



Informe de análisis, diagnóstico y recomendaciones de Palma de Mallorca

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

ÍNDICE

1. Introducción	6
2. Destino Turístico Inteligente: Definición y beneficios	9
3. Hacia un modelo de Destino Turístico Inteligente DTI	11
4. Carácter turístico de Palma de Mallorca.....	12
4.1 Turismo y promoción turística en el destino	14
4.2. Análisis, diagnóstico y recomendaciones sobre la situación actual de las distintas áreas	50
4.2.1. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de innovación.....	51
4.2.2. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de tecnología.....	73
4.2.3. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de sostenibilidad	94
4.2.4. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de accesibilidad	123
5. Conclusiones	139
6. Agradecimientos	172

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca



Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

1. Introducción

La Secretaría de Estado de Turismo, consciente de la necesidad de ofrecer bienes y servicios diferenciales y altamente competitivos, impulsa al sistema turístico nacional para buscar y desarrollar **nuevos mecanismos que fomenten la innovación**. El impulso de la innovación para la gestión y el desarrollo de “Destinos Turísticos Inteligentes”, se enmarca dentro del eje de “ofertas y destinos” del Plan Nacional e Integral de Turismo.

En este contexto, la medida denominada “**Destinos Inteligentes: Innovación en la gestión de los destinos**” (medida once del PNIT), pretende establecer bajo un marco homogéneo, los mecanismos adecuados para facilitar la rápida incorporación de innovaciones en los destinos turísticos, dotándolos de tecnología, fomentando el desarrollo sostenible (en sus tres vertientes) y generando experiencias turísticas integrales.

Dentro de la medida once del PNIT, la acción de la implantación de pilotos demostrativos en los destinos turísticos (acción 32), adquiere una importancia indiscutible, ya que los proyectos piloto servirán de modelo para replicar la acción en otros destinos.

Se han seleccionado once destinos pilotos para analizar o desarrollar las correspondientes acciones y transformar estos destinos en futuros DTIs.

La relación inicial de destinos piloto, se ha seleccionado otorgando preferencia a los destinos maduros en proceso de reconversión, y posteriormente, a aquellos otros que han mostrado interés.

Así, los destinos en los que se llevarán a cabo las acciones correspondientes para implantar nuevos valores tecnológicos innovadores, serán los siguientes:



Destinos Piloto: Destinos Turísticos Inteligentes



Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca



2. Destino Turístico Inteligente: Definición y beneficios

A partir de una investigación exhaustiva que se llevó a cabo con distintos profesionales del sector, se consolidó la definición, la estructura y los componentes del Destino Turístico Inteligente. Este proyecto recogido oficialmente a través del Plan Nacional Integral de Turismo, (aprobado por el Consejo de Ministros en el mes de junio de 2012) aúna los conceptos de sostenibilidad, conocimiento e innovación y tecnología en torno a los destinos turísticos, el punto de llegada de todos los visitantes.

La definición que se consensó fue la siguiente:

"Un espacio innovador, accesible para todos, consolidado sobre tecnología de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, e incrementa la calidad de su visita en el destino".

Asimismo, y con el fin de clarificar la diferencia entre un proyecto de desarrollo de un Destino Turístico Inteligente y el de una ciudad inteligente se establecieron las siguientes premisas:

Diferencias entre una Ciudad Inteligente y un Destino Turístico Inteligente:

- El Destino Turístico Inteligente **viene impulsado por el sector turístico**, tanto público como privado.
- **El público objetivo es el turista**, no el ciudadano, aunque la consecuencia inmediata será que el residente también se vea beneficiado, ya que mejorará su calidad de vida.
- **La oferta está constituida por productos y servicios turísticos que se experimentan en un destino.** Los límites geográficos pueden coincidir con los de la ciudad o no (ejemplos: la Costa del Sol, Benidorm, etc.)
- **La interacción va más allá de la propia estancia en un lugar.** En los destinos turísticos inteligentes comienza **antes** de que el visitante llegue al destino,

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

continúa **durante** su estancia en el mismo y se prolonga hasta **después** de su marcha.

Beneficios de un Destino Turístico Inteligente:

La consideración conjunta de los factores que constituyen la base de un destino turístico inteligente, generará una serie de ventajas competitivas que no sólo revertirán en beneficio del sector turístico, sino que impactarán en otros sectores contribuyendo a incrementar las rentas en el territorio. De este modo será posible generar un escenario en el que:

- Existan factores diferenciales en el **desarrollo de las infraestructuras** del destino generando un **espacio atractivo e innovador**.
- Se facilite la **toma de decisiones** y se generen **experiencias satisfactorias** para el turista.
- Se incremente la **calidad de vida del residente** local.
- Aumente la **competitividad de las empresas** ubicadas en él, gracias a los sistemas que facilitan la gestión de la información.
- Mejore la **calidad de la visita**.

3. Hacia un modelo de Destino Turístico Inteligente DTI

El presente informe tiene como objetivo analizar y diagnosticar la situación de **Palma de Mallorca**, así como hacer las recomendaciones necesarias de cara a su conversión en Destino Turístico Inteligente (DTI). El análisis y las recomendaciones se llevan a cabo sobre las áreas de innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, que son las áreas sobre las que se está trabajando con AENOR, para transformar un destino turístico en un destino turístico inteligente.

En el camino hacia la definición del Modelo de Destino Turístico Inteligente se han realizado las siguientes fases:

- Análisis y diagnóstico de Palma de Mallorca.
- Definición de las recomendaciones necesarias para transformar Palma de Mallorca, en un Destino Turístico Inteligente.

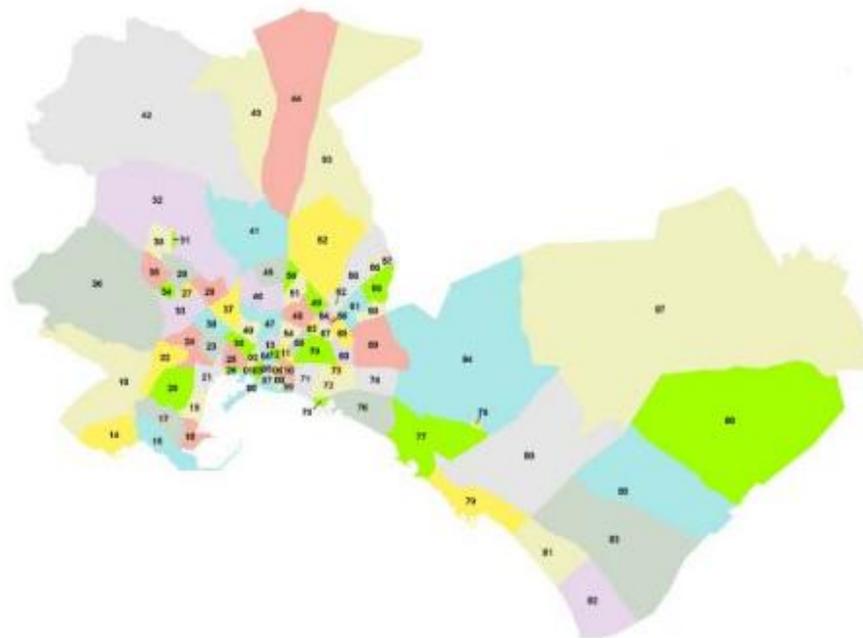
Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca



4. Carácter turístico de Palma de Mallorca

Palma de Mallorca es un municipio y una ciudad española, capital de la isla de Mallorca y de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.



El término municipal de Palma de Mallorca tiene una superficie de 21.355 ha, de acuerdo a los datos del Observatorio Municipal de Palma extraídos a partir del padrón municipal a fecha 1-1-2012. Además, Palma de Mallorca, cuenta con una población de 398.162 personas, según el **padrón municipal a 1 de Enero** de 2013, de los cuales, el 49% son hombres y el 51% son mujeres.

Mallorca es uno de los principales destinos turísticos del Mediterráneo. Es un destino maduro, con un tipo de turismo masivo, marcadamente estacional y muy centrado en la oferta de sol y playa. En los últimos años, fruto de la coyuntura internacional y de una posible pérdida de competitividad frente a otros destinos, Mallorca ha sido un destino turístico en el que se están notando los primeros síntomas de estancamiento. La vía de entrada de los turistas es fundamentalmente a través de vía aérea, ya que la entrada por vía marítima representa en el mejor de los casos el 2,5%.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

4.1 Turismo y promoción turística en el destino

El área de turismo y coordinación municipal del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, se encarga de las áreas de turismo, coordinación municipal, relaciones institucionales, acciones judiciales y administrativas, y responsabilidad patrimonial.

Dentro de las adscripciones de organismos y empresas se encuentran:

- **Fundación Turismo Palma de Mallorca 365**
- Consorcio Urbanístico de Playa de Palma

La Fundación Turismo Palma de Mallorca 365, es una entidad pública sin ánimo de lucro de gestión mixta o público-privada, en materia de turismo y promoción exterior, formada por el Ayuntamiento de Palma de forma mayoritaria, la Autoridad Portuaria de Baleares y 28 empresas privadas, todas ellas líderes del sector turístico a nivel nacional e internacional.

El objetivo de esta Fundación es **promocionar y fomentar el turismo de la ciudad de Palma de Mallorca**.

El plan de actuación del año 2014, elaborado y facilitado a Segittur para su evaluación tiene como misión reforzar la imagen exterior de Palma de Mallorca como **destino turístico urbano** diferenciado en base a una oferta de actividades diversificada, a saber: **cultura, deportes, náutica, cruceros, gastronomía, compras, negocios y ocio**.

- “Ver en la **tabla adjunta** una muestra de las acciones promocionales para el 2014, de la **Fundación Turismo Palma de Mallorca 365**”.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Passion for CULTURE!! PALMA de MALLORCA	Passion for SPORTS!! PALMA de MALLORCA	Passion for SAILING!! PALMA de MALLORCA	Passion for CRUISES!! PALMA de MALLORCA	Passion for GASTRONOMY!! PALMA de MALLORCA	Passion for SHOPPING!! PALMA de MALLORCA	Passion for BUSINESS!! PALMA de MALLORCA	Passion for ENJOYING!! PALMA de MALLORCA Familia / Adultos
<ul style="list-style-type: none"> · Rutas · Marenostra · Palma amb la Dansa · Nit de L'art · Comic Nostrum · Música Mallorca · Festival de Jazz · Festival Int. Coral y Vocal · Semana Santa · FPJM y FPEA 	<ul style="list-style-type: none"> · Triathlon · Ciutat de Palma · Iberostar Challenge · TUI Maratón · K-42 Trans Mallorca Run · Grand Prix Karts 	<ul style="list-style-type: none"> · Trofeo Princesa Sofía · Palma Vela · Salón Náutico · Copa del Rey · Regata Conde de Barcelona 	<ul style="list-style-type: none"> · Baleares Cruise Forum · Premios Excelence · Colaboración APB Mejoras 	<ul style="list-style-type: none"> · ArtPalma Brunch · Tapalma · Assaboreix l'illa · Beer Palma 	<ul style="list-style-type: none"> · Shopping Night 	<ul style="list-style-type: none"> · Workshops y Seminarios 	<ul style="list-style-type: none"> · Ella Int. Women Fest. · Ciclo Musical 45-RPM · Palma Music Week · Sant Patrick's Fest. · Mallorca Musicales · Oktoberfest · Fiestas patronales · Sand Run · Madison Beach Volley Tour
							
2014	2014	2014	2014	2014	2014	2014	2014

Fuente: Propuesta de Plan de Actuación 2014: Fundación Turismo Palma de Mallorca 365.

A continuación, se pasan a detallar las actuaciones por cada uno de los ejes anteriormente citados.

Dentro de la **oferta cultural** se proponen las siguientes actuaciones:

- Creación de nuevos itinerarios turístico-culturales, históricos y artísticos. Se pretende diseñar dos rutas permanentes como producto turístico cultural.
- Convertir a Palma en un destino para el turismo de cine, generando actividad cultural y paquetizando los rodajes para los fans de los actores.
- Atraer a un mayor número de público extranjero a través del festival de “Palma Amb la Dansa”, para ello se pretende fomentar el intercambio cultural con la ciudad de Düsseldorf y conseguir que varias compañías participen en el festival.
- Apoyar actuaciones existentes como la “Nit de l’Art”, “Comic Nostrum” y “Música de Mallorca”, facilitando su puesta en marcha y trabajando la posibilidad de paquetizar.
- Promocionar el Jazz como producto turístico cultural. De este modo, se pretende retomar el festival internacional de Jazz de Palma que logró posicionarse en la escena internacional durante los años 80-90.
- Puesta en marcha del primer festival internacional coral y vocal de Palma, aprovechando el auge de esta modalidad a nivel internacional.
- Promoción de la Semana Santa como producto turístico.

Dentro de la **oferta deportiva** se proponen las siguientes actuaciones:

- Consolidar Palma como un destino de grandes eventos deportivos a través de acciones como la “Iberostar Challenge” (ciclismo), el “Triatlón Ciutat de Palma”, y la “TUI Maratón”.

- Promocionar la “K-42 Transmallorca Run”, creando una carrera única que permita posicionarse como destino ideal para la práctica de cualquier disciplina deportiva.
- Poner en marcha el “Grand Prix Karts”, un evento de fin de semana enfocado al segmento familiar.

Dentro de la **oferta de náutica** se proponen las siguientes actuaciones:

- Apoyar actuaciones existentes como el “45 trofeo SAR Princesa Sofía”, “Palma Vela”, “31 Salón Náutico Internacional”, “33 Copa del Rey”, “30 Regata Almirante Conde Barcelona”.

Dentro de la **oferta de cruceros** se proponen las siguientes actuaciones:

- Fomentar economías de escala, sinergias con patronos a la hora de promocionar Palma como destino de cruceros.
- Mejora de infraestructuras para elevar el índice de satisfacción de los cruceristas.

Dentro de la **oferta de gastronomía** se proponen las siguientes actuaciones:

- Apoyar actuaciones como “Art Palma Brunch” y “Tapalma”.
- Promover el desarrollo comarcal a través de la promoción de la gastronomía de las diferentes zonas de Mallorca (Assaboreix l’illa)
- Apoyar el evento “Beer Palma” para el que se espera una afluencia de 60.000 personas entre turistas y locales.

Dentro de la **oferta de compras** se proponen las siguientes actuaciones:

- Organización de eventos de compras como la “Shopping Night”.

Dentro de la **oferta de MICE y negocios** se proponen las siguientes actuaciones:

- Apoyar actuaciones planificadas desde la Agencia de Turisme de les Illes Balears y apoyar actuaciones propias.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Dentro de la **oferta de Ocio y negocios** se proponen las siguientes actuaciones:

- Mejora de la competitividad del destino mediante la creación de productos turísticos para el mercado LGTB.
- Consolidar una programación musical estable que permita presentar una imagen de destino en el que se cuente con actuaciones de artistas nacionales e internacionales, a través de propuestas como el “Ciclo Musical 45 RPM” y “Palma Musical Week”.
- Competición de “Sand Run”. Carreras en la arena en zonas de ocio con restauración y juegos para todos los aficionados presentes.
- Competición “Madison Beach Volley Tour”. El único circuito profesional de Volley playa de carácter internacional existente en España.

El **target del plan de marketing del presente año**, se dirige fundamentalmente a tres tipos de mercado. Por un lado, los **mercados maduros principales**, que ya están presentes con un importante peso en la facturación, a saber, España, Alemania e Inglaterra. Por otro lado, los **mercados secundarios**, mercados que ya están presentes pero con poco peso en la facturación, a saber, los del norte de Europa. Y por último, los **mercados emergentes**, con un gran potencial por su alto poder adquisitivo, a saber, los de Europa del Este y Asia.

Una vez evaluada la actividad llevada a cabo por la Fundación 365 y por la Smart Office de Palma, se evidencia que existen sinergias entre ambas entidades que pueden ser aprovechadas en el proceso de reconversión de Palma como Destino Turístico Inteligente. Se recomienda incorporar el componente smart en las acciones de posicionamiento de la “Marca Passion For Palma”.

En cuanto a las **actividades de información, orientación y asistencia turística**, la Ley de Turismo de las Islas Baleares en su Capítulo VIII: artículo 63, hace referencia a la información y orientación turística en los siguientes términos:

1. Toda administración turística utilizará todos los medios y sistemas de información oportunos con el objeto de **proporcionar y optimizar el conocimiento de la oferta y la demanda turísticas**, así como para garantizar la atención de peticiones de información externas.
2. La administración turística competente fomentará **el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación**, tanto en la difusión de los recursos turísticos de las Illes Balears como en las relaciones entre la Administración, las empresas turísticas y los usuarios de servicios turísticos.

En cuanto al artículo 64. **Oficinas de Turismo:**

1. Se consideran oficinas de turismo aquellas dependencias abiertas al público que con carácter habitual facilitan a cualquier persona usuaria asistencia, información u orientación turística y que pueden prestar otros servicios turísticos complementarios.
2. Las oficinas de turismo cuya titularidad ostente cada uno de los consejos insulares integrarán las redes de oficinas de turismo de **Mallorca**, Menorca, Ibiza o Formentera, pudiéndose adherir a cada una de estas cuatro redes aquellas otras oficinas de titularidad pública o privada que voluntariamente lo soliciten.
3. Se entiende por red de oficinas de turismo la que está compuesta por el conjunto de oficinas de titularidad pública o privada que de forma homogénea y bajo una señalización común prestan los servicios que les son propios.
4. Reglamentariamente se establecerán los servicios comunes de las redes, los requisitos de integración en cada una de ellas y el distintivo o la placa oficial de las oficinas de turismo integradas en éstas.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

5. Para que las oficinas de turismo ajenas a la Administración puedan recibir subvenciones, ayudas o colaboración técnica y material será obligatoria su integración en la red de oficinas de turismo de la isla que les corresponda.

En el caso de **Palma de Mallorca**, el Ayuntamiento ha firmado un contrato de servicios de gestión de las oficinas municipales de información turística y puntos de información turística en la ciudad de Palma.

Se facilita a petición de Segittur el “**pliego de cláusulas administrativas** particulares para la contratación del servicio de gestión de las oficinas municipales de información turística y puntos de información turística de la ciudad de Palma de Mallorca, a través de un procedimiento abierto no sujeto a regulación armonizada y tramitación urgente”, así como el “**pliego de prescripciones técnicas**” del mismo alcance, los cuales son evaluados de cara a la entrevista que se realizará en la ciudad de Palma en las Oficinas de Información Turística “OIT Casal Solleric” en el Passeig del Born, 27 y en “OIT Parc de la Mar”, el día 25 de Febrero de 2014.

De la evaluación realizada se recomienda que la Empresa concesionaria facilite al Ayuntamiento el resultado de los informes del “formulario de estadísticas sobre turistas y excursionistas en Mallorca” (OMIT), “formulario de satisfacción del cliente” (OIT) y “modelo de formulario de estadística sobre turistas y excursionistas en Mallorca” para su información y toma de decisiones. Se considera que el análisis de los datos de estos formularios ofrecerían información muy valiosa de cara a la futura segmentación de mercados y a la creación de paquetes de experiencias específicos por nacionalidades, edad, gustos, expectativas y poder adquisitivo.

Dado que debido a la afluencia de público no resulta fácil que los turistas de las Oficinas de Información Turística cumplimenten estos formularios, se recomienda, el uso de la tecnología.

Así mismo, proponemos que el personal que atiende al turista en las oficinas de turismo registre la información facilitada por el turista de forma que esta información de gran valor pueda ser trasladada a la empresa concesionaria, y al Ayuntamiento para la toma de decisiones y mejora continua del servicio.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Oficinas de Información Turística

Palma de Mallorca dispone de 6 oficinas de información turística (incluyendo la del aeropuerto), a saber: “Casal Solleric”, “Parc del Mar”, “Parc de Ses Estacions” (Plaza d’Espanya), “Platja de Palma”, “Mallorca” y “Aeropuerto”. Cabe destacar dos de ellas por su grado de importancia:

En la evaluación que se ha realizado, se visitan y evalúan dos oficinas de información turística: “El Casal Solleric” y “El Kiosko de Parc del Mar”.

Oficina Turística Casal Solleric



Es la oficina turística más cultural de todas, incluso en su interior existe una librería gestionada por el museo. A pesar de ser una de las oficinas que se encuentra más escondida y que menos se dedica a la promoción por estar más centrada en intereses específicos, no se descuidan aspectos fundamentales en la edición de los distintos folletos sobre información turística, preparados y disponibles para el turista en distintos idiomas, a saber: español, catalán, francés, inglés y ruso.

Además, la oficina dispone de un servidor con un software para que el visitante pueda acceder a la información turística de Palma de Mallorca en distintos idiomas. Actualmente este servidor tiene un pequeño inconveniente de velocidad, este problema que en temporada baja puede no ser significativo, se acentúa en temporada alta, para solucionarlo, se pretende cambiar el software del dispositivo por uno propio que permita mayor celeridad y por lo tanto mayor utilidad.

Aparte del dispositivo tecnológico, la OIT acaba de editar un nuevo plano de Palma de Mallorca de diseño innovador. Por un lado cabe destacar la imagen del mismo que asocia al destino la imagen de Miró, dejando de lado la imagen de sol y playa, para seguir la dirección marcada por el plan de marketing de la fundación 365, que quiere promocionar Palma de Mallorca como destino urbano. Por otro lado, señalar el formato innovador del plano que permite al turista pasearse por la ciudad descubriendo todo tipo de parajes sin necesidad de desplegarlo. El tema no es baladí, si se considera que se ha conseguido reconvertir los 4 planos de Palma de Mallorca en un único plano que libera al turista de incomodidades. Este plano está distribuido por la ciudad sobre muppis. Junto al mismo, aparece un código QR que permite la descarga del plano turístico en pocos segundos. Los códigos QR, actualmente muy populares, son módulos para almacenar información a través de una matriz de puntos. La incorporación de software de lectura de códigos QR en los dispositivos móviles ha permitido que el usuario dejara de introducir datos de forma manual en los teléfonos. Se valora muy positivamente el compromiso de Palma de Mallorca hacia la incorporación de las nuevas tecnologías. A través de esta tecnología, el

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

turista puede disponer en su dispositivo de móvil de un plano de la ciudad que le permite disfrutar de los diversos atractivos de Palma de Mallorca.

Además se considera un modelo sencillo y recomendable para facilitar la interacción del turista con el destino.



Mapa y código QR, Plano de Palma de Mallorca.

Actualmente, en la oficina sólo se venden excursiones, aunque se está gestionando la posibilidad de vender tickets de ópera. El problema que existe para poder llevarlo a cabo es el sistema de software disponible en el teatro principal, que dificulta la entrada al sistema y por tanto la venta. Esta opción resulta verdaderamente interesante si se considera que el turismo cultural está en auge, y que cada vez más, el turismo ruso y familiar fundamentalmente, solicitan este producto.

Un importante valor de la OIT es el capital humano, el personal habla varios idiomas (incluyendo ruso y chino), y cada empleado exhibe en un distintivo del uniforme, los idiomas que domina.



En la foto que se muestra, la agente de la oficina de información, exhibe en su distintivo los idiomas que habla, en su caso, español, inglés, ruso y francés y nos comentó durante la evaluación que su función principal es informar a los turistas y residentes que se acercan a la oficina a solicitar cualquier tipo de información sobre el destino. El tipo de perfil de turista que acude a informarse es diverso.

Uno de los segmentos es el visitante procedente de crucero. En este caso se les orienta sobre la posibilidad de realizar excursiones por el centro histórico de Palma con el fin optimizar al máximo el tiempo disponible.

Se recomienda paquetizar productos por segmentos de mercado de los cruceristas que visitan la ciudad y que no han contratado excursiones en el barco para disfrutar en el destino.

Otro de los segmentos que llega a la oficina es el segmento senior que viene a Palma por turismo vacacional y su estancia media se encuentra en torno a una semana.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

En este caso la oficina se convierte en post-venta del destino y no solo informa sobre las visitas a Palma de Mallorca, sino que amplía el ámbito de actuación y recomienda excursiones a cualquier lugar de la isla, a saber, las cuevas del Drach, o incluso a otras islas del archipiélago Balear, como Menorca.

Entre las distintas nacionalidades de los turistas que visitan la oficina, cabe destacar el auge de los visitantes rusos, fundamentalmente pertenecientes a los segmentos familiar y senior. Además, esta oficina se centra también en el servicio al residente. Son muchos los locales, fundamentalmente personas mayores que se acercan a la oficina para informarse sobre las fiestas locales. No obstante, no existen datos precisos para conocer los perfiles de los turistas, ni el tipo de gasto que se genera. Fundamentalmente se basa en la observación. La información estadística sobre turismo que se recoge en la oficina, consiste en un conteo de visitantes que acuden a la OIT (sin distinción entre turistas y excursionistas) desagregado por nacionalidades, que registra el propio informador basándose en el idioma en que se solicita la información. En caso de duda, se pregunta la nacionalidad directamente.

La información que se ofrece sobre el destino a personas con movilidad reducida, también depende del conocimiento del informador. Por ejemplo en el caso de que se quiera orientar a un visitante con movilidad reducida sobre el acceso al centro turístico desde la oficina de información, la forma de proceder es realizar las indicaciones sobre mapa, se traza la ruta óptima evitando escalones. Por otro lado, cabe mencionar que en la oficina no existen sistemas de braille aplicados a folletos turísticos ni a otros tipos de dispositivos de información, por último señalar que los informadores de la oficina no han recibido información específica para tratar a personas sordas, aunque nos comentan que las personas sordas y ciegas siempre vienen acompañadas.

Entre los servicios que se ofrecen cabe señalar el papel que juega el autobús turístico, ya que algunas visitas como la del castillo de Bellver solo tienen acceso por medio del autobús turístico. Otros productos, como la fundación Joan Miró, ha visto incrementar sus visitas hasta un 12% desde que se incluyó una parada en el autobús turístico. El autobús turístico cuenta con una rampa manual para personas con movilidad reducida.

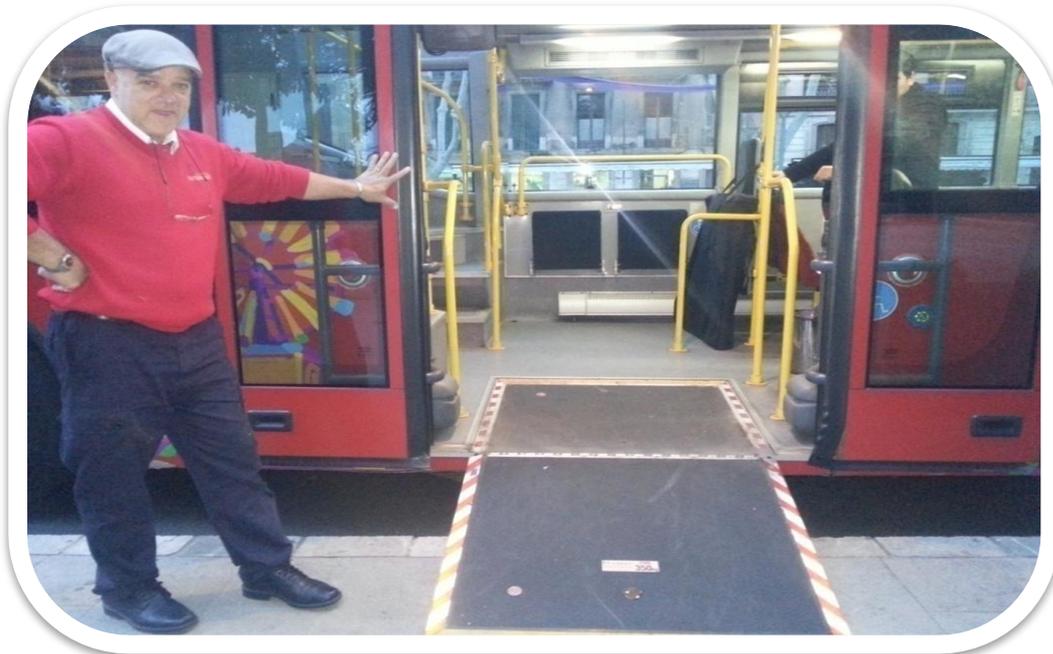


Foto Rampa Manual Autobús Turístico

Asimismo muchos turistas solicitan recomendaciones sobre restauración. Los visitantes están interesados en acercarse al conocimiento de la gastronomía mallorquina desde el punto de vista del local. Quieren conocer los restaurantes no turísticos, a los que acudiría cualquier residente. Las recomendaciones se basan también en el conocimiento que tiene el agente de información sobre los locales del destino.

