



Universitat de Girona
Facultat de Turisme

Màster Tesi

Nom del treball: Més enllà de la costa; l'oferta turística –
cultural a Palafrugell

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria: Setembre 2014

Autora: Iris Ponsi

Director: Lluís Mundet

Data de lliurament: 3 de setembre de 2014

*El meu poble és un poble com tants n'hi ha, té les qualitats i
els defectes que hom li vulgui concedir.*

Josep Pla, *El meu poble* (1981: 216-217)

ÍNDEX

1.	Introducció.....	5
1.1.	Rellevància del tema	5
1.2.	Justificació (motivació personal)	5
1.3.	Objectius i hipòtesis de treball.....	7
1.3.1.	Objectiu general:	7
1.3.2.	Objectius específics i hipòtesis de treball:	7
1.4.	Metodologia i fonts consultades.....	7
1.5.	Limitacions de la investigació	9
1.6.	Estructura del treball.....	9
1.7.	Agraïments.....	10
2.	Marc teòric	12
2.1.	Turisme i turisme de sol i platja:	12
2.2.	Turisme cultural:	15
2.3.	Importància de les polítiques de planificació turística:.....	19
2.4.	Importància del turisme cultural en destins de sol i platja:	24
3.	Estat de la qüestió (estudi de la situació)	29
4.	Anàlisi, propostes i accions	37
4.1.	Inventari de recursos.....	37
4.2.	Demanda (perfils turístics)	92
4.2.1.	Perfil del turista català i espanyol:.....	93
4.2.2.	Perfil del turista francès:.....	96
4.2.3.	Perfil del turista anglès:.....	98
4.2.4.	Perfil del turista belga i holandès:.....	100
4.2.5.	Perfil del turista alemany:	102
4.3.	Enquestes:	103
4.3.1.	Dades de perfil:	110
4.3.2.	Fidelitat al destí	111

4.3.3. Allotjament i transport:.....	112
4.3.4. Fonts d'informació:	112
4.3.5. Motivacions:	113
4.3.6. Valoració del destí:	114
4.3.7. Imatge del destí:	115
4.3.8. Reconeixement dels recursos culturals:.....	116
4.3.9. Xarxes socials:	119
4.3.10. Valoració final:.....	119
4.4. Anàlisi DAFO:	120
4.5. Propostes de millora:.....	128
5. Conclusions:	134
6. Bibliografia:.....	137
6.1. Llibres:	137
6.2. Articles:.....	138
6.3. Tesis doctorals i treballs finals de màster:	139
6.4. Altres documents:	140
6.5. Pàgines web:.....	141

1. Introducció

1.1. Rellevància del tema

A Palafrugell, el gran gruix de l'activitat turística es concentra a la costa (Calella de Palafrugell, Llafranc i Tamariu) deixant el centre del municipi i la seva oferta cultural en un segon pla. No obstant, creiem que posseeix un gran potencial que amb la projecció turística necessària podria canviar aquesta realitat. Per aquest motiu, es realitza aquesta màster tesi amb la voluntat de, un cop analitzada la oferta vigent i la difusió turística que es fa d'aquesta, veure quins son aquells aspectes que es podrien modificar i traçar propostes de millora.

D'aquesta manera, la rellevància d'aquest tema d'investigació rau en què aquest estudi pot contribuir a canviar la tònica actual del turisme a Palafrugell, és a dir, aquesta concentració de l'activitat turística a la costa, problemàtica en voga actualment, alhora que ens permeti conèixer millor la seva oferta turística cultural, veure si s'aprofita el seu patrimoni, si es fa una bona difusió/projecció turística d'aquest, i si s'escau amb el perfil/s de turistes que acudeixen a aquesta zona.

1.2. Justificació (motivació personal)

Primerament, abans d'endinsar-se en aquest cas d'estudi, esdevé necessari presentar quins son els principals motius que han comportat l'elecció d'aquest tema per a desenvolupar la present màster tesis.

Per una banda, el fet que Palafrugell sigui el meu municipi natal, fa que existeixi un vincle especial que em porta a preocupar-me per la seva situació i a voler contribuir, en la mesura de les meves possibilitats, a millorar els problemes que el puguin afectar.

Cal tenir present, que el municipi de Palafrugell es troba conformat per nou nuclis o entitats de població: Palafrugell, Calella de Palafrugell, Llafranc, Tamariu, El Bruguerol, Ermedàs, Llofriu, Santa Margarida i la Vessana, amb una població total de 22.942 habitants (IDESCAT 2013). Per tant, ens trobem davant d'una realitat municipal complexa.

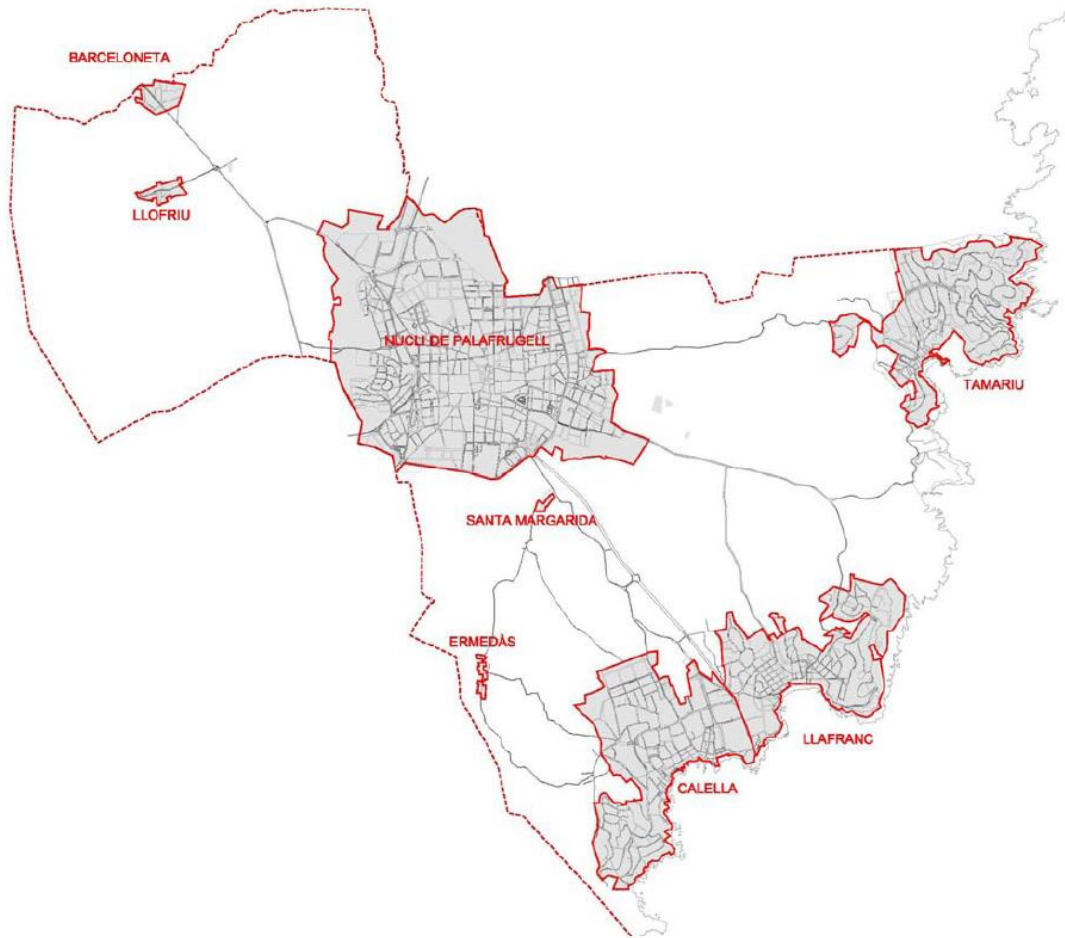


Figura 1. Plànol dels límits municipals de Palafrugell (2014)

Font: Memòria Pla local d'Habitatge de Palafrugell

En segon lloc, gràcies a aquest contacte directe amb el municipi, he pogut observar l'existència d'un problema que l'afecta greument. Palafrugell, concentra el gran gruix de la seva activitat turística a la costa, Calella de Palafrugell, Llafranc i Tamariu, deixant el centre de la vila en segon terme i amb una presència turística menor. Per aquest motiu, i veient el potencial que la resta del municipi pot oferir a través de la seva oferta cultural, considero necessari l'estudi d'aquesta situació per tal de poder traçar un seguit de propostes que puguin contribuir a modificar aquesta realitat i beneficiar al municipi.

Finalment, l' Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell (IPEP), conscient també d'aquesta problemàtica, ha encarregat un projecte a l' Institut Superior d'Estudis Turístics (INSETUR) per tal d'analitzar i potenciar la oferta cultural de Palafrugell. Aquesta iniciativa sorgeix fruit del pla estratègic de l'Ajuntament (2014), en què ja es posa de manifest aquest interès en utilitzar la cultura com a distintiu, és a dir, crear la marca

Palafrugell des dels seus múltiples elements integrant la cultura i el patrimoni com a fonament constituent d'aquesta.

Aquest fet demostra doncs, la rellevància del tema i l'interès que el mateix municipi té en resoldre aquesta situació. Per tant, es considera que l'elaboració d'aquesta màster tesis podria ser un pas previ que contribueixi i enriqueixi aquesta iniciativa que, des del sector institucional, es vol dur a terme.

1.3. Objectius i hipòtesis de treball

1.3.1. Objectiu general:

Analitzar l'oferta cultural al municipi de Palafrugell i la seva projecció turística, per tal de formular propostes de millora i contribuir així a augmentar la presència turística en aquest tipus de recursos.

1.3.2. Objectius específics i hipòtesis de treball:

- a) Analitzar l'oferta cultural actual del municipi de Palafrugell per poder avaluar-ne el seu potencial turístic.
- b) Analitzar quina és la projecció turística actual que es fa d'aquesta oferta cultural.
- c) Conèixer el grau de participació actual dels turistes en aquest tipus d'oferta i veure com encaixa aquesta amb el perfil dels visitants.
- d) Redactar propostes de millora per aquelles febleses detectades en aquesta oferta per contribuir a augmentar la presència turística en aquests centres i tractar de trencar amb la dinàmica actual.

Pel que fa les hipòtesis, aquest treball parteix dels supòsits següents:

- a) Existeixen recursos culturals i propostes en base a aquests recursos però no es fa la projecció turística adequada.
- b) Els turistes no aprofiten la oferta cultural de Palafrugell.

1.4. Metodologia i fonts consultades

La metodologia utilitzada per a l'elaboració d'aquest treball s'ha configurat tenint en compte les necessitats que han anat sorgint a mesura que aquest s'ha realitzat i basant-se en els punts que requereix un treball acadèmic.

En primer lloc, dins el marc de l'assignatura de Turismologia, es va realitzar una primera aproximació a la temàtica d'estudi consistent en l'elecció del tema, una primera proposta de títol, la definició del problema d'investigació i la rellevància del tema, la definició d'objectius i d'hipòtesis de partida, una primera revisió de la literatura i una proposta metodològica.

Fruit d'aquesta primera tasca i d'una tutoria amb la Dra. Saida Palou i la Dra. Lluïsa Faxedas, es va decidir que el tutor encarregat de dirigir aquesta màster tesis fos el Dr. Lluís Mundet, i a partir d'aquesta adjudicació, es va iniciar un cicle de tutories en les quals es va anar traçant, pas a pas, quines eren les passes a seguir per al desenvolupament d'aquest treball.

La primera tasca adjudicada pel tutor fou la de realitzar un buidatge sistemàtic, a partir dels termes "Palafrugell", "Josep Pla", "Suro + Palafrugell", "Turisme sol i platja + Palafrugell", "Turisme + Palafrugell", "Turisme sol i platja", "Turisme sol i platja + Turisme cultural", "Calella de Palafrugell" i "Calella", en la plataforma tdx.cat (Tesis doctorals en xarxa) i en el Catàleg de la Universitat de Girona amb la voluntat de trobar tots aquells treballs de final de carrera, final de grau i de màster relacionats amb el tema, per tal de tenir una radiografia inicial dels treballs d'investigació realitzats sobre Palafrugell.

Fruit d'aquest buidatge i de la revisió de la literatura realitzada dins de l'assignatura de Turismologia, es va obtenir un llistat bibliogràfic que va servir com a punt de partida per a documentar-se sobre Palafrugell i començar a configurar el marc teòric del present treball.

Seguidament, es va realitzar una proposta d'índex i es van començar a redactar els apartats corresponents a rellevància del tema, justificació (motivació personal) i objectius i hipòtesis de treball.

Paral·lelament a les reunions amb el tutor, es va realitzar una entrevista amb la Sra. Silvia Beleña, de l'Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell, per acordar les pràctiques que es realitzarien en aquesta institució i que em permetrien formar part del projecte acordat amb INSETUR, per analitzar i potenciar la oferta cultural de Palafrugell centre, amb la voluntat de modificar la tònica turística actual del municipi que es concentra a les seves platges. D'aquesta manera, s'aconseguia vincular les pràctiques amb la present màster tesis.

Posteriorment, es va concertar una trobada amb el Sr. Jordi Casassayas per tal de parlar sobre el projecte de Palafrugell i definir quines tasques podria realitzar durant les pràctiques i que alhora servien com a eines d'investigació per a la present màster tesis.

En aquest sentit, es va acordar que participaria en l'elaboració de l'inventari dels recursos culturals de Palafrugell així com també en el disseny, elaboració i anàlisi de la primera onada d'enquestes programades en el municipi entre el 15 d'abril i el 31 de maig.

Finalment, a través de l'ús diferents estudis publicats sobre el perfil dels mercats emissors a Catalunya, la Costa Brava i Palafrugell, es va poder establir una primera radiografia del tipus de visitant del municipi (interessos, motivacions, etc.) per tal de poder examinar com encaixen aquests usuaris (demanda) dins l'oferta turística – cultural de Palafrugell.

1.5. Limitacions de la investigació

Tot treball d'investigació presenta certes limitacions i/o aspectes que no es poden incloure, per manca de temps, recursos, entre d'altres factors. En el cas del present treball, es troben, principalment, dues limitacions, com s'exposa a continuació.

En primer lloc, pel que fa l'anàlisi de recursos culturals, trobem com aquest s'ha fet només tenint en compte les institucions, de caire cultural, que es troben en el municipi de Palafrugell i, per tant, no s'ha contemplat el seu patrimoni immaterial (festes, celebracions, música i concerts, tradicions...).

En segon lloc, en relació a les enquestes, la idea original era poder accedir a les dades obtingudes a través de les enquestes realitzades des del mes d'abril fins al juliol, tal i com ja es va pactar, en un primer moment, amb l'equip d'Insetur. Malauradament i per diferents motius, finalment no he pogut accedir a aquestes dades i tant sols dispenso de les enquestes que vaig realitzar personalment durant les pràctiques (abril i maig). D'aquesta manera, tot i que no es tracta d'una mostra estadísticament significativa, sí que permet disposar d'unes primeres nocions de l'opinió dels visitants del municipi de Palafrugell.

1.6. Estructura del treball

Per tal de preparar al lector abans de l'inici de la lectura d'aquest treball, es presenten, a continuació, els diferents apartats que el conformen amb el fi de donar a conèixer, prèviament i de manera breu, quins aspectes i continguts es poden trobar en la present màster tesis.

En primer lloc, es fa esment de la rellevància del tema, és a dir, quin sentit i interès té aquest estudi. En segon lloc, i relacionat amb el primer apartat, es parla de la motivació personal que m'ha portat a escollir aquesta temàtica d'estudi. Seguidament, es presenten els objectius plantejats, generals i específics, i la hipòtesi de treball. A continuació, s'exposa

la metodologia que s'ha seguit en l'elaboració d'aquesta màster tesis, així com les fonts que s'han consultat. Posteriorment, es posen de manifest les limitacions de la investigació, és a dir, s'aclareix quins aspectes no es trobaran presents en el treball, i finalment, pel que fa aquesta part d'introducció, es redacten els agraïments.

Seguidament, es presenta el marc teòric del treball, és a dir, es recolza el tema d'investigació amb un fons teòric a partir dels autors que han escrit i reflexionat sobre aquesta temàtica. En el cas d'aquest treball, es parla sobre els conceptes de “turisme i turisme de sol i platja”, “turisme cultural”, “importància de les polítiques de planificació turística” i “importància del turisme cultural en els destins de sol i platja”.

A continuació, s'exposa l'estat de la qüestió i per tant, quina ha estat l'evolució del turisme a la Costa Brava, i a Palafrugell, des dels seus inicis fins a l'actualitat, amb l'objectiu de disposar d'una radiografia actual de la situació del municipi i, tenir, una primera idea de com caldria intervenir.

Posteriorment, el lector s'endinsa en la part, pròpiament, d'investigació a partir de l'anàlisi i formulació de propostes. En primer lloc, es presenta l'inventari de recursos culturals del municipi per tal de conèixer el potencial d'aquestes institucions i quins aspectes caldria perfilar i millorar. En segon lloc, s'analitza el perfil de la demanda, gràcies als estudis publicats sobre aquest tema, per tal de conèixer les característiques dels principals mercats que acudeixen a Palafrugell (en aquest cas el públic català, l'espanyol, el francès, l'anglès, l'holandès i l'alemany). En tercer lloc, es presenten els resultats obtinguts en les enquestes que s'han realitzat aquest any al municipi (abril i maig) amb el fi de poder disposar d'algunes dades, encara que no siguin representatives, sobre la opinió dels visitants i turistes. A continuació, gràcies a la informació obtinguda a través d'aquestes tres fonts, es realitza un anàlisi DAFO per tal de detectar les fortaleces, les debilitats, les oportunitats i les amenaces d'aquests recursos culturals. Seguidament, gràcies als resultats obtinguts a través de l'anàlisi DAFO, es formulen un seguit de propostes per tal de millorar la situació actual.

Finalment, es presenten les conclusions de la màster tesis, recuperant els objectius i hipòtesis de treball que s'havien plantejat a l'inici d'aquesta.

1.7. Agraïments

La present màster tesis no hagués estat possible sense l'ajut i el suport de diferents persones que, en un moment o altre, s'han vist relacionades amb aquesta investigació. Per

aquest motiu, era indispensable introduir un apartat d'agraïments per tal de reconèixer i agrair tota aquesta col·laboració.

En primer lloc, voldria agrair al meu tutor, Dr. Lluís Mundet, tot el suport i assessorament que m'ha brindat des dels inicis d'aquest treball. Gràcies per estar sempre disposat a supervisar i guiar-me en aquest procés, per la teva implicació en el projecte i per realitzar crítiques constructives que m'han ajudat a orientar el treball.

En segon lloc, també voldria donar les gràcies a la Dra. Saida Palou, per l'empatia i suport que ha mostrat sempre alhora d'orientar-nos, tant a mi com als meus companys, quan a través de l'assignatura que imparteix, turismologia, se'ns fa escollir el nostre tema d'investigació i ens sentim perduts i desorientats. Així mateix, també voldria donar-li les gràcies per haver-me vinculat amb el projecte sobre Palafrugell, que s'estava portant a terme des de Insetur, donat que m'ha permès tenir accés a molta informació i poder relacionar les pràctiques amb el tema d'investigació.

En tercer lloc, també voldria donar les gràcies al Dr. Jordi Casassayas per haver-me donat l'oportunitat de participar en el projecte d'Insetur, realitzant l'inventari de recursos culturals, i tant mateix, poder aprofitar aquestes fitxes per a la meva màster tesis. De la mateixa manera, també voldria agrair, a la Dra. Raquel Camprubí i al Dr. Lluís Coromina, que m'hagin deixat realitzar una part de les enquestes que s'havien de fer al municipi de Palafrugell, així com també, donar-los les gràcies per tot el suport i assessorament que m'han donat en aquesta tasca i per haver dipositat la seva confiança en mi.

D'altra banda tampoc puc deixar de donar les gràcies a l'equip de l'IPEP, i en especial a la Silvia Beleña, per haver-me deixat participar en aquest projecte, donant-me així, la oportunitat d'adquirir experiència en aquest sector, i estar sempre disponibles per ajudar-me i assessorar-me.

Així mateix, també voldria agrair a les diferents institucions culturals de Palafrugell i, en especial, a la Laura Requena (Museu del Suro), l'Anna Aguiló i Miquel (Fundació Josep Pla), la Mònica Recio (Àrea de Cultura de Palafrugell) i la Clàudia (Oficina de Turisme), que m'hagin donat l'oportunitat de visitar les seves instal·lacions, de manera gratuïta, i hagin atès, sempre amb molta educació i entusiasme, les consultes realitzades.

