataformas de comercialización online, etc.) y el presupuesto y responsable de cada actuación. Todo ello con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, aplicando las correcciones necesarias, así como el impacto de acciones y campañas.

Al mismo tiempo, se deben aprovechar las sinergias que facilita a efectos de promoción la pertenencia a redes y clubes de producto. Esta recomendación se complementa con la realizada en tecnología, TEC.B6. Definición de una estrategia de comercialización digital, y la correspondiente a innovación, INN.CI. Impulso de la innovación en marketing y comercialización.

Por otro lado, el plan de marketing debe incluir una estrategia de marca para mejorar la definición y posicionamiento de la actual.

Todo este trabajo en marketing y marca turística debe enlazarse con el plan de comunicación del destino y establecer unas líneas de comunicación comunes, con elementos gráficos coherentes y etiquetas/hashtags compartidos, no solo en turismo, sino en todas las áreas. La estrategia de branding será parte integrante de las herramientas de promoción y comunicación, de la estructuración de producto y de la segmentación. Por ello, todas las medidas de comunicación deberán tener en cuenta ésta y viceversa.

<b>GOB. A7</b>		<b>Refuerzo de la estructura de producto</b>	
A. Visión estratégica e implementación			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo		
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>La estructuración de productos debe obedecer a los objetivos marcados en la estrategia turística (GOB. A4). En cualquier caso, objetivos como la desestacionalización o aumentar la rentabilidad turística a través de visitantes con mayor poder adquisitivo o diversificando segmentos de mercado pasan por una buena estructuración de producto.</p> <p>El actual Pla Estratègic Integral de Ca,n Picafort contiene una identificación de recursos y productos pormenorizada, pero sigue habiendo carencias entre recursos y su traslación a productos y entre los productos y la identificación del destino con ellos.</p>			

En ese sentido, el Consistorio debe dar todo el apoyo posible al sector empresarial en promoción, en la puesta a disposición de recursos públicos (siempre con la sostenibilidad como elemento fundamental) y en contribuir a que desarrollen o mejoren los productos turísticos, en especial, con restauración y comercio. Un trabajo para el que se dan pautas en el eje de innovación a través de las recomendaciones: INN.B1. Impulso a productos ya desarrollados y mejora de los mismos; INN.B2. Desarrollo de nuevos nichos de mercado.

GOB. B I		Configuración de una Smart Office
B. Eficiencia en la gestión		
<b>Responsable</b>	Alcaldía y Área de turismo	
<b>Secundario</b>	Área de Informática	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>En un municipio como Santa Margalida, inmerso en un proceso de conversión a destino turístico inteligente, la creación de una Smart office se plantea como un instrumento de coordinación para la gestión y planificación de todo el proceso y de su mantenimiento en el tiempo.</p> <p>El nuevo organigrama propuesto en gobernanza (GOB.A5.) recomienda la creación de un departamento de gestión DTI. El avance en el proceso de conversión DTI hará que este departamento aumente sus competencias y servicios, convirtiéndose en una Smart Office.</p> <p>Una Smart office que debe responder y dar apoyo tanto material como de conocimiento a todas las acciones derivadas del desarrollo del DTI, pero en general del desarrollo estratégico. En ese sentido, debe dar cabida a los medios de recogida de datos y ser el órgano de referencia que aglutine y transmita todo el trabajo de las unidades de gestión creadas en otros ejes como innovación, tecnología, accesibilidad o sostenibilidad.</p>		



GOB. B2		Comité de transversalidad o comité DTI	
B. Eficiencia en la gestión			
<b>Responsable</b>	Alcaldía y Área de turismo		
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>El proyecto DTI requiere de actuaciones transversales para su puesta en práctica, así como muchas de las acciones de gobierno de la Corporación municipal, por lo que, la coordinación entre las distintas áreas del Ayuntamiento es fundamental. En ese sentido, se hace necesaria la creación de un comité de transversalidad o, dado el carácter transversal del concepto Destino Turístico Inteligente, un comité DTI al</p>			

máximo nivel dentro del Ayuntamiento que incluya representantes de todas las áreas y servicios.

Una mesa de trabajo que coordine esfuerzos y busque sinergias, y que permita además elaborar una política de comunicación que traslade a los ciudadanos los trabajos que se realizan y que convergen con la filosofía de ciudad que se ha establecido.

El objetivo es doble, por una parte, poner en común los proyectos/acciones que se activen en el consistorio, independientemente de quién los impulse, y se analice y coordine su interacción con el resto de departamentos teniendo en cuenta la estrategia de conversión en DTI que ha iniciado Santa Margalida, es decir, haciendo converger esos proyectos y acciones con los ejes del DTI: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Por otro lado, debe ser un espacio para detectar necesidades, problemáticas o nuevos servicios a los que se dé respuesta de una forma común y consensuada.

Alcaldía debería liderar y presidir este ente de coordinación, con el apoyo del Área de Turismo, dado que este último trabaja ya en muchas acciones con la transversalidad como eje central. Se detallará un procedimiento de trabajo para el comité, que puede organizar los grupos de trabajo por temáticas que sean necesarios. En ese sentido, coordinará y rendirá cuentas del trabajo que realicen las distintas unidades de gestión cuya creación está contemplada en las medidas de los distintos ejes DTI.

La pandemia da más relevancia que nunca a la necesidad de activar estos elementos de coordinación y participación dentro del propio Consistorio y con la iniciativa privada y la ciudadanía.

<b>GOB. B3</b>		<b>Sistema de gestión del DTI. Registro documental y manuales de funcionamiento</b>	
B. Eficiencia en la gestión			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo		
<b>Secundario</b>			
<b>Prioridad</b>	Media		
Con el objetivo de establecer las responsabilidades, tareas y procedimientos internos más eficientes y que haya una buena gestión de la comunicación de todo ello, se propone la redacción de manuales de funcionamiento interno del Área de Turismo. Estos deben incluir además el alcance del registro documental que se usa actualmente, aunque se siga utilizando la herramienta común que tiene el Ayuntamiento.			

Los manuales deben recoger las nuevas estructuras, funciones, procesos e instrucciones correspondientes a un modelo de destino inteligente y generar un proceso de planificación, ejecución, evaluación y mejora continua, implantando así un sistema de gestión DTI.

Los manuales deberán incluir también la periodicidad y responsables de las reuniones o comunicaciones establecidas para la coordinación interna.

Toda la documentación resultante de la gestión turística (instrumentos de planificación, instrumentos normativos específicos de la gestión turística, clubes de producto, encuestas, estadísticas, material gráfico, etc.) deberán quedar debidamente registradas y publicadas en el repositorio digital a modo intranet, si es de uso interno, y en la nueva web del destino si es de uso público.

Todo el procedimiento de documentación debe contar con un manual específico para establecer los pasos a seguir de cara a su archivo manual y digital.

<b>GOB. B4</b>		<b>Plan de formación adaptado a las necesidades del DTI</b>	
<b>B. Eficiencia en la gestión</b>			
<b>Responsable</b>		Área de turismo	
<b>Secundario</b>		Área de Personal	
<b>Prioridad</b>		Media	
<p>El nuevo modelo de gestión turística propuesto para Santa Margalida desde la visión de un Destino Turístico Inteligente exige una política de formación que responda a las necesidades requeridas para emprender el proceso de transformación.</p> <p>En ese sentido, es imprescindible la sistematización de la formación a través de un plan de formación anual o bianual. Este documento debe partir del análisis de la estructura del Ayuntamiento: departamentos, funciones y responsabilidades, ser consensuado con la plantilla e ir siempre un paso por delante en las necesidades del DTI para ser un ente proactivo y que responda a los requerimientos del destino aportando valor.</p> <p>La formación debe ir encaminada a reforzar el conocimiento del área de turismo, pero no sólo, ya que la transversalidad del turismo y del DTI hacen necesaria la formación a todos los niveles y en todas las áreas del Ayuntamiento.</p> <p>Los cursos que organiza la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre “Gobernanza turística para el desarrollo local”; “Estrategia Turística”, “Estrategia y Gestión Sostenible de los Destinos Turísticos”, pueden ser una buena propuesta.</p>			

<b>GOB. B4</b>	<b>Plan de formación adaptado a las necesidades del DTI</b>
El eje de innovación hace referencia a la formación en INN.DI Refuerzo de la formación en innovación de los empleados públicos, así como el de tecnología. TEC. A3 Mejora de los programas de fomento del uso de las nuevas tecnologías.	

<b>GOB. C1</b>	<b>Análisis de participación en redes/programas con otros entes locales, nacionales o internacionales</b>
C. Transparencia y participación	
<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Baja
El Área de turismo, junto con otras áreas del Ayuntamiento y el sector privado debe analizar la posibilidad de participar en proyectos y/o redes a nivel local, nacional o internacional como la Red de Ciudades Amigas de la Infancia de UNICEF, clubes de producto de Turespaña o en proyectos europeos que le pueden otorgar relevancia y conocimiento (INN. A2), aunque para todo ello es necesario el refuerzo de recursos propuesto en gobernanza (GOB. A1 y GOB. A2), así como en las tareas de la futura Smart Office (GOB. B1).	

<b>GOB. C2</b>	<b>Mejora de los puntos de información al turista</b>
C. Transparencia y participación	
<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	Alcaldía y Consell de Mallorca
<b>Prioridad</b>	Media
Turismo debe tener entre sus objetivos la reconversión de la oficina de turismo no sólo en verdadero centro de acogida de los turistas, sino también en una herramienta que contribuyan al pre y post viaje, además de contemplar estrategias de fidelización. Todo ello a través de la mejora de las infraestructuras hacia la digitalización, pensando	

en un servicio de atención 24 horas (pantallas en el exterior, dispensadores de mapas/folletos) e introduciendo la comercialización de productos turísticos.

En el eje de tecnología se hacen distintas recomendaciones que complementan esta propuesta con más detalle en digitalización y herramientas tecnológicas TEC.B2. Creación de una oficina de información turística digital, así como en el Anexo Oficina Turística SXXI.

<b>GOB. C3</b>		<b>Actualización del canal de transparencia</b>	
C. Transparencia y participación			
<b>Responsable</b>	Alcaldía		
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno obliga a los Ayuntamientos a tener determinadas informaciones publicadas en sus webs de forma clara y entendible.</p> <p>Por ello, que es necesaria la actualización y ampliación de los datos que ofrece el Ayuntamiento de Santa Margalida en el portal de transparencia. Además, sería interesante que se publicaran algunos de los Índices de Transparencia Internacionales existentes.</p> <p>Por tanto, se hace necesaria la revisión del alcance de las informaciones que se ofrecen, además de la necesidad de establecer un procedimiento para su actualización permanente.</p>			

<b>GOB. C4</b>		<b>Plan de comunicación</b>
C. Transparencia y participación		
<b>Responsable</b>	Área de turismo y Área de comunicación	
<b>Secundario</b>	Alcaldía	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se propone redactar un plan de comunicación anual sobre las actuaciones que ha llevado a cabo el Área de turismo, el grado de cumplimiento de objetivos y resultados, estableciendo las herramientas más adecuadas e indicadores de medición y resultados. El plan debe contemplar elementos clave de un DTI y comunicar los esfuerzos realizados en cada uno de los ejes, como los avances en gobernanza, sostenibilidad o las propuestas innovadoras.</p> <p>Se trata de una rendición de cuentas, que contribuirá a trasladar los valores y la política turística a residentes y visitantes, que debe coordinarse con la estrategia de comunicación llevada a cabo desde Alcaldía y que debería apoyarse en una Memoria anual de actividades del Área de Turismo la base para el desarrollo del plan.</p> <p>Una adecuada política de comunicación es clave para la gestión de un destino, por lo que la existencia de un Plan de Comunicación anual que aglutine toda la información que se quiere dar a conocer y que dote de coherencia y unidad a los mensajes lanzados es fundamental.</p>		

<b>GOB. C5</b>		<b>Plan de participación ciudadana</b>
C. Transparencia y participación		
<b>Responsable</b>	Área de participación Ciudadana	
<b>Secundario</b>	Área de Turismo	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>La participación ciudadana es ya una necesidad para la gestión inteligente de los municipios, desde la perspectiva de la transparencia y el gobierno abierto. Santa Margalida ha dado un paso de gigante con la constitución de su Consell Assessor de Turisme y la entrada en éste de representantes de los ciudadanos.</p>		

Aún así, sería interesante la redacción de **Plan de participación ciudadana** que oriente al conjunto del equipo consistorial hacia la promoción y fomento de la misma en todas las áreas. El plan debe marcarse unos objetivos, establecer las herramientas de participación (buzón ciudadano, procesos participativos...) y las vías de comunicación a la ciudadanía.

Para ello, este Plan debe incluir formación tanto de los trabajadores del Ayuntamiento como de la ciudadanía, una formación que puede llevarse a cabo a través de talleres o actividades lúdicas informativas. Una acción similar a la que se realiza en Vitoria-Gasteiz con su Escuela Abierta de Ciudadanía, para fomentar y mejorar la participación (Plan de Municipal de Participación Ciudadana de Vitoria-Gasteiz), aunque adaptada a la escala de un municipio mucho más pequeño que el vasco.

La recomendación en el eje de innovación INN.D5. Identificación de mecanismos innovadores de participación complementa la actual, así como la del eje de tecnología TEC. A5 Creación de un portal de participación ciudadana.

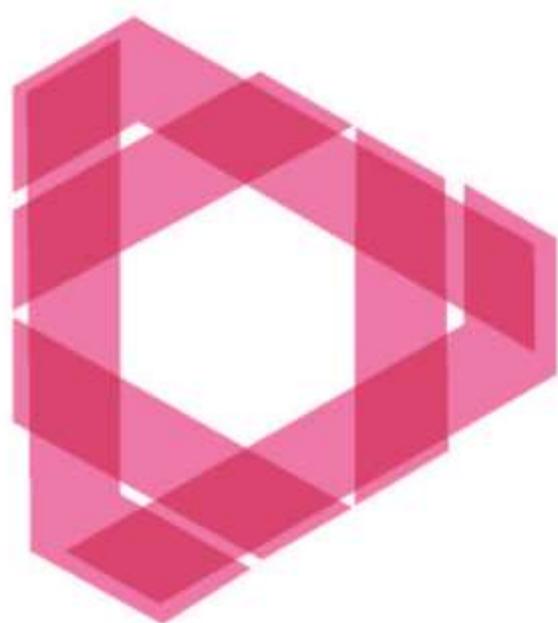
<b>GOB. DI</b>		<b>Puesta en marcha del sistema de medición de los objetivos de los Planes</b>	
D. Responsabilidad y control			
<b>Responsable</b>	Área de turismo		
<b>Secundario</b>			
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Las distintas herramientas de planificación estratégica cuya redacción se recomienda en acciones anteriores de este eje, deben ir acompañadas de un sistema de medición de los objetivos que contemple los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumplimiento de los plazos establecidos para cada una de las acciones o medidas</li> <li>✓ Nivel de cumplimiento del indicador establecido</li> <li>✓ Existencia de desviaciones en términos de plazos</li> <li>✓ Existencia de desviaciones en términos de presupuestos</li> <li>✓ Necesidad de cambio de área responsable.</li> </ul>			

GOB. D2	Sistema de gestión de riesgos
D. Responsabilidad y control	
<b>Responsable</b>	Alcaldía y Área de turismo
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El desarrollo turístico del destino está sujeto a factores exógenos que la condicionan y que exceden al control del ente gestor y del propio Ayuntamiento. Por ello, y la situación actual es buena prueba de ello, es necesario estar permanentemente preparados ante los acontecimientos que pueden afectar a la actividad.</p> <p>El conocimiento y coordinación de la organización es esencial para activar un proceso de planificación e implementación de políticas y estrategias con el fin de reducir el impacto de amenazas sobre la economía, la seguridad jurídica, el medio ambiente, entre otros... y, por otro lado, detectar las oportunidades que surjan en esos mismos contextos. Definir tipologías de riesgos, niveles de amenaza, efectos/impactos, y medidas para preverlos, no generar las condiciones para su desarrollo, evitarlos y/o corregirlos, así como dar la respuesta más adecuada una vez se produzcan es un ejercicio de responsabilidad y mejora continua.</p> <p>Este análisis debe llevarse a cabo anualmente como una de las tareas del comité de transversalidad o DTI.</p> <p>La pandemia del COVID-19 ha venido a demostrar la necesidad de prever situaciones inesperadas que condicionan y marcan la vida y la economía de forma radical y para las que tenemos que estar preparados con el fin de minimizar impactos y tener las herramientas para afrontarlos.</p> <p>Esta recomendación va relacionada con la correspondiente innovación INN.A5. Desarrollo de labores de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva.</p>	

<b>GOB. D3</b>		<b>Impulso a programas de calidad</b>
D. Responsabilidad y control		
<b>Responsable</b>	Área de turismo	
<b>Secundario</b>	Resto de corporación municipal	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>La imagen turística de Santa Margalida debe ir unida a la de la calidad y por ello avanzar en la implantación de certificaciones, como el SICTED o la Q de calidad, será clave para un desarrollo competitivo.</p> <p>Con el liderazgo público, el impulso a la calidad debe hacerse desde la coordinación de esfuerzos con el conjunto del sector privado. Entre otros aspectos, se deberá trabajar en la definición de criterios mínimos de calidad de los servicios en las solicitudes de licencias, cuidando la imagen del destino.</p> <p>La diversidad de negocios y el reducido tamaño de muchos de ellos hace que falte todavía una visión integradora.</p>		

<b>GOB. D4</b>		<b>Implantación de un CRM</b>
D. Responsabilidad y control		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Área de Informática	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>La puesta en marcha de un CRM (Customer Relationship Management) permitiría centralizar toda la información que se recoja de los turistas, facilitaría una mayor segmentación y gestión de la misma, además de mayor capacidad de generar estadísticas y análisis. En definitiva, una mejor gestión de las relaciones con turistas, proveedores y otras entidades que mejorará la eficiencia de la gestión y permitirá una optimización de los recursos humanos.</p> <p>Con su implantación sería necesario formar a todo el equipo de turismo en su uso y poner a su disposición los manuales que permitan explotar al máximo las posibilidades de esta herramienta.</p>		

GOB. D5	Observatorio turístico
D. Responsabilidad y control	
<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	Área de Informática
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Santa Margalida dispone de muchos datos relacionados con oferta y demanda en alojamientos hoteleros, datos como la ocupación, los mercados de procedencia de los turistas o la planta hotelera abierta por meses. Aprovechar y ampliar toda esta información, estructurarla en informes regulares y sistematizados, así como su análisis debe ir ligada al desarrollo de un observatorio turístico.</p> <p>Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su comprensión y uso que, junto con informes de coyuntura, deberían ser herramientas al servicio del sector.</p> <p>Este sería un primer paso para la aplicación posterior de análisis y nuevas fuentes estadísticas que derivarían en un Sistema de Inteligencia Turística más complejo y completo TEC.DI. Creación de un Sistema de Inteligencia Turística con todas las fuentes de datos disponibles y que daría respuesta a otras medidas propuestas en innovación y tecnología en relación con aumentar el conocimiento TEC. D4 Consulta de estudios de escucha activa que se están realizando en la isla.</p> <p>Una de las claves en la gestión de esta crisis provocada por la pandemia del COVID-19 es la información. La información transparente y bien transmitida puede ser uno de los principales elementos para generar seguridad en los futuros visitantes. Reforzar el conocimiento ampliando los datos con los que cuenta ahora Santa Margalida, incluyendo los relativos a la pandemia (muertes por COVID, ingresos, recuperaciones, contagios, estado de los hospitales...), mantenerlos actualizados para una buena comunicación de los mismos, serán necesarios recursos para ejercer la vigilancia competitiva.</p>	

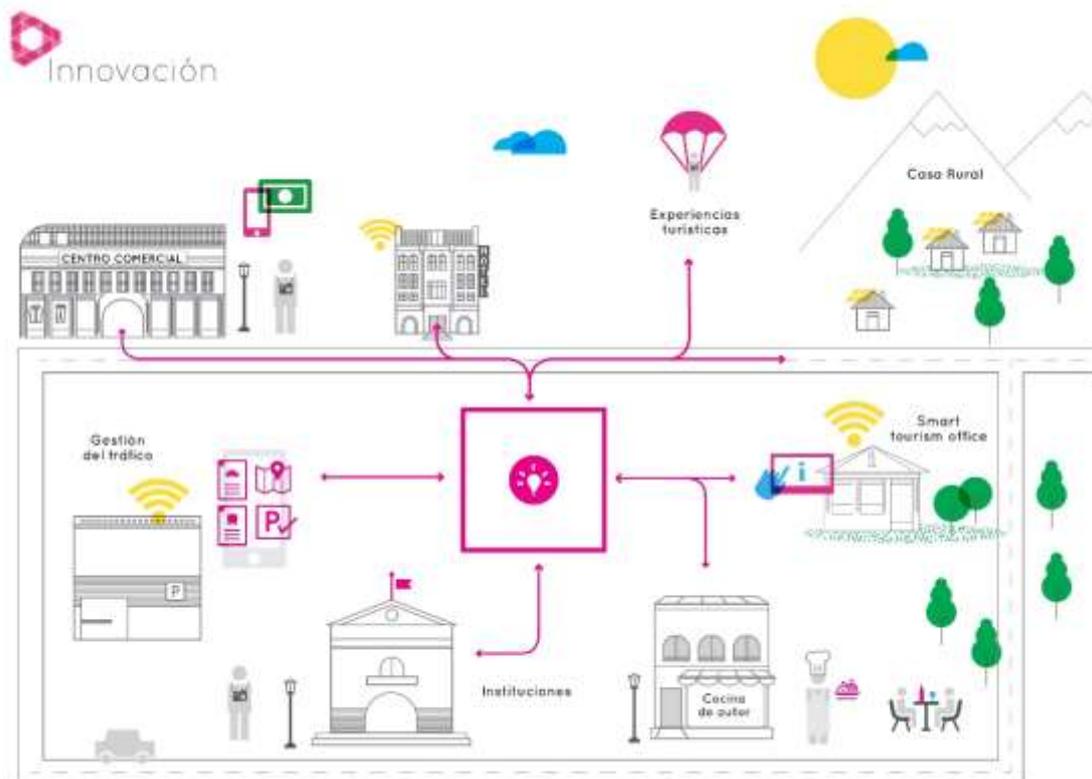


**INNOVACIÓN**

## 4.2. INNOVACIÓN

La innovación es entendida como la introducción o mejora de nuevos servicios, procesos, métodos de comercialización o de organización en las prácticas internas del Ente gestor del Destino y en su relación externa con sus residentes y turistas con el objetivo de mejorar el beneficio que les aportan y su competitividad.

En la medida que se realice de forma sistemática, bajo un sistema de gestión establecido, la innovación aporta continuamente nuevas ideas al destino, genera valor de forma proactiva gracias a una mejor comprensión de las necesidades y posibilidades del DTI, ayuda a identificar y reducir riesgos, aprovecha la creatividad y la inteligencia colectiva, obtiene valor de la colaboración de todas las partes involucradas y estimula la implicación de todos fomentando la misma.



Copyright © SEGITTUR

### 4.2.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de innovación

En este eje se evalúa el desempeño innovador del destino en términos de procesos de gestión interna, producto y servicios turísticos, comercialización y marketing y, por último, la innovación aplicada a la capacitación. El objetivo es integrar el concepto innovación en todos los procesos para contribuir a un desarrollo más sostenible que incluya a la ciudadanía y al territorio en el que se produce la actividad turística. Los ámbitos de evaluación quedan como sigue:



**El grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el eje **de innovación en Santa Margalida se sitúa en el 32%.**

#### Evaluación cumplimiento Innovación

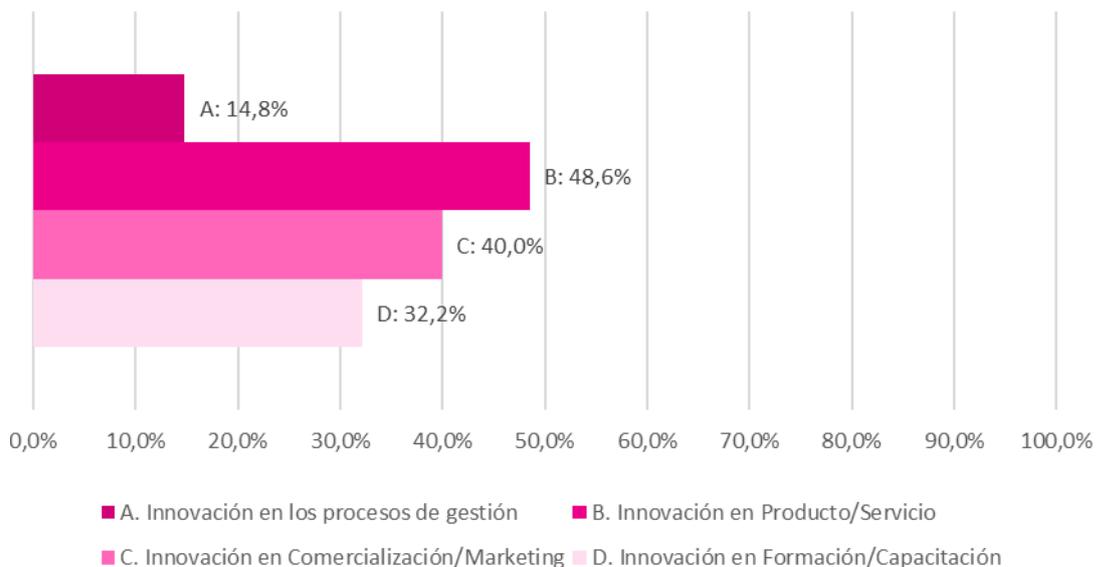


Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

Como se observa en el gráfico anterior, para el 87% de los requisitos que recoge este eje, el destino cuenta con proyectos definidos, planificados o ya implantados, existiendo únicamente un 13% de requisitos sin actuaciones definidas para su consecución.

En el **desglose del eje por ámbitos de evaluación**, destaca el cumplimiento de requisitos relacionados en materia de innovación en productos y servicios. El destino presenta mayor margen de mejora en el ámbito de la innovación en los procesos de gestión.

### Ámbitos de evaluación de Innovación



Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

## 4.2.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

### Ámbito A. Innovación en los procesos de gestión del destino

El primer paso para hacer llegar la innovación a toda la cadena de valor turística en un destino es aplicarla en los procesos de gestión diarios para garantizar que hay una cultura de la innovación en toda la organización.

En ese sentido, es necesario tener un órgano impulsor y de fomento de esa nueva cultura organizativa que plantee las herramientas con las que conseguir la introducción de la innovación, además de la capacitación necesaria para detectar las necesidades y ser capaces de llegar y coordinarse con el sector privado. Estos son requisitos que se analizan a continuación, junto con la planificación de todo ese proceso.

### Ámbito B. Innovación en productos y servicios

Los requisitos de este ámbito van en la línea de buscar recursos para productos turísticos propiamente dichos, nuevos o para la mejora de los existentes, detectar otros segmentos de mercado y el impulso en la búsqueda de nuevas soluciones a problemas sociales o de movilidad.