Respecto al comercio local, la oficina de información cuenta con una guía editada por la federación de empresarios y el pequeño comercio en la que se promocionan a los pequeños y medianos comerciantes y sus productos tradicionales.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Se propone al destino, la implementación de rutas turísticas que informen de las opciones que el destino ofrece en el ámbito de la hostelería.

En la oficina además, se puede encontrar un buzón de sugerencias que permite al visitante emitir quejas y felicitaciones. No obstante este buzón no es un registro oficial. Si se precisa interponer una reclamación formal es preciso acercarse al Ayuntamiento y rellenar el impreso oficial.

Oficina Turística Parc del Mar



Este es el primer punto de información al que llegan todos los shuttles de los cruceros y de los vuelos, deteniéndose en el otro lado de la escollera.

En verano se puede llegar a atender 1.500 - 1.800 personas por día. La gestión de la información se lleva a cabo entre tres o cuatro personas, contando con refuerzos de otras oficinas en días puntuales.

El registro estadístico es complicado debido a la falta de recursos. Como en “Casal Solleric”, fundamentalmente se lleva a cabo un conteo por nacionalidades y en caso de que sea posible o el turista tenga tiempo, se le administra un test de satisfacción.

Aparte de los cruceristas, en temporada baja, el perfil fundamental del turista que acude a esta oficina, es el turista senior, tanto español como alemán, el cicloturista y el senderista fundamentalmente.

Pero la mayoría de los visitantes que se acercan a esta oficina, solicitan información de las visitas a la ciudad, incluso los turistas que llegan por un motivo definido y con el viaje organizado, a saber, los turistas que llegan a Mallorca para correr la “TUI Maratón”, también solicitan información sobre las rutas por la ciudad. Para ellos, se ha diseñado una hoja de rutas por Palma, las visitas, los horarios y los precios. La hoja está en español y en inglés. Está pendiente de añadir la información en alemán.

El número de personas con movilidad reducida que se acercan a la oficina no es numerosa, por lo que no se hace ningún tipo de distinción a la hora de ofrecerles información.

No se ofrecen productos según mercado, no obstante, se señala que el producto más solicitado, concretamente por el turismo ruso, es el Castillo de Bellver. Respecto a los servicios, señalar que muchos turistas solicitan recomendaciones de restaurantes. La información se ofrece en función del conocimiento del agente de información. **No se cuenta con ningún software específico.**

De estas oficinas la Fundación 365 nos ha facilitado datos del número de informaciones ofrecidas por nacionalidades en cuatro de ellas: “Parc del Mar”, “Platja de Palma”, “Parc de Ses Estacions” y “Casal Solleric”.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

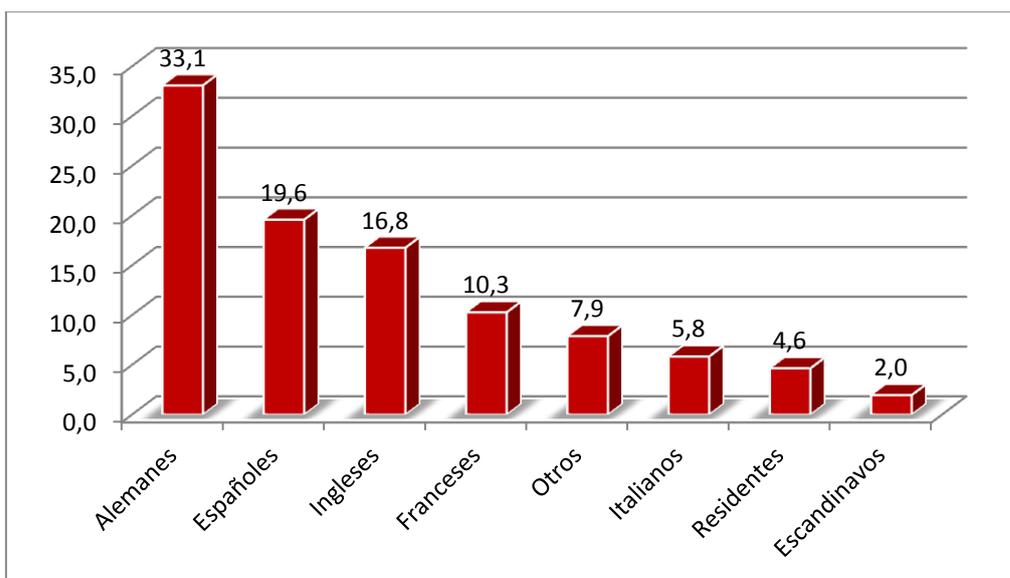
Durante el año 2013 las 4 oficinas acumularon un total de 213 mil peticiones de informaciones que fueron ofrecidas a 411 mil personas. A partir de la información facilitada por la Fundación 365, recogida en las Oficinas de Turismo, se han elaborado una serie de tablas y gráficos que facilitan la valoración de la información:

Nº de peticiones de información por meses y nacionalidades											
Meses	Nº Info	Nº pax	Total Nacionalidades	Residentes	Españoles	Alemanes	Ingleses	Franceses	Italianos	Escandinavos	Otros
Total 2013	212.465	411.283	219.633	10.198	43.008	72.663	36.813	22.552	12.811	4.287	17.301
enero	6.500	11.272	6.497	1.049	1.693	2.138	665	251	176	33	492
febrero	6.665	23.321	13.006	820	3.680	6.031	1.279	394	185	71	546
marzo	10.446	19.167	10.926	772	3.194	4.293	1.427	419	176	101	544
abril	17.811	37.623	18.586	787	4.608	6.445	2.880	1.669	795	266	1.136
mayo	23.187	47.279	23.187	854	3.676	7.438	4.246	3.234	1.465	489	1.785
junio	22.349	43.190	22.488	917	2.953	7.493	3.929	2.777	1.610	665	2.144
julio	24.602	49.308	24.518	1.082	3.608	7.494	4.243	3.124	1.787	606	2.574
agosto	27.676	48.887	27.721	954	4.773	7.802	4.916	3.629	2.330	749	2.568
septiembre	30.301	52.104	29.299	892	6.040	9.134	5.742	2.951	1.845	505	2.190
octubre	24.726	43.748	24.726	750	4.628	8.010	4.788	2.759	1.552	463	1.776
noviembre	14.743	29.053	15.201	840	3.254	5.228	2.317	1.197	815	280	1.270
diciembre	3.459	6.331	3.478	481	901	1.157	381	148	75	59	276

Fuente: Oficinas de Turismo: Número de peticiones de información por meses y nacionalidades.

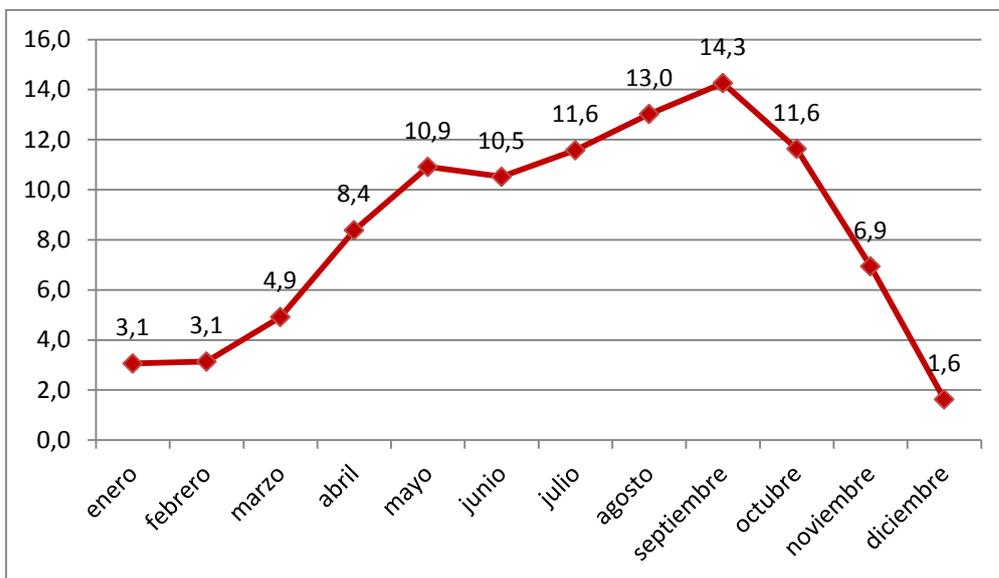
Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca



Fuente: Oficinas de Turismo: Índice anual de visitantes por nacionalidades.

El mayor porcentaje de personas que se acercan a una de las cuatro oficinas a solicitar información es el siguiente: **el 33,1% son de nacionalidad alemana, el 19,6% son de nacionalidad española, el 16,8% son ingleses, el 10,3% son franceses, el 5,8% son italianos, el 2% son escandinavos y el 8% restante son de otras nacionalidades.** Teniendo en cuenta estos datos, **el segmento alemán es el que se posiciona por delante, de modo que habrá que emprender acciones que vayan dirigidos al mismo.**



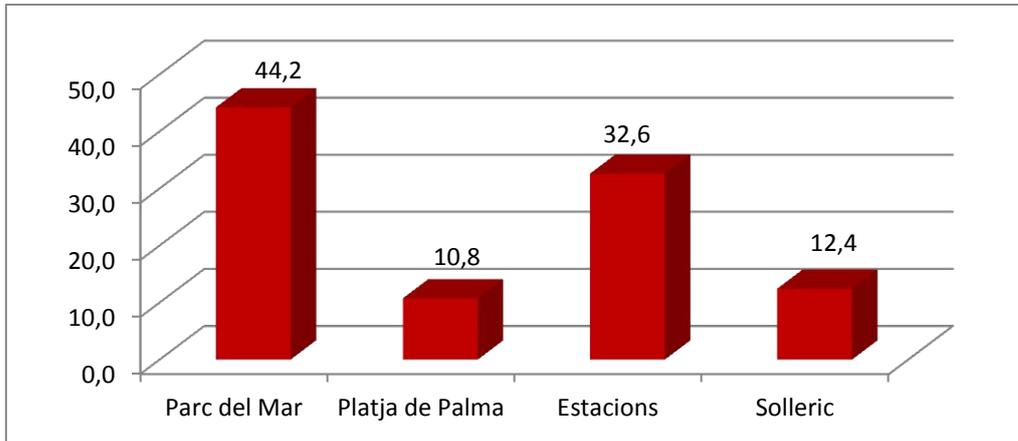
Fuente: Oficinas de Turismo: Acumulado comportamiento anual de visitas.

Por meses, tal y como era de esperar el modelo se comporta de forma estacional. Así, se observan menos solicitudes de información durante los primeros meses del año, comienzan a incrementarse en el segundo trimestre, llegando a alcanzar su máximo valor en el tercer trimestre, concretamente en el mes de septiembre, con un valor del 14,3%. En el último trimestre las solicitudes de información vuelven a descender hasta alcanzar un mínimo de 1,6% en el mes de diciembre.

Por oficinas, "Parc del Mar" es la que recibe un mayor número de solicitudes de información, acumulando el 44,2% de las mismas. Le sigue "Parc de Ses Estacions" con un 32,6% de solicitudes, "Casal Solleric" con un 12,4% y "Platja de Palma" con un 10,8%.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca



Fuente: Oficinas de Turismo: Acumulado del número de solicitudes de información.

	Nº Info	Nº pax	Total Nacionalidades	Residentes	Españoles	Alemanes	Ingleses	Franceses	Italianos	Escandinavos	Otros
Total	212.465	411.28	219.633	10.198	43.008	72.663	36.813	22.552	12.811	4.287	17.301
Oficinas		3									
Parc del Mar	93.920	178.282	95.624	2.410	17.478	29.440	16.731	11.417	7.691	2.461	7.996
Platja de Palma	22.846	43.714	24.074	206	5.216	13.094	2.213	1.614	438	142	1.151
Estacions	69.278	139.975	73.615	5.263	15.241	22.957	12.380	7.057	3.497	1.221	5.999
Solleric	26.421	49.312	26.320	2.319	5.073	7.172	5.489	2.464	1.185	463	2.155

Fuente: Oficinas de Turismo: Número de peticiones de información por oficinas y nacionalidades

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Por oficinas y nacionalidades, cabe señalar que la primera posición en el ranking de solicitudes de información en todas las oficinas la mantiene el turista alemán. En general, las cuatro oficinas mantienen el mismo comportamiento. Los tres primeros puestos los ostentan los turistas alemanes, seguidos de los turistas españoles y después los turistas ingleses. Únicamente cambia el segundo y el tercer puesto en la oficina de “Casal Solleric”, que los turistas ingleses mantienen el segundo puesto y los españoles el tercero.

La evolución lógica de las oficinas de información turística, continúa por el camino de la tecnificación. Actualmente se ha puesto a prueba el software de información turística en “Casal Solleric”. No obstante como pretende renovarse, quizás sería viable implementar un sistema más completo. Actualmente algunas oficinas de información ya cuentan con dispositivos que a través de 4 o 5 sencillas preguntas, ofrecen al turista en su propio idioma, una ruta turística en función de una serie de variables, a saber, perfil, nacionalidad, número de visitas a la ciudad, edad, etc., este software cumple una doble función. Por un lado, considera las características idiosincráticas de cada turista ofreciendo una ruta a medida, y por el otro, almacena información del turista de forma rápida y eficiente. Esta última característica facilitaría la administración de encuestas a los turistas en momentos de elevada actividad de la oficina.

Además, en caso de contar con presupuesto, sería interesante poder convertir alguna oficina en una oficina del siglo XXI: “Un nuevo espacio digital y un atractivo turístico en sí mismo, que mediante el uso intensivo de la tecnología, se constituye en un sistema de gestión de la información con capacidad de informar, recoger y analizar datos del turista, y promocionar y comercializar el destino en tiempo real”.

Este nuevo modelo de negocio de la oficina turística, intervendría durante el ciclo completo del viaje turístico adquiriendo nuevas funciones, a saber: asesoramiento personal durante las 24 horas (a partir de dispositivos móviles), gestión de aplicaciones relacionadas con el destino turístico, estudio de los hábitos del comportamiento del turista en destino, etc. En definitiva, los sistemas tecnológicos facilitarían la conectividad entre distintas oficinas turísticas, dinamizando la gestión eficiente de la información entre organismos públicos, agencias de viajes, otras empresas turísticas del sector y visitantes.

Después de analizar las oficinas municipales con las que cuenta Palma de Mallorca, pasamos a hacer un recorrido por los principales Recursos Turísticos de Palma de Mallorca, ciudad que cuenta con un gran patrimonio cultural histórico y en la que se puede encontrar la huella de todos los pueblos que han pasado por ella. Esto hace que la oferta de servicios pueda ser segregada por temas, paquetes y sectores sociales.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Principales Recursos Turísticos en Palma de Mallorca:

Monumentos y lugares de Interés

- **Catedral La Seu:** Principal edificio religioso de la isla de Mallorca. En mallorquín, se la conoce como La Seu. Su titular es “Asunción de María”.
La Seu se asoma al mar sobre la muralla romana y renacentista que protegía a la ciudad, siendo la única catedral con estas características. Acoge en su seno la sede de la diócesis de Mallorca. En 1931 fue declarada Monumento Histórico-Artístico. Además, se trata de la catedral con el mayor rosetón del mundo gótico y el mayor rosetón original de todas las catedrales góticas europeas. También se pueden visitar las aportaciones del artista Miquel Barceló en una de las capillas de la catedral de Mallorca que consisten en un gran mural de cerámica adosado a las paredes, los vitrales y el mobiliario. Esta propuesta vanguardista promovida por el anterior Obispo Teodor Úbeda y apoyada por diversas instituciones agrupadas en la fundación Art a la Seu no ha estado exenta de polémica, semejante a la suscitada por las reformas y creaciones que hizo el arquitecto catalán Antoni Gaudí a principios del siglo XX. En todo caso es un aliciente más para visitar este magnífico templo, uno de los más brillantes edificios góticos europeos.

La Seu, cuenta con un museo, el cual a su vez tiene estos tres espacios:

- La antigua Sacristía “dels Vermells”
- La antigua sala capitular gótica
- La Sala capitular barroca

- **Museo Can Morey de Santmarti:** Antigua casa medieval situada muy cerca de la Catedral de Palma de Mallorca. En sus estancias se exhiben obras gráficas originales del español Salvador Dalí. Además se exhiben las películas de temática surrealista que Salvador Dalí realizó en colaboración con Luis Buñuel. Las instalaciones de artistas diversos, relacionadas con la colección, confieren a esta sugestiva presentación una inigualable atmósfera.
- **Casa Museu J Torrents Llado:** Espacio dedicado a la figura de este artista polifacético. La Casa Museo está instalada en la vivienda del artista desde marzo de 2002. Los fondos se nutren de dos colecciones: la perteneciente a la Fundación, creada poco después de la repentina muerte del pintor en 1993; y la colección del Govern de les Illes Balears.
- **Castell de Bellver:** Situado a 3 km de la ciudad de Palma. Fue construido a principios del siglo XIV por orden del Rey Jaime II de Mallorca. De estilo gótico, se encuentra sobre un monte de 112 metros sobre el nivel del mar, en una zona rodeada de bosque, desde donde se puede contemplar la ciudad, el puerto, la Sierra de Tramontana y la Playa de Mallorca. Se trata de uno de los pocos castillos de Europa con planta circular, actualmente pertenece al Ayuntamiento de Palma y en él se encuentra el Museo de Historia de la Ciudad de Palma. El edificio y el bosque fueron cedidos por el Estado al Ayuntamiento de Palma en 1931, que lo convirtió en sede del Museo. Al mismo tiempo, en él se desarrollan numerosas actividades culturales y lúdicas.
 - Planta Baja: Patio de Armas y Museo de Historia de la Ciudad.
Recorrido a través de la historia de la Ciudad y su evolución urbana desde la Edad del Bronce hasta nuestros días.
 - Planta Noble: Capilla de San Marcos, Sala de Jovellanos, Salón del trono, Cocina y Colección Despuig de Escultura Clásica.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- Terraza: Vistas panorámicas de la Ciudad y su Bahía.

El Castillo no dispone de web propia, es el Ayuntamiento quien recoge y gestiona la información y visitas del mismo, a través de “palmavirtual” y “palmacultura”. <http://www.cultura.palma.es/>

El Ayuntamiento pone a disposición de los turistas visitas para grupos escolares con monitor, la reserva se hace a través de la página: www.palmaeduca.cat

Es importante señalar que la página no redirecciona directamente al apartado de reserva, sino a la página de inicio de la Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Palma, y es desde esta página donde se hace la reserva.

Además también ofrecen visitas guiadas gratuitas las cuales se concertarán a través de la página www.cultura.palma.es

- **Pelaires Centre Cultural Contemporani:** Galería Pelaires fue la primera galería de arte contemporáneo de Mallorca. En 1970 albergó la primera exposición individual de Joan Miró en Mallorca y en sus paredes han expuesto Tàpies, Saura y Chillida, entre otros. En 1990 Pelaires abrió su nuevo centro Can Veri en un edificio del siglo XVII.
- **Passeig del Born:** Antiguo cruce de la riera, hoy es una vía del centro de la ciudad de Palma de Mallorca, con carácter comercial. Une la plaza de Juan Carlos I (popularmente conocida como *plaza de las tortugas*) con la Plaza de la Reina.
- **Llotja:** Una de las obras maestras de la arquitectura gótica en Mallorca. Fue construida por Guillem Sagrera entre 1420 y 1452 y fue la sede del Colegio de

Mercaderes. Este monumento está gestionado por Presidencia del Govern Balear y acoge exposiciones de carácter temporal con obras e instalaciones de gran formato y envergadura; por lo que solo está abierto cuando hay exposiciones.

- **Convento De Sant Francesc:** Es un conjunto formado por la basílica menor del mismo nombre, el claustro y varias edificaciones adosadas. Se inició la construcción a finales de siglo XIII.
- **Parque del Mar:** Uno de los principales parques urbanos de la ciudad de Palma, situado entre la muralla y la Autovía de Levante, muy cerca de la Catedral. Hasta 1960, el mar llegaba hasta las murallas de Palma Mallorca, lo que proporcionaba una posición perfecta de la Catedral.
- **Iglesia de Santa Eulalia:** Es un templo religioso de culto católico romano. Reconvertido de mezquita a iglesia, este edificio data de 1276. Aquí fue coronado como Rey de Mallorca, Jaime II. La iglesia es de estilo gótico, sigue el modelo del gótico catalán de tres naves.
- **Palau Real de l'Almudaina:** Palacio o Alcázar Real de Palma de Mallorca y una de las residencias de la Corona española. El Castillo era un Alcázar que los romanos terminaron de construir. En el S.XVI Carlos I ordena la construcción de la parte alta del Palacio. A día de hoy está gestionada por Patrimonio Nacional. En sus muros recoge toda la historia de la isla desde el periodo megalítico.
- **Edifici Casasayas:** Edificio modernista de principios del siglo XX. Los autores son los arquitectos Francesc Roca i Simó y Guillem Reynés. El edificio es de estilo Art Nouveau, de clara influencia gaudiana, posiblemente basada en las casas Batlló y Milá de Barcelona.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **Plaça Major:** Está situada en el distrito centro de la ciudad de Palma de Mallorca a pocos metros de otros monumentos significativos como la Iglesia de San Miguel o el Teatro Principal. Hasta el año 1823 la plaza fue sede de la Inquisición.
- **Banys Àrabs:** Son una de las pocas muestras que nos han llegado de la arquitectura musulmana en Mallorca y de las más emblemáticas de la isla. Se encuentran en el jardín señorial de Can Fontirroig, sólo se conserva la sala central destinada a baños calientes y una sala anexa a los baños.
- **Iglesia La Porciúncula (la Iglesia de Cristal):** La Porciúncula, más conocida como "la Iglesia de Cristal", fue construida en la segunda mitad del siglo XX con vidrieras de estilo antiguo. Dentro hay un pequeño museo arqueológico con piezas procedentes de colecciones privadas.
- **Carrer dels Apuntadors:** Es una de las calles más transitadas de Palma, se encuentra en el casco histórico y está repleta de bares y restaurantes cuyo uso es casi estrictamente turístico.
- **Can Forteza Rey:** Edificio de viviendas de estilo modernista o art nouveau, con claras influencias de Gaudí cuyo creador y propietario fue Lluís Forteza-Rey.
- **Playa de Palma El Arenal:** Emplazada en el término municipal de Palma de Mallorca fue un antiguo pueblo de pescadores, hoy barrio eminentemente turístico y con gran expansión demográfica, sobre todo a partir de los años 70.

- **Poble Espanyol:** Museo arquitectónico al aire libre ubicado en el barrio de Son Espanyolet en la ciudad de Palma de Mallorca. Se concibió como un pueblo en el que se pretendían reunir las principales características de los pueblos de España, en él se reproducen a escala diversas edificaciones, plazas y calles representativas de diversas ciudades españolas.
- **Barrio Judío:** La judería de Palma, *Call* en mallorquín, es uno de los emplazamientos más fascinantes de la ciudad por la historia que atesora entre sus calles. Los judíos mallorquines, como en otras tantas partes de Europa, han sido tradicionalmente una minoría discriminada, recibiendo en la isla un nombre que los singulariza: *xuetes*. Un colectivo cuya presencia, víctima de los pogromos y la conversión forzosa, fue apagándose con el tiempo. Y con ellos, su legado artístico. Sin embargo, aún hoy el recuerdo de la comunidad judía sigue presente sobre todo en buena parte de apellidos típicamente mallorquines.

El Call ocupa el cuadrante nordeste de la ciudad de Palma o, dicho *grosso modo*, parte del área comprendida entre la Plaza Santa Eulalia y Porta d'es Camp. Los ejes de esta antigua judería lo conforman la calle de Sol y la unión de la calle de Montisión (nombre de evidente raigambre judaica) y la calle del Seminari Vell.

Una vez expuesto el compendio de recursos turísticos de Palma, pasamos a exponer algunos de los servicios turísticos y vías de transporte comercializados en la ciudad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Transporte Turístico en Palma de Mallorca

- **Ferrocarril de Sóller:** El ferrocarril de Sóller realiza desde 1912 ininterrumpidamente y a diario el trayecto en tren entre Palma de Mallorca y Sóller de 27,3 km y desde 1913 el trayecto en tranvía entre Sóller y el Puerto de Sóller de 4,9 km.
- **Bus Turístico:** Palma cuenta con un autobús turístico que permite visitar los puntos más emblemáticos de la ciudad de Palma. Este servicio permite al turista disfrutar del trayecto a su ritmo, ya que podrá bajar y subir a todas las paradas que considere de su interés, durante todo el tiempo de validez del ticket.
- **Taxi Tour:** Rutas turísticas en taxi para visitar los lugares más interesantes de la ciudad, o bien desplazarse cómodamente mientras se disfruta de un completo itinerario por Palma. A través del nuevo servicio “Taxi Tour” se pueden recorrer 3 itinerarios diferentes. Esta empresa está subvencionada por el Consell de Mallorca.

Mallorca Rutes:

Mallorca Rutes es una empresa especializada en la organización y gestión de visitas, tours y actividades en Mallorca y especialmente en su capital. Esta empresa pretende ofrecer al visitante y al residente, todas las posibilidades culturales, patrimoniales, artísticas, gastronómicas y turísticas que se pueden disfrutar en la isla. En la web se puede contratar un amplio abanico de rutas y visitas guiadas pensadas para personas que visitan Palma por su cuenta o en grupos organizados. Trabajan con los idiomas inglés, francés, alemán, catalán y castellano.

Transporte Marítimo:

El crucerista es un turista fiel en la ciudad de Palma de Mallorca, por lo que se deben dedicar esfuerzos en cubrir las necesidades de este nicho de mercado, que además es muy fructífero para la ciudad. El Ayuntamiento consciente de la importancia de dar un buen servicio ha creado y puesto a disposición de los navegantes la guía de servicios náuticos de Palma de Mallorca: una guía que surge con la finalidad de atender las necesidades y demandas específicas del turismo náutico. Recoge una amplia representación de empresas especializadas en el sector náutico, de las cuales se indican los servicios que ofrecen y los datos de contacto. La guía está disponible en cuatro idiomas: **catalán, español, alemán e inglés**, y se puede descargar en este enlace: <http://www.palmademallorca.es>

Mercados Municipales

No debemos olvidar los mercados municipales como parte de los servicios turísticos de una ciudad, por lo que SEGITTUR ha localizado los mercados municipales permanentes de Palma con el fin de incluirlos como un recurso más, del que los turistas puedan disfrutar.