Finalment, també m'agradaria donar les gràcies a la meva família, amics i companys del màster per haver estat, incondicionalment, al meu costat donant-me ànims i suport.

2. Marc teòric

“La Costa Brava es un destino turístico de litoral consolidado, basado en el turismo de sol y playa. Con el objetivo de paliar su posible declive, según el tradicional ciclo de vida de los productos turísticos de Butler (1980) y las teorías de la reestructuración productiva de Agarwal (2002, 2005), considerando el impacto de las nuevas tendencias de mercado en los destinos turísticos consolidados, la Costa Brava ha evolucionado hacia una oferta de múltiples actividades recreativas como medidas de renovación del destino mediante nuevos productos emergentes...”

“...Una de estas actividades es el turismo cultural, con importantes potencialidades aunque menor capacidad de generar cambios sectoriales y territoriales. Sin embargo, la diversificación del turista juega a favor de los nuevos productos y se orienta a la búsqueda de las sensaciones, el sentido del acto turístico, la percepción de autenticidad del producto y la conservación del lugar. Todos estos nuevos elementos son los recursos culturales puestos a disposición del sector turístico, que se han incrementado en las últimas décadas en las sociedades avanzadas” (Cànoves i Prat, 2012: 119).

En el cas del present estudi, s'ha decidit centrar-se en el cas del municipi de Palafrugell donat que s'ha pogut detectar com, dins el marc de la Costa Brava esmentat, s'han produït indicis d'aquest estancament en la seva oferta turística.

Per aquest motiu i amb la voluntat de reforçar aquest estudi d'una base teòrica sòlida, es presenten a continuació, alguns dels conceptes clau relacionats amb la present màster tesis.

2.1. Turisme i turisme de sol i platja:

“El turismo, que se fundamenta en la valoración social de determinados componentes geofísicos y geoculturales (recursos – factores de atracción), constituye un tipo específico de ocio, de actividad recreativa caracterizada por un desplazamiento del lugar de residencia habitual y por una duración mínima del mismo, que se desarrolla en un rango o escala geográfica, fundamentalmente regional, nacional o internacional, a diferencia de otras actividades recreativas de carácter doméstico, habitual o de salidas diarias. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos. Esta acepción da cuenta de la inmensa amplitud del fenómeno y, por tanto,

de las enormes potencialidades que ofrece cara a su estudio y a su análisis” (Vera et al., 2011: 19).

De fet, per la seva naturalesa, el turisme ha arribat a ser un complex fenomen de dimensions polítiques, econòmiques, socials, culturals, educatives, biofísiques, ecològiques i estètiques (ICOMOS, 1999).

Un cop vista la definició del concepte turisme, a continuació s'acota més el terme centrant l'atenció en la concepció del turisme de sol i platja:

El concepte de turisme costaner abasta tota la gamma de turisme, oci i activitats recreatives que tenen lloc a la zona costanera i la marina. Aquests inclouen el desenvolupament del turisme costaner (allotjament, restaurants, indústria alimentària, i les segones residències), la infraestructura de suport al desenvolupament costaner (per exemple, negocis minoristes, ports esportius i els proveïdors d'activitat) i algunes activitats turístiques com la navegació d'esbarjo, l'ecoturisme, els creuers, la natació, la pesca esportiva, el snorkel i el busseig (Hall, 2001).

De fet, Orams (1999) defineix el turisme marí com “those recreational activities that involve travel away from one's place of residence and which have as their host or focus the marine environment (where the marine environment is defined as those waters which are saline and tide-affected)”. Aquesta definició és significativa perquè remarca que també cal incloure les activitats terrestres relacionades amb el mar (Hall, 2001: 602-603).

El sol, la platja i el mar, es van anar introduint progressivament, en alguns casos de manera més tardana i en d'altres més primerenca, dins de les modes turístiques, com les peces d'un trencaclosques, fins arribar a l'actualitat en què tots tres elements a la vegada, formen part del mateix engranatge al voltant del qual gira el segment turístic de sol i platja (Mundet, 1998). De fet, “el turisme litoral, en particular el turisme de sol i platja lligat al turisme de “vacances”, és un dels turismes més hegemònics actualment i el que més s'associa al turisme de masses, fins al punt que constitueix la seva expressió més emblemàtica” (DD.AA, 1996: 36).

Pel que fa el seu desenvolupament, al llarg de tot el segle XIX es van anar descobrint noves qualitats tant del mar com de la platja. En un principi, amb la creixent preocupació que va sorgir al voltant de la tuberculosi, l'interès es va centrar en les qualitats de l'aire més que en les de l'aigua del mar, i el sol només tenia, en aquell moment, la funció de purificar l'atmosfera. Per aquest motiu, es defugien els seus raigs els quals resultaven molestos i

podien ressecar la pell. Va ser, arran d'aquest ús medicinal, que es va produir una primera popularització i massificació de les localitats de costa (Mundet, 1998).

A mitjans del segle XIX, es va produir una transició, i és que es va passar d'una platja amb finalitats purament mèdiques, a una platja orientada al plaer. La costa, al integrar-se en la vida burgesa quotidiana, gràcies als banys de mar, va passar a ser un lloc d'esbarjo i distinció (Mundet, 1998).

En començar el segon decenni del segle XX, el mar va deixar de ser concebut, únicament, com quelcom temible i al mateix temps guaridor. Al llarg de la dècada dels trenta, els banys de mar van començar a tenir un gran èxit, i és que el privilegi de remullar-se i, fins i tot de nadar, va anar ampliant-se des de les capes minoritàries que formaven els estieujants, fins als treballadors provinents de les àrees industrials (Mundet, 1998).

Veiem doncs com la invenció de la platja és un fet del segle XVIII, però el turisme litoral, la formació d'espais turístics litorals, és un fenomen més recent que sorgeix a la segona meitat del segle XX i que, per tant, es desenvolupa i es consolida al llarg dels anys 50's - 90's (DD.AA, 1996).

D'aquesta manera, "las áreas turísticas costeras se suelen asimilar a destinos de sol y playa, en diferentes regiones del mundo, y son un exponente del denominado turismo de masas. No obstante, la complejidad y diversidad de manifestaciones que aparecen bajo el epígrafe del turismo litoral es considerablemente amplia a la vez que resulta la forma más común y diferencial del desarrollo turístico, capaz de generar la mayor parte de los movimientos turísticos internacionales, de manera que la costa es el principal espacio de destino en muchos países. En casos como el Mediterráneo, la primera región turística mundial, sus riberas acogen casi un tercio del turismo internacional; países como España y Italia concentran en sus regiones costeras en torno al 70% del turismo internacional y nacional que reciben" (Vera et al.,2011: 110).

De manera més concreta, si ens centrem en el cas de la Costa Brava, l'expansió del turisme de sol i platja, s'inicia en els anys 30's, amb la construcció de residències de caire senzill properes a les costes i platges, on els turistes es barrejaven amb els pescadors i agricultors de la zona. Val a dir també, que ja en aquest moment, es començaven a construir altres més luxoses en les zones més apartades i de millor panoràmica, que es van multiplicar a partir dels anys 50's - 60's amb l'arribada de turistes estrangers (Prat i Cànova, 2012).

A partir d'aleshores, el fenomen turístic de sol i platja es va generalitzar, i això va comportar un gran desenvolupament urbanístic a la majoria de les localitats costeres, de

forma bastant caòtica, amb multitud d'hotels i, posteriorment, urbanitzacions de segones residències, i càmpings. Tot plegat, va servir per densificar el territori, primer a partir dels teixits urbans, i després, expandint-se amb la creació d'una ocupació residencial pràcticament continua i paral·lela a la línia de costa, una concentrada a la capital i una tercera, més dispersa que les anteriors, als nuclis urbans i masies aïllades de la plana (Prat i Cànova, 2012).

La fase actual, en el cas del turisme litoral, ve marcada en bastants destins, per “la reestructuración y la renovación, ante los problemas y contradicciones que derivan del crecimiento acelerado de los últimos decenio y el necesario ajuste de los destinos turísticos que han de hacer frente a las nuevas motivaciones de la demanda” (Vera et al., 2011: 111). I és que, “el turismo de sol y playa, presenta unas elevadas tasas de estacionalidad, explicadas fundamentalmente, por las características propias del producto que se comercializa. Esto implica que la demanda se concentra en los meses que en mayor medida se pueden satisfacer las expectativas de disfrutar del sol y la playa” (García i Albuquerque, 2003: 99).

No obstant, cal tenir present com, en els darrers anys s'ha observat, en els destins de sol i platja, una tendència creixent d'ocupació en els mesos veïns al tradicional estiu. Aquesta situació s'explica gràcies a la voluntat, cada cop major per part d'alguns usuaris, de fraccionar les seves vacances, però també pel fet de que, els mesos centrals de l'estiu, s'han arribat a assolir uns volums de turistes, especialment en el litoral mediterrani, que els ha situat a prop del màxim de càrrega acceptable (García i Albuquerque, 2003).

De totes maneres, encara que es valori molt positivament el comportament de l'ocupació en altres mesos de l'estiu diferents dels centrals, “el turismo de sol y playa debe hacer frente a las elevadas tasas de estacionalidad que registra, y debe buscar, para mitigar este efecto, nuevas formas de comercialización de su producto estrella para lo que necesita de una oferta de actividades complementarias atrayentes y de calidad, acorde con los nuevos deseos de los turistas” (García i Albuquerque, 2003: 99)

2.2. Turisme cultural:

Davant d'una situació d'obsolescència, “algunos destinos empiezan a ofrecer otras alternativas turísticas que generalmente se presentan simultáneamente, ampliando su abanico de productos: turismo verde, turismo ecológico, turismo rural, agroturismo, turismo deportivo, turismo de aventura y turismo cultural. Dentro de esta amplia oferta, considerando las nuevas dinámicas globales y regionales que tienen su traslado a los

comportamientos y exigencias de la demanda turística, una de las principales propuestas es el turismo cultural como fenómeno organizado” (Cànoves i Prat, 2012: 123).

El concepte de turisme cultural és molt complex i degut a això, “there is a long debate among scholars about its definition and conceptualisation” (Csapó, 2010: 203). Si ens fixem en alguns exemples, trobem com ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*), en la seva carta de 1976, defineix el turisme cultural com “aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico – artísticos”. La Organització Mundial del Turisme (OMT) el 1985 el defineix com “el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la Naturaleza, el Arte, el Folklore y las peregrinaciones”, és a dir, “todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (Toselli, 2003: 3).

Així mateix, el *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality Terms* (1996) destaca que “Cultural tourism: General term referring to leisure travel motivated by one or more aspects of the culture of a particular area” (Csapó, 2010: 204). Richards (2000), per la seva banda, aporta una definició conceptual i ho defineix com “el traslado temporal de personas a una atracción cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales”, mentre que la definició tècnica d’ATLAS (*Association for Tourism and Leisure Education*, 1992), “todos los traslados de personas a una atracción cultural específica, tales como, lugares patrimoniales, muestras artísticas y culturales, arte y teatro, fuera de su lugar habitual de residencia”, ens permet relacionar el turisme amb la cerca de sentit, bellesa i autenticitat per par de les societats occidentals contemporànies, ja que la cultura engloba diferents concepcions: com herència a conservar y restaurar, com component de la nostra consciència, com oferta de productes artístics de consum i com a instrument per al desenvolupament (Cànoves i Prat, 2012: 123).

Finalment, per citar un últim exemple, trobem com l’informe de 2005 de la *European Travel Commission on City Tourism and Culture*, distingeix entre un cercle interior i un cercle exterior del turisme cultural. El cercle interior, representa els elements principals del turisme cultural que es poden dividir en dues parts: el turisme de patrimoni (patrimoni cultural relacionat amb els artefactes del passat) i turisme de les arts (que fa referència a la producció cultural contemporània, com les arts visuals i performatives, l’arquitectura contemporània, la literatura, etc.). El cercle exterior, per la seva banda,

representa els elements secundaris del turisme cultural que es poden dividir en dos blocs, l'estil de vida (elements com ara les creences, la gastronomia, les tradicions, el folklore, etc.) i les indústries creatives (disseny de moda, disseny web i gràfic, el cinema, els mitjans de comunicació i entreteniment, etc.) (Csapó, 2010).

Tant mateix, des d'un punt de vista temàtic trobem com el concepte “turisme cultural” es pot concretar i/o subdividir en diferents tipus de turisme i/o activitats: turisme patrimonial, rutes temàtiques culturals, visites culturals per les ciutats (Cultural city tours), tradicions i turisme ètnic, turisme d'esdeveniments i festivals, turisme religiós i peregrinacions, i turisme creatiu (Csapó, 2010).

Veiem doncs, com “se trata de un tipo de turismo que engloba una variedad de tipologías que, en líneas generales, van desde las visitas a museos (de art, industria, etnografía, etc.), ciudades y conjuntos históricos, monumentos y edificios singulares, monasterios e iglesias o yacimientos arqueológicos, hasta la gastronomía, etnología, ferias, artesanía o festivales musicales; es decir, cualquier signo de identidad cultural de un determinado territorio” (Cànoves i Prat, 2012: 123).

Tant mateix, cal tenir present també, que el turisme cultural no és un fenomen nou, sinó que gaudeix d'una llarga història i tradició que s'estén des dels inicis del turisme durant el Renaixement, en què Thomas Cook va editar el seu primer llibre de viatges i en què es considerava que els burgesos eren turistes culturals (relació cultura – ser culte), passant pel Romanticisme, fins arribar a la nostra contemporaneïtat (Donaire, 2008; Cairó, 2012).

Pel que fa el seu públic, aquest “se ha ido generalizando, pasando de ser personas mayores con recursos económicos y disposición para viajar en cualquier época del año, a jóvenes que buscan la aventura y lo inédito, personas de negocios con recursos elevados que buscan un producto turístico de calidad, una clientela familiar que suele participar de la vida cultural del entorno o clientes eruditos que normalmente viajan solos y buscan un elevado nivel de calidad a ser un amplio abanico, en el que caben todos los grupos de edad, poder adquisitivo y motivaciones” (Cànoves i Prat, 2012: 123).

De fet, “tal com defensa Vera (1997) ha nascut un nou *homo turisticus*, que s'avergonyeix de l'antic turista només interessat en el sol i la platja. Aquest nou turista és inquiet i té ganes de conèixer, d'aprehendre la cultura del lloc que visita, i això ajudaria a explicar l'increment espectacular en el nombre de museus oberts als països occidentals en els darrers anys” (Mundet, 1998: 90).

Tant mateix, cal tenir present, que el perfil del turista cultural és tant ampli perquè esdevé molt complex establir quins son els límits o les característiques per a considerar-lo com a tal. En aquest sentit, si prenem la tipologia establerta per McKercher i Du Gros trobarem els següents tipus de turistes culturals: El turista cultural amb propòsit (*The purposeful cultural tourist*), és a dir, aquell turista que té com a principal motivació per viatjar al destí el turisme cultural i que té un profund i elaborat bagatge cultural; El turista cultural de monuments (*The sightseeing cultural tourist*), és a dir, aquell turista que té com a principal motivació per viatjar al destí el turisme cultural però que gaudeix d'un bagatge cultural menys profund i elaborat; El turista cultural fortuït (*The serendipitous cultural tourist*), és a dir, aquell turista que no ha viatjat per a motius culturals però que un cop finalitzat el viatge i gràcies a la seva participació, acaba tenint una experiència de turisme cultural; El turista cultural casual (*The casual cultural tourist*), és a dir, aquell turista per al qual el turisme cultural és un motiu amb poc pes i que acaba tenint una experiència cultural superficial; i finalment, el turista cultural eventual (*The incidental cultural tourist*), és a dir, aquell turista que no viatja per motius culturals però que tot i això participa en algunes activitats i adquireix experiències tot i que molt superficials (Csapó, 2010).

Això, també es troba lligat a “la concepció que es té sobre els museus la qual també ha canviat considerablement en aquests darrers anys. La seva sacralització s’ha vist molt disminuïda amb l’aparició dels museus postmoderns, que han suposat una forma diferent de representació. El que veiem en el museu ha estat transformat. El nombre d’objectes considerats mereixedors de ser preservats s’ha vist ampliat, fruit del canvi en la concepció de la història. I és que avui, la gent no només està interessada en veure objectes d’artistes de renom o restes arqueològiques de períodes molt llunyans, cada cop s’interessen més per representacions del que és ordinari, de coses senzilles i formes de treball quotidianes” (Mundet, 1998: 91). Tot plegat, ofereix la possibilitat d’obrir un gran ventall de possibilitats i propostes culturals.

El turisme nacional i internacional segueix essent avui un dels mitjans més importants per l’intercanvi cultural, oferint una experiència personal no només sobre el que perviu del passat, sinó de la vida actual i d’altres societats. El turisme és cada cop més apreciat com una força positiva per a la conservació de la naturalesa i la cultura, i és que aquest, pot captar els aspectes econòmics del patrimoni i aprofitar-los per la seva conservació generant fons, educant a la comunitat i influent en la seva política (ICOMOS, 1999).

El turisme cultural pot ser doncs, un instrument molt positiu per al desenvolupament local i regional, entenent-ho des d’un punt de vista socio-econòmic que permeti una distribució

equitativa dels beneficis, ja siguin de caràcter econòmic, social i cultural en les comunitats amfitriones, reflectit en una millora de l'educació, la formació, la creació de llocs de treball i la generació d'ingressos (Toselli, 2006).

El turisme és doncs, un factor essencial per a moltes economies nacionals i regionals i pot ser un important factor de desenvolupament quan es gestiona adequadament (ICOMOS, 1999). Perquè, cal tenir sempre present que, “esta valoración turística de la cultura en un territorio, debe estar sujeta a una serie de limitaciones, ya que no se puede caer en el riesgo de convertirlo en un simple «espacio de mercadería», donde el turismo puede ser un importante motor de desarrollo o un factor de destrucción” (Cànoves i Prat, 2012: 123).

I és que, en aquests temps de creixent globalització, la protecció, conservació i interpretació de la diversitat cultural i del patrimoni cultural de qualsevol lloc o regió és un important desafiament per qualsevol poble en qualsevol lloc (Toselli, 2003). Cal reconèixer però, que el turisme cultural acostuma a tenir una major sensibilització amb el medi ambient que no altres tipus de turisme (Cànoves i Prat, 2012).

No obstant, no cal oblidar que, perquè la revaloració del patrimoni s'integri en el desenvolupament sustentable del turisme, és indispensable, una gestió participativa que involucri i inclogui a la comunitat en el procés de recerca de la seva imatge representativa i la transformació del patrimoni com a producte turístic. Aquesta és la base perquè el turisme planificat contribueixi al desenvolupament local sustentable (Fernández i Guzmán, 2010).

2.3. Importància de les polítiques de planificació turística:

Avui en dia es fa, més que mai, un gran ús de la planificació. No obstant, en molts casos, la planificació actual presenta un seguit de principis, objectius i característiques que no tenen, pràcticament, res a veure amb la planificació normativa de les últimes dècades del segle XX, i d'acord amb aquesta situació, no té cap lògica entendre la planificació sota les idees preconcebudes de les realitats polítiques del passat (Mirallbell, 2010).

Avui, la planificació té un caràcter flexible i essencialment estratègic, que és capaç d'adaptar-se als nous escenaris, fins aconseguir aprofitar millor les oportunitats i resoldre els problemes que plantegen les noves situacions (Mirallbell, 2010).

D'aquesta manera, la planificació pública es defineix com “un proceso racionalizador y indispensable que la Administración pública lleva a cabo a la hora de organizar y

coordinar los recursos disponibles y así conseguir el bienestar y satisfacer las necesidades de los ciudadanos y el progreso de la colectividad” (Miralbell, 2010: 144).

L'activitat turística, doncs, no pot ser aliena a aquesta tendència, i de fet, tal i com es contempla en les lleis de turisme aprovades per les comunitats autònomes espanyoles, la planificació turística és concebuda com una de les tècniques fonamentals per al desenvolupament del turisme en cada una de les comunitats. No obstant, tot i l'existència d'aquestes normatives, s'ha de reconèixer que, encara avui, la majoria dels espais turístics es segueixen caracteritzant per greus carències de planificació (Miralbell, 2010).