### Ámbito C. Innovación en comercialización y marketing

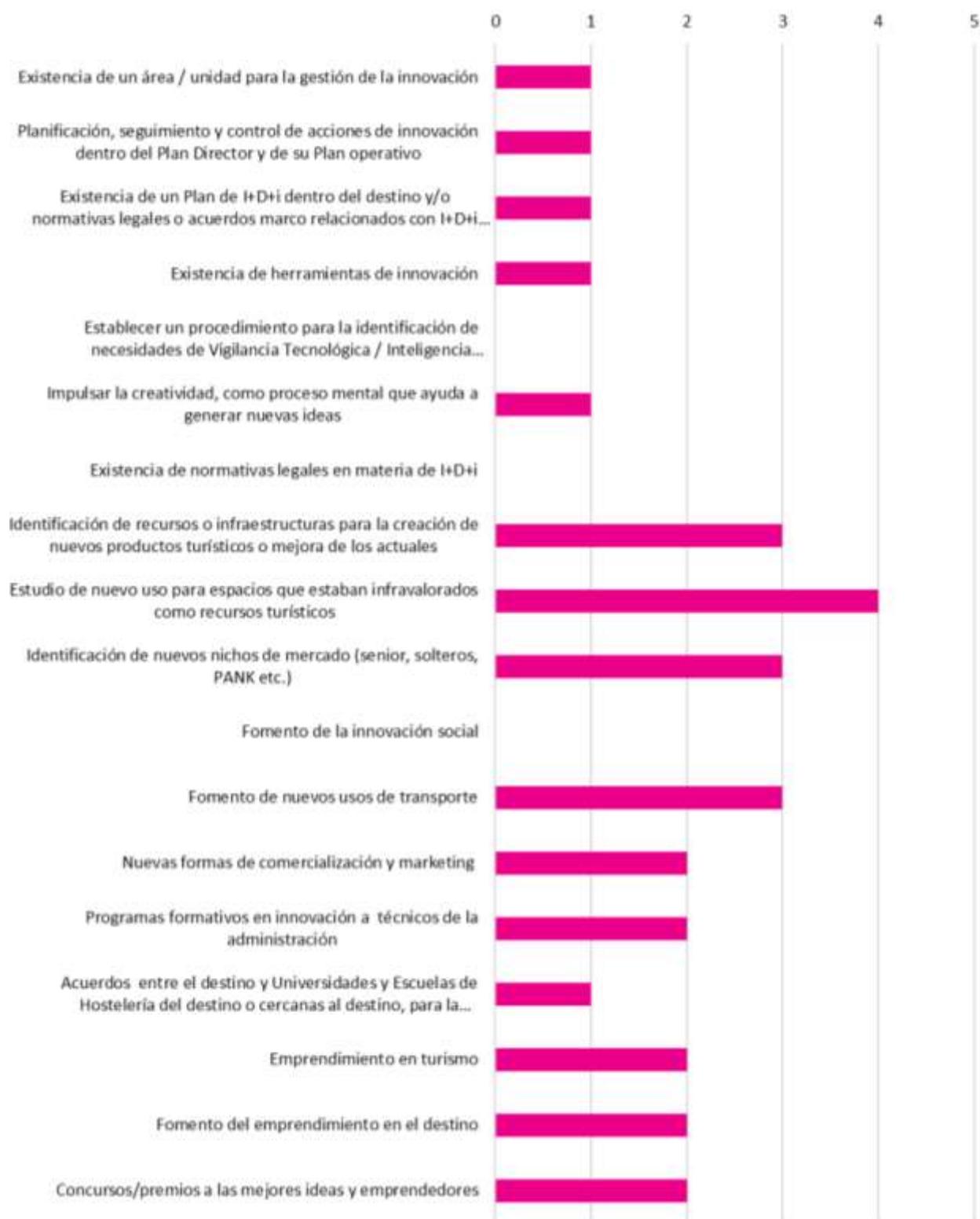
No sólo se pide a un DTI que sea innovador en el catálogo de productos que ofrece, sino que también se exige que sea innovador en la forma en que gestiona su demanda y cómo establece una relación con el turista y los servicios alternativos que le ofrece en las distintas etapas del viaje. Así, se considera necesario que el ente gestor y, paulatinamente el conjunto del sector, aplique fórmulas innovadoras para la gestión de su clientela.

### Ámbito D. Innovación en capacitación y conocimiento

A la hora de diseñar un destino turístico inteligente es fundamental el nivel de capacitación y el grado de conocimiento que tengan tanto la administración como las entidades, empresas etc. que forman parte de éste. Requisitos que implican que, tanto sector público como privado, deben involucrarse y facilitar a sus trabajadores el acceso a formaciones que les permitan adquirir nuevos conocimientos para innovar y adaptarse a las necesidades del sector.



## REQUISITOS DEL EJE





## RECOMENDACIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

INN.A1	Incorporación de la innovación a la estrategia global del destino	
A. Innovación en los procesos de gestión		
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal	
<b>Secundario</b>	Todas las Áreas Municipales	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Aunque Santa Margalida impulsa determinadas actuaciones innovadoras en diferentes temáticas, en el marco del proceso de conversión en DTI que ha iniciado, el Gobierno Municipal debe manifestar un compromiso firme y continuado con la innovación en el conjunto de ámbitos competenciales del Ayuntamiento. Este compromiso debe materializarse de manera prioritaria a través de su incorporación en la estrategia del municipio propuesta en el eje de gobernanza (GOB. A4).</p> <p>El desarrollo de las herramientas de planificación de Santa Margalida recomendado en el eje de gobernanza supone una ocasión inmejorable para introducir la innovación como palanca de cambio en las futuras estrategias municipales, de forma que se garantice la apuesta del destino por la I+D+i desde el más alto nivel.</p>		

INN.A2	Creación de una unidad de gestión de la innovación
A. Innovación en los procesos de gestión	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal
<b>Secundario</b>	Todas las Áreas Municipales
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Para la gestión eficiente de la innovación dentro de la organización, se recomienda la creación de una <b>mesa de trabajo</b> o unidad de gestión específica. Liderada por el Área de Informática, debe incluir representantes de otras Áreas, dado el carácter transversal que tiene la innovación y la necesidad de integrarse en la gestión diaria de toda la corporación. Se debe hacer énfasis en asegurar la participación del Área de Turismo en la misma.</p> <p>Esta unidad tendrá como objetivos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderar el proceso de formulación del Plan operativo de innovación propuesto en la recomendación INN.A3 Elaboración de un plan operativo de gestión de la innovación.</li> <li>- La gestión y coordinación del plan operativo.</li> <li>- El impulso a la incorporación de herramientas para la innovación, como se recoge en la recomendación INN.A5 Optimización e incorporación de herramientas de innovación.</li> <li>- Articular la participación del sector privado, el sector académico y la ciudadanía en la identificación de problemas y oportunidades de innovación.</li> <li>- Fomentar la creatividad en el Ayuntamiento y el impulso de una cultura innovadora, como se recomienda en la acción INN.A6 Fomento de la creatividad y desarrollo de una cultura innovadora en la organización.</li> <li>- Impulsar la participación de Santa Margalida en convocatorias europeas e internacionales de apoyo a la I+D+i, un aspecto con margen de mejora en el destino, en línea con la recomendación de gobernanza GOB. CI Análisis de participación en redes/programas con otros entes locales, nacionales o internacionales.</li> </ul> <p>La creación de la unidad de innovación deberá acompañarse de una dotación financiera y de recursos humanos adecuada para garantizar el desarrollo de su actividad y coordinada en el marco de la futura Smart Office.</p>	

<b>INN.A3</b>	<b>Elaboración de un plan operativo de gestión de la innovación</b>
A. Innovación en los procesos de gestión	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal, unidad de innovación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda elaborar un plan operativo inicial de gestión de la innovación que detalle las principales acciones que ya se están llevando a cabo en Santa Margalida, así como las actuaciones innovadoras que se prevé implementar.</p> <p>El plan incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentación de innovaciones llevadas a cabo hasta el momento y sus principales resultados.</li> <li>- Diagnóstico y priorización de necesidades de innovación de Santa Margalida.</li> <li>- Iniciativas innovadoras asociadas a la resolución de las necesidades identificadas.</li> <li>- Metodología de trabajo para la mejora de los procesos de innovación realizados.</li> <li>- Agentes y Áreas del Ayuntamiento implicados en actividades de innovación.</li> <li>- Sistema de monitorización de resultados y evaluación de la innovación aplicada.</li> </ul> <p>El tener identificadas las acciones innovadoras en un documento permite medir el grado de innovación del DTI, mejorar la coordinación entre Áreas y monitorizar el grado de cumplimiento de las iniciativas, con la consiguiente revisión, si fuera necesario.</p>	

INN.A4	Incorporación de herramientas de innovación
A. Innovación en los procesos de gestión	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal, unidad de innovación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Se aconseja que Santa Margalida realice un <b>primer rastreo y valoración de herramientas de innovación</b> disponibles, a fin de escoger las que mejor se adapten a las necesidades del municipio.</p> <p>Entre las herramientas, se podrán valorar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemas de alertas que provean un servicio personalizado sobre aspectos concretos de un sector o temática.</li> <li>- Herramientas que permitan llevar a cabo labores de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia competitiva en línea con la siguiente recomendación.</li> <li>- Utilización de herramientas básicas para la gestión de proyectos (Trello, Slack, por ejemplo). Se recomienda comenzar por una de las más sencillas (y transversales). Posteriormente, se podría profundizar con herramientas específicas para la gestión de proyectos de innovación. Se valorará también la incorporación de herramientas colaborativas para la gestión de proyectos, que den soporte para el trabajo en red.</li> <li>- Acceso a bases de datos especializadas en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatorias internacionales y europeas de programas de financiación para la I+D+i.</li> <li>• Patentes.</li> <li>• Publicaciones científicas.</li> <li>• Investigaciones académicas.</li> </ul> </li> </ul>	

<b>INN.A5</b>	<b>Desarrollo de labores de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva</b>	
A. Innovación en los procesos de gestión		
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal, unidad de Innovación	
<b>Secundario</b>		
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Es necesario impulsar programas de vigilancia tecnológica (VT) e inteligencia competitiva (IC), destinando recursos a la búsqueda, almacenamiento y análisis permanente de iniciativas innovadoras en el sector o en otros sectores, con la idea de aplicarlas en el DTI. Para ello, se deberán dar los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las necesidades de VT/IC.</li> <li>- Valorar la incorporación de un software específico, conforme a la recomendación anterior.</li> <li>- Establecer un procedimiento para determinar las competencias necesarias para el personal que realiza las actividades de VT/IC.</li> <li>- Procedimentar la validación de la información recopilada, la sistematización de la misma y la automatización de su registro y tratamiento.</li> <li>- Difundirla y comunicarla, para convertirla en conocimiento para tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios.</li> </ul>		

<b>INN.A6</b>		<b>Fomento de la creatividad y desarrollo de una cultura innovadora en la organización</b>	
A. Innovación en los procesos de gestión			
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal, unidad de innovación		
<b>Secundario</b>	Todas las Áreas Municipales		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Se debe hacer un esfuerzo impulsando una <b>cultura innovadora</b> que utilice la creatividad y fomente la reflexión de forma sistemática.</p> <p>Para ello, se deberán abordar los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación de barreras a la innovación en el Ayuntamiento.</li> <li>2. Campaña de concienciación acerca de conductas y actitudes propensas a la creatividad.</li> <li>3. Establecimiento de procesos de reflexión para promover nuevas ideas para el desarrollo de productos, servicios y/ o procesos futuros.</li> <li>4. Establecimiento de un sistema de incentivos a la innovación.</li> </ol> <p>En la implantación de la estrategia serán cruciales el liderazgo y el compromiso de más alto nivel con la estrategia de cultura de innovación interna.</p>			

INN.A7	Desarrollo normativo de la innovación
A. Innovación en los procesos de gestión	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal
<b>Secundario</b>	Todas las Áreas Municipales
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Como se ha señalado en la acción INN.A1 Incorporación de la innovación a la estrategia global del destino, es fundamental integrar en las herramientas estratégicas municipales tanto la innovación como las actuaciones en las que ésta se concrete, recogidas en el plan operativo recomendado en INN.A3 Elaboración de un plan operativo de gestión de la innovación.</p> <p>Esta incorporación debe hacerse desde el <b>alineamiento</b> con las políticas de innovación de la Comunidad Autónoma y, especialmente, con la Estrategia de Especialización Inteligente de Baleares RIS3.</p> <p>Al respecto de esta última, destaca su imbricación con la metodología DTI, como evidencian los 6 ejes prioritarios en los que se concreta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostenibilidad territorial</li> <li>- Gestión de la innovación y de la internacionalización de empresas de la cadena de valor del turismo</li> <li>- Turismo de bienestar y calidad de vida</li> <li>- Conocimiento para el cambio turístico</li> <li>- Tecnologías turísticas</li> <li>- Sectores emergentes transformadores</li> </ul> <p>Además, el consecuente desarrollo normativo debe incluir <b>criterios innovadores</b> en la normativa y los contratos municipales, a través de la incorporación de cláusulas <i>smart</i>.</p>	

<b>INN.B1</b>		<b>Impulso del Programa de Especialización y Excelencia de la oferta turística</b>	
B. Innovación en Producto/Servicio			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo		
<b>Secundario</b>	Gobierno Municipal		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>El III Plan de Acción Operativo, incluye, entre las actuaciones del Macroprograma de Mejora y fortalecimiento empresarial, la puesta en marcha de iniciativas vinculadas al desarrollo de nuevos productos.</p> <p>Sin embargo, el destino no ha avanzado en la implementación de estas actuaciones, aspecto prioritario para la aplicación de la innovación en el desarrollo de la oferta turística.</p> <p>Por ello, se aconseja impulsar la ejecución del Programa de Especialización y de Excelencia de la Oferta Turística y, especialmente, la acción 3.1.2. Fomento de la especialización en productos turístico desestacionalizadores.</p> <p>Para asegurar su efectiva consecución, se recomienda desarrollar una estrategia planificada de desarrollo de productos. Esta estrategia estará liderada por el Área de Turismo y contará con la participación del resto de Áreas del Ayuntamiento y de los agentes relevantes del sector, trabajando así en los distintos ámbitos de la cadena de valor turística.</p>			

<b>INN.B2. Desarrollo de experiencias turísticas</b>	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Sector privado
<b>Prioridad</b>	Media
<p>La página web de Turismo dispone de una sección específica dedicada a experiencias turísticas. Sin embargo, muchas de ellas no tienen contenido y, en otras, se echa en falta una adaptación del mismo a la estrategia de posicionamiento del destino.</p>	

A partir de la nueva oferta desarrollada en el marco de la acción anterior, se propone realizar un esfuerzo en la conformación de auténticas experiencias que se visualicen y promocionen en este apartado de la página web.

En definitiva, se recomienda:

- Diseñar experiencias innovadoras a partir de la conformación de nuevos productos.
- Aumentar la personalización de las experiencias.
- Dotar de contenidos a aquéllas que actualmente no disponen de él.
- Vincular el desarrollo de las experiencias a los nuevos perfiles de turistas que se quieren impulsar: jóvenes, grupos con intereses específicos de ocio o deporte, nichos aún minoritarios que combinan ocio y trabajo en un entorno natural atractivo.

Para asegurar el éxito de esta medida será imprescindible contar con la participación del sector.

<b>INN.B3</b>	<b>Impulso de un proyecto de innovación social en turismo</b>
---------------	---

**B. Innovación en Producto/Servicio**

<b>Responsable</b>	Área de Participación Ciudadana, Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Sector privado, ciudadanía
<b>Prioridad</b>	Media

La innovación social, entendida como la aplicación de nuevas ideas a la resolución de problemáticas de un destino, tiene un enorme potencial para Santa Margalida.

Los retos específicos derivados de la actividad turística en el municipio son un ámbito de trabajo especialmente interesante a abordar desde la innovación social, impulsando un proyecto que busque dar solución a un reto relacionado con el sector (como pueden ser los problemas de aparcamiento durante la temporada alta).

Para la identificación del problema puede organizarse un **concurso de ideas** en el que participe tanto la propia industria como el conjunto de la ciudadanía de Santa Margalida.

El objetivo será identificar soluciones innovadoras que redunden en proyectos de impacto social.

INN.CI	Impulso de la innovación en marketing y comercialización
C. Innovación en Comercialización/Marketing	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo, Área de Informática
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>En el ámbito de la innovación en comercialización y marketing el destino puede continuar trabajando a través de las siguientes actuaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transformar la actual página web de Turismo en una página transaccional que actúe como canal de venta. Si bien la plataforma ya contribuye a dar visibilidad a la oferta turística, no dispone de módulo de comercialización. En esta línea, el destino debe coordinar esfuerzos con las actuaciones regionales impulsadas en el marco del proyecto Smart Island. Este punto enlaza con las propuestas de tecnología TEC. B1 y B6.</li> <li>- Impulsar la gestión innovadora de las relaciones con turistas. Esta relación debe perseguir: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enriquecer las bases de datos de visitantes con el objetivo de establecer perfiles a los que realizar comunicaciones segmentadas en base a sus preferencias, hábitos de consumo o cualquier otro parámetro por el que segmentar la base de datos.</li> <li>• Realizar acciones promocionales dirigidas a los distintos perfiles. La implantación de una herramienta CRM, propuesta en el eje de gobernanza contribuiría a ello (GOB. D4).</li> </ul> </li> <li>- Impulsar el Macroprograma de Captación y fidelización de los visitantes, recogido en el IV Plan Operativo del Plan Estratégico Integral, el cual no se ha desarrollado en su totalidad.</li> <li>- Fomentar los procesos de transformación digital de los comercios y establecimientos turísticos de Santa Margalida para mejorar su competitividad y la experiencia de usuario en los procesos de compra. La alta permeabilidad del sector a la evolución tecnológica, así como el elevado grado de digitalización del usuario turista, justifican un impulso específico a la incorporación de ésta y otras tecnologías facilitadoras de comercialización y marketing en las empresas turísticas, como pueden ser:</li> </ul>	

- Herramientas de e-commerce.
- Realidad Aumentada.
- Escaparates Virtuales.
- Marketing digital.
- Herramientas de gestión empresarial, en línea con las recogidas en el III Programa Operativo (acción 3.2.2 Innovación y especialización de los comercios).

Este plan debe hacerse consensuado con el sector y buscando alinear esfuerzos con la estrategia del destino y la apuesta por la calidad.

<b>INN.D I</b>	<b>Refuerzo de la formación en innovación de los empleados públicos</b>
----------------	---

D. Innovación en Formación/Capacitación

<b>Responsable</b>	Gobierno municipal
<b>Secundario</b>	Todas las Áreas Municipales
<b>Prioridad</b>	Alta

Aunque el personal de determinadas Áreas Municipales realiza formaciones enfocadas a adquirir competencias en nuevas tecnologías o incluso en metodologías innovadoras, la gestión de Santa Margalida como DTI, por su marcada transversalidad, hace recomendable reforzar y extender la formación en innovación al conjunto de trabajadores del Ayuntamiento de Santa Margalida.

Esta formación debe realizarse en coherencia con los planes recomendados en la acción GOB.B4. Planes de formación adaptados a las necesidades del DTI, y su principal objetivo debe ser favorecer la gestión innovadora en los distintos niveles de la Administración.

Se priorizará el uso de metodologías de aprendizaje que apuesten por la aportación de nuevas ideas, la reflexión conjunta, la creatividad y el trabajo colaborativo.

<b>INN.D2</b>	<b>Programa de introducción de la innovación en las empresas</b>	
D. Innovación en Formación/Capacitación		
<b>Responsable</b>	Unidad de gestión de la innovación	
<b>Secundario</b>	Desarrollo Local, Área de Turismo, sector privado	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Santa Margalida se apoya en los servicios que ofrece el Parque Tecnológico de Baleares (ParcBIT) para facilitar el acceso del tejido empresarial del municipio a las formaciones y recursos provistos por éste.</p> <p>Sin embargo, la conversión de Santa Margalida en DTI exige que el destino ejerza un liderazgo en la promoción de la competitividad de las empresas y en el desarrollo de estrategias de diferenciación basadas en la innovación.</p> <p>Por ello, en esta recomendación se aconseja diseñar un <b>programa de innovación</b> dirigido al sector e impulsado por la unidad de gestión de la innovación. Este programa tendrá como principal objetivo dar a conocer las posibilidades que ofrece la innovación en la gestión empresarial. Podrá incluir un análisis del modelo de negocio de las empresas del sector turístico, la elaboración de planes de acción para la digitalización y la realización de planes de internacionalización o prospectiva de nuevos mercados.</p> <p>Constituirá un pilar básico la <b>formación</b> a los profesionales del sector, así como a sus emprendedores. En el diseño de las acciones formativas se recomienda apostar por la co-creación.</p> <p>En el marco de este programa, la innovación debe entenderse desde una perspectiva completa que tenga en cuenta no solo la tecnología, sino también el conjunto de cambios basados en conocimiento que puedan añadir valor a un proceso, producto o servicio turístico.</p>		

INN.D3		Impulso de la innovación colaborativa en turismo	
D. Innovación en Formación/Capacitación			
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal, centros de conocimiento, sector privado		
<b>Secundario</b>			
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Santa Margalida ya tiene experiencia en la puesta en marcha de iniciativas fruto de la colaboración público-privada (como el proyecto piloto con Hyundai para promover la modalidad de car-sharing).</p> <p>En esta acción se recomienda estructurar esta experiencia articulando mecanismos que faciliten la colaboración en I+D+i en turismo. Para ello, se proponen las siguientes actuaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar en un <b>acuerdo marco la colaboración público-privada</b>, integrando tanto las empresas turísticas como los proveedores de tecnología/conocimiento y Administración Pública que intervienen en la actividad turística de Santa Margalida.</li> <li>• Suscribir convenios con los centros de conocimientos con los que ya existe una relación fluida (Universitat de les Illes Balears, Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno), para la identificación y puesta en marcha de proyectos de innovación colaborativa en turismo.</li> <li>• Valorar la integración en el Consell Assessor de Turisme de estos organismos, apostando por incrementar la participación de los proveedores de I+D+i en la detección de necesidades y oportunidades para la innovación turística en Santa Margalida.</li> </ul>			

INN.D4	Programa de retención del talento
D. Innovación en Formación/Capacitación	
<b>Responsable</b>	Desarrollo Local, Área de Turismo, centros de formación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Aunque a nivel regional existen programas de prácticas para los alumnos, se recomienda que el Ayuntamiento desarrolle su propio programa de retención y atracción de talento.</p> <p>Como se ha comentado, el destino ya cuenta con una buena comunicación con centros de formación en turismo, además de con el Servei d'Orientació i Inserció laboral Balear.</p> <p>En esta recomendación se aconseja dar un paso más formalizando acuerdos con dichos centros para retener el capital humano en Santa Margalida.</p> <p>Especialmente relevante sería la formalización de un acuerdo de colaboración con la Escola d'Hosteleria de les Illes Balears para la puesta en marcha de dos tipos de programas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programa de prácticas para alumnos de la escuela a realizar en establecimientos de restauración del destino.</li> <li>2. Programa para la contratación de personal cualificado.</li> </ol> <p>De esta forma se contribuirá a atraer y retener talento, así como a mejorar la calidad del servicio prestado y la innovación, gracias a la incorporación de nuevos profesionales al sector turístico de Santa Margalida.</p>	

INN.D4	Desarrollo de programas de emprendimiento en turismo
D. Innovación en Formación/Capacitación	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo, Desarrollo Local
<b>Secundario</b>	Gobierno Municipal
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El Ayuntamiento de Santa Margalida no gestiona programas de impulso al emprendimiento innovador en turismo, aunque dispone de canales de comunicación con organismos regionales que sí los implementan.</p> <p>Con objeto de liderar los procesos de innovación en turismo y apostar por los emprendedores y las <i>startups</i> como catalizadores de la transformación de la industria turística, se recomienda diseñar un programa específico.</p> <p>Entre las actuaciones propuestas a incluir en este programa, se deben valorar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer ayudas e incentivos con la finalidad de atraer talento emprendedor para el desarrollo de nuevos negocios en Santa Margalida.</li> <li>- Gestionar acuerdos de colaboración con Emprenbit que estructuren la relación actual y ofrezcan un marco para facilitar la incorporación de las <i>startups</i> del destino a su incubadora.</li> <li>- Impulsar acciones específicas de apoyo al emprendimiento, como el <i>mentoring</i> o el acompañamiento en la tramitación de solicitudes a otros programas.</li> <li>- Convocar concursos y/o premios para emprendedores, iniciativas, ideas, propuestas y proyectos de emprendimiento en turismo.</li> </ul> <p>Por razones de eficiencia, o porque la inadecuación de la estructura y recursos del Ayuntamiento para asumir estas acciones así lo recomiende, se podrá trabajar en coordinación con los entes regionales (ParcBIT, FundacióBit, TURISTEC, otros) y aprovechar sus programas de emprendimiento, con una promoción y difusión de los mismos intensificada.</p>	

INN.D5	Identificación de mecanismos innovadores de participación	
D. Innovación en Formación/Capacitación		
<b>Responsable</b>	Área de Participación Ciudadana, Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Gobierno Municipal	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>La participación de los ciudadanos y los turistas se debe tener en cuenta en la gestión inteligente del DTI. El Ente Gestor debe diseñar e implementar mecanismos innovadores de participación que garanticen contar con la iniciativa de ambos colectivos en la propuesta en marcha de nuevas ideas inclusivas, disruptivas o creativas, en relación con nuevas formas de promoción y comercialización del destino, de prestación de servicios, de generación de productos turísticos, etc.</p> <p>Se trata, en definitiva, de introducir fórmulas innovadoras que permitan maximizar los beneficios que la participación de la ciudadanía y los visitantes supone para la gestión pública.</p>		

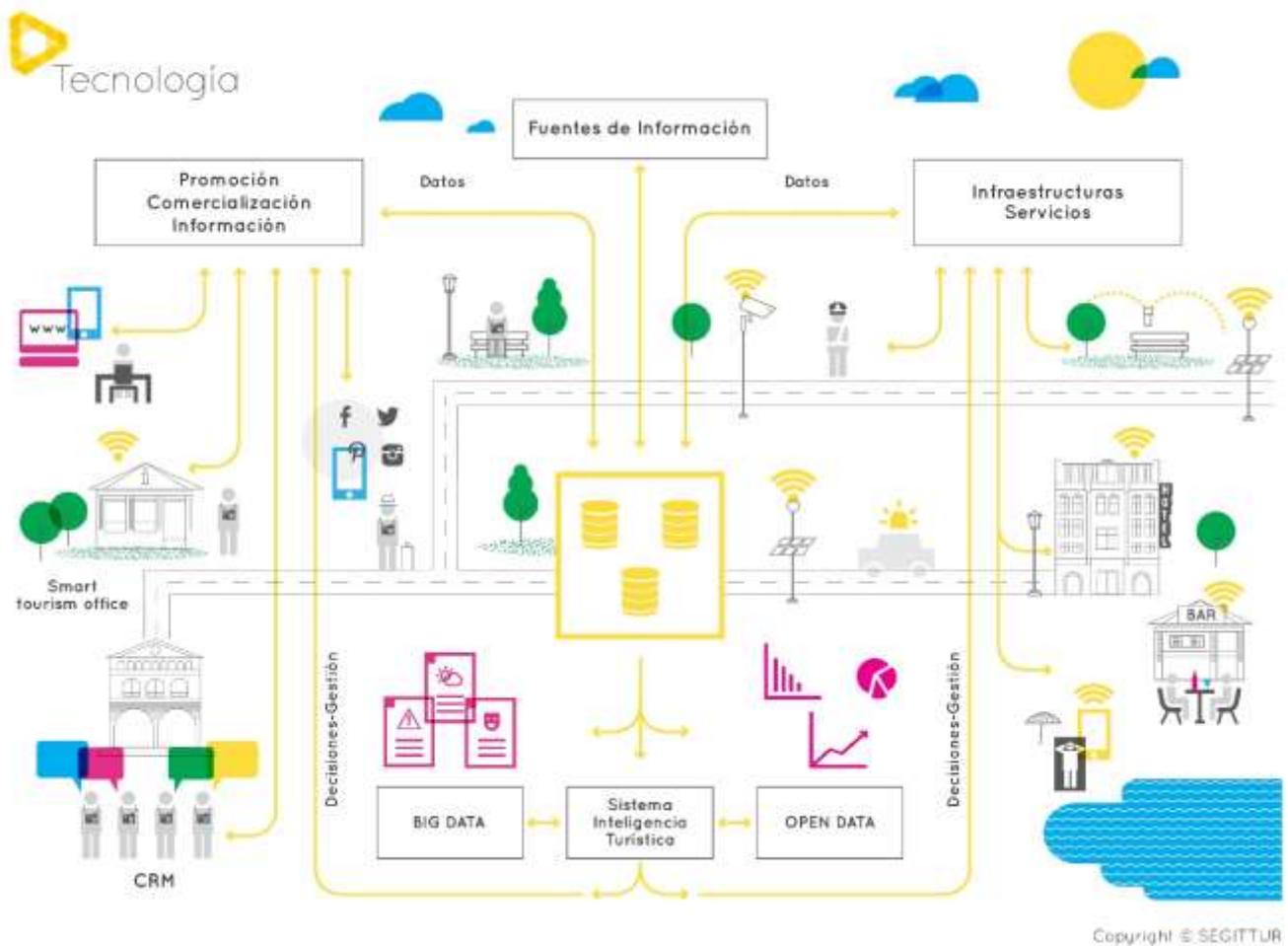


TECNOLOGÍA

### 4.3. TECNOLOGÍA

La complejidad del escenario tecnológico está marcada por la diversidad y la rápida evolución de las tecnologías. Éstas tienen un papel destacado en el sector turístico, tanto desde el punto de vista de la gestión del destino, como desde el punto de vista del consumidor y usuario de servicios y productos turísticos.

El impacto de las nuevas tecnologías en los hábitos turísticos tiene que ver con variables de distinto tipo, por un lado, las que hacen referencia a las pautas de su uso con carácter general y, por otro, a las que afectan al grado de utilidad y su capacidad de respuesta a los requerimientos del turista.



### 4.3.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de tecnología

Esta sección analiza el estado actual de las tecnologías de la información aplicadas en el destino evaluando tanto la implantación actual como en un futuro cercano de nuevos proyectos innovadores tecnológicamente avanzados. Todo ello se hace desde diferentes perspectivas coincidentes con los ámbitos en los que se agrupan los requisitos: tecnologías aplicadas a la gobernanza, tecnologías aplicadas al marketing turístico, infraestructuras tecnológicas y el sistema de conocimiento turístico implantado.



El grado de cumplimiento de los requisitos analizados en el eje de tecnología en Santa Margalida se sitúa en el **34%**.

