

Pla Estratègic de Turisme de Mancor de la Vall



Índex

1.	<u>INTRODUCCIÓ</u>	4
1.1.	CONTEXT GLOBAL	4
1.2.	HISTÒRIA DEL MUNICIPI	7
1.3.	VALORS	9
2.	<u>ABAST</u>	13
3.	<u>OBJECTIUS GLOBALS</u>	15
4.	<u>DIAGNÒSTIC TURÍSTIC</u>	17
4.1.	DADES TURÍSTIQUES	17
4.2.	LA DESPESA TURÍSTICA	20
4.3.	PERNOCTACIONS PER MERCATS	21
4.4.	DEMANDA ENERGÈTICA	21
4.5.	INDICADOR DE PRESSIÓ HUMANA	22
4.6.	DIAGNÒSTIC MANCOR DE LA VALL	22
4.7.	ENTREVISTES	23
4.8.	L'OFERTA TURÍSTICA	28
4.9.	LA DEMANDA TURÍSTICA	32
4.10.	DIAGNÒSTIC WEB TURÍSTICA I XARXES SOCIALS DE MANCOR DE LA VALL	33
	XARXES SOCIALS MANCOR DE LA VALL	33
4.11.	ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA	35
	PRINCIPALS COMPETIDORS	36
4.12.	ANÀLISI DAFO	40
4.13.	RISC I OPORTUNITATS	43
5.	<u>LÍNIES ESTRATÈGIQUES</u>	46
L1.	BRANDING. POSICIONAMENT DE MARCA DE MANCOR DE LA VALL	47
L2.	GESTIÓ SOSTENIBLE DELS RECURSOS: AIGUA, MASSA FORESTAL, ...	51
L3.	FOMENT, CREACIÓ I DIFUSIÓ DE TURISME DE BENESTAR I ESPIRITUALITAT	53
L4.	FOMENT, PROMOCIÓ I IMPULS AL PRODUCTE LOCAL DE KM 0 – PROXIMITAT	55
L5.	FOMENT, PROMOCIÓ I IMPULS AL TURISME DE NATURALES, TURISME ESPORTIU. CICLISME, SENDERISME, ETC.	57
L6.	FOMENT, PROMOCIÓ I IMPULS AL TURISME CULTURAL, DE CONFERÈNCIES I CONGRESSOS (MICE)	59
L7.	CREACIÓ D'UN CMI QUADRE DE INDICADORS TURÍSTICS PER L'ANÀLISI A LA PRESA DE DECISIONS	61
6.	<u>BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA</u>	63
7.	<u>GLOSSARI</u>	65



1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia i
webgrafia

7

Glossari



1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia i
webgrafia

7

Glossari



1. Introducció

1.1. Context global

El context a nivell mundial es caracteritza per la seva complexitat, incertesa i canvi constant. El estudiosos l'han anomenat entorn "VUCA" i posteriorment, amb l'arribada de la pandèmia, BANI".



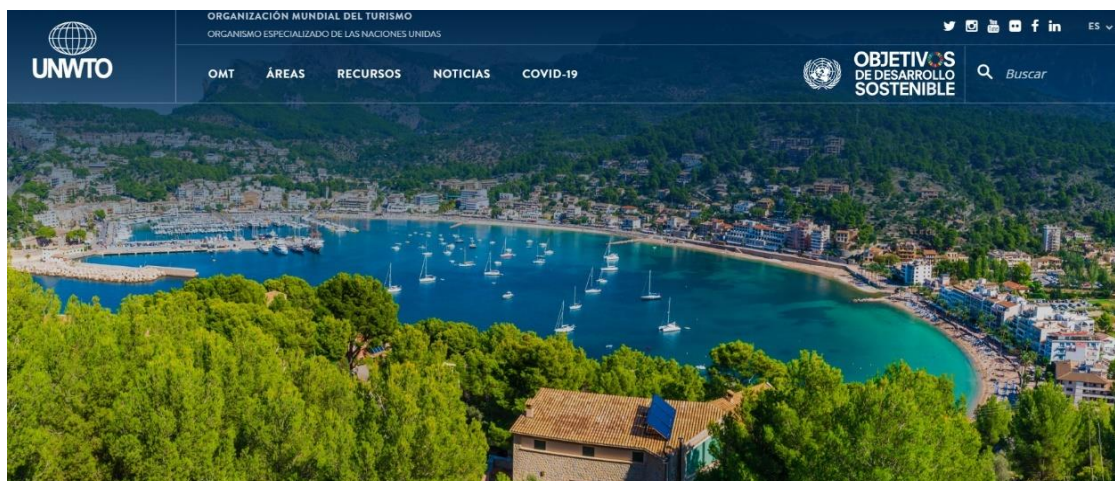
Les Illes Balears sustenten la seva economia i riquesa al sector serveis i tenen una elevada dependència del turisme.

L'any 2022 s'espera que l'arribada de turistes a les nostres Illes sigui com en els anys pre-pandèmia Covid-19.

Per altre banda, el context global ens indica que es un moment clau per a canviar la nostra manera de consumir productes i serveis i representa una oportunitat de canvi cap a un model més responsable amb l'entorn i més sostenible.

Els governs, els ajuntaments deuen normalitzar l'ús dels recursos naturals, ja que no són eterns i el canvi climàtic és un fet cada vegada més evident i rellevant a la consciència col·lectiva. El Govern Balear ha agafat la davantera i ja porta anys legislant en temes d'eficiència i eficàcia en l'ús dels recursos i vol ésser un destí sostenible i de qualitat.

Existeixen molts d'estudis realitzats per diversos organismes a nivell nacional i internacional, el més rellevant, es el que va publicar el Govern Balear al 2015, on es reflectien els problemes als quals ens enfrontarem, si no actuem de manera col·lectiva i responsable.



Cimera de Destins Sostenibles organitzada per la OMT en associació amb la Fundació Mallorca Turisme

Per un altre banda, la Unió Europea està impulsant les seves línies d'ajuda dels fons de Next Generation. Amb aquestes ajudes es poden finançar projectes de turisme sostenible, enfocats a la gestió del destí de forma responsable amb tots els agents i recursos que participen en aquest procés.

La Unió Europea també estableix les línies d'ajuda en l'enfocament sostenible: social, econòmic i mediambiental.

Algunes de les mesures són:

- La transició a una energia renovable.
- La transició a una economia circular.
- La mobilitat sostenible.
- La recuperació de l'agricultura i ramaderia extensiva.

En aquestes línies, l'ajuntament de Mancor de la Vall i els diferents agents que integren les diferents àrees de gestió del poble, i els comerciants, restauradors i centres d'allotjament turístics, estan d'acord, que el que s'ha de realitzar és un pla d'acció a mig però sobretot a llarg termini i de forma graduada i controlada on es desenvolupi un projecte de turisme sostenible i respectuós amb l'entorn i garanteixi mantenir l'essència del poble.

Sobre la base d'aquesta línia estratègica i de les ODS de l'Organització Mundial de Turisme es desenvolupa aquest pla turístic sostenible.



 OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

En resum, el turisme ha de:

- Donar un ús òptim als recursos mediambientals, que són un element fonamental del desenvolupament turístic, mantenint els processos ecològics essencials i ajudant a conservar els recursos naturals i la diversitat biològica.
- Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones, conservar els seus actius culturals i arquitectònics i els seus valors tradicionals i contribuir a l'enteniment i la tolerància intercultural.

Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini, que reportin a tots els agents uns beneficis socioeconòmics ben distribuïts, entre els quals es comptin oportunitats d'ocupació estable i d'obtenció d'ingressos i serveis socials per a les comunitats amfitriones, i que contribueixin a la reducció de la pobresa.

Legislació:

Decret llei 3/2022, de l'11 de febrer, de mesures urgents per a la sostenibilitat i la circularitat del turisme de les Illes Balears, parla de la importància en els establiments turístics de tenir una gestió eficient i eficaç dels recursos com són l'aigua, l'energia. En tots dos casos hauran de buscar/tenir/plantejar millores en l'autoconsum i auto proveïment d'aquests recursos, així com el foment al producte local i de proximitat. Donant pas a obtenir subvencions per a la millora de la qualitat del camp, foment de l'economia circular i producte de proximitat. Aquestes accions impulsen l'agricultura i ramaderia local extensiva.

La Llei 10/2019, de 22 de febrer, de canvi climàtic i transició energètica. Té per objecte el compliment dels compromisos internacionals que emanen de l'Acord de París mitjançant l'ordenament de les accions encaminades a la mitigació i l'adaptació al canvi climàtic a les Illes Balears, així com la transició a



un model energètic sostenible, socialment just, descarbonitzador, intel·ligent, eficient, renovable i democràtic.

El 01 de gener de 2022 entra en vigor el **decret 48/2021, de 13 de desembre**, regulador del Registre balear de **petjada de carboni**. Obliga a les empreses (+49 UTA treballador anual, o més de 10 milions de € en facturació anual) a registrar les seves emissions en el registre Balear a partir del 30 de novembre de 2022. El no compliment d'aquesta normativa implica sancions des dels 3.000€ fins als 200.000€. Fins a un 10% del volum de negoci de l'últim exercici. També pot significar el tancament de la font emissora d'emissions, de les maquinàries, etc.

El 8 de març de 2019 va entrar en vigor l'**RDL 6/2019, d'1 de març, de mesures urgents per a la garantia de la igualtat de tracte i d'oportunitats entre dones i homes en l'ocupació**. Aquest Reial decret modifica la **Llei orgànica 3/2007, de 22 de març**, per a la igualtat efectiva de dones i homes, fent que l'obligatorietat de tenir plans d'igualtat sigui per a totes les empreses amb una plantilla superior a 50 persones.

D'altra banda, el 14 d'abril de 2021 va entrar en vigor l'**RD 902/2020, de 13 d'octubre**, d'igualtat retributiva entre dones i homes, establint l'obligatorietat per a totes les empreses (sense importar el nombre de persones treballadores) de disposar d'un registre retributiu de manera anual, que compleixi amb els requisits previstos en la normativa aplicable.

1.2. Història del municipi

Mancor de la Vall pertany a la comarca del Raiguer. El terme municipal es configura de forma relativament rectangular, allargassada de Nord a Sud, de 6 per 4 km, amb una extensió de 19,82 km². N'és l'element central el massís del puig de Suro (644 m), al voltant del qual s'estenen les valls.

El bosc cobreix el sector muntanyós, amb el predomini del pi blanc i de l'alzina. Abunden els conreus de secà i, sobretot, l'olivera.

L'única indústria és la del calçat.

Amb 1230 habitants té una densitat de 44,80 h/km². Està a menys de 5 km d'Inca. Es un camí alternatiu al de Selva per accedir a peu a les muntanyes d'Escorca (Lluc) des de la carretera de Palma.

A Mancor de la Vall tenen especial interès arquitectònic: la capella de Santa Llúcia (documentada per primera vegada l'any 1348), l'església parroquial, la possessió de Massanella i el seu entorn, la tafona de Son Morro (amb el seu casal), el casal de Can Marquesí (que, damunt el portal, enmig de la façana, té una finestra renaixentista), el casal de Son Lluc, situat al carrer principal; Son Collell (que va ser durant molts d'anys la casa de la vila), conserva una petita clastra, Son Simó, casal que dona nom al carrer on es troba, Son tafona (on va néixer, l'any 1796, el doctor Joan Josep Amengual, escriptor i filòleg), Cas Vellaco, situada al carrer Major, Turixant, avui convertit en restaurant.



L'actual terme de Mancor de la Vall guarda restes del seu passat prehistòric com són els talaïots del Clot del Diners i Conia, el lloc fortificat de Son Boscà defensat per una muralla i la cova de Montaura on enterraven els morts i adoraven a un ídol que era un bou. Aquest darrer també ha proporcionat testimonis romans.

A l'època islàmica era part del juz o districte musulmà d'Inkan, i eren quatre les alqueries que conformaven l'actual terme: Mancor, Benorio, Maizarella i Benizen i que ara són conegudes com Mancor, Biniarroí, Massanella i Biniatzent.

A conseqüència de la conquesta cristiana, el rei Jaume el Conqueridor va entregar Mancor a Rotlà Lai i al Paborde de Tarragona les alqueries de Biniarroí, Massanella i Biniatzent. Dia 5 de les idus d'agost de 1232, Rotlà Lai repartí les terres de Mancor a dotze repobladors perquè les cultivessin i moressin a les cases que havien estat dels moros.

Des de l'any 1248 fins a 1913, el terme de Mancor, en la part eclesiàstica, depenia de la parròquia de Sant Llorenç de Selva. I en la part civil, des de l'any 1300 en que el rei Jaume II de Mallorca fundà les viles foranes, Mancor quedà inclosa en el terme de Selva.

Des de 1341 està documentada la capella de Santa Llúcia construïda entre les alqueries de Mancor i Biniarroí per donar servei als seus habitants que havien d'anar a l'església de Sant Llorenç de Selva per complir els seus deutes religiosos. A l'any 1348 moriren molts d'habitants de Mancor, Massanella i Biniatzent a causa de la pesta negra.

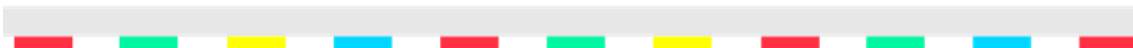
En el segle XV els habitants de Mancor estaven molt endeutats de censals, que els feien viure a la misèria. Aquest fet ocasionà la revolta forana, en la qual els pagesos a l'any 1450 s'aixecaren en armes. Aquests feren molt de mal a Massanella, perquè era del cavaller Pere Decatlar.

Per no haver de pujar a Santa Llúcia per assistir a missa, a l'any 1572, els mancorins començaren una església dins Mancor, que beneïren a l'any 1606, dedicada a Sant Joan Baptista. Després feren un cementeri al seu costat.

Gran part del segle XVII estigué marcat per la violència dels bandejats dels bàndols dels Canemunts i Canavalls. Mancor, Selva i Biniamar marcà el triangle més violent de Mallorca. Per cuidar-se de l'església i d'altres assumptes públics hi havia un Consell fundat a l'any 1612. Dia 24 de setembre de 1719 dos bandejats mataren dins la finca dita es Colomer el lloctinent de batle reial, Joan Amengual, àlies Tafona.

Altre fet destacat del segle XVIII fou el gran corriment de terres de Biniarroí de l'any 1721 que devastà una gran quantitat de quarterades de terra.