I és que la importància que es concedeix avui a la planificació turística és reconeguda per la mateixa OMT (Organització Mundial del Turisme), quan afirma que “sin planificación integral de la actividad turística difícilmente se puede llegar al éxito en la gestión y desarrollo del turismo” (Miralbell, 2010: 145). Perquè les característiques pròpies que defineixen l'activitat turística (diversitat sectorial, transversalitat i territorialitat), la gran quantitat d'agents que intervenen en la configuració, la promoció i la comercialització del producte turístic, i el caràcter divers, heterogeni, i sense jerarquia dels agents, tant públics com privats, evidencien la necessitat d'un model de gestió que garanteixi la coordinació entre totes les peces de la cadena de valor del turisme, situant-lo com un dels aspectes clau del desenvolupament sostenible del destí turístic (Prieto et al., 1996; Secretaria General de Turismo, 2008).

És per aquests motius, com ja s'ha esmentat, que en els últims anys ha proliferat el nombre de plans turístics, amb el què s'ha demostrat la importància de la planificació turística a diferents nivells: supranacional, nacional, regional i local. No obstant, resulta preocupant que per falta de finançament, de personal format, d'informació adequada, de legislació efectiva, entre altres aspectes, molts d'aquests plans hagin estat de difícil implementació i materialització, provocant així, una pèrdua considerable de recursos i una reducció de les expectatives a l'hora de dur a terme polítiques de desenvolupament turístic en els destins afectats (Miralbell, 2010).

De fet, tot i la necessitat evident d'un ens de gestió de caràcter mixt que coordini i reuneixi els esforços de tots els agents implicats, aquest no s'ha pogut establir, encara, per culpa d'una sèrie d'obstacles i barreres com són la pròpia discrepància d'objectius entre els agents implicats, la varietat de visions sobre el desenvolupament turístic, la disparitat de cultures organitzacionals i de gestió, la diversa naturalesa de les pròpies organitzacions i les grans diferències de capacitat i d'assumpció de riscos financers (Secretaria General de Turismo, 2008).

Cal tenir present, que el turisme és una activitat molt complexa, ja que produeix efectes sobre l'entorn econòmic, social i natural, i per aquesta raó, és necessari que el seu desenvolupament es realitzi de la manera més ordenada possible, intentant reduir tots aquells impactes que poden ser negatius, amb el fi de maximitzar els beneficis econòmics, socials i culturals (Miralbell, 2010).

I és que el territori resulta un element bàsic del desenvolupament turístic, donat que en ell s'integren els recursos mediambientals, artístics i culturals dels que disposen els destins turístics, a la vegada que és l'espai físic destinat a l'emplaçament d'infraestructures i equipaments. El turisme es manifesta com activitat econòmica que condiciona l'ordenació del territori, ja que el necessita, l'utilitza, el consumeix i el transforma, és a dir, el propi turisme s'erigeix com un dels principals agents de destrucció dels recursos sobre els que es construeix, considerant l'elevada fragilitat d'aquests (Miralbell, 2010).

Aquest ús del territori per part de l'activitat turística implica l'existència d'una dimensió ambiental que genera diferents problemàtiques, pel que es necessita recórrer a tècniques de planificació que garanteixin un desenvolupament turístic sostenible (Miralbell, 2010).

Per això, després d'haver vist com la transformació d'un recurs en producte també canvia el paisatge i la morfologia del territori, s'ha demostrat, un cop més, la necessitat de regular i planificar aquests processos, per tal d'evitar que els agents econòmics, amb el fi d'obtenir beneficis immediats, posin en perill el propi capital fix del turisme: l'atractiu territorial i ambiental del destí (Vera et al., 2011).

Tant mateix, en l'actualitat, aconseguir un bon nivell de satisfacció, fins i tot en aquelles experiències més bàsiques que es troben els turistes en un destí, no depèn només de factors com l'atractiu dels seus recursos (naturals, culturals, etc.), l'existència d'una oferta turística d'acord amb les seves necessitats i motivacions, o les infraestructures, equipaments i serveis generals de recolzament a l'activitat turística, sinó sobretot, del grau d'integració de tots ells, i de la seva orientació, tant cap el turista/visitant, com cap a la població local (Prieto et al., 1996).

Per avançar en la línia de resoldre aquest repte s'ha de conèixer que és imprescindible canviar els mètodes tradicionals de planificar i gestionar els territoris i les ciutats turístiques. En efecte, en "el escenario turístico actual se repiten unas mismas pautas válidas para cualquier espacio (litoral, natural, rural, urbano, de montaña y corporativo); es decir, una alta competencia entre los destinos debido a una cada vez más exigente demanda en sus elecciones turísticas; una mundialización en los procesos de inversión y

concentración de las empresas turísticas, y una directriz cada día más contrastada de sostenibilidad y calidad territorial en el diseño de los productos turísticos, que demandan profundos cambios para que pensando en éstas y otras tendencias globales se pueda planificar y gestionar el territorio turístico local, y para ser capaces de responder con mayor velocidad y más flexibilidad a las necesidades de competitividad de dicho escenario” (Vera et al., 2011: 74-75)

Si ens centrem en els programes i polítiques de turisme referides a les àrees costeres, veiem com “tienden a valorar más y mejor el territorio como argumento del turismo, frente a los procesos de ocupación masiva y desorganizada que han sido nota dominante en tantos destinos. La necesidad de afrontar nuevos retos en un escenario más competitivo, el desgaste de los privilegios iniciales, las consecuencias de la masificación en la imagen de los lugares y las posibilidades que derivan de la revalorización y el redescubrimiento de los valores intrínsecos del territorio impulsan a acometer nuevas vías de trabajo en la línea de la renovación y la reestructuración urbanística y territorial” (Vera et al., 2011: 310):

1. “Medidas para la rehabilitación y renovación de los espacios públicos, ante el deterioro escénico y funcional al que se ven sometidos, mediante la creación de nuevos espacios libres de uso público, la mejora del mobiliario urbano y de la estética de las vías y entornos públicos, o las restricciones del tráfico rodado y fomento del uso peatonal en tramos viarios con el fin de garantizar una movilidad más sostenible.
2. Valoración de recursos patrimoniales, de tipo cultural, natural y paisajístico, que abarcan actuaciones desde la recuperación de la identidad local de las poblaciones costeras, la gestión turística de su patrimonio arqueológico, la creación de centros de interpretación y museos basados en las técnicas de interpretación, las mejoras del paisaje urbano (señalización, integración de la edificación) hasta la declaración de espacios protegidos por su interés ecológico – paisajístico y su adecuación al uso público y la recuperación y conservación de antiguos caminos rurales, senderos y vías pecuarias que se convierten en oportunidad para las actividades recreativas y la educación ambiental.
3. La reordenación urbanística y las políticas de contención del crecimiento, mediante técnicas de desclasificación del suelo urbanizable, intercambio de

usos y medidas para el esponjamiento de los espacios saturados por la edificación.

4. Regulación y determinación de estándares para las ordenaciones turísticas, como medida para el diseño de las edificaciones, establecimientos y complejos turísticos, que suelen acompañar a las normas de planificación territorial del turismo, de manera que en algunas regiones turísticas especializadas en turismo masivo, la necesidad de renovación de la planta de alojamiento y la rehabilitación de establecimientos con el objetivo de definir criterios para la ordenación de los centros turísticos, han llevado a incorporar medidas bajo la forma de estándares que pueden contribuir a un nuevo modelo edificatorio.
5. Proyectos urbanos estratégicos orientados a impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico o contribuir a la cualificación y diversificación del actual y que suelen basarse en la construcción de algún equipamiento emblemático.
6. Impulso a la gestión ambiental del destino turístico en el ámbito público, mediante la aplicación de diferentes herramientas y técnicas que abarcan desde la aprobación de Agendas Locales 21 y Sistemas de Gestión Ambiental para destinos, aplicando el reglamento europeo EMAS, hasta aspectos más puntuales como la certificación ambiental para playas con sistemas como la Q de calidad que otorga el Instituto para la Calidad Turística de España” (Vera et al., 2011: 311-312-313-314).

D'aquesta manera, per tot això que s'ha esmentat, es veu com es fa necessari efectuar una adequada planificació del turisme, amb sentit d'equilibri i buscant sempre la coherència en les diferents actuacions. Així com considerant de forma esmerada i tècnica l'inventari disponible d'àrees amb recursos turístics; especificant les seves característiques peculiars, els atractius que s'han d'oferir i les formes d'explotació; valorant les limitacions i característiques del medi ambient de l'entorn, i analitzant les repercussions positives o negatives, tenint com objectiu permanent i fonamental la preservació i inclús la millora del marc ecològic (Miralbell, 2010).

I és que, mantenir la competitivitat turística, elaborar una bona orientació estratègica per a mantenir el posicionament del destí i aconseguir uns majors nivells de sostenibilitat, requereix treballar en el desenvolupament de models de gestió, en els destins, basats en la coparticipació públic – privada; especialment en els àmbits de la planificació estratègica, la promoció i la comercialització (Prieto et al., 1996).

2.4. Importància del turisme cultural en destins de sol i platja:

Ningú dubta avui, que l'activitat turística ha de ser necessàriament compatible amb el medi ambient i amb el medi social en el què s'insereix. No obstant, al llarg del segle XX, a Espanya, el model de desenvolupament turístic s'ha basat fonamentalment en el sol i platja, amb una oferta complementària molt escassa i amb una gestió i planificació molt poc respectuosa amb el seu entorn i matèria prima (García i Albuquerque, 2003).

Paral·lelament a aquesta situació, s'ha detectat, des de fa uns anys, una tendència creixent, en la demanda del mercat turístic, de la cerca de noves satisfaccions en resposta a expectatives d'oci i esplai: una combinació de vacances, turisme i enriquiment cultural, en una actitud molt més activa i participativa. I és que avui, el consumidor té una major accessibilitat a la informació, és més exigent, sap el que vol, reclama una oferta de qualitat i diversificada, busca propostes personalitzades, estances més curtes i viatges més freqüents i fora de temporada, esperant que les expectatives posades en un destí turístic siguin satisfetes (García i Albuquerque, 2003).

Per aquest motiu, en els últims anys, el sector turístic sembla haver iniciat una estratègia de desenvolupament diferent fomentada per aquesta demanda cada cop més segmentada, pels problemes derivats de l'excés de capacitat de càrrega i la gestió de fluxos, i per la detecció que, en alguns destins litorals, les visites turística – culturals han augmentat significativament al llarg de les últimes dècades (Cànoves i Prat, 2012).

Així doncs, ens trobem davant d'un "nou" producte, el turisme cultural, que, anteriorment, ja havia començat a ser explotat en els entorns urbans, i que té la particularitat de ser consumit simultàniament, a diferència del què es creia tradicionalment, per diferents tipologies de visitants (Prat i Cànoves, 2012).

De fet, cal recordar, que "se trata de acciones que ya se habían ensayado en los «laboratorios turísticos» del litoral británico, como por ejemplo en Torbay, en la Riviera inglesa, donde en la segunda mitad de la década de los años ochenta, se puso en marcha un Programa de Acción de Desarrollo Turístico que, entre otras líneas, incorporaba la creación de nuevas atracciones y equipamientos turísticos, así como acciones de puesta en valor de recursos patrimoniales y naturales para su explotación turística y recreativa" (Vera y Baños, 2010: 337).

Un cop vist això, cal considerar, les possibilitats que ofereix el turisme cultural per diversificar i fer més atractiva l'oferta turística tradicional de sol i platja. L'enriquiment de l'oferta turística de sol i platja amb elements culturals provoca un valor major d'aquesta oferta, un fet que és especialment valorat per aquells segments de turistes que presenten certes inquietuds culturals i que busquen, durant les seves vacances, noves formes d'oci i d'entreteniment diferents, encara que compatibles, amb el gaudi del sol i la platja (Albuquerque i García, 2003). I és que com s'ha vist, el nou turista ja no només busca serveis, sinó que desitja gaudir d'experiències i sensacions que satisfacin el seu sistema emocional i enriqueixin el seu viatge; i davant d'aquesta situació, aquests nous productes, són capaços d'incorporar al sistema tota la potencialitat del patrimoni natural i cultural, tant en la seva dimensió material com en la immaterial. (Vera et al., 2011)

Aquest renéixer del turisme cultural, en la seva accepció més ample, confereix un nou paper als recursos "culturals" i alhora, suposa un contrapunt a la hegemonia de les variables sol i platja, una dinàmica de canvi que ha estat interpretada com un procés de trànsit cap a pràctiques turístiques postfordistes o neofordistes (Vera et al., 2011).

De fet, des dels anys vuitanta del passat segle, s'han anat detectant signes i símptomes d'esgotament del model massiu i estandarditzat de vacances en les àrees costaneres, tot i això però, cal reconèixer com alguns d'aquests destins han estat capaços de perdurar, i inclús de revitalitzar-se i reinventar-se, mitjançant diferents estratègies. La capacitat d'aplicar millores en la qualitat, de fidelitzar la demanda, de competir en els preus, d'innovar en comercialització, de dissenyar nous productes complementaris o millorar la connectivitat, han estat algunes d'aquestes estratègies utilitzades. I és que, val a dir que, tot i haver pronosticat una tendència irreversible cap al declivi, els centres consolidats del turisme litoral segueixen funcionant i fins i tot creixent, a curt i mig termini, mentre sorgeixen noves àrees competidores centrades en aquest mateix producte (Vera et al., 2011).

Probablement una de les raons essencials d'aquesta supervivència és la capacitat de fer coexistir diversos tipus de producció turística en un mateix lloc, donat que s'ha pogut observar com conviuen i es solapen en els destins formules pròpies del model fordista de masses amb nous patrons de consum turístic i d'oci propis del postfordisme, orientats a segments més específics de demanda (Vera et al., 2011)

Però les reaccions a l'esgotament del model estandarditzat estan essent molt diferents, des dels casos en els que s'observa una clara voluntat de redefinir l'estratègia turística actual, als que superen el problema de forma artificial forçant encara més les pautes de producció

massiva de l'allotjament. Millors resultats ofereixen les actuacions encaminades a un altre dels problemes essencials no resolts en el turisme litoral, l'estacionalitat dels fluxos de visitants. De fet, els destins que estan treballant en aquesta línia de desestacionalització, mitjançant estratègies de comercialització i captació de diferents mercats i inserció de nous productes, han superat els problemes del decreixement de l'afluència i mantenen altes cotes de dinamisme empresarial que es tradueixen, progressivament, en una millora de l'oferta (Vera et al., 2011). I és que existeixen nombrosos avantatges en la desestacionalització d'un destí turístic, i a més aquests es distribueixen entre tots els factors productius involucrats en el procés productiu i per tots els agents econòmics que participen en el sector (García i Albuquerque, 2003):

“Por el lado de los factores productivos, se obtiene un mayor y mejor aprovechamiento del capital instalado, consiguiendo reducir el coste por unidad de producto y aumentando, por tanto, la rentabilidad del capital” (García i Albuquerque, 2003: 100).

“Para los trabajadores, la desestacionalización permite que se prolongue el período de tiempo durante el que pueden estar empleados. Esto genera efectos positivos sobre los ingresos de los trabajadores, mayor estabilidad en el trabajo y significativas mejoras en la calificación y la productividad” (García i Albuquerque, 2003: 100).

“Por otra parte, ambos lados del mercado, demanda y oferta, se benefician también de la desestacionalización de un destino turístico” (García i Albuquerque, 2003: 100).

“La demanda, es decir, los turistas – clientes, pueden disfrutar de los servicios que se les ofrecen durante un período de tiempo más amplio, en unas instalaciones de mayor calidad, y pueden ser atendidos por una mano de obra más cualificada. Todo ello posibilita que aumente la satisfacción de los turistas, un factor determinante para conseguir la deseada fidelización al destino turístico” (García i Albuquerque, 2003: 100).

“Por su parte, desde el lado de la oferta, la reducción de la estacionalidad permite aumentar los beneficios de las empresas, al ofrecer éstas sus servicios durante períodos de tiempo más largos, en los que la generación de ingresos supera, al menos, los costes variables de la producción” (García i Albuquerque, 2003: 100).

“Por otra parte, no debemos olvidar que las grandes concentraciones de turistas durante los meses centrales del verano en el litoral mediterráneo de nuestro país están empezando a crear más problemas e incomodidades de las que serían deseables, no sólo para los habitantes de dichas zonas, sino también para ciertos grupos de turistas, que buscan más la calidad en los servicios y infraestructuras del destino turístico que los precios,

relativamente económicos, con que se compite en ciertas zonas para satisfacer a grandes volúmenes de turistas” (García i Albuquerque, 2003: 100).

Cal tenir present però, que l'adaptació d'un nou context turístic és, sens dubte, un procés complex. No obstant, davant això els destins madurs gaudeixen d'alguns avantatges, com la millora de l'accessibilitat i l'efecte de nous models de transport aeri, que els situen com espais immediats per les grans àrees emissores. A més, també incideix el fenomen denominat *redisencialisme*, associat a l'adquisició d'immobles en àrees costaneres (Vera et al., 2011).

Per tant, el turisme cultural constitueix, per si mateix, una gran oportunitat per les ciutats amb una gran riquesa patrimonial i cultural, al temps que es converteix en el complement ideal per al “sol i platja” per aquells turistes que desitgen conèixer llocs nous, i amb unes inquietuds culturals diferents (Albuquerque i García, 2003).

Finalment, i ja com a cloenda, caldria destacar un exemple reeixit de destí de sol i platja en el què s'ha decidit apostar pel patrimoni i el turisme cultural com a oferta complementària. Aquest és el cas del municipi de Sagunt (província de València), el qual presenta dos nuclis principals de població: el nucli històric i el port, tot i que també es comptabilitzen quatre nuclis més de menor entitat: l'Almardà, El Baladre i les partides de Gausa i de Montiver.

El municipi de Sagunt, en la seva voluntat d'impulsar un turisme de qualitat, no només ha apostat pel seu turisme de sol i platja, sinó també pel turisme cultural relacionat amb el seu patrimoni històric, monumental i industrial. D'aquesta manera, va redactar, a l'octubre de 2008, un Pla de Dinamització del Producte Turístic, en el què es plantejava dur a terme un seguit d'iniciatives com ara configurar una oferta de turisme industrial, convertir la Casa dels Berenguers en un centre de recepció de visitants i d'interpretació de la ciutat o la creació d'una senyalització interpretativa, entre d'altres, per tal de recuperar i revalorar el seu patrimoni i convertir-lo en un producte adaptat a la nova realitat turística.

En aquest sentit, aquestes mesures empreses en matèria de turisme, com la posada en valor d'elements del patrimoni històric i industrial, així com altres iniciatives desenvolupades, i la utilització de les xarxes socials i noves tecnologies, han tingut un efecte important en la millora dels resultats del passat estiu 2013 en aquest sector, amb un increment del nombre de turistes del 15% respecte l'any anterior. De fet, de les 11.492 persones que van passar l'estiu passat per les oficines de turisme de Sagunt, 4.135 es van interessar per la informació local sobre monuments o llocs d'interès i un 3.059 per activitats culturals; la resta d'aspectes que també van tenir una gran demanda van ser les

festes (2.675), el transport (1.124) o altres alternatives d'oci (1.048). Totes aquestes xifres, reflecteixen una tendència molt positiva en el nombre de turistes, tant nacionals com estrangers, que escullen Sagunt com a destí, encara que és important senyalar que el nombre real de turistes en el municipi és major que aquestes xifres, donat que no tots els visitants acudeixen a les oficines de turisme, sinó que molts troben informació en els mateixos allotjaments o a través d'altres mitjans (Ajuntament de Sagunt, 2013).

3. Estat de la qüestió (estudi de la situació)

Prenent el model de l'evolució dels destins turístics, que ha estat objecte de nombrosos anàlisis, el turisme a la Costa Brava també s'ha desenvolupat seguint cinc fases. La primera, a finals del segle XIX i inicis del XX, va ser considerada una etapa "proto – turística", que consistia en excursions per la costa i l'aparició de banyistes . No obstant, aspectes negatius com els conflictes, la inseguretat, la mala imatge del país, les deficientes infraestructures i els allotjaments precaris, van provocar que els turistes preferissin altres destins abans que la Costa Brava (Cànoves i Prat, 2012).

Gràcies als canvis que es van anar produint en la situació econòmica i social espanyola, alguns dels seus territoris van començar a ser objecte de rutes de viatgers il·lustrats. Un d'aquests llocs va ser la Costa Brava, etapa anomenada "pre-fordista", amb una gran diversitat de formes turístiques i discontinuïtat en l'espai i el temps. En aquesta, a més de seguir amb l'activitat excursionista científica, iniciada en l'etapa anterior, i l'ús de les platges gironines com a lloc d'evasió dominical per a la població dels pobles veïns, es va començar a desenvolupar un turisme residencial, construint algunes segones residències aïllades, preferentment en llocs privilegiats del litoral, moltes d'elles propietat d'estrangers, i amb un elitisme propi de la classe turista, poc nombrosa però amb un alt poder adquisitiu i un bon nivell cultural (Cànoves i Prat, 2012). No obstant, també hi havia construccions més modestes i amb menys confort provinents de migracions locals, entre les aglomeracions sublitorals i les platges immediatament veïnes. Concretament, en el cas de Palafrugell es va comptabilitzar una vintena d'aquest tipus de vivendes, i fins i tot un centenar al llarg de tota la costa gironina. Paral·lelament, es van construir també els primers balnearis (Barbaza, 1988).