#### Evaluación cumplimiento Tecnología

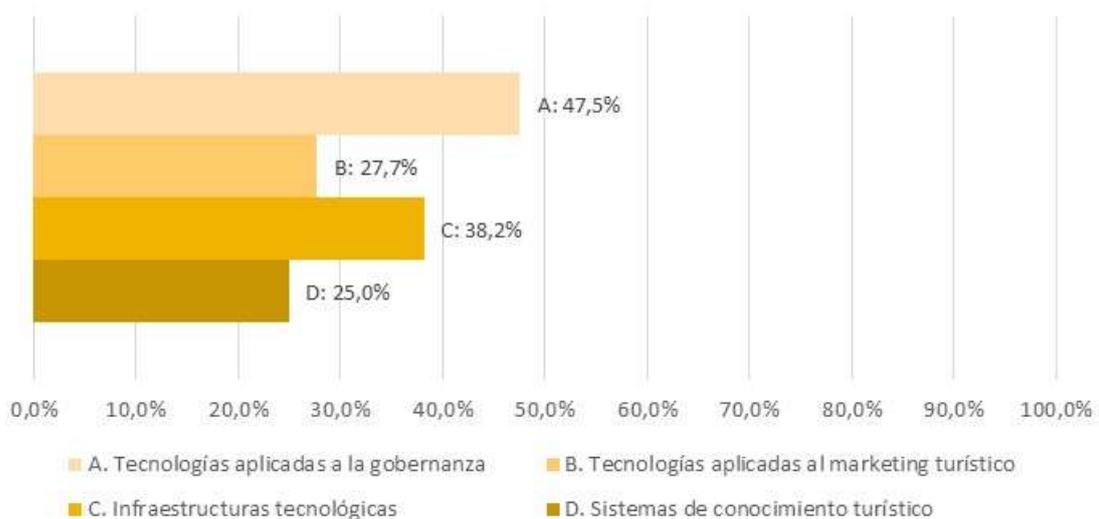


Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

Como se observa en el gráfico anterior, más de la mitad de los requisitos que se analizan con la metodología de destino turístico inteligente, en Santa Margalida ya se han planificado o implantado, aunque sigue habiendo un 25 % de los requisitos que todavía no se han abordado ni en cuanto a su definición, por lo que se constata que existe margen de mejora en el eje.

En el **desglose del eje por ámbitos de evaluación**, destaca el cumplimiento de requisitos relacionados en materia tecnologías aplicadas a la gobernanza (47,5%), seguido de las infraestructuras tecnológicas (38,2%). El mayor camino por recorrer se encuentra en el ámbito del conocimiento turístico y las tecnologías aplicadas al marketing turístico.

### Ámbitos de evaluación de Tecnología



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

### 4.3.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

#### **Ámbito A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza**

Un DTI debe hacer un uso intensivo de la tecnología, impulsar y promover la utilización y desarrollo de herramientas tecnológicas y ponerlas a disposición de todos los actores implicados, además de crear programas de formación que permitan y mejoren la capacitación en materia tecnológica. Los requisitos en este ámbito se centran en la gestión del destino, su gobernanza y la participación digital, ofreciendo al ciudadano acceso a la información, así como una comunicación eficaz gracias al uso de las herramientas tecnológicas.

Para emprender un proyecto de conversión de un destino en un Destino Turístico Inteligente (DTI), es necesario hacer un uso adecuado de la tecnología, impulsar y promover el desarrollo e implantación de herramientas tecnológicas y ponerlas a disposición de todos los actores implicados, además de desarrollar programas de formación que mejoren la capacitación en materia tecnológica.

En este caso, se debe velar por el fomento y utilización de avances tecnológicos que permitan gestionar el destino de una forma eficiente y con información de calidad para que la toma de decisiones sea efectiva. Será responsabilidad de Santa Margalida promover e impulsar la participación digital, ofrecer al ciudadano acceso a la información o datos abiertos y permitir una comunicación eficaz para que el destino, en su conjunto, pueda conocer y solventar con agilidad las posibles incidencias en los servicios prestados, siempre apoyándose en el uso de las nuevas tecnologías para facilitar el establecimiento de un gobierno abierto y transparente.

#### **Ámbito B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico**

Los nuevos turistas hiperconectados tienen nuevas necesidades y los destinos se tienen que adaptar a esta nueva realidad haciendo uso de las TIC, portales web, redes sociales y aplicaciones móviles, para mantener un diálogo permanente con sus visitantes durante todas las fases del viaje. Los requisitos que se analizan van relacionados con estas TIC, así como las nuevas fórmulas de promoción y comercialización digital.

#### **Ámbito C. Infraestructuras tecnológicas**

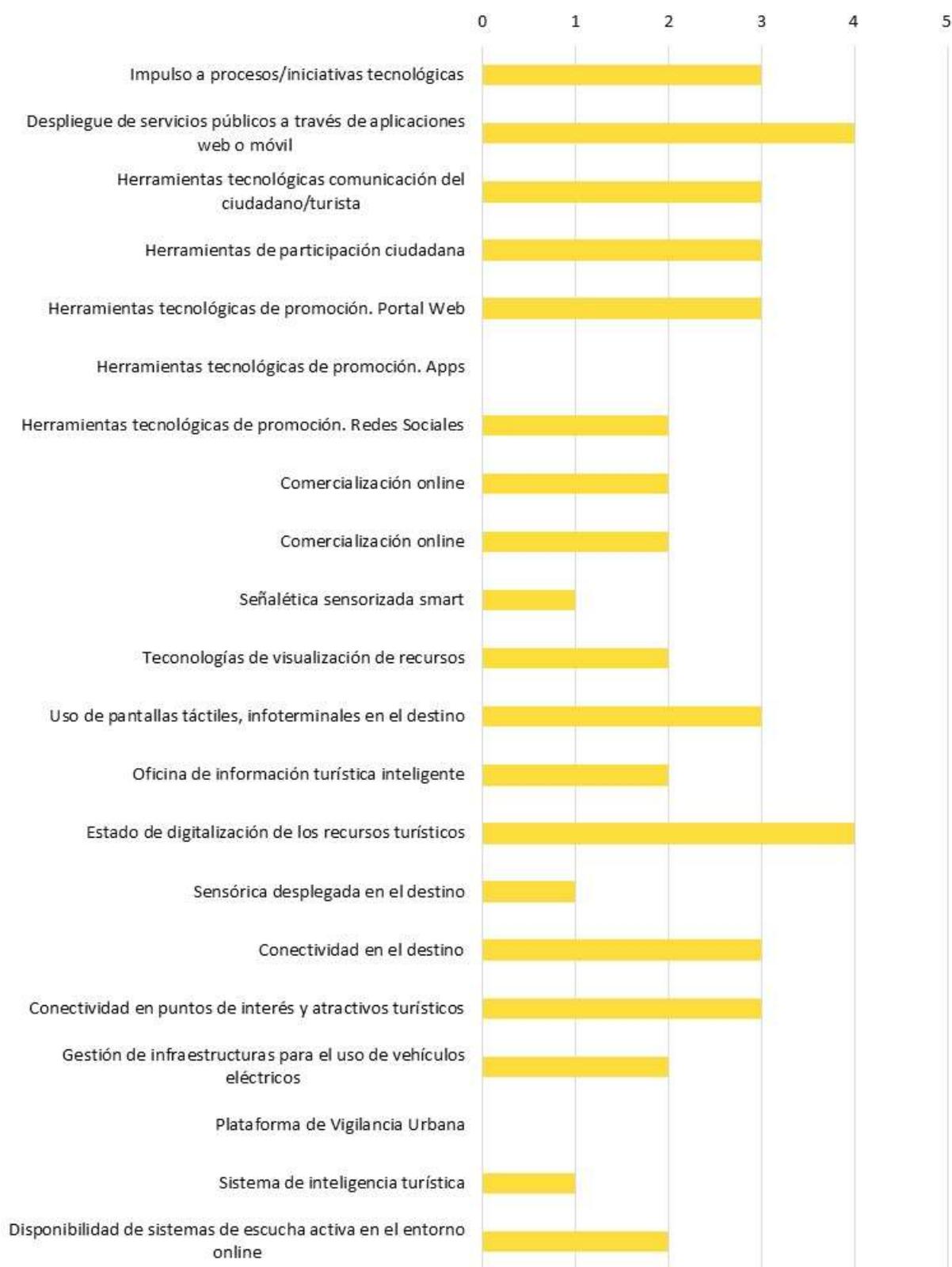
Las infraestructuras tecnológicas desplegadas en un destino son la base para el óptimo aprovechamiento de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes. Los turistas demandan conectividad, por lo que las infraestructuras que tienen que ver con ésta son cruciales.

Por otra parte, es importante cualquier despliegue de infraestructuras tecnológicas que permita realizar una gestión más eficiente de los servicios y que permita a los gestores del destino tener un mejor conocimiento de su realidad, así como mejorar el proceso de toma de decisiones informadas y por tanto inteligentes.

#### **Ámbito D. Sistemas de conocimiento turístico**

La gestión del conocimiento e inteligencia turística generados en un destino es un factor clave en el proceso de toma de decisiones. Los requisitos para un DTI pasan por el conocimiento individualizado del turista, de la oferta y una gestión transparente y pública de los datos, que deben aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías para pasar de modelos tradicionales de gestión de datos a nuevas herramientas tecnológicas para la recogida y análisis de distintas fuentes de datos, tanto estructuradas como no estructuradas.

 REQUISITOS DEL EJE





## RECOMENDACIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

TEC.AI		Creación de una mesa de trabajo o unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI
A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo y Área de Informática	
<b>Secundario</b>	Consell Assessor de Turime, Consell de Mallorca y Comisión de seguimiento del proyecto de Red.es, Smart Island, si se reactiva	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se recomienda la creación de una mesa de trabajo o unidad de gestión Tecnológica del proyecto DTI para conseguir una integración entre este y otros proyectos de índole tecnológica que se están desarrollando en el destino o que se vayan a llevar a cabo, ya que en la actualidad los desarrollos tecnológicos se realizan sin ser supervisados por expertos en tecnología y suelen ser proyectos aislados. El objetivo es que se generen sinergias entre proyectos con objetivos alineados. Deberá aglutinar las siguientes competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad sobre los desarrollos de tecnología que se realizarán en el municipio. Se deberá contar con personal especializado que actualice y mantenga las tecnologías desplegadas hasta el momento en el destino y las futuras.</li> <li>• Acceso a un órgano consultivo para determinar las acciones a realizar que sea transversal al resto de áreas, que en este caso será el Comité de transversalidad (GOB. B2)</li> <li>• Establecimiento de un canal de comunicación con todos los responsables operativos de las distintas áreas que puedan tener relación con tecnología, especialmente con el desarrollo del proyecto Smart Island (se ha planteado la reactivación de la comisión de seguimiento del proyecto de Red.es en la que el destino debe participar)</li> </ul> <p>Uno de los objetivos será intentar que exista un área donde se pongan en común y valoren las opciones tecnológicas teniendo en cuenta los trabajos a desarrollar en el municipio de una forma global, evitando así que por ejemplo el desarrollo de una tecnología se realice sin tener en cuenta las demás y tratando de aprovechar sinergias y el know-how de las distintas áreas y tecnologías para el desarrollo y actualización.</p>		

<b>TEC.A2</b>		<b>Colaboración para la implementación de iniciativas tecnológicas e innovadoras en el destino</b>
A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza.		
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal	
<b>Secundario</b>	Consell de Mallorca, Universitat de les Illes Balears	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se considera que la participación en los proyectos piloto como el desarrollo de la aplicación de playas seguras o el proyecto piloto de utilización de vehículo eléctrico son ejemplos que muestran que el destino favorece el desarrollo e implementación de iniciativas tecnológicas. En cualquier caso, existe margen de mejora y se recomienda que se trabaje para impulsar la firma de convenios de colaboración con Universidades y Centros Tecnológicos para la implementación de iniciativas tecnológicas e innovadoras en el destino, en línea con lo propuesto en el eje de innovación INN. D3.</p> <p>Se recomienda que estas iniciativas se desarrollen también a nivel comarcal, como se ha venido haciendo, apoyándose en el Consell de Mallorca.</p>		

<b>TEC.A3</b>		<b>Mejora de los programas de fomento del uso de las nuevas tecnologías</b>
A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza		
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal	
<b>Secundario</b>	Consell de Mallorca	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Las acciones encaminadas al fomento de uso de nuevas tecnologías suponen el germen del desarrollo tecnológico del destino, por lo que será responsabilidad del ente gestor identificar áreas de conocimiento, proporcionar formación al respecto y fomentar la incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de trabajo.</p> <p>Se recomienda que este impulso se realice de modo que se generen programas destinados al sector turístico, tanto de empresas consolidadas como de aquellas de nueva creación. El objetivo será dotar de los conocimientos necesarios a todos los</p>		

agentes implicados en el desarrollo turístico del destino, tanto al sector público como al sector privado.

Las distintas asociaciones del municipio podrían resultar un gran canalizador para, en primer lugar, conocer las necesidades que pueden tener los distintos agentes turísticos y, en segundo lugar, hacer llegar los programas formativos o de fomento de las nuevas tecnologías que se desarrollen.

A nivel municipal, se considera interesante comenzar a utilizar la tecnología para autoevaluar los servicios públicos, a través de encuestas de satisfacción o elaborando cuadros de mandos con el uso de herramientas de Business Intelligence para analizar el grado de eficiencia de los recursos. En relación con los procesos de administración electrónica, será importante trabajar para adaptar la tecnología a las necesidades para mejorar los circuitos de tramitación

En cualquier caso, este programa debe estar imbricado con el plan de formación recomendado en el eje de gobernanza.

TEC.A4		Coordinación con el Consell de Mallorca para la creación de un portal de datos abiertos
A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza		
<b>Responsable</b>	Área de Informática	
<b>Secundario</b>	Todas las áreas del Ayuntamiento, AETIB, Consell de Mallorca	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se recomienda que las áreas del Ayuntamiento trabajen de forma conjunta con el Consell de Mallorca y con las empresas para la creación de una plataforma de datos abiertos de calidad. Este portal debe estar imbricado con el portal de datos abiertos de la Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB) y con el futuro portal de datos abiertos que se desarrollará en el seno del proyecto <a href="#">Smart Island</a>.</p> <p>Debe contener datos dinámicos del destino y estar en un proceso de mejora continua que permita incorporar bases de datos a medida que se detecte la utilidad y disponibilidad de las mismas. Los datos que pueden ofrecer desde la futura plataforma son las paradas del autobús, la relación de comercios, ofertas de empleo, población, agenda cultural, distritos y secciones, edificios, solicitudes de licencias de obra, paradas de taxi, parques y jardines, cámaras de tráfico, mercados, etc.</p>		

Los puntos clave a la hora de implementar una plataforma de datos, más allá del desarrollo tecnológico, son:

- mantenimiento y actualización de la plataforma y de los *datasets*
- Integración con otras posibles plataformas de datos que se implementen en el destino.

TEC.A5	Creación de un portal de participación ciudadana
A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza.	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal
<b>Secundario</b>	Área de Participación Ciudadana
<b>Prioridad</b>	Baja
<p>El ayuntamiento por el momento tiene desplegadas como herramientas de participación ciudadana la aplicación Línea Verde (cuyo uso es todavía reciente pero, de acuerdo a las entrevistas, tiene un funcionamiento adecuado) y el Buzón de atención ciudadana, que tiene un uso escaso en la actualidad y que en la medida de lo posible se debe de potenciar.</p> <p>Además, a futuro se deberán impulsar otras herramientas como la implantación de un portal de participación ciudadana que permita la generación de propuestas ciudadanas y que fomente la participación de una forma continuada, ya que para tener una ciudadanía participativa hay que impulsar y ayudar a que se genere este comportamiento.</p> <p>Un ejemplo de plataforma de participación ciudadana eficaz es el desarrollado en Barcelona, con el portal “Decidim Barcelona”, que utiliza la aplicación Decidim o la desarrollada por el Ayuntamiento de Madrid “Madrid Participa”. Esta última por ejemplo utiliza la aplicación CONSUL, que es de software libre, con licencia AGPLv3, por lo que cualquiera puede usar el código, copiarlo, verlo en detalle, modificarlo y redistribuirlo. Otra buena práctica a tener en cuenta en un destino con un tamaño poblacional más similar al de Santa Margalida es la de la plataforma de <a href="#">Marchámalo</a>.</p>	

TEC.B1	Impulso y mejora del portal de turismo
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Consell Assessor de Turisme
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>En el Macroprograma de captación y fidelización de los visitantes del “Pla Estratègic Integral de Can Picafort, Santa Margalida”, se trata ya la necesidad de realizar mejoras en la web 4.1. <i>Programa presència on-line de la destinació 3.0</i>. Algunas de las acciones planteadas en este plan de 2015 todavía no han sido ejecutadas, por lo que el primer paso será utilizar este plan de acción como hoja de ruta. Se deberán acometer las acciones que todavía no se hayan acometido y aquellas que ya no se vayan a implantar, deberán ser justificadas, con el objeto de dar continuidad a los documentos estratégicos del destino.</p> <p>A continuación, se realizan una serie de recomendaciones generales para mejorar el portal de turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mapa donde están geolocalizados los principales recursos o atractivos debe estar más visible (actualmente es uno de los 7 ítems en los que se despliega “guía”).</li> <li>• Es necesario repensar los ítems que forman parte del menú de navegación, donde en la actualidad está destacado un producto (turismo deportivo) pero no atiende a una decisión estratégica del destino.</li> <li>• Sería interesante incorporar al portal la herramienta que mediante el proyecto Smart Island se está desarrollando en torno “<i>herramientas para la promoción de las rutas de cicloturismo y senderismo de Mallorca</i>”</li> <li>• Si bien cuenta con agenda, se debe mejorar. Sería interesante que se desarrollara un <i>pluging</i> de agenda que haga la información más visible y sencilla para el turista, que se puede actualizar y que muestre información de todas las actividades y no solo de algunas. Un ejemplo es la utilizada en <a href="#">Benidorm</a>.</li> <li>• Es importante dar más presencia a los botones de Redes Sociales.</li> <li>• En cuanto al rendimiento de la web es necesario mejorar en velocidad y visibilidad (debería crear un mapa del sitio y añadir descripción a la página web). Se debería configurar el certificado SSL y activar el CDN.</li> </ul>	

- La actualización de contenido es adecuada pero conviene hacer una revisión periódica y comprobar que los enlaces a otras webs está correctamente indexados (se detecta un error en el enlace con la [página](#) del taxi).
- En cuanto a posicionamiento, solo tiene un *plugin* para trabajar, pero la falta de personal hace que sea imposible trabajarlo adecuadamente. En la recomendación TEC.B2 se realizan algunas indicaciones a este respecto.
- Se debe mejorar además el tratamiento de la marca turística. El logo solo está visible en la cabecera y cuando se navega se pierde. Debería estar incrustado en el menú de navegación. Además, la página no tiene favicón. Es difícil a veces saber que se está en la página oficial
- Sería interesante además incluir un área para profesionales, donde se incorporen datos de los informes de encuestas de la Oficina de Turismo y cualquier información que pueda resultar de interés para el sector, como por ejemplo las actas del Consell Assessor de Turisme que actualmente se cuelgan en el blog. Resultaría recomendable contar con esta sección si se dota de contenido, en caso contrario es mejor discontinuarlo. Un ejemplo de esta sección a tener en cuenta es el de la zona para profesionales del [portal turístico de Málaga](#).

La página web cuenta con un [blog](#) pero poco interactivo y en él se encuentra información diversa como noticias, información más enfocada a profesionales del sector, etc. Sería interesante distinguir la información que debe ir el blog y la que debería ir en otra sección. Se debería valorar la opción de tener un blog que permita la interacción con el viajero / turista y al que se incorporen influencers o viajeros para que participen en él.

El caso de Donostia/San Sebastián es un buen ejemplo a tener en cuenta, ya que ha sido capaz de crear un [Blog de Turismo muy activo](#), en el que colaboran de forma regular hasta dieciocho blogueros y desde donde se invita de forma destacada a la participación como colaborador.

Se recomienda además poner a disposición del visitante enlaces a las webs turísticas del Consell de Mallorca y el Govern de les Illes Balears, que dan a conocer la oferta de los municipios de la isla, incluido Santa Margalida.

Actualmente la página web cuenta con un botón “Covid” que no ofrece información a este respecto (enlaza con la página web del Consell). La existencia de esta sección es interesante, pero debería contener la siguiente información:

- Sección de transparencia COVID-19, que informe diariamente sobre la evolución de la enfermedad en la ciudad y tenga disponibles los datos históricos, de tal forma que el visitante pueda evaluar los riesgos a su llegada al destino

- Cuaderno del viajero, que configurará la visita con los criterios marcados por el turista, y que además tendrá en cuenta la utilización de corredores seguros en las rutas y aforos seguros de cada recurso.
- Conexión por videoconferencia con la oficina de turismo para orientar y asistir al viajero, en tiempo real, a la configuración del cuaderno del viajero. Este sistema contará con un sistema de cita previa.

Además, debería incluir una sección dedicada a promocionar la aplicación de playas seguras.

<b>TEC.B2</b>	<b>Análisis y posicionamiento del portal de turismo</b>
---------------	---

B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico.

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Media

Una vez se hayan realizado las mejoras que se han planteado en la página web, será entonces cuando se debe comenzar a analizarla y a mejorar su posicionamiento.

En cuanto a las herramientas de analítica web, si bien actualmente se encarga el técnico de turismo de la analítica web, esta debería ser impulsada y utilizada como base para la realización del análisis de mercado y diseño de acciones de marketing. Estas herramientas facilitan información que será útil para:

- Conocer la repercusión de las campañas de marketing online que se realicen, la conducta de los visitantes en el sitio web y buscar tendencias que permitan tomar mejores decisiones
- A partir de las visitas, páginas vistas, porcentajes de rebote o tiempo en el sitio, establecer y analizar diversas métricas
- Conocer cuáles son las páginas que más visitan los usuarios, los canales desde donde provienen

De acuerdo con los resultados obtenidos gracias a estas herramientas, se debería ajustar el futuro plan de comunicación de marketing online.

Otro de los aspectos fundamentales que se debería trabajar en la página web son la realización de acciones SEO (*Search Engine Optimization*) y posicionamiento natural (gratuita-SEO) y patrocinado (de pago-SEM). El primer paso en este sentido será contar con una auditoría de posicionamiento web clásica y a partir de ahí realizar

acciones para obtener y mantener a largo plazo la web en los primeros puestos de los resultados de búsqueda.

Uno de los puntos esenciales es incorporar las palabras clave más relevantes para el sitio web, ya que en la actualidad no están definidas y serán esenciales para la optimización del posicionamiento de la web. Antes de incorporarlas, se deberá realizar una investigación de las palabras más utilizadas, por ejemplo, con herramientas como la gratuita de Google™ Adwords.

TEC.B3	Diseño e implantación de una aplicación turística
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Informática, Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI, Consell Assessor de Turisme y Consell de Mallorca
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Dentro del proyecto Smart Island, está prevista la construcción de <i>“una plataforma vertical multicanal para ofrecer contenidos turísticos y de interés. Para poder desarrollar soluciones transversales e integrales, se propone que esta plataforma gestione integralmente los contenidos y les proporcione salida a través de diferentes canales (web, aplicaciones móviles y paneles informativo”</i></p> <p>Se recomienda que el destino se apoye en el resultado del proyecto Smart Island para la creación de una aplicación de destino, pero se considera interesante crear además una aplicación con información del producto turístico fundamental que es la playa.</p> <p>Esta App podría ser nativa o híbrida, si se persigue tener una mayor flexibilidad en parte de los contenidos. No se recomienda crear una planificación inamovible desde el inicio del proyecto, sino que se utilicen estas recomendaciones como líneas de actuación a evaluar según necesidades</p> <p>Las posibilidades de información irán en torno a facilitar información sobre las diferentes playas, servicios con los que cuenta, aparcamientos disponibles, actividades, estado de las playas. También podría incorporar información sobre el índice UV, información sobre los chiringuitos, posibilidad de reservar hamacas o experiencias en playas, disponibilidad de información de los distintos eventos que tienen lugar en las mismas, etc.</p>	

TEC.B4		Promoción en redes sociales	
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo		
<b>Secundario</b>	-		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Una buena gestión de las redes sociales debe estar avalada por la actividad que aglutina, la calidad de su información y el número de seguidores que ayudan a crear comunidad. Por este motivo es importante que se trabaje con la base de una estrategia definida mediante un plan de marketing online enfocado al turismo, buscando objetivos y analizando cada una de las acciones de comunicación que se realizan para conocer los resultados de las mismas.</p> <p>Es fundamental implementar un plan específico de redes sociales (social media marketing), que será el punto de partida. A partir de ahí, los principales aspectos a trabajar serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer objetivos</li> <li>- Determinar el tipo de estrategia a seguir: si se seguirá una estrategia para incrementar número de usuarios, para fidelizar a los usuarios existentes, etc.</li> </ul> <p>En esta estrategia se deberán incluir las siguientes prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de contenidos y programación.</li> <li>- Escucha activa (herramientas y/o seguimiento).</li> <li>- Monitorización diaria de la marca y palabras claves, en RRSS y buscadores con el fin de conocer el clima social.</li> <li>- Dinamización diaria.</li> <li>- Interacción con las comunidades.</li> <li>- Marketing de influencers del sector turismo. Identificar los perfiles de interés para la marca para interactuar con ellos y programar invitaciones.</li> <li>- Marketing de contenidos de calidad y de interés para las comunidades digitales adecuado al carácter de la marca del destino</li> </ul>			

A futuro se puede trabajar también en el marketing social a través de las redes sociales, que puede resultar de gran ayuda para concienciar sobre el medio ambiente (basura, agua, etc.).

Además, se recomienda la contratación (ya sea externa o propia) de personal profesionalizado en redes sociales, que además de la creación de contenidos, también favorezca la creación de informes de seguimiento en el impacto de las redes sociales.

Por último y en tanto no se confecciona el plan de redes sociales, se recomienda incorporar pequeñas mejoras en Facebook y comenzar a pensar en trabajar en Twitter, ya que son las redes de mayor implantación junto con Instagram.

Recomendaciones en cuanto al perfil de Facebook:

- La frecuencia de publicación de contenido debe ser tenida en cuenta para conseguir llegar al público objetivo.
- Mejorar la posición en las búsquedas orgánicas, por ejemplo, aumentando la interacción con otras redes sociales desde el propio FB (estrategia SEO).
- Variar con frecuencia la imagen de cabecera, pues es un aviso que llega al timeline de todos los seguidores. En el perfil de turismo se recomienda favorecer/impulsar el envío de imágenes y vídeos por parte de los seguidores (por ejemplo, a través de concursos o sorteos) y usar estas imágenes.

<b>TEC.B5</b>	<b>Análisis de redes sociales y de la cobertura de perfiles analizados</b>
---------------	--

B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico.

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Media

Dado que el trabajo en redes sociales todavía se encuentra en un estadio inicial en cuanto a número de usuarios, esta recomendación se debe tener en cuenta para un futuro próximo, ya que es imprescindible comenzar a trabajar antes en elementos básicos de planificación y desarrollo. Una vez se cuente con la información básica, se recomienda realizar los siguientes estudios:

Se debe contar con informes mensuales en los que se plasme el número de menciones, geolocalización de los comentarios, identificación de los usuarios más relevantes, de los diez tweets/noticias más compartidas, etc. de modo que se obtenga una visión

general de lo que está ocurriendo en las distintas redes. En el anexo “Información extraíble de redes sociales” se incluye un listado de las posibilidades de información que ofrecen las tres principales redes sociales que usa el destino.

- Por otro lado, se recomienda categorizar las cuentas de perfiles seguidos en las distintas RRSS para saber quiénes son potenciales aliados, competencia, colaboradores puntuales, etc.
- La identificación de influencers en redes sociales y el establecimiento de una comunicación con ellos es muy importante, ya que pueden ser colaboradores en las campañas de promoción de nuevos eventos o actividades que se quieran potenciar.

Estos datos se deben poner en común de manera sistemática para que se pueda conocer de primera mano la información y se pueda incorporar en los procesos de toma de decisiones.

Se recomienda también la realización de estudios de impacto de eventos concretos, que midan el impacto tanto económico como mediático.