El segle XIX representà per Mancor, seguint la tendència de Mallorca i d'Espanya, una important millora del nivell de vida que es reflectí en la demografia i en la vivenda. El cultiu de l'olivar era l'activitat més productiva del camp Mancorí, juntament amb l'aprofitament del bosc. Tant era així que en anys d'esplet d'olives durant la temporada de recollir-les, no sols hi havia treball



pels homes i dones de Mancor sinó que havien de venir col·lidores dels pobles del pla atretes per uns jornals acceptables i pel costum de rebre també una quantitat d'oli al final de la temporada. A més, la major part del blat era molt per transformar-lo en farina a molins amb tracció animal, se'n trobaven a les principals cases del poble i a quasi totes les possessions. Fou en aquest segle quan s'inicià l'activitat de l'explotació de carbó de pedra. Per altre banda, a l'any 1800 es començà a construir l'església nova de Mancor, que no fou beneïda fins a l'any 1843, encara que no estava acabada. A l'any 1821 es construï el cementeri rural, que era un tancat d'aspecte molt pobre. A l'any 1839 es feren els rentadors i els abeuradors de la font pública. Els fets més notables del segle XX foren la instal·lació de l'electricitat a l'any 1905, la creació de la parròquia de Sant Joan Baptista, la segregació del municipi de Selva el 2 d'abril de 1925 i la constitució del primer ajuntament de Mancor de la Vall després de 625 anys de dependència de Selva, la Guerra Civil, la importància de la indústria del calçat entre els anys 1965 i 1985, l'abandó de la confecció de carbó vegetal, així com la minva de l'agricultura i la irrupció de les noves tecnologies, i, sobretot, l'elevació important del nivell de vida.

En el segle XXI, Mancor disposa d'instal·lacions i serveis per poder atendre les necessitats dels ciutadans.

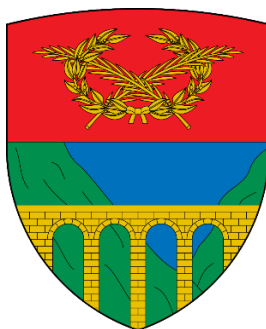
1.3. Valors

Els valors (creences i virtuts) que mouen als ciutadans, empresaris i representants polítics entrevistats i han transmès al diagnòstic d'aquest estudi que van lligats a la visió de mantenir l'essència de poble són:

- Autenticitat
- Arrels mallorquines
- Amor per la cultura
- Preservació de la natura
- Tranquil·litat i qualitat de vida
- Espiritualitat

En definitiva es cerca no caure amb ambicions d'un gran creixement i així evitar una semblança amb pobles on hi ha un tipus de turisme més massiu com poden esser Sóller o Valldemossa.

Al seu escut abans es representava una mà i un cor, que era molt semblant al de Manacor. Ara es representa un aqüeducte i unes branques divines.



Escut Mancor de la Vall





Mancor de la Vall - església

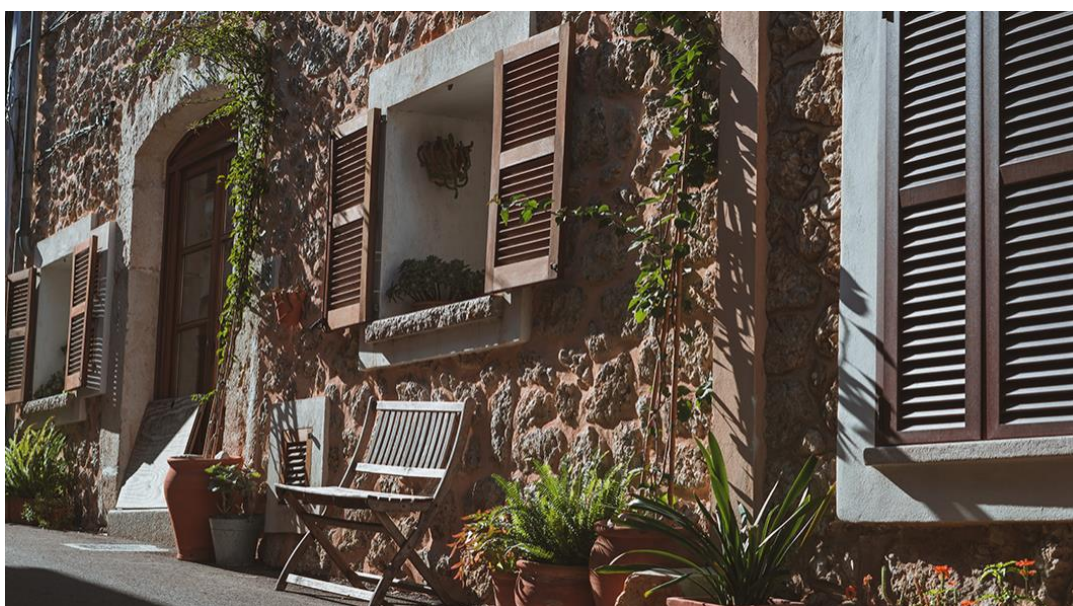


Festes de Mancor de la Vall 2022





Festes de Mancor de la Vall 2022



Construcció típica



1	2	3
Introducció	Abast	Objectius Globals
4	5	6
Diagnòstic turístic	Línies estratègiques	Bibliografia i webgrafia
	7	
	Glossari	



2. Abast



Mancor de la Vall – vista Santa Llúcia

L'abast d'aquest Pla Estratègic Turístic són tots els agents que participen de la indústria turística, ja siguin directes (empreses turístiques) com a indirectes (ramaderia o agricultura de km0).

L'ajuntament de Mancor de la Vall és qui posa en marxa aquest pla estratègic de turisme seguint els principis de **sostenibilitat** i **responsabilitat**, amb l'objectiu de tenir un resultat positiu per a tots els veïns del municipi.



1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia i
webgrafia

7

Glossari



3. Objectius globals

Els objectius d'aquest pla estratègic son:

- Potenciar el destí. Que Mancor de la Vall incrementi el seu branding o valor de marca diferencial essent reconeguda com a destinació turística de qualitat i sostenible, partint de la seva base i característiques úniques.
- Fomentar i promocionar els valors, espais, actius i tradicions per incrementar de forma controlada i sostenible el destí turístic Mancor de la Vall.
- Organitzar, planificar i desenvolupar un calendari anual amb les activitats que es duen a terme cada any. Per exemple la setmana cultural, setmana dels esclata-sang, festes populars, etc.
- Desenvolupar un departament de gestió turística que coordini, promogui i controli l'oferta turística.
- Fomentar les rutes de senderisme i ciclisme. Tenir en compte la senyalística i els passos per finques privades.
- Crear, gestionar i controlar tota l'oferta turística local. Des d'excursions fins a patrimoni arquitectònic, etc.
- Fomentar i promocionar el producte local, amb especial enfocament a la ramaderia, agricultura i indústria artesana. Recuperant antigues tradicions gastronòmiques, entre altres.
- Atreure turistes de dia, excursionistes que estimin la natura.
- Aconseguir els permisos per a gestionar Santa Llúcia i l'Església del poble com a espais espirituals a visitar.
- Desenvolupar i gestionar les xarxes socials com a base de la promoció turística. Incrementar els fans.
- Ser referents com a turisme Workcations (Treball en remot).



1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia i
webgrafia

7

Glossari



4. Diagnòstic turístic

4.1. Dades turístiques

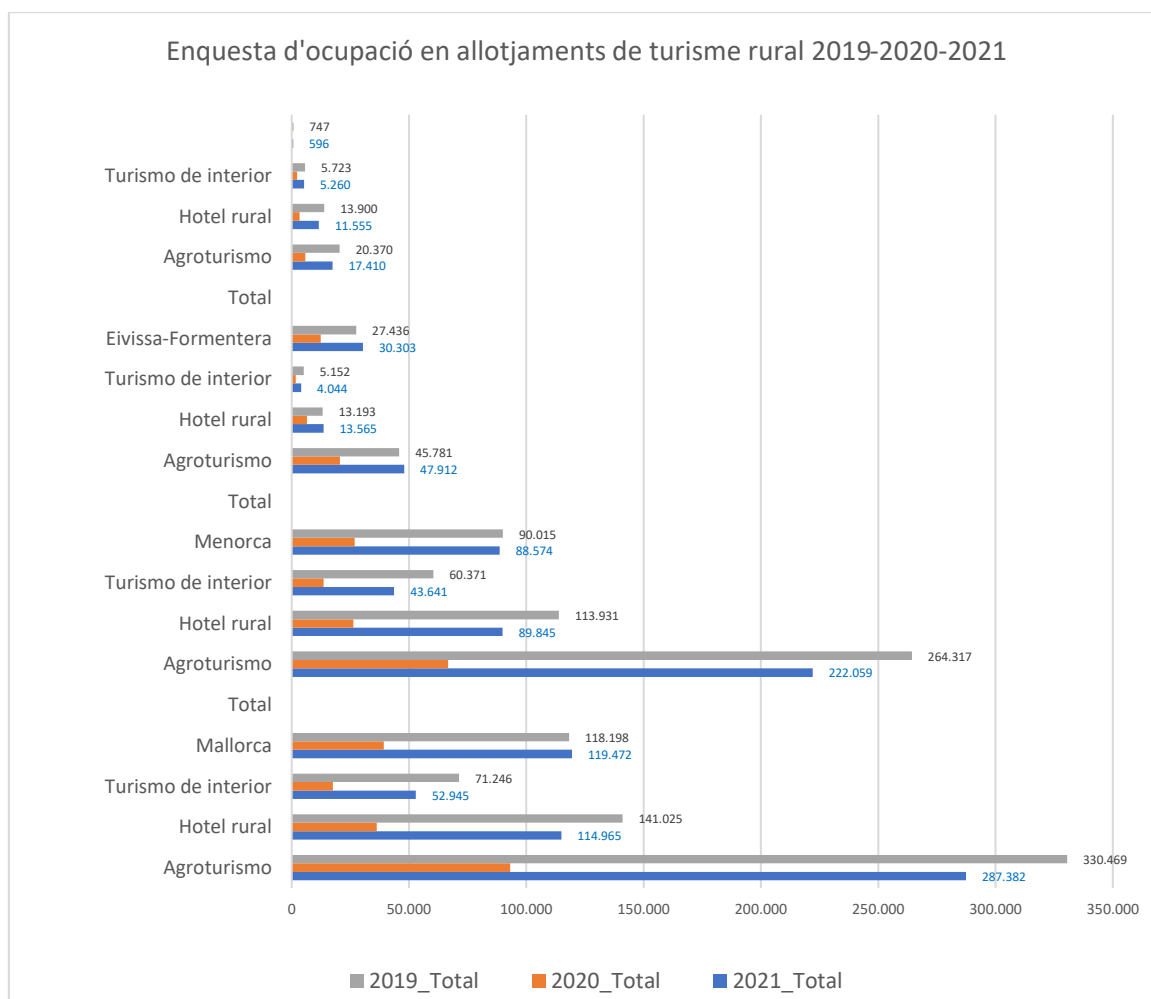
Les illes Balears son un destí turístic global i les seves empreses son exportadores líders de turisme/hoteleria. L'oferta és ampla, amb més de 2500 establiments i arribant als 16.500.000 visitants al any 2019.

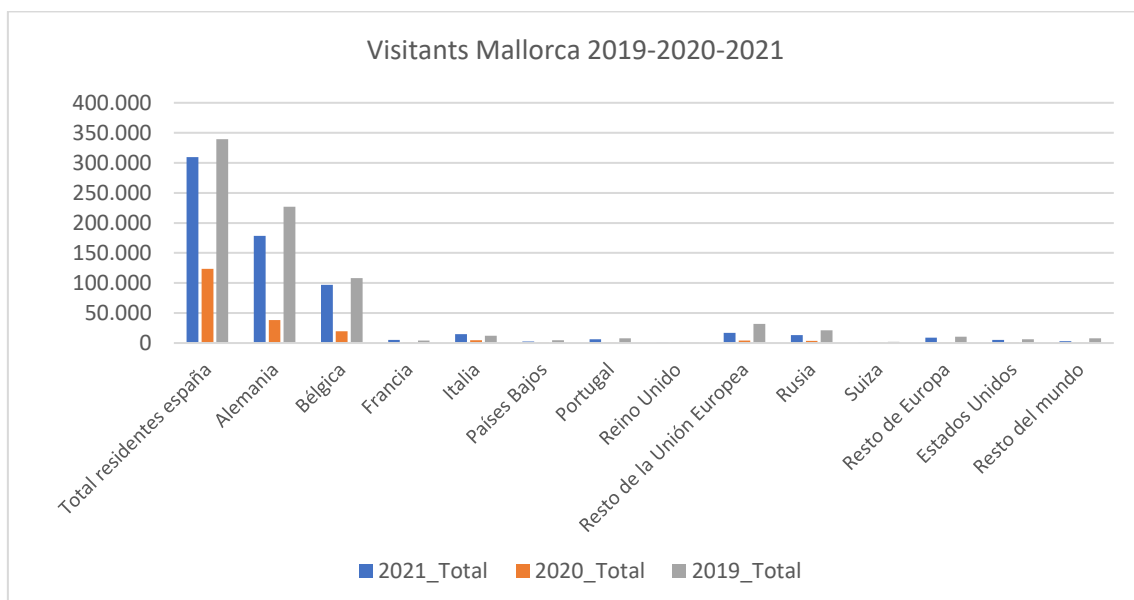
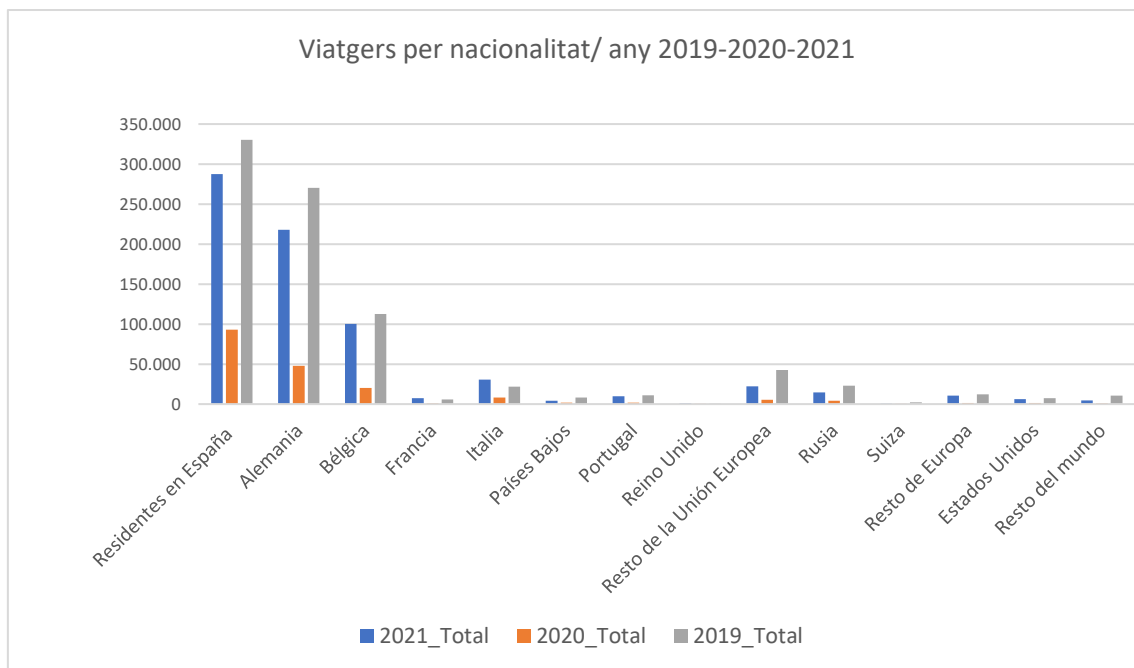
A causa de la pandèmia de Covid-19, l'any 2020 podem veure com aquestes dades d'arribades i despesa turística es van desplomar amb les mesures restrictives per a viatjar.