De esta forma y con la ayuda y supervisión del Ayuntamiento, se estimulará este sector minorista, haciéndole participe en el sector del turismo, ofreciendo al turista productos característicos de la zona.

Mercado l'Olivar: <http://mercatolivar.com/>

Es el principal mercado de abastos de Palma, situado en pleno centro comercial de la ciudad. Su oferta supera el centenar de puestos de venta, con presencia importante del mercado tradicional de alimentos frescos y especial atención a los productos de temporada, así como a los autóctonos de la isla, pero también del comercio especializado en torno a la gastronomía y la restauración, para que clientes y visitantes puedan realizar una compra completa en sus instalaciones.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Con más de medio siglo de historia y reformado completamente por última vez en 1997, el Mercat de l'Olivar disfruta de una situación envidiable entre la Plaça d'Espanya y la calle comercial de Sant Miquel, lo que **lo convierte en un punto de referencia para las visitas turísticas a la ciudad.**

Mercado Santa Catalina: <http://www.mercatsantacatalina.com/>

En los últimos años el barrio en el que se encuentra el mercado, ha ido adquiriendo un ambiente joven y diverso que también se ha trasladado al mercado, aumentando la actividad comercial y desarrollando una oferta variada y atractiva.

Mercado Pere Garau: <http://www.mercatperegau.com/>

El mercado de Pere Garau se encuentra en uno de los barrios más populares de Palma. El mercado, uno de los más antiguos de la ciudad como plaza de abastos desde el año 1943, actualmente cuenta con más de un centenar de puestos repartidos en los casi mil metros cuadrados de su interior, dedicados principalmente a la venta de productos frescos y de temporada y al comercio especializado.

Sin embargo, aquello que distingue a Pere Garau es el mercado exterior que se organiza en la plaza los martes, jueves y sábados, con gran afluencia de visitantes en torno a más de 200 puestos de venta que se distribuyen por un barrio de carácter multicultural. Es este el único mercado de Palma donde se venden animales vivos, además de contar con una gran oferta de ropa y complementos de ocasión.

Mercado Llevant: <http://www.mercatllevant.com/>

El Mercat de Llevant se encuentra ubicado tras la fachada marítima de Palma, a su entrada desde la autopista del aeropuerto y el Palacio de Congresos. Construido en los años 80 para ofrecer servicio al distrito de Llevant de la ciudad, sus instalaciones

disponen de una decena de establecimientos que cubren la oferta de productos frescos en carne, pescado, frutas y verduras.

También se encuentran distintos comercios especializados y el mercado dispone de un aparcamiento en superficie y un supermercado en planta.

Mercado Camp Redó: <http://www.mercatcampredo.com/>

Cuenta con una veintena de establecimientos, entre ellos, puestos de venta de productos frescos en carnes, pescados, frutas y verduras, así como variedad de comercios especializados.

Construido en los años 70, el mercado se encuentra en la planta baja de un edificio de tres plantas, remodelado totalmente en el año 2011 para albergar distintas dependencias municipales en las plantas superiores, como una comisaría de Policía Local y servicios de Bienestar Social, Participación Ciudadana y Educación, y el Consorcio Riba, lo que lo convierte en un punto de confluencia de los vecinos de la zona.

En la evaluación realizada no se pudieron evaluar los mercados municipales.

Se propone al destino implementar y valorar el sistema llevado a cabo en ciudades como Madrid o Barcelona, en los que los mercados municipales cuentan con espacios genuinamente turísticos dentro los mercados, en los que se ofrecen productos con o sin denominación de origen, así como la combinación de servicios, coordinados con otros recursos turísticos de Palma, que generan riqueza al destino y potencian la gastronomía de la ciudad.

Barcelona: <http://www.mercatsantacaterina.com/>

Madrid: <http://mercadosananton.com/>

En ciudades como las citadas anteriormente, se ha podido comprobar que los mercados que se ubican dentro de un antiguo edificio y/o mercado, disponen de webs con traducciones a otros idiomas, y ofrecen un servicio especializado para

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

turistas tienen una gran acogida. Además son lugar de encuentro y descanso para los visitantes.

Una buena forma de potenciar la gastronomía de Palma de Mallorca, es a través de los mercados municipales: los turistas pueden encontrar un lugar original de la zona, mezclarse con los habitantes, probar los productos de la misma, y relajarse, todo en el mismo lugar.

Creemos importante señalar, que el mercado municipal en una ciudad turística no debe ser específicamente turístico, sino dotar a estos mercados de **espacios** dentro de cada puesto. Un ejemplo claro de esto, es por ejemplo, dotar a cada puesto de productos singularmente turísticos, que la mayoría de los turistas desean probar, pero que no pierdan la condición de puesto de la zona, y por lo tanto ofrezca también los productos típicos que se han venido vendiendo desde siempre.



Mercado de Santa Catalina en Barcelona



1

Informe de Análisis y Diagnóstico (DTI)

Caracterizar el Destino Turístico

Recursos Turísticos
Perfil del Turista
El Entorno
Evolución

Carácter Turístico

Diagnosticar cada una de las Áreas

Tecnología
Innovación
Accesibilidad
Sostenibilidad

Radiografía DTI

Identificar Oportunidades

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

4.2. Análisis, diagnóstico y recomendaciones sobre la situación actual de las distintas áreas





4.2.1. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de innovación

Una innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.

Se distinguen cuatro tipos de innovación:

- **Innovaciones de producto:** Es la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o en sus usos posibles. Este tipo de innovación incluye mejoras significativas en las especificaciones técnicas, los componentes o materiales, el software incorporado, la ergonomía u otras características funcionales.
- **Innovaciones de proceso:** Es la introducción de un método de producción o de distribución nueva o significativamente mejorada. Incluye mejoras significativas en técnicas, equipo o software.
- **Innovaciones comerciales:** Es la introducción de un nuevo método de comercialización que entrañe importantes mejoras en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su precio.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

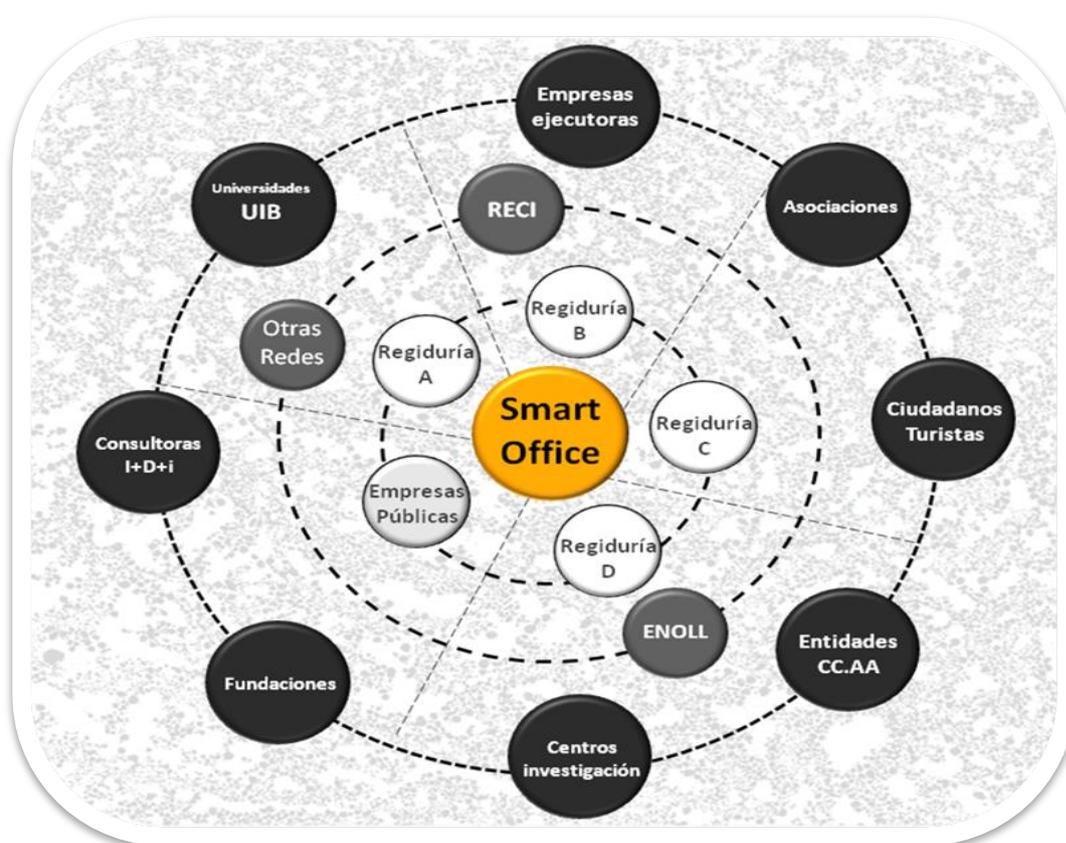
- Innovaciones organizativas: Es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa.

Del análisis realizado en Palma de Mallorca identificamos una iniciativa de innovación en procesos que refleja su cultura innovadora y una gobernanza turística orientada a la mejora continua. En este sentido Palma de Mallorca ha creado una **SmartOffice**.

Esta oficina inteligente nace con el objetivo de coordinar y centralizar todas las actuaciones Smart que se plantean en la ciudad de Palma de Mallorca. La SmartOffice de Palma está formada por un equipo coordinador y representantes técnicos de cada regiduría, departamento municipal y empresas públicas del Ayuntamiento. Los integrantes que la conforman son los siguientes:

- El coordinador de Hacienda
- Un técnico del Área de Hacienda
- Dos técnicos del IMI (Instituto Municipal de Innovación)
- Un técnico de EMAYA (Empresa Municipal de aguas y alcantarillado)
- Un técnico de Infraestructuras
- Un técnico del SMAP (Sociedad Municipal de Aparcamientos de Palma)
- Un técnico del Consorcio de Playa de Palma
- El secretario del Ayuntamiento
- El Jefe de Población
- Dos técnicos de Movilidad
- Un técnico de la Policía Local
- La Directora General de Palma Activa

- El Coordinador de Gobierno Interior
- El Coordinador de Turismo
- La Directora General del Patronato de Guarderías
- Un técnico de Bienestar Social
- Un técnico de Medio Ambiente
- Un representante del departamento de prensa



Los **objetivos** de la SmartOffice de Palma son los siguientes:

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- Identificar las necesidades y determinar las actuaciones que se llevarán a cabo. La coordinación permitirá una mejor comunicación interna y revertirá en la mejora de la toma de decisiones.
- Diseño de un Plan Director que marque la hoja de ruta a seguir para que Palma sea considerada como una ciudad smart.
- Promoción de generación de ideas en colaboración con el sector privado que reporten un beneficio a la ciudad.
- Diferenciación de proyectos de gran impacto y visibilidad a coste reducido frente a proyectos de carácter más estratégico.
- Acciones que fomenten la relación entre Palma y otras capitales sensibilizadas con el concepto de *smart*.

Asimismo, la SmartOffice ha definido una serie de **requisitos** que cualquier actuación o propuesta smart debe satisfacer, a saber:

- **Eficiencia económica**
- **Resolución de un problema o cobertura de una necesidad**
- **Prestación de un servicio o mejora sustancial de otro**
- **Carga de trabajo asumible**
- **Ahorro cuantificable**

La SmartOffice ha facilitado a Segittur su Plan Director. Las actuaciones o iniciativas que se definen dentro del Plan Operativo recogido en el Plan Director, giran en torno a siete ejes que se mencionan a continuación:

- **Eje Turismo**
- **Eje Movilidad**
- **Eje Gobernanza**
- **Eje Sostenibilidad**
- **Eje Economía**
- **Eje Seguridad Ciudadana**
- **Eje Smart People**

En el presente informe, se evalúan algunas de las iniciativas del Plan Director de la “Smart Office” que encajan en los pilares en los que se basa un destino turístico inteligente según los últimos desarrollos en este campo.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Plan Director de la SmartOffice: Ejes de actuación:

1. Eje Turismo

Los nuevos hábitos del turista han influido en la generación de nuevos enfoques que facilitan el acceso a los viajeros. Actualmente, el uso de las TIC influyen durante el ciclo completo del viaje: en el inicio del mismo, cuando el usuario busca información sobre sus distintas posibilidades; durante el viaje, cuando el turista busca elementos en el entorno que faciliten la toma de decisiones; y después del viaje, cuando el turista se convierte en prescriptor del destino. En este eje se incluyen todas las acciones que hacen referencia a **la aplicación de las tecnologías** al ámbito del turismo, concebidas con el fin de ofrecer una respuesta a las necesidades del turista, de modo que las TIC se conviertan verdaderamente en un valor añadido del destino, que mejore su competitividad. Las acciones que se incluyen en este eje son las siguientes:

- **TU_01. Proyecto piloto Playa de Palma Smart Destination**

TOT. Tourism of things for Smart Destinations

El objetivo del proyecto consiste en crear un modelo de Smart City para el sector del turismo que a través de la utilización de infraestructuras inteligentes y plataformas de gestión permita por un lado ofrecer nuevos servicios para los turistas, y por otro lado obtener informaciones y estadísticas de los perfiles y patrones de conducta y consumo de los turistas.

- **TU_02. Portal único turístico**

Desarrollo de un portal único de información turística orientado a los turistas y a los ciudadanos.

- **TU_03. Desarrollo de dos apps móviles guías turísticas**

Desarrollo de aplicaciones móviles que sirvan de guía para Palma y Playa de Palma.

- **TU_04. Catálogo de aplicaciones móviles turísticas del destino**

Identificar en un sólo portal las mejores aplicaciones para el disfrute de un destino turístico: Palma, Mallorca, Playa de Palma.

- **TU_05. Certificación AENOR Palma y Playa de Palma. Destino Inteligente**

Certificar a través de AENOR el destino turístico Palma y/o Playa de Palma como destino turístico inteligente.

- **TU_06. Laboratorio turístico I+D+i Smart Destination**

Rehabilitación total, parcial u obra nueva de un hotel laboratorio para el desarrollo de nuevos modelos de negocio que permitirá avanzar en la reconversión de un destino turístico maduro, inteligente y conectado, y que se convierta en un referente nacional e internacional.

- **TU_07. Red de turismo sostenible**

El objetivo del proyecto es crear nuevas actividades relacionadas con el turismo sostenible en 4 destinos costeros dotados de atractivos culturales/naturales a través de la adopción de un enfoque de gestión de destino público-privado, estándares de calidad y esquemas de incentivación en los que los objetivos de desarrollo van ligados a la protección y valorización del patrimonio natural/cultural.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **TU_08. Desarrollo de sistema de feedback del destino de Palma de Mallorca**

Desarrollo de un sistema tecnológico en diferentes formatos, web, app y QR, para recoger las opiniones y el feedback del turista que viaja a Palma de Mallorca.

- **TU_09. Fundación público-privada para la promoción del destino**

Fundación Turismo Palma de Mallorca 365, entidad público-privada que gestionará la promoción turística de la Palma y consolidar los distintos productos turísticos de la ciudad.

2. Eje de Movilidad

Engloba todas las actuaciones en materia de accesibilidad local, internacional, sistemas de transportes sostenibles, innovadores, seguros.

Las acciones que se incluyen en este eje son las siguientes:

- **M_01. Civitas-dynamo. Plan de movilidad urbana sostenible**

Integrar las políticas y estrategias existentes para la movilidad sostenible. Llevar a cabo un estudio de diagnóstico de la situación de la movilidad local, definir un conjunto de **indicadores** para el seguimiento y evaluación, y proponer actuaciones varias encaminadas a la mejora de la movilidad.

- **M_02. Civitas-dynamo. Mobility 2,0 services. Plataforma Integrada de información**

Creación de una plataforma integrada de Información sobre la Movilidad en Palma. EMT, Bicipalma, Aparcamientos subterráneos, estado del tráfico e incidencias.

- **M_03. Civitas-dynamo. Vehículos eléctricos/híbridos en el transporte público y vehículos eléctricos en servicios públicos**

Introducción de 2 autobuses híbridos en la línea centro de la EMT. Introducción de motos y coches eléctricos en la flota municipal de vehículos con sus puntos de carga en las dependencias municipales.

- **M_04. Civitas-dynamo**

Instalación de una red de 12 puntos de carga inteligentes. Medidas para beneficiar el uso de vehículos eléctricos y para los vehículos de reparto eléctricos.

- **M_05. Civitas-dynamo. Parking guidance system**

Colocación de paneles dinámicos de guiado a los distintos aparcamientos de Palma.

- **M_06. Aparcamientos asistidos remotamente**

Asistir remotamente los aparcamientos desde un centro de control para reducir el principal coste de explotación de los aparcamientos, la vigilancia.

Centralizar los aparcamientos en centro de control y crear una red de comunicaciones entre los distintos aparcamientos.

- **M_07. App móvil EMT**

Desarrollo de una app para dispositivos móviles con el objetivo de que el ciudadano pueda acceder a la información en tiempo real sobre la posición de los autobuses y pueda consultar la hora de llegada del próximo autobús.

- **M_08. App Móvil parkings SMAP**

Gestión de peticiones de ocupación de garajes públicos e interacción con los clientes para permitir establecer un marco de predicción tanto de la ocupación efectiva de los garajes como de la percepción de movilidad y fluidez en el acceso a los lugares de interés de la ciudad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

3. Eje de Gobernanza

Hace referencia a la especial importancia de que el Gobierno y la Administración se muestren abiertos y accesibles a la ciudadanía. En este sentido, se considera relevante que cualquier ciudadano tenga acceso a toda la información disponible relativa a la organización y el funcionamiento de la ciudad. En este apartado, se incluyen todas las actuaciones que facilitan la participación a la ciudadanía en la toma de decisiones, acceso a servicios públicos y sociales, gobierno transparente, perspectivas y estrategias políticas y modernización de la administración pública. Dentro de este eje está prevista la puesta en marcha de las siguientes acciones:

G_01. Creación de la SmartOffice de Palma

La SmartOffice Palma nace como una necesidad de coordinar y centralizar todas las actuaciones Smart que se plantean para la ciudad de Palma de Mallorca.

(<http://SmartOffice.Palma.palmademallorca.es>)

- **G_02. Presencia y certificaciones en redes nacionales e internacionales**

El Ayuntamiento de Palma a través del Consorcio Playa de Palma es integrante de la Red de Living Labs, (ENOLL) como primer Living Lab de destinos turísticos en fase de reconversión, bajo el nombre “Platja de Palma Living Tur”. Palma está presente y es miembro de la reciente Red Española de Ciudades Inteligentes (RECI), una propuesta de futuro motivada por la necesidad de las ciudades de apostar por la innovación y el desarrollo de las nuevas tecnologías para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Palma participa en la Plataforma Tecnológica Española de Convergencia

hacia el internet del Futuro (ES.INTERNET). Por último el Ayuntamiento de Palma de Mallorca está presente en los diferentes grupos de trabajo del Comité Técnico de Normalización sobre Ciudades Inteligentes, creado en el seno de AENOR con el apoyo de la SETSI, del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

- **G_03. Social Media Plan para una SmartCity**

Implantar un Plan Social Media a través de la SmartOffice, explicando a la ciudadanía que es una Smart City.

- **G_04. Desarrollo y coordinación de eventos *smart***

Posicionar Palma de Mallorca como referente en tecnologías turísticas y SmartDestination, atrayendo inversión a la ciudad para crear oportunidades para el desarrollo de proyectos Smart.

- **G_05. Desarrollo de aplicaciones móviles**

El Ayuntamiento, teniendo en cuenta las tendencias y usos actuales de la tecnología por parte de los ciudadanos, ha decidido potenciar el acceso a sus servicios a través de dispositivos móviles. Dentro de esta acción, el Ayuntamiento creará una plataforma de servicios que serán accesibles a través de aplicaciones para dispositivos móviles y otras tecnologías de nueva generación (smartTV).

- **G_06. Plataforma online de ideas abierta, transparente y libre. (Palmaidea.com)**

Desarrollar y poner en funcionamiento una página web o app en donde el ciudadano pueda sugerir ideas para la mejora de la ciudad de Palma.

- **G_07. Observatorio SmartCity Palma**

Diseño y desarrollo de un Observatorio SmartCity Palma que agrupe todos los indicadores de Smart Palma.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **G_08. Implantar la firma electrónica**

Convenio con la "Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT)" para implantar la firma electrónica en el Ayuntamiento de Palma y su puesta en marcha.

- **G_09. Creación de la sede electrónica**

Creación de la Sede Electrónica para facilitar al ciudadano el acceso a la tramitación y notificación electrónica.

- **G_10. Sistemas Web de Gestión de demandas y quejas municipales**

Desarrollo de un sistema informático que contenga la relación de los compromisos que asume el Ayuntamiento de Palma en relación a la gestión de las demandas municipales de servicios, los indicadores establecidos para llevar a cabo la medición del grado de cumplimiento de estos compromisos y el seguimiento mensual de esta medición.

4. Eje de Sostenibilidad

Un eje clave que favorece la regeneración y el respeto del entorno natural, la cohesión social, la educación y la integración cultural. Constituye uno de los requisitos en la conversión de un destino turístico a un destino inteligente. En este eje se engloban todas las actuaciones que hacen referencia al desarrollo de planes de protección ambiental, reducción de la contaminación atmosférica, edificación sostenible, sistemas de generación de energía, polución, gestión sostenible de servicios y recursos, prevención en la generación de residuos, etc. Las acciones previstas en este eje son las siguientes:

- **S_01. Red metropolitana**

Desplegar una red de comunicaciones de ámbito metropolitano que permita integrar múltiples servicios, ya sean propios de EMAYA, de ámbito municipal o externos.

- **S_02. Monitorización de redes de distribución**

Monitorización en tiempo real del ciclo integral del agua, incorporación de los datos a la red SCADA y control predictivo.

- **S_03. Comercialización de infraestructuras de telecomunicaciones**

Comercializar y poner a disposición de empresas interesadas y otros entes municipales la infraestructura de EMAYA (canalizaciones y recintos) para desplegar redes de telecomunicaciones.

- **S_04. Tecnificación del área de medioambiente**

Gestión eficiente de los servicios de recogida y limpieza para optimizar recursos, reducir costes y mejorar la calidad del servicio.

- **S_05. Telectura de contadores de abonados**

Alcanzar la lectura remota del parque de contadores de forma automática aprovechando la infraestructura de red metropolitana en proyecto.

- **S_06. Servicios SmartCity de ámbito municipal**

Ampliar el uso de la red metropolitana en proyecto a nuevos servicios SmartCity (videovigilancia, control alumbrado, sensores medioambientales, control de parkings, etc.), haciendo uso de las nuevas tecnologías WSN (Wireless Sensor Networks).

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **S_07. App móvil para quejas, desperfectos en la vía pública, etc.**

Desarrollo de una app para dispositivos móviles con el objetivo de que el ciudadano pueda denunciar desperfectos en la ciudad con el fin de que éstos se solucionen en la mayor brevedad posible.

- **S_08. Instalación fotovoltaica para autoconsumo y recarga de vehículos eléctricos**

Instalación fotovoltaica para autoconsumo situada en la cubierta de una nave industrial dedicada a almacén, propiedad del Ayuntamiento de Palma.

- **S_09. Monitorización energética de los edificios municipales**

Mediante un software de gestión energética con servidor Web integrado y una serie de equipos instalados en los edificios municipales para monitorizar el consumo energético y crear alarmas mediante emails o acciones específicas en caso de necesidad.

- **S_10. Mejora de la eficiencia en alumbrado público**

Mejora de eficiencia en alumbrado público. Eliminación de lámparas de mercurio. Adecuación de potencia a normativa.

- **S_11. Mejora de la eficiencia en Fuentes públicas**

Mejora de eficiencia de las fuentes públicas mediante luces de bajo consumo y bombas con variador de frecuencia.

- **S_12. Eficiencia y control en iluminación de oficinas**

Instalación de interruptores y detectores de presencia en todas las oficinas municipales, de modo que sea posible la reducción de consumo eléctrico de la iluminación y la instalación de luminarias más eficientes.

- **S_13. Producción de energía eléctrica mediante aerogenerador**

Instalación de aerogenerador para autoconsumo conectado a red.

- **S_14. Plan de accesibilidad para la ciudad de Palma**

Plan de accesibilidad para la supresión de barreras urbanísticas en diversas barriadas de la ciudad de Palma.

- **S_15. Sistema de información geográfica (GIS) de parques y jardines**

Inventario, mantenimiento y explotación de las zonas verdes y alineaciones de Palma mediante la aplicación informática INGRID.

- **S_16. Sistema de información geográfica y gestión de alumbrado público**

Aplicativo de gestión de las instalaciones de alumbrado público con control a tiempo real sobre el funcionamiento.

- **S_17. Guía de edificación sostenible en la reconversión de edificaciones hoteleras y residenciales en destinos turísticos maduros**

Guía de apoyo a arquitectos, ingenieros y responsables de proyectos para la edificación sostenible.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **S_18. SmartWiFi en Playa de Palma**

Implantación y explotación de la infraestructura de comunicación WiFi en Playa de Palma (o SmartWiFiPdP), como un nuevo modelo de gestión de redes inalámbricas en destinos turísticos en proceso de reconversión.

5. Eje de Economía

Engloba todas las actuaciones que hacen referencia al espíritu innovador, emprendedor, productividad, flexibilidad laboral, nivel de cualificación, aprendizaje continuo, creatividad, capacitaciones profesionales, etc.

Las acciones que se incluyen en este eje son las siguientes:

- **E_01. Centro de empresas de Palma Activa**

Facilitar las condiciones de arranque y consolidación de nuevos proyectos empresariales a través de la oferta de un espacio físico a precios competitivos.

- **E_02 Networking**

Permite que varios profesionales independientes de sectores distintos establezcan relaciones que fomenten la colaboración y el intercambio de conocimientos y experiencias.

- **E_03. Palma Film Office**

Facilitar a todas las empresas productoras localizaciones dentro de Palma con una página web donde figuran todas las localizaciones fotográficas.

- **E_04. Business Angels**

Red de inversores privados para casar oferta y demanda de proyectos empresariales innovadores.

6. Eje de seguridad ciudadana

Comprende todo lo referido a la seguridad del individuo, como ciudadano y como turista.

Las acciones que se incluyen en este eje son las siguientes:

- **S_01. e-Denuncia**

Facilitar al turista la interposición de denuncias mediante una aplicación intuitiva, con el objetivo de minimizar la sensación de desamparo y desubicación de las víctimas del delito, y las molestias de desplazamiento a lugares lejanos para ratificación de su denuncia.

- **S_02. Cámaras CMOS**

Aplicación de cámaras para el conteo de personas y establecimiento de alarmas por variaciones de flujos de conteo.

- **S_03. MiFi vehículos policiales**

Instalación de equipamiento MiFi (wifi móvil mediante acceso 3G) en vehículos patrulla de la Policía Local y otros de emergencia a fin de establecer zonas de cobertura wifi en donde se ubique un vehículo policial.

- **S_04. Sensorización matrículas**

Software de lectura de matrículas sobre imágenes digitales de las actuales cámaras de video vigilancia.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **S_05. Comisaría Smart Playa de Palma**

Un edificio que por sí mismo sea un icono de la Policía y al mismo tiempo de la nueva Playa de Palma, dando sensación de seguridad, modernidad, y alta tecnología.