TEC.B6		Definición una estrategia de comercialización digital
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Consell Assessor de Turisme, Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se recomienda crear una estrategia de comercialización completa basada en medios digitales. Debería contemplar actuaciones en todos los ámbitos posibles, con las siguientes líneas de actuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concienciar a los propietarios de los recursos turísticos de la necesidad de ofrecer su producto online con reserva directa.</li> <li>• Seleccionar las herramientas más usadas por el público objetivo para realizar reservas online y conocer para cada una de ellas las características, las condiciones para aparecer, las comisiones y las tipologías de acuerdos para elaborar un catálogo de sitios webs o apps en las que cada establecimiento deba aparecer</li> <li>• Designar al menos una estrategia de comercialización que ofrezca posibilidades de gestión y que debería materializarse en las siguientes acciones:</li> </ul>		

<p>o Uso del widget en la web de promoción, valorando la opción de instalar una API de reservas dentro de la web</p> <p>o Acuerdos comerciales de financiación y promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formar a los establecimientos en las distintas posibilidades de venta, así como las acciones que deben realizar para cuidar cada canal, como la gestión de las opiniones de usuarios.</li> </ul> <p>En este sentido, es importante tener en cuenta el portal <a href="http://infomallorca">infomallorca</a> que de acuerdo con las entrevistas mantenidas, el Consell tiene planificado el desarrollo de un módulo de reservas y en la que se plantea la posibilidad de evolucionar como plataforma de comercialización, en la que Santa Margalida se deberá apoyar.</p>
--

<b>TEC.B7</b>	<b>Estudio y medición del impacto de las campañas de promoción y eventos</b>
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Consell De Mallorca
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Los estudios de impacto que resultan imprescindibles para conocer y seguir el rendimiento de las campañas y eventos y su influencia en el destino. Sería muy interesante conocer, especialmente para los eventos importantes como los diferentes eventos deportivos, el impacto en el comercio local, aforos en las instalaciones, comentarios al respecto en RSS y seguimiento, etc.</p> <p>Este trabajo se suele subcontratar. En cualquier caso, lo más importante será analizar los resultados e incorporarlos en los procesos de toma de decisiones.</p> <p>Sería interesante contar con la colaboración del Consell De Mallorca.</p>	

TEC.B8		Impulso a la señalización inteligente
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Si bien en el destino se encuentra un panel interactivo y está en proceso de implantar otro por parte del Consell de Mallorca, se recomienda trabajar en la señalización inteligente y la incorporación de marquesinas inteligentes como puntos de información al turista en más puntos estratégicos.</p> <p>Se recomienda ofrecer información mediante placas con los QR y geolocalizar estas placas en el portal. Un ejemplo de buenas prácticas en este sentido el desarrollado por el DTI Benidorm, que se puede consultar en su página web.</p>		

TEC.B9		Potenciación y mejora de las tecnologías de visualización de recursos
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico		
<b>Responsable</b>	Área de turismo	
<b>Secundario</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se recomienda crear un proyecto de visitas 360° y pensar en la implantación de al menos una Webcam. Un ejemplo a seguir es el DTI Santander, que cuenta con recreaciones virtuales del Palacio de la Magdalena y la Biblioteca Menéndez Pelayo, y visitas 360o.</p>		

TEC.B10	Creación de una oficina de información turística digital
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Consell de Mallorca
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Uno de los pasos que debe dar el destino es crear una Oficina de Turismo con disponibilidad 24/7. Para ello las oficinas deben contar con las infraestructuras tecnológicas básicas que permitan mejorar la gestión e interactuar con el turista digital. Tanto el destino como la isla son conscientes de las carencias en este sentido y dentro del proyecto Smart Island, una de se han programado actuaciones encaminadas a la transformación digital de las oficinas de información turística que dependen del Consell, aunque de momento no se ha desarrollado.</p> <p>En este sentido, Santa Margalida deberá tener en cuenta las acciones que se proyecten para el punto de información del destino y trabajar de manera adelantada en las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar cambios y promover mejoras la creación de una base de datos de toda la isla con la ayuda del Consell de Mallorca y crear una propia para el municipio donde se pueda consultar y compartir actividades, eventos, noticias y datos de interés para el turista, más allá de los datos estáticos como son principales recursos, infraestructuras, etc.</li> <li>• Del mismo modo, se recomienda la instalación de una pantalla táctil o tótem en el exterior que permita seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina y al mismo tiempo sirva como canal de venta. Sería interesante que se dispusiese de tablets donde poder tener el primer acercamiento con los videos que ha elaborado el destino.</li> </ul> <p>Se incluye además un anexo que puede ser como guía para marcar la evolución de la oficina de turismo de acuerdo con los requerimientos de un viajero digital.</p>	

TEC.B.II		Evolución del material promocional a la personalización de la información digital
B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Consell de Mallorca, Consell Assessor de Turisme, Futura unidad de gestión de la tecnología en el destino	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Si bien se ha trabajado de manera adecuada para que todo el material promocional se encuentre en formato digital, el siguiente paso deberá pasar por analizar el entorno online y favorecer la personalización de la información digital: Disponibilidad de guías interactivas, planificación personalizada de rutas turísticas, distribución de información turística contextualizada o la creación de un cuaderno de viaje son posibles líneas de acción que se deberían tener en cuenta para mejorar la calidad del material promocional.</p> <p>Como ejemplos de buenas prácticas el <a href="#">portal de turismo de España</a> y sus guías interactivas o el portal de turismo de Cádiz y su <a href="#">cuaderno de viaje</a>.</p>		

TEC.CI		Impulso a proyectos de sensórica para mejorar la eficiencia en la gestión de los servicios públicos
C. Infraestructuras tecnológicas		
<b>Responsable</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Secundario</b>	Consell de Mallorca	
<b>Prioridad</b>	Baja	
<p>Los proyectos de sensórica pueden resultar útiles e interesantes al destino y ayudar a realizar una gestión más eficiente en diferentes áreas.</p> <p>En Santa Margalida se ha trabajado de manera adecuada en la sensórica para mejorar la recogida de residuos (geolocalización de contenedores para la recogida selectiva de RSU.) y se ha comenzado a monitorizar el consumo y calidad del agua a intervalos planificados, pero mediante lecturas manuales, sin estar todavía desarrollado ningún</p>		

despliegue de sensórica, que será uno de los ámbitos de mejora en los que deberá trabajar un destino en su evolución como Destino Turístico Inteligente.

A nivel de isla y con objeto del proyecto de Smart Island, se pretende trabajar en diferentes implantaciones de sensórica, pero están pensados como proyectos piloto escalables una vez se haya evaluado su utilidad/eficiencia.

Santa Margalida deberá trabajar conjuntamente en este sentido con el proyecto de Smart Island o al menos tener en consideración las especificaciones técnicas para que en un futuro exista interoperabilidad.

A continuación, se aportan algunos ejemplos de desarrollo de sensórica en destinos turísticos para que puedan ser tenidos en cuenta.

En cuanto a la sensórica para la **medición de la calidad del aire**, en algunas ciudades como Santander, se han instalado estaciones de medición de la calidad de aire en autobuses o vehículos públicos, que transmiten en tiempo real datos de temperatura, humedad, partículas en suspensión, CO<sub>2</sub>, NO<sub>2</sub> y O<sub>3</sub>.

En cuanto a la sensórica para la **medición del uso del agua y su optimización**, se recomienda un despliegue de sensores en la red de distribución y la implantación de contenedores inteligentes en las casas, con el objeto de supervisar y monitorizar el uso del agua, detectar posibles fugas o usos inadecuados y en definitiva, fomentar el uso eficiente de este recursos. Como caso de buenas prácticas se identifica el proyecto [Smart Water Santander de Aqualia](#), que además ha desarrollado una app móvil o de paneles instalados en la calle y proporciona información del servicio, de sus consumos o de los parámetros de calidad del agua que se consumen.

En cuanto a sistemas de **movilidad Smart y sistemas de guía en parking**, se pone como ejemplo de buenas prácticas el destino de Málaga, que está desarrollando un sistema de gestión inteligente que puede automáticamente detectar accidentes de tráfico en la carretera y mejorar la eficiencia en la gestión del aparcamiento.

En destinos de playa como es el caso de Santa Margalida, existen distintos elementos de **sensórica para optimizar los usos y conocer información relevante en este recurso natural**, entre los que podemos destacar:

-Sensor de sustrato. Sensor cuantitativo que permite conocer la calidad y temperatura de la arena, así como su limpieza y la presencia de restos no deseados.

-Drones de vigilancia. Supervisarán los bañistas o la posible presencia de especies peligrosas como las medusas, incrementando de forma notable la seguridad de estas playas.

-Boyas inteligentes. Encargadas de controlar los límites de las zonas de baño. También monitoriza la calidad del agua, y su temperatura, y ayuda a la detección de presencia de medusas.

-Sensores UVA. Permite medir los niveles radiación, su variación, y trasladar información para que las pantallas muestren la necesidad de proteger la piel y ojos de los rayos UVA.

-Ducha para los pies. Control de consumo de agua, que disponen también de temporizador y sensor de autodiagnóstico, permitiendo así su mejor mantenimiento reduciendo el coste.

- Suministro agua. Sensores que permiten, entre otras cosas, detectar fugas en la red de suministro para realizar así un mantenimiento idóneo de la misma y un control del consumo de agua, que favorece el cuidado del medioambiente.

Por último, la tecnología puede dar respuesta a los problemas de **ruido** existentes en el destino, si bien es cierto que antes se deberá trabajar en otros aspectos básicos tal como se recomienda en el eje de sostenibilidad. Como ejemplo de buenas prácticas, el destino de León ha implementado un sistema automático para el control y la vigilancia de los ruidos producidos por los locales musicales leoneses. Ofrece la posibilidad de consultar los datos (recogidos por los limitadores instalados) por cualquier ciudadano que lo desee a través de la página web.

<b>TEC.C2</b>	<b>Impulso a la implantación de la plataforma interoperable para el tratamiento de datos provenientes de sensores</b>	
C. Infraestructuras tecnológicas.		
<b>Responsable</b>	Consell de Mallorca	
<b>Secundario</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>La base para comenzar a desplegar una red de sensórica debe ser la creación de una plataforma común interoperable, ya que la información que aportan los sensores no será útil si el gestor del destino o cualquier persona interesada no es capaz de analizarla. Esta plataforma debe ser capaz de integrarse con las diferentes plataformas o bases de datos que haya en el destino.</p> <p>En este sentido se está trabajando en el proyecto Smart Island que el Consell de Mallorca está desplegando junto con Red.es y que será la herramienta con la que deba trabajar Santa Margalida.</p>		

TEC.C3		Mejora y ampliación del servicio Wi-Fi	
C. Infraestructuras tecnológicas.			
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal		
<b>Secundario</b>	-		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Actualmente existe una red Wifi disponible en los tres principales puntos turísticos en Playa de Can Picafort, la Plaza Cervantes y la Plaza de la Vila, que debería ser mejorada, ampliando la red de puntos.</p> <p>Se recomienda que además de la ampliación del servicio, implantar a futuro una plataforma de gestión de la red que pueda monitorizar los dispositivos y que se comuniquen con los distintos puntos de acceso, obteniendo así otra fuente de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Será importante estudiar, con los datos obtenidos, aquellos puntos de acceso (APS) que están funcionando adecuadamente y establecer alternativas de localización para aquellos puntos Wifi que no estén alcanzando el grado de uso esperado.</li> <li>• Se deberá establecer un sistema de comunicación de incidencias, que permita al usuario comunicar las posibles incidencias y al ayuntamiento responde de una forma rápida y adecuada.</li> <li>• La red Wifi debe tener el doble propósito de ofrecer conectividad y servir de fuente de datos para la gestión Smart del destino. El Área de Turismo debe encargarse de realizar el análisis de los datos obtenidos en cada uno de los Apps. Se recomienda que dichos análisis se pongan en común también con el área de gestión tecnología del proyecto DTI, cuya creación se ha recomendado TEC.AI.</li> </ul> <p>Por otra parte, es importante comunicar de forma correcta a los usuarios de los puntos concretos de cobertura WIFI, por lo que se recomienda crear un mapa de cobertura del destino incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información digital de estos puntos en diversas webs y herramientas</li> <li>- Información física mediante cartelería.</li> </ul> <p>La red Wifi de Playa de Palma en Palma, que dispone de una plataforma CMX de monitorización es un buen ejemplo de utilización de una red Wifi con el doble</p>			

propósito de ofrecer conectividad y servir de fuente de datos para la gestión Smart del destino.

TEC.C4		Difusión de la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos en el municipio
C. Infraestructuras tecnológicas		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	-	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se recomienda incorporar al portal de turismo y del Ayuntamiento la información geolocalizada sobre los puntos de recarga para vehículos eléctricos, que actualmente son 4.</p> <p>A futuro se podría hacer un desarrollo que permita a los usuarios conocer en tiempo real el estado del punto (si está siendo utilizado, por ejemplo).</p> <p>En algunos municipios se está pensando en la posibilidad de activación del servicio a través de un teléfono móvil inteligente con una aplicación específica o bien mediante un código QR o sistema similar, lo facilitaría el uso del servicio.</p> <p>Además, el gestor deberá disponer de acceso a las estadísticas de uso y consultar el histórico.</p>		

<b>TEC.C5</b>	<b>Creación de un mapa interactivo de zonas de aparcamiento e inclusión de sensores para conocer el estado de los parkings</b>
<b>C. Infraestructuras tecnológicas</b>	
<b>Responsable</b>	Área de Movilidad; Futura área de gestión tecnológica del proyecto DTI
<b>Secundario</b>	Policía
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Dado que en la actualidad se está peatonalizando la zona más turística del municipio, es importante que se comience a trabajar en la medida de lo posible en la gestión eficiente del tráfico y aparcamiento en el municipio.</p> <p>Se recomienda que se desarrolle y difunda convenientemente un mapa de las zonas de aparcamiento, lo que permitirá reducir el tiempo de búsqueda de aparcamiento del visitante. A futuro, se debe pensar en instalar sensores en las plazas de aparcamiento y que se facilite la información de las plazas disponibles a través de paneles a la entrada de las calles o de la ciudad. En ciudades como Santander ya se está realizando y en Salou se implantará próximamente.</p> <p>En la página web de turismo se debe incluir un mapa con las distintas zonas de aparcamiento en la ciudad y deberá utilizar el sistema de geolocalización para que el usuario pueda obtener información de calidad, dependiendo del lugar en el que se encuentre.</p> <p>A futuro sería interesante desarrollar una aplicación móvil que incluya información sobre la ubicación de zonas de aparcamiento y plazas libres en los mismos, además de que se facilite la información de los sensores que se plantean. Cuando se piense en este desarrollo, es importante tener en cuenta de que no solo se debe trabajar en el desarrollo, sino también en el mantenimiento y mejora de la aplicación y que se difunda y promocióne su utilización.</p> <p>Otras herramientas que están planificadas en el vertical de movilidad del proyecto Smart Island y que están directamente relacionadas con la acción propuesta son:</p> <p><i>Sistema de información a los conductores en tiempo real; Sistema para gestionar el flujo del tráfico; Control del aforo de vehículos en las carreteras sin salida</i></p> <p>El trabajo en lo relativo a sensórica y movilidad deberá por lo tanto estar vinculado al proyecto global de la isla.</p>	

TEC.C6	Mejora de los sistemas de comunicación ante posibles riesgos	
C. Infraestructuras tecnológicas		
<b>Responsable</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI	
<b>Secundario</b>	Gobierno Municipal y Consell	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>En temas de seguridad y transmisión de la información, se recomienda incorporar un protocolo de comunicación de incidencias del destino con el turista y residente, que deberá estar alineado con el plan de seguridad del destino. Para ello se aconseja el uso de redes sociales, por su inmediatez y capacidad de comunicación a un gran número de personas. También se deberá incluir la información en la página web del Ayuntamiento y crear un servicio de alertas en la aplicación turística.</p> <p>Para aquellas personas que no tengan acceso a Internet, se deberán seguir utilizando medios tradicionales como la prensa escrita o señales luminosas en la vía pública. Por otro lado, se deberán también poner en funcionamiento los paneles informativos.</p> <p>Esta acción está directamente relacionada con el vertical de Resiliencia del proyecto Smart Island.</p> <p>Un ejemplo a tener en cuenta en este sentido es el Proyecto de Resiliencia Urbana en Benidorm, que tiene el objetivo de ser la herramienta central para la gestión diaria y de incidencias relacionadas con las infraestructuras y servicios esenciales de la ciudad.</p>		

TEC.DI	Creación de un Sistema de Inteligencia Turística con todas las fuentes de datos disponibles
D. Sistemas de conocimiento turístico	
<b>Responsable</b>	Futura unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI
<b>Secundario</b>	Universidad de Illes Balears, Observatorio turístico de AETIB, Asociación hotelera de Can Picafort, Consell Assessor de Turisme
<b>Prioridad</b>	Media
<p>En este momento el destino no realiza informes ni análisis de datos, pero consulta diferentes fuentes que proporcionan información útil. La primera de las acciones de trabajo será facilitar la consulta de las distintas fuentes de datos que puedan resultar de interés para el sector en la futura área profesional del portal de turismo recomendado anteriormente (TEC.BI).</p> <p>Además, se deberán incorporar las encuestas que actualmente se realizan en la oficina de turismo con la ayuda de tablets. El objetivo a futuro será profesionalizar la obtención y tratamiento de datos relacionados con el turismo con la ayuda de herramientas tecnológicas, para lo que se recomienda el Sistemas de Inteligencia Turística (SIT). Es un instrumento basado en el análisis exhaustivo de distintas fuentes de información seleccionadas en función de las necesidades e idiosincrasia de un territorio y las prioridades que se marquen por sus gestores.</p> <p>El sistema debe ser capaz de cargar, procesar y analizar información que transformará en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo. Además, debe ser capaz de integrarse con otras plataformas. Un buen punto de partida será trabajar para incorporar los datos de fuentes ya identificadas: Fundació Mallorca Turisme, IBESTAT, Govern Balear, Fundació Impulsa Balears, Observatorio turístico de la AETIB, Asociación Hotelera de Can Picafort.</p> <p>Más allá del valor innovador y del uso de tecnologías de última generación (Big Data y Business Intelligence), es de vital importancia detectar y fomentar la generación de información relevante, de forma que el destino sea capaz de constituirse como principal fuente generadora de inteligencia y conocimiento turístico a nivel local.</p>	

TEC.D2		Dotación de herramientas de gestión estadística al destino
D. Sistemas de conocimiento turístico		
<b>Responsable</b>	Área de Informática	
<b>Secundario</b>	-	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se recomienda dotar al destino y a todos los agentes que intervienen en el sector turístico de herramientas de gestión estadística que permitan centralizar y unificar toda la información en formatos que faciliten su análisis o sean documentos informativos.</p> <p>Será imprescindible fomentar el interés en recopilar y suministrar datos estadísticos entre las empresas privadas que todavía no lo hagan y premiar estas acciones generando análisis e informes que se distribuyan al sector con los datos suministrados, de modo que sean conscientes de la importancia de recopilar información.</p>		

TEC.D3		Utilización de herramientas de Business Intelligence
D. Sistemas de conocimiento turístico		
<b>Responsable</b>	Área de Informática	
<b>Secundario</b>	-	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Existen 3 tipos de herramientas de BI que harán que Santa Margalida pueda entender, analizar y poner en valor la información de la que dispone y que por lo tanto serán necesarias para la conversión del destino en un Destino Turístico Inteligente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas para la gestión de datos (del inglés, data management tools): Permiten desde la depuración y estandarización de datos de procedencia diversa hasta su extracción, transformación y traslado a un determinado sistema.</li> <li>• Las aplicaciones para descubrir nuevos datos: Permiten recopilar y evaluar nueva información (data mining o minería de datos) y aplicar sobre la nueva o</li> </ul>		

sobre la ya disponible técnica de análisis predictivo para realizar proyecciones de futuro.

- Herramientas de reporting: Una vez recopilada y tratada toda esa información preexistente o nueva, ayudan a las empresas a visualizarla de manera gráfica e intuitiva. Esta herramienta va relacionada con la última recomendación dentro del área de tecnología y deberá ser vista en conjunto.

**TEC.D4**

**Consulta de los estudios de escucha activa que se están realizando en la isla**

D. Sistemas de conocimiento turístico

**Responsable**

Área de Turismo, Consell De Mallorca

**Secundario**

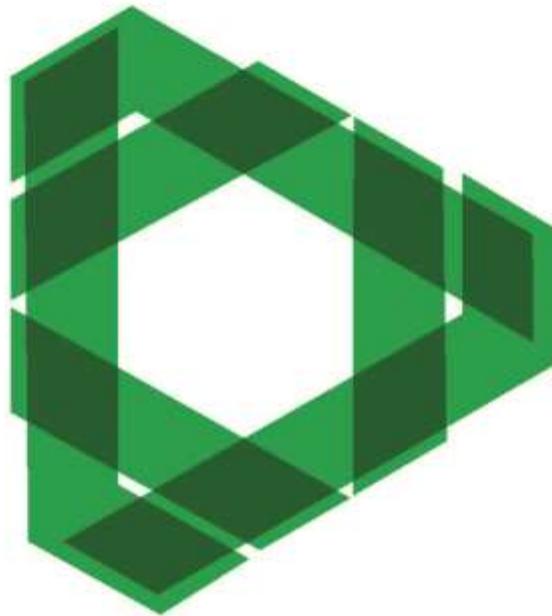
-

**Prioridad**

Media

Se recomienda que Santa Margalida solicite al Consell acceso a la información recogida por la empresa proveedora de información de escucha activa en RRSS Mabrian Technologies.

Los datos obtenidos se deberán integrar en Sistema de Inteligencia Turística que se desarrolle. Tener herramientas de escucha activa resulta interesante, pero lo que verdaderamente genera valor añadido es conectarlo con el sistema.



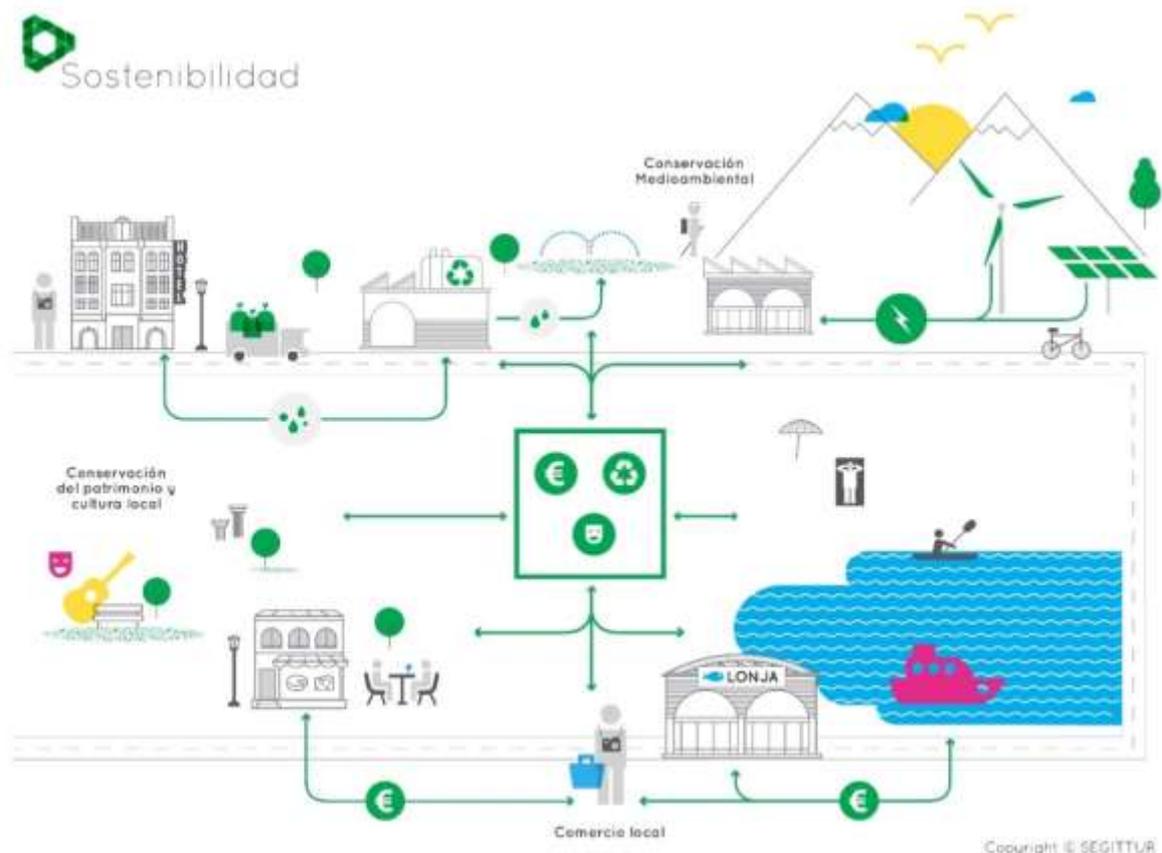
**SOSTENIBILIDAD**

---

## 4.4. SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad turística hay que considerarla como una herramienta transversal para la continuidad de la actividad turística a futuro, con todos los estándares de calidad y bienestar tanto para el turista como para el residente.

La sostenibilidad dentro del modelo de destino turístico inteligente deber ser capaz de contribuir a asegurar la existencia de actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos (oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para los residentes, reducción de la pobreza...). Respetar la autenticidad sociocultural, poniendo adecuadamente en valor como recurso y atractivo turístico los activos culturales. Realizar un uso óptimo de los recursos ambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica del destino. Y conseguir un elevado grado de bienestar social y económico para la población local, sin que repercuta la presión de los flujos turísticos negativamente en el uso de los servicios públicos.



#### 4.4.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad

Para ajustarse a la definición de turismo sostenible, el destino debe adoptar enfoques transversales, interdisciplinarios e integradores, que incluyan **cuatro objetivos principales**, y que sirven para definir los cuatro ámbitos de análisis:

- 🎯 Demostrar una gestión sostenible del destino: **política turística sostenible y responsable**.
- 🎯 Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos: **conservación y mejora del patrimonio cultural**.
- 🎯 Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos: **conservación y mejora medioambiental**.
- 🎯 Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad receptora, minimizando los impactos negativos: **desarrollo social y económico del destino**.

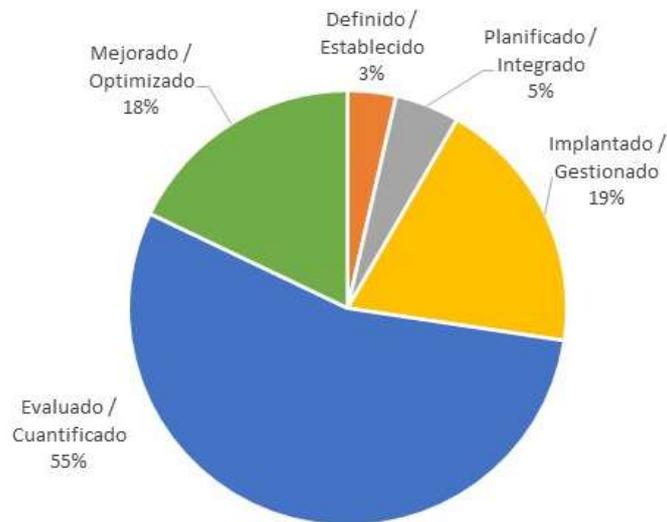
#### Ámbitos de análisis de la sostenibilidad



**El grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el eje de Sostenibilidad en Santa Margalida se sitúa en el **75,7%**.

Como se observa en el gráfico anterior, de la totalidad de requisitos que recoge este eje, el mayor porcentaje de los mismos se encuentra cuantificado, implantado o mejorado y optimizado.

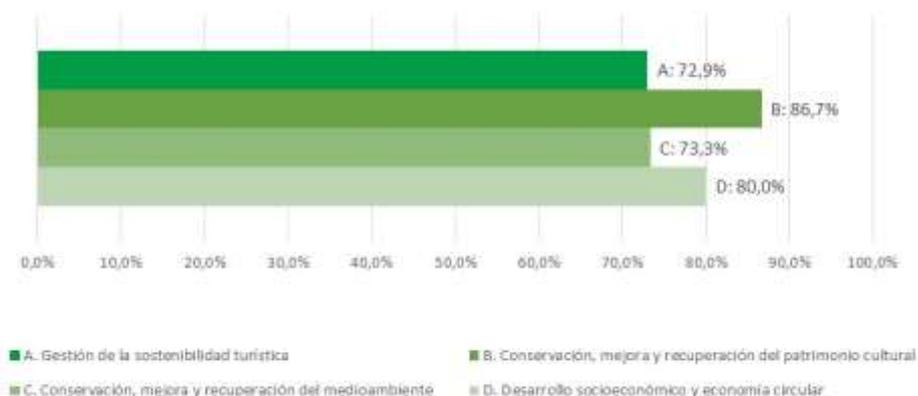
### Evaluación según el grado de madurez de los requisitos



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

En el desglose del eje por ámbitos de evaluación, destaca que todos ellos superan el 70%, destacando la Conservación y mejora del patrimonio cultural (86,7% de grado de cumplimiento), seguido del Desarrollo en Sostenibilidad socioeconómica del destino (80,0% de grado de cumplimiento), la Conservación y mejora ambiental (73,3% de grado de cumplimiento), y finalmente la Gestión de la Sostenibilidad turística y disponibilidad de instrumentos de turismo sostenible (72,9% de cumplimiento).