En els següents gràfics veurem els totals per pandèmia, durant i post pandèmia.

El 2021 va ser un any de recuperació de la indústria turística. Els allotjaments rurals van incrementar les seves vendes davant la necessitat d'estar distanciats i no tenir el perill de contagi en estar en un hotel on hi ha moltes més persones i era més difícil de controlar.

Quant al 2021 on les restriccions eren menors, s'aprecia com augmenta l'arribada de turistes i les pernoctacions en aquest sector.





Font Ibestad

Per al 2022 les projeccions són molt bones, veurem com evolucionen tenint en compte les problemàtiques en la indústria turística davant la falta de personal per a cobrir la demanda en aeroports, companyies aèries, rent a cars. Etc. Balears es posiciona com a líder de la recuperació turística en el mediterrani.

Si analitzem les dades actuals a l'abril de 2022 van arribar 1.302.886 **turistes** a Illes Balears, un 692,9% més que l'abril de 2021 i un 0,3% més que el mateix mes de 2019 (en què la Setmana Santa va ser també al mes d'abril).

Els principals mercats aquest abril van ser l'alemany (424.154 turistes, amb una quota de mercat del 32,6% i una variació interanual del 423,8%), l'espanyol

(232.691 turistes, quota del 17,9% i variació del 486,3%) i el britànic (213.277 turistes, quota del 16,4% i variació del 13.590,8%).

El mercat alemany va ser el principal a Mallorca (amb una quota del 39,6%) i el mercat nacional a la resta d'illes (34,4% dels turistes de les Pitiüses i 51% dels de Menorca). Quant a l'entrada de turistes per illes, l'abril de 2022 Mallorca va rebre el 78,8%, les Pitiüses el 14,9% i Menorca el 6,3%.

Durant el mes d'abril van obrir 576 establiments hotelers, enfront dels 170 oberts el mateix mes de l'any 2021. El total de places hoteleres ofertes va ser de 146.703, enfront de les 26.227 de l'any anterior. El mes d'abril les Balears presentà un 63,4% en grau d'ocupació per places a establiments hotelers, el que representa 29,0 punts més de variació respecte de 2021.

És la segona comunitat autònoma amb el grau d'ocupació per places més alt, només superada per Canàries amb un 68,9%. Per illes, Mallorca anota un 64,2% (27,9 punts de variació respecte a 2021), les Pitiüses un 52,8% i l'illa de Menorca un 55,9% (34,1%).

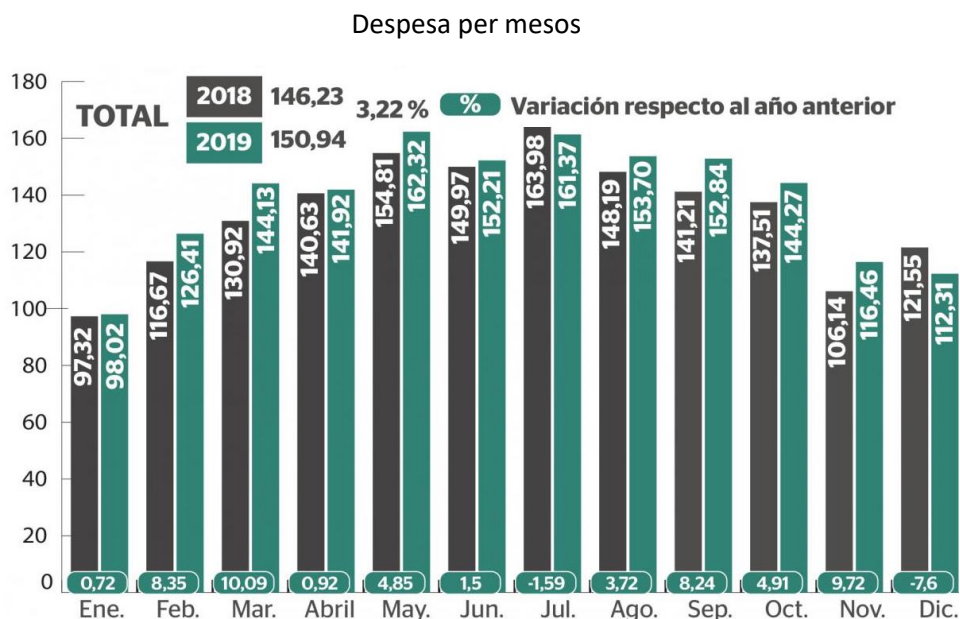
ARRIBADA DE TURISTES			
	ILLES BALEARS		% VAR. 22/21
Alemanya	720.561	↑	425,4
Espanya*	503.256	↑	294,1
Regne Unit	278.264		-
França	100.706	↑	674,9
Suïssa	80.790	↑	383,1
Països Baixos	71.098	↑	659,6
Itàlia	64.059		-
Països nòrdics**	63.279	↑	670,8
Bèlgica	33.833		-
Rússia			-
Total	2.113.159	↑	510,1

*Sense Interilles **Dinamarca, Finlàndia, Noruega i Suècia



4.2. La despesa turística

	Despesa total (milions d'euros)	Despesa per persona (euros)	Despesa per persona i dia (euros)
ILLES BALEARS	1.333,53	1.023,52	137,96
Mallorca	1.103,74	1.074,79	142,64
Menorca	55,62	679,01	99,22
Eivissa i Formentera	174,17	897,61	127,40



Despesa mitja per turista/dia

En relació amb la **despesa**, els turistes (nacionals i estrangers) arribats l'abril de **2022** van fer una despesa de 1.333,5 milions d'euros (un 785,6% més que l'abril de 2021 i un 22,4% més que l'abril de 2019). El 90,5% d'aquesta despesa correspon a turistes internacionals. La despesa dels turistes nacionals l'abril de 2022 (126,5 milions d'euros) va pujar un 406,7% respecte de l'abril de 2021, i la dels turistes internacionals (1.207,1 milions) un 860,9%. Els mercats més destacats en despesa turística han estat l'alemany (469,9 milions d'euros i una quota del 35,2% sobre el total de la despesa) i el britànic (amb 249,5 milions d'euros i una quota del 18,7%). Dels 1.333,5 milions de despesa d'aquest mes d'abril, el 82,8% correspon a la realitzada per turistes que han tingut Mallorca com a destinació principal, el 13,1% les Pitiüses i el 4,2% Menorca.

La despesa dels turistes registrada durant els quatre primers mesos de 2022, i segmentada per les principals nacionalitats, registra pujades en tots els mercats: des del 491,2% d'Alemanya al 740,3% dels Països nòrdics, passant pel 272,4% d'Espanya.

ILLES BALEARS

DADES ACUMULADES GENER-ABRIL 2022*

DESPESA DEL TURISTES		
	ILLES BALEARS	% VAR. 22/21
total (milions d'€)	2.108,6	↑ 616,4
per persona (€)	997,8	↑ 17,4
per persona i dia (€)	131,7	↑ 34,5
Pernoctacions	16.006.815	↑ 432,9
Estada mitjana	7,6	↓ -12,7

OCUPACIÓ PER PLACES OBERTES		
	ILLES BALEARS	VAR. 22-21
Hoteleria - Grau d'ocupació	55,5	↑ 32,5
Apart. Tur. - Grau d'ocupació	29,4	↑ 12,2

4.3. Pernoctacions per mercats

Si analitzem les pernoctacions per mercats de l'abril de 2022, detectem la pujada de tots els principals mercats (340,3% el nacional, 435,1% l'alemany). L'estada mitjana també, presenta dades positives tant en el mercat britànic (10,7%) com el germànic (2,2%).

El grau d'ocupació per places a establiments hotelers d'abril de 2022 ha sigut del 63,4% (29 punts més que el mateix mes de 2021). Pel que respecta a l'ocupació en apartaments turístics, les Illes Balears es del 30,3%, amb un increment de 10,3 punts percentuals.

4.4. Demanda energètica

La demanda d'energia elèctrica acumulada durant l'abril de 2022 va augmentar un 7,3% a les Illes Balears. Si analitzem les dades per illes, totes han enregistrat pujades en les seves variacions.

DEMANDA ENERGÈTICA / ABRIL 2022									
ILLES BALEARS	% VAR. 22/21	MALLORCA	% VAR. 22/21	MENORCA	% VAR. 22/21	EIVISSA	% VAR. 22/21	FORMEN-TERA	% VAR. 22/21
1.739.044,4	↑ 7,3	1.333.570,8	↑ 7,6	131.613,3	↑ 1,4	258.715,7	↑ 8,8	15.144,6	↑ 4,6



4.5. Indicador de pressió humana

El valor màxim a l'indicador de pressió humana del març de 2022 fou un 6,2% superior al corresponent del 2021. La variació interanual amb l'any 2021 de l'acumulat és del 5,4%. Els acumulats anuals de les illes són positius a totes les illes.

INDICADOR PRESSIÓ HUMANA / MARÇ 2022			
	ILLES BALEARS		% VAR. 22/21
Acumulat anual	40.275.926	↑	5,4
Màxim mensual 31-03-2022	1.353.555	↑	6,2
Mínim mensual 01-03-2022	1.258.294	↑	3,2
	MALLORCA		% VAR. 22/21

4.6. Diagnòstic Mancor de la Vall

Mancor de la Vall és un petit poble envoltat de muntanyes, que es caracteritza per tenir senderes a diferents punts de la Serra de la Tramuntana, com pot ser pujar el Massanella o pujar al santuari de Santa Llúcia, des de la qual s'obtenen unes vistes privilegiades de la vall.

És d'origen ramader, agrícola i industrial (calçat, cervesa). Activitats que es pretenen impulsar novament com a motor econòmic el poble.

Amb l'entrada en vigor de noves normatives en temes de circularitat, des del Govern s'impulsa el productor local amb especial enfocament al camp, és una oportunitat única per a recuperar alzinars, olivars, foment de la figuera típica de Mancor de la Vall entre altres.

En les darreres dècades han incrementat la població resident, però no així l'oferta laboral. La gran majoria dels residents a Mancor treballen fora del municipi.

La distància amb el centre econòmic - comercial-industrial més pròxim és Inca (a menys de 5 km). Això els fa molt atractius per als quals vulguin viure en un poble amb les facilitats d'una ciutat pròxima.

La proximitat de l'aeroport de Palma, faciliten l'arribada de visitants nacionals i internacionals.

La seva connexió a internet és molt bona, tenen més de 3 opcions de xarxa de fibra.

L'oferta d'allotjament turístic és principalment casa vacacional. Només hi ha un hotel boutique en ple centre de Mancor de la Vall.



Aquest poble té un fort interès per conservar la cultura i les tradicionals d'antany, així com desenvolupar un turisme sostenible, que sigui responsable amb l'entorn i amb els seus residents.

La connectivitat no és gaire bona. Per arribar a Mancor de la Vall des de Palma i es fa utilitzant el transport públic s'ha d'anar-hi en tren després canviar a bus (no en la mateixa estació, s'ha de caminar uns 8 minuts). El temps aproximat es més o menys 1 hora 20 minuts. Però s'han de revisar els horaris de tren + bus 311 (Inca - Mancor de la Vall) el dia anterior per triar la millor opció i no perdre temps a l'estació.

4.7. Entrevistes

Metodologia:

Les accions per a desenvolupar l'elaboració del Pla Estratègic de Mancor de la Vall es basen en:

- Visites de recollida de dades, entrevistes d'orientació, visió del turisme al poble, a les parts interessades amb enfocament de coaching per a la identificació de l'escenari actual i les opcions d'escenaris futurs.
- Recopilació d'indicadors turístics: diagnòstic: indicadors crítics
- Anàlisi de dades. Diagnòstic.
- Anàlisi en profunditat de la competència i del destí Mallorca.
- Elaboració de propostes – informe del pla estratègic.

S'han seleccionat contactes estratègics relacionats amb empreses i centres d'interès turístic.

Enquesta:

L'enquesta realitzada és la següent:

Enquesta de participació en el pla estratègic turístic



1. A quin grup de població pertany:

- Agent turístic (allotjament)
- Restaurant
- Comerç
- Activitats recreatives
- Activitats d'esport
- Administració pública

2. En quin rang d'edat es troba?

- 18 -30
- 31-45
- 46-60
- + 60

3. Com li agradaria veure Mancor de la Vall en 5 anys? I en 10 anys?

4. Quin tipus de turisme li interessa que es fomenti a Mancor de la Vall?



5. Quins aspectes desitja que es fomentin o es tinguin en compte a l'hora de desenvolupar les línies estratègiques de futur?

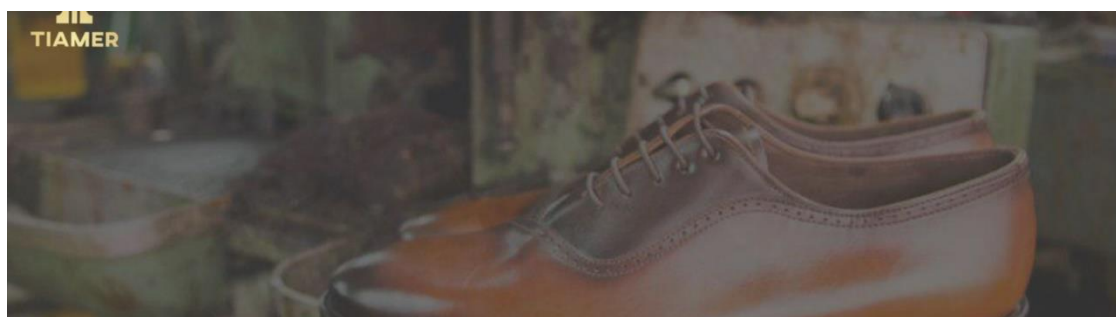
Resultat de l'enquesta:

El públic que contesta l'enquesta pertany a la indústria local, turística, així com a l'Ajuntament de Mancor de la Vall i a l'Església Catòlica.

El comú a tots és voler mantenir, a 5 – 10 anys vista, els valors del poble, en paraules d'ells “que no es perdi l'essència de poble, la seva tranquil·litat i bona qualitat de vida per als residents”.