Però fou només després de la Primera Guerra Mundial que el turisme comparegué a la costa gironina d'una manera més activa, tot i que encara força modesta. De fet, en aquest moment es podien distingir els següents tipus de turisme:

- "Un turisme estrictament local i familiar, que interessava la petita burgesia dels pobles veïns; pel paisatge representà la irrupció de modestes cases d'esbargiment, dins les aglomeracions urbanes o bé en la immediata rodalia.

- Un turisme d'origen més llunyà, format sobretot per artistes i escriptors i dirigit cap a Tossa. No comportà edificis nous encara, perquè els artistes s'allotjaven de bon grat a les cases dels locals. Tres o quatre hotels van donar l'abast, amb escreix, a l'hora d'acollir aquest primer contingent.

-Un turisme elegant i ric que es traduí en la proliferació de residències molt boniques dispersades entre Blanes i Begur” (Barbaza, 1988: 264-265).

“No obstant això, l'impacte total del turisme a la costa gironina en l'època d'abans de 1930 no passà de ser molt discret. Sens dubte, es començaven a animar les platges entre el quinze de juliol i el quinze d'agost; però ni els paisatges ni els gèneres de vida se'n sentiren encara sensiblement afectats” (Barbaza, 1988: 265).

L'any 1936, el turisme que es dirigia cap a la Costa Brava era encara, essencialment, regional, i per aquest motiu, no es recuperà el seu ritme fins al final de la Guerra Civil. Val a dir però, que aquesta recuperació gairebé no es va percebre ja que els recursos del turisme regional eren molt limitats. El volum del turista català o fins i tot espanyol, només podia augmentar d'acord amb un augment del nivell de vida. Ara bé, això era impensable comptant només amb els recursos nacionals. És per aquest motiu, que el moviment turístic va esdevenir molt estacionari fins al final de la Segona Guerra Mundial. Aleshores, el tancament de la frontera i els incidents franco – espanyols van crear noves dificultats, de manera que va ser només a partir de 1950 que el flux turístic que es dirigia cap a Espanya va augmentar i es diversificar amb una rapidesa prodigiosa (Barbaza, 1988).

D'aquesta manera, la tercera fase es va iniciar a principis dels anys setanta, acompanyant el desenvolupament econòmic del país amb un nou model turístic “fordista”, en el que predominava l'estandardització, la uniformitat i la pèrdua de personalitat del producte turístic ofert, començant a construir alguns hotels familiars, i reprenent l'expansió residencial en els mateixos nuclis litorals. També és en aquest moment, quan es comencen a millorar les carreteres, fet que afavoria l'augment de la mobilitat dels turistes (Cànoves i Prat, 2012).

I és que “la mediocritat dels mitjans de comunicació i de transport va endarrerir el moment de fer conèixer al gran públic la Costa Brava; i això explica, en gran part, la llarga durada de la fase preparatòria, d'aquell període de gestació del turisme en el decurs del qual només coneixien la costa gironina alguns devots i una clientela burgesa estrictament local. Però a partir del moment en què l'onada de turistes arribà a Espanya i descobrí la Costa Brava, les deficiències de les vies de comunicació no hi posaren més obstacle que les dels equipaments hotelers; va ser sota la pressió d'aquesta onada invasora que els mitjans de transport van millorar” (Barbaza, 1988: 350).

De fet, l'any 1923 es creà la SARFA (Sociedad Anónima Ribot, Font i Artigas), que va esdevenir l'empresa de transports més important de la Costa Brava. “Paral·lelament, es

van formar diferents empreses de transport a fi i efecte d'assegurar, d'una banda, els enllaços entre les estacions de l'interior i els centres turístics de la costa, i per l'altra, els enllaços d'un centre a l'altre, o, en darrer terme, entre els centres turístics i les platges, com és el cas de Palafrugell. Entre les diferents empreses creades, dues van ser, sens dubte, les més importants: la SARFA, de Palafrugell, i els Transports Pujol i Pujol S.L. de Lloret” (Barbaza, 1988: 355).

La quarta fase, que va tenir lloc durant els anys vuitanta i noranta, es va caracteritzar pel declivi, com a conseqüència de les successives crisis econòmiques aparegudes en els setanta, reduint el nombre de turistes i el seu consum; a més, van començar a aparèixer, progressivament, nous destins costaners que eren més competitius. Aquest retrocés, va provocar una disminució de la construcció i una obsolescència de la planta hotelera existent (Cànoves i Prat, 2012).

No va ser fins a finals dels anys noranta, en que es va entrar en la cinquena fase, anomenada “post – fordista”, amb l'aparició de vols de baix cost a l'aeroport de Girona – Costa Brava, amb uns turistes de major poder adquisitiu i noves motivacions i preferències, i multiplicant-se la competència d'altres destins turístics mediterranis amb ofertes similars. No obstant, s'ha detectat com, en alguns destins de la Costa Brava, existeix una escassa oferta complementària que empobreix la oferta turística del lloc i la fa menys competitiva (Cànoves i Prat, 2012).

Un cop revisada la història del turisme de litoral a la Costa Brava, es centra l'atenció, a continuació, en l'evolució concreta del present cas d'estudi: Palafrugell. Palafrugell, representa avui un 17% de les places turístiques de la comarca, només per darrera del municipi de Castell-Platja d'Aro. “Els inicis del seu desenvolupament turístic es situen a finals del segle XIX i principis del XX, amb les primeres cases d'estiueig a Calella i Llafranc construïdes per famílies benestants del municipi (vinculades a la indústria del suro) i d'altres zones properes. Dels anys vint fins al quaranta del segle XX es va viure una nova expansió, especialment a Llafranc, amb l'arribada dels visitants autòctons (barcelonins, sobretot). Hi va seguir un tercer període de creixement als anys cinquanta, inicialment amb turismes autòctons i als seixanta bàsicament estrangers, per tornar a incrementar-se el turisme català a partir dels setanta” (Martín i Fontboté, 2003: 9).

Val a dir també, que la consolidació precoç, als nuclis costaners de Palafrugell, d'un turisme basat en l'arrelament al territori i amb un poder adquisitiu mitjà - alt va fer que, en el període de màxima expansió, el fenomen turístic es desenvolupés d'una manera més controlada que en altres indrets del litoral (Martín i Fontboté, 2003).

Si s'observen dades més concretes, es troba com a Palafrugell, l'any 1963, es van acabar 9 blocs a Tamariu, amb un total de 124 apartaments; 6 a Calella, però un d'ells d'especial importància (114 apartaments); i 4 blocs a Llafranc. Eren, doncs, 425 apartaments que s'afegien als 614 habitatges existents al nomenclàtor de 1960. Fent pujar a 6.000 places la capacitat d'aquesta mena d'allotjament a les tres platges de Palafrugell. Segons aquestes dades, es poden resumir, doncs, les possibilitats d'acolliment del poble de la manera següent (Barbaza, 1988):

Tipus d'allotjament	Places
Hotels	2.510
Apartaments i torres	6.234
Allotjament a dispesa	2.000
Càmpings (3)	1.500
TOTAL	12.244

Figura 2. Taula amb els principals tipus d'allotjament del municipi de Palafrugell i les seves places corresponents (1964)

Font: *El paisatge humà de la Costa Brava* vol. 2 d'Ivette Barbaza

Seguidament, si es tenen en compte, la classificació dels centres turístics segons els coeficients de funció turística s'establia el següent: 24,6 a Palafrugell. La dispersió dels valors individuals de coeficient de funció hotelera era doncs considerable, i encara ho era més si en lloc de calcular el coeficient per unitats administratives (comunes), es calculava per unitats de població, perquè així calia separar Calella, Llafranc i Tamariu de Palafrugell. Aleshores s'obtenien els valors següents: Llafranc 675, Tamariu 455, Calella 338 i Palafrugell (poble/centre) 6 (Barbaza, 1988).

No obstant, aquest coeficient global només projecta la realitat de manera limitada, perquè, si bé és cert que la funció hotelera estava concentrada a Llafranc (675), Calella (338) i Tamariu (455), també hi havia una certa animació turística al poble (Palafrugell) gràcies a que s'hi concentraven tots els comerços turístics (Barbaza, 1988).

I és que "la característica més especial de Palafrugell era la separació dels elements del gènere de vida en l'espai a causa de la situació espacial del poble, d'esquena a la costa i allunyat de les platges. La funció als ports de Calella, Llafranc i Tamariu – que han perdut d'una manera gairebé total l'activitat pesquera – era l'allotjament turístic, i al nucli urbà de Palafrugell, la funció industrial i comercial, incloent-hi els comerços turístics. D'aquesta situació resultava un moviment continu, per al poble i les seves platges. Els matins eren d'una calma meravellosa a Tamariu, Calella i Llafranc, mentre que el poble es veia sorollosament animat pel mercat. Entre les deu i les tres, el moviment tornava a les

platges, i aleshores tot s'adormia fins a les cinc, i després, el moviment es dividia entre el poble i les platges. Així la funció turística de Palafrugell es veia desdoblada: allotjament als ports, comerç al poble; de manera que Palafrugell feia un paper dins el moviment turístic de molta més importància que el que dona a entendre el seu índex de funció hotelera” (Barbaza, 1988: 448).

Actualment, l'oferta turística del municipi es manté essencialment a l'espai litoral. Palafrugell disposa avui de 18 hotels que representen unes 1.310 places aproximadament, 4 càmpings amb 1.584 unitats d'acampada, 5 blocs d'apartaments turístics, 5 hostals, i 13 agències de lloguer. De tota manera, l'oferta principal són les segones residències; de fet, el nombre d'habitatges secundaris es xifrava l'any 1991 en 6.515, un 51% del total d'habitatges. Aquest fet s'accentua en els nuclis de la costa: dels 3.768 habitatges censats a Calella el 1991, només el 6,5% eren habitatges principals (Martín i Fontboté, 2003).

Veiem doncs, com la situació del municipi no ha patit grans canvis, donat que els turistes disposen, majoritàriament, del seu allotjament a la costa i paral·lelament, segueixen acudint al centre de Palafrugell per passejar pel seu mercat o gaudir de la seva oferta comercial. No obstant, el gran gruix de l'activitat turística es concentra a la costa i en concret a les diferents platges del municipi les quals han anat incorporant, amb els pas dels anys, més serveis i una major oferta turística.

A tot plegat, també cal destacar com, nombrosos turistes, desconeixen la realitat geogràfica de Palafrugell i consideren els seus nuclis costaners, Calella, Llafranc i Tamariu, com a entitats per a si soles, desvinculades del poble de Palafrugell, i això, juntament amb les deficiències del transport públic que uneix Palafrugell amb els seus nuclis costaners, contribueix a que els turistes passin, la major part de la seva estada, a la costa.

Tant mateix, actualment, segons diversos estudis realitzats a la comarca, el perfil del turista queda definit com a bàsicament familiar, d'origen, sobretot, català (amb una incidència important de Barcelona) de poder adquisitiu mig – alt, un percentatge molt alt dels quals repeteixen destinació, possiblement perquè tenen una segona residència (Martín i Fontboté, 2003). Per sota del públic català, trobem visitants de la resta de l'estat espanyol, sobretot madrilenys i bascos, seguits del turista francès, l'anglès i l'holandès (IPEP, 2013).

PAÍS DE PROCEDÈNCIA	VALORS
Espanya	19.567
França	7.851
Regne Unit	4.185
Països Baixos	1.236
Alemanya	1.007
Resta d'Europa	447
Resta d'Amèrica	381
Itàlia	327
Bèlgica	260
Estats Units d'Amèrica	180
Suècia	126
Resta d'Àsia i Oceania	124
Noruega	102
Suïssa	90
Canadà	70
Dinamarca	58
Xina	15
Àfrica	15
Finlàndia	10
Japó	6
Índia	6
Islàndia	2
TOTAL	36.059

Figura 3. Taula amb el nombre total de turistes per nacionalitat que va rebre el municipi de Palafrugell el passat any 2013

Font: Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell (IPEP)

Finalment, a nivell d'administració municipal, l'Ajuntament de Palafrugell té l'Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell (IPEP), un organisme autònom de caràcter administratiu amb personalitat jurídica pública descentralitzada, que participa en campanyes promocionals del turisme municipal, organitza activitats de manera directa o recolza iniciatives promogudes per altres entitats del sector. Un dels camps en que es centra l'actuació d'aquest organisme, és en buscar mesures per tal de trencar la forta estacionalitat, un dels principals problemes que caracteritza de manera general el sector turístic. A tal efecte, al llarg de l'any es realitzen una sèrie d'activitats destinades a atreure la població visitant: gastronòmiques (com la Garoinada), culturals (com el Festival de Jazz Costa Brava, la Cantada d'Havaneres de Calella o el Flors i Violes), entre d'altres (Martín i Fontboté, 2003).

Després d'haver vist l'evolució del turisme a la Costa Brava i més concretament el cas de Palafrugell, s'exposen breument a continuació les característiques i l'evolució del turisme cultural a la Costa Brava.

La oferta cultural de la marca turística Costa Brava, està formada, fonamentalment, pels components i elements següents: poblacions monumentals, esglésies i monestirs, monuments i edificis singulars (com el Far de Sant Sebastià de Palafrugell), museus d'art (com la Fundació Vila Casas – Can Mario), museus industrials (com el Museu del Suro de Palafrugell), museus d'artesanía i etnogràfics, festivals de música i esdeveniments musicals individuals (com Festival de Cap Roig o Cantada d'Havaneres de Calella de Palafrugell), rutes etnològiques, jaciments arqueològics i fires artesanals i rutes gastronòmiques (Cànoves i Prat, 2012).

Es tracta doncs, d'una oferta cultural força diversificada, que es distribueix espacialment per diferents espais del territori i que presenta una concentració especial en el litoral, les planes de l'Alt i el Baix Empordà, i les capitals comarcals (Cànoves i Prat, 2012).

Com s'ha vist, la marca Costa Brava, en plena fase turística post – fordista, és un destí consolidat que continua basant, encara avui, el seu principal atractiu en el seu paisatge i el seu clima, configurant un territori densificat urbanísticament al llarg de tot el seu litoral, i presentant un important nombre de segones residències i una bona oferta d'allotjaments turístics, infraestructures i instal·lacions. No obstant, com ja s'ha posat de manifest amb anterioritat, els nous plantejaments turístics i els canvis en les motivacions i els perfils dels visitants, han obligat als actors locals, públics i privats, a buscar nous productes que, complementàriament, serveixin per satisfer aquesta demanda i consolidin encara més el destí. I és que, “un destino turístico de litoral, aunque esté consolidado, si quiere mantenerse en el futuro, ha de presentar unas particularidades propias que le diferencien de los demás competidores, dentro de unos parámetros generales de calidad y sostenibilidad” (Cànoves i Prat, 2012: 133).

En el cas de la Costa Brava, el turisme cultural és una d'aquestes ofertes complementaries, que proporciona un alt grau de satisfacció en els seus consumidors, i en conseqüència, contribueix a la desestacionalització i situa en el mapa aquest territori com un atractiu turístic – cultural d'interès. “Es un turismo que apuesta por un producto personalizado y de calidad, con importantes inversiones en infraestructuras y servicios, pero que presenta un gasto del turista por encima de la media, ya que, junto a las visitas a museos, monumentos y otros puntos de atracción cultural, éste suele manifestar un cierto interés por el contacto con la población local y sus tradiciones” (Cànoves i Prat, 2012: 133).

Així mateix, aquest tipus de turisme, col·labora en el control de la capacitat de càrrega dels destins, no produeix agressió al medi ambient i ajuda a posar en valor alguns llocs menys *turistificats*. Per contra, val a dir també, que en ocasions, presenta certa manca de sostenibilitat econòmica i, per aquest motiu, és necessària la col·laboració i coordinació entre els diferents actors (Cànoves i Prat, 2012).

Per tot això, cal concloure que “el auge del turismo cultural, aún ser muy minoritario frente al turismo tradicional del litoral, como sucede en la Costa Brava, supone un efecto positivo sobre los recursos y productos culturales en tanto que contribuye a su mantenimiento, conservación y protección”, al mateix temps que col·labora en la preservació de la identitat cultural dels municipis i territoris (Cànoves i Prat, 2012: 133).

4. Anàlisi, propostes i accions

Després d'haver presentat el marc teòric i la situació actual del municipi de Palafrugell, s'exposa, a continuació, la part més empírica i, pròpiament d'investigació, del treball. En primer lloc, es presentarà l'inventari de recursos culturals, el qual consisteix en analitzar els diferents recursos culturals a partir d'una fitxa en la que es realitzen propostes de millora per aquelles febleses detectades.

En segon lloc, s'analitzaran els perfils turístics de les principals nacionalitats que escullen Palafrugell com a destí turístic, segons en les dades obtingudes per l'IPEP, per tal de conèixer les preferències i el comportament d'aquests usuaris. En tercer lloc, per completar aquest estudi, s'utilitzaran les dades obtingudes de les enquestes realitzades durant els mesos d'abril i maig del 2014 al municipi, per conèixer més detalladament l'opinió i la valoració dels seus turistes.

Un cop estudiats aquests tres aspectes, es realitzarà, gràcies a les dades obtingudes prèviament, un anàlisi DAFO per tal de detectar les debilitats, les amenaces, les fortaleces i les oportunitats d'aquests recursos.

Finalment, a partir de la informació i les dades obtingudes d'aquests anàlisis, es formularan un seguit de propostes a realitzar per millorar aquelles febleses i/o debilitats detectades.

4.1. Inventari de recursos

Des de la perspectiva de les tècniques i les eines de planificació, és interessant tenir, una primera aproximació, a l'avaluació del potencial turístic d'un destí, i amb aquest fi, s'utilitza l'inventari de recursos com a pas previ per la determinació del potencial d'atracció. D'acord amb els treballs de López Olivares (1998), aquesta preocupació s'ha incrementat en l'etapa actual del turisme, com a conseqüència de la necessitat de valorar els recursos dels diferents tipus de destins i establir mesures per a la seva protecció (Vera et al., 2011).

Els recursos són l'element d'atracció que impulsa al turista cap a un destí, el vertader nucli del producte i la seva referència essencial, per tant, la matèria prima i la part essencial del sistema turístic. Per aquest motiu, es considera recurs turístic qualsevol element, material o immaterial, que tingui capacitat, per si mateix o en combinació amb altres, d'atraure visitants a un determinat espai, amb motius d'oci, turisme i recreació. Aquesta definició amplia, inclou doncs, elements paisatgístics, històrics – culturals, naturals, gastronòmics, esdeveniments, etc (Vera et al., 2011).

No obstant, López Olivares matisa que la consideració de recurs depèn de que existeixi una oferta estructurada, una explotació comercial i una corrent de demanda. En realitat, la consideració de recurs deriva de la valoració social de l'element en qüestió ja que, d'entrada, tots els elements considerats són potencialment recursos i el que realment els converteix en punts d'atracció és la seva consideració com a tal per part dels mercats de demanda. D'aquesta manera, el recurs, com atribut de base natural i cultural dels llocs en els que s'implanta l'oci i el turisme, s'associa amb el valor d'ús i canvi en el sistema d'atraccions entre societats i grups en el que els elements es revaloritzen o es refuncionalitzen en atenció a les necessitats canviants que deriven dels processos socioeconòmics en el territori (Vera et al., 2011).

Es defineixen així unes categories de recursos, que són classificades a la seva vegada en tipologies i sub tipologies acordades a l'àmbit territorial d'aplicació i les seves especificitats. Les grans categories en què es classifiquen els recursos són (Vera et al., 2011):

- Atractiu o recurs natural i paisatgístic
- Recursos històric – monumentals, tècnics, etnològics, artístics o del patrimoni arqueològic.
- Recursos artesans i gastronòmics
- Folklore, festes i esdeveniments programats.

En el cas de la present màster tesis, s'ha decidit enfocar, l'anàlisi i l'inventari de recursos, a aquesta segona tipologia, és a dir, els recursos històric – monumentals, tècnics, etnològics, artístics i del patrimoni arqueològic. D'aquesta manera, prenent com a punt de partida els models proposats pel Sr. Jordi Casasayas i el Dr. López Olivares, i adaptant-los a les necessitats d'aquest estudi, s'ha redissenyat el model de fitxa per tal d'avaluar els recursos culturals del municipi de Palafrugell.