- **S_06. QR Smart Policía**

Desarrollo de un programa piloto, compuesto por un generador y una app lectora, para que los ciudadanos o visitantes generen vía web en una futura sede electrónica del Área de Seguridad, unos códigos QR encriptados los cuales contengan datos personales, médicos o de contacto.

- **S_07. Gestión de espacios de emergencias**

Aplicación de circuitos electrónicos para el intercambio de información entre edificios públicos, alojamientos turísticos orientados a establecer las informaciones necesarias a la hora de aplicar los protocolos de reacción ante emergencias.

- **S_08. NETPOL**

Sistema de coordinación entre policías locales de las Islas Baleares, mediante el uso de tres herramientas de comunicación: Radio DPMR, Telefonía IP cerrada; Wlan que conecte todas las sedes y ubicaciones de policía local en las Islas Baleares.

7. Eje de Smart People

Integra las dinámicas que hacen referencia a la formación, creatividad, integración, pluralidad y participación en la vida pública de los ciudadanos de Palma de Mallorca.

Las acciones que se incluyen en este eje son las siguientes:

- **E_01. Tecnoactiva-formación permanente en TIC**
Espacio de formación permanente en TIC con un itinerario en competencias digitales básicas y uso de paquetes ofimáticos, redes sociales aplicaciones/recursos 2.0. Modalidades de formación presencial, on-line y aula abierta de autoformación con apoyo.
- **E_02. Activa+competencias digitales**
Formación en competencias laborales y emprendedoras.
Formación en competencias digitales aplicadas a las pymes.
- **E_03. Talento Local**
A través de la bolsa de talentos se trata de unir el talento local con proyectos y empresas para constituir un atractivo de inversión en la ciudad.
- **E_04. Solicitudes 2.0.**
Las acciones formativas y cápsulas que se ofrecen de forma presencial se puedan inscribir de forma on-line desde la página web: www.palmaactiva.com.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

De acuerdo a las líneas de acción definidas en torno a los distintos ejes, dentro del Plan Director de Palma, se ha realizado un diagnóstico que responde a la situación actual y a la potencialidad del municipio para convertirse en un SmartDestination.

A continuación se expone el diagrama DAFO general de Palma SmartCity.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Debilidades

Coste general de la insularidad.
 Coyuntura económica y laboral afectada por la crisis.
 Reducción capacidad consumo turistas y residentes.
 Excesiva dependencia del sector turístico. Actividad industrial casi inexistente.
 Necesidad de modernización del tejido de comercio de detalle.
 Estructura obsoleta de la administración. Dificultad en la introducción de cambios.
 Escasa promoción internacional.
 Bajo nivel de formación en la población activa.
 Ofertas de trabajo concentradas en categorías profesionales de baja calificación.
 Elevada tasa de paro.
 Dificultad de comprometer financiación para realizar las inversiones necesarias.

Amenazas

Movilidad y fuga de TALENTOS en personal altamente cualificado.
 Disminución en la inversión pública prevista a causa del endeudamiento de la Administración.
 Progresivo envejecimiento de la población.
 Aumento de la precariedad laboral y de la degradación de las condiciones laborales.
 Auge destinos turísticos competidores.
 Escasa velocidad de reacción frente a los cambios.

Fortalezas

Posición geográfica estratégica.
Aeropuerto HUB para diversas compañías aéreas.
 Exportador de tecnologías turísticas.
Concepción de la principales cadenas hoteleras del mundo.
Ciudad cosmopolita y multicultural.
 Economía dependiente del mercado europeo, menos afectado por la crisis económica.
Propicio para el desarrollo de una SmartDestination. Sector turístico + Sector tecnológico + agentes públicos y privados.
Existencia del Parque tecnológico Parc Bit, Clústers tecnológicas, empresas y consultoras de base tecnológica, la Universitat de les Illes Balears y todo el sistema de innovación balear.
Creación de una SmartOffice Palma para coordinar el desarrollo de acciones del Plan director Palma SmartDestination.
La empresa municipal de mantenimiento y aguas EMAYA, posee personal con experiencia en monitorización y telemando de infraestructuras, proyectos de eficiencia energética, etc.

Oportunidades

Mercados emergentes turistas de la UE.
Desestacionalización debido al aumento de oferta y de los productos turísticos.
 Elevado crecimiento demográfico de la ciudad y de los municipios vecinos.
Apoyo político y empresarial a la I+D+i de tecnologías turísticas.
Auge de herramientas tecnológicas participativas(crowdsourcing, crowdfunding), redes sociales, que son básicas para una ciudadanía más colaborativa y participativa.
 Auge de las SmartCities como afluencia de negocio.
 La Implantación de servicios Smart ayudará a la mejora de la gestión de servicios urbanos, disminución de emisiones, mejora de la información a tiempo real, eficiencia energética, aumento de las calidades del agua y gestión integral de procesos.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

A partir del análisis DAFO, es fundamental señalar la importancia de algunas fortalezas y oportunidades detectadas, entre ellas el auge del **sector tecnológico vinculado al turismo**. Para emprender un proyecto de conversión de un destino turístico en un destino inteligente, es preciso estar en condiciones de hacer un uso intensivo de la tecnología, de modo que sea factible mejorar la gestión del destino y la calidad de la visita del turista. El reto consiste en integrar los avances de las TIC en el destino para dotarlo de inteligencia y proveer de sistemas de movilidad al visitante que faciliten la toma de decisiones y aumenten su satisfacción con el destino. Las TIC constituyen la pieza clave, si se considera, que han de convertirse en motor del municipio turístico, cuando se manifiesta la necesidad de reinventar los destinos maduros. En este sentido, Palma de Mallorca es líder en la implantación y exportación de tecnologías enfocadas al turista, destaca por ser un entorno propicio para el desarrollo de un smart destination. La dificultad fundamental radica en la dificultad de comprometer financiación para realizar las inversiones necesarias.

La SmartOffice debería continuar tomando peso para consolidarse como ente de gestión de las distintas acciones que se están llevando a cabo para reconvertir a Palma de Mallorca en destino turístico inteligente.

Así mismo debería considerarse el plan de marketing de la fundación 365 para seguir una dirección común. Ya que una de las oportunidades consiste en la desestacionalización del destino debido al aumento de la oferta y de los productos turísticos, resultaría lógico establecer sinergias entre este plan y las acciones tecnológicas impulsadas a través de la SmartOffice.

4.2.2. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de tecnología

Presencia y peso específico de las nuevas tecnologías en la planificación del desarrollo turístico del destino.

Las nuevas tecnologías desempeñan un papel fundamental en la puesta en marcha de un “Destino Turístico Inteligente”. La tecnología disponible abre una extensa gama de posibilidades a la hora de facilitar al visitante la interacción con el destino. A saber, la tecnología, a través de un sistema de inteligencia, es capaz de informar y anticipar las necesidades de los visitantes, para poder ofrecer una respuesta eficiente e incrementar el grado de satisfacción del visitante.

Por otro lado existe una amplia gama de sistemas tecnológicos, desde los más comunes hasta los más complejos, que permiten dar a conocer y comercializar la oferta turística. Entre ellos, los más habituales son el desarrollo de portales Web del destino y el desarrollo de aplicaciones móviles que permitan ofrecer los productos y servicios turísticos indispensables en un destino, que quiere convertirse en Destino Turístico Inteligente.

En este sentido, se ha realizado un análisis de las principales actuaciones que se están llevando a cabo en Palma de Mallorca en materia de tecnología. Con el fin de exponer con mayor claridad las propuestas actuales, se ha determinado seguir la nomenclatura de las acciones expuestas en el Plan Director de Palma, descritas brevemente en el apartado anterior. En lo que se refiere al área de tecnología, se han seleccionado las acciones más relevantes dentro de los ejes de turismo y sostenibilidad del Plan Director de Palma.

Dentro del eje de turismo, y de acuerdo a la información disponible se han analizado las siguientes actuaciones:

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **TU_01. Proyecto piloto Playa de Palma SmartDestination**

TOT. Tourism of things for Smart Destinations

El proyecto TOT (Tourism of things for Smart Destinations) pretende crear un nuevo concepto de destino, de servicio y de producto turístico. Pretende aproximarse a la realidad turística mediante el uso intensivo de las nuevas tecnologías para promover una gestión eficiente del destino. De este modo sobre la base de las nuevas tecnologías, se quiere obtener información de valor sobre el destino y sobre el comportamiento del turista, analizar sus recorridos a través de sensores y sistemas de geo-localización, proporcionar información sobre el patrimonio histórico a través de juegos interactivos, etc., y en definitiva, mejorar las estrategias turísticas en base a información consolidada para mejorar la oferta y la visita turística.

En este sentido, uno de los valores clave del proyecto será la generación de información en tiempo real para facilitar la toma de decisiones por parte de la empresa privada y las administraciones públicas. La identificación de perfiles y patrones de conducta de los visitantes, permitirá mejorar la planificación y las estrategias del destino, y al mismo tiempo producir beneficios en otros sectores colaterales al sector turístico, a saber la seguridad y la movilidad.

- **TU_02. Portal único turístico**

Un proyecto que utiliza internet como medio principal de comunicación y promoción turística alineado completamente con el Plan Estratégico de la Fundación Turismo de Palma de Mallorca 365 (entidad público-privada encargada de la promoción de Palma de Mallorca como destino turístico).

Los objetivos de fundamentales de este proyecto son:

- Desarrollar un portal oficial y único de información turística enfocado a los turistas y a los ciudadanos.
- Adaptar el portal a las nuevas tecnologías móviles.
- Hacer uso y beneficiarse del auge de las redes sociales.(El desarrollo del portal de promoción turística de Palma de Mallorca está en curso actualmente y se prevé que esté en funcionamiento en el presente año).

Aunque el Plan Estratégico de la Fundación Turismo de Palma de Mallorca 365 incluye la necesidad de desarrollar un portal de promoción turística adaptado a las tecnologías móviles y que incorpore el uso las redes sociales, actualmente no se dispone de un manual de especificaciones funcionales que facilite el análisis del futuro portal de turismo. Se entiende que a futuro, se dispondrá de un manual que ponga de manifiesto la importancia de los medios online en el desarrollo del plan estratégico del destino en este ámbito. Así, se prevé que la Fundación 365 se dotará de este manual o bien, especificará en detalle las características y funcionalidades del portal de promoción turística, especificando entre otras, las líneas de la estrategia de promoción online del destino.

Por otro lado, sería recomendable considerar la inclusión de la comercialización de productos y servicios turísticos dentro del portal de turismo de Palma de Mallorca (visitpalma.com), ya que el proyecto actual, esbozado en el Plan de Actuación de la Fundación Turismo Palma de Mallorca 365, aún no contempla la fusión de la promoción con la comercialización.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Asimismo, sería recomendable no olvidar las pautas básicas a la hora de desarrollar un portal de estas características, a saber: arquitectura de tres capas (independizando la capa de presentación, reglas de negocio y datos), accesibilidad con un nivel de conformidad “AA” (el mínimo exigido en los sistemas de la Administración pública) y la consideración de las prácticas básicas de SEO que permitan mejorar el posicionamiento en buscadores.

- **TU_03. Desarrollo de dos apps móviles guías turísticas**

Desarrollo de aplicaciones móviles que sirvan de guía para Palma y Playa de Palma.

InfoPalma

El Ayuntamiento de Palma ha desarrollado una nueva aplicación digital para dispositivos móviles, con recursos propios por la SmartOffice.

InfoPalma es una aplicación muy fácil de utilizar, que permite situar y visualizar sobre un mapa los puntos de interés, actividades, conciertos, exposiciones, eventos, etc., que las distintas áreas municipales del Ayuntamiento de Palma consideren de interés. Este nuevo servicio permite incrementar la información disponible a medida que se van añadiendo las distintas áreas y empresas municipales.



Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Passion for Palma

Una aplicación que facilita el descubrimiento de la ciudad de Palma de Mallorca a través de juegos, recorridos y rutas especialmente diseñadas para el visitante. Dispone de información de utilidad para cualquier visitante o residente de la ciudad, además de una cuidada selección de información y contenidos, con un material gráfico y video de alta calidad.



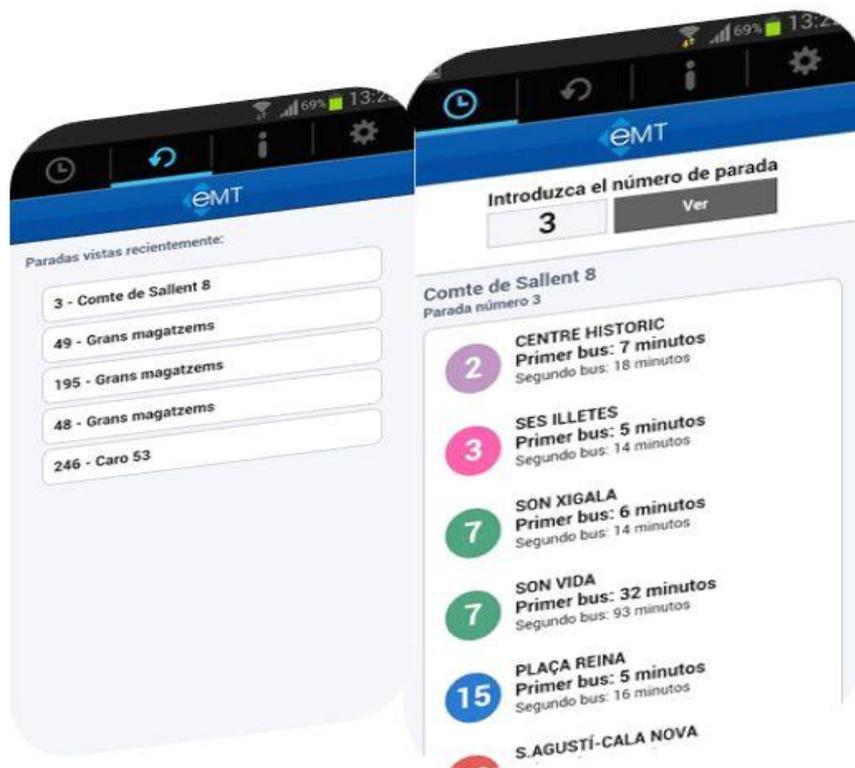
Así mismo incluye tecnología de última generación como la realidad aumentada y geoposicionamiento. Resulta de especial interés que la aplicación considere 5 idiomas, a saber: español, inglés, francés, alemán e italiano. Si fuera posible y considerando el crecimiento incipiente del mercado ruso, se sugiere incluir también este idioma.

Como recomendación, únicamente señalar la importancia de fomentar las acciones de promoción de esta app en el destino, con el fin de que el turista la descubra y pueda beneficiarse de ella.

Otras aplicaciones móviles

EMT Palma

Una aplicación oficial de la Empresa Municipal de Transportes de Palma de Mallorca presenta toda la información necesaria para moverse en autobús por la ciudad de Palma. Basta con introducir el número de la parada, para conocer el tiempo que falta para que llegue el autobús de la línea que se está esperando. Esta aplicación actualmente tiene más de 50.000 descargas en google play), los usuarios la utilizan para conocer con precisión el tiempo de espera.



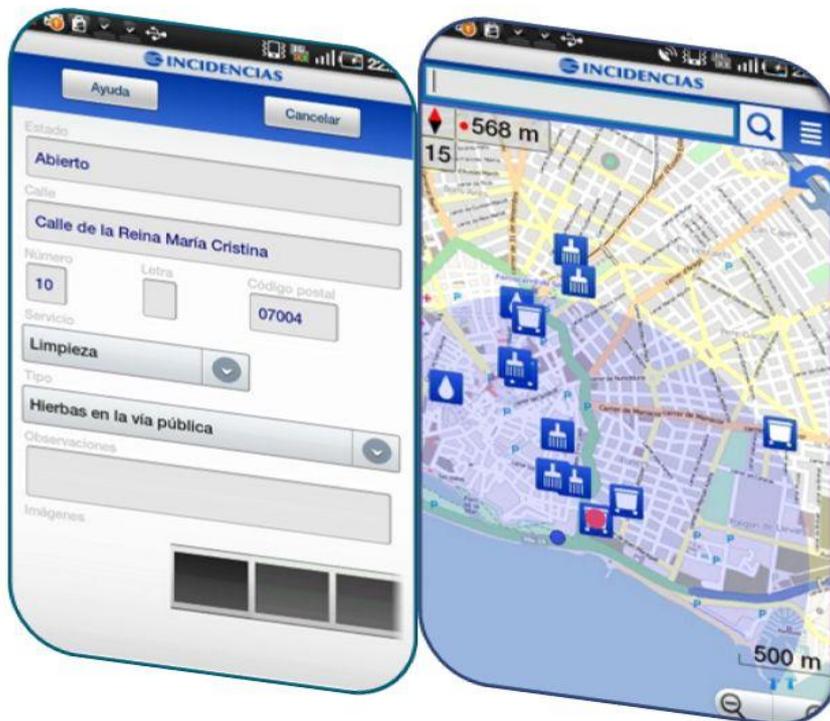
Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

La aplicación está disponible en catalán, castellano e inglés. Se sugiere traducir los contenidos al menos a alemán ya que es el mercado turístico mayoritario en la isla. Asimismo, si a futuro se pretende ampliar la información de la aplicación, se sugiere incluir un módulo informativo con las tarifas del autobús.

EMAYA Palma

Una aplicación de gestión de incidencias más orientada al ciudadano que al turista. Permite que el ciudadano colabore con la detección de problemas en la ciudad. El ciudadano puede informar sobre problemas de limpieza, recogida o gestión del agua. La incidencia será recibida instantáneamente por el servicio de atención al cliente de EMAYA, desde donde se gestionará de modo rápido y eficiente.



Se valora muy positivamente la implicación del ciudadano en el cuidado y la preocupación por el destino turístico y por la ciudad. La aplicación representa un primer paso en este tipo de de servicio. Con vistas a futuro se sugiere la adaptación al sector turístico, incluyendo distintos idiomas, a saber: inglés y alemán, e incluyendo geolocalización para que el turista pueda incluir la calle donde haya detectado una incidencia sin tener que escribir su nombre.

Experience Spain Palma de Mallorca

Segittur ha desarrollado y puesto a disposición del Ayuntamiento de Palma de Mallorca la aplicación de Experience Spain Palma de Mallorca una guía de destino con los distintos recursos turísticos geolocalizados y que permite, entre otras funcionalidades, la elaboración de rutas tanto por parte de los administradores de la aplicación, como de los usuarios de la misma. La aplicación está disponible en inglés y español en las plataformas iOS y Android. Además la aplicación cuenta con un sistema de trazabilidad (aptrack) que permite conocer los distintos itinerarios que efectúan los usuarios en el destino.



Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Se recomienda hacer uso de la información del sistema Aptrack para identificar los puntos de mayor interés del destino, así como los menos transitados, de forma que se pueda reaccionar de manera adecuada en cada circunstancia. El Aptrack puede convertirse en una fuente de información del sistema de inteligencia del destino. Para ello recomendamos que Palma de Mallorca actualice contenidos y difunda la aplicación.

El número de descargas de la aplicación, bien en IOS bien en Android, todavía no es muy elevado, de modo que sería recomendable que el destino incrementara las medidas para promocionarla.

Para fomentar la descarga de la aplicación entre los turistas y visitantes de día, se sugiere el uso de cartelería con códigos QR que redirijan a los usuarios a los mercados de play store de Google y al app store de Apple. Tal y como se ha hecho con el nuevo mapa de Palma de Mallorca, estos carteles deberían ubicarse en zonas estratégicas por su afluencia de visitantes, como el aeropuerto, el puerto y las oficinas de información turística.

Por otro lado, actualmente Segittur está desarrollando la aplicación Spain Collection cuyo objetivo es de dar visibilidad a todas las aplicaciones de turismo que aporten valor al usuario. La aplicación Experience Spain Palma de Mallorca será incluida en Spain Collection para contribuir a su mayor visibilidad y promover su descarga y utilización.

Además se recomienda la implementación de los siguientes indicadores contenidos en el informe de Apps turísticas de SEGITTUR:

1. Empieza por el **mapa** y un servicio de **geolocalización**.
2. El contenido generado por usuarios (**UGC**): Los usuarios quieren dar su opinión y se fían de lo que les dicen los otros.
3. **Especialización**: En el contenido y en la usabilidad de la aplicación. Haz una cosa y hazla bien.
4. **Servicios conectados**: los pequeños negocios son un valor y una oportunidad cuando están conectados.
5. **Sin promoción**, no existes.
6. Facilita el **pago a través del móvil**. Te lo agradecerán.
7. **Piensa en nativo**. Crea desde el origen pensando en el dispositivo.
8. **Valora más opciones**. Responde a las necesidades del turista que escapa de las ciudades.
9. **Gamificación**. La experiencia del viaje gana una nueva dimensión a través del juego.
10. **Roaming**: Haz que tu app se pueda usar offline.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

TU_04. Catálogo de aplicaciones móviles turísticas del destino

En el portal de promoción turística de España www.spain.info, se ha publicado un catálogo de aplicaciones sobre las islas Baleares, sobre la isla de Mallorca, y concretamente algunas hacen referencia a Palma de Mallorca (http://www.spain.info/es/reportajes/apps_turisticas_mallorca.html)

Entre las distintas aplicaciones desarrolladas para IOS y para Android, referentes al destino de Palma de Mallorca, cabe mencionar las siguientes:

- Lo mejor de Palma: Permite descubrir lugares clave a través de una guía de viajes personalizada. La aplicación incluye mapas (también disponibles offline) y un visor de realidad aumentada.
- Mallorca Rutas: Palma: Ofrece al visitante y al residente información básica sobre los principales monumentos y atractivos culturales de la ciudad. La información geoposicionada es sencilla y útil. El objetivo es poder situar a través del terminal los principales rasgos de la atracción que se desea visitar.
- Rutas de Tapas Palma: Una aplicación que ofrece información actualizada de las mejores rutas de tapas en Palma.

- **TU_05. Certificación AENOR Palma y Playa de Palma. Destino Inteligente**

Certificar a través de AENOR el destino turístico Palma y/o Playa de Palma como destino turístico inteligente.

El Consorcio Playa de Palma y el Ayuntamiento de Palma son vocales del Subcomité 5 de Destinos Turísticos perteneciente al CTN/178 de Ciudades Inteligentes de Aenor, con el objetivo de colaborar en el desarrollo de la norma de Destinos Turísticos Inteligentes.

Segittur valora muy positivamente la participación y el compromiso del Consorcio del Playa de Palma y del Ayuntamiento de Palma de Mallorca con el Subcomité 5 de Destinos Turísticos.

- **TU_08. Desarrollo del sistema de feedback del destino de Palma de Mallorca**

Segittur ha desarrollado en colaboración con la Fundación Turismo de Palma de Mallorca 365 el sistema de encuestas SpainFeedback Palma de Mallorca. Actualmente puesto a disposición del Ayuntamiento. **El sistema pretende obtener información sobre la percepción de calidad** que tienen los visitantes respecto a diferentes parámetros relacionados con la oferta turística del destino. El sistema administra encuestas de satisfacción en varios idiomas, a saber: español, alemán, inglés y ruso y dispone de un panel de control que permite consultar los resultados obtenidos. Además facilita la recopilación de las bases de datos con vistas a la realización de campañas de marketing segmentadas.

Para fomentar el uso del sistema entre los turistas, se sugiere el uso de cartelería con códigos QR que redirijan a los usuarios al sistema de encuestas. Tal y como se ha hecho con el nuevo mapa de Palma de Mallorca, estos carteles deberían ubicarse en zonas estratégicas por su afluencia de visitantes, como el aeropuerto, el puerto y las oficinas de información turística.

Además, sería positivo promover la cumplimentación de las encuestas en base a incentivos como descuentos en productos y servicios turísticos en el destino.

Otra medida recomendable sería fomentar el uso de SpainFeedback, por ejemplo a través de una “tablet” colocada en la Oficina de Turismo, en la que los turistas puedan dar su opinión.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Por otro lado, dentro del eje de sostenibilidad del plan de acción de la Smart Office, y de acuerdo a la información disponible, se han analizado una serie de acciones que suponen un aprovechamiento tecnológico de infraestructuras existentes con fines turísticos:

- **S_03. Comercialización de infraestructuras de telecomunicaciones**

Comercialización y puesta a disposición de empresas interesadas y otros entes municipales, la infraestructura de EMAYA (canalizaciones y recintos) para desplegar redes de telecomunicaciones.

Se considera idóneo conseguir un aprovechamiento óptimo de las infraestructuras existentes, como las redes de canalizaciones, a la hora de plantear el despliegue de infraestructuras de telecomunicaciones. En el caso de Palma de Mallorca esta filosofía se concreta ya en algunas iniciativas como la Smart WiFi de Playa de Palma. Además, su posible comercialización (acceso premium, publicidad, patrocinios, etc.,) puede suponer una fuente de ingresos para el Ayuntamiento, contribuyendo a la financiación de las iniciativas *smart*.

- **S_18. SmartWiFi en Playa de Palma**

La Smartwifi en Playa de Palma (PdP) es un proyecto conjunto del Consorcio de Playa de Palma y los Ayuntamientos de Palma de Mallorca y Lluchmajor. El proyecto se encuentra en la primera fase de despliegue después de resolverse la licitación pública del mismo a la empresa Telco Net Balear, S. L., encargada del diseño despliegue y operación de la red.

La red Smartwifi PdP se ha planteado con un doble objetivo: Por un lado, la red ofrecerá acceso libre a internet a los ciudadanos y a los turistas, y por el otro, servirá de red de telecomunicaciones de datos encriptados para una serie

de servicios de autoprestación del Ayuntamiento en materias como la seguridad y la movilidad.

La red se financiará mediante la explotación comercial de la misma, por parte de la empresa Telco Net Balear S. L., que será la encargada de comercializar la publicidad, y conseguir patrocinadores.

Entre las características de la red Smartwifi PdP cabe destacar las siguientes:

- Especificaciones técnicas:
 - Tecnología WiFi estándar IEEE 802.11 en banda no licenciada a 2,4 y 5 Ghz.
 - Despliegue de aproximadamente 100 puntos de acceso WiFi.
 - APs Cisco Meraki con una tasa de transferencia máxima de 300 Mb/segundo. Pudiendo alcanzar esa velocidad en cada una de las bandas.
 - Conectividad mesh entre los APs.
 - Hasta 300 usuarios recurrentes por AP.
- Especificaciones de seguridad:
 - Firewall con filtrado de direcciones MAC, control de accesos con soporte Walled Garden y capacidad de detectar y anular puntos de acceso piratas "Rogue". Además permite el ajuste y reconfiguración automática ante caídas de tensión o cortes de suministro eléctrico, ataques ajenos e interferencias del espacio de radiofrecuencias causadas por otras redes inalámbricas u otras fuentes de microondas.
 - DNS Filters para poder evitar la conexión a determinados contenidos y evitar usos maliciosos como phishing o spyware.
 - Pre-user Traffic Policies que permiten limitar tiempo de conexión, ancho de banda y tráfico por dispositivos o usuarios, pudiendo llegar a

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

bloquearlos si se detectan abusos que perjudiquen la calidad del servicio.