La seva visió a 5-10 anys és la següent:

Indústria:



TIAMER, CALZADO DEL CORAZÓN DE MALLORCA

*Amor, pasión, dedicación y esmero en la
fabricación manual y artesana de cada zapato*

Consideren que ells ja tenen el seu mercat cobert, els costa molt trobar treballadors, però que és possible fer alguna cosa més pel poble.

Que des de l'Ajuntament s'impulsi, promoció i desenvolupi un turisme responsable i sostenible.

Que s'apliquin mesures de promoció i foment del producte local i autòcton. Ja sigui a nivell local-nacional com a internacional. Per exemple, amb l'assistència a diverses fires on es pugui donar a conèixer el producte de Mancor de la Vall.

Dissenyar i marcar els productes locals que siguin senyal d'identitat del poble per a associar-los amb la imatge de Mancor de la Vall.

Donar oportunitats als joves perquè puguin desenvolupar els seus projectes de negoci en el municipi.



Que no s'ompli de turistes i es generi un ambient de poble turístic, similar a Sóller o Valldemossa.

Agents administració pública:



Des de l'Ajuntament, tant el batle com el responsable de medi ambient coincideixen en un desenvolupament sostenible del turisme al poble; donant-li un enfocament especial a la millora dels camps agrícoles i ramaders com a millora a la problemàtica de la massa forestal generada per l'abandó dels camps per poca rendibilitat per a les famílies.

El responsable de medi ambient considera molt important gestionar els boscos, és a dir llevar massa forestal, fer-la rendible com a font d'energia (biomassa) alhora que s'ha de recuperar l'agricultura i ramaderia extensiva, on es cuidi l'entorn, els boscos i l'aigua.

Considera que l'aigua és un problema actual i que s'han de buscar solucions per a poder adaptar-se a aquesta falta d'aigua. La solució no és plantar més arbres, sinó gestionar de manera eficient i eficaç els que actualment hi ha.

També desitgen impulsar un turisme sostenible i responsable amb la cultura, l'essència de Mancor de la Vall. Que no es desenvolupi un turisme massiu, però si un turisme controlat i responsable, en definitiva, un turisme sostenible que posi en valor i recuperi la cultura del poble.



Església catòlica:



L'església catòlica és propietària dels principals atractius turístics de Mancor de la Vall com són l'oratori de Santa Llúcia i l'església del poble.

En el cas de l'oratori de Santa Llúcia, el gestionen les monges, en ell es desenvolupa una activitat d'espiritualitat. Ofereixen l'establiment de manera individualitzada a aquells que desitgin realitzar activitats relacionades amb la formació i l'espiritualitat, respectant el silenci.

Les monges estan disposades al fet que es desenvolupin activitats de turisme espiritual, de benestar i MICE. Complint amb el que elles demanen, tranquil·litat i silenci.

Elles també opinen que no volen que es desenvolupi una indústria turística massiva. Els agradaria poder tenir millors condicions per a explotar l'oratori, perquè consideren que és un lloc únic i amb molt potencial, però no volen que deixi de ser la seva casa de pau i tranquil·litat.

Enquesta a l'advocat de l'església: no pertany al poble, però ens va facilitar informació dels principals atractius de Mancor de la Vall que pertanyen a l'església.

Per un tema legal no se li pot canviar la finalitat a l'oratori de Santa Llúcia, ell desconeix com es gestiona el turisme. No és la seva competència.

Quant a l'obertura de l'església de Mancor de la Vall, només hi ha un rector que porta diverses esglésies, no tenen gent per a poder tenir-les obertes durant més temps.

Estan interessats a escoltar propostes tant per a la gestió de l'oratori, com per a l'obertura diària de l'església. Ens donarà accés a una reunió amb la persona encarregada d'aquests temes.



Deixem pendent la reunió amb aquest responsable, per la seva agenda col·lapsada però segueix en procés d'arribar al millor acord per a poder fomentar la visita a aquests llocs.

Indústria turística:



Restaurant del poble

La indústria turística, lamentablement no ha estat molt participativa. Per les dates en les quals ens trobem i després d'una temporada de covid-19, per fi torna la recuperació i amb això molta feina.

No han tingut temps per a respondre l'enquesta.

És necessari fer-los vinculants en el desenvolupament del turisme, perquè són la base, són l'oferta. Treballen molt, però de manera individual, si ho fessin en conjunt els seria més fàcil dinamitzar Mancor de la Vall com a destinació turística sostenible i de qualitat.

Els que si van contestar van ser els empresaris dels bars. Per a ells és de vital importància obrir l'església, generar dinamisme perquè vinguin excursionistes no sols de cap de setmana, sinó que sigui un punt de pas diari en les seves rutes. També els agradaria que l'ordenança municipal els deixés tenir música fins a més tard.

Veuen a Mancor de la Vall amb un alt potencial, ells volen que es mantinguin les tradicions del poble. Potencien el producte de proximitat, la gran majoria



dels seus productes provenen de les granges del poble i dels pobles veïns. Tenen un codi ètic de treball en el qual no fan plats especials que s'ofereixen en els altres bars. Així es respecten i no es lleven treball sinó que comparteixen. Això és alguna cosa a potenciar en el turisme sostenible.

4.8. L'oferta turística

L'oferta turística de Mancor de la Vall és variada. El que es desenvolupa són activitats/accions que atreuen turistes i residents, encara que no hi ha un desenvolupament en turisme en si.

Amb el desenvolupament del Pla Estratègic Turístic es pretén implantar un model turístic sostenible, on la massificació turística no és benvinguda.

L'oferta gastronòmica és variada i suficient. Tenen un codi ètic de no fer els plats especials que fan els altres. Hi ha 5 establiments de restauració entre bars i restaurants. Es fomenta el menjar mallorquí, i el consum de producte local i de km0.

El comerç és limitat, hi ha petites botigues on es troba allò de primera necessitat. Suficient, tenint en compte la proximitat amb Inca. El que trobem és una sabateria (fabrica i botiga), una drogueria de queviures, un petit supermercat i un forn de venda (no és fabricació local). Hi ha mercat els dilluns enfront de la plaça de l'ajuntament (és petit).

Existeixen clubs d'esport, però no hi ha una oferta turística complementària fàcil de trobar a Mancor de la Vall.

No hi ha oferta de transport privat, tipus rent a car, taxis, etc. Només el bus de línia regular Mancor- Inca.

Existeix una oferta d'allotjament turístic vacacional de 50 establiments repartits per la comarca. Només hi ha un hotel, és tipus boutique.

Llistat d'allotjament turístic a Mancor de la Vall :

- VILLA MANCOR
- CA ´S ROIG
- CAN VIDAL
- SON QUITIU
- SON TROBAT
- MONTAURA
- CAN TONI
- SA FONT
- SON SIMÓ
- CA NA RAMIS
- SA FONT
- SON DURÍ
- CASA VELLA
- FINCA SON JUEU



- SA VILETA
- BINIARROI
- CA ´N MOIX
- TURIXANT D ´ALT
- CA ´N COSTA
- MIRAVALL
- CONST.BALAGUER
- FINCA ES PUJOL
- SA TANCA DE SA NINA
- CA ´N BESSÓ
- BINIARROI
- MASSANELLA
- CA SES MONGES
- SON SIMÓ
- CASA CANALS
- S ´OLIVAR
- CA ´N GALLINA
- LOFT SA CASETA
- CAN SOLÉ
- SA TANCA
- ES PEDRAGUERET
- CAN VICENS
- ES CAMPET
- FINCA CAS VELLACO
- S ´ESTEL
- SA QUARTERADA
- SES BASSES
- SON 3
- SA COMA
- ES CLOS DES GALL
- CASA MALLORQUINA
- LA FONT
- MONTAURA
- PICARA
- ES PUIG CA NA MIRAY



Llistat de restaurants/bars:

- RESTAURANT (HOTEL) TURIXANT
- MARIA SALINAS RESTAURANT
- S ´HORT DE SON CATLAR
- BAR RESTAURANT SA PISCINA
- PENTAGONA
- CAN BERNAT
- ES FORN
- CAS PUPUT





Bar del poble

Tipus d'oferta turística actual:

Rutes de senderisme

1. Santa Llúcia: Sortida des de Mancor de la Vall, des de la font pública de Mancor (safareig), passeig pel poble de Mancor, camí de Santa Llúcia per asfalt i baixada pel caminet. Distància 4,37km, desnivell 114mts.
2. Biniarroí: va ser un petit llogaret separat del nucli urbà i situat en plena muntanya, prop de l'ermita de Santa Llúcia fins on es pot accedir en vehicle. Distància 6,31km, desnivell 176 m
3. Canaleta de Massanella: Entrada per la finca de Massanella, tancada amb una barrera que es pot obrir sense problemes, però a l'altura de les Cases de Ca Bajoca ens cobren , aproximadament, 4 euros per persona per a poder continuar, ja que la major part del recorregut transcorre per propietat privada. Distància 15,82km, desnivell 734 m
4. Es Rafal – Tossals Verds: Part de la ruta passa per una propietat privada, És Rafal, per la qual cosa convé demanar permís. Distància 14,29km, desnivell 632 m
5. Puig de sa Creu: Ascens per antics camins de carro.
6. Puig de sa Fita: La ruta s'inicia a Son Catlar i es passa per la finca de Massanella, on probablement caldrà pagar 4 €, aproximadament, per a continuar el recorregut.
7. Montaura: Ruta suau i un recorregut per a fer en família
8. Mancor – Alaró: Una excursió preciosa, però amb una dificultat elevada, especialment per a aquells que tinguin vertigen. És un itinerari extens, té més de 23 km. És una ruta per a aquelles persones que ja estan experimentades en el senderisme. S'arriba a una alçada màxima de 767 m.
9. Mancor – Massanella: Ruta molt bonica per a gent amb un nivell alt, té pujades pronunciades i els camins no estan molt marcats. Té una extensió de gairebé 24 quilòmetres i una durada de vuit hores. Es tracta de pujar la segona muntanya més alta de Mallorca per darrere del Puig Major. S'arriba a una alçada de més de 1400 m.



10. Mancor – Biniaroi: Pels que no són tan aventurers, hi ha excursions més senzilles com aquesta, amb un itinerari de 5 km. Encara que si que es troben algunes pujades pronunciades; té un nivell fàcil moderat. Es pot realitzar aproximadament en una mica més d'una hora. Transcorre per camins típics de muntanya amb olivars, pinedes i alzines.
11. Mancor – Biniamar: Excursió senzilla, es tracta d'un itinerari amb una distància aproximada de 4km. És una excursió que es pot adaptar al nivell de la persona.
12. Altres. alternatives

Atractiu arquitectònic

La composició de les comarques que pertanyen al municipi, són antigues alqueries que conserven tot l'esperit del camp mallorquí i que es reconstrueixen respectant els antics elements constructius. A més podem trobar l'oratori de Santa Llúcia, l'Església del poble en ple cor de Mancor de la Vall, antiga font d'aigua, tafones.

Sembla que van ser els fenicis o els grecs els qui van introduir el cultiu de l'olivera a Mallorca des de la península; en la segona meitat del segle XIII, després de la conquesta catalana-aragonesa, es va intensificar el cultiu de l'olivera. Un dels factors que expliquen aquesta expansió són els tributs que es pagaven per l'oli. Al llarg dels segles posteriors l'oli es converteix en element clau de l'economia insular, un producte de consum, d'intercanvi comercial i d'exportació als mercats europeus. Però aquesta exportació disminueix a partir de la primera meitat del segle XIX a causa de la competència d'altres països, de la caiguda de les collites i de les polítiques de protecció del producte.

Malgrat tot, durant el segle XX l'oli continua sent part essencial de l'economia insular i en cada hisenda situada en una zona oleícola trobem una tafones.

Atractiu natural

La naturalesa característica de les muntanyes, i tot el que ens ofereix ho fan un destí perfecte per a gaudir d'un turisme de benestar, natura, espiritualitat, entre d'altres. Té un encant únic, a més de brindar una varietat d'opcions de rutes de senderisme i vistes del cel nocturn.

Atractiu Esportiu:

S'han realitzat competicions a nivell internacional, com el torneig de futbol que se celebra al desembre és un dels més importants de Mallorca.

Hi ha gran afició pel ciclisme de rutes de muntanya, així com de carretera de muntanya, passant per la carretera que va al santuari de Lluc.

Senderisme, activitats de muntanya (escalada, espeleologia, esports d'aventura, etc).

Atractiu gastronòmic:

- Conegut pels seus plats típics mallorquins.
- Darrera setmana de novembre: fira de l'esclata-sang.
- Oli d'oliva de la zona.
- Cervesa artesana.
- Productes locals.



Atractiu cultural

- L'arxiu local disposa d'una gran quantitat de textos i documentació de la història del poble.
- Tots els dilluns hi ha mercat tradicional, és petit i poc visitat.
- El dilluns de Pasqua pancaritat a Santa Llúcia
- Primera setmana de juny, setmana de la pintura
- 24 de juny, festes patronals de Sant Joan Baptista.
- A finals d'estiu, hi ha una trobada de cantautors, pintors, etc.
- Setembre, fira de la cervesa i fira de l'Art
- Cicles musicals, de maig a juliol

Espeleologia

Gran quantitat de coves aptes per a la espeleologia. No hi ha cap cova que sigui explotada turísticament.

Llistat de coves en la zona:

- Avenc de sa Barraca
- Avenc des Barrobins
- Cova des Castellà (I)
- Cova des Castellà (II)
- Cova de Can Bajoca
- Avenc d'en Calona
- Avenc des Cocó
- Avenc dets Empelts
- Avenc des Forn
- Altres.

4.9. La demanda turística

Les dades que trobem en referència a la demanda són escasses. Per la qual cosa, per a realitzar l'anàlisi de la demanda turística, hem utilitzat cercadors de serveis turístics (oferta d'allotjament i oferta complementària).

Els turistes que arriben a Mancor de la Vall, en general venen en grups. Ja siguin famílies, amics, companys d'esport, etc.

Els que s'allotgen en la seva majoria són del nord d'Europa (Alemanya, Suïssa, Bèlgica, etc). L'estada mitjana és de 4 a 7 dies. El seu poder adquisitiu és mig/alt. Lloguen cotxe i les seves principals compres les realitzen fora del poble.

Mancor de la Vall rep durant els caps de setmana un gran nombre d'excursionistes, és a dir, no pernocten al poble. Dins d'aquest grup es troben:

- Els Palmesans que menjaran menjar típic.
- Els esportistes locals i turistes que visiten el santuari de Santa Llúcia.
- Els residents que van per esdeveniments que es duen a terme, com són tornejos de futbol, maratons de muntanya, festes, etc.



4.10. Diagnòstic web turística i xarxes socials de Mancor de la Vall

La web de turisme del poble www.visitmancordelavall.com és una eina d'excel·lent ús per a potenciar i comunicar tot el referent a l'oferta turística que s'ofereix en el municipi.



Xarxes socials Mancor de la Vall



Les xarxes socials del municipi són principalment Facebook i Instagram. Ambdues s'utilitzen per a informar i exposar les diferents activitats que es desenvolupen en el municipi.