Val a dir, abans de presentar les fitxes, que per tal de poder completar-les correctament, s'ha avaluat la senyalització del municipi amb el fi d'observar si els recursos estaven adequadament senyalitzats i indicats. En aquest sentit es mostra a continuació, a través d'un plànol, quin ha estat el recorregut per localitzar la senyalització dels recursos i en quins indrets, s'ha localitzat la senyalèctica corresponent.

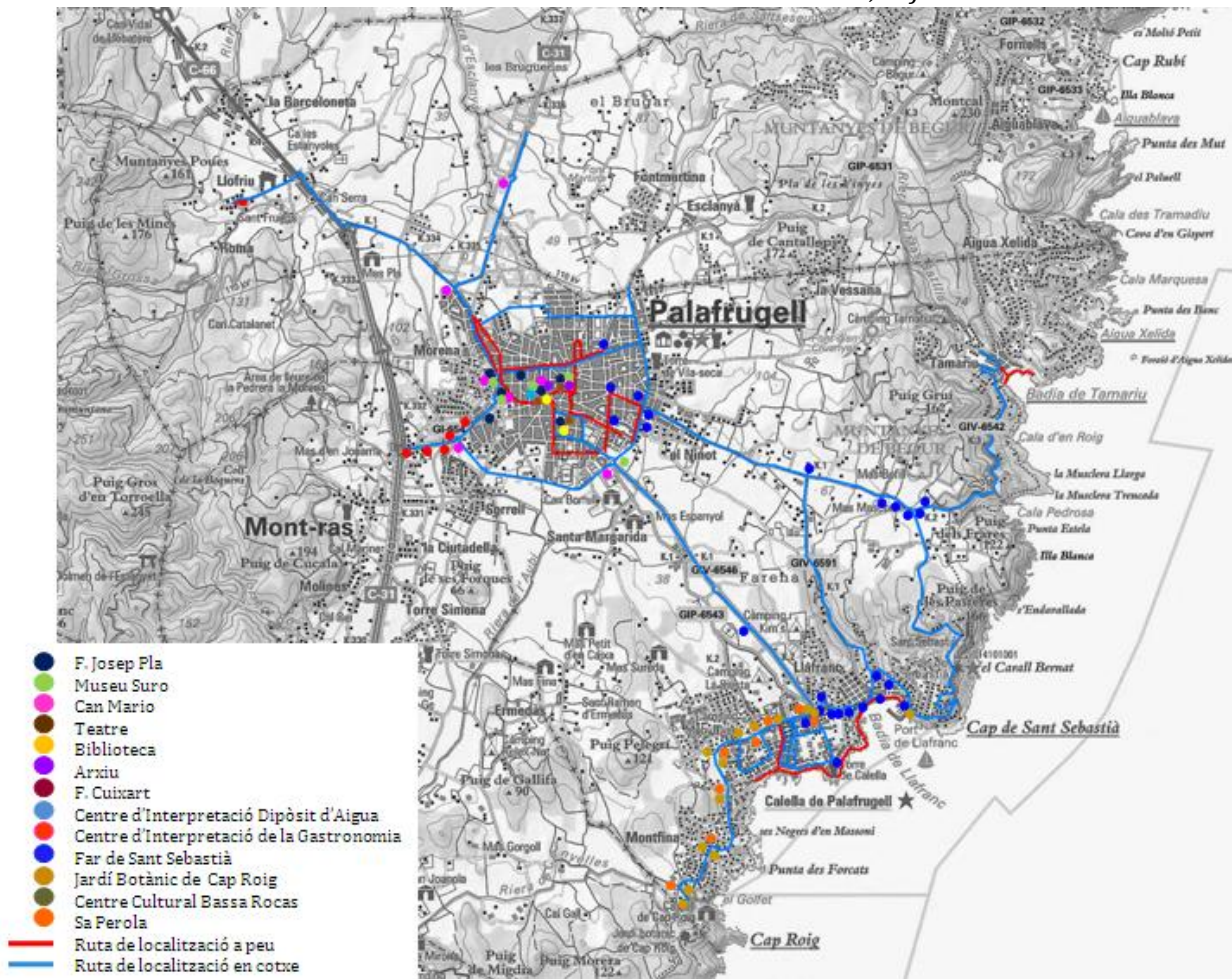


Figura 4. Plànol del municipi de Palafrugell amb la senyalització corresponent a cada recurs cultural localitzat (2014)

Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar, s'ha realitzat un recorregut a peu i un recorregut en vehicle rodat pels diferents nuclis de població del municipi de Palafrugell per tal de poder avaluar aquests dos tipus de senyalització. Així doncs, després d'haver presentat el plànol general del municipi es mostra, a continuació, un plànol concret per a cada nucli de població analitzat.

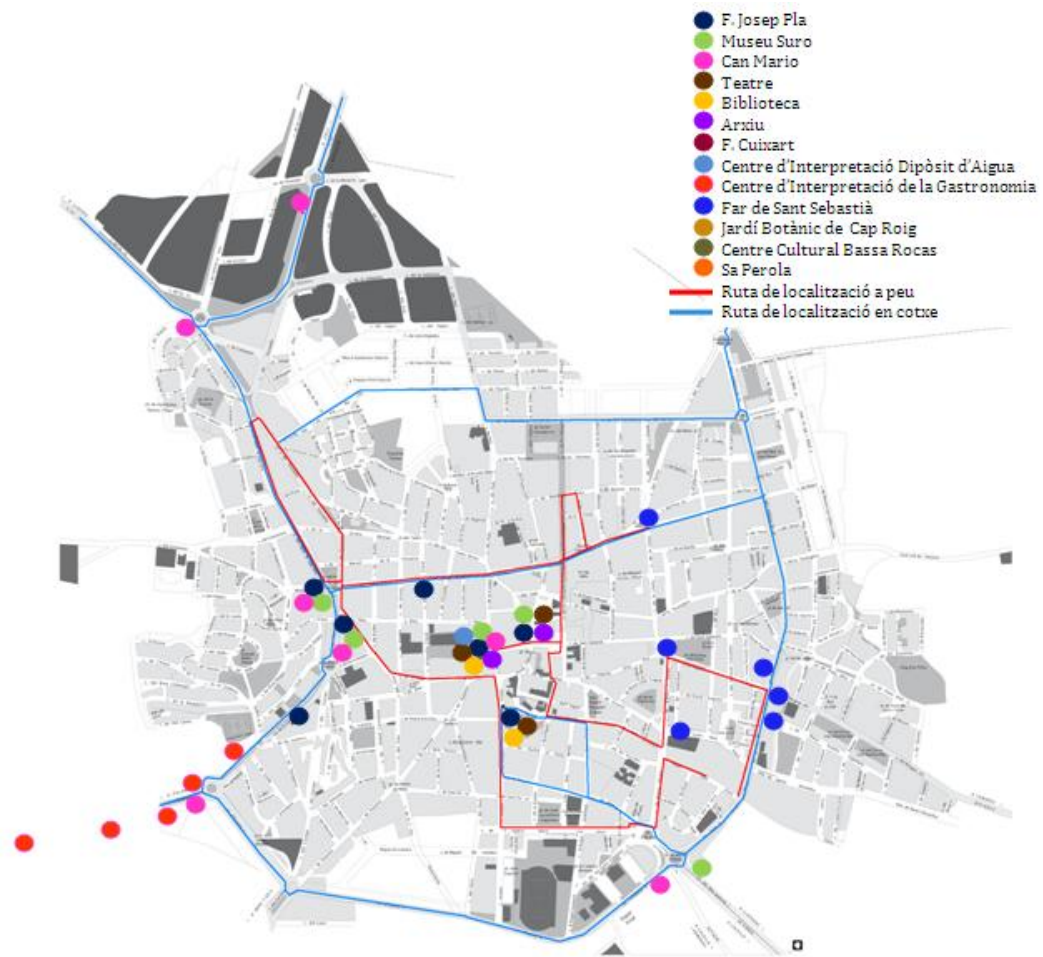


Figura 5. Plànol de Palafrugell amb la senyalització corresponent a cada recurs cultural localitzat (2014)

Font: Elaboració pròpia

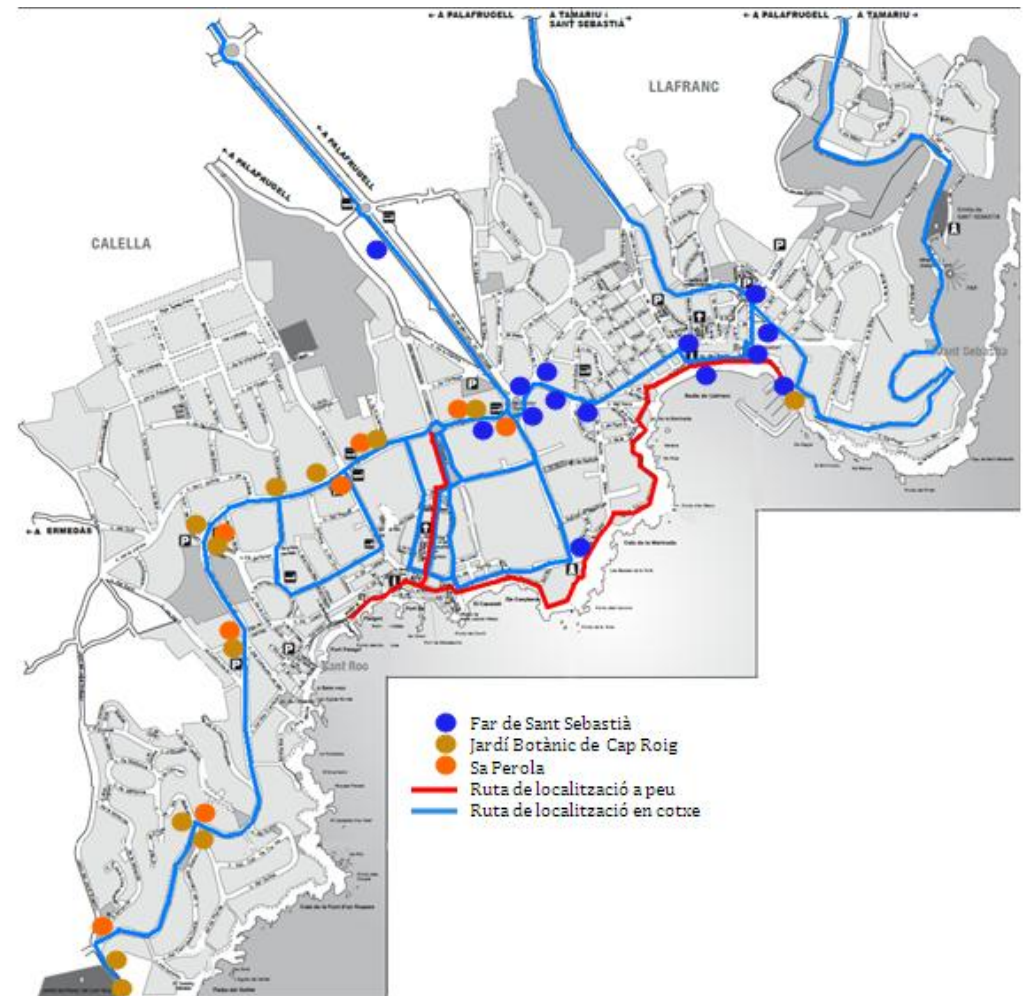


Figura 6. Plànol de Calella i Llafranc amb la senyalització corresponent a cada recurs cultural localitzat (2014)

Font: Elaboració pròpia



Figura 7. Plànol de Tamarit amb la senyalització corresponent a cada recurs cultural localitzat (2014)

Font: Elaboració pròpia

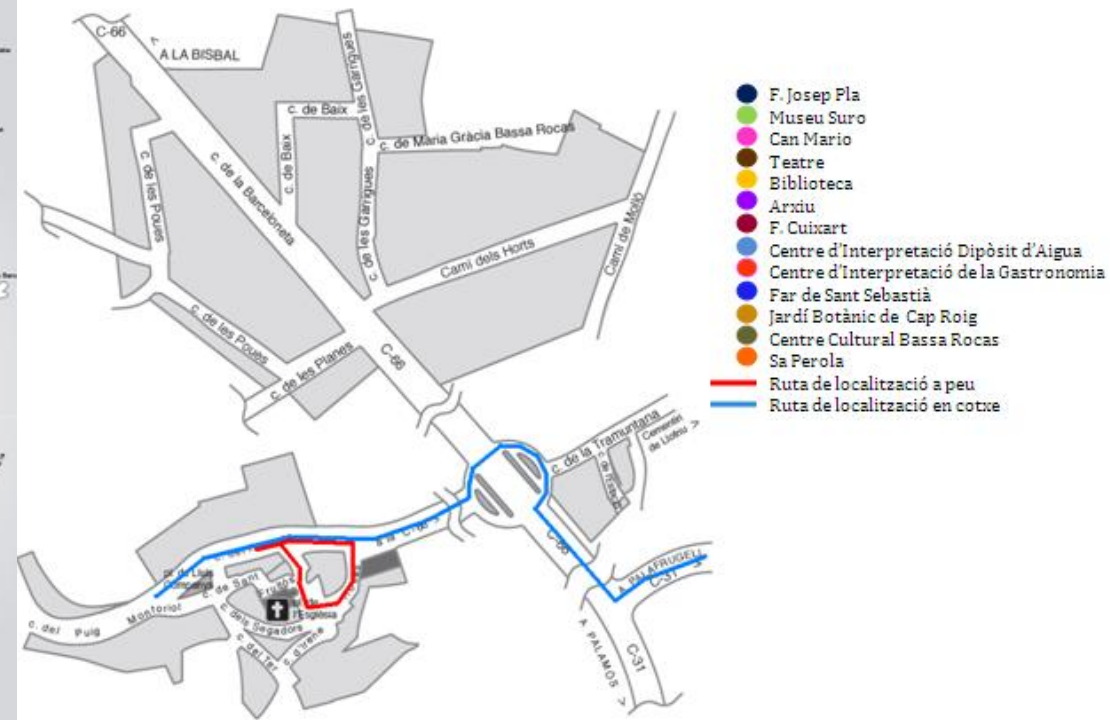


Figura 8. Plànol de Llofriu amb la senyalització corresponent a cada recurs cultural localitzat (2014)

Font: Elaboració pròpia

Un cop vist quin ha estat el procés d'avaluació de la senyalització dels recursos, es procedeix a presentar les fitxes dels diferents recursos culturals del municipi. Cal tenir present, que els recursos que s'han avaluat són la Fundació Josep Pla, el Museu del Suro, el Museu d'Art Contemporani – Fundació Vila Casas, el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, el Conjunt Monumental de Sant Sebastià, el Jardí Botànic de Cap Roig, el Centre Cultural Bassa Rocas, el Centre d'Interpretació de Sa Perola, el Centre d'Interpretació de la Gastronomia, l'Arxiu Municipal de Palafrugell, la Biblioteca Municipal, el Teatre Municipal i la Fundació Cuixart.

La selecció d'aquests espais ha estat realitzada per l'IPEP de Palafrugell el qual va facilitar un llistat amb els diferents recursos culturals amb els què contava el municipi actualment.

FUNDACIÓ JOSEP PLA
Descripció
La Fundació Josep Pla, nascuda l'any 1973, quan el propi escriptor decideix donar la seva biblioteca particular i crea la Fundació Privada Biblioteca Josep Pla, té com a objectiu promoure, motivar i facilitar la lectura i l'estudi de l'obra literària i periodística de Josep Pla. Per a fer-ho, organitzen diferents activitats com exposicions permanents i temporals, rutes i tallers.
Localització
La Fundació Josep Pla està situada al Carrer Nou, 49-51, per tant es troba a 5 minuts del centre del poble i d'altres recursos culturals importants.
Tipologia del recurs
Fundació mixta (privada – pública)
Titularitat/Propietat
Titularitat mixta (privada – pública)
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:
<ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <ul style="list-style-type: none"> <u>Biblioteca i Centre de Documentació:</u> Hivern (16 de setembre a 14 de juny) <ul style="list-style-type: none"> De dilluns a divendres de 9:00 a 14:00 i de 16:00 a 18:30 Estiu (15 de juny a 15 de setembre) <ul style="list-style-type: none"> De dilluns a divendres de 9:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:30 <u>Exposicions:</u> Hivern (16 de setembre a 14 de juny) <ul style="list-style-type: none"> De dilluns a divendres de 9:00 a 14:00 i de 16:00 a

Coordenades

41.9171111 - 3.1604448000000502



Figura 9. Imatge interior i exterior de la Fundació Josep Pla de Palafrugell (2014)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

<p>18:30</p> <p>Dissabtes de 10:30 a 14:00 i de 16:00 a 19:00</p> <p>Diumenges i festius (excepte dilluns) de 10:00 a 14:00</p> <p>Estiu (15 de juny a 15 de setembre)</p> <p>De dilluns a divendres de 9:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:30</p> <p>Dissabtes de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:30</p> <p>Diumenges i festius (excepte dilluns) de 10:00 a 13:00</p> <p><u>Grups i visites guiades:</u></p> <p>Tot l'any, prèvia concertació</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condicions d'accés al recurs: <p>L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.</p> <p>En segon lloc, també veiem com es pot accedir fàcilment en cotxe donat que es disposa d'un aparcament, (aparcament del Casal Popular) amb capacitat per a 247 vehicles, molt pròxim a la institució, així com altres aparcaments municipals que també es troben propers a la fundació (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing Can Mario i pàrquing Mercat).</p> <p>Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.</p> • Preus: <p>General - 2,5€</p> <p>Reduït - 1,5€</p> <p>Menors de 10 anys - gratuït</p> • Senyalització: <p>Pel que fa la senyalització hem pogut detectar els següents indicadors de direcció: C/ Cavallers, C/ Ample, C/ Torroella, C/del Mestre Sagrera, C/de Torres i Jonama i Av. Generalitat. Així mateix, trobem també un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi situat al passeig Mossèn Bosch Arnau.</p>
<p>Situació actual</p> <p>La Fundació Josep Pla presenta un bon estat de manteniment i conservació de les seves instal·lacions, i fa un bon ús de l'espai tot i les limitacions espacials que suposa que la fundació es situí en dues antigues cases del poble (la casa natal de l'escriptor i la casa annexa a aquesta).</p>
<p>Adaptació a la demanda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continguts de la visita: <p>La Fundació presenta la trajectòria vital i professional de Josep Pla relacionant-ho amb el context històric de l'època.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A l'entrada trobem una selecció de fotografies de Josep Pla relacionades amb alguns fragments de la seva obra

literària.

2. Posteriorment s'accedeix a la sala d'actes on es prepara un audiovisual (24 minuts) en què es resumeix la trajectòria de l'escriptor utilitzant com a fil conductor els seus viatges.
3. Exposició permanent, aquesta es situa dins la casa natal de l'escriptor, i vol ser una exposició divulgativa en la què a través de l'exposició d'objectes i documents en vitrines, així com a través d'imatges es presenta l'obra i vida de Josep Pla.
4. Al segon pis trobem per un costat, la continuació de l'exposició permanent amb una sala dedicada a l'obra més coneguda de Pla, *El quadern gris*, i finalment un audiovisual de l'entrevista que es va fer a l'escriptor a la cadena TVE en el programa *A Fondo* (80 minuts).

D'altra banda, també en el segon pis es troba disposada l'exposició temporal en què cada certs mesos es modifica el seu contingut tot i que sempre es troba relacionat amb la figura de l'escriptor.

- Idiomes:

S'ofereixen diferents idiomes en funció del tipus d'activitat:

-En l'exposició permanent, tots els textos es troben escrits en català tot i que es disposa d'uns fulls de sala en castellà, francès i anglès.

-L'exposició temporal tant sols es troba disponible en català.

-Les visites guiades a l'exposició i les diferents rutes que organitza la Fundació son per defecte en català, tot i que si es sol·licita prèviament, es poden fer també en castellà i francès.