- Traffic Shapper: Control de ancho de banda por tipo de aplicación que permite conocer el tipo de consumo que hacen los usuarios restringiendo o limitando el acceso a determinados servicios como redes p2p, videostreaming, tv online o VoIP. También permite reservar ancho de banda para la ejecución de aplicaciones críticas.
- o Especificaciones de control y monitorización:
 - Además de los parámetros habituales de monitorización destaca el sistema de control de análisis de tráfico/usuarios/conexiones en tiempo real que permite evaluar por zonas el dimensionamiento de la red.
 - Sistema control y salvaguarda de registros para la trazabilidad del tráfico en tiempo real de dispositivos que permite obtener entre otros, los datos de fecha y hora de conexión, tiempo de conexión, tráfico consumido por sesión, tráfico total, número de sesiones y número de conexiones. Además permite conocer información sobre los dispositivos como el tipo de equipo, sistema operativo, nombre y mac del equipo, tarjeta de red, procesador, fabricante, modelo, navegador, etc.
 - Sistema de monitorización de puertos y aplicaciones que permite conocer las aplicaciones, servicios, contenidos o páginas web accedidas. Esta información se puede conocer a nivel horas, días, semanas o meses.
 - Sistema de control de disponibilidad horaria de servicios “SSID availability” que permite gestionar múltiples SSIDs (o redes virtuales) según diferentes parámetros horarios, lo que permite que los nodos de la red emitan o no según la configuración horaria establecida.

- Sistema de geo-localización de dispositivos WiFi que permite, siempre que haya un mínimo de tres nodos operativos en el rango de cobertura, geo-localizar un dispositivo por triangulación con un margen de error de tres metros.

Las capacidades de la red se repartirán de la siguiente forma:

- o 50% para acceso gratuito a internet.
- o 40% para uso exclusivo de la administración.
- o 10% de la capacidad a intercambio de datos entre servicios privados y públicos, pudiendo en su caso, ser agregada a la capacidad para acceso a internet o para uso de la administración.

Si es necesario, la red permite dedicar al 99% de la capacidad para uso exclusivo de seguridad y emergencias.

- o Servicios soportados por la red:
 - Servicios destinados a los residentes y turistas: Acceso a internet.
 - Servicios destinados a la Administración: Coordinación de cuerpos de seguridad, emergencias y protección civil, acceso a servicios de autoprestación (aplicaciones, telefonía VoIP, gestión remota de servicios).
 - Servicios destinados a las empresas: publicidad geo-localizada, patrocinio, social WiFi, integración con redes WiFi existentes.
 - Difusión de avisos y alertas de seguridad y emergencias.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

La Smartwifi PDP es una infraestructura de gran utilidad tanto para la Administración como para los ciudadanos y los turistas. Desde el punto de vista turístico, cobra especial relevancia ya que los turistas usuarios de dispositivos móviles habitualmente renuncian a la conectividad de datos cuando están fuera de su país de residencia por el alto coste de las tarifas de datos en itinerancia. Una de las características de un Destino Turístico Inteligente es la capacidad de ofrecer servicios en movilidad a los turistas, pero para que el turista acceda a estos servicios, ha de tener conexión a internet. La conectividad gratuita que ofrece la Smartwifi PDP soluciona este problema.

Por otro lado, esta infraestructura dota de conectividad añadida a la policía y los servicios de emergencias. La reserva del 40% del ancho de banda de la red, permite a estos cuerpos, servirse de la WiFi para establecer comunicaciones encriptadas. Este aspecto revierte en una mayor seguridad para los locales y para los visitantes. Considerando que la percepción de seguridad en un destino, influye en la elección del mismo por parte del turista, es una cualidad que adquiere especial relevancia.

Por otro lado, desde el punto de vista de la inteligencia del destino, las capacidades de monitorización de la red proporcionan una información muy valiosa de los usuarios de la red, que bien aprovechada puede ser de gran utilidad para el destino.

De este modo, se recomienda realizar un análisis intensivo de la información de monitorización de la Smartwifi PDP, incorporándola al sistema de inteligencia del destino, con el objetivo de llevar a cabo acciones reactivas y proactivas, anticipándose a las necesidades de los turistas.

Otras acciones no incluidas en el plan de la SmartOffice a fecha de edición, pero que se están llevando a cabo en el destino, son las siguientes:

- **Disponibilidad de sistemas de inteligencia y fidelización del turista (CRM)**

La Fundación Bit tiene en marcha un proyecto de desarrollo de un CRM turístico que servirá para gestionar adecuadamente la información de los turistas recopilada de distintas fuentes y llevar a cabo acciones de marketing segmentado.

La Fundación Bit es la encargada de ejecutar las estrategias de I+D+I del Gobierno de las Islas Baleares, mediante el fomento de las nuevas tecnologías y del espíritu emprendedor de base tecnológica.

Los principales objetivos de la Fundación son:

- Mejorar la competitividad de las empresas y crear un entorno empresarial favorable a la innovación.
- Servir de apoyo tecnológico a las administraciones del Gobierno.
- Difundir la cultura de la innovación tecnológica entre la ciudadanía balear.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Es fundamental la obtención de datos sociodemográficos de los turistas que visitan Palma de Mallorca, con el fin de tener una idea precisa de los perfiles de los visitantes de la ciudad. Se considera de gran utilidad disponer de un CRM turístico que permita al destino gestionar la información sobre los turistas, y facilite la puesta en marcha de campañas de marketing segmentadas. Se recomienda incorporar el CRM turístico a un sistema global de inteligencia que incorpore todas las fuentes de información turística.

- **Estrategias del destino para promover la incorporación de las PYMES turísticas a las nuevas tecnologías.**

El Ayuntamiento de Palma de Mallorca, a través de la Agencia de Desarrollo Local Palma Activa, ha puesto en marcha un completo programa de formación y capacitación tanto para PYMES y emprendedores. Los programas de formación y capacitación contemplan la incorporación de las nuevas tecnologías en las PYMES. La Agencia de Desarrollo Local Palma Activa desarrolla programas de formación con un formato de corta duración y una gran especialización para adaptarse mejor a las necesidades específicas y a la disponibilidad horaria de los alumnos. Entre los cursos con marcado componente tecnológico, destacan aquellos encaminados a familiarizar a los alumnos con conceptos básicos para facilitar la presencia y comercialización online de los negocios, entre ellos, se mencionan los siguientes:

- Firma electrónica.
- Factura electrónica.
- Trámites online para constituir tu empresa por internet.

- El negocio electrónico: aprende a vender en internet.
- Aspectos legales para vender en Internet.
- Aspectos tecnológicos para vender en Internet.
- El marketing online: cómo aumentar las ventas de la tienda en internet.
- Qué es y para qué se hace SEM.
- Qué es y para qué se hace SEO.
- Marketing a través de dispositivos móviles.
- Cómo crear una página web con blogger/wordpress.
- Introducción al comercio electrónico: ¿Cómo me encuentran mis clientes?
- Cómo conectar con mis clientes a través de twitter y facebook.
- Dispositivos móviles para la gestión diaria de mi negocio.

La Agencia de Desarrollo Local Palma Activa responde así adecuadamente a la gran demanda de formación tecnológica que existe en el ecosistema de emprendimiento dentro de la ciudad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

4.2.3. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de sostenibilidad

La importancia del desarrollo sostenible se remonta al año 1987, cuando la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) presentó su informe conocido como "Informe Brundtland" a la Asamblea General. El informe, basado en un estudio de cuatro años, expuso el tema del desarrollo sostenible, el tipo de desarrollo que "satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

De conformidad con el informe de la Comisión Mundial, la Asamblea General convocó la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (también conocida como la "Conferencia de Río" o la "Cumbre de la Tierra"), la cual debía "elaborar estrategias y medidas para detener o invertir los efectos de la degradación del medio ambiente". Entre ellas, cabe destacar la adopción de un programa de acción para el siglo XXI, "la Agenda XXI", que hoy es la referencia para la aplicación del desarrollo sostenible en los territorios.

El concepto de desarrollo sostenible y su articulación en tres dimensiones fueron las siguientes: el crecimiento económico, la inclusión social y el equilibrio medioambiental. El Informe Brundtland, consagró estos principios como pauta para las estrategias de desarrollo a nivel local, nacional y global y "La Cumbre de la Tierra", celebrada en Río de Janeiro en 1992, afianzó estos tres pilares como el paradigma del desarrollo sostenible.

Tomando como referencia la definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland, la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre turismo y desarrollo sostenible, lo define de la siguiente manera: "el desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas

y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro, está enfocado hacia la gestión de todos los recursos, de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida”, donde se incluye la vertiente socio-cultural del desarrollo sostenible.

Desde una perspectiva simplificadora, podría decirse que la actividad turística tiene que ser sostenible, lo que supone:

- Que los beneficios económicos se repartan y reviertan en toda la población de manera perdurable.
- Que la actividad turística no suponga una pérdida de la identidad cultural y de las costumbres locales sino que por el contrario contribuyan a su recuperación y revitalización.
- Que la actividad turística no suponga una degradación del medio ambiente, sino que permita su conservación y la sensibilización de la población.

Dentro del marco internacional, la Comisión Europea está comprometida con la promoción del desarrollo sostenible del turismo dentro Europa y ha desarrollado un sistema de indicadores turísticos para destinos sostenibles. Este estándar, junto con otros de la OMT, son los que se utilizan en este documento, con el fin de medir y mejorar el desarrollo sostenible del destino, en todas sus vertientes.

4.2.3.1. Área de sostenibilidad económica

La actividad turística ha sido ensalzada por los beneficios económicos que su desarrollo supone para el entorno, no obstante también es cierto que el turismo lleva asociado una serie de costes que en las últimas décadas han sido más evidentes como consecuencia de la evolución de la industria turística.

La sostenibilidad económica asegura un crecimiento económico equitativo, que beneficia a todos y brinda a los residentes la oportunidad de crecer y desarrollarse. El

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

entorno debe facilitar al local la posibilidad de tomar sus decisiones para crear, mantener y poner en funcionamiento negocios.

Bajo este contexto, es preciso generar condiciones que posibiliten un crecimiento económico sostenido y permitan la creación de puestos de trabajo estables y productivos.

En este sentido, el Ayuntamiento de Palma, a través del eje de de economía de la



smart office (E_01. Centro de Empresas de Palma Activa) ha puesto en funcionamiento el proyecto de Centro de Empresas de Palma Activa.

El centro de empresas del Ayuntamiento de Palma lo forman distintos locales, despachos y espacios de trabajo de coworking. Actualmente con más de 30 negocios funcionando que alcanzan un grado de ocupación del 100%.

La función principal de estos espacios es facilitar a los emprendedores la puesta en marcha de nuevas empresas, de modo que cuenten con un lugar para trabajar y con distintas facilidades respecto a los trámites administrativos.

Con el fin de contar con unos inputs que permitan anticiparse y adaptarse a los continuos cambios del entorno, se sugiere implementar una serie de indicadores que faciliten el conocimiento de la aportación turística a la sostenibilidad económica. De este modo se comenzará el desarrollo de un sistema de información que aporte valor al destino, a la empresa turística y a la administración pública.

Se propone la implementación de los siguientes indicadores:

VALOR ECONÓMICO

Los indicadores de valor económico ayudan a detectar la contribución del turismo a la sostenibilidad económica del destino.

Flujo turístico en el destino

El volumen y el valor del turismo son esenciales para la sostenibilidad económica de un destino. Cuanto más elevados sean los indicadores propuestos más eficiente será el destino, en la generación de valor turístico.

Índices de medida propuestos:

- Número de residentes censados.
- Número de turistas llegados al destino.
- Número de pernoctaciones de los turistas.

- Contribución relativa del turismo a la economía del destino (% PIB).
- Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios).

Resultados alojamientos turísticos

La sostenibilidad del destino influye en los resultados de las diferentes empresas. La duración media de la estancia de los turistas, en número de noches, es uno de los indicadores más importantes de las empresas de alojamiento. Las estancias largas dan lugar a tasas de ocupación más elevadas, otro de los indicadores básicos del alojamiento. Cuanto más tiempo se queden los turistas, mayor será el margen de beneficio de la comercialización y venta y el impacto en las empresas de hostelería.

Índices de medida propuestos:

- Duración media de la estancia de un turista.
- Tasa mensual de ocupación en alojamiento y media anual.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Cantidad y calidad del empleo

Además de los beneficios económicos directos que aporta el gasto realizado por los visitantes, para la mayoría de los gobiernos la creación de empleo es una de las características más atractivas del turismo.

Índices de medida propuestos:

- Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total.
- Porcentaje del empleo de temporada en el sector turístico.

Seguridad y salud

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de turistas que presentan una denuncia a la policía.
- Porcentaje de turistas que acuden a un centro de atención primaria.

Cadena de suministros del sector turístico

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje del destino cubierto por una política de promoción de los productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo.

4.2.3.2. Área de sostenibilidad cultural

La sostenibilidad cultural hace referencia al avance hacia el desarrollo enraizado en el marco cultural que lo alberga. Así dentro de un destino adquieren especial relevancia su historia, sus costumbres, sus celebraciones, sus creencias, etc., determinando una identidad que ha de ser tenida en cuenta en el desarrollo turístico.

Para conocer las tradiciones, fiestas, cultura local de Palma de Mallorca, se cuenta con la colaboración de Antoni Cardona Espín, Director General de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Palma. El interés por esta área, radica en su nexo intrínseco con el turismo, fomentando su desarrollo a través de la participación y organización de fiestas y eventos que ponen de relieve la identidad local del destino. Entre las fiestas de Palma de Mallorca que gestiona el Ayuntamiento se mencionan las siguientes: Navidad, San Antonio y San Sebastián, Feria de Abril, fiestas de verano en los barrios de Palma, fiestas de la Mare de Deu de la Salut, etc.

Entre ellas, Antoni Cardona Espín, señala la importancia de alguna de ellas, a saber, las fiestas patronales de Palma que son lo bastante grandes como para que no solo interesen al ciudadano sino también al turista.



Entre las actividades que se realizan en San Sebastián (y en San Juan también) destaca el Correfoc, que es una manifestación popular en el que un grupo de

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

personas disfrazadas o no, de demonios desfilan por las calles entre fuegos artificiales y la pirotecnia.

En Septiembre, con motivo de la fiesta de la Mare de Deu de la Salut se hace una “trobada de gegants”. Cada pueblo cuenta al menos con una pareja de gigantes, en Palma de Mallorca se suele invitar también a una “colla de gegants” de la península. En total son unas 25 parejas de gigantes que se sitúan en las escaleras de la catedral y en la plaza de Cort, para dar paso al baile y al pasacalles.



Este evento que se trasladó de Enero a Septiembre con el fin de evitar que los gigantes se mojaran, reúne numeroso público, no solo infantil. Son muchos los turistas que se acercan a interesarse por esta tradición y a sacar fotos. También es importante la repercusión de estas fiestas para el residente, a saber, en la fiesta de San Sebastián, el comercio permanece abierto toda la noche, redundando en el incremento del beneficio local.

La cabalgata de Reyes del pasado año, es otra fiesta que congrega a gran parte de la población, el pasado año, se reunieron en torno a las 200.000 personas, aproximadamente la mitad del censo de la ciudad.

La gestión de estas fiestas, se lleva a cabo desde el Ayuntamiento, coordinando al cuerpo de policía, bomberos, Cruz Roja, etc. Además existe desde el pasado año, un plan de autoprotección para las fiestas, que se implanta en función del tamaño de cada plaza y el aforo previsto, siendo preciso cumplir unas medidas de seguridad.

Además este año, para facilitar la gestión de la información se ha puesto en marcha una aplicación para dispositivos móviles, “info-palma”, que abre un nuevo canal de comunicación, a través del cual el Ayuntamiento puede publicar información útil de los distintos departamentos municipales y el ciudadano puede acceder a esta información en tiempo real.

Los turistas pueden acceder a la información de estas fiestas a partir de las páginas Web: <http://participacio.palmademallorca.es>. Además se realiza un programa de fiestas que se difunde a través de la fundación 365 y de las oficinas de información turística. Actualmente no existe un sistema de medición que permita medir el éxito de las contrataciones del programa de fiestas o la repercusión que tienen en el turismo.

Por un lado, se sugiere la importancia de comenzar a vender el destino como un paquete cultural o de fiestas culturales, fundamentalmente atendiendo a uno de los segmentos que comienza a ganar cada vez más importancia, el turismo ruso. Por el otro, se observa la conveniencia de implementar un sistema de medición, bien a través de la Fundación 365, bien a través de otros canales del Ayuntamiento, que facilite la toma de decisiones, dé cuenta del retorno de la inversión y determine la repercusión de cada evento en el turismo. De este modo se emprendería un camino hacia la revalorización cultural, sustentada sobre la base de la información.

Otra área del Ayuntamiento vinculada por medio de algunas acciones con el desarrollo cultural sostenible, es el área de urbanismo, desde la que Jesús Valls, Teniente Alcalde de urbanismo y vivienda, expuso magistralmente las directrices básicas del Plan General de Ordenación Urbana.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

A través del Plan General, se ha establecido un modelo territorial que se fundamenta en una mejora de la calidad de vida y del paisaje urbano existente, mejorando las condiciones de accesibilidad peatonal y de transporte público, mejorando el sistema de servicios con la implantación de nuevos equipamientos y la protección, conservación, disfrute ordenado y uso sostenible de los valores ambientales y culturales.

Entre las distintas acciones desarrolladas desde esta área, cabe destacar la recuperación del centro histórico de Palma de Mallorca, por su valor turístico, de tal forma que en estos momentos la visita al mismo es la primera excursión turística. El centro histórico de Palma, declarado Bien de Interés Cultural, es crucial por el valor cultural que aporta a la Comunidad Autónoma. Por este motivo se ha hecho hincapié en garantizar su protección ambiental revisando alguna de las normas, en especial las que pueden dar como resultado obras de nueva planta o reconstrucción. En el marco de protección de este patrimonio han quedado incluidos todos aquellos elementos de reconocido valor cultural, paisajístico, rural o de cualquier otra naturaleza digna de un trato diferenciado para asegurar su preservación o restauración.



Por último y para completar la imagen cultural de Palma de Mallorca, se detalla información sobre las fundaciones y consorcios que gestiona el Ayuntamiento de Palma de Mallorca desde el área de cultura y deportes. Entre los numerosos atractivos culturales con los que cuenta Palma de Mallorca se mencionan los siguientes:

- **Fundación Pública Joan i Pilar Miró:** La Fundación Pilar y Joan Miró de Mallorca pretende ser un auténtico centro cultural y artístico de proyección internacional, a la vez que coherente con el espíritu de su fundador, abierto a los conceptos y realizaciones más avanzadas del arte contemporáneo. Un lugar propicio para la reflexión y la creación. Una plataforma eficaz para la difusión cultural y la comprensión de la aventura de la modernidad. La voluntad de Miró era que la Fundación sirviese de estímulo y referente para las futuras generaciones de artistas, y que fomentase la investigación de los especialistas estudiosos de su obra, de tal modo que se superaran los esquemas museísticos habituales y se consiguiera un centro vivo y dinámico.

La fundación dispone de una web específica, <http://miro.palmademallorca.es/>

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

que permite visualizar la información en tres idiomas: catalán, castellano e inglés. Además facilita el acceso a las redes sociales más populares: Twitter, Facebook y Youtube, contando con gran seguimiento en todas ellas.

- **Fundación Casals d'arts i espais expositius de Palma:** La fundación tiene la finalidad de promover el arte en todas sus manifestaciones, difundir las actividades artísticas en el municipio de Palma, impulsar la creación artística, gestionar los espacios artísticos que se adscriban a esta Fundación, optimizar el coste y rendimiento de las actividades que se programen y fomentar la creatividad y la investigación y formación de todas las manifestaciones artísticas.

Esta Fundación está formada por 3 espacios: Casal Solleric, Centro de Arte y Creación Ses Voltes y Casal Balaguer.

- **Casal Solleric:** Es una de las últimas casas señoriales que se edificaron en Palma. Construida a mediados del siglo XVIII y situada en pleno centro de la ciudad, su estilo es de inspiración barroca. El trazado del edificio se atribuye al arquitecto Gaspar Palmer, mientras que los trabajos de forja y la decoración escultórica son del artista Antonio Soldati. Sus propietarios, la familia Morell, lo quisieron convertir en un lugar de encuentro de artistas y escritores. Inaugurado en 1985 como Centro de Exposiciones y Documentación del Arte Contemporáneo, es gestionado desde entonces por el Ayuntamiento de Palma a través de la Fundació Palma Espai d'Art. Desarrolla a lo largo de todo el año un dinámico programa de exposiciones temporales en sus diferentes espacios: planta noble, entresuelo, planta baja y Espai Quatre y cuenta

con biblioteca especializada en arte contemporáneo y fotografía, tienda-librería y Gastrobar.

El Casal dispone de una web-blog, con información en castellano y catalán.

Se puede reservar visitas a los estudios individuales de los artistas en residencia, a través de correo electrónico.

En este edificio se encuentra una de las Oficinas de Información turística evaluadas por Segittur.

<http://www.solleric.org/>

- **Centro de Arte y Creación Ses Voltes:** El CAC de Ses Voltes es un centro dedicado al arte contemporáneo que ocupa una serie de espacios abovedados en la muralla de Palma, a los pies de la Catedral. Originalmente concebido para la defensa de la ciudad, en la actualidad, estos espacios han sido transformados en estudios y talleres para artistas y profesionales del sector creativo. Ses Voltes aspira a fomentar el contacto entre el público y las ideas y procesos creativos que siguen los artistas contemporáneos así como los maestros que les inspiran.

Este espacio permanece abierto al público durante el horario habitual del centro y es de acceso libre y gratuito. Los visitantes pueden acceder a dos zonas que incluyen: Zona Miró y Zona Artistas en Residencia, solicitándolo a través de este correo electrónico:

info@sesvoltes.org

Dispone de una web con información sólo en castellano. Sin acceso a redes sociales <http://sesvoltes.org/inicio.html>

- **Casal Balaguer:** Edificio situado en la calle Unió de Palma. Fue construido en el siglo XVIII por el Marqués del Reguer. A finales del XIX fue adquirido por Rafael Blanes Tolosa, que realizó una importante reforma en el edificio. A principios del siglo XX pasó a ser propiedad del

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

músico Josep Balaguer Vallés (Inca, 1869-1951), que lo cedió al Ayuntamiento de Palma.

Con reminiscencias góticas tiene una fachada simétrica y proporcionada, con un gran arco de medio punto en la entrada principal. Es de destacar la cúpula situada en el hueco de la escalera con un vitral típico del siglo XVIII. La planta principal conserva una colección de pintura y cerámica de finales del XIX y principios del XX, así como parte del mobiliario original del Casal. El salón de música decorado con damascos y tapices flamencos conserva un órgano de principios de siglo. La sala principal está decorada con mobiliario estilo Luis XV.

En la actualidad el Ayuntamiento está realizando una rehabilitación integral del edificio para destinarlo a usos culturales. La página web del Casal Solleric recoge información básica sobre Balaguer, pero no cuenta con su propia página, por lo que su visita a día de hoy no es posible, y la web no refleja los horarios ni la posibilidad de visita.

<http://www.solleric.org/>

- **Consorti per la Música de les Illes Balears:** La Orquesta Sinfónica de Baleares “Ciudad de Palma” es una formación creada a través de la Fundación Pública de las Baleares para la Música, organismo formado en el año 1988 a instancias del Gobierno Balear, el Ayuntamiento de Palma y el Consell de Mallorca, para promocionar la música en las Islas Baleares. La Orquesta, además de su temporada de abono en Palma, participa en la producción de las temporadas de ópera de la Fundación Teatro Principal de Palma -ente dependiente del Consell de Mallorca- y de los Amigos de la Ópera de Maó, el Festival de Música Castillo de Bellver, Festival Internacional de Música de Pollença, los ciclos de

música de cámara “Solistas de Sa Simfònica” en el Museo de Mallorca, Casal Solleric, Museo Castillo de San Carlos, Iglesia de San Felipe Neri, Castillo de Bellver y los Ciclos de Música Contemporánea en Es Baluard y la Fundación Pilar y Joan Miró. También programa audiciones para escolares y conciertos familiares.

La página Web, permite visualizar la información en castellano y catalán, y adopta el nivel de Adecuación “A” en la Web Accessibility Initiative (WAI). Aunque no dispone de acceso a redes sociales, cuenta con servicio de suscripciones a través de newsletter. <http://www.simfonicadebalears.com>

- **Consorti del Museu d’Art Modern i Contemporani de Palma Es Baluard:** La principal misión del museo se centra en las funciones que dan sentido a la propia palabra “museo”. Es decir: conservar, documentar y promover el patrimonio vinculado a las colecciones custodiadas por Es Baluard, con el objetivo de consolidar y difundir el valor patrimonial del llamado arte moderno y contemporáneo. Como gran museo de las Islas Baleares cuenta con un fondo de más de 500 obras de arte moderno y contemporáneo vinculadas a artistas del ámbito de las Islas y/o de referencia internacional. Es Baluard es catalizador y emisor de historia, tendencias contemporáneas y formación a través de programas de exposiciones, actividades y ciclos educativos, además de un laboratorio vivo para las prácticas creativas actuales. La gestión del museo corre a cargo de la Fundación **Es Baluard**, integrada por Govern de les Illes Balears, Consell de Mallorca, Ajuntament de Palma y Fundació d’Art Serra. En 2008 se constituyó la Comisión de Adquisiciones, un órgano formado por expertos propios y externos del museo, con el objetivo de ampliar la colección. Cuenta con una página Web propia, en la que se recoge toda la información, presentada en varios idiomas: inglés, castellano y catalán. Dispone de servicio de suscripciones vía newsletter y permite el acceso a las redes sociales más populares: Twitter, Facebook, Tuenti, Flickr y canal Youtube, que cuentan con un elevado seguimiento. <http://www.esbaluard.org/es/>

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- **ConSORCI del Castell Museu de Sant Carles:** La construcción se realizó entre 1610 y 1612 y la torre se ubicó en el sitio original donde se elevaba el antiguo faro de Porto Pi. Se llevó a cabo por la necesidad de defender la zona marítima y en especial Porto Pí que era en el siglo XVII el puerto natural de la ciudad de Palma, de los continuos ataques de piratas y berberiscos que azotaban el Mediterráneo.

Durante el siglo XX ha tenido diversos usos como hospital, prisión de oficiales, batería de salvas y a partir de 1981 Museo Militar. Desde 1997 forma parte del Consorcio Castillo de San Carlos, constituido por las siguientes administraciones:

- Ministerio de Defensa
- Govern Balear de les Illes Balears
- Consell Insular de Mallorca
- Ajuntament de Palma

La gestión del Consorcio recae en la Comisión Permanente, cuyo presidente es el Coronel D. Juan Ramis Caldentey, mientras que la dirección del museo militar recae en el Comandante D. Jaime Sastre Garau. Actualmente además de presentar diez salas museísticas, se realizan eventos culturales patrocinados por las cuatro administraciones y entidades civiles. El museo alberga un importante fondo de armas antiguas y cartografía mallorquina desde la Edad Media hasta el siglo XX. Dispone de cafetería y algunos espacios están disponibles para alquilar.

El museo tiene su propia web, que recoge información sobre la historia del museo, exposiciones, tarifas y un espacio de publicaciones. Además existe una

opción que permite descargar un folleto de información general y un plano del sitio.