També utilitzen l'eina del WhatsApp per a comunicar tot el referent a informació de l'ajuntament, com a carrers tallats, tall de subministraments, reciclatge, etc.



Facebook

**Objectiu:**

“Informar als residents i turistes de les activitats que es realitzen a Mancor de la Vall”.

Facebook, és una de les primeres xarxes socials. Els seus usuaris són principalment adults de més de 40 anys.

S'utilitza per a vendre, promocionar, informar, compartir experiències i serveis amb gent a nivell global.

És un motor de venda que canalitza i segmenta el tipus de client objectiu al qual desitgem arribar.

Es recomana el seu ús per a informar, promocionar les diferents activitats que es desenvolupen enfocant-se en el perfil de l'usuari.

Realitzar campanyes de publicitat, promoció del turisme de Mancor de la Vall per al públic específic.

Instagram

Objectiu:

“Utilitzar la xarxa social per a potenciar la marca de Mancor de la Vall”

Instagram és una de les xarxes socials més utilitzades. En els últims anys s'ha convertit en una excel·lent plataforma de difusió per a la venda de productes i



serveis, sota una estètica cuidada. Els seus usuaris estan en l'edat intermitja dels usuaris de Facebook, i els usuaris majoritaris de Tiktok. entre altres.

Es recomana un ús exclusiu per a la promoció, difusió i foment de la marca de Mancor de la Vall.



WhatsApp

És un eina per informar a la ciutadania de Mancor de la Vall.

Es semblant a un tauler d'anuncis.

4.11. Anàlisi de la competència

L'anàlisi de competència es realitza en base comparativa dels destins similars a la Serra de Tramuntana.

No analitzarem les destinacions turístiques per excel·lència de la Serra com són Sóller i Valldemossa ja que no és al que aspira el model turístic per a Mancor de la Vall.

Sí analitzarem altres destins amb una oferta turística atractiva i semblant a la del poble.

Una característica comuna a tots és que, ara com ara, cap té un pla estratègic en turisme.

La gran majoria d'aquests destins gestiona el turisme a través de les directrius del Consell de Mallorca, en el seu web Serra de Tramuntana Patrimoni Mundial.



Hem analitzat els diferents portals dels ajuntaments, i no veiem una promoció turística, una gestió turística del destí tal com ho realitzen els que reben afluències massives de turistes, ex. Sóller.

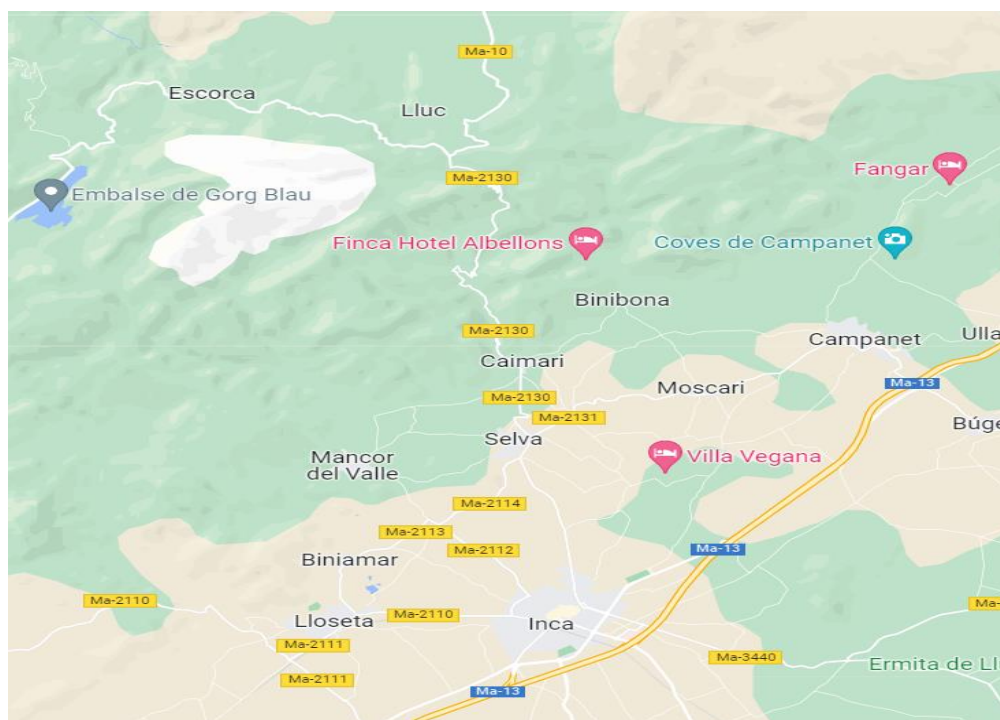
La seva oferta d'allotjament turístic es compon principalment d'hotels boutique, petits hotels d'interior, i molta oferta d'allotjament vacacional.

És comú en tots els destins analitzats, que els preus són alts, les viles i les cases vacacionals són de primer nivell en qualitat i confort.

Els turistes que trien aquests destins són els que busquen també el destí de Mancor de la Vall, famílies, grups d'amics, d'un poder adquisitiu mig-alt, procedent de països com Alemanya, Suïssa, Bèlgica, Luxemburg, Holanda.

No tenim detall de la despesa turística que es queda en aquests municipis. S'han analitzat les dades de l'Institut Nacional d'Estadística, però no s'ha pogut obtenir la informació en ser municipis petits i amb una gestió pràcticament nul·la en turisme.

Principals competidors



Escorca: Lluç

Lluç té una oferta turística molt similar a la de Mancor de la Vall. Amb atractius turístics com el Santuari de Lluç, lloc de pelegrinatge i tradició religiosa catòlica.

És un símbol de la cultura de Mallorca.

Escorca també té zona de platja, com són Sa Calobra o cala Tuent, amb excursions massificades de turistes a l'estiu, amb les excursions a Sa Calobra – Sóller, o a l'inrevés Sóller- Sa Calobra- Sóller.



És una zona amb gran quantitat d'àrea protegida.

És un destí altament atractiu en turisme d'aventura, senderisme, escalada, ciclisme, etc.

Escorca no té web de turisme, tampoc informació en el seu web d'ajuntament. El turisme es gestiona de manera privada i amb les directrius del Consell de Mallorca.

Selva

Durant més de 600 anys, fins a 1925, Mancor de la Vall va ser part del municipi de Selva. Comparteixen fonts d'aigua i paisatge, així com les tradicions locals, atractius similars, etc.

Són part del municipi de Selva: Caimari, Moscarí, Biniamar, Binibona i comparteixen web de l'ajuntament separada per poble.

Selva igual que altres municipis de la Serra de Tramuntana no ha desenvolupat una estratègia en gestió turística. Es gestiona a través del Consell de Mallorca i a través d'oferta privada de serveis turístics.

És necessari reconèixer el valor per promocionar la cultura, amb el parc etnològic.

Analitzarem cadascuna d'aquestes localitats per separat.

Caimari:

A nivell particular, l'oferta turística s'ha anat desenvolupant amb accions de branding, posicionant Caimari com a atractiu turístic arquitectònic, però també cultural amb un parc etnològic (+ de 3000 m² d'edificacions i construccions que representen vells oficis com: la Casa de neu, una rústica construcció de maçoneria que s'usava per a emmagatzemar gel; la barraca del carboner, el Coll de Tords, parany per a atrapar ocells feta amb branques de pi; la llosa, un altre antic parany, però aquesta vegada en pedra, el forn de pa, la sitja, el forn de calç) i la Ruta de l'olivera.



Caimari



Alguns dels seus atractius són el campanar de l'Església de la Immaculada Concepció, l'Oratori de Sant Jaume (Església vella d'una sola nau), Son Albertí, el Convent de les Franciscanes o Ses Figueres, una finca típica del segle XIII.

Moscari:

Com a atractiu turístic té la parròquia de Santa Anna, i la celebració de la festa del fadrí.

No hi ha un desenvolupament turístic.

Biniamar:

És molt petit, però té atractius naturals i arquitectònics d'importància com són l'Església de Santa Tecla, a l'Església Nova, Aljubs de Biniamar, forns de calç.

Binibona:

El seu principal atractiu és Ca'n Beneit. No hi ha molta informació sobre aquest tema.

No s'aprecia un desenvolupament turístic, ni públic ni privat.

Fornalutx:

És un poble de muntanya que té un potencial altíssim per al turisme d'aventura, turisme de muntanya i activitats a l'aire lliure. És part de la Serra de la Tramuntana.

No s'aprecia una indústria turística desenvolupada. No es troba un pla estratègic turístic.

El seu accés és més complicat per la quantitat de corbes que té la carretera per a accés al poble. Es visita per molts de ciclistes, tant aficionats com a equips professionals. L'aparcament és complicat en temporada alta.

Esporles:

Malgrat tenir diversos atractius turístics de rellevància a l'illa com "la Granja d'Esporles", una altra finca típica Mallorquina, entre molts altres.

En els últims anys s'ha convertit en poble dormitori pròxim a Palma, on preval l'activitat ciutadana i el turisme no és una activitat principal al poble. Ha arribat a viure gent de tot Europa per les seves bones condicions de vida, així com la seva proximitat amb Palma.

Altres pobles de muntanya com són Estellencs, Banyalbufar, tenen atractius similars en l'oferta turística, però no s'ha desenvolupat per part dels ajuntaments. Aquests pobles a més compten amb zona de costa.

Puigpunyent:

A l'ajuntament de Puigpunyent, que inclou Galilea i Son Serralta.

És un municipi envoltat de les muntanyes de la tramuntana, amb moltes rutes de senderisme, carreres de trail, senderisme, etc. Té una gran oferta de turisme d'aventura i esports a l'aire lliure.



Aquesta en un lloc privilegiat envoltat d'ametllers, oliveres, molta vegetació. Es promoció com un destí verd.

Quant al seu desenvolupament turístic és molt poc, des de la web de l'ajuntament es té en diferents idiomes, però tot és el mateix, en català.

La seva oferta turística és privada. No s'aprecia gestió turística pública.

Llucmajor:

És un poble d'interior, principalment agrícola que compta amb una important zona de costa.

Si ho analitzem és per dos motius:

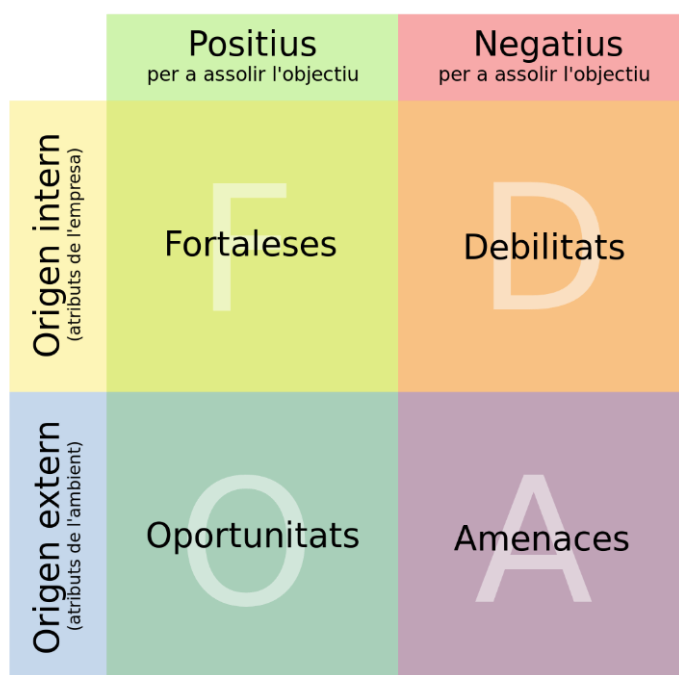
1. Porta anys posicionant-se com a destí de segones residències per a estrangers, donant un enfocament de sostenibilitat, millorant les connexions a internet. Etc.
2. Fomenta el camp, l'agricultura local, existeixen diverses empreses que ofereixen als turistes excursions per les finques. Tenim exemples com Fresópolis (granja amb activitats per a tota la família. Es poden recollir maduixes). Un altre exemple és de la plantació de figueres de pràcticament totes les varietats locals, realitzen excursions amb turistes i també grups de residents.



Llucmajor



4.12. Anàlisi DAFO



	FORTALESES
F1	Objectius comuns de totes les parts interessades (ajuntament, empresaris, ciutadans..)
F2	Ofereix allotjament turístic vacacional de qualitat.
F3	Alt atractiu turístic per turisme de benestar, tranquil·litat, bona qualitat de l'aire, naturalesa interior.
F4	L'oferta gastronòmica és variada i fomenta el producte local com Atractiu turístic.
F5	Connexió a Internet.
F6	Lloc patrimoni de la humanitat, protegit.
F7	Rutes per senderistes i ciclistes.
F8	Les carreteres d'accés estan en bon estat i és fàcil transitar.
F9	Pàrquing públics.
F10	Condicions ideals per a practicar tot tipus de turisme d'esports de muntanya, des d'escalada, senderisme, espeleologia, etc.
F11	Oferta turística arquitectònica de gran valor patrimonial.
F12	Veïnats amb Inca.
F13	Foment de la cultura mallorquina, amb especial interès en la música de cantautor, l'escriptura, la pintura, etc.
F14	Governança en línia de la sostenibilitat i circularitat.
F15	Mesures de control de soroll i oci nocturn. No més enllà de les 00.00hrs.
F16	A 30 minuts del aeroport internacional de Palma de Mallorca.

	FEBLESES
D1	Connexió de Mancor de la Vall amb Palma (bus + tren).
D2	Accessibilitat per a persones amb discapacitat.
D3	Control dels edificis arquitectònics i d'atractiu turístic (Santa Llúcia, església) que pertanyen a la església.
D4	Fonts d'aigua propis del municipi (absència). Els municipis del voltant els donen accés a l'aigua.
D5	Les diferents rutes de senderisme no són totalment públiques, i en alguns casos s'ha de pagar per passar. En altres és totalment privat i talla una ruta que pot ser molt bona.
D6	Gestió turística en xarxes socials.
D7	Esdeveniments, festes i esdeveniments no agrupats – manca un calendari cara a externs/visitants.
D8	Baixa promoció turística.
D9	Àrea o departament de turisme que gestioni el turisme de Mancor de la Vall (absència d'àrea de gestió i indicadors).
D10	Estacionalitat del turisme.