- Serveis que s'ofereixen:

-Visita a l'exposició permanent i temporal

-Consulta a la Biblioteca Josep Pla i al Centre de Documentació

-Organització de conferències, presentacions, seminaris i cursos

-Servei de visites guiades

-Servei educatiu: tallers, rutes i vistes

-Ascensor (accés minusvàlids)

Mitjans de difusió i comunicació

- ✓ Fulletons
- ✓ Pàgina web de la institució
- ✓ Cartells promocionals
- ✓ Mupis i/o banderoles
- ✓ Xarxes socials
- ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament
- ✓ Web de turisme de Palafrugell
- ✓ Vídeos promocionals

Nivell d'aflluència turística

<p>La Fundació Josep Pla presenta un nivell d'afluència turística baix amb un total de 674 visites rebudes el passat any 2013, que es distribueixen, de la manera següent:</p> <p>Gener (39), febrer (17), març (40), abril (21), maig (34), juny (32), juliol (111), agost (197), setembre (101), octubre (33), novembre (27) i desembre (22).</p> <p>Observem doncs, com els mesos de major afluència són els que es concentren en la temporada d'estiu (juliol, agost i setembre) fet que demostra una gran estacionalitat de l'afluència turística.</p>
<p>Importància actual</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers a la Fundació Josep Pla i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com la Fundació es troba a cinc minuts del Museu del Suro, el Museu d'Art Contemporani de Can Mario, el Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, el Teatre Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal; i a deu minuts de la Fundació Cuixart i a dotze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.</p>
<p>Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs</p> <p>Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>Palafrugell, Peix fregit; Aigua de mar; La Llibertat; El rerepaís;</i> (visites guiades <i>A peu Pla</i> organitzades per la Fundació Josep Pla); <i>Ruta de Josep Pla etapes Palafrugell, Pals, Sant Sebastià, Tamariu i Llofriu</i> (visita guiada organitzada per la Fundació Josep Pla);</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p> <p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses de la fundació, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts del centre de la vila i d'altres institucions culturals i turístiques. De fet aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte, diferenciat per temporades (hivern i estiu) tot i que, com esmentarem més endavant, es podrien realitzar alguns canvis que podrien ser positius per a la institució.</p> <p>Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs aquestes són molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing molt proper a la institució que, durant alguns mesos, és gratuït, i, com ja hem apuntat anteriorment, es troba molt proper al centre.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com aquests són ajustats i assequibles i es fa l'esforç de segmentar-lo per a diferents perfils de públic. De la mateixa manera, la senyalització és, en aquest cas, correcta i els serveis que s'ofereixen també.</p> <p>Pel que fa els idiomes, trobem com en l'exposició permanent es té una major atenció a aquest aspecte, mentre que en l'exposició temporal o en les visites guiades es té més descuidat.</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com hi ha una gran estacionalitat, quelcom que s'hauria de mirar de modificar paulatinament.</p>

<p>Infraestructures d'ús públic</p> <p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing municipal de pagament del Casal Popular (amb una capacitat per a 247 vehicles) gratuït excepte en temporada alta – setmana santa i estiu –, i altres pàrquings municipals propers com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing Can Mario i pàrquing Mercat. -A 10 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 12 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos en bon estat i asfaltats
<p>PARÀMETRES DE GESTIÓ</p>
<p>Nivell d'actuacions</p> <p>Nivell d'actuació mig</p>
<p>Accions a desenvolupar</p> <p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Modificar l'horari d'estiu obrint també els dilluns, perquè si tanquem la institució durant el període de major afluència turística dificultem l'accés al públic i contribuïm a un empobriment de la oferta turística – cultural que oferim. -Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té molt en compte, en les condicions d'accés a la fundació, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus. -Ampliar l'oferta d'idiomes en les exposicions temporals i les visites guiades, tal i com es fa actualment en l'exposició permanent. Si bé és cert que les exposicions temporals tenen una durada relativament breu i la traducció del seu material a altres llengües pot semblar una despesa innecessària, la presència dels textos només en català, pot esdevenir una gran barrera per alguns visitants. De la mateixa manera, en relació a les visites guiades i/o rutes, que per defecte s'ofereixen en català, però que a demanda es poden fer en castellà i/o francès, també s'haurien de poder realitzar en anglès per poder satisfer a un major nombre de públic. -Reduir, paulatinament, la marcada estacionalització de les visites a la institució a través de realitzar una major difusió i promoció del recurs, i a través també de la col·laboració i el treball en xarxa amb la resta d'institucions culturals que es troben properes a la Fundació Josep Pla i que podrien construir discursos conjunts.
<p>Possibilitats didàctiques</p> <p>Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.</p>
<p>Possibilitats de la visita</p> <p>D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que en termes generals, es tracta d'una institució amb un gran potencial turístic donat que és la única fundació dedicada a la figura de l'escriptor Josep Pla i, per tant, al no tenir una competència directe, tenen davant una oportunitat que cal potenciar.</p> <p>També hem pogut veure com la ubicació de la institució també és un punt fort d'aquesta donat que es troba a pocs minuts del centre del poble i d'altres institucions importants del municipi.</p> <p>Així mateix, com ja hem esmentat anteriorment, les actuacions que s'haurien de realitzar per millorar el seu potencial són poques i molt</p>

concretes, i per tant, assequibles. En aquest sentit les actuacions que més urgeixen són la millora de la difusió de la institució i l'ampliació de l'oferta d'idiomes tant en l'exposició temporal com en les visites guiades/rutes.

MUSEU DEL SURO
Descripció
El Museu del Suro, fundat el 1972, i dedicat, com el seu nom indica, a la temàtica surera, té com a objectiu recollir, estudiar i difondre l'herència cultural i el patrimoni natural relacionats amb el món del suro a Catalunya.
Localització
El Museu del Suro està situat a la Plaça de Can Mario, per tant, es troba a 2 minuts del centre del poble.
Tipologia del recurs
Museu
Titularitat/Propietat
Fundació pública a càrrec de l'Administració Local
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:
<ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <p>De l'1 de juny al 14 de juny i del 16 de setembre al 30 de setembre, de dimarts a dissabte de 10:00 a 14:00 i de 17:00 a 20:00, diumenges de 10:00 a 14:00, i dilluns tancat.</p> <p>Del 15 de juny al 15 de setembre, de dilluns a dissabte de 10:00 a 14:00 i de 17:00 a 21:00, i diumenges de 10:00 a 14:00.</p> <p>La resta de l'any, de dimarts a divendres de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 19:00, dissabtes de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 20:00, diumenges de 10:00 a 14:00.</p> • Condicions d'accés al recurs: <p>L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.</p> <p>En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).</p> <p>Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.</p> • Preus: <p>Gratuït</p> • Senyalització: <p>Pel que fa la senyalització hem pogut detectar els següents</p>

Coordenades

41.9183558 - 3.1650732000000517



Figura 10. Imatge interior i exterior del Museu del Suro de Palafrugell (2012)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

<p>indicadors de direcció: C/Torroella, C/del Mestre Sagrera i C/Cavallers. També, trobem un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi, situat al passeig Mossèn Bosch Arnau, i on apareix destacat el Museu del Suro.</p>
<p>Situació actual</p>
<p>Es tracta d'un projecte museològic molt recent (inauguració nova seu 2012) i per tant es troba en un bon estat de conservació i amb un manteniment òptim. També es fa un ús coherent de l'espai, tot i que encara existeixen espais buits que es podrien aprofitar millor.</p>
<p>Adaptació a la demanda</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Contingut de la visita: <ul style="list-style-type: none"> Existeix tant la exposició permanent com l'exposició temporal: <ul style="list-style-type: none"> -Exposició permanent: <p>S'inicia la visita amb la projecció d'un audiovisual a l'auditori del museu (capacitat per a 103 persones) en el què es fa una breu presentació de la història del suro, els orígens i els indrets on es treballava tradicionalment, i tot seguit la narració es concentra en la història de la fàbrica surera <i>Miquel, Vinke & Meyer</i> edifici on es troba actualment el museu (30 minuts).</p> <p>Un cop vist l'audiovisual l'exposició permanent s'inicia en la planta baixa on la temàtica es concentra en la fabricació dels taps de suro tant de manera artesanal com manufacturada. En aquesta mateixa planta també es disposa de plafons que exposen el procés de la pela del suro, així com un espai interactiu en què es pot conèixer més sobre el tema a partir d'uns mòduls i d'una taula on gràcies a sis microscopis es pot observar les formes del suro i les seves parts.</p> <p>També en aquesta planta baixa, es troba un plafó on els visitants poden valorar la visita (posant una nota de l'1 al 10 als diferents espais visitats) així com proposar suggeriments i propostes de millora.</p> <p>L'exposició permanent continua a la segona planta on es presenten dues exposicions, <i>Si les parets parlessin</i> i <i>Literasuro</i>, que si en un primer moment van ser configurades com a una exposició temporal i una exposició itinerant respectivament, s'han acabat incorporant com a part de la permanent.</p> -Exposició temporal: <p>Actualment no hi ha cap exposició temporal. S'estan fent els preparatius corresponents per a la propera. Val a dir que les exposicions temporals poden ser o bé dutes a terme com a iniciativa pròpia del museu o bé iniciatives exteriors que arribant a un acord amb la institució puguin exposar el seu projecte (sempre que estigui relacionat amb la temàtica surera i/o el municipi).</p> • Idiomes: <ul style="list-style-type: none"> S'ofereixen diferents idiomes en funció del tipus d'activitat: <ul style="list-style-type: none"> -Els plafons expositius es troben escrits en català, castellà, francès i anglès. -L'audiovisual és en català però subtítulat al castellà, el

<p>francès i l'anglès.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Les visites guiades es fan en català, castellà, francès i anglès. -La oferta educativa s'ofereix en català i castellà -Els tallers i activitats familiars s'ofereixen en català i castellà (opció en francès i anglès amb demanda prèvia) <ul style="list-style-type: none"> • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Botiga -Visites guiades -Oferta educativa -Auditori (es cedeix l'espai per a diferents actes, encara no hi ha una tarifa prefixada) -Centre de documentació i biblioteca -Activitats i tallers familiars de cap de setmana -Sala polivalent en la què es realitzen alguns dels tallers i també determinats actes (aquesta sala serà en un futur un espai expositiu més del museu en què s'exposaran temes com l'actualitat del suro o el futur del suro). -Ascensor (accés minusvàlids)
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució ✓ Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament ✓ Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>El Museu del Suro presenta un nivell d'afluència turística mig - alta amb un total de 19.386 visites rebudes el passat any 2013, que es distribueixen, de la manera següent:</p> <p>Gener (876), febrer (1.217), març (1.422), abril (1.847), maig (2.548), juny (1.340), juliol (1.370), agost (2.370), setembre (1.265), octubre (1.108), novembre (1.140) i desembre (2.883).</p> <p>Observem doncs, com els mesos de major afluència són el mes de desembre i maig, i seguidament la temporada d'estiu (juny, juliol i agost) fet que demostra una certa estacionalitat de l'afluència turística.</p>
<p>Importància actual</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents turístiques locals ✓ Motiva corrents turístiques regionals ✓ Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Museu del Suro i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el museu es troba a la mateixa plaça que el Museu d'Art Contemporani de Can Mario i el Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, a dos minuts de la Fundació Cuixart, a tres minuts del Teatre</p>

Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal; i a tretze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.
Rutes o circuits en els què s'hagi inclòs
No s'ha trobat cap ruta o circuit en el què s'hagi inclòs.
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses del museu, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts del centre de la vila i d'altres institucions culturals i turístiques. De fet aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte, diferenciat per temporades (hivern i estiu). Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs aquestes son molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució i, com ja hem apuntat anteriorment, es troba molt proper al centre.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de direcció.</p> <p>Pel que fa el contingut de l'exposició, hem pogut detectar com el discurs expositiu és correcte, així com s'intenten introduir alguns elements interactius per aconseguir la participació de l'usuari i enriquir la seva visita.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del museu (segons les seves dades internes). Tant mateix, la institució a manifestat que vol anar introduint, progressivament, altres idiomes a la seva oferta en la mesura que els seus recursos els hi ho permetin.</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com existeix una certa estacionalitat de les visites al recurs i per tant, en aquest sentit, s'hauria de seguir treballant per a modificar-ho.</p>
Infraestructures d'ús públic
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing municipal de pagament Can Mario, i altres pàrquings municipals com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat. -A 11 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 13 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació mig – alt.
Accions a desenvolupar
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té

molt en compte, en les condicions d'accés al museu, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus.

-Millorar la senyalització del museu per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva presència.

-Reduir, paulatinament, els símptomes d'estacionalització de les visites a la institució a través de realitzar una major difusió i promoció del recurs, i a través també de la col·laboració i el treball en xarxa amb la resta d'institucions culturals que es troben properes al museu i que podrien construir discursos conjunts.

Possibilitats didàctiques

Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.

Possibilitats de la visita

D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes febleses que s'haurien de millorar progressivament, en termes generals, es tracta d'una institució amb un bon potencial turístic.

MUSEU D'ART CONTEMPORANI (FUNDACIÓ VILA CASAS)

Descripció

Aquesta institució es va constituir l'any 1986, gràcies a l'empresari farmacèutic Antoni Vila Casas, amb l'objectiu de promocionar l'art contemporani català. La seu a Palafrugell (dins el recinte de l'antiga fàbrica surera de Can Mario) va ser inaugurada l'any 2004, i des d'aleshores acull al voltant de 220 escultures que daten des de la dècada dels anys 60 fins a l'actualitat, així com també exposicions temporals.

Localització

El Museu Can Mario (Fundació Vila Casas) està situat a la Plaça de Can Mario, 7, per tant, es troba a 2 minuts del centre del poble.

Tipologia del recurs

Museu

Titularitat/Propietat

Fundació privada sense ànim de lucre

POTENCIAL TURÍSTIC

Accessibilitat al recurs

En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:

- Horaris i dies d'obertura:

Hivern (del 2 de febrer al 14 de juny i del 17 de setembre al 15 de desembre)

Dissabtes d'11:00 a 14:00 i de 16:30 a 20:30, diumenges i festius d'11:00 a 14:00. Tancat del 16 de desembre a l'1 de febrer.

Setmana Santa (dijous i dissabte): d'11:00 a 14:00 i de 16:00 a 20:30, (divendres) d'11:00 a 14:00

Estiu (del 16 de juny al 16 de setembre)

De dimarts a diumenge de 17:00 a 21:00. Dilluns tancat

Coordenades

41.91872549714727 –
3.1659759029327006



Figura 11. Imatge interior i exterior de la Fundació Vila Casas (2011)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

(excepte si és festiu que es tanca el dimarts)

- Condicions d'accés al recurs:

L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.

En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).

Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.

- Preus:

General – 3€

Entrada reduïda (estudiants i jubilats) – 1€

Visites guiades concertades – 9,50€ + l'entrada

Exposició temporal – 1€

- Senyalització:

Pel que fa la senyalització hem pogut detectar els següents indicadors de direcció: C/Torroella i C/del Mestre Sagrera. També, trobem un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi situat al passeig Mossèn Bosch Arnau.

D'altra banda, als diferents punts d'accés a Palafrugell per carretera, hem pogut veure com es disposen plafons informatius sobre la institució.

Situació actual

Les instal·lacions es troben en un bon estat de conservació i manteniment.

Adaptació a la demanda

- Contingut de la visita:

Existeix tant l'exposició permanent com la temporal:

-Exposició permanent: s'exposa una part del fons escultòric d'art contemporani de la Fundació Vila Casas, tot i que no existeix un fil argumental, cronològic o temàtic de l'exposició.

-Exposició temporal: hi ha tres sales d'exposició temporal, de les quals una, la *Sala Empordà*, es troba destinada a l'exposició temporal d'obres d'artistes de Palafrugell i de la resta de l'Empordà.

- Idiomes:

-A la recepció es disposa d'uns dossiers en català, castellà, francès i anglès que expliquen i destaquen algunes de les obres més importants tant de l'exposició permanent com de l'exposició temporal.

<ul style="list-style-type: none"> • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Botiga -Visites guiades concertades prèviament -Visites escolars (gratuïtes per a les escoles del municipi) -Concurs anual organitzat per la Fundació que cada any tracta una disciplina diferent i s'organitza en alguna de les seves diferents seus (Barcelona, Palafrugell i Torroella de Montgrí) on s'exposen. -Ascensor (accés minusvàlids)
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució ✓ Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament ✓ Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>El Museu Can Mario (Fundació Vila Casas) presenta un nivell d'afluència turística baix amb un total de 2.624 visites rebudes el passat any 2013, que es distribueixen, de la manera següent:</p> <p>Gener (tancat), febrer (352), març (216), abril (123), maig (171), juny (379), juliol (124), agost (358), setembre (110), octubre (323), novembre (386) i desembre (82).</p> <p>Observem doncs, com els mesos de major afluència són els que coincideixen amb la temporada d'estiu (juny, juliol i agost) i els mesos d'octubre i novembre, per tant, no sembla demostra una gran estacionalitat de l'afluència turística.</p>
<p>Importància actual</p> <ul style="list-style-type: none"> Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals ✓ Motiva corrents turístiques regionals ✓ Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Museu Can Mario (Fundació Vila Casas) i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el museu es troba a la mateixa plaça que el Museu del Suro i el Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, a dos minuts de la Fundació Cuixart, a tres minuts del Teatre Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal; i a tretze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.</p>
<p>Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs</p> <p>No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p> <p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com si bé existeixen alguns aspectes molt positius, també trobem alguns punts febles que caldria millorar.</p> <p>En primer lloc, trobem com el museu gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts del centre de la vila i d'altres institucions culturals i turístiques. De fet, aquesta proximitat pot</p>

esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.

En segon lloc, si ens fixem en l'horari, podrem observar com, tot i que aquest es troba diferenciat per temporades (hivern i estiu) i per tant es troba plantejat tenint en compte les necessitats dels visitants, existeixen algunes deficiències que caldria resoldre per poder ser més eficients.

Seguidament, en relació a les condicions d'accés al recurs, hem pogut veure com aquestes són molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució, i com ja hem apuntat anteriorment es troba molt proper al centre.

Així mateix, si ens fixem en els preus, trobem com aquests són ajustats i assequibles i es fa l'esforç de segmentar-lo per a diferents perfils de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.

Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de senyalització, tot i que el museu ha fet l'esforç d'incrementar aquesta presència de senyals a través de disposar alguns plafons informatius als principals punts d'accés, en cotxe, de Palafrugell.

Pel que fa el contingut de l'exposició, hem pogut detectar com no existeix un discurs estructurat ni un fil conductor que doni sentit a l'exposició del museu, una carència que tant mateix pot desconcertar al visitant i que caldria remeiar.

D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels visitants del museu (segons les seves dades internes).

Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com no existeix una marcada estacionalitat de les visites al recurs i per tant, en aquest sentit, s'hauria de seguir treballant en la mateixa línia.

Infraestructures d'ús públic

En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:

- Pàrquing municipal de pagament Can Mario, i altres pàrquings municipals com així com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat.
- A 11 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP)
- A 13 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell
- Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats

PARÀMETRES DE GESTIÓ

Nivell d'actuacions

Nivell d'actuació alt.

Accions a desenvolupar

Les accions a desenvolupar que proposem són:

-Ampliació de l'horari, sobretot a l'estiu, obrint també al matí i els dilluns, perquè si tanquem la institució durant el període de major afluència turística dificultem l'accés al públic i contribuïm a un empobriment de la oferta turística – cultural que oferim.

-Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té molt en compte, en les condicions d'accés al museu, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No

obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus.

-Millorar la senyalització del museu per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva presència.

-Introduir un discurs narratiu a la visita per tal de donar una major coherència i sentit a la exposició.

-Realitzar una major difusió de la institució per tal de donar-la a conèixer a un major nombre de públic i contribuir així a incrementar el nombre de visitants rebuts.

Possibilitats didàctiques

Com ja hem esmentat, l'exposició del Museu d'Art Contemporani de Can Mario no disposa d'un fil conductor que doni una coherència a la seva exposició. Per tant, considerem que s'hauria de treballar en construir un discurs narratiu, cronològic o similar per poder donar coherència i unitat al material exposat i aconseguir així que la visita fos més enriquidora.

Possibilitats de la visita

D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleces que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic a la institució (localització, fons museogràfic, renom de la Fundació Vila Casas...), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament del museu.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DIPÒSIT D'AIGUA CENTRE MODERNISTA DE CAN MARIO

Descripció

El Centre d'Interpretació del dipòsit d'aigua de Can Mario, situat en el dipòsit d'estil modernista de l'antiga fàbrica surera de Can Mario, i convertit en un símbol identificador de Palafrugell, permet descobrir la història d'aquest element emblemàtic i accedir a la seva terrassa, a 35 metres d'alçada, des d'on es pot gaudir d'una panoràmica privilegiada de Palafrugell i l'Empordanet.

Localització

El Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua de Can Mario està situat a la Plaça de Can Mario, 7, per tant, es troba a 2 minuts del centre del poble.