### Ámbitos de evaluación de Sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

## 4.1.1. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

### Ámbito A. Instrumentos para una política de turismo responsable y sostenible

En este apartado se analizan los elementos necesarios para la puesta en marcha de una política sostenible en turismo, desde la definición de la estrategia a los elementos normativos, de control, uso y comunicación que permitan su implantación y desarrollo.

En este ámbito se refleja que se ha realizado un notable esfuerzo en la gestión de la sostenibilidad turística, en el diseño e implementación de políticas turísticas responsables y sostenibles.

Se ha analizado por una parte la gestión de la Sostenibilidad turística en el municipio, la existencia de un ente gestor y de un plan de política turística sostenible y responsable, la disponibilidad de un plan de acción con ejes de actuación basados en la Sostenibilidad con carácter de estrategia de turismo plurianual, y un compromiso documentado con la Sostenibilidad, las acciones a favor de la Sostenibilidad en el sector privado, los planes de gestión de los visitantes, la gestión de la estacionalidad, etc. Y por otra parte se ha examinado la existencia de una política común ambiental en el destino, con proyectos integrales de Sostenibilidad, economía circular, movilidad sostenible, eficiencia energética, Sostenibilidad social, económica y cultural, etc.

En Santa Margalida existe voluntad y compromiso con el turismo sostenible, y se refleja en su estrategia turística.

El camino hacia la Sostenibilidad se entiende como un proceso dinámico y continuo. Y así se recoge en los esfuerzos realizados hasta el momento en el destino.

Los ODS 2030 aplicados al turismo deben inspirar la gestión turística, como se reflejó en el [Memorándum de Arona](#) en 2017. Y la [Guía para un Turismo Sostenible](#).

### Ámbito B. Conservación y mejora del patrimonio cultural

Son objeto de análisis en este punto los elementos de protección del patrimonio cultural tangible e intangible, así como el fomento y uso de los recursos relacionados.

En este ámbito se refleja el notable esfuerzo realizado en Santa Margalida en aras a la Sostenibilidad sociocultural. Se debe continuar en esta línea de trabajo, apostando por la conservación y el fomento de la Cultura como activo fundamental del destino.

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. La gestión turística del patrimonio cultural tiene un objetivo primordial: preservar los bienes culturales o la herencia cultural para generaciones futuras. El papel

del ente gestor en su conservación es fundamental, no sólo a través de su acción directa, sino también a través de su capacidad de influencia sobre los visitantes por un lado y su rol de catalizador a otros agentes públicos competentes.

Una vez que esto se ha garantizado, es posible relacionar los bienes culturales con un contexto social y económico más amplio. De este modo, el patrimonio cultural puede llegar a constituirse en uno de los principales recursos de la demanda turística en los destinos, configurándose mediante su correcta gestión como un recurso de primer orden desde la perspectiva turística.

En Santa Margalida se ha comprobado que el compromiso público y privado va en esta línea y se está trabajando desde hace mucho tiempo en la mejora, conservación y gestión eficiente del patrimonio cultural tangible e intangible, y del patrimonio arquitectónico, histórico y artístico. Y se constata que se cumple de forma muy satisfactoria con la protección del patrimonio cultural, artístico, arquitectónico y con la preservación de sus tradiciones y costumbres.

Se realizan proyectos conjuntos entre turismo y patrimonio para restauración de espacios y elementos culturales artísticos como las torres de ventilación y defensivas de Santa Margalida. Y se está trabajando en el yacimiento arqueológico de la necrópolis de Son Real.

### **Ámbito C. Conservación medioambiental**

Los requisitos de este ámbito abarcan todo lo relacionado con el espacio físico del destino, su protección medio ambiental que va desde el territorio, al agua, el aire o la energía, el tratamiento de los residuos, el reciclaje, la movilidad sostenible y los medios de transporte que dan servicio a residentes y turistas, además del uso de las energías renovables, la eficiencia energética o el cambio climático, entre otras cosas.

En este ámbito Santa Margalida trabaja de forma coordinada con sus áreas municipales implicadas con competencias directas, como Medioambiente, Movilidad, Obras y Servicios, etc.

### **Ámbito D. Desarrollo socioeconómico y economía circular**

La sostenibilidad económica y social es analizada con los requisitos de este ámbito, desde varias perspectivas, la de la calidad en la oferta turística con las medidas que se adopten para alcanzarla, programas, formaciones o manuales, y desde las perspectivas de los mecanismos de protección y fomento de la economía local, las medidas de redistribución de los costes y beneficios de la actividad turística, la medición de la satisfacción del residente y del turista, el contar con conocimiento sobre el fenómeno turístico en el territorio, la atención sanitaria al turista, la seguridad y protección civil al turista, y

siempre sin olvidar al residente que debe ser tener acceso tanto a los servicios públicos de calidad como a la oferta turística local.

En este ámbito se refleja un excelente trabajo por parte del destino, que trabaja junto con el sector privado en calidad turística, en apoyar y promover el producto local y la artesanía, en la seguridad y asistencia sanitaria al visitante y residente y en disponer de conocimiento de su oferta y su demanda turística. Además, de políticas de desestacionalizar la demanda turística y redistribuir flujos de visitantes en zonas no turísticas, fomentando el turismo de naturaleza, senderismo, etc.

 REQUISITOS DEL EJE





## RECOMENDACIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

SOS.A1	Gestión turística sostenible y responsable
A. Gestión de la sostenibilidad turística	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Mesa o comité DTI, empresariado turístico
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda que la gestión turística este siempre basada en la Sostenibilidad y competitividad, mediante la implementación o seguimiento del Plan Estratégico Integral de Turismo sostenible con el que ya se cuenta.</p> <p>El Área de Turismo en su gestión de Sostenibilidad deberá entre sus funciones realizar la monitorización y seguimiento de los objetivos y acciones en aras de la sostenibilidad turística. El ente gestor debe supervisar y cuantificar el turismo sostenible y responsable. Esto puede hacerse instaurando una <b>Mesa de sostenibilidad</b> en el comité de transversalidad o DTI, que incluya las áreas municipales de turismo, medioambiente, cultura, obras.</p> <p>Resaltar la conveniencia de tener en consideración la Guía para un Turismo Sostenible publicada en diciembre 2019 por Red Española para el Desarrollo Sostenible. Una herramienta que ayuda a los gestores del sector turístico a valorar el grado de cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.</p>	

<b>SOS.A2</b>		<b>Creación de una unidad de gestión de Sostenibilidad en turismo</b>
A. Gestión de la sostenibilidad turística		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Consejo Municipal Turismo, empresariado turístico	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se recomienda la creación de una Unidad de Gestión de Sostenibilidad en turismo, que funcionará de manera coordinada con el ente gestor DTI.</p> <p>Turismo debe diseñar y crear una unidad de gestión de Sostenibilidad en turismo en el marco de la Smart Office. Esta unidad realizará entre sus funciones la monitorización y seguimiento de los objetivos y acciones en aras de la sostenibilidad turística.</p>		

<b>SOS.A3</b>		<b>Supervisión del Turismo responsable</b>
A. Gestión de la sostenibilidad turística		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Mesa o comité DTI, empresariado turístico	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se aconseja disponer de herramientas de análisis y medida de la sostenibilidad en turismo y un programa que controle e informe públicamente y ayude a dar respuesta a cuestiones ambientales, socioculturales y de turismo sostenible a nivel del destino.</p> <p>Al disponer ya de una política de turismo sostenible y responsable se debe realizar una supervisión y monitorización de la misma. Realizando el seguimiento de los logros en turismo sostenible. Se aconseja realizar una comunicación y difusión de sus acciones y logros. Una herramienta fundamental en la comunicación es disponer de un Plan de comunicación y marketing del destino turístico inteligente.</p> <p>Esta recomendación está estrechamente relacionada con la SOS.A1.</p>		

**SOS.A4****Medición Capacidad de carga del turismo****A. Gestión de la sostenibilidad turística****Responsable**

Área de Turismo

**Secundario**

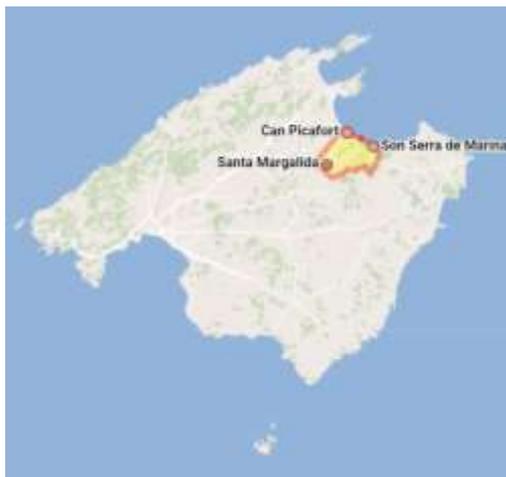
Consejo Municipal de Turismo

**Prioridad**

Media

Al no estar actualizado el estudio de capacidad de carga del turismo en el destino que se realizó en 2007, sería conveniente, una vez pasé la pandemia y se reestablezcan los flujos turísticos, la actualización para disponer de una medición de la capacidad de carga, en los meses de temporada alta o mayor afluencia de visitantes y en los lugares con mayor concentración de personas.

Se aconseja disponer de una evaluación del impacto ambiental en términos de territorialidad de uso turístico y medición de la capacidad de carga del turismo. Se podría realizar mediante distribución de sensorica, y la explotación de los datos disponibles de consumos de energía eléctrica, agua y generación de residuos, o bien mediante un acuerdo para ello con investigadores de la Universidad.



Fuente: Ayuntamiento Santa Margalida

<b>SOS.A5</b>		<b>Comunicación de aspectos sostenibles en el Plan de Marketing Turístico</b>
A. Gestión de la sostenibilidad turística		
<b>Responsable</b>	Área de Turismo	
<b>Secundario</b>	Asociaciones de empresarios turísticos, empresas turísticas, Consejo Municipal de Turismo	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se aconseja continuar con mayor intensidad si es posible en el Plan de marketing turístico del destino, que se considere la sostenibilidad turística de forma integral, y concreta poniendo en valor el turismo responsable y sostenible.</p> <p>Se podría efectuar la comunicación vía web incluyendo un apartado específico de <b>Turismo Responsable y Sostenible</b>, sería una forma pública de control de información y ayudaría a dar respuestas a cuestiones ambientales, socioculturales y de turismo sostenible a nivel del destino. <a href="#">Ejemplo de esto es el DTI Gijón/Xixón.</a></p> <p>Esta recomendación está estrechamente relacionada con la SOS.A3.</p>		

<b>SOS.A6</b>		<b>Ordenanza sobre ruido</b>
A. Gestión de la sostenibilidad turística		
<b>Responsable</b>	Área de Medioambiente	
<b>Secundario</b>	Policía, asociaciones vecinales, Área de Turismo	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se aconseja disponer de una norma propia sobre contaminación acústica en el destino. En Santa Margalida no existe una ordenanza sobre el ruido y sería necesaria, según lo reflejado de las entrevistas mantenidas en la fase de diagnóstico.</p> <p>Se aconseja diseñar y aprobar una norma al respecto. El destino debería disponer de una ordenanza municipal sobre ruidos, además de zonas acústicamente saturadas y un plan para evitar la contaminación acústica. Actualmente se sigue la Ley 1/2007, de 16 de marzo, contra la Contaminación Acústica en las Illes Balears (BOIB 45 de 24/03/2007) y el Real Decreto 1367/2007 de 19 de octubre, por el que se desarrolla</p>		

la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas (BOE 254 de 23/10/2007).

Esta recomendación está estrechamente relacionada con la SOS.C2.

**SOS.A7****Ordenanza frente a la contaminación del aire**

A. Gestión de la sostenibilidad turística

**Responsable**

Área de Medioambiente

**Secundario**

Asociaciones vecinales, Área de Movilidad

**Prioridad**

Media

En Santa Margalida no existe una ordenanza sobre contaminación del aire y sería aconsejable. Se aconseja diseñar y aprobar una norma al respecto. En el marco del Pla d'Acció per a l'Energia Sostenible i el Clima (PAESC).

**SOS.A8****Fomento de la Sostenibilidad turística en el sector privado**

A. Gestión de la sostenibilidad turística

**Responsable**

Área de Turismo

**Secundario**

Consejo Municipal de Turismo, asociaciones de empresarios turísticos, empresas turísticas, Área de Medioambiente

**Prioridad**

Alta

Se debe seguir impulsando la concienciación en Sostenibilidad al empresariado turístico local, fomentando la involucración del sector en este tema, al existir margen de mejora.

Se recomienda impulsar a través de las asociaciones de empresarios turísticos las buenas prácticas en gestión sostenible de los negocios turísticos.

El sector privado debe ir a la par que el sector público e implantar políticas específicas de turismo sostenible. El destino fomenta la Sostenibilidad Turística en el sector

privado a través de SICTED y de sus acciones en formación para que realicen acciones y sigan buenas prácticas medioambientales y sostenibles.

Los ODS 2030 aplicados al turismo deben inspirar la gestión turística, como se reflejó en el Memorándum de Arona en 2017. Y la Guía para un Turismo Sostenible.

Los 17 ODS de la Agenda 2030 aplicados al turismo deben ser los que orienten la gestión turística del sector, como se reflejó en el [Memorándum de Arona](#) en 2017. Y la [Guía para un Turismo Sostenible](#).

Se recomienda fomentar que las empresas turísticas, dispongan de un **plan de manejo ambiental**, el cual incluya medidas de reciclaje, uso de envases retornables, eficiencia energética, uso de energías renovables, e implementar otras medidas de control para evitar la contaminación. No existe un protocolo o un plan de manejo ambiental de empresas turísticas, pero sí que existen iniciativas propias del sector turístico local que organiza jornadas de limpieza de playas o entornos naturales implicando a los turistas y desde el área Medioambiente se colabora con estas iniciativas, además se trabaja en temas de formación con las empresas turísticas en relación con la sostenibilidad medioambiental ir al reciclaje.

El ente gestor, en coordinación con el resto de áreas municipales, debe promover la economía circular en el sector gastronómico y hotelero de Santa Margalida.

Esta recomendación está estrechamente relacionada con la SOS.A1.

SOS.A9		Concienciación en Sostenibilidad para visitantes y residentes	
A. Gestión de la sostenibilidad turística			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo		
<b>Secundario</b>	Consejo Municipal de Turismo, asociaciones de empresarios turísticos, empresas turísticas		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Se aconseja la intensificación de las campañas de concienciación en Sostenibilidad (ahorro energético, ahorro de agua, utilización de papeleras, cuidado de los espacios naturales, tenencia responsable de mascotas, etc.) dirigidas al visitante y al residente, sobre todo en meses de temporada alta.</p> <p>Un buen ejemplo es el DTI Puerto de la Cruz, en Tenerife, que realiza continuas campañas de respeto con el entorno y concienciación en Sostenibilidad turística.</p>			

Además, es aconsejable desarrollar un código de conducta para los visitantes en prácticas sostenibles, para minimizar el impacto de la actividad turística y maximizar el disfrute, y también incluir información de utilidad sobre la interpretación de los espacios turísticos.

También, el destino deberá informar a los visitantes sobre las actuaciones relativas a eficiencia energética, ahorro de agua, gestión responsable de residuos, mediante avisos que reúnan las siguientes características:

- Que hagan explícita la solicitud de colaboración, que expliquen el por qué y para qué de las conductas solicitadas y que describan los comportamientos recomendados.
- Estar ubicados, como mínimo, en los principales puntos de afluencia turística.

Disponibles en las lenguas más habituales de los turistas, (castellano, catalán, alemán, francés, italiano, inglés).

<b>SOS.B I</b>	<b>Desarrollo de una Estrategia Cultural de Santa Margalida</b>
----------------	---

**B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural**

<b>Responsable</b>	Área de Cultura
<b>Secundario</b>	Asociaciones culturales y vecinales, Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

Se aconseja mejorar la planificación, coordinación y comunicación de todos los eventos culturales y contar con una estrategia unificada en cultura. Además, se recomienda impulsar, aún más si cabe, una actitud participativa ciudadana en la realización y participación en actividades culturales, impulsando iniciativas de la población en temas culturales.

En otros destinos la población ha participado en la elaboración de su “Estratégica Cultural”, por ejemplo, en Puerto de la Cruz (Tenerife), también miembro de la Red DTI, hecho que fue un hito en las políticas culturales y referente para la redacción de otros planes culturales en ciudades como Alicante o Buenos Aires.

<b>SOS.B2</b>		<b>Apoyo a la artesanía local</b>	
B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural			
<b>Responsable</b>	Áreas de Cultura y de Promoción Económica		
<b>Secundario</b>	Área de Turismo, Consejo Municipal de Turismo, empresariado local		
<b>Prioridad</b>	Media		
Se recomienda seguir impulsando la artesanía local, desarrollo de acciones concretas de conservación y promoción de los oficios artesanos locales en Santa Margalida.			

<b>SOS.B3</b>		<b>Fomento del binomio Cultura y turismo</b>	
B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural			
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Cultura		
<b>Secundario</b>	Consejo Municipal de Turismo, empresariado turístico, asociaciones culturales		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Se aconseja continuar impulsando como hasta ahora la relación “Cultura y Turismo” para seguir creando sinergias en aras de la sostenibilidad sociocultural y el desarrollo económico.</p> <p>Se recomienda el fomento y la apuesta de actividades relacionadas con los recursos culturales locales, es además una forma de potenciar y desestacionalizar la demanda turística. Se debe articular y conectar este binomio en el Plan de Turismo del destino.</p> <p>Existe un importante segmento de oferta y demanda turística relacionada con el turismo cultural (eventos culturales, festivales, etc.). Cada vez más se realiza mayor tematización y paquetización de productos temáticos en torno a experiencias culturales. Se realizan proyectos conjuntos entre turismo y patrimonio para restauración de espacios y elementos culturales artísticos como las torres de ventilación y defensivas de Santa Margalida. En el Teatro de Santa Margalida se realizan muchas actividades se necesitaría integrar esta agenda cultural del teatro con la agenda de turismo y así reforzar el binomio entre Turismo y Cultura para que puedan hacer los turistas a este tipo de actividades.</p>			

<b>SOS.B4</b>		<b>Mantenimiento y rehabilitación de bienes inmuebles y patrimonio histórico para uso turístico</b>
B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural		
<b>Responsable</b>	Áreas de Cultura, Turismo y Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Asociaciones culturales y vecinales	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Se aconseja el mantenimiento y rehabilitación de bienes inmuebles y patrimonio histórico para uso turístico. Recomendable la utilización de instalaciones rehabilitadas para usos culturales, si hubiera edificios históricos rehabilitados que estén cerrados o infrautilizados, estos equipamientos públicos, se podrían darles uso con enfoque turístico y cultural.</p>		

<b>SOS.C1</b>		<b>Gestión eficiente en el ciclo del agua</b>
C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente		
<b>Responsable</b>	Área Medioambiente municipal, Dirección General de Recursos Hídricos del Gobierno Balear, Consejería de Medioambiente	
<b>Secundario</b>	Empresas, ciudadanos y visitantes	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>Se recomienda desarrollar programas de ahorro en el consumo de agua a nivel público y privado. En las infraestructuras e instalaciones públicas y en las turísticas deberán implantarse prácticas de ahorro generales, monitorizadas.</p> <p>Una carencia detectada es que el porcentaje de agua no controlada por diversas circunstancias, falta de medios de cálculo, fugas, etc., supone un elevado % del agua puesta en la red de distribución. Se deben reducir las pérdidas en la distribución y canalización. Se podría utilizarse la instalación de sensores en la red para controlar y corregir las pérdidas. Un ejemplo en este sentido es otro DTI como Benidorm.</p>		

SOS.C2		Gestión de la contaminación acústica
C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente		
<b>Responsable</b>	Área de Medioambiente	
<b>Secundario</b>	Áreas de Movilidad, Policía	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>En Santa Margalida no existe una ordenanza sobre el ruido y sería necesaria, como ya se ha comentado en la acción SOS.A6 Ordenanza sobre ruido.</p> <p>El destino debería disponer de una ordenanza municipal sobre ruidos, además de un mapa de zonas acústicamente saturadas y un plan para evitar la contaminación acústica. Actualmente se sigue la Ley 1/2007, de 16 de marzo, contra la Contaminación Acústica en las Illes Balears (BOIB 45 de 24/03/2007) y el Real Decreto 1367/2007 de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas (BOE 254 de 23/10/2007).</p> <p>Se carece de un mapa estratégico de ruido, recordar que por tamaño poblacional no está obligado a disponer del mismo, ni de un Plan Acústico Municipal. Aunque sería conveniente, al ser una herramienta eficaz para aportar información sobre los niveles de ruido originados por las infraestructuras y los existentes en las aglomeraciones urbanas, además de evaluar la población expuesta a diferentes intervalos de niveles de ruido.</p> <p>El mapa de ruido es una herramienta efectiva con la que poder establecer la afección sonora de las distintas zonas urbanas, en particular aquellas que por su uso requieren un clima sonoro silencioso, tales como zonas culturales, docentes, residenciales o sanitarias; y se constituye en un elemento de influencia en la futura planificación del tráfico de la ciudad o para la redacción o modificación de disposiciones legales de competencia municipal en materia de ruido.</p> <p>Se aconseja elaborar e implementar un mapa de ruidos y desarrollar mecanismos de minimización del ruido, parámetros de niveles sonoros, etc.</p>		

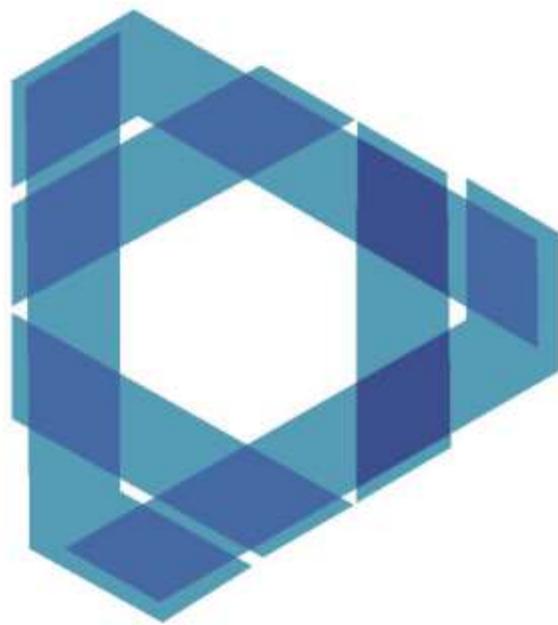
<b>SOS.C3</b>		<b>Estrategia de Adaptación al Cambio Climático</b>	
C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente			
<b>Responsable</b>	Área de Medioambiente		
<b>Secundario</b>	Resto de áreas municipales, ciudadanos y visitantes		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Se aconseja el impulso a una Estrategia de Adaptación al Cambio Climático.</p> <p>Por otra parte, si el destino lo estima oportuno, todas las medidas contra el cambio climático pueden desarrollarse en colaboración con colectivos y/o entidades locales de diverso tipo.</p> <p>Además, en el marco turístico si fuera posible, se recomienda su inclusión en el Plan Estratégico de Turismo del destino, en el Plan Director de Destino Turístico Inteligente y en el Plan Operativo o de Acción anual.</p>			

<b>SOS.C4</b>		<b>Reducción de Gases de Efecto Invernadero</b>	
C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente			
<b>Responsable</b>	Área de Medioambiente		
<b>Secundario</b>	Área de Turismo		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>En el marco de la Estrategia de adaptación al cambio Climático se aconseja disponer de un programa para estimular a las empresas y operadores turísticos a medir y reducir las emisiones de GEI y fomenta al sector turístico a participar en iniciativas de remisión y compensación de CO<sub>2</sub>, ejemplo de ello es el DTI <a href="#">Isla de Tenerife</a> que cuenta con un mecanismo de compensación de la <a href="#">huella de carbono</a>. Se debe seguir avanzando en este tema, siempre hay margen de mejora.</p> <p>Esta recomendación está estrechamente relacionada con la SOS.C3.</p>			

SOS.C5		Agenda 2030 y Santa Margalida	
C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente			
<b>Responsable</b>		Alcaldía y Áreas municipales	
<b>Secundario</b>		Sector turístico privado, residentes y visitantes	
<b>Prioridad</b>		Alta	
<p>Se aconseja en base a la consecución en Santa Margalida de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año 2030, seguir velando por la conservación y mejora medioambiental, la lucha contra el cambio climático, impulsar el uso de energías limpias y renovables, manejo ambiental del ciclo del agua, erradicación de la pobreza, economía social, etc.</p> <p>Se deben desarrollar programas de economía circular, de eficiencia energética y de ahorro en el consumo de agua a nivel público y privado. En las infraestructuras e instalaciones públicas y en las turísticas deberán implantarse prácticas de ahorro generales, como el evitar dejar grifos abiertos, reparar goteos, riego por sensores, temporizadores, aplicación de sensores, etc.</p> <p>El fomento de la economía circular en el sector turístico debe prevenir el desperdicio de alimentos, promover la reutilización de envases, minimizar la generación de residuos. El turismo debe colaborar con la creación de riqueza y empleo en la comunidad local.</p>			

SOS.DI	Reactivación económica y social
D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	
<b>Responsable</b>	Alcaldía, Área de Promoción Económica
<b>Secundario</b>	Empresarios y población residente
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se aconseja seguir impulsando la reactivación económica y social de Santa Margalida, por una parte, continuar con el apoyo a la economía y al empleo local y por otra con paliar la emergencia social, debida a la crisis sanitaria del COVID-19.</p> <p>Se debe hacer referencia al contexto actual, la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 ha cambiado por completo el escenario económico a todos los niveles. Las limitaciones a la movilidad han impactado en la actividad productiva y sobre todo en el turismo.</p> <p>Se ha publicado un el Real Decreto-ley 25/2020, de 3 de julio, de medidas urgentes para apoyar la reactivación económica y el empleo, y en su artículo 10 se crea el instrumento denominado “Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos”, para la prestación, por parte de la Secretaría de Estado de Turismo, de apoyo a la inversión en actuaciones de impulso, adecuación y mejora de los destinos turísticos con el fin de aumentar su sostenibilidad. Y se anuncia que respecto a los planes de Sostenibilidad Turística en Destinos: “La Secretaría de Estado de Turismo, las comunidades autónomas y, en su caso, las entidades locales competentes por razón del territorio firmarán convenios en los cuales se determinarán las actuaciones a realizar, el importe estimado de la inversión, el plazo de ejecución y el porcentaje de aportación a la financiación de las administraciones participantes, que en el caso de la Secretaría de Estado de Turismo no podrá superar el cincuenta por ciento del total de cada Plan”.</p> <p>Desde el Área de Turismo y desde el área de Promoción Económica se podría aprovechar estos planes de Sostenibilidad Turística para avanzar en su conversión a DTI, apoyando a su empresariado turístico.</p> <p>La sostenibilidad socioeconómica pasa porque una vez se pueda reactivar el turismo en el destino, sus beneficios influyan en el bienestar de los residentes, en creación de empleo, en fijar población al territorio, en protección de su patrimonio cultural y tradiciones y en su desarrollo sostenible.</p>	

SOS.D2	Conocimiento de Sostenibilidad turística
D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Consejo Municipal de Turismo, Universidad
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Se debe contar con analítica y conocimiento del fenómeno turístico del destino. Santa Margalida dispone de información al respecto, pero siempre hay margen de mejora y avance.</p> <p>Se aconseja poner el foco en la medición de los flujos turísticos y sus características en el destino. Además, de disponer de indicadores de sostenibilidad.</p> <p>Se debería disponer de herramientas de medición del fenómeno turístico: perfil sociodemográfico del visitante, aspectos valorados en su satisfacción como la gastronomía, la seguridad, la hospitalidad, etc. así como la contribución del gasto turístico a la sostenibilidad, el impacto económico del turismo, etc. Y tener actualizados los datos de la oferta turística local (plazas hoteleras, número de restaurantes, bares y cafeterías, empresas turísticas de ocio...).</p> <p>Se recomienda la mejora del conocimiento turístico en Santa Margalida.</p> <p>Se recomienda usar herramientas de medición de la satisfacción de los residentes en relación con la actividad turística (encuestas, sondeos, participación ciudadana). Y así, conocer las aspiraciones, intereses y satisfacción de la población local con respecto al turismo que recibe el destino para ser tenida en cuenta esta información en la toma de decisiones de la política turística.</p> <p>Además, se aconseja conocer la satisfacción del turista. Se debería realizar una medición de la satisfacción de los turistas en relación con el destino y su experiencia turística. A partir del conocimiento obtenido se deberá identificar medidas de mejora y ponerlas en práctica (crear, innovar, reorganizar).</p>	

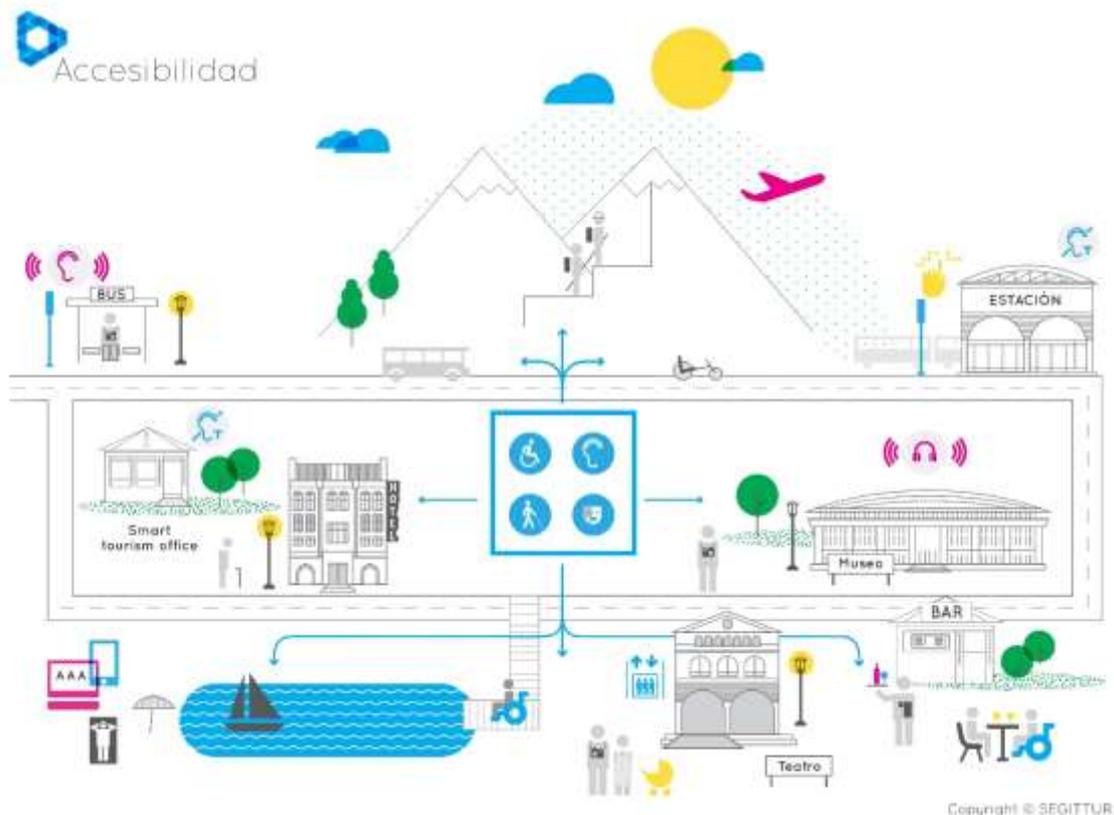


**ACCESIBILIDAD**

## 4.5. ACCESIBILIDAD

La accesibilidad universal de un DTI pasa por desarrollar un turismo que permita el acceso, uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando el derecho a la igualdad de oportunidades a disfrutar de los entornos, bienes, servicios, productos, tecnologías, etc. de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible. La aplicación de la accesibilidad universal presupone la aplicación de la estrategia de “diseño universal o diseño para todas las personas”, y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

Por otro lado, además de dar respuesta a un derecho fundamental de las personas, la accesibilidad universal constituye un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, representa una oportunidad de negocio para todo el sector, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable.