	OPORTUNITATS
O1	Els destins amb oferta turística similar a la de Mancor de la Vall no han desenvolupat una estratègia turística.
O2	Poca informació turística, a nivell de governança no han desenvolupat una estratègia en gestió turística.
O3	Clients potencials amb poder adquisitiu alt, principalment estrangers del nord d'Europa.
O4	És més difícil arribar- hi sense cotxe propi/ lloguer.
O5	Enfoqui a turistes de "treball a remot" que busquin desconexió de ciutat però amb la tecnologia a la mà.
O6	Potenciar les rutes de senderisme i bicicletes
O7	Potenciar el turisme d'observació del cel nocturn.
O8	Potenciar el Mancor de la Vall com a destí per a rodar pel·lícules, etc.
O9	Enfocament de turisme sostenible.
O10	Fomentar l'agricultura i ramaderia local com a motor de economia local, gràcies a les polítiques de economia circular, compensació d'emissions, etc.
O11	Ideal per a turisme MICE i desconexió.

	AMENACES
A1	Municipis del voltant que puguin atreure tota l'atracció turística de la zona. Per exemple Selva o Caimari.
A2	Possibilitat de tornar-se poc atractius.
A3	Canvi climàtic. Sequera, dificultats d'energia, etc.
A4	Normativa més restrictiva que els impossibiliti ampliar l'oferta turística



4.13. Risc i Oportunitats

	Riscos i Oportunitats	Tipus	Probabilitat	Impacte	Severitat
RD1	Connexió de Mancor de la Vall amb Palma (bus + tren).	Intern	3	1	3
RD2	Accessibilitat per a persones amb discapacitat.	Intern	3	2	6
RD3	Control dels edificis arquitectònics i d'atractiu turístic (Santa Llúcia, església) que pertanyen a l'església.	Intern	3	2	6
RD4	Fonts d'aigua propis del municipi (absència). Els municipis del voltant els donen accés a l'aigua.	Intern	3	1	3
RD5	Les diferents rutes de senderisme no són totalment públiques, i en alguns casos s'ha de pagar per passar. En altres casos, són totalment privades i tallen una ruta que pot ser molt bona.	Intern	2	2	4
RD6	Gestió turística en xarxes socials.	Intern	3	2	6
RD7	Esdeveniments, festes i esdeveniments no agrupats – manca un calendari cara a externs/visitants.	Intern	2	2	4
RD8	Baixa promoció turística.	Intern	2	3	6
RD9	Àrea o departament de turisme que gestioni el turisme de Mancor de la Vall (absència d'àrea de gestió i indicadors).	Intern	2	3	6
RD10	Estacionalitat del turisme.	Intern	3	2	6
RA1	Municipis del voltant que puguin atreure tota l'atracció turística de la zona. Per exemple Selva o Caimari.	Extern	2	2	4
RA2	Possibilitat de tornar-se poc atractius.	Extern	2	1	2
RA3	Municipis del voltant que puguin atreure tota l'atracció turística de la zona. Per exemple Selva o Caimari.	Extern	2	2	4
RA4	Normativa més restrictiva que els impossibiliti ampliar l'oferta turística	Extern	2	1	2
F1	Objectius comuns de totes les parts interessades (ajuntament, empresaris, ciutadans..)	Intern	2	2	4
F2	Ofereix d'allotjament turístic vacacional de qualitat.	Intern	2	3	6
F3	Alt atractiu turístic per turisme de benestar, tranquil·litat, bona qualitat de l'aire, naturalesa interior.	Intern	2	2	4
F4	L'oferta gastronòmica és variada i fomenta el producte local com atractiu turístic.	Intern	2	2	4
F5	Connexió a Internet.	Intern	2	2	4
F6	Lloc patrimoni de la humanitat, protegit.	Intern	3	3	9
F7	Rutes per senderistes i ciclistes.	Intern	3	3	9
F8	Les carreteres d'accés estan en bon estat i és fàcil transitar.	Intern	2	2	4
F9	Pàrquing públics.	Intern	2	2	4
F10	Condicions ideals per a practicar tot tipus de turisme d'esports de muntanya, des d'escalada, senderisme, espeleologia, etc.	Intern	3	3	9
F11	Oferta turística arquitectònica de gran valor patrimonial.	Intern	3	2	6
F12	Veïnats amb Inca.	Intern	2	2	4



F13	Foment de la cultura mallorquina, amb especial interès en la música de cantautor, l'escriptura, la pintura, etc.	Intern	2	2	4
F14	Governança en línia de la sostenibilitat i circularitat.	Intern	2	2	4
O1	Els destins amb oferta turística similar a la de Mancor de la Vall no han desenvolupat una estratègia turística.	Extern	2	2	4
O2	Poca informació turística, a nivell de governança no han desenvolupat una estratègia en gestió turística.	Extern	2	2	4
O3	Clients potencials amb poder adquisitiu alt, principalment estrangers del nord d'Europa.	Extern	3	3	9
O4	És més difícil arribar- hi sense cotxe propi/ lloguer.	Extern	2	2	4
O5	Enfoqui a turistes de "treball a remot" que busquin desconexió de ciutat però amb la tecnologia a la mà.	Extern	2	1	2
O6	Potenciar les rutes de senderisme i bicicletes.	Extern	2	2	4
O7	Potenciar el turisme d'observació del cel nocturn.	Extern	2	2	4
O8	Potenciar el Mancor de la Vall com a destí per a rodar pel·lícules, etc.	Extern	2	1	2
O9	Enfocament de turisme sostenible.	Extern	2	3	6
O10	Fomentar l'agricultura i ramaderia local com a motor d'economia local, gràcies a les polítiques d'economia circular, compensació d'emissions, etc.	Extern	2	2	4

Probabilitat	Impacte	Interpretació
1	1	Baix
2	2	Mig
3	3	Alt

Orientació

de 1 a 2	Obviar
de 3 a 5	Obviar - Plantejar - Actuar
de 6 a 9	Actuar - Aprofitar



1	2	3
Introducció	Abast	Objectius Globals
4	5	6
Diagnòstic turístic	Línies estratègiques	Bibliografia
	7	
	Glossari	



5. Línies estratègiques

Mancor de la Vall aposta per un pla estratègic turístic basat en la sostenibilitat i circularitat. Té un ric patrimoni natural protegit. En definitiva, que el poble de Mancor de la Vall no perdi la seva essència de poble.

Gran riquesa d'espais naturals, ideals per la pràctica de senderisme i BTT.

Abundància de recursos turístics històrics i patrimonials i intangibles que fan de Mancor de la Vall en un destí únic. Té la gran oportunitat de crear productes i experiències turístiques relacionats amb el turisme slow, ecològic i de naturalesa, en línia amb un canvi de paradigma en els hàbits de consum, a causa de la creixent concienciació per part de la població global en aspectes relacionats amb pràctiques responsables, saludables i ecològiques.

Contínua evolució de les tendències del turisme: viatgers més responsables i tendència al turisme experiències.

Desenvolupament de nous productes, innovació, emprenedoria i col·laboració entre agents, que valorin els espais rurals, la desestacionalització de l'oferta i l'interès per potenciar el municipi.



Foto: Mancor de la Vall. Turisme slow



L1. Branding. Posicionament de marca de Mancor de la Vall



Foto:Turespaña

Motiu:

Per a poder posicionar el destí de Mancor de la Vall en els pròxims anys hem d'associar-lo a una experiència, un lloc, un producte local, la cultura etc. En el cas de Mancor de la Vall es vol posicionar com un destí de naturalesa i tranquil·litat on es desenvolupi un turisme sostenible i responsable amb l'encant de poble.

No es pot perdre l'essència de poble.

Accions:

1) Treballar l'Estratègia de marca.

- a. Establir la planificació estratègica en base a les línies prioritàries d'aquest pla.
- b. Dissenyar - redissenyar o fer el rebranding de la marca Mancor.
- c. Posar en marxa - implementar.
- d. Definir les accions de comunicació i promoció.
- e. Participar en fires i congressos enfocats en el turisme de benestar i naturalesa.
- f. Aplicar la intel·ligència turística aplicada a la gestió de la marca i posicionament.
- g. Millorar el posicionament en línia. Alineació de les diferents xarxes i eines i potenciació de la pàgina web i millora de les eines/xarxes online. Les línies d'actuació proposades per actualitzar i promocionar el poble són les següents:
 - Crear una línia pressupostaria anual per a màrqueting i accions en les xarxes socials, web, etc.



- Especialitzar l'ús de cada xarxa social per a obtenir la màxima eficàcia en la comunicació transmesa en cadascuna d'elles" diferenciar-les per tipus de consumidor.
- Afegir un motor de reserves per als allotjaments vacacionals.
- Afegir serveis d'interès gastronòmic.
- Fomentar i publicitar els productes KM 0.
- Fomentar i publicitar els productes de senyal d'identitat del poble, com pot ser la cervesa artesana "4 Alqueries", l'oli d'oliva, el xai, les sabates artesanes, etc.
- Fomentar i potenciar la figuera mancorina, "Coll de dama rimada".
- Potenciar, fomentar i difondre les visites a granges, miradors, santuari, llocs d'interès de la zona per a donar-los major visibilitat i importància al producte autòcton i local.
- Potenciar un turisme sostenible.
- Tenir un tauler d'anunci tipus, formació, voluntariat, participació ciutadana, etc.
- Completar el llistat de rutes de senderisme, públiques com a privades.
- Afegir les rutes aptes de ciclisme sostenible i respectable amb l'entorn.
- Afegir el llistat d'oferta arqueològica de la zona.
- Afegir llistat d'oferta complementària.
- Potenciar la visita a finques privades que desenvolupin activitats turístiques.
- Promocionar l' oferta de turisme de benestar.
- Promocionar l'oferta per a turisme MICE (congressos i esdeveniments).
- Donar a conèixer les cases de lloguer per a potenciar el turisme de llarga estada per treball remot.

- h. Mesurar, controlar i modificar les dades de tràfic de la web i el feedback dels participants, amb la premissa de millora contínua.

2) Planificació anual d'activitats. Calendari de les principals activitats/festes/esdeveniments que es desenvolupen al poble.

- a. Les programades anuals com són:
- i. Les festes patronals.
 - ii. Les fires gastronòmiques.
 - iii. Els cicles culturals.
 - iv. Esdeveniments esportius, ex. Torneig de futbol que es desenvolupa cada any.
 - v. Altres.
- b. Les extraordinàries, s'han de gestionar si es volen mantenir en el temps o s'afegeixen al calendari de manera temporal. Amb una



publicitat/promoció/difusió adequada en el temps. Almenys un parell de mesos.

c. Canals de comunicació:

- i. Gestió eficient i eficaç de les plataformes de xarxes socials. Diferenciar les diferents plataformes de xarxes socials segons el públic objectiu i la funcionalitat de cada xarxa social.
- ii. Fomentar l'ús de la web WWW.VISITMANCORDELAVAL.COM. Afegir tota l'oferta turística, inclosa els allotjaments vacacionals.
- iii. Motivar a la gent del poble per a crear un blog del destí, etc.

3) Potenciació de la web i xarxes socials

Les línies d'actuació proposades són les següents:

3.1) Actualitzar la informació local:

- a. Afegir un motor de reserves per als allotjaments vacacionals i l'hotel.
- b. Afegir serveis d'interès gastronòmic,
 - i. Fomentar i publicitar els productes km0
 - ii. Fomentar i publicitar els productes de senyal d'identitat del poble, com pot ser la cervesa artesana "4 Alqueries", l'oli d'oliva, el xai, les sabates artesanes, etc.
 - iii. Fomentar i potenciar la figuera mancorina, "Coll de dama rimada"
 - iv. Potenciar, fomentar i difondre les visites a granges, miradors, santuari, llocs d'interès de la zona per a donar-los major visibilitat i importància al producte autòcton i local.
 - v. Potenciar un turisme sostenible.
 - vi. Tenir un tauler d'anunci tipus, formació, voluntariat, participació ciutadana, etc.
- c. Completar el llistat de rutes de senderisme, públiques com a privades.
- d. Afegir les rutes aptes de ciclisme sostenible i respectable amb l'entorn.
- e. Afegir el llistat d'oferta arqueològica de la zona.
- f. Afegir llistat d'oferta complementària.
 - i. Visita a finques privades que desenvolupin activitats turístiques.
 - ii. Oferta de turisme de benestar
 - iii. Oferta per a turisme MICE (congressos i esdeveniments).



iv. Cases de lloguer per a potenciar el turisme de llarga estada per treball remot.

v. Etc.

3.2) Planificar i posar en marxa el calendari anual amb els principals esdeveniments desenvolupats durant l'any.

3.3) Planificar la comunicació de la web anual, amb objectius mesurables i quantificables. Portar un control mensual de les diferents activitats que es duguessin a terme i a posteriori el resultat de les accions implantades.

3.4) Difondre i promocionar a través dels canals en línia les diferents activitats que es desenvolupen mes a mes, i durant la setmana.

3.5) Disposar d'una partida pressupostària per a publicitat en línia objectiva a la mena de client que es desitja atreure.

3.6) Estar alineats amb l'estratègia de comunicació en xarxes socials del municipi. Connectar la web amb les xarxes socials, per a major difusió.

3.7) Mesurar, controlar i modificar les dades de tràfic de la web i el feedback dels participants, amb la premissa de millora contínua.

En resum, l'objectiu es "especialitzar l'ús de cada xarxa social per a obtenir la màxima eficàcia en la comunicació transmesa en cada una d'elles" diferenciar-les per tipus de consumidor.



L2. Gestió sostenible dels recursos: aigua, massa forestal, ...



Motiu:

El canvi climàtic és un fet. Veiem com cada any les estacions desapareixen, passant a tenir hiverns càlids, primaveres amb onades de calor o pluges torrencials, de calamarsa, etc. que ens destrueix collites, habitatges, que no s'arriba a acumular en els aqüífers.

Els efectes del canvi climàtic seran devastadors per al mediterrani i hem de pensar i planificar de la millor manera, hem de consumir en conseqüència al fet que només tenim un planeta, els seus recursos s'estan esgotant i a causa del seu mal ús, estem davant un canvi climàtic que, si no actuem, no podrà revertir-se.

Mancor de la Vall és un poble principalment agrícola, envoltat de muntanyes, amb una població que cada vegada major, amb una utilització de recursos major, etc.

En els últims anys les activitats agràries, ramaderes s'han anat perdent, donant pas a una massa forestal de bosc que no es gestiona de la manera adequada, no per ineficàcia dels serveis locals, sinó per la mala gestió en massa forestal a nivell nacional. Fins i tot no es tracta com un recurs que a més de mantenir la biodiversitat i ecosistemes que tant necessitem, genera activitat econòmica.

Amb l'economia circular, que ha arribat per a quedar-se, donarem pas a aquests canvis de consum d'energies, donant-li l'oportunitat de gestionar d'una manera eficient el bosc.

Una bona gestió del territori implica pensar en una bona gestió del bosc. Es planteja en el Pla Estratègic turístic perquè és un tema de territori, el consum dels recursos ha de ser responsable i canviar si volem que els efectes siguin el menys nocius i pensar a tenir un pla d'acció en cas que la crisi climàtica es proclami com passarà.