Tipologia del recurs

Centre d'Interpretació (a càrrec del Museu del Suro)

Titularitat/Propietat

Titularitat del Museu del Suro

POTENCIAL TURÍSTIC

Accessibilitat al recurs

En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:

- Horaris i dies d'obertura:

De l'1 de maig al 14 de juny, de dimarts a dissabte de 11:00 a 13:00 i de 17:00 a 19:00

Del 15 de juny al 15 de setembre, de dimarts a dissabte de 11:00 a 14:00 i de 17:00 a 20:00, diumenges de 11:00 a 14:00

- Condicions d'accés al recurs:

Coordenades

41.918525915474355 -
3.1659329875884623



Figura 12. Imatge interior i exterior del Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario (2014)

Font: Arxiu fotogràfic IPEP

En relació a l'accessibilitat trobem com, per un costat, el recurs no es troba adaptat, en la seva totalitat, per aquells visitants amb mobilitat reduïda o determinats tipus de minusvalidesa física, donat que l'accés a la torre – terrassa situada a 35 metres d'alçada tant sols es pot fer a través dels seus 182 esglaons. No obstant, es cert que aquesta debilitat difícilment podrà ser corregida degut a les mateixes limitacions de l'estructura arquitectònica.

D'altra banda, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).

Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.

- Preus:

Adults – 2€

Estudiants i jubilats – 1€

Menors de 12 anys – gratuït

- Senyalització:

Pel que fa la senyalització hem pogut detectar un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi, i on apareix el Centre d'Interpretació, situat al passeig Mossèn Bosch Arnau.

Situació actual

Es tracta d'un projecte museístic força recent i per tant les seves instal·lacions es troben en un bon estat de conservació i manteniment.

Adaptació a la demanda

- Continguts de la visita:

Hi trobem una exposició permanent que explica la història i el procés de construcció del dipòsit d'aigua (qui la va promoure, qui la va projectar, qui la va construir, quina era la seva funció dins la fàbrica....) així com un audiovisual amb imatges del mateix.

- Idiomes:

Els plafons informatius de l'exposició es troben en català, castellà, francès i anglès.

- Serveis que s'ofereixen:

-Visita a l'exposició i visualització de l'audiovisual

-Botiga

-Accés a la part superior de la torre (mapa/perfil de 360º)

-Visita guiada (puntualment, a escolars i a altres tipus de públic els caps de setmana).

-Préstec de prismàtics

Mitjans de difusió i comunicació
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució (web del Museu del Suro) Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
Nivell d'afluència turística
<p>El Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario presenta un nivell d'afluència turística mig amb un total de 2.122 visites rebudes el passat any 2013, que es distribueixen, de la manera següent:</p> <p>Gener (44), febrer (38), març (40), abril (202), maig (470), juny (248), juliol (164), agost (270), setembre (192), octubre (200), novembre (182) i desembre (72).</p> <p>Observem doncs, com els mesos de major afluència són el mes de maig i seguidament la temporada d'estiu (juny, juliol i agost) fet que demostra una gran estacionalitat de l'afluència turística.</p>
Importància actual
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
Complementarietat amb altres recursos turístics
<p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el centre d'interpretació es troba a la mateixa plaça que el Museu del Suro i el Museu d'Art Contemporani de Can Mario, a dos minuts de la Fundació Cuixart, a tres minuts del Teatre Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal; i a tretze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.</p>
Rutes o circuits en els què s'hagi inclòs
<p>Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>Ruta Dones del Suro</i> (visita guiada organitzada pel Museu del Suro); <i>Resseguint les petjades del Suro</i> (visita guiada organitzada pel Museu del Suro).</p>
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les forteses del centre d'interpretació, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts del centre de la vila i d'altres institucions culturals i turístiques. De fet, aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles. Tant mateix, també en relació a la localització, el mirador de la torre i les privilegiades vistes del municipi que ofereix son, evidentment, un valor afegit molt important.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte, diferenciat per temporades (hivern i estiu). Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs aquestes són força bones donat que es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució i, com ja hem apuntat anteriorment, es troba molt proper al centre. Malauradament, no està adaptat, en la seva totalitat, per facilitar l'accés a persones amb minusvalideses físiques.</p> <p>Així mateix, si ens fixem en els preus, trobem com aquests son ajustats i</p>

assequibles i es fa l'esforç de segmentar-lo per a diferents perfils de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.

Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de senyalització.

Pel que fa el contingut de l'exposició, hem pogut detectar com aquest és adequat i s'adapta perfectament a l'espai expositiu. De la mateixa manera, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del centre (segons les seves dades internes).

Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com existeix una certa estacionalitat de les visites al recurs i per tant, en aquest sentit, s'hauria de seguir treballant per a modificar-ho.

Infraestructures d'ús públic

En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:

- Pàrquing municipal de pagament Can Mario, i altres pàrquings municipals com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat.
- A 11 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP)
- A 13 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell
- Tots els accessos en bon estat i asfaltats

PARÀMETRES DE GESTIÓ

Nivell d'actuacions

Nivell d'actuació alt.

Accions a desenvolupar

Les accions a desenvolupar que proposem són:

-Ampliació de l'horari, sobretot a l'estiu, obrint també els dilluns, perquè si tanquem la institució durant el període de major afluència turística dificultem l'accés al públic i contribuïm a un empobriment de la oferta turística – cultural que oferim.

-Dissoldre les barreres físiques i sensorials d'accés al recurs. En la majoria d'institucions trobem ja, avui en dia, un seguit d'intervencions per poder vèncer les barreres que impedeixen l'accés a persones amb discapacitats físiques. No obstant, l'accés a la torre del dipòsit d'aigua no està habilitat, i en aquest sentit s'hauria d'intentar trobar una solució (tot i que sabem que les pròpies limitacions arquitectòniques de la torre suposen un problema).

D'altra banda, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus, per això també s'hauria de treballar en aquest sentit.

-Millorar la senyalització del centre per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva presència.

-Reduir, paulatinament, els símptomes d'estacionalització de les visites a la institució a través de realitzar una major difusió i promoció del recurs, i a través també de la col·laboració i el treball en xarxa amb la resta d'institucions culturals que es troben properes al centre i que podrien construir discursos conjunts.

Possibilitats didàctiques

Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.

Possibilitats de la visita

D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleses que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic a la institució (localització, rerefons històric, valor afegit de la torre...), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament del centre.

CONJUNT MONUMENTAL DE SANT SEBASTIÀ DE LA GUARDA

Descripció

El Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda és el testimoni de l'ocupació d'un lloc privilegiat des de fa, al menys, 2.600 anys. S'hi pot visitar un jaciment ibèric (segles VI a I aC) recentment consolidat i senyalitzat, una torre de guaita del segle XV (Bé Cultural d'Interès Nacional), una ermita i hostatgeria del segle XVIII i un far del segle XIX. Tot al cim d'una muntanya amb penya-segats sobre el mar i amb una de les millors panoràmiques de la Costa Brava i, si el dia és clar la vista pot arribar fins als Pirineus.

Localització

El Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda està situat al passeig de Pau Casals (Muntanya de Sant Sebastià, Llafranc), per tant, es troba a 8 minuts, en cotxe, del centre de Llafranc i a 7 minuts, en cotxe, del centre de Tamariu.

Tipologia del recurs

Jaciment arqueològic, torre de guaita i santuari.

Titularitat/Propietat

Titularitat del Museu del Suro

POTENCIAL TURÍSTIC

Accessibilitat al recurs

En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:

- Horaris i dies d'obertura:

-El jaciment ibèric es troba obert durant tot l'any.

-Per visitar la torre de guaita cal consultar l'agenda d'activitats del Museu del Suro (ens que s'encarrega de la seva gestió) o trucar al número 972 30 78 25. El passat any 2013 l'horari era el següent:

De l'1 de maig al 14 de juny i del 16 de setembre al 30 de setembre, de dimarts a dissabte de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00, diumenges de 10:00 a 13:30. Dilluns tancat.

Del 15 de juny al 15 de setembre, de dilluns a diumenge de 10:00 a 13:30 i de 17:00 a 20:00.

-Per fer una visita guiada a tot el conjunt monumental cal fer reservar prèvia a través del Museu del Suro.

- Condicions d'accés al recurs:

L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, mitjana. Si pot accedir o bé amb cotxe, compta amb un pàrquing reduït, o també a peu seguint el camí de ronda (tram entre Els Tres Pins i

Coordenades

41.89687478047641 –
3.2026496376342948



Figura 13. Imatge aèria i detall de l'ermita del Conjunt Monumental de Sant Sebastià (2012)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

<p>la Muntanya de Sant Sebastià).</p> <p>Tant mateix, no està adaptat en la seva totalitat per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques (accés a la part superior de la torre de guaita).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preus: <ul style="list-style-type: none"> -Entrada única i reduïda – 1€ -Menors de 12 anys – gratuït • Senyalització: <p>Existeix una bona senyalització, per a vehicles i per a vianants, tant des de Palafrugell com des de Calella, Tamariu i Llafranc.</p>
<p>Situació actual</p>
<p>Les instal·lacions es troben en un bon estat de conservació i manteniment.</p>
<p>Adaptació a la demanda</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Continguts de la visita: <p>En el Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda es pot visitar el jaciment ibèric (dels segles VI a I aC), la torre de guaita del segle XV (on actualment hi ha una exposició de fotografies que en els propers mesos serà substituïda per una exposició de pintura), l'ermita i hostatgeria del segle XVIII i el far del segle XIX.</p> • Idiomes: <p>Els plafons explicatius es troben en català, castellà, francès i anglès.</p> • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Botiga (situada a la torre de guaita) -Visita guiada amb concertació prèvia (segons l'agenda d'activitats del Museu del Suro) -Activitats educatives per a escolars -Visita interior de la torre -Exposició de fotografies antigues de la Costa Brava -Accés al terrat -Préstec de prismàtics per tal d'observar el paisatge
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució (Web del Museu del Suro) Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament ✓ Web de turisme de Palafrugell ✓ Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p>
<p>El Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda presenta un nivell d'afluència turística mig amb un total de 6.993 visites rebudes el passat</p>

<p>any 2013, que es distribueixen, de la manera següent:</p> <p>Gener (-), febrer (0), març (192), abril (0), maig (637), juny (821), juliol (1.373), agost (2.628), setembre (1.113), octubre (179), novembre (0) i desembre (50).</p> <p>Observem doncs, clarament com els mesos de major afluència són els que coincideixen amb la temporada d'estiu (juny, juliol, agost i setembre) mentre que hi ha mesos en què la davallada de visitants és molt significativa (febrer, abril o novembre), per tant, es demostra una gran estacionalitat de l'afluència turística.</p>
<p>Importància actual</p> <p>✓ Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional</p>
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el conjunt es troba a tretze minuts (en cotxe) de Sa Perola i per tant de l'Oficina de Turisme de Calella i a quinze minuts (en cotxe) del Jardí Botànic de Cap Roig. Tant mateix, es troba a vuit minuts (en cotxe) del centre de Llafranc i Tamariu.</p>
<p>Rutes o circuits en els què s'hagi inclòs</p> <p>Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>La Llibertat</i> (dins visites guiades <i>A peu Pla</i> organitzades per la Fundació Josep Pla); <i>Ruta de Josep Pla</i> etapa <i>Sant Sebastià</i> (visita guiada organitzada per la Fundació Josep Pla); <i>Ruta Torres de Guaita – Torre de Sant Sebastià</i>; <i>Rutes Camí de Ronda</i> (trams: <i>Dels Tres Pins a Sant Sebastià</i> i <i>De Sant Sebastià a Cala Pedrosa</i>); <i>Enamora't de la Costa Brava Caminant</i> (dins rutes autoguiades organitzades per l'empresa Giroguies); <i>Pedals de les Gavarres</i> (dins rutes BTT organitzades per l'empresa Giroguies); <i>Ibers, sants, corsaris i turistes</i> (visita guiada organitzada pel Museu del Suro); <i>Sortida guiada a peu de Palafrugell a Sant Sebastià</i> (visita guiada organitzada pel Museu del Suro).</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p> <p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com si bé existeixen alguns aspectes molt positius, també trobem alguns punts febles que caldria millorar.</p> <p>En primer lloc, trobem com el conjunt gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts, en cotxe, de les diferents platges de Palafrugell (Llafranc, Calella i Tamariu) i a més també si pot accedir, a peu, seguint el camí de ronda. Així mateix, cal destacar també com es tracta d'un espai amb unes vistes meravelloses de tot Palafrugell, fet que li proporciona un clar valor afegit.</p> <p>En segon lloc, si ens fixem en l'horari, podrem observar com, tot i que el jaciment ibèric es troba obert tot l'any, el cas de la torre de guaita tant sols presenta un horari d'obertura al públic a l'estiu fet que contribueix a la seva estacionalització.</p> <p>Seguidament, si ens centrem en l'accessibilitat, podrem veure com si bé una part està adaptada per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques (jaciment, recepció, botiga...) existeixen altres zones, en especial la part superior de la torre de guaita, que no estan adaptades. De la mateixa manera, trobem com existeix un pàrquing gratuït tot i que aquest no té una gran capacitat.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com aquests son ajustats i assequibles i es fa l'esforç de segmentar-lo per a diferents perfils de</p>

<p>públic. De la mateixa manera, la senyalització és, en aquest cas, correcta i els serveis que s'ofereixen també.</p> <p>Pel que fa el contingut de l'exposició, hem pogut detectar com en el cas del jaciment ibèric s'ha realitzat un bon treball expositiu, mentre que en el cas de la torre de guaita es podria treure un major rendiment al discurs.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del conjunt (segons les seves dades internes).</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com hi ha una gran estacionalitat, quelcom que s'hauria de mirar de modificar paulatinament.</p>
<p>Infraestructures d'ús públic</p>
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Petit pàrquing en el mateix conjunt monumental. -A 11 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 8 minuts de l'Oficina de Turisme de Llafranc -A 8 minuts de l'Oficina de Turisme de Tamariu -A 13 minuts de l'Oficina de Turisme de Calella -Tots els accessos estan asfaltats, tot i que per l'orografia de la muntanya són força sinuosos i estrets.
<p>PARÀMETRES DE GESTIÓ</p>
<p>Nivell d'actuacions</p>
<p>Nivell d'actuació alt.</p>
<p>Accions a desenvolupar</p>
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dissoldre les barreres físiques i sensorials d'accés al recurs. En la majoria d'institucions trobem ja, avui en dia, un seguit d'intervencions per poder vèncer les barreres que impedeixen l'accés a persones amb discapacitats físiques. No obstant, l'accés a la part superior de la torre de guaita no es troba habilitat, i en aquest sentit s'hauria d'intentar trobar una solució (tot i que sabem que les pròpies limitacions arquitectòniques de la torre suposen un problema). D'altra banda, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus, per això també s'hauria de treballar en aquest sentit. -Millorar el discurs narratiu de la torre de guaita. -Reduir, paulatinament, la marcada estacionalització de les visites al conjunt a través de l'ampliació de l'horari de visita oferint també un horari a l'hivern, i augmentant l'oferta de visites guiades.
<p>Possibilitats didàctiques</p>
<p>Com ja hem esmentat, s'hauria de millorar el discurs narratiu de la torre de guaita perquè tot i que està molt bé utilitzar l'espai per a fer exposicions fotogràfiques o pictòriques, no s'ha d'oblidar que es tracta d'un espai amb gran potencial on es podria desenvolupar un discurs relacionat amb la història del lloc i en especial de la torre de guaita.</p>
<p>Possibilitats de la visita</p>

D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleses que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic al conjunt monumental de Sant Sebastià (localització, rerefons històric, bona senyalització...), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir-ne un millor funcionament.

JARDÍ BOTÀNIC DE CAP ROIG
Descripció
Situat entre els municipis de Palafrugell i Mont-ras, a la comarca del Baix Empordà (Girona), els Jardins de Cap Roig són, per la seva singularitat, un espai únic. Naturalesa, art, cultura i història s'uneixen en aquest enclavament de disset hectàrees que reuneix més de mil espècies botàniques procedents de tot el món i escultures de reconeguts artistes nacionals i internacionals. Per aquests motius, Cap Roig es considera un dels jardins botànics més importants del Mediterrani. L'auditori a l'aire lliure és l'escenari d'un dels festivals d'estiu de música més prestigiosos, el Festival Jardins de Cap Roig.
Localització
El Jardí Botànic de Cap Roig es troba a Calella de Palafrugell, a cinc minuts, en cotxe, del centre de Calella.
Tipologia del recurs
Jardí Botànic
Titularitat/Propietat
Fundació privada (propietat de la Caixa)
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:
<ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <ul style="list-style-type: none"> Estiu, de l'1 d'abril al 30 de setembre: obert cada dia de 10:00 a 18:00 Hivern, de l'1 d'octubre al 31 de març: obert cada dia de 10:00 a 18:00 Gener i febrer, obert només dissabtes i diumenges de 10:00 a 18:00 Els dies de Festival els jardins es tanquen a les 16:00 Tancat els dies 24, 25, 26 i 31 de desembre i l'1 i el 6 de gener • Condicions d'accés al recurs: <ul style="list-style-type: none"> L'accessibilitat a aquest recurs és regular donat que trobem alguns aspectes positius però també alguns de negatius. D'aquesta manera, trobem com a negatiu el fet que el Jardí Botànic no es troba adaptat per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques, i que al trobar-se força allunyat del centre de Calella (a 25 minuts a peu) no hi ha un accés ràpid a peu. Per contra, val a dir, com la institució disposa d'una zona d'aparcament pròpia i per tant, es pot accedir fàcilment amb

Coordenades

41.87613543667466 –
3.175061403149357



Figura 14. Imatges interior Jardí Botànic de Cap Roig (2014)

Font: Elaboració pròpia

<p>vehicle propi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preus: <ul style="list-style-type: none"> Entrada individual – 6€ Entrada reduïda – 3€ (jubilats, clients de “La Caixa”, Club Súper 3, Carnet Jove, TresC, periodistes i universitaris i nens de 8-14 anys). Gratuït: nens fins a 7 anys, col·legis i centres escolars. • Senyalització: <ul style="list-style-type: none"> Existeix una bona senyalització, per a vehicles i per a vianants, tant des de Palafrugell com des de Calella, Tamariu i Llafranc.
<p>Situació actual</p>
<p>La institució es troba en un bon estat de manteniment i conservació.</p>
<p>Adaptació a la demanda</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Contingut de la visita: <p>El Jardí Botànic de Cap Roig ocupa unes 17 hectàrees on es troben prop de 1.000 espècies botàniques procedents d'arreu del món. L'itinerari recomanat per al visitant és el següent:</p> <p>(1)El poblat: és el punt d'entrada al jardí. Recorda una placeta i un poblet d'estil mediterrani. Actualment acull l'accés i els serveis per al públic. Allotjava els treballadors i famílies que van construir el castell i el jardí; (2)Camí del castell: quan s'ha passat l'arcada del poblat, comença el passeig del jardí; (3)Palmàcies: jardí de les Palmàcies; (4)Vial del festival: el vial acull una selecció d'escultures; (5)Plaça del castell; (6)Castell: de color vermellós per l'òxid que genera la pedra ferruginosa, es va construir utilitzant la pedrera que hi ha a la finca. La sobrietat compositiva de la façana recorda les construccions medievals; (7)Terrassa de les monges; (8)Terrassa Bassin; (9)Jardí dels enamorats; (10)Jardí de primavera; (11)Jardí del coronel; (12)Jardí del Caporal; (13)Plaça del festival: durant els mesos de juliol i agost, un auditori temporal acull grans espectacles de música i dansa del Festival Jardins de Cap Roig; (14)Camí de Cap Roig; (15)Jardí dels cactus; (16)Mirador de les Formigues: una petita plaça es converteix en un mirador des d'on s'albiren les illes Formigues i un paisatge excepcional de la Costa Brava; (17)Passeig dels geranis; (18)Mirador de la Lady: una finestra ens emmarca una vista de Calella de Palafrugell. Un indret privilegiat pel qual Lady Woevodsky sentia predilecció; (19)Placeta del te; (20)Pujada del te; (21)Passeig de les torres; (22)Jardí de les plantes mediterrànies.</p> <p>Cadascuna de les espècies botàniques està identificada amb el seu nom científic, el nom comú en català i castellà i el lloc d'origen.</p> • Idiomes: <p>La majoria dels plafons informatius es troben en català, castellà, anglès, francès i alemany. Alguns però, tant sols es troben disponibles en català, castellà i anglès.</p> <p>Així mateix, els fulletons es troben disponibles en català, castellà, anglès, francès i alemany.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Recepció i venda de postals. -Visita als jardins amb el fulletó on es marca l'itinerari. -Festival de Cap Roig (activitat desvinculada de la visita al jardí botànic com a institució)
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució ✓ Cartells promocionals ✓ Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>El Jardí Botànic de Cap Roig presenta un nivell d'afluència turística alta amb un total de 30.500 visites rebudes el passat any 2013. El detall de la nacionalitat dels visitants és el següent: 50% estrangers (la gran majoria francesos 70% i la resta entre anglesos i alemanys) i 50% nacionals (català i de la resta de l'estat, molt igualat).</p>
<p>Importància actual</p> <ul style="list-style-type: none"> Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals ✓ Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Jardí Botànic de Cap Roig i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el jardí es troba a cinc minuts, en cotxe, del Centre d'Interpretació de Sa Perola/Oficina de Turisme de Calella de Palafrugell.</p>
<p>Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs</p> <p>Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>Rutes Camí de Ronda</i> (tram: <i>Del Golfet a Sant Roc</i>); <i>Enamora't de la Costa Brava Caminant</i> (dins rutes autoguiades organitzades per l'empresa Giroguies).</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p> <p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com si bé existeixen alguns aspectes molt positius, també trobem alguns punts febles que caldria millorar.</p> <p>En primer lloc, trobem com el conjunt gaudeix d'una bona localització donat que es troba a pocs minuts, en cotxe, de les diferents platges de Palafrugell (Calella, Llafranc i Tamariu). Així mateix, cal destacar també com es tracta d'un espai amb unes vistes meravelloses del municipi, fet que li proporciona un clar valor afegit.</p> <p>En segon lloc, si ens fixem en l'horari, aquest es correcte i es fa una distinció per temporada.</p> <p>Seguidament, si ens centrem en l'accessibilitat, hem pogut detectar com el recurs no es troba adaptat per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques (la major part dels patis/espais s'hi ha d'accedir a través d'escaleres). No obstant, sabem que es tracta d'una limitació difícil de corregir per culpa de la orografia de l'espai on es troba. D'altra banda, trobem com disposa d'un pàrquing gratuït.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com aquests son ajustats</p>