La información se presenta en tres idiomas: castellano, catalán e inglés. Además dispone de facebook, no obstante no existe enlace directo desde la página Web a las redes sociales. <http://www.museomilitarsancarlos.com/>

- **Fundación Art a La Seu de Mallorca:** Museos de la Catedral.

El 1 de julio del 2002 se constituyó la fundación cultural privada Art a la Seu de Mallorca con el fin de financiar reformas relacionadas con el arte, así como para mejorar el mantenimiento del monumento y su promoción. Los miembros fundadores fueron: la Diócesis de Mallorca, la Fundación Balears 21, en representación del Gobierno de las Illes Balears, la Universidad de las Illes Balears, y la Fundación Turística y Cultural de las Illes Balears.

Aunque la fundación no dispone de página Web propia, existe una página dedicada a La Seu. <http://www.catedraldemallorca.info/>.

- **Fundación Santuario de Lluc:** La Fundación Santuario de Lluc es una fundación creada para el cumplimiento de las finalidades culturales y religiosas que se detallan a continuación:

- Velar por el mantenimiento y la restauración necesaria de las edificaciones que conforman el conjunto denominado Santuario de Lluc.
- Fomentar la ampliación del patrimonio que constituye el Santuario de Lluc.
- Fomentar y promover la devoción y el culto a la Virgen María de Lluc. Así como fomentar el conocimiento, el estudio y la investigación de la tradición, la fe mariana, la lengua y la cultura de Mallorca.
- El fomento de las actividades propias de la Escolanía de Lluc.

Esta fundación, aunque se ubica en la Sierra de la Tramontana, entra en las competencias del Ayuntamiento de Palma de Mallorca.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Su página web cuenta con información valiosa para los posibles visitantes: horarios, visitas guiadas, alojamiento, gastronomía, agenda, noticias, mapa de geo-posicionamiento, videos, y rutas de senderismo por la zona.

Dispone de acceso a redes sociales: Facebook, Twitter y servicio de suscripciones RSS. Facebook cuenta con bastante seguimiento, sin embargo en Twitter se percibe poco movimiento y escasos seguidores.

4.2.3.3. Área de sostenibilidad social

La sostenibilidad social hace referencia al avance hacia el desarrollo fomentando las relaciones entre individuos y el uso colectivo de los bienes comunes. La actividad turística constituye un marco que facilita la toma de contacto entre personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes. Esa interacción está sometida a diversas fases en su evolución y, si bien en las primeras fases el desarrollo de la actividad turística suele ser acogida con entusiasmo por los residentes del destino, a medida que se desarrolla, se aprecia una retirada de este apoyo inicial. La razón de ese cambio de actitud se halla en el umbral de tolerancia. Traspasar ese umbral supone consecuencias negativas, tanto para los residentes como para los turistas, ya que la falta de satisfacción de los primeros suele ser percibida por los segundos, lo que puede suponer una pérdida de calidad en su expectativa turística.

Dentro del Ayuntamiento de Palma se llevan a cabo una serie de acciones orientadas al desarrollo del bienestar social de los ciudadanos en el destino. De este modo se pretende paliar la problemática de los segmentos de la población más desfavorecidos.

El área de bienestar social está coordinado fundamentalmente con el área de seguridad ciudadana, y en el municipio de Palma, una de las funciones de esta área, es amortiguar los casos que prácticamente carecen de solución.

Dentro del área, se trabaja con distintas cartas de compromiso, a saber, la carta de servicios de violencia de género y la carta integral de atención a víctimas de violencia de género. Esta última, actualmente en proceso de certificación a través de AENOR, aúna la carta de servicios de la Policía (certificada por AENOR desde el año 2003) y la carta de servicios de bienestar social en la atención a víctimas de violencia de género (certificada por AENOR desde el año 2009). Se han integrado estas dos cartas y se han incorporado los servicios de acogida municipal a víctimas. Asimismo se cuenta con unas memorias sociales anuales que permiten evaluar el desarrollo de las distintas acciones sociales.

Dentro del área de bienestar social del Ayuntamiento de Palma, Mercedes Varela, Directora General de bienestar social, hizo hincapié en las siguientes acciones:

En materia de tecnología, desde el área de bienestar social, se está trabajando conjuntamente con la policía, la Smart Office y el IMI (Instituto Municipal de Innovación), en el desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles para facilitar el control de los casos que se presentan en el área. La aplicación va a permitir geoposicionar chabolas, asentamientos, infraviviendas, etc., de modo que la comunicación entre el cuerpo de policía local y bienestar social será más fluida y dinámica.

Por otro lado, se están llevando a cabo acciones en un poblado chabolista (Son Banya) que se creó en 1974 para las familias gitanas que se encontraban en la zona de Playa de Palma y el Molinar. Este poblado se ha mantenido hasta el momento actual y aunque hay familias que han conseguido salir en base a distintos planes de realojo, aún quedan asentamientos. El problema fundamental de este tipo de poblados es el tráfico de drogas. Este tipo de situaciones precisan de un control exhaustivo para que no repercutan en el día a día del ciudadano o del turismo. En

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

este sentido, es encomiable el trabajo que ha llevado a cabo la policía nacional en coordinación con la policía local, en esta zona, durante los últimos años. Por otro lado merece especial mención el trabajo de contención social dentro del poblado que desempeña el área de bienestar social, facilitando apoyo a las familias que puedan ser reinsertadas y trabajando en la educación infantil, impulsando acciones de alfabetización.

Pero en general, el índice de pobreza de Palma no es muy elevado. Este hecho se debe fundamentalmente a una cuestión sociológica que ha sido determinante. La existencia de una estructura familiar o red de apoyo muy importante, que convierte a la sociedad de Palma en una sociedad matriarcal enfocada al acogimiento. Asimismo las administraciones están asignando recursos a la contención, de este modo, en el apartado de ayudas urgentes a las familias (alojamiento, vivienda, vestido, comida), el Ayuntamiento de Palma ha pasado de contar en el año 2010 con un presupuesto de 1.500.000 euros (un millón y medio de euros), a dotarse en el año actual de 3.900.000 euros (tres millones novecientos mil euros).

Los servicios municipales sociales, a través de las ayudas urgentes palían las necesidades de unas 25 mil personas aproximadamente. Afortunadamente esta cifra no se ha incrementado significativamente desde el año 2009. Más o menos es el mismo número de personas, pero cada vez demandan más ayuda porque ya han agotado sus prestaciones de derechos, subsidios de desempleo, rentas mínimas de inserción, etc. Desafortunadamente, entre este grupo de personas, además de niños, hay muchas personas mayores, que cuentan con una probabilidad muy baja de volver a incorporarse al mercado laboral. Por otro lado, hasta hace siete años, la población joven (menor de 25 años), abandonaba sus estudios a los 15-16 años porque podían encontrar un empleo sin ningún tipo de cualificación en el sector servicios, turismo y construcción. Actualmente han sido expulsados del mercado laboral y en este

momento se encuentra con un déficit de formación importante que dificulta su reinserción.

Se valora muy positivamente la función de contención que se lleva a cabo desde el área de bienestar social participando en el incremento de la calidad de vida del local y facilitando elementos que aportan tranquilidad al ciudadano. El bienestar social es cada vez más importante en un destino por considerarse base para el logro de otros factores de influencia, a saber, la satisfacción del residente. Actualmente, la satisfacción social es una de las variables que cada vez se valora más positivamente por parte del turismo hasta el punto que llega a convertirse en una característica de interés a la hora de seleccionar un destino.

Dentro del área de sostenibilidad social y cultural se propone la puesta en marcha de un sistema de información que disponga de un sistema de indicadores centrados en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

Entre las múltiples posibilidades, se proponen las siguientes:

IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL

Los indicadores de impacto social y cultural se centran en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

Impacto comunitario/social

La satisfacción de los residentes es un indicador básico del impacto social del turismo en una comunidad. Saber qué cambios se han producido en los niveles de satisfacción y comparar estos niveles con los del flujo de turistas puede ayudar a identificar los problemas de modo preventivo, lo que permitirá abordarlos e influir directamente en las decisiones de planificación.

Estacionalidad del empleo turístico

Índices de medida propuestos:

- Número de parados en turismo en el sector turístico en temporada baja.
- Población activa en temporada baja.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Propiedad de los negocios turísticos

Índices de medida propuestos:

- Número de establecimientos turísticos pertenecientes a residentes.
- Total de establecimientos turísticos.

Impacto comunitario social

Índices de medida propuestos:

- Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes.

Igualdad de género

Es importante que las estadísticas de empleo en el sector turístico se analicen por género, para dar a conocer la situación. También conviene revisar los niveles de empleo por género para asegurarse de que el ascenso profesional beneficia tanto a los hombres como a las mujeres.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico.

Igualdad/accesibilidad

Índices de medida propuestos:

El turismo sostenible es aquel que está abierto a todos y derriba las barreras al acceso. Este criterio aborda la cuestión de la igualdad de acceso para las personas con discapacidad. Llevar un seguimiento de los alojamientos y atracciones que se preocupan por las personas con discapacidad ayuda a concienciar sobre la necesidad de estas instalaciones.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje del destino que cuenta con servicios de transporte público accesibles a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades de accesibilidad reconocidos.
- Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos.
- Porcentaje de infraestructuras y servicios accesibles en destino.
- Medidas de señalización turísticas accesibles.

Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales

La identidad cultural está amenazada en todo el mundo. Cuando se destruyen edificios con valor patrimonial o se sustituyen por estructuras modernas, el carácter del destino cambia. Contar con una política de identificación, protección y valorización del patrimonio cultural construido (tangible) y otras manifestaciones culturales, como la música (intangible) es vital para el apego al lugar y fomenta el orgullo de los residentes. Es importante celebrar festivales y encuestar a los residentes sobre su opinión acerca del impacto del turismo en la identidad del destino.

Índices de medida propuestos:

- Superficie de suelo protegido (el que recibe esta categoría en el PGOU) / superficie total del municipio.
- Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección del patrimonio cultural.
- Porcentaje de aprovechamiento de los residentes de los proyectos turísticos llevados a cabo en el destino.
- Medidas de formación encaminadas a la sensibilización de los residentes respecto al cuidado y protección de su patrimonio cultural, histórico y artístico.
- Porcentaje de los principales actos del destino que están centrados en la cultura y los activos tradicionales o locales.
- Patrimonio Histórico y arquitectónico: euros/año en la conservación y restauración del patrimonio histórico y arquitectónico.
- Nº de exposiciones, ferias, fiestas / nº de visitantes.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

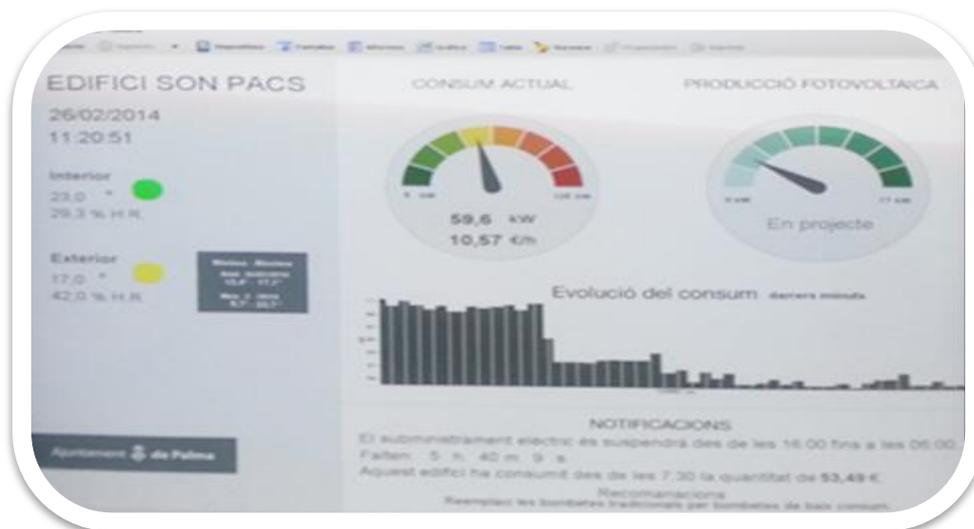
4.2.3.4. Área de sostenibilidad medioambiental

Dentro del eje de sostenibilidad del Plan Director de Palma de Mallorca se contemplan una serie de acciones enfocadas a la mejora de la eficiencia energética, entre ellas se señalan las siguientes:

- **S_09. Monitorización energética de los edificios municipales**

Monitorización del consumo energético y creación de alarmas mediante emails o acciones específicas, mediante un software de gestión energética con servidor Web integrado y una serie de equipos instalados en los edificios municipales.

Disponibilidad de cuadros de mando que permiten controlar el consumo energético de los distintos edificios del Ayuntamiento. Aunque actualmente se están monitorizando otros cuatro edificios, a saber: "Avingudes", "Cort", "Flassaders", "Sant Ferran" y "Son Pacs", el que se presenta a continuación, es el cuadro de mandos de Son Pacs.

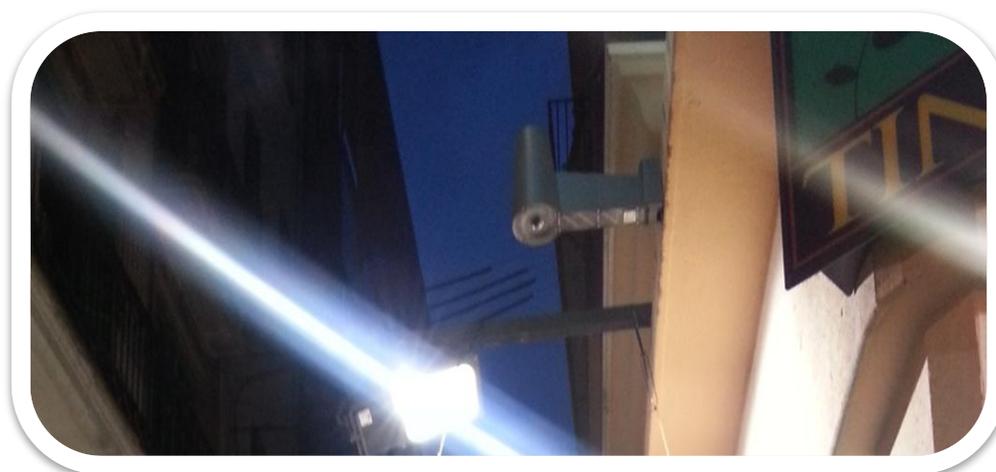


El monitor muestra el consumo energético actual del edificio hora por hora. Actualmente las acciones disponibles desde el panel de control son

fundamentalmente de monitorización, no obstante en las siguientes fases se prevé incorporar la manipulación para facilitar la corrección de las distintas incidencias detectadas.

- **S_10. Mejora de la eficiencia en alumbrado público**

El Ayuntamiento de Palma de Mallorca ha puesto en marcha un Plan de Eficiencia Energética en el alumbrado que supone más del 90% del consumo público de electricidad. El plan, cuyo objetivo es la reducción aproximada de 40% de consumo de energía eléctrica, contempla la eliminación de las lámparas de mercurio, la adecuación de la iluminación a la normativa, la reducción de la potencia de las lámparas y la colocación de reguladores de flujo en cabecera.



“Sistema Lumimotion” Actuación en la C/Jaume III, Palma de Mallorca

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Una vez realizada la evaluación en el área de sostenibilidad ambiental, se recomienda al destino que evalúe la implementación de los indicadores que se citan a continuación para complementar a los ya implementados, y que han sido evaluados por Segittur.

IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Los indicadores de impacto medioambiental se centran en los elementos que resultan críticos para la sostenibilidad del entorno natural del destino.

Reducción del impacto del transporte

El transporte hacia el destino y por el destino contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero y a la contaminación atmosférica local causada por el turismo. Estar al corriente de la distancia recorrida por el visitante y la modalidad de transporte que utiliza ayuda a concienciar sobre esta cuestión y propicia las mejoras en el uso del transporte compatible con el medio ambiente en el turismo.

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de turistas y excursionistas que utilizan los diferentes medios de transporte para llegar al destino.

Cambio climático

Se han de plantear estrategias de mitigación del cambio climático (reducción de sus impactos) y de adaptación al cambio climático (respuesta a algunos de sus impactos inevitables) en todos los sectores de la economía, pero especialmente en el turístico, que aglutina muchas empresas situadas en zonas vulnerables a las inundaciones, la sequía y otros impactos. Este criterio destaca la importancia de integrar la concienciación sobre el cambio climático en la planificación y la gestión del turismo sostenible.

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de empresas turísticas que participan en planes de mitigación del cambio climático mediante, por ejemplo, sistemas de compensación del CO₂, de bajo consumo de energía, etc., y respuestas y actuaciones de adaptación.

Gestión de los residuos sólidos

Las actividades turísticas contribuyen considerablemente a la producción de residuos sólidos en un destino. La reducción de los residuos sólidos se puede y se debe abordar a nivel del destino y a nivel empresarial. Las iniciativas de reducción incluyen programas de incentivos económicos, reciclado, compostaje y reutilización.

Índices de medida propuestos:

- Generación anual media de residuos urbanos por habitante.
- Generación anual de residuos urbanos atribuible al turismo.
- Volumen de los residuos producidos por el destino.
- Volumen de los residuos reciclados.

Tratamiento de aguas residuales

El turismo contribuye en gran medida a la presión que soportan las plantas de tratamiento de aguas residuales. Esto supone una preocupación especial en los destinos donde abundan playas, lagos y ríos. Si no se tratan adecuadamente, los efluentes pueden causar problemas medioambientales y sanitarios graves y crear una imagen negativa del destino.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje de aguas residuales del destino tratadas como mínimo a nivel secundario antes de la descarga.
- Relación entre las aguas residuales generadas en el municipio en relación a la población, incluidos los turistas.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Gestión del agua

El sector turístico es un importante consumidor de agua. El agua también es un recurso crítico para el turismo. En los destinos donde escasea y el aumento de su consumo puede perjudicar a los residentes habituales, el problema se acentúa.

Índices de medida propuestos:

- Comparación del consumo de agua dulce por turista y noche con el de la población general por persona y noche.
- Consumo anual medio de agua potable por habitante.
- Consumo anual de agua atribuible al turismo.
- Porcentaje de agua utilizada procedente de agua reciclada en el destino.
- Volumen de agua depurada en las estaciones de tratamiento que se reutiliza (m3 de agua depurada reutilizada/m3 de agua depurada).
- Gestión y tratamiento de aguas.

Consumo de energía

El sector turístico es un importante consumidor de energía. Al comparar el consumo de los turistas con el de los residentes quedan patentes las ineficiencias existentes en este ámbito. Esta comparación resulta útil con fines de planificación. Cuando la producción de energía para el destino se basa en combustibles fósiles, se plantea un problema de cambio climático y sostenibilidad energética. Conocer el consumo de energía, las medidas de conservación y la huella energética ayuda a orientar los programas de conservación de la energía.

Índices de medida propuestos:

- Comparación del consumo de energía por turista y noche con el de la población general por persona y noche.
- Consumo anual medio de energía eléctrica per cápita.
- Consumo anual de energía eléctrica atribuible al turismo.

- Consumo anual de energía procedente de fuentes renovables como porcentaje del consumo total de energía.
- Gestión energética del destino.
- Grado de incorporación de energías renovables.

Protección del paisaje y la biodiversidad

Las zonas protegidas son un activo clave del producto turístico de un destino. Una biodiversidad amplia ayuda a garantizar la sostenibilidad de las zonas naturales, enriquece la imagen del destino y resulta atractiva para los turistas. Esta medida pone de relieve la importancia de invertir en la protección del paisaje y la biodiversidad y el papel que desempeña el sector turístico en el apoyo a este proceso.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje del destino designado para protección.
- Porcentaje del destino cubierto por un plan de gestión y control de la biodiversidad.

Gestión de la luz y el ruido

La contaminación lumínica y la contaminación acústica pueden ser una importante fuente de molestias para las comunidades residentes y de estrés para la flora y la fauna silvestres de algunos destinos. Estas cuestiones pueden ser especialmente preocupantes en las zonas donde existe una economía nocturna activa, así como en los emplazamientos rurales aislados, las zonas de observación de estrellas, los lugares de anidación de tortugas y los retiros de montaña, por ejemplo. Tanto en los planes de desarrollo actuales como en las propuestas de desarrollo futuro se han de tomar en consideración las políticas de iluminación de playas y costas y la imposición de niveles de ruido y horarios de reducción del ruido.

Índices de medida propuestos:

- Aplicación en el destino de políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica.
- Porcentaje del destino y porcentaje de la población cubiertos por estrategias o planes locales de reducción de la contaminación acústica y lumínica.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Calidad de las aguas de baño

Las aguas de baño son una atracción de primer orden de numerosos destinos turísticos. Es de capital importancia garantizar la calidad y la seguridad de las aguas lacustres, fluviales y marinas. Cualquier riesgo puede repercutir considerablemente en el atractivo de un destino. También constituyen una indicación de tratamiento no efectivo de las aguas residuales.

Índices de medida propuestos:

- Nivel de contaminación por 100 ml.
- Número de días de cierre de las playas por contaminación.

4.2.4. Análisis, diagnóstico y recomendaciones en el área de accesibilidad

Estrategias ligadas al turismo accesible

Según el artículo 2.k del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la ley general de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, **la accesibilidad universal** es la condición que deben cumplir los **entornos, procesos, bienes, productos y servicios**, así como los **objetos, instrumentos, herramientas y dispositivos**, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible.

Según información facilitada por el Ayuntamiento de Palma de Mallorca en la evaluación realizada los días 15, 16 y 17 de Enero, la **Ciudad de Palma**, por los esfuerzos y compromiso en la creación de una **Ciudad para Todos** ha recibido los siguientes **reconocimientos y premios de accesibilidad**:

- **Premio Aspaym 2010: Premio concedido a la “accesibilidad universal y diseño para todos”** por los distintos proyectos realizados a favor de la plena integración del colectivo de personas con discapacidad.
- **Premio Consell de Mallorca 2011 a la “accesibilidad universal”** por la elaboración del documento “guía de buenas prácticas de accesibilidad universal del Ayuntamiento de Palma de aplicación en suelo urbano consolidado”.
- **Premio Predif-IB: Premio “Per Aquí Anam”** al reconocimiento de las actuaciones dirigidas a **mejorar la accesibilidad más allá de lo que marca la ley**.
- **Premio “design for all foundation”**: El Ayuntamiento de Palma recibe el premio por su implicación en el proyecto de la **“Bandera de Pueblos y Ciudades para todo el mundo”** renovando la bandera de 2007 a 2010, siendo la primera ciudad europea en renovar la bandera.
- **Reconocimiento de la Once**: A nivel nacional al Ayuntamiento de Palma por su compromiso con la **accesibilidad universal**.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

En la evaluación realizada se puso de manifiesto que el Ayuntamiento de Palma entiende la accesibilidad como universal, no solo para personas con algún tipo de discapacidad, sino para todas las personas que forman parte de la sociedad, convirtiendo la accesibilidad en una herramienta de integración e igualdad. Se ha evidenciado, como se detalla a continuación que existe un sistema gestionado por el Ayuntamiento que se ocupa de la definición de guías y propuestas para la mejora de la accesibilidad en el destino.

Según el Plan General de Ordenación Urbana de Palma de Mallorca: **Documento de Directrices Básicas de Ordenación** de Septiembre de 2013, de la Gerencia de Urbanismo en revisión en la actualidad, facilitado por el Ayuntamiento de Palma de Mallorca se constata que el primer eje estratégico dedicado a la potenciación de la actividad social establece un eje dedicado al principio de la accesibilidad universal. En concreto es el “apartado E1.2.” y **establece que si lo primero es el peatón lo segundo es la accesibilidad para las personas, bajo el principio de accesibilidad universal en el espacio urbano y colectivo privado.** En este apartado se establece, que se introducirá la perspectiva de la accesibilidad y la eliminación de barreras en los instrumentos de planeamiento mediante el desarrollo de una ordenanza específica donde se establecerán directrices a seguir por dichos instrumentos en esta materia. El principio de accesibilidad universal deberá ser certificado de manera previa a la concesión de licencia de primera ocupación o de rehabilitación mediante certificado técnico o declaración responsable.



Fuente: Documento de Plan de Ordenación Urbana: Directrices Básicas de Ordenación. Septiembre 2013

Otras medidas que se están llevando a cabo que se pusieron de manifiesto en la evaluación en el área de accesibilidad con D. Urbano Sánchez Pastor (Cap de departament d'Infraestructures) y D^a. Josa Arola Sierra son las siguientes:

Se muestran para la consulta las fichas del **Plan Integral de Accesibilidad de la Ciudad de Palma**, estas fichas reflejan las directrices así como las prioridades de las actuaciones/proyectos, sirven para la planificación de las estrategias técnicas y económicas en cuanto a **la accesibilidad en el transporte público, en la vía pública, así como en los espacios y edificios públicos.**

Estas fichas se consideran **una Buena Práctica para recomendar que otros Ayuntamientos del Proyecto de los Destinos Turísticos Inteligentes desarrollen.**

A modo de ejemplo, se detalla la **“Guía de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Palma de aplicación del Suelo Urbano”** Plan de accesibilidad: Volumen II: Normativa de accesibilidad: Guía de buenas prácticas en los elementos urbanos y en los edificios, algunos aspectos que las fichas detallan y analizan:

GRUPO A: Elementos comunes de urbanización

Ejemplos: Vados de vehículos, rampas y ascensores

GRUPO B: Servicios públicos

Cabinas telefónicas, parquímetros

GRUPO C: Elementos comerciales de información y publicidad:

Terraza cubierta – Terraza de bar

GRUPO D: Señalización e iluminación

Semáforos

GRUPO E: Otros

Bancos, Fuentes, Contenedores

GRUPO A: Itinerario adaptado

Acceso al edificio

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Puertas

GRUPO C: Comunicación vertical:

Rampa adaptada

Rampa practicable

Ascensor adaptado

Escalera adaptada

GRUPO D: Baños y vestuarios adaptados:

Servicios adaptados

Baños adaptados

Vestuarios adaptados

GRUPO F: Vestíbulos y reservas de espacio:

Vestíbulos

Plazas reservadas

GRUPO G: Estacionamiento:

Plazas de estacionamiento reservado

En el compromiso que tiene el Ayuntamiento de Palma de Mallorca con la accesibilidad, se ha creado la **Mesa de Palma Accesible** cuyos objetivos son promover **la accesibilidad universal y la eliminación de barreras arquitectónicas, urbanísticas, del transporte y la comunicación** convirtiendo la accesibilidad en una herramienta de integración e igualdad de los derechos y oportunidades para conseguir una mejora de la calidad de vida tanto de las personas con discapacidad como del resto de la sociedad.

El ámbito de actuación de la Mesa, aglutina materias relacionadas con las **telecomunicaciones, vía pública y espacios públicos, transporte público, comunicación, infraestructuras y edificación**, y otras que se puedan presentar ligadas a la accesibilidad.

Esta Mesa está presidida por el titular de la Regiduría de infraestructuras y la integran representantes de entidades, asociaciones relacionadas con el ámbito de la accesibilidad, colegios profesionales, la Universidad, representantes de otras instituciones y representantes de diferentes áreas municipales.