L'aigua és un recurs escàs. S'han de posar limitacions al seu consum injustificat per activitats turístiques. Decret llei 3/2022, d'11 de febrer, de mesures urgents



per a la sostenibilitat i la circularitat del turisme de les Illes Balears, parla de la importància en els establiments turístics tenir una gestió eficient i eficaç dels recursos com són l'aigua, l'energia. En tots dos casos hauran de buscar/tenir/plantejar millores en l'autoconsum i auto proveïment d'aquests recursos, així com el foment al producte local i de proximitat. Donant pas a obtenir subvencions per a millora de la qualitat del camp, foment de l'economia circular i producte de proximitat. Aquestes accions impulsessin l'agricultura i ramaderia local extensiva.

Accions:

- 1) Fomentar l'ús d'energies renovables.
- 2) Fomentar la producció de biomassa. Per a netejar el bosc i evitar incendis i rendibilitzar el bosc i camp de manera responsable, sostenible i efectiva.
- 3) Incentivar les activitats agràries i ramaderes per a millora de la qualitat del camp. A través de campanyes turístiques, com l'apadrinar una olivera, una alzina, la figuera local, etc.
- 4) Desenvolupar campanyes de sensibilització ambiental en el sector turístic.
- 5) Promocionar campanyes de sensibilització ambiental i social als turistes, residents.
- 6) Formar als empresaris locals en la importància dels recursos i l'impacte que genera la seva activitat.
- 7) Recerca de finançament, com els fons "NEXT GENERATION" per a aplicar diferents solucions a aquests problemes.



L3. Foment, creació i difusió de turisme de benestar i espiritualitat



Santa Llúcia

Motiu:

El turisme espiritual és una cerca d'experiències vitals que uneix l'espiritualitat, la responsabilitat social i ambiental i la valoració de les persones i cultures tradicionals. Són viatges que es basen en una interacció profunda entre visitants i comunitats locals i ambients. We mystic.

Una de les característiques que millor descriu Mancor de la Vall és la seva tranquil·litat, el seu aire net, es respira pau.

Això ho fa únic com a destí de benestar, tenint en compte que no sols es refereix a la salut sinó a la cura personal, tant física com mental i espiritual.

Existeixen una gran quantitat de practiques de relaxació, meditació, coneixement personal, practica de ioga, coaching espiritual, etc., com per exemple a l'Ermita de Sant Honorat a Algaida De cada vegada més el sector s'especialitza en temes relacionats amb les emocions i el sistema nerviós de l'ésser humà.

Aquest tipus de turisme a la recerca de tranquil·litat, sol ser un turista responsable amb l'entorn que visita, amb la seva gent i la seva cultura. Té un poder adquisitiu mig- alt, el seu nivell d'estudis també sol ser superior.

L'oratori de Santa Llúcia ofereix una tranquil·litat envejable. Avui dia la seva gestió és de l'església catòlica, i no pot canviar de activitat.



Accions:

- 1) Gestionar amb l'església catòlica, l'ús de l'Oratori de Santa Llúcia, no perquè deixi de ser un lloc de culte, sinó per a fomentar i impulsar el turisme de benestar i espiritual.
- 2) Fomentar, impulsar, promocionar el turisme de benestar en diferents esdeveniments tant dins com fora de l'illa. Per a públic nacional i internacional.
- 3) Formar als gestors de l'oratori de Santa Llúcia, en gestió del turisme de benestar, responsable i respectuós.
- 4) Potenciar el desenvolupament d'activitats de restauració, servei d'àpats, etc., en l'oratori de Santa Llúcia, principalment els caps de setmana que és quan més afluència d'excursionistes hi ha.
- 5) Impulsar els beneficis de la meditació, tècniques de relaxació, tècniques ancestrals, etc.
- 6) Oferir els espais públics a empreses privades/públiques per al desenvolupament d'aquesta mena d'activitats, com pot ser el poliesportiu.
- 7) Negociar amb les finques agrícoles privades la promoció del turisme de benestar.



L4. Foment, promoció i impuls al producte local de km 0 – proximitat



Motiu:

El principal motiu és l'impuls de l'agricultura i ramaderia de la zona, com a manera de mantenir el camp.

El **Decret Llei 3/2022, de l'11 de febrer**, de mesures urgents per a la sostenibilitat i la circularitat del turisme de les Illes Balears obliga a aplicar la circularitat en els pròxims anys.

Això vol dir que totes les empreses turístiques de les Illes Balears que tinguin a partir de 50 treballadors anuals, o 10 milions d'euros en facturació anual, estaran obligades a tenir un pla de gestió de la circularitat.

Una d'aquestes àrees d'actuació és l'alimentació. Els exigeixen que els productes locals siguin identificats com a tal, però a més han de provar la seva traçabilitat. Ara com ara no s'exigeix un determinat % de producte local, però en breu s'imposarà almenys un 3% de producte local. Aquesta normativa fa que el camp torni a ser part important de la societat i generi de manera responsable un creixement en l'activitat agrària i ramadera extensiva.

A Mancor de la Vall existeix un tipus de figuera autòctona, segons els llibres d'història. També és conegut per les oliveres i les alzines. Això és un gran potencial de desenvolupament local.

La cervesa artesana, un altre dels productes locals que es poden considerar una icona de la personalitat del poble.

No podem deixar de costat la indústria del calçat a mà de pell. És un ofici que s'ha de cuidar i protegir. Si desapareix, es perd també una part de la cultura de Mancor de la Vall.



Accions:

- 1) Cercar subvencions dels fons “next generation”, nacionals/locals per a finançar projectes per a cuidar el camp i la indústria local.
- 2) Promoure a través de campanyes de foment el consum de producte de proximitat.
- 3) Organitzar networking amb empresaris hotelers d'altres municipis per a la venda de productes de Mancor de la Vall.
- 4) Fomentar l'ús de la tecnologia per a facilitar el treball a la pagesia i gestors turístics.
- 5) Formar en tecnologia als pagesos per a millorar els cultius, vendre els seus productes, etc.
- 6) Identificar els productes locals i promocionar-los dins del branding de Mancor de la Vall.
- 7) Promocionar i potenciar el branding de la fira d'esclata-sangs de novembre.
- 8) Promocionar i fer difusió i branding de la Fira de la Cervesa artesana i els diferents tipus de productes locals.



L5. Foment, promoció i impuls al turisme de naturalesa, turisme esportiu. Ciclisme, senderisme, etc.



Motius:

El Reglament (UE) 692/2011 del Parlament Europeu i del Consell, de 6 de juny de 2011, relatiu a les estadístiques europees sobre el turisme, defineix al turisme com la "activitat dels visitants que realitzen un viatge a una destinació principal anés del seu entorn habitual, de menys d'un any de durada, sempre que el principal motiu d'aquest, inclosos negocis, oci o altres motius personals, sigui diferent d'una ocupació en una empresa establerta en el lloc visitat". I considera com a excursió "a tota visita realitzada per residents anés del seu entorn habitual a partir del lloc de residència habitual i que no inclogui una pernoctació".

En el turisme de naturalesa es realitzen alhora totes dues activitats, sent el més habitual que un mateix individu sigui turista i excursionista alhora, en desplaçar-se a un lloc en el qual pot pernoctar i fer excursions d'una jornada a diferents llocs d'interès.

El turisme de naturalesa requereix d'una oferta ordenada que permeti satisfer la necessitat d'apropar-la cap a l'entorn natural. L'acampada en els espais naturals està molt limitada per la qual cosa els allotjaments rurals s'han convertit en una alternativa interessant en impulsar, en gran part, el desenvolupament econòmic de les zones rurals.



Els allotjaments de turisme rural, juntament amb els apartaments, càmping i albergs, formen part del grup d'establiments extra hotelers. Les pernoctacions en aquests allotjaments de turisme rural van créixer un 11,5% en 2016, arribant fins als 9,8 milions. Aquest any van oferir, de mitjana, 147892 places, un 2,7% més que el 2015. El creixement de l'ús d'aquests allotjaments rurals és una mostra de l'increment del desenvolupament d'aquesta activitat en els últims anys. (2017 OMT- Turisme sostenible en la naturalesa).

Accions:

1. Ordenar l'oferta limitada existent per satisfer la necessitat d'acostament cap a l'entorn natural (acampada, rutes/excursions).
2. Impulsar els allotjaments rurals com alternativa i potenciar el desenvolupament econòmic de les zones rurals.
3. Promocinar el producte ecoturisme de Mancor de la Vall.
4. Seguiment de les repercussions del turisme. Control i mesurament de les accions que es desenvolupen per a analitzar el seu impacte en el territori i poder modificar-lo, en cas que es necessiti per protecció. El turisme s'ha d'integrar en l'entorn, no canviar-lo per a la seva activitat.
5. Comunicar i sensibilitzar sobre ecoturisme i turisme sostenible. Cultura del Turisme Sostenible.
6. Suport a la realització de congressos i jornades sobre turisme de naturalesa.
7. Fomentar la ruta G221 de Pedra en sec.
8. Impulsar i fer la posada a punt i crear noves rutes per a senderistes amb senyalística sostenible i d'autocora d'aquesta.
9. Fomentar la neteja d'aquestes rutes pels propis excursionistes.
10. Crear rutes/circuits per a ciclistes de muntanya.
11. Crear aliances estratègiques amb pobles veïns per a la creació de rutes turístiques per a ciclistes amb diferents graus de dificultat.
12. Incentivar esdeveniments esportius a Mancor de la Vall. Potenciant que pugui ser seu d'alguna competició important.
13. Promocionar esports com l'escalada, esports d'aventura, tirolines, parcs de salts, etc.
14. Impulsar l'espeleologia, segons les dades existeixen diverses coves calcàries per la zona. Identificar-les.
15. Promocionar i fomentar la qualitat del cel nocturn, amb molt poca contaminació lumínica. Ideal per a l'observació d'aquest.



L6 Foment, promoció i impuls al turisme cultural, de conferències i congressos (MICE)



Festes Mancor de la Vall 2022

Motius:

La cultura és l'ADN d'una població, hem de procurar mantenir-la, protegir-la, dinamitzar-la perquè generi l'efecte desitjat en tots els residents del lloc i els seus visitants. Mancor de la Vall és un poble on les tradicions i la cultura es passen de generació en generació.

Des de l'ajuntament es promociona i impulsa la cultura local, tant de Mancor de la Vall, com la local de les illes. Durant l'any es duen a terme accions com la setmana de la pintura, els cicles de música de cantautor, fira de l'art, a més són veïns del poble, artistes en diferent tipologia com el treball de la fibra de vidre, etc. En definitiva, durant tot l'any s'estan desenvolupant activitats culturals.

Dels diferents tipus de turisme que existeixen, el "Turisme MICE (Reunions, Incentivis Conferenciis i esdeveniments)" o "Turisme de negocis i reunions", representa un dels segments més interessants, donat el seu efecte desestacionalitzador i l'impacte econòmic que genera. La falta de visibilitat respecte a altres tipus de turisme (vacacional), la diversitat d'àmbits des d'on s'origina.



Abasta les activitats basades en l'organització promoció, venda i distribució de reunions i esdeveniments; productes i serveis que inclouen reunions governamentals, d'empreses i d'associacions, viatges d'incentius d'empreses, seminaris, congressos, conferències, convencions, exposicions i fires.

No hi ha dubte que el contacte amb la naturalesa aporta nombrosos beneficis a la salut física i mental. Això transcendeix també al món laboral quan es tria un entorn natural per a la celebració de reunions, esdeveniments o programes de "teambuilding": alguna cosa cada vegada més demandada, i més en temps de pandèmia.



Teambuilding

Accions:

- 1) Digitalitzar l'arxiu local. Dinamitzant, ordenant, promovent el patrimoni artístic, cultural, etc.
- 2) Afegir a la web de turisme de Mancor de la Vall el patrimoni artístic, cultural del poble Mancor de la Vall.
- 3) Calendaritzar les activitats que s'emporten al llarg de l'any.
- 4) Promocionar activitats al llarg de l'any per a combatre l'estacionalitat.
- 5) Promocionar i fomentar de la cultura local.
- 6) Fer branding dels productes locals culturals de rellevància.



L7 Creació d'un CMI quadre de indicadors turístics per l'anàlisi a la presa de decisions

CUADRO DE MANDO INTEGRAL



Motiu:

El Quadre de Comandament Integral (CMI) és una eina de gestió empresarial molt útil per a mesurar l'evolució de l'activitat d'una companyia, públic o privada, els seus objectius estratègics i els seus resultats, des d'un punt de vista estratègic i amb una perspectiva general.

Accions:

- Crear a l'ajuntament l'àrea o departament de foment, sostenibilitat i estratègia turística.
- Dissenyar el CMI – Balance Score.
- Identificar dels indicadors clau.
 - ❖ Indicadors de visitants (volum).
 - ❖ Indicadors de branding – màrqueting.
 - ❖ Indicadors de qualitat – experiència de clients.
 - ❖ Indicadors de despesa turística.
 - ❖ Indicadors de sostenibilitat.
- Fer anàlisis i crear les eines de medició per l'obtenció del indicadors - informació.
- Planificar objectius mesurables i quantificables.
- Fer seguiment i control mensual de les diferents activitats.
- Definir actuacions per a la millora continua.