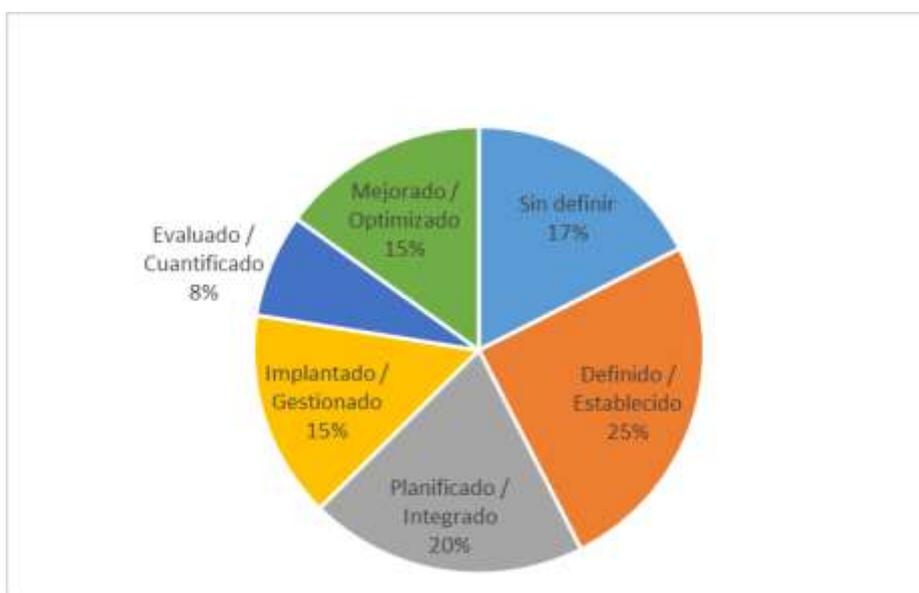
### 4.5.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad

Un DTI debe tener la accesibilidad universal como requisito imprescindible, posibilitando el acceso a todo tipo de productos, servicios y propuestas culturales, de naturaleza o de ocio, independientemente de las características, capacidades o condiciones del potencial visitante. Para ello, el diagnóstico tiene en cuenta elementos de gestión y de normativa en esta materia y su aplicabilidad en espacios, infraestructuras y en la tecnología que se utilice en el destino de cara al turista.



**El grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el eje de accesibilidad en Santa Margalida se sitúa en el **43%**.

#### Evaluación cumplimiento Accesibilidad

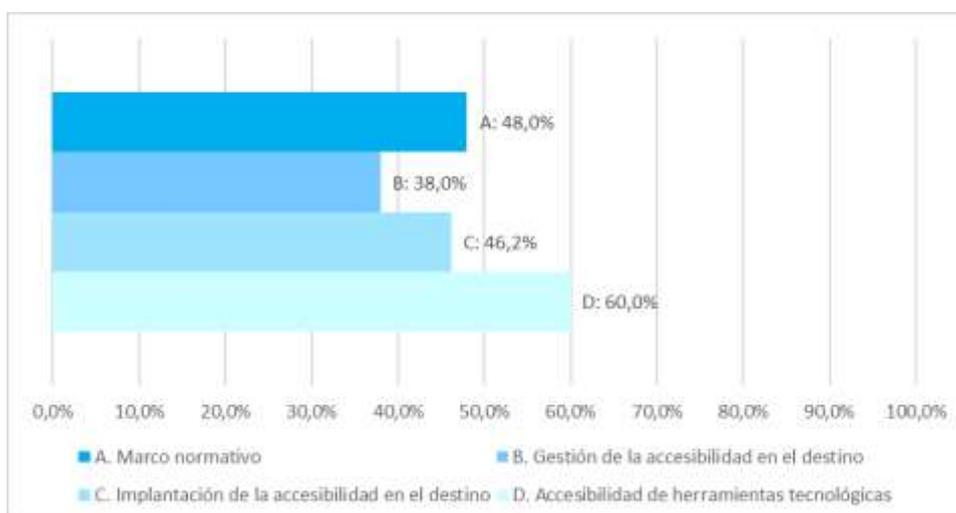


Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

Como se observa en el gráfico anterior para el 38% de los requisitos que recoge este eje el destino dispone de proyectos implantados o evaluados, de los que el 15% está mejorado. Además, para un 20% de los requisitos existen actuaciones planificadas. Sin embargo, por el momento, Santa Margalida tiene un 25% de requisitos para los que sólo tiene acciones definidas y un 17% sin definir.

En el **desglose del eje por ámbitos de evaluación**, la Accesibilidad en herramientas tecnológicas es la que presenta un mayor grado de cumplimiento. El destino tiene mayor margen de mejora en los ámbitos de Marco normativo, Gestión de la accesibilidad en destino e Implantación de la accesibilidad en el destino, que presentan un grado de cumplimiento muy similar.

### Ámbitos de evaluación de Accesibilidad



Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

## 4.5.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

### Ámbito A. Marco normativo

En este apartado se analiza la legislación relacionada con accesibilidad y turismo que afecta al territorio en el que se ubica el destino y la formación y capacitación necesarias por parte de los responsables para su aplicación.

### Ámbito B. Gestión de la Accesibilidad en el destino

Para evaluar y diagnosticar la gestión de la accesibilidad se analizan cuestiones relacionadas con los instrumentos estratégicos de planificación o la comunicación sobre las condiciones de accesibilidad del destino con el objetivo de determinar las políticas y estrategias de actuación encaminadas a la aplicación de medidas para su mejora.

### Ámbito C. Implantación de la accesibilidad en el destino.

Se analizan las condiciones de accesibilidad en distintos espacios físicos del territorio fundamentales para los visitantes desde las oficinas de turismo a playas, parques o su gestión en eventos y en espacios gestionados por el sector privado.

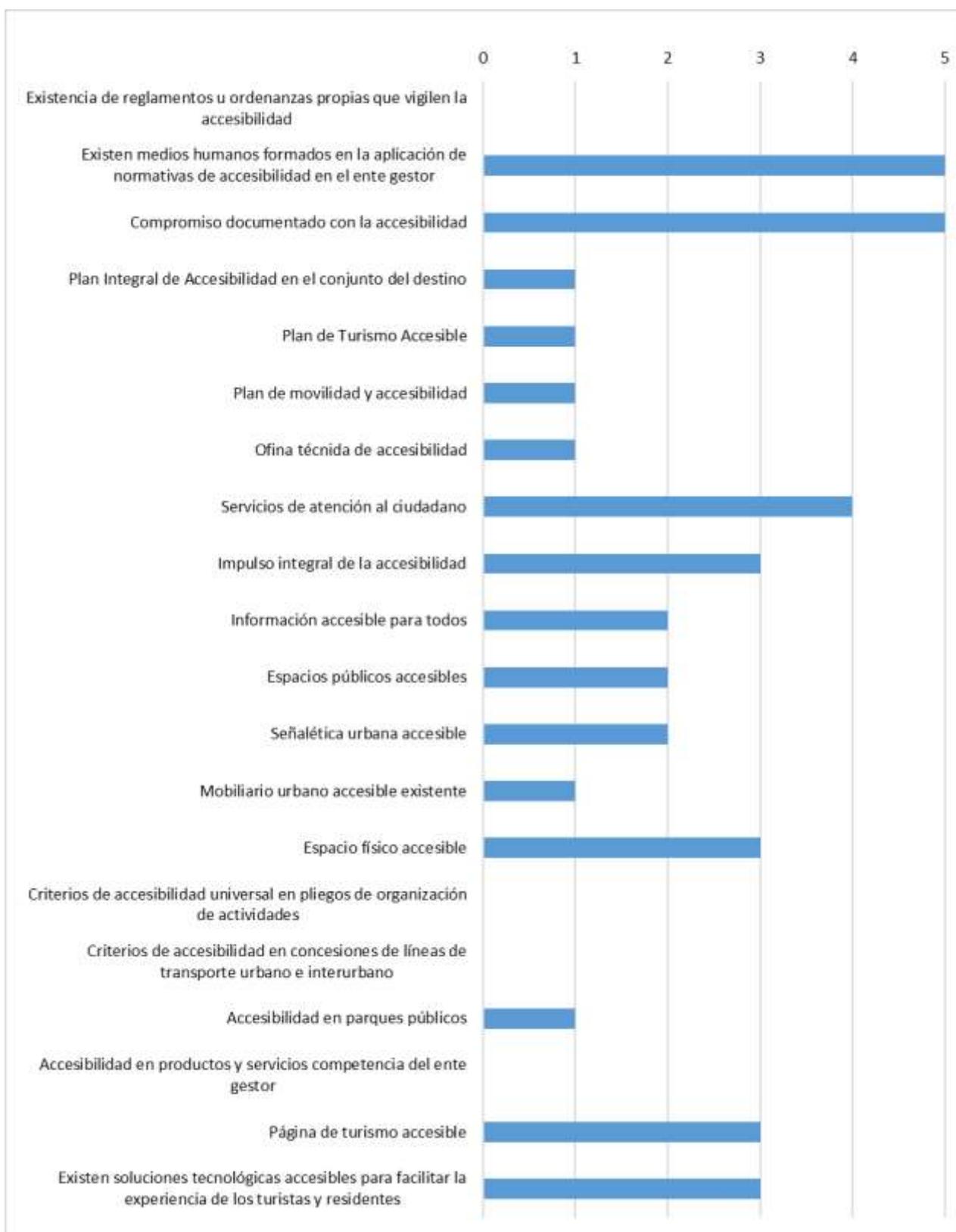
### Ámbito D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas

Según el art. 5 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, *“la información disponible en las páginas de internet de las administraciones públicas deberá ser accesible a las personas mayores y personas con discapacidad”*.

En ese sentido, este apartado analiza la accesibilidad de las webs de turismo o aquellas susceptibles de ser usadas por los visitantes en el destino, como pieza fundamental de la comunicación.



## REQUISITOS DEL EJE





## RECOMENDACIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

ACC.AI	Creación de mecanismos de vigilancia y control de aplicación de la normativa en materia de accesibilidad
A. Marco normativo	
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal
<b>Prioridad</b>	Media
<p>El Ente gestor del destino explica que para hacer cumplir la normativa en accesibilidad se da cumplimiento a la Llei 8/2017, de 3 d'agost, d'accessibilitat universal de les Illes Balears. BOIB núm. 96, de 05/08/2017. Los mecanismos de cumplimiento establecidos son, por un lado, la inspección de oficio o de parte de la normativa vigente, tanto a cargo de la Consejería de Administraciones Públicas y Modernización como de las Direcciones Generales correspondientes a las respectivas actividades inspeccionadas. Asimismo, señala que "en locales y servicios de nueva implantación se cumple la normativa en vigor y se comprueba en la concesión de licencias de actividad. Los mecanismos de cumplimiento remiten a la DG de Actividades del Govern y los servicios de Urbanismo del Ayuntamiento por otra".</p> <p>No hay constancia de la existencia de otros mecanismos. Basándose en los elementos observados en la visita, en algún caso se ha podido comprobar la correcta aplicación de la normativa en accesibilidad en infraestructuras y servicios de nueva implantación, si bien a veces de forma parcial y con margen de mejora, principalmente en aspectos sensoriales (ej. Casa de la Cultura de Santa Margalida) y físicos (ej. comercios y establecimientos privados de uso público). En otros casos, los elementos visitados no son de competencia municipal (Govern de les Illes Balears). Sin embargo, sorprende observar la falta de aplicación de criterios de accesibilidad exigidos por normativa, en recientes reformas del entorno urbano. En el caso del Passeig Colón de Can Picafort o del Carrer de la Constitució y Plaça de la Vila de Santa Margalida, ambas reformadas recientemente, destaca la ausencia de elementos táctiles en la pavimentación, tanto de encaminamiento como de advertencia, especialmente en los nuevos pasos de peatones del Passeig Colón, que carecen de pavimento táctil.</p> <p>A pesar de existir una normativa y unas actividades de inspección, se observa que aún no existe un cumplimiento generalizado de los criterios mínimos de accesibilidad, por</p>	

lo que se sugiere poner en marcha **mecanismos de vigilancia y seguimiento**, a partir de la aprobación de proyectos y concesión licencias, que permitan un mayor cumplimiento de la normativa en materia de accesibilidad, tanto para infraestructuras y servicios de nueva implantación, como para aquellos existentes.

La creación de dichos mecanismos y protocolos de verificación de cumplimiento de la normativa para infraestructuras y servicios nuevos y existentes se podrá contemplar en la Ordenanza de Accesibilidad Universal, en el caso en que se considere oportuna su elaboración (véase recomendación ACC02).

ACC.A2	Elaboración de una ordenanza de accesibilidad
A. Marco normativo	
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal; Área de Servicios Sociales y Sanidad
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Según la información proporcionada por el destino y a través de la <a href="#">sección de normativa en la página web del Ayuntamiento de Santa Margalida</a>, se constata que no existe una ordenanza que vigile la accesibilidad ni se ha observado la inclusión de la accesibilidad en otras ordenanzas municipales, salvo alguna mención puntual en la Ordenanza Reguladora de l'Ús de la Via Pública.</p> <p>Se recomienda al Ayuntamiento de Santa Margalida que fomente la creación de una ordenanza en materia de accesibilidad o que incorpore la accesibilidad de manera transversal en las ordenanzas existentes, pudiendo así garantizar un mayor cumplimiento en diferentes ámbitos.</p> <p>Se recomienda tomar de referencia la propuesta modelo de Ordenanza Municipal de Accesibilidad Universal que elaboró el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) para todos los Ayuntamientos de España, a fin de que aprobasen normas de este tipo. El trabajo se realizó con anterioridad a la publicación de la normativa vigente en materia de accesibilidad, con lo cual debería ser actualizado, si bien en cuanto a su estructura, no deja de ser un modelo válido.</p>	

<b>ACC.A3</b>		<b>Difusión de la legislación en materia de accesibilidad a través de los medios de comunicación municipales</b>
A. Marco normativo		
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal; Área de Servicios Sociales y Sanidad	
<b>Prioridad</b>	Baja	
<p>El Ente gestor del destino indica que la web municipal dispone de una sección específica en esta materia y que en esta sección se recogen los principales aspectos relacionados con la accesibilidad. Se informa también que "el ayuntamiento difunde información sobre accesibilidad en un tótem informativo, así como en los mapas turísticos y señalética física en los espacios donde aplica". Sin embargo, tanto en la web como en la sede electrónica del Ayuntamiento, en las secciones dedicadas a la normativa, no se ha observado la existencia de apartados que recojan la legislación y las principales noticias en materia de accesibilidad.</p> <p>Para impulsar el conocimiento de la legislación en materia de accesibilidad en las áreas municipales más involucradas en la aplicación de la normativa, se propone divulgar a través de los principales canales de comunicación del Ayuntamiento (página web, boletines,...) todo tipo de documentación y noticias que puedan ser útiles para complementar la formación de los técnicos municipales.</p>		

<b>ACC.B1</b>		<b>Dotación de medios para la gestión de la accesibilidad</b>
B. Gestión de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal	
<b>Secundario</b>		
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>El destino señala que hay un técnico del área de Medio Ambiente que coordina los temas de accesibilidad en playas. Sin embargo, excepto en el ámbito de las playas, no hay constancia de que haya recursos humanos dedicados a la gestión de la accesibilidad del destino, ni partidas presupuestarias específicas.</p>		

Es determinante la creación de una estructura que coordine la gestión de la accesibilidad, también en el ámbito turístico. Se recomienda al Ente Gestor dotarse de medios humanos, técnicos y económicos dedicados a la gestión de la accesibilidad universal del destino, mediante la dotación de un presupuesto específico para la puesta en marcha de acciones de mejora de la accesibilidad y la estructuración de área, con personal técnico formado en accesibilidad universal y adecuadas herramientas de planificación.

<b>ACC.B2</b>	<b>Elaboración de un Plan de Accesibilidad Universal</b>
---------------	--

B. Gestión de la accesibilidad en el destino

<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal; Área de Servicios Sociales y Sanidad
<b>Prioridad</b>	Alta

Según la información recibida, existe un Plan de Ordenación Urbanística que contempla aspectos de accesibilidad, aunque no se ha podido acceder al documento ni se encuentran noticias al respecto en la página municipal u otras fuentes en la web.

Asimismo, el Ayuntamiento de Santa Margalida dispone de un plan de equipamientos e infraestructuras que contempla aspectos clave de movilidad y accesibilidad, tomando como base para las actuaciones realizadas y planificadas en rotondas y parkings, que contemplan aspectos relacionados con la accesibilidad.

Por otro lado, en el "Pla Estratègic Integral de Can Picafort - Pla d'acció operatiu II: Macroprograma de desenvolupament i requalificació de Can Picafort", se describen intervenciones de mejora en la urbanización y vialidad de Can Picafort, que también deberían contribuir a mejorar, entre otras cosas, las condiciones de accesibilidad del entorno urbano (entre ellas, intervenciones para generar plataformas únicas o aparcamientos), si bien no se identifican menciones a dichas mejoras, salvo en el Programa Can Picafort Smart & Green, en el que se hace una genérica referencia a la mejora de los 5 ejes de un DTI.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, se recomienda la creación de un **Plan Integral de Accesibilidad Universal**. El Plan debe integrar las actuaciones planificadas en el conjunto de planes existentes a nivel municipal y establecer un alcance de ámbito gestionado por la administración pública.

ACC.B3	Elaboración de un Plan de Accesibilidad Turística
B. Gestión de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y medio Ambiente
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>No existe un plan específico de turismo accesible y tampoco existe un Plan Director de Turismo como tal, en el que se incluya una planificación de la accesibilidad en ámbito turístico.</p> <p>Si bien el Ente Gestor señala que, aun sin contar con un plan integral de turismo accesible, se siguen criterios de cumplimiento en los principales recursos turísticos del municipio, se considera necesaria la estructuración en un plan conjunto de las acciones a desarrollar, a modo de hoja de ruta para el sector turístico.</p> <p>Se recomienda la elaboración de un plan específico y detallado de acciones dirigidas a la mejora y la promoción de la accesibilidad en ámbito turístico, alineado a los otros planes ya existentes, en desarrollo o cuya elaboración se prevé en algunas de las acciones propuestas. En caso de no elaborarse un plan de turismo accesible, se valora imprescindible, al menos, la inclusión en el futuro Plan Director de Turismo de unas líneas estratégicas de planificación de una oferta y promoción de turismo accesible para todas las personas, y que contemplen la gestión de la accesibilidad en el turismo del destino Santa Margalida-Can Picafort.</p>	

<b>ACC.B4</b>	<b>Inclusión de criterios de Accesibilidad Universal en la elaboración de un Plan de Movilidad</b>	
B. Gestión de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Al no existir un Plan de Movilidad del municipio, no se puede valorar si este contempla necesidades de accesibilidad. La única referencia a la accesibilidad en un documento de planificación de la movilidad del municipio es la mención de los 5 ejes de un DTI en el en el Programa Can Picafort Smart &amp; Green del "Pla Estratègic Integral de Can Picafort - Pla d'acció operatiu II: Macroprograma de desenvolupament i requalificació de Can Picafort".</p> <p>Se recomienda que, en el caso en que el Ayuntamiento considere oportuno elaborar un Plan de Movilidad del municipio, este contemple criterios de Accesibilidad Universal y necesidades de accesibilidad de las personas.</p>		

<b>ACC.B5</b>		<b>Creación de mecanismos de cumplimiento de las acciones en materia de accesibilidad</b>
B. Gestión de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal; Área de Servicios Sociales y Sanidad	
<b>Prioridad</b>	Baja	
<p>Hasta la fecha, el destino todavía no dispone de un plan de accesibilidad, así como no cuenta con un plan director de turismo ni una planificación del turismo accesible, con lo cual no es posible valorar los eventuales mecanismos de cumplimiento que estos deberían contemplar, si bien a través del análisis de los pliegos técnicos para la concesión de algunos de los servicios turísticos, se puede comprobar la exigencia del cumplimiento de criterios de accesibilidad, principalmente en las playas.</p> <p>En el momento en que se elaboren documentos de planificación de la accesibilidad, se recomienda la identificación de mecanismos que garanticen el cumplimiento de las acciones en materia de accesibilidad en ellos contenidas.</p>		

<b>ACC.B6</b>		<b>Seguimiento de las acciones de accesibilidad</b>
B. Gestión de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Área de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal; Área de Servicios Sociales y Sanidad	
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Según la documentación aportada y la información proporcionada por el Ente gestor, el seguimiento de las acciones de accesibilidad se realiza en el ámbito de las playas, siguiendo el plan anual de auditorías de las Banderas Azules y los instrumentos utilizados para el seguimiento y control son básicamente las auditorías periódicas (anuales) de las playas a través del SICTED y de la Bandera Azul.</p> <p>El destino destaca también que en los pliegos de condiciones para las concesiones de la gestión de playas se van introduciendo mejoras al vencimiento en cada nueva versión y los puntos adaptados de playa cuentan con registro de usuarios, que permite un</p>		

control y seguimiento del servicio. Sin embargo, no hay constancia de que existan instrumentos de seguimiento y que este se realice también para todas las acciones de accesibilidad implementadas en el resto del destino. A este propósito, la [encuesta de satisfacción del turista](#) podría representar un instrumento útil para el seguimiento de algunas de las acciones, pero esta no incluye aspectos relacionados con la accesibilidad.

Se recomienda realizar un seguimiento de las acciones llevadas a cabo para la mejora de la accesibilidad y evaluar periódicamente cumplimiento de las mismas, no solamente en el ámbito de las playas, mediante los mecanismos que se consideren más oportunos (comisiones de seguimiento, identificación de indicadores de cumplimiento, etc.).

Aun siendo la accesibilidad un elemento transversal, muchas de las acciones llevadas a cabo para la mejora de sus condiciones, tanto en el entorno urbano como en edificaciones y recursos turísticos, se suelen coordinar a través de otras áreas municipales diferentes a la de turismo, por lo que se sugiere que sean estas las áreas impulsoras de la creación de instrumentos de seguimiento y que el área de turismo supervise dicho seguimiento en todas aquellas acciones de mejora de la accesibilidad que tienen una repercusión directa o indirecta en el turismo del destino. En el caso de la encuesta para el turista, se recomienda incluir ítems que permitan valorar la satisfacción sobre la accesibilidad del destino.

<b>ACC.B7</b>		<b>Formación del sector turístico público y privado en accesibilidad universal y atención a turistas con necesidades de accesibilidad</b>	
<b>B. Gestión de la accesibilidad en el destino</b>			
<b>Responsable</b>	Área de Turismo y Comercio y Medio Ambiente		
<b>Secundario</b>			
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>El destino aporta documentación fotográfica acerca de la formación que realizan anualmente los socorristas de las playas, que se considera una acción necesaria y se valora positivamente. Sin embargo, no hay constancia de que se haya realizado una formación dirigida a gestores, profesionales del sector turístico público y privado y profesionales en general relacionados con la experiencia en destino, que se configura como uno de los principales aspectos de mejora.</p>			

Por estos motivos, se recomienda la realización de acciones de formación y de sensibilización, dirigidas tanto al sector público como privado, en el ámbito de la accesibilidad universal y de la atención a clientes con necesidades de accesibilidad.

Esta acción deberá incluirse en el futuro plan de turismo accesible y en los planes municipales de formación, para que se pueda realizar de forma periódica, según los intervalos de tiempo que se estimen oportunos y en función de la tasa de rotación del personal.

<b>ACC.B8</b>	<b>Desarrollo de acciones de sensibilización para sector turístico y población en general sobre accesibilidad universal y necesidades de las personas</b>
---------------	---

**B. Gestión de la accesibilidad en el destino**

<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	Área de Servicios Sociales y Sanidad
<b>Prioridad</b>	Media

El destino afirma que no se han realizado acciones de sensibilización de manera específica. Además, en la documentación analizada, se observa el uso frecuente de terminología inadecuada para referirse a personas con discapacidad.

Se recomienda fomentar acciones de sensibilización de los técnicos del Ayuntamiento, así como del sector turístico dirigidas, entre otras cosas, a mejorar la forma de comunicar la accesibilidad. Es deseable que estas acciones y campañas de sensibilización se desarrollen con la colaboración de entidades sociales locales que representan a personas con diferentes necesidades de accesibilidad y se extienda al conjunto de la población. Podría ser útil la participación del Área municipal de Servicios Sociales.