A modo de resumen, se mencionan las **funciones de las Mesa**:

- Fomentar la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos en materia de accesibilidad universal.
- Fomentar la participación de los diferentes órganos y áreas del Ayuntamiento y de las organizaciones y entidades ciudadanas competentes en la materia.
- Elaboración de manuales relativos a la accesibilidad universal del Municipio.
- Asesorar a las diferentes áreas municipales en temas relacionados con la accesibilidad.
- Promover la accesibilidad en el transporte tanto público como privado con la finalidad de facilitar el desplazamiento autónomo por la ciudad de los ciudadanos.
- Etc.

Las reuniones de la Mesa de Accesibilidad se llevan a cabo mensualmente. Se solicitan al Ayuntamiento y se evalúan las actas nº 27 y nº 28 facilitadas por el Ayuntamiento. **Dada su utilidad**, se considera que la creación de esta **Mesa de Accesibilidad** es una **buena práctica para ser considerada por otros Ayuntamientos del Proyecto de la Secretaria de Estado de Destinos Turísticos Inteligentes**.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Entre los asistentes del acta de la Mesa Palma Accesible del 2.07.2013 se encuentran representados:

- A.G: Tinent de Batle, regidor del Àrea de Medi Ambient, Infraestructures i Coordinació Territorial.
- A.A.: Coordinador General del Àrea d'Infraestructuras.
- US-P: Cap de Departament d'Infraestructures.
- JCO: Assessor tècnic d'Accessibilitat de l'Àrea d'Infraestructures.
- MBC: President de la Federació de Persones amb Discapacitat Física i físico-psíquica i Associació de Lesionats Medulars i grans Discapacitats Físics (PREDIF i ASPAYM).
- BCV: Àrea de Benestar Social de l'Ajuntament de Palma.
- JF: Direcció General d'Arquitectura i Habitatge.
- CTP: Col·legi d'Enginyers de Camins, Canals i Ports.
- FSB: Col·legi d'Enginyers Tècnics d'Obres Públiques.
- JLS: Policia local.
- NC: CONSULTAU.
- CV: CONSULTAU.
- JLO: UIB.
- MJP: Coordinadora, Federació Balear de Persones amb Discapacitat.
- BM: IMAS Consell de Mallorca.
- JAC: IMAS Consell de Mallorca.
- CAB: Fundación ONCE.
- JP: Cap de departament de Llicències d'Activitats.
- JM: Àrea de Mobilitat de l'Ajuntament de Palma.
- MV: ASPAS, Associació de pares de persones amb discapacitat auditiva.
- RES: Institut Municipal de l'Esport (IME).
- GP: Urbanisme de l'Ajuntament de Palma.
- EEC: Urbanisme de l'Ajuntament de Palma.
- Miquel Gil Torrens: Administratiu del Departament d'Infraestructures.

Se propone la siguiente Oportunidad de Mejora:

Una vez evaluados los objetivos, el ámbito de actuación y la composición de la mesa de accesibilidad, se propone como oportunidad de mejora para el Ayuntamiento de Palma de Mallorca el incluir en la mesa de accesibilidad al Organo adscrito Fundación Turisme Palma de Mallorca para que aporte la visión turística de las necesidades concretas del turismo (actividades deportivas, de ocio, culturales y de tiempo libre) , con el principio de la accesibilidad universal.

El Plan Director Palma de Mallorca SmartCity/SmartDestination, elaborado por Tomeu Crespí: Técnico de Innovación e Ingeniero en Organización Industrial en el Consorcio Urbanístico de la Playa de Palma y por Joaquín Inarejos: Técnico en Administración General del Ayuntamiento de Palma de Mallorca incluye en su apartado 5. Plan de Acción: “Eje Turístico” entre sus objetivos con relación a la accesibilidad el siguiente: **“Definir e implantar proyectos sobre turismo responsable, eco-turismo y turismo accesible”**.



Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Implementación de medidas de accesibilidad en equipamientos, infraestructuras y servicios en centro de uso cultural y turístico.

El Ayuntamiento pone de manifiesto y entrega para la evaluación de los técnicos de Segittur el documento de **“Acciones municipales de mejora para la mejora de las condiciones de accesibilidad Palma 2007-2011”**. Esta guía, contiene criterios para la **accesibilidad urbanística en las vías públicas** y en los **espacios públicos**, en la **edificación**, en la **movilidad sostenible** y en la **comunicación**.

En el documento mencionado, en cuanto a los criterios para la accesibilidad urbanística y en concreto en la accesibilidad en la vía pública, se establecen itinerarios accesibles para los viandantes que sean seguros y libres de obstáculos (con criterios definidos en cuanto a la altura, anchura, superficie lisa no deslizante y pendiente), se describen los itinerarios accesibles, pasos viandantes adaptados, y se

menciona la incorporación de semáforos sonoros de la Once.



Este proyecto de la Once, tiene un dispositivo con una doble función para las personas con problemas visuales, les avisa en el momento que deben atravesar y les sirve de referencia para llegar a la acera opuesta. Este dispositivo

de emisión sonora se acciona a voluntad del usuario con un mando sonoro.

No está representada el área de cultura en la mesa de accesibilidad. Se considera recomendable que el área de cultura incorpore a una persona a esta mesa.

Implementación de medidas de accesibilidad en equipamientos, infraestructuras y servicios en las playas.



Existen **5 playas dentro del municipio de Palma**, las cuales están **adaptadas** siguiendo criterios de accesibilidad universal. Estas playas, disponen de aparcamientos reservados, pavimentos accesibles, áreas de descanso, rampas, pasarelas, zona de baño adaptada, sombrillas, vestuarios, duchas y baños adaptados, sillas y muletas anfibias, taquillas para guardar audífonos, personal cualificado de la Cruz Roja y atención personalizada.

En la web del Ayuntamiento, existe una guía con las playas accesibles de Palma.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Guía de Playas accesibles de Palma:

La web del Ayuntamiento ofrece información en español, inglés, alemán y catalán de las 5 playas accesibles.

Las **playas accesibles** de Palma son:

- **Can Pere Antoni**
- **Platja de Palma**
- **Cala Estancia**
- **Cala Major**
- **Ciudad Jardín**

En la información que se ofrece al ciudadano y al turista se ofrece un número de teléfono de contacto para **el ciudadano con discapacidad visual**. Se desconoce el alcance concreto de este servicio pero se valora positivamente esta medida por la implicación del Ayuntamiento con este tipo de discapacidad.

El Plano de la Playa de Palma con la información sobre accesibilidad, se puede descargar desde la web y ofrece la información en español, catalán, inglés y alemán.

Se evalúa el pliego de condiciones técnicas del servicio de vigilancia seguridad y accesibilidad de las Playas de Palma enviado a los técnicos de Segittur por el Ayuntamiento, de las playas de **Can Pere Antoni - Platja de Palma - Cala Estancia - Cala Major y Ciudad Jardín**. Es un documento muy completo que detalla recursos municipales puestos a disposición de los adjudicatarios entre los que figura la dotación en los 5 puntos de accesibilidad, el mantenimiento que debe efectuarse, la organización del servicio y las obligaciones de los adjudicatarios.

Con relación a los requisitos y obligaciones **en materia de accesibilidad** se requiere de los adjudicatarios:

1.- “El servicio de accesibilidad deberá presentar al área de medioambiente un **informe mensual** y una memoria final de cada servicio. Detallando la edad, género y necesidades especiales de las personas en cada playa accesible”.

2.- Los socorristas de las actividades acuáticas del servicio de accesibilidad deberán mantener operativos y limpios los puntos de accesibilidad (servicios, duchas, vestuarios...).

3.- Los socorristas de las actividades acuáticas del servicio de accesibilidad desarrollarán como mínimo las siguientes tareas: recepción del usuario, ayuda para la instalación en la zona de descanso, ayuda para la utilización de los módulos adaptados, ayuda para la entrada y salida del agua y asistencia durante el baño.

El documento también detalla los medios humanos y materiales de cada una de las playas categorizadas con riesgo alto.

Los registros de actividad que demuestran el cumplimiento de los requisitos y obligaciones de los usuarios no han podido ser evaluados en el Ayuntamiento de Palma de Mallorca.

Se evalúa, **el pliego de condiciones económico-administrativas** de Can Pere Antoni y se constata que las obligaciones y derechos de los concesionarios son muy detallados abarcando legislación aplicable, frecuencias de limpieza, y entre otros, **requisitos de colaboración en la atención de personas con discapacidad que necesitan ayuda**.

Se evalúa la información pública existente en la **Carta de Compromisos del Servicio de gestión integral de las playas y zonas de baño de Palma de Mallorca**.

En dicha carta se establecen los compromisos adquiridos con los ciudadanos, y se publican **los indicadores y niveles de cumplimiento mensuales**. En concreto y en lo que compete a la **accesibilidad**, el Ayuntamiento se compromete a que el Servicio de accesibilidad en la playa sea valorado con una media de 9 puntos por los usuarios del servicio.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Estos compromisos de cartas de servicio con los ciudadanos, son adquiridos por el Departamento de Salud y Medio Ambiente dependiente del Area de Medio Ambiente.

Medidas de accesibilidad en el transporte.

Numerosas compañías de taxis son adaptados para minusválidos. La ciudad de Palma cuenta con una flota de 67 taxis adaptados con un servicio de 24 horas los 365 días al año.

Un informe de José Chito Oliveras, Asesor **Técnico Municipal de Accesibilidad Universal de Mayo de 2013 del Ayuntamiento de Palma**, pone de manifiesto que la accesibilidad en el transporte tanto público como privado facilita el desplazamiento autónomo por la ciudad para personas con discapacidad física, sensorial y para personas mayores.

El metro y los autobuses son totalmente accesibles disponiendo de ayudas mecánicas para usuarios en silla de ruedas y sistema acústico- sensorial para personas con discapacidad.

Existe además el “Bus a la demanda” que cubre las necesidades sanitarias y educativas de los habitantes de núcleos de población del municipio al que no llega el transporte público, mediante taxis adaptados, cuyo precio del servicio es el mismo que el del autobús, aplicándose las bonificaciones de transporte vigentes.

Todas las paradas de metro y un gran número de las paradas de autobús son accesibles, modificando y reubicando las que están cerca de servicios municipales, acortando recorridos desde estos a lugares de interés.

Imagen de aceras de proximidad para el transporte público adaptado en Palma de Mallorca:



Accesibilidad en las páginas web del destino y disponibilidad de información en las páginas web turísticas sobre accesibilidad en el destino.

En la web del Ayuntamiento no se puede escuchar la información sobre accesibilidad en las playas, hay que dirigirse al área de Medio Ambiente, Infraestructuras y Coordinación Territorial donde la información es detallada.

Oportunidad de Mejora: La Web del Ayuntamiento en el apartado de accesibilidad debería permitir escuchar la información de la accesibilidad en las playas.

La explicación ofrecida por el Ayuntamiento sobre el procedimiento llevado a cabo para que la web sea accesible figura en español y catalán.

Oportunidad de Mejora: Dado que la información sobre accesibilidad en la web es un aspecto importante a tener en cuenta para los turistas con discapacidad se propone ofrecer la información sobre la accesibilidad de la web en inglés y alemán.

La información facilitada por la web <http://palmavirtual.palmademallorca.es/> no permite escuchar la información facilitada en dicha página.

Oportunidad de Mejora:

La información facilitada por la web <http://palmavirtual.palmademallorca.es/> debería permitir escuchar la información facilitada en dicha página.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Formación específica del personal que atiende al turista con discapacidad.

Según consta en la web del Ayuntamiento en el área de accesibilidad **la Mesa de Accesibilidad del Ayuntamiento de Palma**, integrada por técnicos de las distintas áreas municipales, (Infraestructuras, Movilidad, Urbanismo, Servicios Sociales, ...), Colegios de Aparejadores y Arquitectos Técnicos, Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, Colegio de Ingenieros Técnicos de Obras Públicas y colectivos y asociaciones de personas con discapacidad (tanto física como sensorial), ha elaborado un **documento dirigido al personal municipal que trabaja en lugares de atención directa al público**, consistente en un listado de pautas y recomendaciones a seguir para atender a personas con diferentes discapacidades, con el objetivo de facilitar la comunicación con el usuario.

El documento en catalán, contiene pautas generales de actuación para atender a personas con las siguientes discapacidades:

- Personas con discapacidad **visual** (personas con visión reducida o ciegas), Personas con discapacidad **intelectual**.
- Personas con discapacidad **auditiva o sordas y ciegas**.
- Personas con alguna discapacidad **física**.
- Personas con algún problema en **el lenguaje, la visión o el habla**.

Entendiendo la accesibilidad haciendo referencia al entorno y no a la persona, es decir como el grado en el cual el entorno está adaptado para que la persona con alguna discapacidad acceda al servicio o al edificio.

Las pautas de actuación establecidas son de utilidad, en concreto cabe mencionar que el lenguaje de signos no es universal, cada comunidad y país tiene su propia lengua de signos.

En la página web del Ayuntamiento se facilita información para la realización de los contactos y consultas o para solicitar interpretes de la lengua de signos española.

Se considera que esta información es de gran utilidad y puede extenderse a otros destinos del proyecto de los destinos turísticos inteligentes.

CERMI BALEARES

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad

cermiillesbalears@once.es

971 775 522

UNAC BALEARES

Unión de Asociaciones, Centros y Federaciones de Asistencia a Personas con Discapacidad

administracion@unacbaleares.com

971 470 707

PREDIF

Federació de Persones amb Discapacitat Física i Físico-psíquica

info@predif-ib.org

971 737 955

ONCE

Organización Nacional de Ciegos Españoles

mcab@once.es

971 775 522

ASPAS MALLORCA

Asociación de Padres y Amigos del Sordo

administracion@aspasmallorca.com

971 458 150

FSIB

Federación de Personas Sordas de las Islas Baleares

fsib.interpretes@gmail.com

871 962 839

Ajuntament de Palma

Assessor Tècnic Municipal d'Accessibilitat Universal

accessibilitat@palma.es

971 764 800 ext.5049

683 646 801

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Se desconoce si estas pautas de actuación se han extendido a empresas concesionarias que ofrecen **servicios turísticos** y que son gestionadas por el Ayuntamiento.

Oportunidad de Mejora:

Distribución del documento de las pautas generales de actuación para atender a las personas usuarias con discapacidad a todo el personal municipal que interacciona con los turistas de Palma en concreto, si no se ha distribuido a:

- Empresas concesionarias privadas de la Fundación Palma de Mallorca 365. (Ej. Oficinas de Turismo).
- Patronos y empresas colaboradoras de la Fundación Palma de Mallorca 365 para su distribución a las compañías con personal de atención al cliente (casinos, hoteleros, empresas de transportes, asociaciones de restauración, y otras entidades).
- Empresa Municipal de Transportes.
- Palacio de Congresos de Palma.
- Fundación Pilar y Joan Miró.
- Otros organismos y empresas adscritos al Ayuntamiento.

5. Conclusiones

Este apartado 5, Conclusiones pretende reflejar un resumen del presente **“informe de diagnóstico, análisis y recomendaciones de Palma de Mallorca para su reconversión en un destino turístico inteligente”**. Este informe ha sido elaborado por Segittur a petición de la Secretaria de Estado de Turismo en el marco del **Proyecto Piloto de los Destinos Turísticos Inteligentes**.

Este proyecto piloto tiene como objetivo guiar a los destinos en la búsqueda y en el desarrollo de nuevos mecanismos que fomenten la innovación, el desarrollo tecnológico, la sostenibilidad socio-cultural y medioambiental, generando experiencias turísticas integrales.

Por este motivo los técnicos de Segittur elaboraron una agenda de trabajo y se desplazaron al Ayuntamiento de Palma de Mallorca los días 15-16-17 de enero y 25-26 y 27 de febrero para diagnosticar el estado en el que se encuentra Palma de Mallorca en materia de innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad.

El resultado del diagnóstico realizado y las conclusiones que se presentan se basan exclusivamente en la información facilitada por el destino y en la información publicada online sobre el destino.

Para la elaboración de este informe se ha recopilado información de 22 interlocutores de las siguientes Concejalías:

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- Turismo y Coordinación Municipal: Urbanismo, Área Delegada de Seguridad Ciudadana, Área Delegada de Movilidad.
- Economía, Hacienda e Innovación
- Función Pública y Gobierno Interior
- Bienestar Social e Igualdad
- Medioambiente, infraestructuras y coordinación territorial
- Cultura y Deportes
- Comercio, Trabajo, Juventud y Participación

Y en concreto, se ha entrevistado:

Del Área de Turismo y Coordinación Municipal:

A D. Javier Bonet. Director General de Turismo y Coordinación Municipal

A D. Pedro Homar. Gerente. Fundación Turismo Palma de Mallorca 365

Del Área de Urbanismo:

A D. Jesús Valls Flores. 6º Teniente de Alcalde de Urbanismo y Vivienda

A D. Pedro A. López Martínez. Jefe de Organización y Calidad de la Gerencia de Urbanismo

Del Área Delegada de Seguridad Ciudadana:

A D. Francisco Más. Policía Local. Área de Seguridad Ciudadana. Coordinación I+D

Del Área Delegada de Movilidad:

A D. Miguel Femenia Reus. Jefe del Departamento de Movilidad

A D. Fernando Rodríguez Jiménez.

Del Área de Economía, Hacienda e Innovación:

Smart Office:

A D. Joaquín Inarejos. Responsable Smart Office Palma

A D. Tomeu Crespí. Coordinación Smart Office. Área de Turismo y Tecnología

A D. Fernando Vidal. Técnico Informático del IMI (Instituto Municipal de Innovación)
y Técnico de la Smart Office. Área de Programación Apps y Open Data

Del Área de Función Pública y Gobierno Interior:

A D^a. María Monar Lora. Técnico de Calidad. Área de Calidad

Del Área delegada de Bienestar Social e Igualdad: Área Delegada de Bienestar Social

A D^a. Mercedes Varela. Directora General de Bienestar Social e Igualdad

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Del Área de Medioambiente, Infraestructuras y Coordinación Territorial:

A D. Alejandro Asensi. Coordinador General de Infraestructuras

A D. Urbano Sanchez. Jefe del Departamento de Infraestructuras

A D. Llorenç Mestre. Director Técnico de Emaya

A D^a. Josa Arola Sierra. Área de Infraestructuras

A D^a. Ana Miguel. Coordinadora de Playas

A D^a. Antonia Amengual Vich. Coordinadora de Playas

Del Área de Cultura y Deportes:

A. D^a. Maria José Massot. Directora General de Cultura

Del Área de Comercio, Trabajo, Juventud y Participación:

A. D. Antonio Cardona. Director General de Participación Ciudadana

A. D. Eduardo Tejada. Agencia de Desarrollo Local Palma Activa

Entre la documentación facilitada evaluada para la elaboración de este informe, a modo de resumen se menciona la siguiente:

1. Plan Director Palma SmartDestination
2. Plan de acción para la energía sostenible
3. Plan de eficiencia energética en edificios municipales
4. Plan de eficiencia energética en alumbrado
5. Plan de Marketing. Acciones previstas del año 2014 de la Fundación 365

6. Estadísticas de las oficinas de información turística de la Fundación 365
7. Documento de directrices básicas de ordenación urbana. P.G.O.U. Revisión del Plan de Ordenación Urbana.
8. Memoria de accesibilidad 2007-2011
9. Actas de las reuniones de la mesa de accesibilidad
10. Acuerdo de aprobación de la mesa de accesibilidad
11. Guía de accesibilidad
12. Guía de buenas prácticas del Ayuntamiento de Palma
13. Guía de buenas prácticas de accesibilidad del Ayuntamiento de Palma
14. Presentación Parc Bit
15. Pliegos de Playas de cláusulas administrativas y condiciones técnicas
16. Pliegos de Cláusulas de las Oficinas de Turismo
17. Propuesta Técnica Playa de Palma (WiFi)
18. Proyecto TOT (Tourism of Things)
19. Etc.

Una vez realizadas las entrevistas y evaluada la información aportada se pasan a detallar las conclusiones y recomendaciones sobre el estado en el que se encuentra Palma de Mallorca en materia de innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

1. Área de Innovación

Se considera que el Ayuntamiento de Palma de Mallorca es un destino innovador por la puesta en marcha de la SmartOffice. Dentro del Plan Director de la SmartOffice existen acciones concretas en materia de turismo que avalan el interés de Palma de Mallorca de posicionarse como una “**SmartCity**” y “**Smart Destination**” dentro del destino turístico consolidado que es Mallorca.

El Plan Director de la SmartOffice desarrollado por Palma de Mallorca, con medidas implementadas, en curso o pendientes de implementar por falta de financiación, establece que tanto el ciudadano como el visitante de Palma de Mallorca serán los beneficiados si Palma se convierte en una ciudad más sostenible, competitiva, atractiva y confortable para todos. Entre las actuaciones previstas y en curso del Plan Director de la SmartOffice, se llevan a cabo actuaciones en el eje de **turismo, movilidad, gobernanza, sostenibilidad, economía, seguridad ciudadana y smart people**. Una vez evaluado el Plan Director de la Smart Office y las Concejalías, se considera que Palma es un destino innovador y se recomienda que se doten recursos para la puesta en marcha de las medidas propuestas en el Plan Director. La Smart Office debería continuar tomando peso para consolidarse como ente de gestión de las distintas acciones que se están llevando a cabo para reconvertir a Palma de Mallorca en destino turístico inteligente.

Así mismo debería considerarse el plan de marketing de la fundación 365 para seguir una dirección común, ya que una de las oportunidades consiste en la desestacionalización del destino debido al aumento de la oferta y de los productos

turísticos, por lo que resultaría lógico establecer sinergias entre este plan y las acciones tecnológicas impulsadas a través de la SmartOffice.

Entre las actuaciones reflejadas en el Plan Director se considera de especial interés la **G_07. “Observatorio SmartCity Palma”** que propone el diseño y desarrollo de un Observatorio SmartCity Palma que agrupe todos los indicadores de SmartOffice de Palma. Entre los indicadores que el destino quiere implementar se mencionan los de UrbanTur2012, los indicadores europeos sobre Smart Cities y los indicadores que se desarrollarán en el marco del AEN/CTN 178 del Subcomité 5: Destinos Turísticos.

De este modo, el Observatorio Smart City Palma, se convertiría en un ente dotado de un sistema de información, a partir del cual se gestionaría todo el conocimiento relativo al destino, facilitando la toma de decisiones y el óptimo seguimiento del sistema y del destino, para proponer acciones de mejora continua.

Por último, con el fin de realizar un seguimiento en la evolución del área de innovación, se propone considerar los siguientes indicadores:

Propuesta de Indicadores de aplicación para el Destino:

- Recurrencia de las actividades de I+D+i (permanentes u ocasionales)
- Grado de formación del personal en I+D+i
- Participación en programas nacionales e internacionales para formación del personal
- Porcentaje del personal dedicado a I+D+i
- Contratación de personal de investigación
- Composición de gastos en programas o aplicaciones informáticas innovadoras
- Gastos corrientes de innovación

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

2. Tecnología

En el ámbito de la tecnología cabe destacar iniciativas como la Smart WiFi, que constituye una infraestructura esencial y que hace viables muchas de las otras iniciativas. Es muy positivo que se haya buscado la implicación de la empresa privada en el despliegue y explotación comercial de la red, ya que de esta forma se alcanzan los objetivos de ofrecer conectividad WiFi a los turistas y ciudadanos y contar con una red de telecomunicaciones seguras para los servicios públicos, todo ello sin coste para la administración.

Además, las capacidades de monitorización de la red planteada pueden proporcionar una cantidad ingente de datos, que adecuadamente explotados, contribuirán significativamente a la inteligencia del destino, es decir, a que el destino tenga una información de calidad sobre sus visitantes sobre sus necesidades y sobre cómo satisfacerlas.

Actualmente el destino de Palma de Mallorca está en proceso de desarrollar un Portal de promoción turística, visitpalma.com.

El desarrollo de este portal considerará una serie de aspectos fundamentales, a saber: la usabilidad, la accesibilidad y el SEO.

La usabilidad o facilidad con la que el usuario puede navegar y encontrar lo que busca a través de la interface web. Actualmente, este aspecto es de vital importancia, más aún cuando el desarrollo del producto se orienta hacia el mundo web y mobile. Para crear un producto usable pueden considerarse las siguientes pautas básicas:

Un diseño gráfico de confianza con una estructuración sencilla de contenidos.

- Uso de colores estándares en los enlaces para diferenciarlos claramente del resto de los contenidos.
- Mención de páginas relacionadas dentro de los contenidos para facilitar la navegación por las secciones internas.
- Reducir el número de clicks para acceder a las distintas secciones de la web y sus respectivos contenidos.
- Menú de navegación sin sub-menús que pueden provocar la desorientación del usuario.
- Actualización de contenidos para mejorar la indexación en los diferentes motores de búsqueda: Google, Bing, Yahoo, etc.
- El cuidado de aspectos como el tiempo y el peso de carga óptimo es esencial para la experiencia del usuario y para la mejora del posicionamiento en buscadores.
- Compatibilidad con los distintos navegadores, las diferentes resoluciones de pantalla y los distintos dispositivos móviles.

Por otro lado, la accesibilidad en web es un tema crucial, ya que permite el acceso universal independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura, y capacidades de los usuarios. De este modo, una página accesible lo será tanto para una persona con discapacidad, como para cualquier otra persona que se encuentre bajo circunstancias externas que dificulten su acceso a la información. Las pautas de accesibilidad al contenido en la web (WCAG) describen cómo hacer páginas web accesibles sin renunciar al diseño, ofreciendo esa flexibilidad que es necesaria para que la información sea accesible bajo diferentes situaciones y proporcionando métodos que permiten su transformación en páginas útiles e inteligibles. Las pautas contienen una serie de puntos de verificación asignados a uno de los tres niveles de prioridad establecidos por las pautas:

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

- Prioridad 1: aquellos puntos que un desarrollador web tiene que cumplir ya que, de otro modo, ciertos grupos de usuarios **no podrían acceder** a la información del sitio web.
- Prioridad 2: aquellos puntos que un desarrollador web debería cumplir ya que, en caso contrario, sería **muy difícil acceder** a la información para ciertos grupos de usuarios.
- Prioridad 3: son aquellos puntos que un desarrollador web debería cumplir ya que, de otra forma, algunos usuarios experimentarían **ciertas dificultades para acceder** a la información.

En función de estos puntos de verificación se establecen tres niveles de conformidad:

- Nivel de conformidad “A”: Se satisfacen todos los puntos de verificación de prioridad 1.
- Nivel de conformidad “AA”: Se satisfacen todos los puntos de verificación de prioridad 1 y 2.
- Nivel de conformidad “AAA”: Se satisfacen todos los puntos de verificación de prioridad 1, 2 y 3.

Desde Segittur se recomienda que el portal de promoción del destino turístico satisfaga al menos el nivel de conformidad “AA”, siendo deseable satisfacer el nivel de conformidad “AAA”.

Igualmente relevante es la implementación de prácticas SEO, u optimización de motores de búsqueda para mejorar la visibilidad de un sitio web, en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

La optimización para motores de búsqueda frecuentemente consiste en pequeñas modificaciones de partes concretas del sitio web. Consideradas de modo individual, estas modificaciones pueden percibirse como pequeñas mejoras, pero al combinarlas

con otras optimizaciones, generan un impacto en la experiencia del usuario y en el rendimiento del sitio en los resultados de búsqueda orgánicos.