1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia i
webgrafia

7

Glossari



6. Bibliografia i webgrafia

1. I Jornades d'estudis locals Mancor de la Vall, 2018.
2. Oratori de Santa Llúcia de Mancor de la Vall.
3. Onomàstica de Mancor de la Vall, Gabriel Fiol i Mateu.
4. Mancor, Massanella, Biniarroi, Biniatzant, 1230 – 1600.
5. Mancor, Massanella, Biniarroi, Biniatzant, 1601 – 1800.
6. Mancor, Massanella, Biniarroi, Biniatzant, 1801-2000.
7. <https://www.visitmancordelavall.com>
8. Organization mundial del turismo UNWTO <https://www.unwto.org/es/>
9. CONSELL DE MALLORCA [Serra de Tramuntana Patrimoni Mundial](#)
10. WEB DE LOS AYUNTAMIENTOS DE LA SERRA DE TRAMUNTANA
 - a. Mancor de la Vall ajmancordelavall.net
 - b. Selva <https://ajsella.net/ca>
 - c. Sóller [Ajuntament de Sóller \(ajsoller.net\)](http://Ajuntament de Sóller (ajsoller.net))
 - d. Valldemossa [Ajuntament de Valldemossa \(ajvalldemossa.net\)](http://Ajuntament de Valldemossa (ajvalldemossa.net))
 - e. Escorca [Ajuntament d'Escorca \(ajescorca.net\)](http://Ajuntament d'Escorca (ajescorca.net))
 - f. Esporles Ajuntament Esporles
 - g. Estellencs [Ajuntament d'Estellencs \(ajestellencs.net\)](http://Ajuntament d'Estellencs (ajestellencs.net))
 - h. Banyalbufar [Ajuntament de Banyalbufar \(ajbanyalbufar.net\)](http://Ajuntament de Banyalbufar (ajbanyalbufar.net))
 - i. Puigpunyent [Ajuntament de Puigpunyent \(ajpuigpunyent.net\)](http://Ajuntament de Puigpunyent (ajpuigpunyent.net))
 - j. Fornalutx [Ajuntament de Fornalutx \(ajfornalutx.net\)](http://Ajuntament de Fornalutx (ajfornalutx.net))
 - k. Inca [Ajuntament d'Inca – Web oficial \(incaciutat.com\)](http://Ajuntament d'Inca – Web oficial (incaciutat.com))
11. Guia Repsol <https://www.guiarepsol.com/>
12. Booking www.booking.es
13. Tripadvisor www.tripadvisor.es
14. https://brujulea.net/lugares-mancor_de_la_vall
15. Feim Tribu - Inicio | Facebook
16. [Ajuntament Mancor de la Vall \(@ajuntament_mancor\) · Fotos y videos de Instagram](#)
17. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
18. [Las mejores rutas de Senderismo en Mancor de la Vall, Islas Baleares \(España\) | Wikiloc](#)
19. <https://entremontanas.com/grandes-rutas/pedra-en-sec-gr-221>
20. [Fornalutx - Uno de los pueblos más bonitos de Mallorca y de España \(turismomallorca.com\)](#)
21. [INEbase / Servicios/Hostelería y turismo/Hoteles: encuesta de ocupación, índice de precios e indicadores de rentabilidad / Últimos datos](#)
22. <https://www.celtiberia.net/>
23. <https://www.thecircularlab.com/>
24. [Las 20 rutas de senderismo más top en Mallorca | Komoot](#)
25. [Las mejores rutas de Senderismo en Mancor de la Vall, Islas Baleares \(España\) | Wikiloc](#)
26. Turismo sostenible en la Naturaleza
[01_02_turismo_nat_pae2016_tcm30-439391.pdf \(miteco.gob.es\)](#)
27. [Espiritualidad - WeMystic](#)

1

Introducció

2

Abast

3

Objectius
Globals

4

Diagnòstic
turístic

5

Línies
estratègiques

6

Bibliografia

7

Glossari



7. Glossari

Definicions en turisme

Casa de vacances: un habitatge de vacances (també coneguda com a casa o llar de vacances) és un habitatge secundari visitat pels membres de la llar, fonamentalment amb finalitats d'oci, vacances o qualsevol altra forma d'esplai (RIET 2008, par. 2.27).

CMI: el Quadre de Comandament Integral (CMI) és una eina de gestió empresarial molt útil per a mesurar l'evolució de l'activitat d'una companyia, entitat, els seus objectius estratègics i els seus resultats, des d'un punt de vista estratègic i amb una perspectiva general i amb temps per desenvolupar-les.

Formes de turisme: existeixen tres formes bàsiques de turisme: el turisme intern, el turisme receptor i el turisme emissor. Aquestes formes poden combinar-se de diverses maneres per a derivar les següents formes addicionals de turisme: el turisme interior, el turisme nacional i el turisme internacional.

Grup de viatge: un grup de viatge es defineix com a visitants que realitzen junts un viatge i comparteixen les despeses vinculades amb aquest (RIET 2008, par. 3.2).

Indústria de les reunions: a fi de posar en relleu els objectius pertinents per a la indústria de les reunions, si el motiu principal d'un viatge són els negocis o les activitats professionals, aquest pot subdividir-se encara més en “assistència a reunions, conferències o congressos, fires comercials i exposicions” i “altres motius professionals i de negocis”.

Indústries turístiques: les indústries turístiques abasten tots els establiments l'activitat principal dels quals és una activitat característica del turisme. Les indústries turístiques (també denominades activitats turístiques) són les activitats que produeixen típicament productes característics del turisme. El terme indústries turístiques equival a activitats característiques del turisme, dos termes que a vegades s'utilitzen com a sinònims en les RIET 2008 (pàrrs. 5.10 i 5.11 i gràfic 5.1).

Parc Etnològic: un parc etnològic estaria dedicat a l'explicació dels orígens d'un poble, i per la qual cosa tindrien cabuda en ell tots els elements que incideixen en la seva formació. Seria bàsicament un museu històric, però centrat bàsicament en objectes i usos populars. L'etnogràfic es dedicaria a la descripció dels costums i tradicions d'aquest poble en el moment actual o en els moments més pròxims, els quals solen coincidir amb els existents en el S. XIX que és quan es comencen a recollir aquestes tradicions i costums de manera sistemàtica.

Productes característics del turisme: els productes característics del turisme són aquells que compleixen un o tots dos dels següents criteris (RIET 2008 parr. 5.10).

- a. La despesa turística en el producte hauria de representar una part important de la despesa total turística (condició de la proporció que correspon a la despesa /demanda)



- b. La despesa turística en el producte hauria de representar una part important de l'oferta del producte en l'economia (condició de la proporció que correspon a l'oferta). Aquest criteri suposa que l'oferta d'un producte característic del turisme es reduiria considerablement si no hi hagués visitants.

Sector turístic: el sector turístic, segons el Compte Satèl·lit de Turisme, és l'agrupació d'unitats de producció en diferents indústries que subministren els bens i serveis de consum que demanden els visitants. Aquestes indústries es denominen indústries turístiques perquè les adquisicions dels visitants representen una proporció tan considerable de la seva oferta que, en absència de visitants, la seva producció deixaria d'existir en quantitats significatives.

Serveis: els serveis són el resultat d'una activitat productiva que canvia les condicions de les unitats que els consumeixen o que facilita l'intercanvi de productes o d'actius financers (SCN 2008, par. 6.17).

Sostenibilitat: consisteix a satisfer les necessitats de les generacions actuals sense comprometre a les necessitats de les generacions futures, al mateix temps que es garanteix un equilibri entre el creixement de l'economia, el respecte al medi ambient i el benestar social.

Tafones: és el lloc on es transforma l'oliva en oli. Reuneix tots els elements necessaris per als tres treballs principals que s'han de fer: la molta, el premsatge i l'emmagatzematge.

Turista (o visitant que pernocta): Un visitant (intern, receptor o emissor) es classifica com a turista (o visitant que pernocta) si el seu viatge inclou una pernoctació, o com a visitant del dia (o excursionista) en cas contrari (RIET 2008, par. 2.13).

Turisme: Turisme es refereix a l'activitat dels visitants (RIET 2008, par. 2.9). Turisme emissor: El turisme receptor abasta les activitats realitzades per un visitant resident fora del país de referència, com a part d'un viatge turístic receptor o d'un viatge turístic intern (RIET 2008, par. 2.39 c)).

Turisme interior: El turisme interior engloba el turisme intern i el turisme receptor, a saber, les activitats realitzades pels visitants residents i no residents al país de referència, com a part dels seus viatges turístics interns o internacionals (RIET 2008, par. 2.40 a)).

Turisme internacional: El turisme internacional inclou el turisme receptor i el turisme emissor, és a dir, les activitats realitzades pels visitants residents fora del país de referència, com a part dels seus viatges turístics o emissors, i les activitats realitzades pels visitants no residents al país de referència, com a part dels seus viatges turístics receptors (RIET 2008, par. 2.42).

Turisme intern: El turisme intern inclou les activitats realitzades per un visitant resident al país de referència, com a part d'un viatge turístic intern o d'un viatge turístic emissor (RIET 2008, par. 2.39).



Turisme nacional: El turisme nacional abasta el turisme intern i el turisme emissor, a saber, les activitats realitzades pels visitants residents dins i fora del país de referència, com a part dels seus viatges turístics interns o emissors.

Turisme receptor: El turisme receptor engloba les activitats realitzades per un visitant no resident al país de referència, com a part d'un viatge turístic receptor (RIET 2008, par. 2.39).

Turisme cultural: és un tipus d'activitat turística en el qual la motivació essencial del visitant és aprendre, descobrir, experimentar i consumir els atractius/productes culturals, materials i immaterials, d'una destinació turística.

Aquests atractius/productes es refereixen a un conjunt d'elements materials, intel·lectuals, espirituals i emocionals distintius d'una societat que engloba les arts i l'arquitectura, el patrimoni històric i cultural, el patrimoni gastronòmic, la literatura, la música, les indústries creatives i les cultures vives amb les seves formes de vida, sistemes de valors, creences i tradicions.

Eco turisme: és un tipus d'activitat turística basat en la naturalesa en el qual la motivació essencial del visitant és observar, aprendre, descobrir, experimentar i apreciar la diversitat biològica i cultural, amb una actitud responsable, per a protegir la integritat de l'ecosistema i fomentar el benestar de la comunitat local.

L'eco turisme incrementa la sensibilització respecte a la conservació de la biodiversitat, l'entorn natural i els béns culturals, tant entre la població local com entre els visitants, i requereix processos de gestió especials per a minimitzar l'impacte negatiu en l'ecosistema.

Turisme rural: és un tipus d'activitat turística en el qual l'experiència del visitant està relacionada amb un ampli espectre de productes vinculats en general amb les activitats de naturalesa, l'agricultura, les formes de vida i les cultures rurals, la pesca amb canya i la visita a llocs d'interès. Les activitats de turisme rural es desenvolupen en entorns no urbans (rurals) amb les següents característiques:

1. baixa densitat demogràfica,
2. paisatges i ordenació territorial on prevalen l'agricultura i la silvicultura,
3. estructures socials i formes de vida tradicionals.

Turisme d'aventura: és un tipus de turisme que normalment té lloc en destins amb característiques geogràfiques i paisatges específics i tendeix a associar-se amb una activitat física, l'intercanvi cultural, la interacció i la proximitat amb la naturalesa. Aquesta experiència pot implicar algun tipus de risc real o percebut i pot requerir un esforç físic i/o mental significatiu. El turisme d'aventura inclou en general activitats a l'aire lliure com l'alpinisme, el muntanyisme, el « salt de pont », l'escalada, el rafting, el piragüisme, la navegació en caiac, el barranquisme, la bicicleta de muntanya, el senderisme o el busseig. Hi ha també algunes activitats de turisme d'aventura que poden practicar-se en espais tancats.



Turisme de salut: cobreix aquells tipus de turisme que tenen com a motivació primordial la contribució a la salut física, mental i/o espiritual gràcies a activitats mèdiques i de benestar que incrementen la capacitat de les persones per a satisfer les seves pròpies necessitats i funcionar millor com a individus en el seu entorn i en la societat. El terme turisme de salut engloba el turisme de benestar i el turisme mèdic.

Turisme de benestar: és un tipus d'activitat turística que aspira a millorar i equilibrar els àmbits principals de la vida humana, entre ells el físic, el mental, l'emocional, l'ocupacional, l'intel·lectual i l'espiritual. La motivació primordial del turista de benestar és participar en activitats preventives, proactives i de millora de l'estil de vida, com la gimnàstica, l'alimentació saludable, la relaxació, la cura personal i els tractaments curatius.

Turisme esportiu: és un tipus d'activitat turística que es refereix a l'experiència viatgera del turista que o bé observa com a espectador, o bé participa activament, en un esdeveniment esportiu que implica en general activitats comercials i no comercials de naturalesa competitiva.

Turisme de negocis: és un tipus d'activitat turística en la qual els visitants viatgen per un motiu específic professional i/o de negoci a un lloc situat fora del seu lloc de treball i residència amb la finalitat d'assistir a una reunió, una activitat o un esdeveniment. Els components clau del turisme de negocis són les reunions, els viatges d'incentius, els congressos i les fires. El terme «indústria de reunions», en el context del turisme de negocis, reconeix la naturalesa industrial d'aquestes activitats. El turisme de negocis pot combinar-se amb qualsevol altra mena de turisme durant el mateix viatge.

Turisme gastronòmic: és un tipus d'activitat turística que es caracteritza pel fet que l'experiència del visitant quan viatja està vinculada amb el menjar i amb productes i activitats afins. A més d'experiències gastronòmiques autèntiques, tradicionals i/o innovadores, el turisme gastronòmic pot implicar també altres activitats afins com ara la visita a productors locals, la participació en festivals gastronòmics i l'assistència a classes de cuina.

Turisme de muntanya: és un tipus d'activitat turística que té lloc en un espai geogràfic definit i delimitat com són els pujols o muntanyes, amb característiques i atributs inherents a un determinat paisatge, una topografia, un clima, una biodiversitat (flora i fauna) i una comunitat local. Engloba un ampli espectre d'activitats d'oci i esport a l'aire lliure.

Turisme workcations: és la nova modalitat de viure viatjant i treballant alhora en remot. Aquesta modalitat ha arribat per a quedar-se després de la pandèmia covid19. Moltes empreses donen aquesta opció als seus treballadors. L'important per a ells és tenir una molt bona connexió a Internet.



Viatge: el terme “viatge” designa tot desplaçament d'una persona a un lloc fora del seu lloc de residència habitual des del moment de la seva sortida fins al seu

retorn. Per tant, es refereix a un viatge d'anada i volta. Els viatges que realitzen els visitants són viatges turístics.

Viatge en grup: un viatge en grup el componen persones o grups de viatge que viatgen junts: per exemple, persones que realitzen el mateix paquet turístic, o joves que van a un campament d'estiu (RIET 2008, par. 3.5).

Viatges/viatger: el terme “viatge” designa l'activitat dels viatgers. Un viatger és tota persona que es desplaça entre dos llocs geogràfics diferents per qualsevol motiu i durada.

Viatge turístic: els viatges realitzats per visitants són viatges turístics (RIET 2008, par. 2.29).

Viatge turístic intern: un viatge turístic intern és aquell la destinació principal del qual està situat al país de residència del visitant (RIET 2008, par. 2.32).

Visitant: un visitant és una persona que viatja a un destí principal diferent al del seu entorn habitual, per una durada inferior a un any, amb qualsevol finalitat principal (oci, negocis o un altre motiu personal) que no sigui la de ser emprat per una entitat resident al país o lloc visitat (RIET 2008, par. 2.9). Un visitant (intern, receptor o emissor) es classifica com a turista (o visitant que pernocta), o com a visitant del dia (o excursionista) en cas contrari (RIET 2008, par. 2.13).

Visitant del dia (o excursionista): un visitant (intern, receptor o emissor) es classifica com a turista (o visitant que pernocta) si el seu viatge inclou una pernoctació, o com a visitant del dia (o excursionista) en cas contrari (RIET 2008, par. 2.13).

Visitant de negocis: un visitant de negocis és un visitant el motiu principal del qual per a realitzar un viatge turístic correspon a la categoria de negocis i motius professionals (RIET 2008, par. 3.17.2).

Visitant internacional: un viatger internacional es considera visitant internacional respecte al país de referència si:

- a) està realitzant un viatge turístic i
- b) és un no resident que viatja en un país de referència o un resident que viatja fora d'aquest.

Visitant intern: quan un visitant viatja dins del seu propi país de residència, es tracta d'un visitant intern i les seves activitats formen part del turisme intern.