ACC.B9	Creación de una oficina técnica de accesibilidad
B. Gestión de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal
<b>Secundario</b>	Área de Urbanismo; Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>No existe una oficina técnica de accesibilidad como tal. Según la información proporcionada, esta función la cubren las áreas de Turismo y Medio Ambiente en coordinación con Urbanismo y Policía.</p> <p>La accesibilidad universal es una materia transversal a todas las áreas de gestión de un Ayuntamiento. Será necesaria la creación de un órgano de gestión de la accesibilidad en el ente gestor, que desarrolle funciones técnicas, estratégicas de gestión y de coordinación, necesarias para el desarrollo de todas las actuaciones de ámbito y competencia municipal, relacionadas con la accesibilidad. El órgano puede concretarse en una Oficina Técnica de Accesibilidad, que deberá contar con medios humanos, técnicos y económicos dedicados a la gestión de la accesibilidad universal del destino.</p> <p>La Oficina Técnica de Accesibilidad tendrá entre sus funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Velar por el cumplimiento de la normativa sobre Accesibilidad Universal</li> <li>- Realizar el seguimiento de las actuaciones contenidas en los futuros planes de accesibilidad, movilidad, turismo accesible</li> <li>- Asesorar en obras de adaptación de edificios públicos</li> <li>- Coordinar con los órganos de participación de personas con necesidades de accesibilidad que se propone crear, identificando las necesidades expresadas por los diferentes miembros</li> <li>- Servicio de asesoramiento y atención a ciudadanos en materia de accesibilidad universal, informando acerca de los derechos de las personas con discapacidad, normativa en accesibilidad, recogida de denuncias y propuestas.</li> </ul>	

<b>ACC.B10</b>	<b>Creación de mecanismos de participación de la ciudadanía con necesidades de accesibilidad en materia de accesibilidad y turismo</b>
<b>B. Gestión de la accesibilidad en el destino</b>	
<b>Responsable</b>	Áreas de Cultura, Participación Ciudadana, Mayores y coordinación de sectores turísticos
<b>Secundario</b>	Área de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El destino indica que, entre los mecanismos de participación ciudadana, destaca principalmente el Consell Assessor de Turisme y que, como parte interesada, es especialmente activa la Asociación Hotelera de Can Picafort, que lleva a cabo actuaciones diversas en este ámbito. El Estatuto configura el Consell Assessor de Turisme como "instrumento que permita canalizar la participación de los ciudadanos, organizaciones y asociaciones en los asuntos municipales", por lo que contempla la posibilidad de que formen parte también entidades que representan a personas con necesidades de accesibilidad, aunque no hay constancia de su participación.</p> <p>Por otro lado, el destino resalta la existencia de un stakeholder de especial relevancia en este ámbito: la asociación AMADIBA (Asociación de Madres y Padres de Personas con Discapacidad de Baleares), con la que el Ayuntamiento colabora, mencionando una de las actuaciones de mayor impacto llevadas a cabo en colaboración (la reforma y conversión en residencia y centro de día del edificio Ca Na Maroma).</p> <p>Se valora positivamente la relación con dicha entidad social, si bien no deja de ser una forma esporádica de colaboración en aspectos concretos. Se considera, por tanto, necesaria la creación de mecanismos de participación estables, que permitan contar con la opinión de personas con diferentes necesidades de accesibilidad (personas con discapacidad, personas mayores, con necesidades alimentarias, etc.) en el ámbito del turismo de Santa Margalida. Para ello, se recomienda crear un órgano de participación sobre accesibilidad y turismo, en el que involucrar al movimiento asociativo e incluir la participación de las áreas municipales que tienen una relación más directa con la accesibilidad, además del Área de Turismo. Uno de los órganos contemplados en el Estatuto del Consell Assessor de Turisme son las Comisiones de trabajo, por lo que podría considerarse suficiente la creación de una comisión sobre la materia, que dé cabida a las principales entidades sociales representativas de personas con discapacidad y otras necesidades de accesibilidad, como es el caso de AMADIBA.</p>	

ACC.BII	Mejora de la accesibilidad de la información turística ofrecida
B. Gestión de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El material informativo sobre el destino Santa Margalida no puede considerarse del todo accesible. Los principales folletos y planos no cumplen del todo los criterios mínimos de accesibilidad en cuanto a su facilidad de lectura y comprensión, ni cuentan con formatos táctiles. Presenta mejores condiciones de accesibilidad el folleto informativo sobre la Finca de Son Real, aunque no ha sido elaborado por el destino, al ser de competencia del Govern de les Illes Balears.</p> <p>Debido a la actual situación pandémica, se han retirado los folletos de la oficina de turismo y en su lugar se ofrece un código QR que debería conducir a los mismos contenidos. No consta la inclusión de pictogramas o el uso de Lectura Fácil en la información turística proporcionada. A excepción de la información proporcionada en la <a href="#">web sobre la Finca de Son Real</a>, de competencia autonómica, aquella que se ofrece en las páginas web de Turismo de Can Picafort y del Ayuntamiento de Santa Margalida, no cumple todos los criterios mínimos de accesibilidad pero, tal y como se refleja en el Anexo Accesibilidad web, los errores que se han detectado no son muchos, ni parecen difíciles de corregir.</p> <p>Toda la información turística ofrecida deberá ser accesible a todas las personas. Aquel material en formato papel, como folletos, deberá cumplir las condiciones de accesibilidad para que sea fácilmente comprensible y contar con alternativas necesarias para personas con discapacidad visual, auditiva y con mayores dificultades de comprensión.</p> <p>Por otro lado, los principales contenidos presentes en el portal web de turismo y promocionados en la oficina de turismo, y cualquier material audiovisual de promoción del destino, deberían ir acompañados de videos con explicación en Lengua de Signos Española (L.S.E), con subtítulos y audiodescripción, así como con pictogramas y textos en Lectura Fácil, para que sean más comprensibles por todas las personas.</p>	

ACC.B12	Diagnóstico de accesibilidad de la oferta turística
B. Gestión de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	Área de Urbanismo
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>No se ha realizado hasta la fecha un diagnóstico de accesibilidad de la oferta turística documentado como tal. El destino informa que la referencia del Ayuntamiento en este sentido son las recomendaciones de la Mesa de Mallorca para la Accesibilidad Universal, integrada por las principales asociaciones con un objeto social relacionado con la accesibilidad (ONCE, PREDIF, ASPAYM, ASPROM, ASpace, COORDINADORA, ASPAS, FSIB), así como las DG de Arquitectura y Vivienda del Govern y el Consell de Mallorca.</p> <p>La falta de transversalidad es el principal elemento de ruptura de la cadena de la accesibilidad en el turismo de la mayoría de los destinos turísticos. El trabajo que está llevando a cabo la administración pública en la mejora y la promoción de la accesibilidad está dando en parte respuesta a algunas necesidades de las personas con discapacidad, sobre todo en algunos aspectos, como la accesibilidad de las playas. Sin embargo, el alcance de las actuaciones en materia de accesibilidad no cubre del todo la cadena de accesibilidad en todos sus eslabones: queda trabajo por hacer en materia de accesibilidad a los contenidos, sensorial y cognitiva, en el entorno urbano y en la oferta turística, tanto de titularidad pública como privada.</p> <p>Para establecer con precisión cuáles son los elementos que todavía no cuentan con unas condiciones mínimas de accesibilidad y en qué deberían mejorar, es necesario realizar un análisis de toda la cadena del viaje. Toda la información recabada se recogerá en un inventario actualizado y será de utilidad para informar a los turistas con alguna necesidad de accesibilidad.</p>	

ACC.B13	Difusión de la información sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta turística
B. Gestión de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El destino informa que se ofrece información sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta turística a través de la sección web “Turismo accesible”: <a href="http://canpicafort.es/guia/turisme-accessible">http://canpicafort.es/guia/turisme-accessible</a>. Tras analizar dicha sección, se observa que la información es muy escasa y se refiere únicamente a las playas. En varios momentos, a lo largo del diagnóstico del destino, esa sección de la web no funcionaba, dificultando el análisis. El Ente gestor facilita un <a href="#">enlace con el listado de establecimientos SICTED de Santa Margalida - Can Picafort</a>, pero este no incluye información sobre las condiciones de accesibilidad. Por otro lado, se destaca que la información sobre los accesos y los servicios accesibles de las playas está disponible en el Panel de Información de las playas, en la Oficina Municipal de Turismo y en la página web accesible del Ayuntamiento. Por último, señala también que se proporciona información sobre la accesibilidad de la oferta mediante folletos, mapas, señalética y de manera personalizada en la OIT.</p> <p>No obstante, en la visita se observa que el material informativo no ofrece información útil sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta del destino. En espacios de competencia ajena al destino (el caso concreto de la Finca de Son Real, de gestión del Govern de Balears), se informa de las condiciones de accesibilidad del recurso a través de la web <a href="https://es.balearsnatura.com/parque_natural/finca-publica-de-son-real/#accesibilidad">https://es.balearsnatura.com/parque_natural/finca-publica-de-son-real/#accesibilidad</a>.</p> <p>Una vez realizado previamente el diagnóstico de accesibilidad de la oferta turística, se deberá informar - a través de, al menos, la web de turismo - de las condiciones de accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos, del transporte y de otras actividades complementarias (p. ej. visitas guiadas adaptadas), así como de la existencia de servicios prestados en el destino de utilidad para personas con necesidades de accesibilidad (p. ej. intérpretes de lengua de signos, préstamo/alquiler de productos de apoyo, descuentos para personas con discapacidad). Se recomienda que la información sea objetiva y descriptiva y se sugiere que se incluya también en futuras publicaciones.</p>	

ACC.B14		Promoción de la oferta turística accesible
B. Gestión de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente	
<b>Secundario</b>		
<b>Prioridad</b>	Media	
<p>Hasta la fecha, no se han desarrollado acciones de promoción del turismo accesible ni campañas específicas por parte del destino.</p> <p>Posteriormente a la fase de mejora de las condiciones de accesibilidad de la oferta turística, el destino deberá hacer promoción de la misma mediante diferentes canales. Sin duda, uno de los principales es el portal web de turismo, mediante el cual el destino puede dar a conocer su oferta accesible. Además, se recomienda hacer promoción de la oferta turística accesible mediante otras herramientas y canales, como vídeos promocionales o ferias de turismo.</p>		

ACC.C1		Mejora de la accesibilidad de los espacios públicos
C. Implantación de la accesibilidad en el destino		
<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo	
<b>Secundario</b>	Áreas de Obras Públicas y Servicios y Brigada de Obras municipal	
<b>Prioridad</b>	Alta	
<p>El EGDTI refiere que "todos los espacios de titularidad pública de nueva construcción cumplen la normativa de accesibilidad y los antiguos se intentan adaptar. Son espacios adaptados la biblioteca de Vila y Can Picafort, el ayuntamiento de Vila y el Centro Cívico. No están adaptadas las oficinas municipales de Can Picafort. El cumplimiento es de alrededor de un 70%. Como espacio de titularidad pública e interés turístico destaca, además de las playas, la mencionada área natural de Son Real".</p> <p>Los edificios y recursos públicos visitados (excluyendo las playas y la oficina de turismo, a las que la presente metodología ya dedica requisitos específicos), cumplen</p>		

parcialmente unos criterios mínimos de accesibilidad, aunque en el caso de la Finca de Son Real, su competencia es ajena al destino. La Casa de la Cultura y auditorio de La Vila cumple de forma satisfactoria criterios de accesibilidad física, pero carece de otras medidas de accesibilidad sensorial y cognitiva.

El primer paso para la mejora de la accesibilidad de los espacios públicos será la elaboración de un **plan de accesibilidad**, que incluya el diagnóstico de las condiciones de edificios, infraestructuras, espacios y servicios y que permita detectar sus carencias para la implementación de las mejoras necesarias. A excepción de las playas y de la oficina de turismo, el principal recurso de interés turístico del destino es la Finca de Son Real, que reúne buenas condiciones de accesibilidad en general (posibilidad de solicitar silla Joelette, aseos adaptados, ascensor para el acceso a plantas superiores en el edificio principal, mesas que permiten la aproximación de personas usuarias de silla de ruedas en el merendero al aire libre, etc.), aunque con necesidad de varias mejoras (relativas, por ejemplo, a la señalización, los itinerarios exteriores, mostrador de recepción del centro, entre otras). Sin embargo, es un recurso cuya titularidad es autonómica. Otros edificios no visitados pero observados desde el exterior, no presentan siempre entradas accesibles.

El grado de accesibilidad de los itinerarios urbanos es diferente en los tres núcleos urbanos. Aquellos observados en la visita del destino permiten concluir lo siguiente: en Son Serra de Marina es dónde se observan las mejores condiciones de los itinerarios peatonales, el único núcleo en el que es más frecuente observar, por ejemplo, pavimento táctil en los rebajes de los vados peatonales. Salvo esta excepción, no se observa el uso de pavimento táctil de ningún tipo (encaminamiento, advertencia) en ninguno de los elementos del entorno urbano para los que se exige por normativa (itinerarios y espacios amplios sin referencias de línea de fachada, pasos de peatones, paradas de autobús). En general, tanto en Son Serra de Marina como en Can Picafort, la ausencia de calles en pendiente facilita la deambulacion, más difícil en los itinerarios de mayor interés turístico de La Vila. En Can Picafort, salvo la zona del paseo marítimo, los restantes itinerarios presentan varios problemas de accesibilidad, debidos en muchos casos a la falta de rebajes de acera. Incluso en zonas de reciente reforma, como en el Passeig de Colón en el que se elimina el desnivel entre acera y calzada, la pavimentación táctil es ausente y en varias calles no existe un ancho de paso suficiente para el peatón. Los itinerarios peatonales en La Vila presentan aún más problemas, siendo prácticamente ausente cualquier tipo de medida de mejora de la accesibilidad del entorno urbano (exceptuando, parcialmente, las mejoras en el Carrer de la Constitució).

El Ente Gestor indica que la señalética de reciente adquisición cumple los criterios mínimos de accesibilidad. También en el caso de la señalización, la valoración es diferente en los tres núcleos. En Son Serra de Marina, la direccional es prácticamente ausente, escasa en Can Picafort y más extendida en La Vila, útil para la orientación y

con unas condiciones de accesibilidad suficientes. Será necesario mejorarla especialmente en los otros dos núcleos poblacionales.

Además, el Ayuntamiento indica que el mobiliario urbano es accesible. Excluyendo las marquesinas y otro tipo de mobiliario urbano presente en paradas de autobús, para los que existe otro requisito específico, el resto del mobiliario urbano observado en la visita, no cumple generalmente muchos de los criterios de accesibilidad.

Las acciones a implementar deberán incluir sin falta la mejora de la accesibilidad de edificios y recursos de interés turístico, del entorno urbano, la señalización y el mobiliario urbano, entre otros elementos.

ACC.C2	Mejora de la accesibilidad de la oficina de turismo
C. Implantación de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Según la información proporcionada por el destino, la Oficina de Información Turística municipal cumple con los requisitos mínimos de accesibilidad. En la visita se observa que el acceso se realiza por medio de una rampa que salva el escalón de la entrada, pero carece de superficie horizontal en la zona de desembarque con puerta que abre hacia el exterior, lo que dificulta su apertura, especialmente para personas con movilidad reducida, usuarias de silla de ruedas o de otros productos de apoyo para la deambulación. El espacio interior es reducido, aunque se considera suficiente para su uso. El mostrador no cuenta con altura inferior y fondo suficiente para la aproximación de una persona en silla de ruedas o de baja estatura. Hay estanterías para los folletos de diferente altura, aunque estos se han retirado, debido a las medidas de prevención frente al riesgo de contagio por COVID-19.</p> <p>La oficina no dispone de ningún tipo de producto de apoyo ni servicio de préstamo de productos para la movilidad. Tampoco cuenta con medidas para la mejora de la accesibilidad sensorial.</p> <p>Por último, el destino señala que actualmente se está realizando la formación SICTED, que incluye el módulo sobre accesibilidad: 022 Turismo Accesible.</p> <p>Aunque aparentemente la rampa de acceso a la oficina puede dejar suponer unas buenas condiciones de accesibilidad, para permitir el acceso a la misma, de forma</p>	

autónoma y en igualdad de condiciones, se deberán mejorar sus condiciones de accesibilidad. La adaptación del mostrador de atención es otra medida que se considera necesaria.

Igualmente, será necesario mejorar otros aspectos más relacionados con necesidades sensoriales y cognitivas: disponer de un bucle de inducción magnética en el mostrador, sistemas de vídeo interpretación en LSE (en el caso en que el personal no conozca la LSE), material informativo accesible, servicio de préstamo de productos de apoyo para los turistas, servicio de visitas guiadas adaptadas, etc. Asimismo, se considera útil complementar el módulo formativo del SICTED sobre turismo accesible, con una formación más detallada sobre las necesidades de accesibilidad de los turistas, incluyendo actividades en las que se puedan simular las situaciones que suelen vivir las personas con discapacidad y otras necesidades de accesibilidad haciendo turismo.

<b>ACC.C3</b>	<b>Inclusión de las necesidades de accesibilidad en protocolos de emergencias y evacuación</b>
---------------	--

C. Implantación de la accesibilidad en el destino

<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Secundario</b>	Protección Civil y cuerpos de emergencias, Áreas de Cultura, Participación Ciudadana, Mayores y coordinación de sectores turísticos
<b>Prioridad</b>	Alta

Santa Margalida cuenta con planes de salvamento y manuales de autoprotección de las tres principales playas, en los que se hace alguna referencia puntual a las personas con movilidad reducida, pero no se detallan protocolos para su evacuación, ni se contemplan otras necesidades (comunicación de la situación de emergencia para personas con dificultades de visión, audición, comprensión, etc.). La documentación analizada se refiere únicamente a las playas.

Es fundamental incluir, no solo en los planes de seguridad y autoprotección de las playas sino también en aquellos relativos a edificios, espacios urbanos públicos y eventos, protocolos de evacuación y pautas de actuación que tengan en cuenta las necesidades de personas con discapacidad en situaciones de emergencia, proporcionando, además, una adecuada formación en necesidades de personas con discapacidad, para las fuerzas de Policía, Bomberos y Protección Civil.

<b>ACC.C4</b>		<b>Mejoras en la accesibilidad en eventos, culturales, deportivos y festivos</b>	
<b>C. Implantación de la accesibilidad en el destino</b>			
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente		
<b>Secundario</b>	Áreas de Deportes, Ferias y Fiestas en el núcleo urbano de Santa Margalida, Áreas de Deportes, Ferias y Fiestas en el núcleo urbano de Can Picafort y Son Serra; ferias y fiestas en Can Picafort y Son Serra y Área de Juventud		
<b>Prioridad</b>	Alta		
<p>Se ha detectado una escasa aplicación de criterios de accesibilidad en las actividades y eventos culturales, deportivos y festivos. El destino informa que en los eventos que tienen lugar en el auditorio municipal, se reservan plazas para personas con necesidades de accesibilidad, aunque estas no están señalizadas ni existe reserva de espacios para personas con discapacidad auditiva o visual. En el resto de eventos no se ofrece información específica sobre la accesibilidad de las actividades o representaciones, ni se ofrece información sobre las condiciones de accesibilidad de instalaciones que las acogen.</p> <p>El destino afirma que existe un plan de seguridad de las fiestas patronales que tiene en cuenta algunos aspectos de accesibilidad, aunque no se acredita con documentación. No hay constancia de la existencia de medidas de accesibilidad para eventos y fiestas populares.</p> <p>En cuanto al deporte, en relación con el turismo, como actividad deportiva adaptarse celebró el I Festival de Rugby Inclusivo de Mallorca, que se realizó con gran éxito de participación.</p> <p>Se deberá extender el desarrollo de medidas de accesibilidad universal en la organización de fiestas populares y todo tipo de evento, bien de carácter cultural, deportivo o de otra tipología. Se hace hincapié en que, en estas medidas, se tengan en cuenta las necesidades de personas con discapacidad en los protocolos de evacuación y planes de autoprotección. Se recomienda publicar la información sobre las condiciones de accesibilidad de los eventos, de las instalaciones y de los servicios dirigidos a personas con necesidades de accesibilidad, bien a través de la web o de los canales de promoción de los eventos.</p>			

ACC.C5	Mejora de la accesibilidad de paradas de autobús
C. Implantación de la accesibilidad en el destino	
<b>Responsable</b>	Áreas de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Las paradas de autobús observadas en Can Picafort y Son Serra Marina reúnen unas buenas condiciones de accesibilidad física, aunque carecen de cualquier medida sensorial y cognitiva. Aquellas observadas en La Vila, no reúnen ni siquiera los criterios mínimos de accesibilidad física. En ninguno de los tres núcleos urbanos las paradas de transporte público observadas presentan señalización vertical ni horizontal.</p> <p>Por otro lado, las paradas de taxi no siempre se sitúan en zonas con aceras rebajadas y con itinerario que permita evitar al usuario transitar por la calzada.</p> <p>Será necesario mejorar la accesibilidad de las paradas de autobús presentes en el destino, que en la actualidad no reúnen unas condiciones suficientes de accesibilidad. Estas mejoras deberán incluir, además, la señalización horizontal y vertical y la información ofrecida sobre el servicio (horarios, tiempos de espera, etc.), en diferentes formatos, para permitir a cualquier persona acceder a su contenido. Esta información deberá ser fácilmente comprensible.</p>	

<b>ACC.C6</b>		<b>Mejora de la accesibilidad de parques y jardines urbanos</b>	
C. Implantación de la accesibilidad en el destino			
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente		
<b>Secundario</b>	Áreas de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Pese a no poder valorar correctamente el único espacio ajardinado observado en la visita, por encontrarse cerrado, el destino indica que los parques y jardines urbanos no cuentan con unas condiciones mínimas de accesibilidad. Asimismo, las áreas de juego observadas en la visita no disponen de elementos de juego inclusivos.</p> <p>En parques y jardines urbanos, se deberán adaptar itinerarios, mobiliario y señalización a las exigencias de la Orden VIV/561/2010, de 1 de febrero, por la que se desarrolla el documento técnico de condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados. Asimismo, se recomienda dotar de juegos adaptados a los principales parques infantiles, incluyendo elementos que sean inclusivos respecto a las necesidades de todas las personas.</p>			

<b>ACC.D1</b>		<b>Mejora de la accesibilidad de la página web institucional</b>	
D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas			
<b>Responsable</b>	Área de Informática		
<b>Secundario</b>			
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>Por todo lo visto en el estudio de accesibilidad web, la aplicación web del Ayuntamiento de Santa Margalida no es accesible, ya que presenta algunos fallos en la mayoría de los criterios analizados, que es necesario corregir para que pueda ser considerada como tal.</p>			

Sin embargo, se observa que se han trabajado algunos de los criterios de accesibilidad, como el tema de imágenes o incluso de encabezados, pero hay otros como la navegación y contraste que claramente deben ser mejorados.

Se deberán corregir los errores que impiden a la página web ser accesible (se detallan en el Anexo Accesibilidad web), así como los diferentes errores que existan fuera de la muestra analizada.

De forma general, deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:

- Proporcionar a todas las imágenes un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir. Si la imagen es decorativa, el texto alternativo estará vacío. Si las imágenes llevan texto en su interior, la descripción debe poder transmitir la información visual de manera textual
- Estructurar correctamente todos los encabezados de las páginas, siguiendo una jerarquía con un único nivel superior y sin saltos entre niveles, de forma que un lector de pantalla pueda navegar sin problemas
- Proporcionar a todos los enlaces un texto comprensible, ninguno puede estar vacío. Cuando el enlace es una imagen, esta debe de tener un texto alternativo correcto
- Alertar de los enlaces que abren nuevas ventanas
- Diferenciar, con un formato diferente, los textos que son enlaces de los que no lo son
- Evitar que enlaces con el mismo texto lleven a páginas diferentes. Añadir la información necesaria para poder diferenciarlos
- Reestructurar el contenido de la información que aparece en tablas para que no se pierda ninguna columna de información al visualizar el contenido. Si es posible sustituir la tabla por otros elementos HTML o bien documentar perfectamente la tabla con títulos, encabezados, etc.
- Debe mejorarse el contraste cromático de las zonas que lo requieran
- Debe permitirse la navegación a través del teclado por todos los elementos de las diferentes páginas
- Resaltar el elemento de la página en el que se encuentra el foco en cada momento
- Describir cada elemento y la información en el idioma correspondiente, sin mezclar texto en diferentes idiomas
- Enlazar adecuadamente cada enlace a su página destino, o al sitio web correspondiente.

ACC.D2	Mejora de la accesibilidad de la página web de turismo
D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas	
<b>Responsable</b>	Área de informática
<b>Secundario</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Por todo lo visto en el estudio de accesibilidad web, la aplicación web de turismo de Santa Margalida-Can Picafort no es accesible. En términos generales la navegabilidad y acceso a los diferentes elementos de la web es adecuada y a priori los diferentes errores en los criterios analizados, para que la web sea considerada accesible, no parecen errores difíciles de corregir. Sin embargo, sería necesario un estudio más detallado para poder determinar si son de fácil solución.</p> <p>Se deberán corregir los errores que impiden a la página web ser accesible (se detallan en el Anexo Accesibilidad web), así como los diferentes errores que existan fuera de la muestra analizada.</p> <p>De forma general, deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar a todas las imágenes un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir. Si la imagen es decorativa, el texto alternativo estará vacío. Si las imágenes llevan texto en su interior, la descripción debe poder transmitir la información visual de manera textual</li> <li>- Proporcionar a los iconos que sólo presentan información visual una información textual, que pueda ser leída por un lector de pantalla</li> <li>- Estructurar correctamente todos los encabezados de las páginas, siguiendo una jerarquía con un único nivel superior y sin saltos entre niveles, de forma que un lector de pantalla pueda navegar sin problemas</li> <li>- Avisar de los enlaces que van a abrirse en nuevas ventanas</li> <li>- Evitar que enlaces con el mismo texto lleven a páginas diferentes. Añadir la información necesaria para poder diferenciarlos</li> <li>- Debe mejorarse el contraste cromático de las zonas que lo requieran</li> <li>- Debe permitirse la navegación a través del teclado por todos los elementos de las diferentes páginas</li> </ul>	

- Resaltar el elemento de la página en el que se encuentra el foco en cada momento
- Describir cada elemento y la información en el idioma correspondiente, sin mezclar información en diferentes idiomas
- Revisar los enlaces rotos y sustituirlos por un destino adecuado o bien eliminarlos
- Utilizar "migas de pan" para facilitar la navegación al usuario.

ACC.D3		Implementación de soluciones tecnológicas para facilitar la accesibilidad en el uso del entorno físico y las experiencias turísticas	
D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas			
<b>Responsable</b>	Áreas de Turismo y Comercio y Medio Ambiente		
<b>Secundario</b>	Áreas de Obras y Servicios y Brigada de Obras Municipal		
<b>Prioridad</b>	Media		
<p>El destino señala la existencia de un panel informativo accesible. No hay constancia de otras soluciones tecnológicas accesibles.</p> <p>Sería recomendable que, en el desarrollo y puesta en marcha de diferentes tipos de soluciones tecnológicas, se tengan en cuenta las necesidades de todas las personas, para que estas tecnologías faciliten la inclusión de cualquier turista en las actividades realizadas y permitan mejorar su experiencia turística. Existen muchas aplicaciones tecnológicas que ayudan a las personas con alguna discapacidad en diferentes ámbitos (entre otros, en la movilidad, en la comunicación y la información, en la orientación o en la domótica) y que otros destinos están implementando. Algunos ejemplos son: sistemas de señalización accesible inteligente, sistemas de guiado, sistemas de transmisión de información audio y/o texto a los dispositivos móviles de los usuarios, aplicaciones para audiodescripción de eventos.</p>			

## 5. Conclusiones diagnóstico del destino

A continuación, se resumen las principales conclusiones del diagnóstico realizado por ejes. El objetivo es dar una visión general de la posición del destino en cada uno de estos ámbitos para, a partir de ahí, priorizar las acciones necesarias para la conversión en Destino Turístico Inteligente alineando la estrategia de actuación con la estrategia actual del destino o modificándola en caso de que se estime oportuno.

### 5.1. Conclusiones del eje de gobernanza

El cumplimiento de requisitos de Santa Margalida en el eje de gobernanza se sitúa en el 59,5%, por encima de la media de destinos DTI que es del 51,3%. Esto implica que el punto de partida para el destino en este eje hacia su conversión en DTI es alto, gracias al trabajo que ha venido haciendo el Ayuntamiento y el Área de Turismo en estos últimos años.

Por ámbitos, en **visión estratégica e implementación** el porcentaje de cumplimiento es aún mayor del 63,1%, en parte gracias al Pla Estratègic Integral de Ca,n Picafort de 2015, que entre otras cosas aportaba un diagnóstico exhaustivo del destino, de sus recursos y servicios.

Sin embargo, queda camino por recorrer en materia de planificación ya que es necesario articular dos elementos fundamentales, un Plan estratégico para el conjunto del municipio y un Plan estratégico en turismo, con su consecuente plan de acción, y del que derive un plan de marketing y comercialización. Estos documentos tienen que sentar las bases de desarrollo del municipio desde la perspectiva DTI y de forma consensuada. Desde la perspectiva turística otro elemento esencial para que se pueda poner en marcha la estrategia es crear un ente gestor del destino potente, con los recursos humanos y presupuestarios, así como las competencias necesarias para que sea capaz de impulsar los cambios y el desarrollo que se prevén en Santa Margalida.

El mayor margen de mejora está en el ámbito de la eficiencia en la gestión con un 37,1%. Acciones encaminadas a la coordinación interdepartamental y a construir herramientas como una Smart Office o programas de formación enfocados a las necesidades del DTI contribuirán a elevar el grado de cumplimiento de este ámbito.

En tercer lugar, es en transparencia y participación dónde Santa Margalida alcanza mayor porcentaje de cumplimiento en gobernanza con un 75,4%. La principal causa es el Consell Assessor de Turisme creado con participación de sector público, privado y ciudadanía, lo que representa una buena práctica con la que pocos destinos cuentan. Aunque hay aspectos en los que incidir como la mejora de la oficina de turismo o de la comunicación, que necesita mayor estructuración.

El último ámbito analizado en gobernanza es la responsabilidad y control, desde la perspectiva de monitorización de los distintos planes activos, un aspecto en el que Santa Margalida debe trabajar, así como desde la perspectiva de la gestión de datos. La estructuración de un observatorio turístico o un servicio de recogida y análisis de datos y la implantación de un CRM significaría mejoras en el cumplimiento de requisitos que ahora se sitúa en el 45,7%.