Por otro lado, hay que considerar que la velocidad e intensidad de los cambios tecnológicos, ha afectado a la mayor parte de las actividades económicas, entre ellas, el turismo, repercutiendo en la forma de acceder a la información, de comprar, de viajar, de visitar lugares, etc. Se ha modificado el ciclo del viaje del turista, generando la fusión de algunas de las etapas. En este sentido, la fase de inspiración y compra se vincula, siendo necesaria la propuesta de elementos para que el turista pueda efectuar la compra en el momento en que busca información. De este modo, actualmente se considera indispensable en cualquier desarrollo web la vinculación entre la promoción y la comercialización.

Otro de los cambios que ha traído consigo la aplicación de las tecnologías al sector turístico, ha sido el auge en el desarrollo de sistemas de movilidad. En este sentido, se valora muy positivamente que Palma de Mallorca también se haya sumado a la tendencia. Actualmente en su web del Ayuntamiento, pone a disposición del usuario 8 aplicaciones móviles: Palma de Mallorca Feedback, Passion for Palma, InfoPalma, EMT Palma, Emaya, Platja de Palma, Conservatori Elemental i Escola Municipal de Música de Palma y ExperienceSpain-Palma. La importancia de las aplicaciones móviles radica en que facilitan al usuario la toma de decisiones en el destino, por este motivo, en esta fase, se recomienda una promoción intensiva de las mismas y la puesta en marcha de un proceso de seguimiento cuantitativo y cualitativo de su usabilidad, con el fin de conseguir instrumentos válidos que mejoren la experiencia de la visita del turista y reporten información a los destinos.

Cabe destacar la puesta en marcha de una red WiFi (smartWiFi PDP) de acceso gratuito. En este sentido, la smartWiFi PDP adquiere especial relevancia de cara al turismo ya que facilita la conectividad a los visitantes y por lo tanto el acceso y el uso de las apps. La puesta en marcha de esta tecnología facilita al turista extranjero un

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

modo de conexión viable que le permita prescindir del sistema de datos 3G - 4G y evitar el alto coste de las tarifas de roaming. Con el fin de obtener el máximo beneficio de la implementación de la red WiFi, se recomienda monitorizar la información que ofrece la misma, ya que esta puede proporcionar un elemento clave para facilitar la toma de decisiones en destino.

Igualmente importante es el proyecto que actualmente está desarrollando la fundación BIT. La importancia de un CRM es esencial para conocer los perfiles de los turistas que acceden al destino y diseñar acciones específicas de marketing enfocadas a cada uno de los segmentos. Se recomienda vincular el sistema CRM con un sistema global de inteligencia que permita analizar los datos de este sistema y los datos procedentes de otros sistemas o fuentes de información.

Segittur ha desarrollado y puesto a disposición del Ayuntamiento de Palma de Mallorca la aplicación de **ExperienceSpain Palma de Mallorca** una guía de destino con los distintos recursos turísticos geolocalizados y que permite, entre otras funcionalidades, la elaboración de rutas tanto por parte de los administradores de la aplicación, como de los usuarios de la misma.

Se recomienda hacer uso de la información del sistema Aptrack para identificar los puntos de mayor interés del destino, así como los menos transitados, de forma que se pueda reaccionar de manera adecuada en cada circunstancia. El Aptrack puede convertirse en una fuente de información del sistema de inteligencia del destino.

El número de descargas de la aplicación, bien en IOS bien en Android, todavía no es muy elevado, de modo que sería recomendable que el destino incrementara las medidas para promocionarla.

Para fomentar la descarga de la aplicación entre los turistas y visitantes de día, se sugiere el uso de cartelería con códigos QR que redirijan a los usuarios a los mercados de play store de Google y al app store de Apple. Tal y como se ha hecho con el nuevo mapa de Palma de Mallorca, estos carteles deberían ubicarse en zonas estratégicas por su afluencia de visitantes, como el aeropuerto, el puerto y las oficinas de información turística.

Por otro lado, actualmente Segittur está desarrollando la aplicación **Spain Collection** cuyo objetivo es de dar visibilidad a todas las aplicaciones de turismo que aporten valor al usuario. Todas las aplicaciones desarrolladas por y para Palma de Mallorca serán incluidas en Spain Collection para contribuir a su mayor visibilidad y promover su descarga y utilización.

Para finalizar la propuesta de recomendaciones para el área de tecnología, sería interesante poder convertir alguna oficina de turismo en una oficina del Siglo XXI: “Un nuevo espacio digital y un atractivo turístico en sí mismo, que mediante el uso intensivo de la tecnología, se constituye en un sistema de gestión de la información con capacidad de informar, recoger, analizar datos del turista, y promocionar y comercializar el destino en tiempo real”. Este nuevo modelo de negocio de la oficina turística, intervendría durante el ciclo completo del viaje turístico adquiriendo nuevas funciones, a saber: asesoramiento personal durante las 24 horas (a partir de dispositivos móviles), gestión de aplicaciones relacionadas con el destino turístico, estudio de los hábitos del comportamiento del turista en destino, etc. En definitiva, los sistemas tecnológicos facilitarían la conectividad entre distintas oficinas turísticas, dinamizando la gestión eficiente de la información entre organismos públicos, agencias de viajes, otras empresas turísticas del sector y visitantes.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Por último, sería recomendable contar con un sistema de indicadores que permitan la evaluación y el seguimiento de los nuevos avances tecnológicos implementados en el destino.

A modo de propuesta se citan los siguientes:

Disponibilidad de Infraestructura y hardware:

Evaluación de la accesibilidad a Internet: el destino dispone de infraestructuras adecuadas que facilitan la conectividad a internet

Índices de medida propuestos:

% de penetración de redes WiFi de acceso gratuito en el territorio turístico

% de penetración de cobertura 3G en el territorio

Evaluación de la disponibilidad de banda ancha: el destino dispone de tecnologías de acceso de banda ancha que permiten incrementar la velocidad de transmisión de la información.

Índices de medida propuestos:

% de territorio con cobertura de fibra óptica

% de territorio con cobertura de ADSL

% de territorio con cobertura de antenas 3G

Infraestructuras tecnológicas desplegadas en el destino, susceptibles de su aprovechamiento turístico.

DISPONIBILIDAD DE SOFTWARE Y SERVICIOS ORIENTADOS AL TURISTA

Políticas de implantación de las nuevas tecnologías aplicadas a la actividad turística.

Índices de medida propuestos:

- Documentación existente sobre la presencia y peso específico de las nuevas tecnologías en la planificación del desarrollo turístico del destino.
- Disponibilidad de herramientas de promoción turística vía internet implementadas por el destino.
- Grado de implantación de las nuevas tecnologías en los servicios de información en el destino, a saber, en las oficinas de turismo.
- Diseño de estrategias para promover la incorporación de las nuevas tecnologías a las PYMES turísticas (planes de formación y capacitación, políticas de promoción de creación de clusters tecnológicos).
- Integración del uso de la tecnología en el plan turístico local (agenda de turismo local)

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Disponibilidad de un portal de promoción turística:

Índices de medida propuestos:

- Nivel de accesibilidad de las Páginas Web del portal
- Consideraciones de implementación de SEO
- Consideraciones de buenas prácticas de usabilidad

Disponibilidad de sistemas de sistemas de e-commerce: el destino dispone de sistemas de comercio electrónico (comercialización online) o ticketing que facilitan al turista la compra de productos o servicios a través de medios electrónicos (B2B- B2C).

Índices de medida propuestos:

- Volumen de negocios relacionados con el sector turístico que facilitan la venta de productos o servicios a través de sistemas de comercio electrónico.
- Volumen de ventas por modelo de negocio de comercio electrónico (B2B y B2C)
- % de productos y servicios adquiridos a través de internet respecto a los adquiridos por otros vías

Disponibilidad de sistemas de inteligencia y fidelización del turista: el destino dispone de sistemas que permiten el seguimiento del flujo turístico en el destino, para gestionar de forma eficiente la calidad de los bienes y servicios turísticos. Disponibilidad de Sistemas que permitan incrementar la competitividad del destino y de la empresa privada: sistemas de Inteligencia y competitividad, existencia de sistemas de apertura de datos a la sociedad (Open Data), fidelización al cliente, etc.

Índices de medida propuestos:

- % de empresas que utilizan soluciones de SW para gestionar la relación con el cliente
- % de empresas que utilizan sistemas de inteligencia para analizar información del destino, de la competencia o de la demanda.
- La Administración dispone de sistemas que facilitan la recogida, análisis y difusión de la información, en aras de mejorar la toma de decisiones.
Existencia de sistemas de análisis de inteligencia y conocimiento: Business Intelligence o Big data.
Disponibilidad de sistemas fidelización del turista (CRM).

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles: el destino dispone de aplicaciones móviles que facilitan la integración del visitante con el destino. La validez de las mismas se medirá en función de los siguientes atributos: disponibilidad, calidad e innovación tecnológica. Las aplicaciones considerarán los siguientes sectores de actividad:

Interpretación del territorio, información y comercialización: Disponibilidad de aplicaciones para dispositivos móviles ligados a la actividad turística:

- Aplicaciones que acompañan al turista a lo largo del ciclo del viaje para facilitarle la información, la orientación y el acceso a distintas propuestas turísticas en el destino. (Preferiblemente haciendo uso de las últimas tecnologías, a saber: realidad aumentada, códigos QR, sistemas de geolocalización, etc.)
- Sistemas de mapas y rutas del destino interactivas basadas en tecnologías de realidad aumentada, geolocalización, etc.
- Disponibilidad de sistemas que faciliten la gestión de tickets y reservas online: acceso y horarios de eventos y espectáculos.
- Disponibilidad de sistemas que faciliten al visitante la posibilidad de adquirir los servicios de forma unificada (tarjeta inteligente).
- Disponibilidad de servicios de pago telemático

3. Sostenibilidad

Según la Ley del turismo de las Islas Baleares, el turismo se configura como la actividad que mayor repercusión en términos de renta, empleo y actividad genera en las Islas Baleares, constituyendo sin ninguna duda, el principal recurso de estas islas y que por ello debe estar en constante transformación, innovación y desarrollo. El artículo I de la ley establece como finalidad impulsar el turismo sostenible como el principal sector estratégico de la economía de las Islas Baleares, generador de empleo y de desarrollo económico, y promocionar las Islas Baleares como destino turístico de referencia en el mar mediterráneo, atendiendo a su singularidad insular y su realidad cultural, medioambiental, económica y social, impulsando la desestacionalización y potenciando los valores propios de la entidad de cada una de las islas. También se establece la protección, conservación y difusión de los recursos turísticos de acuerdo con los principios de desarrollo sostenible y de calidad ambiental.

Que la legislación turística haga una referencia específica al turismo sostenible, es importante dado que pone de manifiesto un aspecto que no es considerado en toda la legislación turística de otras comunidades autónomas a nivel nacional.

En función de las entrevistas realizadas en el área de la sostenibilidad medioambiental, de los proyectos presentados por el Ayuntamiento y de la documentación evaluada, se valora de forma satisfactoria las medidas llevadas a cabo en el destino en materia de sostenibilidad medioambiental turística.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

En este documento, se detallan los indicadores que Segittur propone al Ayuntamiento de Palma de Mallorca en el ámbito económico, social-cultural y medioambiental que implemente, complementándolos con los ya ha implementado el destino en la actualidad. En materia de sostenibilidad económica y socio-cultural en función de la información facilitada que ha sido inferior a la facilitada en otros ámbitos, se propone al destino una batería de indicadores que aporten información para su valoración y posterior toma de decisiones.

Ámbito de la sostenibilidad económica:

Los indicadores de valor económico ayudan a detectar la contribución del turismo a la sostenibilidad económica del destino.

Flujo turístico en el destino:

El volumen y el valor del turismo son esenciales para la sostenibilidad económica de un destino. Cuanto más elevado sea el gasto por día, más eficiente será el destino en la generación de valor turístico.

Índices de medida propuestos:

- Número de residentes censados.
- Número de turistas llegados al destino.
- Número de pernoctaciones de los turistas.
- Contribución relativa del turismo a la economía del destino (% PIB).
- Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios).

Resultados de las empresas turísticas:

La sostenibilidad del destino influye en los resultados de las diferentes empresas. La duración media de la estancia de los turistas, en número de noches, es uno de los indicadores más importantes de las empresas de alojamiento. Las estancias largas dan lugar a tasas de ocupación más elevadas, otro de los indicadores básicos del alojamiento. Cuanto más tiempo se queden los turistas, mayor será el margen de beneficio de la comercialización, la venta y el impacto en las empresas de hostelería.

Índices de medida propuestos:

- Duración media de la estancia de un turista.
- Tasa mensual de ocupación en alojamiento y media anual.

Cantidad y calidad del empleo:

Además de los beneficios económicos directos que aporta el gasto realizado por los visitantes, para la mayoría de los gobiernos la creación de empleo es una de las características más atractivas del turismo.

Índices de medida propuestos:

- Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total.
- Porcentaje del empleo de temporada en el sector turístico.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Seguridad y salud:

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de turistas que presentan una denuncia a la policía.

Cadena de suministros del sector turístico:

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje del destino cubierto por una política de promoción de los productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo.

- **Ámbito de la sostenibilidad socio-cultural:**

Entre las múltiples posibilidades se proponen las siguientes en el ámbito de la sostenibilidad socio-cultural:

Impacto socio-cultural:

Los indicadores de impacto social y cultural se centran en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

Impacto comunitario/social:

La satisfacción de los residentes es un indicador básico del impacto social del turismo en una comunidad. Saber qué cambios se han producido en los niveles de satisfacción y comparar estos niveles con los del flujo de turistas puede ayudar a

identificar los problemas de modo preventivo, lo que permitirá abordarlos e influir directamente en las decisiones de planificación.

Estacionalidad del empleo turístico:

Índices de medida propuestos:

- Número de parados en turismo en el sector turístico en temporada baja.
- Población activa en temporada baja.

Propiedad de los negocios turísticos:

Índice de medida propuesto:

- Número de establecimientos turísticos pertenecientes a residentes/ total de establecimientos turísticos.

Impacto comunitario social:

Índice de medida propuesto:

- Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes.

Igualdad de género:

Es importante que las estadísticas de empleo en el sector turístico se analicen por género, para dar a conocer la situación. También conviene revisar los niveles de empleo por género para asegurarse de que el ascenso profesional beneficia tanto a los hombres como a las mujeres.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico.

Igualdad/accesibilidad:

El turismo sostenible es aquel que está abierto a todos y derriba las barreras al acceso. Este criterio aborda la cuestión de la igualdad de acceso para las personas con discapacidad. Llevar un seguimiento de los alojamientos y atracciones que se preocupan por las personas con discapacidad ayuda a concienciar sobre la necesidad de estas instalaciones.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje del destino que cuenta con servicios de transporte público accesibles a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades de accesibilidad reconocidos.
- Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos.
- Porcentaje de infraestructuras y servicios accesibles en destino.
- Medidas de señalización turística accesibles.

Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales:

La identidad cultural está amenazada en todo el mundo. Cuando se destruyen edificios con valor patrimonial o se sustituyen por estructuras modernas, el carácter del destino cambia. Contar con una política de identificación, protección y valorización del patrimonio cultural construido (tangibles) y otras manifestaciones culturales, como la música (intangibles) es vital para el apego al lugar y fomenta el

orgullo de los residentes. Es importante celebrar festivales y encuestar a los residentes sobre su opinión acerca del impacto del turismo en la identidad del destino.

Índices de medida propuestos:

- Superficie de suelo protegido (el que recibe esta categoría en el PGOU) / superficie total del municipio.
- Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección del patrimonio cultural.
- Porcentaje de aprovechamiento de los residentes de los proyectos turísticos llevados a cabo en el destino.
- Medidas de formación encaminadas a la sensibilización de los residentes respecto al cuidado y protección de su patrimonio cultural, histórico y artístico.
- Porcentaje de los principales actos del destino que están centrados en la cultura y los activos tradicionales o locales.
- Patrimonio histórico y arquitectónico: euros/año en la conservación y restauración del patrimonio histórico y arquitectónico.
- Nº de exposiciones, ferias, fiestas / nº de visitantes.

- **En el ámbito de la sostenibilidad medioambiental**

Impacto Ambiental:

Los indicadores del impacto medioambiental se centran en los elementos que resultan críticos para la sostenibilidad del entorno natural del destino.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Reducción del impacto del transporte

El transporte hacia el destino y por el destino contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero y a la contaminación atmosférica local causada por el turismo. Estar al corriente de la distancia recorrida por el visitante y la modalidad de transporte que utiliza ayuda a concienciar sobre esta cuestión y propicia las mejoras en el uso del transporte compatible con el medio ambiente en el turismo.

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de turistas y excursionistas que utilizan los diferentes medios de transporte para llegar al destino.

Cambio climático:

Se han de plantear estrategias de mitigación del cambio climático (reducción de sus impactos) y de adaptación al cambio climático (respuesta a algunos de sus impactos inevitables) en todos los sectores de la economía, pero especialmente en el turístico, que aglutina muchas empresas situadas en zonas vulnerables a las inundaciones, la sequía y otros impactos. Este criterio destaca la importancia de integrar la concienciación sobre el cambio climático en la planificación y la gestión del turismo sostenible.

Índice de medida propuesto:

- Porcentaje de empresas turísticas que participan en planes de mitigación del cambio climático mediante, por ejemplo, sistemas de compensación del CO₂, de bajo consumo de energía, etc., y respuestas y actuaciones de adaptación.

Gestión de los residuos sólidos:

Las actividades turísticas contribuyen considerablemente a la producción de residuos sólidos en un destino. La reducción de los residuos sólidos se puede y se debe abordar a nivel del destino y a nivel empresarial. Las iniciativas de reducción incluyen programas de incentivos económicos, reciclado, compostaje y reutilización.

Índices de medida propuestos:

- Generación anual media de residuos urbanos por habitante.
- Generación anual de residuos urbanos atribuible al turismo.
- Volumen de los residuos producidos por el destino.
- Volumen de los residuos reciclados.

Tratamiento de aguas residuales:

El turismo contribuye en gran medida a la presión que soportan las plantas de tratamiento de aguas residuales. Esto supone una preocupación especial en los destinos donde abundan playas, lagos y ríos. Si no se tratan adecuadamente, los efluentes pueden causar problemas medioambientales y sanitarios graves además de crear una imagen negativa del destino.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje de aguas residuales del destino tratadas como mínimo a nivel secundario antes de la descarga.
- Relación entre las aguas residuales generadas en el municipio en relación a la población, incluidos los turistas.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Gestión del agua:

El sector turístico es un importante consumidor de agua. El agua también es un recurso crítico para el turismo. En los destinos donde escasea y el aumento de su consumo puede perjudicar a los residentes habituales, el problema se acentúa.

Índices de medida propuestos:

- Comparación del consumo de agua dulce por turista y noche con el de la población general por persona y noche.
- Consumo anual medio de agua potable por habitante.
- Consumo anual de agua atribuible al turismo.
- Porcentaje de agua utilizada procedente de agua reciclada en el destino.
- Volumen de agua depurada en las estaciones de tratamiento que se reutiliza (m³ de agua depurada reutilizada/m³ de agua depurada).
- Gestión y tratamiento de aguas.

Consumo de energía:

El sector turístico es un importante consumidor de energía. Al comparar el consumo de los turistas con el de los residentes quedan patentes las ineficiencias existentes en este ámbito. Esta comparación resulta útil con fines de planificación. Cuando la producción de energía para el destino se basa en combustibles fósiles, se plantea un problema de cambio climático y sostenibilidad energética. Conocer el consumo de energía, las medidas de conservación y la huella energética ayuda a orientar los programas de conservación de la energía.

Índices de medida propuestos:

- Comparación del consumo de energía por turista y noche con el de la población general por persona y noche.
- Consumo anual medio de energía eléctrica per cápita.
- Consumo anual de energía eléctrica atribuible al turismo.
- Consumo anual de energía procedente de fuentes renovables como porcentaje del consumo total de energía.
- Gestión energética del destino.
- Grado de incorporación de energías renovables.

Protección del paisaje y la biodiversidad:

Las zonas protegidas son un activo clave del producto turístico de un destino. Una biodiversidad amplia ayuda a garantizar la sostenibilidad de las zonas naturales, enriquece la imagen del destino y resulta atractiva para los turistas. Esta medida pone de relieve la importancia de invertir en la protección del paisaje y la biodiversidad y el papel que desempeña el sector turístico en el apoyo a este proceso.

Índices de medida propuestos:

- Porcentaje del destino designado para protección.
- Porcentaje del destino cubierto por un plan de gestión y control de la biodiversidad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Gestión de la luz y el ruido:

La contaminación lumínica y la contaminación acústica pueden ser una importante fuente de molestias para las comunidades residentes y de estrés para la flora y la fauna silvestres de algunos destinos. Estas cuestiones pueden ser especialmente preocupantes en las zonas donde existe una economía nocturna activa, así como en los emplazamientos rurales aislados, las zonas de observación de estrellas, los lugares de anidación de tortugas y los retiros de montaña, por ejemplo. Tanto en los planes de desarrollo actuales como en las propuestas de desarrollo futuro se han de tomar en consideración las políticas de iluminación de playas y costas y la imposición de niveles de ruido y horarios de reducción del ruido.

Índices de medida propuestos:

- Aplicación en el destino de políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica.
- Porcentaje del destino y porcentaje de la población cubiertos por estrategias o planes locales de reducción de la contaminación acústica y lumínica.

Calidad de las aguas de baño:

Las aguas de baño son una atracción de primer orden de numerosos destinos turísticos. Es de capital importancia garantizar la calidad y la seguridad de las aguas lacustres, fluviales y marinas. Cualquier riesgo puede repercutir considerablemente en el atractivo de un destino. También constituyen una indicación de tratamiento no efectivo de las aguas residuales.

Índices de medida propuestos:

- Nivel de contaminación por 100 ml.
- Número de días de cierre de las playas por contaminación.

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

4. Accesibilidad

Palma es un destino que ha recibido numerosos premios en accesibilidad, y que está concienciado con la importancia de la accesibilidad en el destino. Prueba de ello ha sido la creación de la **Mesa de Palma Accesible** que pretende promover **la accesibilidad universal y la eliminación de barreras arquitectónicas, urbanísticas, del transporte y la comunicación** convirtiendo la accesibilidad en una herramienta de integración e igualdad de los derechos y oportunidades para conseguir una mejora de la calidad de vida tanto de las personas con discapacidad como del resto de la sociedad.

Una vez evaluados los objetivos, el ámbito de actuación y la composición de la mesa de accesibilidad, se propone como oportunidad de mejora para el Ayuntamiento de Palma de Mallorca el incluir en la mesa de accesibilidad al Organo adscrito Fundación Turisme Palma de Mallorca para que aporte la visión turística de las necesidades concretas del turismo (actividades deportivas, de ocio, culturales y de tiempo libre), con el principio de la accesibilidad universal. Dado que no está representada el área de cultura en la mesa de accesibilidad. Se considera recomendable que el área de cultura incorpore a una persona a esta mesa.

Se propone distribuir el documento de las pautas generales de actuación para atender a las personas usuarias con discapacidad, que figura en la página web del Ayuntamiento a todo el personal municipal que interactúa con los turistas de Palma en concreto, si no se ha distribuido a:

- Empresas concesionarias privadas de la Fundación Palma de Mallorca 365.(Ej. Oficinas de Turismo, Autobús Turístico).
- Patronos y empresas colaboradoras de la Fundación Palma de Mallorca 365 para su distribución a las compañías con personal de atención al cliente(casinos, hoteleros,empresas de transportes, asociaciones de restauración, y otras entidades).
- Empresa Municipal de Transportes.
- Palacio de Congresos de Palma.
- Otros organismos y empresas adscritos al Ayuntamiento.

Existen **5 playas dentro del municipio de Palma**, las cuales están **adaptadas** siguiendo criterios de accesibilidad universal, y el Ayuntamiento pone a disposición del usuarios una guía de playas. De cara a la consulta de la información de accesibilidad en la playa en cuanto al equipamiento y los servicios por parte de los usuarios antes de desplazarse, se recomienda al destino que la Web del Ayuntamiento en el apartado de accesibilidad permita escuchar la información de la accesibilidad en las playas.

Dado que la información sobre accesibilidad en la web es un aspecto importante a tener en cuenta para los turistas con discapacidad, se propone ofrecer la información sobre accesibilidad de la web en inglés y alemán. La información facilitada por la web: palmavirtual.palmademallorca.es debería permitir escuchar la información facilitada en dicha página. Dado que la información de la web de turismo del Ayuntamiento no ofrece la traducción al inglés o al alemán, se propone como **Oportunidad de Mejora que la web de turismo del Ayuntamiento ofrezca la posibilidad de traducción al inglés y al alemán.**

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

6. Agradecimientos

Por la colaboración prestada para la realización de este informe y por su apuesta por la conversión de Palma de Mallorca en un Destino Turístico Inteligente, queremos expresar nuestro agradecimiento a:

Área de Turismo y Coordinación Municipal:

D. Álvaro Guijón

1º Teniente de Alcalde de Turismo y Coordinación Municipal

D. Javier Bonet

Director General de Turismo y Coordinación Municipal

D. Pedro Homar

Gerente. Fundación Turismo Palma de Mallorca 365

Área de Urbanismo

D. Jesús Valls Flores

6º Teniente de Alcalde de Urbanismo y Vivienda

D. Pedro A. López Martínez

Jefe de Organización y Calidad de la Gerencia de Urbanismo

Área Delegada de Seguridad Ciudadana

D. Francisco Más

Policía Local. Área de Seguridad Ciudadana. Coordinación I+D

Área Delegada de Movilidad

D. Miguel Femenia Reus

Jefe del Departamento de Movilidad

D. Fernando Rodríguez Jiménez

Área de Economía, Hacienda e Innovación:

D. Julio Martínez

2º Teniente de Alcalde de Área de Economía, Hacienda e Innovación

Smart Office:

D. Julio Martínez

Presidente de la Smart Office Palma

D. Joaquín Inarejos

Responsable Smart Office Palma

D. Tomeu Crispí

Coordinación Smart Office. Área de Turismo y Tecnología

D. Fernando Vidal

Técnico Informático del IMI (Instituto Municipal de Innovación) y Técnico de la Smart Office. Área de Programación Apps y Open Data

Área de Función Pública y Gobierno Interior:

D^a. María Monar Lora

Técnico de Calidad. Área de Calidad

Área delegada de Bienestar Social e Igualdad

Área Delegada de Bienestar Social

D^a. Mercedes Varela

Directora General de Bienestar Social e Igualdad

Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca

Área de Medioambiente, Infraestructuras y Coordinación Territorial:

- D. Alejandro Asensi. Coordinador General de Infraestructuras
- D. Urbano Sanchez. Jefe del Departamento de Infraestructuras
- D. Llorenç Mestre. Director Técnico de Emaya
- D^a. Josa Arola Sierra. Área de Infraestructuras
- D^a. Ana Miguel. Coordinadora de Playas
- D^a. Antonia Amengual Vich. Coordinadora de Playas

Área de Cultura y Deportes:

- D^a. Maria José Massot. Directora General de Cultura

Área de Comercio, Trabajo, Juventud y Participación:

- D. Antonio Cardona. Director General de Participación Ciudadana
- D. Eduardo Tejada. Agencia de Desarrollo Local Palma Activa

Consortio Urbanístico para la reforma de la Playa de Palma:

- D. Tomeu Crespí
Técnico de Innovación y NNTT

Empresa Privada

- D^a. Elena Villa. Gerente de Turistec
- D. Miky Chacón. Ceo de Prodigy Consultores