## 5.2. Conclusiones del eje de innovación

En el eje de innovación Santa Margalida presenta un grado de cumplimiento del 32%, con margen de mejora, especialmente, en lo relativo a la **innovación en los procesos de gestión**.

Este primer ámbito registra el menor cumplimiento del eje, con un 14,8%. Aunque el destino cuenta con ambiciosas actuaciones innovadoras planificadas en los distintos planes operativos en los que se concreta el Plan Estratégico Integral Can Picafort, la falta de ejecución de las mismas penaliza la evaluación en este apartado. Las recomendaciones realizadas apuntan a la necesidad de incorporar la innovación a la estrategia global de Santa Margalida, sistematizando y coordinando su implantación mediante la creación de una unidad de innovación, y apoyándose en herramientas de gestión específicas.

En el ámbito de la **innovación en productos y servicios**, que alcanza un cumplimiento del 48,6%, el más alto del eje, se ha valorado la labor del Ente Gestor en el desarrollo de nuevas propuestas para el turista y nuevos nichos de mercado. En este ámbito, Santa Margalida debe priorizar la puesta en marcha de las actuaciones que ya tiene definidas y que se enfocan a la mejora y especialización de la oferta y al fomento de productos turísticos desestacionalizadores. Además, se propone la puesta en marcha de un proyecto específico de innovación social en turismo. .

En el ámbito de la **innovación en comercialización y marketing**, que presenta un cumplimiento del 40%, se propone la incorporación de tecnologías específicas para una gestión innovadora de las relaciones con el turista y la habilitación de un canal transaccional, en coordinación con las actuaciones regionales impulsadas en el marco del proyecto Smart Island.

Finalmente, en cuanto a la **innovación en formación y capacitación**, ámbito que alcanza un cumplimiento del 32%, se ha valorado el impulso de Santa Margalida a proyectos piloto de cooperación público-privada. Una cooperación que se recomienda estructurar para facilitar la innovación colaborativa en turismo en el destino. Además, se aconseja diseñar programas formativos de alto enfoque a la innovación, así como fomentar iniciativas de impulso al emprendimiento turístico.

### 5.3. Conclusiones del eje de tecnología

El grado de cumplimiento de los requisitos analizados en el eje de tecnología en Santa Margalida es del 34%. El destino presenta un desarrollo desigual en los diferentes ámbitos del eje de tecnología y tiene margen de mejora que se plasma en el plan de acción propuesto, siendo lo más urgente dar un impulso a las tecnologías aplicadas al marketing turístico. El proyecto Smart Island es sin duda un proyecto relevante en la gestión y planificación del eje y se ha tratado de alinear las acciones de la metodología DTI con los desarrollos previstos en este plan, que si bien en la actualidad son todos ellos proyectos pilotos, deberán sentar las bases de los despliegues tecnológicos que se desarrollen en la isla y, por lo tanto, en Santa Margalida.

En lo relativo al ámbito **de las tecnologías aplicadas a la gobernanza**, será importante crear un área de nuevas tecnologías encargada de los desarrollos tecnológicos que tenga comunicación directa con el departamento de modernización y función pública del Consell de Mallorca y con la mesa de seguimiento del proyecto de Red.es, una vez se reactive. Se deberá trabajar además para impulsar los procesos tecnológicos innovadores y programas para el fomento de la tecnología.

En el Ámbito de las **Tecnologías aplicadas al marketing turístico** se ha tenido en cuenta la disposición de un portal de turismo completo y actualizado. La puntuación en este ámbito se ve penalizada por el escaso desarrollo del marketing en redes sociales, un uso de la señalética Smart muy incipiente, la ausencia de información sobre las campañas y el margen de mejora en el aspecto tecnológico que presenta la oficina de turismo, teniendo en cuenta que es ámbito de trabajo del proyecto Smart Island, pero todavía no se han llevado a cabo.

En el Ámbito de las **Infraestructuras tecnológicas** destaca una conectividad adecuada en el destino, aunque existe un camino por recorrer en cuanto a sensórica que ayude a gestionar de forma eficiente los servicios públicos. El proyecto Smart Island, que culminará con una plataforma interoperable será un elemento de suma importancia para el destino y de haberse encontrado en una fase más avanzada, habría contribuido positivamente en el resultado de la evaluación del eje.

Por último, en el ámbito de **los Sistemas de conocimiento turístico**, el destino tiene un significativo margen de mejora, por no existir una estructura o soporte tecnológico para el desarrollo, extracción y análisis de los datos.

#### 5.4. Conclusiones del eje de sostenibilidad

Un Destino Turístico Inteligente (DTI) y por tanto sostenible debe asegurar la existencia de unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos, respetando siempre la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. La Sostenibilidad turística del destino es fundamental para la adaptación del mismo al cambio de modelo turístico.

En este sentido la Sostenibilidad hay que considerarla como una herramienta transversal para la continuidad de la actividad turística a futuro, con todos los estándares de calidad y bienestar tanto para el turista como para el residente.

El grado de cumplimiento de los requisitos analizados, al aplicar la metodología DTI de SEGITTUR, en el eje de Sostenibilidad en **Santa Margalida** se sitúa en el **75,7%**.

En Santa Margalida se han analizado los cuatro ámbitos del eje de Sostenibilidad, comprobando que se ha realizado un esfuerzo notable en todos ellos.

Esto es fruto de la apuesta del destino por la salvaguarda de su patrimonio, tangible e intangible, tanto cultural y artístico como natural y del fomento tanto de la Sostenibilidad medioambiental, como económica y social del municipio, sobre todo en lo referido al bienestar tanto de los residentes como de sus visitantes.

Respecto a los cuatro ámbitos de evaluación del eje, destaca positivamente que todos ellos superan el 70%, destacando la Conservación y mejora del patrimonio cultural (86,7% de grado de cumplimiento), seguido del Desarrollo en Sostenibilidad socioeconómica del destino (80,0% de grado de cumplimiento), la Conservación y mejora ambiental (73,3%), y finalmente la Gestión de la Sostenibilidad turística y disponibilidad de instrumentos de turismo sostenible (72,9% de cumplimiento).

El Ayuntamiento de Santa Margalida dispone de un Área de Turismo con técnicos y competencias específicas para el desarrollo sostenible del destino en todos sus núcleos turísticos. Este departamento trabaja en estrecha colaboración con el resto del ayuntamiento y, en particular, con las áreas de Medio Ambiente, Cultura y deportes y Urbanismo.

La participación del sector turístico local en la gestión de la sostenibilidad turística se canaliza a través del “Consell Assessor de Turisme” municipal, y asociaciones empresariales como Asociación Hotelera de Can Picafort.

En el destino existe un compromiso documentado con una política turística sostenible y responsable, como se refleja en el “Pla Estratègic de Can Picafort”, siendo el compromiso más importante, además las empresas turísticas trabajan con la certificaciones como: SICTED, ISO, BIOSPHERE, ECOLEVEL, EMAS.

El “Pla Estratègic de Can Picafort” y la Ley General Turística, 8/2012 Balear, tienen por principal objetivo Impulsar el turismo sostenible como el principal sector estratégico de la economía de las Islas Baleares, generador de empleo y de desarrollo económico.

Se ha detectado un gran esfuerzo en conservación del patrimonio cultural artístico y arquitectónico de Santa Margalida, y la preservación de sus tradiciones y festividades, además de la protección del medio natural.

El destino cuenta con una sólida política medioambiental, como acredita su Agenda 21, firmante del “Pla d’Acció per a l’Energia Sostenible i el Clima”. El Ayuntamiento cuenta con una Línea Verde para comunicación por parte del ciudadano de incidencias y su resolución.

Los valores y atributos de destino que comunica el plan de promoción y marketing son los de la sostenibilidad. El objetivo último es fomentar la desestacionalización y posicionar la identidad del destino como lugar para disfrutar y vivir de manera sostenible. La sostenibilidad es un elemento transversal en toda la comunicación turística que promueve el Ayuntamiento de Santa Margalida, y también lo hace así el sector privado.

El plan turístico de Santa Margalida inventaría y cataloga los principales recursos de interés turístico, muchos de los cuales son recursos naturales y/o patrimoniales y gozan de la protección.

Las recomendaciones o acciones de mejora tienen que ver con: disponer de normativa a nivel local sobre contaminación atmosférica y contaminación acústica, intensificar el fomento de la Sostenibilidad turística en el sector privado, la supervisión del Turismo responsable, la concienciación en Sostenibilidad para visitantes y residentes, el fomento del binomio Cultura y turismo, el apoyo a la artesanía local, disponer de una Estrategia de Adaptación al Cambio Climático, mejorar la gestión eficiente en el ciclo del agua, impulsar la Agenda 2030 a nivel local, impulsar la reactivación económica y social ante el contexto actual de crisis, y mejorar el conocimiento turístico y de indicadores de sostenibilidad.

## 5.5. Conclusiones del eje de accesibilidad

Tras la evaluación realizada in situ y el análisis de la documentación recibida, se ha constatado que el municipio de Santa Margalida ha desarrollado hasta ahora algunas medidas para mejorar sus condiciones de accesibilidad, pero no se puede considerar todavía un destino turístico accesible, alcanzando un grado de cumplimiento del 43% de los requisitos.

A continuación, se destacan las principales conclusiones del análisis.

En relación con el **marco normativo**, no existen herramientas de competencia del destino, tales como las ordenanzas municipales específicas en materia de accesibilidad o

que hagan referencia y regulen la accesibilidad también en otros ámbitos. Asimismo, se evidencia la necesidad de potenciar la profesionalización del personal técnico del Ayuntamiento en la aplicación de la normativa de Accesibilidad Universal, especialmente en las áreas municipales que tienen una relación más directa con la materia.

El destino no cuenta aún con una **estrategia de turismo accesible** ni de **accesibilidad universal**. La ausencia de estas herramientas de planificación dificulta el desarrollo ordenado de acciones en favor de la mejora de la accesibilidad de la oferta turística del destino. Su elaboración es sin duda un importante punto de partida.

Convertir el destino en un lugar accesible para todas las personas implica una serie de acciones, coordinadas y transversales, que van mucho más allá de la eliminación de las barreras físicas.

El reto principal es **englobar la accesibilidad en todos los aspectos** que tienen relación con el turista, en todas las fases del viaje. En definitiva, en toda la cadena de valor del turismo. Para lograrlo, serán necesarias unas herramientas de planificación adecuadas, que permitan conseguir una perspectiva integral y una visión transversal.

Por tanto, será determinante la creación de una **estructura que coordine la gestión de la accesibilidad**, también en ámbito turístico. Esta unidad técnica, responsable de la Accesibilidad Universal del municipio, debería permitir:

- 1) Impulsar una política de accesibilidad específica para el Ayuntamiento de Santa Margalida, basándose en las líneas que se indiquen en el futuro Plan de Accesibilidad Universal y en el Plan de Turismo Accesible, siempre y cuando estos se elaboren
- 2) Establecer para cada una de las áreas municipales, sus responsabilidades particulares en materia de accesibilidad, indicando por cada función y responsabilidad relativa a políticas de accesibilidad, cuál es el organismo implicado
- 3) Planificar la gestión de los recursos económicos, técnicos y humanos relacionados con el mantenimiento y mejora de la accesibilidad en el municipio
- 4) Crear para todos los ámbitos municipales los protocolos de seguimiento, medición, análisis y mejora de la accesibilidad

La oficina técnica que se propone crear tendría, entre sus objetivos, el seguimiento del desarrollo de las actuaciones que afectan a la accesibilidad en la materia, velando por su cumplimiento. Además, sería recomendable que haya también, dentro del Área de Turismo, una persona responsable de la accesibilidad en ámbito turístico.

Para una correcta planificación de las acciones, se deberá realizar un **diagnóstico del estado de la accesibilidad** en el destino, especialmente en relación con su oferta turística. El alcance de las actuaciones en materia de accesibilidad no está cubriendo de todos los eslabones de la cadena de valor turística. Para detectar cuáles son los

elementos que todavía no cuentan con unas condiciones mínimas de accesibilidad y en qué deberían mejorar, será necesario realizar un análisis de la accesibilidad de todos los elementos que forman parte de la cadena del viaje.

En el ámbito del entorno urbano, así como en el caso de las edificaciones, tanto de titularidad pública como privada, en términos generales destaca una mayor atención al aspecto físico de la accesibilidad, observándose una **carencia de acciones** dirigidas a la mejora de aspectos más relacionados con las necesidades de **accesibilidad sensorial** o **cognitiva**.

Este aspecto es más evidente en la información turística y la comunicación, pero también en los entornos urbanos, en los que sigue habiendo también mucho margen de mejora en cuanto a la eliminación de barreras arquitectónicas urbanísticas, principalmente en los núcleos de Can Picafort y La Vila.

Para una mejor identificación de las principales necesidades de accesibilidad de las personas, se recomienda contar con el movimiento asociativo que representa a las personas con discapacidad, personas mayores y con otras necesidades de accesibilidad, mediante la creación de **mecanismos estables de participación ciudadana**, como comisiones y mesas de trabajo, en los que involucrar, además, distintas áreas municipales.

Al mismo tiempo, se considera conveniente realizar **acciones de formación** dirigidas a los profesionales del sector turístico del ámbito público y privado, para que conozcan las necesidades de los turistas con discapacidad y sepan atenderles de forma adecuada.

Sucesivamente, y una vez propuestas las acciones correctivas identificadas en el diagnóstico, se podrá empezar a potenciar la **promoción** de la oferta accesible de Santa Margalida.

En cuanto al **ámbito tecnológico**, el cumplimiento de los requisitos de accesibilidad es mejorable, en cuanto a los estándares de accesibilidad en las páginas web municipales y de promoción del destino y también respecto al uso de soluciones tecnológicas accesibles que podrían mejorar la accesibilidad de la experiencia de los turistas.

Se prevé esperar una evolución en materia de accesibilidad, de manera que se vayan integrando las acciones y llevando a cabo las mejoras propuestas.

## 6. Resumen del plan de acción

Con el objetivo de alinear el destino con los requerimientos de la metodología DTI, se proponen las siguientes recomendaciones por eje. El objetivo es que constituyan el plan de acción a ejecutar en los próximos años para conseguir la distinción Destino Turístico Inteligente.

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - GOBERNANZA</b>	
GOB. A1	Refuerzo y reestructuración del área de turismo
GOB. A2	Incremento del presupuesto en turismo
GOB. A3	Redacción del plan estratégico municipal
GOB. A4	Actualización y ampliación del plan estratégico de turismo
GOB. A5	Integración del plan DTI en la estrategia municipal
GOB. A6	Redacción del plan de marketing turístico
GOB. A7	Refuerzo de la estructura de producto
GOB. B1	Configuración de una Smart Office
GOB. B2	Comité de transversalidad o comité DTI
GOB. B3	Sistema de gestión del DTI. Registro documental y manuales de funcionamiento
GOB. B4	Plan de formación adaptado a las necesidades del DTI
GOB. C1	Análisis de participación en redes/programas con otros entes locales, nacionales o internacionales
GOB. C2	Mejora de los puntos de información al turista
GOB. C3	Actualización del canal de transparencia
GOB. C4	Plan de comunicación

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - GOBERNANZA</b>	
<b>GOB. C5</b>	Plan de participación ciudadana
<b>GOB. D1</b>	Puesta en marcha del sistema de medición de los objetivos de los Planes
<b>GOB. D2</b>	Sistema de gestión de riesgos
<b>GOB. D3</b>	Impulso a programas de calidad
<b>GOB. D4</b>	Implantación de un CRM
<b>GOB. D5</b>	Observatorio turístico

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - INNOVACIÓN</b>	
<b>INN.A1</b>	Incorporación de la innovación a la estrategia global del destino
<b>INN.A2</b>	Creación de una unidad de gestión de la innovación
<b>INN.A3</b>	Elaboración de un plan operativo de gestión de la innovación
<b>INN.A4</b>	Incorporación de herramientas de innovación
<b>INN.A5</b>	Desarrollo de labores de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva
<b>INN.A6</b>	Fomento de la creatividad y desarrollo de una cultura innovadora en la organización
<b>INN.A7</b>	Desarrollo normativo de la innovación
<b>INN.B1</b>	Impulso del Programa de Especialización y Excelencia de la oferta turística
<b>INN.B2</b>	Desarrollo de nuevos nichos de mercado
<b>INN.B3</b>	Impulso de un proyecto de innovación social en turismo
<b>INN.C1</b>	Impulso de la innovación en marketing y comercialización
<b>INN.D1</b>	Refuerzo de la formación en innovación de los empleados públicos
<b>INN.D2</b>	Programa de introducción de la innovación en las empresas
<b>INN.D3</b>	Impulso de la innovación colaborativa en turismo
<b>INN.D4</b>	Desarrollo de programas de emprendimiento en turismo
<b>INN.D5</b>	Identificación de mecanismos innovadores de participación

RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - TECNOLOGÍA	
TEC.A1	Creación de una mesa de trabajo o unidad de gestión tecnológica del proyecto DTI
TEC.A2	Colaboración para la implementación de iniciativas tecnológicas e innovadoras en el destino
TEC.A3	Mejora de los programas de fomento del uso de las nuevas tecnologías
TEC.A4	Coordinación con el Consell de Mallorca para la creación de un portal de datos abiertos
TEC.A5	Creación de un portal de participación ciudadana
TEC.B1	Impulso y mejora del portal de turismo
TEC.B2	Análisis y posicionamiento del portal de turismo
TEC.B3	Diseño e implantación de una aplicación turística
TEC.B4	Promoción en redes sociales
TEC.B5	Análisis de redes sociales y de la cobertura de perfiles analizados
TEC.B6	Definición de una estrategia de comercialización digital
TEC.B7	Estudio y medición del impacto de las campañas de promoción y eventos
TEC.B8	Impulso a la señalización inteligente
TEC.B9	Potenciación y mejora de las tecnologías de visualización de recursos
TEC.B10	Creación de una oficina de información turística digital
TEC.B11	Evolución del material promocional a la personalización de la información digital
TEC.C1	Impulso a proyectos de sensórica para mejorar la eficiencia en la gestión de los servicios públicos
TEC.C2	Impulso a la implantación de la plataforma interoperable para el tratamiento de datos provenientes de sensores

RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - TECNOLOGÍA	
TEC.C3	Mejora y ampliación del servicio Wi-Fi
TEC.C4	Impulso a la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos
TEC.C5	Creación de un mapa interactivo de zonas de aparcamiento e inclusión de sensores para conocer el estado de los parkings
TEC.C6	Mejora de los sistemas de comunicación ante posibles riesgos
TEC.C7	Análisis de las posibilidades del uso de cámaras y desarrollo de una Plataforma de vigilancia Urbana
TEC.D1	Creación de un Sistema de Inteligencia Turística con todas las fuentes de datos disponibles
TEC.D2	Dotación de herramientas de gestión estadística al destino
TEC.D3	Utilización de herramientas de Business Intelligence
TEC.D4	Consulta de los estudios de escucha activa que se están realizando en la isla

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - SOSTENIBILIDAD</b>	
<b>SOS.A1</b>	Gestión turística sostenible y responsable
<b>SOS.A2</b>	Creación de una unidad de gestión de Sostenibilidad en turismo
<b>SOS.A3</b>	Supervisión del Turismo responsable
<b>SOS.A4</b>	Medición Capacidad de carga del turismo
<b>SOS.A5</b>	Comunicación de aspectos sostenibles en el Plan de Marketing Turístico
<b>SOS.A6</b>	Ordenanza sobre ruido
<b>SOS.A7</b>	Ordenanza frente a la contaminación del aire
<b>SOS.A8</b>	Fomento de la Sostenibilidad turística en el sector privado
<b>SOS.A9</b>	Concienciación en Sostenibilidad para visitantes y residentes
<b>SOS.B1</b>	Desarrollo de una Estrategia Cultural de Santa Margalida
<b>SOS.B2</b>	Apoyo a la artesanía local
<b>SOS.B3</b>	Fomento del binomio Cultura y turismo
<b>SOS.B4</b>	Mantenimiento y rehabilitación de bienes inmuebles y patrimonio histórico para uso turístico
<b>SOS.C1</b>	Gestión eficiente en el ciclo del agua
<b>SOS.C2</b>	Gestión de la contaminación acústica
<b>SOS.C3</b>	Estrategia de Adaptación al Cambio Climático
<b>SOS.C4</b>	Reducción de Gases de Efecto Invernadero
<b>SOS.C5</b>	Agenda 2030 y Santa Margalida
<b>SOS. D1</b>	Reactivación económica y social
<b>SOS. D2</b>	Conocimiento de Sostenibilidad turística

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - ACCESIBILIDAD</b>	
ACC. A1	Creación de mecanismos de vigilancia y control de aplicación de la normativa en materia de accesibilidad
ACC. A2	Elaboración de una ordenanza de accesibilidad
ACC. A3	Difusión de la legislación en materia de accesibilidad a través de los medios de comunicación municipales
ACC. B1	Dotación de medios para la gestión de la accesibilidad
ACC. B2	Elaboración de un Plan de Accesibilidad Universal
ACC. B3	Elaboración de un Plan de Accesibilidad Turística
ACC. B4	Inclusión de criterios de Accesibilidad Universal en la elaboración de un Plan de Movilidad
ACC. B5	Creación de mecanismos de cumplimiento de las acciones en materia de accesibilidad
ACC. B6	Seguimiento de las acciones de accesibilidad
ACC. B7	Formación del sector turístico público y privado en accesibilidad universal y atención a turistas con necesidades de accesibilidad
ACC. B8	Desarrollo de acciones de sensibilización para el sector turístico y población en general sobre accesibilidad universal y necesidades de las personas
ACC. B9	Creación de una oficina técnica de accesibilidad
ACC. B10	Creación de mecanismos de participación de la ciudadanía con necesidades de accesibilidad en materia de accesibilidad y turismo
ACC. B11	Mejora de la accesibilidad de la información turística ofrecida
ACC. B12	Diagnóstico de accesibilidad de la oferta turística
ACC. B13	Difusión de la información sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta turística
ACC. B14	Promoción de la oferta turística accesible
ACC. C1	Mejora de la accesibilidad de los espacios públicos

<b>RECOMENDACIONES PLAN DE ACCIÓN - ACCESIBILIDAD</b>	
ACC. C2	Mejora de la accesibilidad de la oficina de turismo
ACC. C3	Inclusión de las necesidades de accesibilidad en protocolos de emergencias y evacuación
ACC. C4	Mejoras en la accesibilidad en eventos, culturales, deportivos y festivos
ACC. C5	Mejora de la accesibilidad de paradas de autobús
ACC. C6	Mejora de la accesibilidad de parques y jardines urbanos
ACC. C7	Mejora de la accesibilidad de la página web institucional
ACC. D1	Mejora de la accesibilidad de la página web de turismo
ACC. D2	Implementación de soluciones tecnológicas para facilitar la accesibilidad en el uso del entorno físico y las experiencias turísticas

## 7. Bibliografía y web grafía

Bibliografía y web grafía consultadas en la elaboración del presente informe.

- Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, Naciones Unidas. Año 2017.
- Código de Buen Gobierno FEMP. Federación Española de Municipios y Provincias. Año 2015.
- Código Ético Mundial para el Turismo Responsable. Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo. Año 1999.
- Consejos para el viajero responsable. Organización Mundial del Turismo. Año 2017.
- El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos. Organización Mundial de Turismo. Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Año 2016.
- Guía para un Turismo Sostenible. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030, REDS, Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A. Madrid. Año 2019.
- Informe sobre economía circular aplicada al turismo. SEGITTUR. Año 2019.
- [Inventario de Áreas Importantes para las Aves de España](#). SEOBirdLife, Año 2012.
- Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. SEGITTUR. Madrid. Año 2015.
- Manual de Gestión Turística local. FEMP. Año 2008.
- Memorándum de Arona-Conferencia Internacional “Sostenibilidad y Competitividad en los Destinos Turísticos”. Organización Mundial de Turismo. Año 2017.
- [Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020, Ministerio de la Presidencia. Año 2014.](#)
- Rumbo a 2030: por un turismo más inteligente, competitivo y responsable. Organización Mundial de Turismo. Año 2018.
- The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Criteria. Año 2013.
- “Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030”. Organización Mundial de Turismo. Año 2017.
- Turismo, territorio y medio ambiente: La necesaria sostenibilidad. Papeles de Economía Española, 102: 271-287. Vera Rebollo, y Baños Castiñeira. Año 2004.

### Legislación ámbito cultural:

- [Constitución Española de 1978](#) (Artículo 46).
- [Carta Mundial del Turismo Sostenible](#) (1995)

- Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Real Decreto 111/1986, de 10 de enero, de desarrollo parcial de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Ley Orgánica 12/1995, de 12 de diciembre, de Represión del Contrabando.
- Orden CUL/1014/2007, de 30 de marzo, por la que se constituye la Comisión Española sobre la digitalización y la accesibilidad en línea del material cultural y la conservación digital.
- Real Decreto 697/2007, de 1 de junio, por el que se crea el Centro Documental de la Memoria Histórica.
- Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas.
- Ley 23/2011, de 29 julio. Ley de Depósito legal.
- Carta de Atenas de 1931.
- Convención de la Haya de 1954.
- Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (UNESCO, 1972).
- Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular (UNESCO, 1989).
- Convenio Europeo del Paisaje (Consejo de Europa, 2000).
- Carta internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999).
- Declaración de Kinshasa sobre el tráfico ilícito de bienes culturales (UNESCO, 1996).
- Carta de Nara sobre la noción de autenticidad en la conservación del patrimonio cultural (UNESCO, 1994).
- Carta de Venecia (ICOMOS, 1964).
- Carta de Cracovia (Conferencia Internacional sobre Conservación, 2000). Principios para la conservación y restauración del patrimonio construido.
- Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003).

#### **Legislación sobre medio ambiente:**

- Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.
- Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental.
- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
- Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, modificada por la Ley 33/2015, de 21 de septiembre.
- Ley 43/2003 de Montes, de 21 de noviembre, modificada por la Ley 21/2015, de 20 de julio.

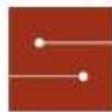
### Legislación sobre accesibilidad

- **Código Técnico de la Edificación:** CTE-DB-SUA 9. (BOE del 12 de Septiembre de 2006) y Real Decreto 173/2010, de 19 de febrero, por el que se modifica el código técnico de la edificación, aprobado por Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, en materia de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad.
- **Ley 13/2014**, de 30 de octubre, de Accesibilidad. Boletín Oficial del Estado, 20 de noviembre de 2014, nº 281
- **Ley 26/2011**, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.
- **Orden VIV/561/2010**, de 1 de febrero, por el que desarrolla el documento técnico de condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de espacios públicos urbanizados. BOE núm. 61 de fecha 11 de marzo 2010
- **Real Decreto Legislativo 1/2013**, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.
- **Real Decreto 1112/2018**, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público.
- **Real Decreto 505/2007**, de 20 de abril, por el que se aprueban las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados y edificaciones.
- **Real Decreto 1544/2007**, de 23 de noviembre, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los modos de transporte para personas con discapacidad. BOE núm. 290 de fecha 4 de diciembre de 2007.
- **Real Decreto 1494/2007**, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social.

### Web gráfica principal:

- [Acuerdo de París de 2016 sobre lucha contra el Cambio Climático](#)
- [Accesibilidad espacios públicos urbanizados](#)

- [Administrador de Infraestructuras Ferroviarias \(ADIF\)](#)
- [Agenda 21](#)
- [Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible](#)
- [Bandera Azul](#)
- [Bandera Q](#)
- [Bandera Qualitur](#)
- [Bandera verde](#)
- [Ecologistas en Acción](#)
- [Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe. Final Report Summary](#)
- [Escuela de Organización Industrial](#)
- [Estación Depuradora de Aguas Residuales](#)
- [Estrategia Española de Economía circular 2030](#)
- [Google Play Store](#)
- [Google Analytics for Mobile Apps](#)
- [Herramienta de marketing digital Semrush](#)
- [Indicadores Dyntra](#)
- [Información sobre la accesibilidad de un destino](#)
- [Instituto Nacional de Estadística](#)
- [Instituto Turismo Responsable](#)
- [Informe Libro Blanco destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro \(SEGITTUR 2015\)](#)
- [Observatorio de Accesibilidad Web](#)
- [Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España](#)
- [Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía \(PACE\)](#)
- [PageSpeed Insights](#)
- [Plan de Energía Sostenible 2020 \(PESCV2020\)](#)
- [Red 4G](#)
- [Red DTI Nacional](#)
- [Red Española de Ciudades Saludables](#)
- [Red Española de Ciudades por el Clima de la FEMP](#)
- [Red de Destinos Inteligentes](#)
- [SEGITTUR](#)
- [Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos \(SICTED\)](#)
- [Soluciones informáticas](#)
- [Turespaña](#)
- [The Global Sustainable Tourism Council \(GSTC\)](#)
- [UNESCO](#)



**SEGITTUR**  
turismo e innovación