<p>i assequibles i es fa l'esforç de segmentar-lo per a diferents perfils de públic. De la mateixa manera, la senyalització és, en aquest cas, correcta i els serveis que s'ofereixen també.</p> <p>Pel que fa el contingut de l'exposició, la institució no disposa de cap plafó explicatiu ni de cap servei de visita guiada, sinó que l'usuari realitza la visita amb el suport del fulletó on s'indica l'itinerari.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès, anglès i alemany, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del conjunt (segons les seves dades internes).</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística trobem com es tracta d'un nivell alt, tot i que al no disposar del detall del nombre de visitants per mesos, no sabem si predomina l'estacionalització.</p>
<p>Infraestructures d'ús públic</p>
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing propi del jardí botànic -A 10 minuts, en cotxe, d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
<p>PARÀMETRES DE GESTIÓ</p>
<p>Nivell d'actuacions</p>
<p>Nivell d'actuació alt.</p>
<p>Accions a desenvolupar</p>
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <p>-Dissoldre les barreres físiques i sensorials d'accés al recurs. En la majoria d'institucions trobem ja, avui en dia, un seguit d'intervencions per poder vèncer les barreres que impedeixen l'accés a persones amb discapacitats físiques. No obstant, l'accés al Jardí Botànic de Cap Roig no es troba habilitat, i en aquest sentit s'hauria d'intentar trobar una solució (tot i que sabem que les pròpies limitacions orogràfiques del terreny suposen un problema).</p> <p>-Ampliar l'oferta de serveis oferint, per exemple, un servei de visita guiada al jardí.</p>
<p>Possibilitats didàctiques</p>
<p>En un possible servei de visita guiada es podria explicar la història del lloc i dels seus antics propietaris i fundadors (Nicolai Woevodsky i Lady Dorothy Webster).</p>
<p>Possibilitats de la visita</p>
<p>D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleces que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic al Jardí Botànic de Cap Roig (localització, panoràmiques, vinculació amb el Festival de Cap Roig...), existeixen també algunes carències que caldria remeiar per tal de garantir-ne un millor funcionament.</p>

Coordenades

41.930700216440975 –
3.13269010517115



Figura 15. Imatge interior i exterior del Centre Cultural Bassa Rocas (2014)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

CENTRE CULTURAL BASSA ROCAS
Descripció
La antiga casa pairal dels Bassa Rocas (situada a Llofriú), ofereix una exposició permanent sobre la família, la casa – avui centre social i cultural – i els <i>americanos</i> de Palafrugell.
Localització
El Centre Cultural Bassa Rocas es troba situat al Carrer Irene Rocas, 1 i per tant a nou minuts, en cotxe, del centre de Palafrugell.
Tipologia del recurs
Centre cultural
Titularitat/Propietat
Titularitat de l'Administració Local
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
<p>En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <p style="margin-left: 40px;">Per visitar la casa amb visita guiada cal posar-se en contacte amb l'Oficina de Turisme de Palafrugell. Si no es vol fer la visita guiada es pot accedir en horari d'oficina de Retecork (que té la seva seu allà) de dilluns a divendres de 9:00 a 14:00.</p> • Condicions d'accés al recurs: <p style="margin-left: 40px;">L'accessibilitat a aquest recurs no és gaire bona. En primer lloc, tant sols es pot accedir a la institució amb cotxe donat que es troba situada en el nucli de població de Llofriú i per tant, força allunyat del centre de Palafrugell, i en segon lloc, perquè no es disposa de servei d'aparcament.</p> <p style="margin-left: 40px;">Finalment, val a dir també, que si que es disposa d'adaptació per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques.</p> • Preus: <ul style="list-style-type: none"> -Gratuït -Visites guiades a través de l'empresa <i>Captiva't</i> (preu mínim 90€) • Senyalització: <p style="margin-left: 40px;">No hi ha cap tipus de senyalització sobre aquesta institució.</p>
Situació actual
La institució es troba en un bon estat de manteniment i conservació.
Adaptació a la demanda
<ul style="list-style-type: none"> • Continguts de la visita: <p style="margin-left: 40px;">El Centre Cultural Bassa Rocas, antiga casa pairal de la família, ofereix una exposició permanent sobre la família Bassa Rocas i els <i>americanos</i> de Palafrugell.</p> <p style="margin-left: 40px;">A la planta baixa, es troba una presentació de la Ruta dels <i>americanos</i> amb quinze punts d'interès, que comença a Llofriú, passa per la vila i Calella i acaba al santuari de Sant Sebastià. Joan Bassa, emigrat a Cuba, va esdevenir el contacte de molts llofriüencs allà i amb els beneficis dels seus negocis</p>

va construir la casa familiar, avui punt d'inici de la ruta. Els seus fills Florenci i Maria Gràcia anirien a viure a l'Argentina i hi portarien a terme una gran activitat en camps com la fotografia, el periodisme, la literatura i la traducció, construint un pont entre cultures.

A la primera planta de la casa, hi ha els retrats de la família, començant per la mare, Irene Rocas, reconeguda especialment pels seus dietaris – dels quals podem llegir alguns fragments – i la col·laboració en el Diccionari català – valencià – balear. En l'habitació on hi ha els grafitis dibuixats pels fills, s'indica quins són els seus autors i significats; al costat, s'ofereix un punt d'informació bibliogràfic sobre els Bassa Rocas i l'inventari del seu fons documental a l'Arxiu Municipal de Palafrugell. Hi podem veure també un audiovisual, a partir de les fotografies i la correspondència de la família, amb imatges de principi del segle XX a Llofriu, Catalunya i l'Argentina.

Finalment, a les golfes, on hi ha inscripcions a les parets des de principi del 1900 en referència a viatges d'anada i tornada a Amèrica, s'han ubicat plafons subjectats del sostre on es reproduïen els elements que hi havia originàriament (queviures, objectes personals i de viatge, etc.) i es pot escoltar una gravació sonora amb la lectura de cartes enviades des de Cuba, l'Argentina i Catalunya. Les visites de l'Empordanet completen l'experiència dels visitants.

D'altra banda, val a dir que el Museu del Suro, quan organitza visites a la Sureda, també fa ús d'una sala del centre on hi ha una breu exposició de biologia i del procés de transformació del suro.

- Idiomes:

La informació es troba disponible en els següents idiomes: català, castellà i anglès.

Les visites guiades a càrrec de l'empresa *Captiva't* es poden concertar en català, castellà, francès i anglès.

- Serveis que s'ofereixen:

- Visita a l'exposició permanent

- Visita guiada a càrrec de l'empresa *Captiva't*

- Punt d'informació bibliogràfic sobre els Bassa Rocas

- Consulta de l'inventari del seu fons documental custodiat a l'Arxiu Municipal de Palafrugell

- Visita a la Sureda (a càrrec del Museu del Suro)

- Ascensor (accés persones amb mobilitat reduïda)

- Sales polivalents

Mitjans de difusió i comunicació

- ✓ Fulletons
- Pàgina web de la institució
- Cartells promocionals
- Mupis i/o banderoles
- Xarxes socials
- ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament
- Web de turisme de Palafrugell
- Vídeos promocionals

Nivell d'aflluència turística
<p>En relació al nivell d'aflluència turística disposem de les dades següents:</p> <p>Visites guiades a càrrec de l'empresa <i>Captiva't</i> en el passat any 2013 – 5 visites amb un total de 98 persones.</p> <p>Visites guiades + activitats organitzades des del Museu del Suro en el passat any 2013 – 21 visites.</p> <p>Pel que fa les visites lliures al Centre Cultural Bassa Rocas no es disposa de cap sistema de recompte de visitants.</p> <p>D'aquesta manera, al no disposar d'un recompte total del nombre de visitants de la institució, ni tampoc de les dades desglossades en relació amb els mesos de l'any, no podem determinar-ne la estacionalitat.</p>
Importància actual
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
Complementarietat amb altres recursos turístics
<p>El Centre Cultural Bassa Rocas es troba situat a Llofriu, i per tant força allunyat del centre de Palafrugell. En aquest sentit, es troba, desplaçant-se en cotxe, a sis minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell (Centre d'Interpretació de la Gastronomia), a vuit minuts de la Fundació Josep Pla, a deu minuts del Museu del Suro, el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i Museu d'Art Contemporani de Can Mario (Fundació Vila - Casas), i a deu minuts de l'Arxiu, el Teatre i la Biblioteca Municipal.</p>
Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs
<p>Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>Del 6è sentit: la Dona</i> (dins les rutes <i>Dels 5 sentits</i> organitzades per l'empresa <i>Captiva't</i>); <i>Els Americanos de Llofriu</i> (dins altres rutes organitzades per l'empresa <i>Captiva't</i>); <i>La Sureda: un bosc a la mirada de l'home</i> (visita guiada organitzada pel Museu del Suro).</p>
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en la localització del Centre Cultural Bassa Rocas, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba al nucli poblacional de Llofriu i per tant permet descentrar la oferta cultural cap a altres nuclis de població.</p> <p>En relació a l'horari veiem com aquesta institució no té un horari propi d'obertura al públic sinó que es pot visitar o bé durant l'horari d'oficina de Retecork (el qual esdevé insuficient, matins de dilluns a divendres) i si es concerta prèviament a través de l'oficina de turisme. Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs aquestes tampoc son massa bones, donat que tot i que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, no es disposa de cap servei d'aparcament proper a la institució i, com ja hem apuntat anteriorment, al trobar-se allunyat del centre de Palafrugell, s'hi ha d'accedir necessàriament en cotxe.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen són, en termes generals, correctes, tot i que no existeix cap tipus de recepció en la que s'atengui als visitants quan arriben a la institució.</p> <p>D'altra banda, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que no existeix cap indicador de direcció. Per contra, pel que fa el contingut de</p>

<p>l'exposició, hem pogut detectar com el discurs expositiu és correcte.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes també és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del municipi (segons les dades internes de l'IPEP).</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística al no disposar del nombre total de visitants ni tampoc de les dades desglossades per mesos no en podem determinar la seva estacionalització.</p>
<p>Infraestructures d'ús públic</p>
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -A 9 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 6 minuts, en cotxe, de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
<p>PARÀMETRES DE GESTIÓ</p>
<p>Nivell d'actuacions</p>
<p>Nivell d'actuació alt.</p>
<p>Accions a desenvolupar</p>
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ampliar l'horari d'obertura al públic. -Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té molt en compte, en les condicions d'accés al centre, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus. -Millorar l'accés al recurs habilitant una zona d'aparcament. -Millorar els serveis oferts habilitant, per exemple, una zona de recepció en la què es rebi als visitants i se'ls expliqui breument la institució en la que es troben i què podran visitar. -Senyalització del recurs per tal que els visitants en coneguin la seva existència i localització, i facilitant així que es pugui produir un augment en el nombre d'usuaris que es reben actualment. Tant mateix, també caldria dissenyar una campanya de comunicació per tal de donar a conèixer aquest recurs. -Ampliar l'oferta d'idiomes oferint també la informació en francès, donat que es tracta d'una llengua molt utilitzada per un gran nombre dels turistes que visiten el municipi. -Establir un sistema de recompte de visitants per tal de tenir una referència més concreta de l'afluència turística del recurs.
<p>Possibilitats didàctiques</p>
<p>Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.</p>
<p>Possibilitats de la visita</p>
<p>D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir com si bé existeixen alguns aspectes positius que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic a la institució, existeixen també nombroses carències que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament del centre. De fet, un dels punts febles més importants que caldria solucionar en la major brevetat possible és la manca de senyalització del recurs donat que actualment, al no disposar d'indicadors de senyalització, es tracta d'un recurs que passa força</p>

desapercebut per als visitants.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ SA PEROLA
Descripció
<p>L'antic tenyidor de xarxes del Gremi de Pescadors de Sant Pere, va ser construït probablement el segle XVIII. L'any 1986, quan ja feia temps que havia deixat d'utilitzar-se per la seva funció, els membres del gremi van cedir l'edifici a l'Ajuntament per a ús públic, i s'hi va obrir una Oficina de Turisme.</p> <p>Entre els anys 2007 i 2009 es va dur a terme una intervenció de rehabilitació, de renovació de l'oficina d'informació turística i d'instal·lació d'un centre d'interpretació del Gremi, de la pesca a Calella i del patrimoni marítim del terme, realitzada amb el suport de la Generalitat de Catalunya.</p> <p>Sa Perola és un testimoni del passat de Calella amb un gran valor des del punt de vista etnològic, social i cultural, però el seu interès, degut a la destrucció de la majoria de tenyidors de la costa catalana, va més enllà del nostre terme. El projecte ha estat coordinat i documentat per l'Arxiu Municipal de Palafrugell, l'IPEP i el Museu de la Pesca.</p>
Localització
Sa Perola es situa al carrer de les Voltes de Calella, 6 i per tant en un punt molt conegut de Calella i molt fotografiat pels turistes.
Tipologia del recurs
Centre d'Interpretació
Titularitat/Propietat
Titularitat de l'Administració Local (vinculat a l'Oficina de Turisme)
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
<p>En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <ul style="list-style-type: none"> Sa Perola segueix l'horari d'obertura de l'Oficina de Turisme: <ul style="list-style-type: none"> Setmana Santa i de l'1 al 13 d'octubre: laborables de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 19:00, i diumenges de 10:00 a 13:00. Abril i maig (caps de setmana): dissabtes i festius de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00, i diumenges de 10:00 a 13:00. Juny: laborables de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00, i diumenges de 10:00 a 13:00. Juliol, agost i fins el 14 de setembre: cada dia de 10:00 a 20:00, i festius de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00. Del 14 al 30 de setembre: laborables de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00. Diumenges i festius de 10:00 a 13:00. Del 12 d'octubre fins a Setmana Santa: Tancat. • Condicions d'accés al recurs: <ul style="list-style-type: none"> L'accessibilitat a aquest recurs és regular donat que trobem alguns aspectes positius però també algun de negatiu. D'aquesta manera, trobem com a negatiu el fet que l'edifici no

Coordenades

41.8886247227252 -
3.1846573795623954



Figura 16. Imatge interior i exterior del Centre d'Interpretació Sa Perola (2013)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

<p>es troba adaptat per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques.</p> <p>Per contra, val a dir, com la oficina es troba a cinc minuts d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Chopitea) i per tant, es pot accedir fàcilment amb vehicle propi. Així mateix, l'accessibilitat a peu també és bona donat que es troba al centre de Calella de Palafrugell.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preu: Gratuït • Senyalització: Tant sols s'ha trobat senyalització de la oficina de turisme, sense fer referència al centre d'interpretació.
<p>Situació actual</p>
<p>El Centre d'Interpretació de Sa Perola i del patrimoni marítim i pesquer de Calella de Palafrugell es va inaugurar l'any 2010 i per tant, al tractar-se d'un projecte expositiu relativament recent es troba en un bon estat de conservació i manteniment.</p>
<p>Adaptació a la demanda</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Contingut de la visita: La planta baixa ens permet conèixer el procés de tenyir les xarxes, el qual permetia allargar la seva conservació, i també observar en una pel·lícula d'Arcadi Gili la utilització de les xarxes a Calella, des de l'estesa i la recollida a la platja a la utilització durant la pesca, calant i llevant. A la planta pis trobem – resseguint les seves parets – una introducció a la solidaritat marinera i als gremis de Calella, amb les seves funcions religioses, socials i professionals. A més, la història de Calella s'ha resumit en l'audiovisual de vuit minuts de durada, elaborat a partir d'imatges actuals i antigues. Complementa el centre d'interpretació la situació de les infraestructures i dels elements que es conserven en el terme relacionats amb les activitats marítimes i pesqueres: cases de pescadors, barraques, torres de guaita, platges on s'estenien les xarxes per assecar-les, etc. • Idiomes: Els plafons informatius estan escrits en català, castellà, francès i anglès. • Serveis que s'ofereixen: -Atenció personalitzada d'informació turística -Visita al Centre d'Interpretació
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons Pàgina web de la institució Cartells promocionals Mupis i/o banderoles Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament ✓ Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals

Nivell d'aflluència turística
No es disposa d'un recull de dades dels visitants que reben. No obstant, deduïm que existeix una clara estacionalitat degut a que des del 12 d'octubre fins a la Setmana Santa resta tancat.
Importància actual
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
Complementarietat amb altres recursos turístics
En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers a Sa Perola i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el centre d'interpretació es troba a vint-i-tres minuts del Jardí Botànic de Cap Roig i a tretze minuts, en cotxe, del Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda.
Rutes o circuits en els què s'hagi inclòs
Rutes o visites guiades que inclouen aquest recurs en el seu circuit: <i>Ruta de Josep Pla</i> etapa <i>Calella</i> (visita guiada organitzada per la Fundació Josep Pla); <i>Rutes Camí de Ronda</i> (tram: <i>Del Sant Roc als Tres Pins</i>).
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses del centre, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba al centre de Calella i molt proper a la platja de Port Bo (on es fa la Cantada d'Havaneres de Calella i en conseqüència, en un lloc molt conegut) per tant això afavoreix que alguns dels visitants s'aturin a consultar informació i descobreixin aquest centre d'interpretació.</p> <p>En segon lloc, si ens fixem en l'horari trobem com aquest és correcte donat que s'estableix diferenciació per temporades. Per contra, les condicions d'accés al recurs no son del tot adequades donat que, si bé es disposa d'un aparcament municipal a prop de la institució i alhora aquesta es troba al centre de Calella, no es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de direcció, els quals tant sols indiquen la presència de l'Oficina de Turisme, sense destacar que allí també es troba el Centre d'Interpretació de Sa Perola i del patrimoni marítim i pesquer de Calella de Palafrugell, i això comporta, que el visitant desconegui l'existència d'aquest recurs.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del municipi (segons les dades internes de l'IPEP).</p> <p>Finalment, pel que fa l'aflluència turística, al no disposar d'un recull de dades dels visitants rebuts al Centre d'Interpretació de Sa Perola i del patrimoni marítim i pesquer de Calella de Palafrugell, no sabem exactament quin és el nivell d'aflluència. No obstant, si prenem com a referència les dades de l'oficina de turisme, veiem com el gruix de visitants es concentra en els mesos de la temporada d'estiu.</p>
Infraestructures d'ús públic
En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny

trobem la relació següent:
-Pàrquing municipal de pagament del carrer Chopitea
-A 9 minuts, en cotxe, d'un Centre d'Atenció Primària (CAP)
-Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació mig – alt.
Accions a desenvolupar
Les accions a desenvolupar que proposem són:
-Dissoldre les barreres físiques i sensorials d'accés al recurs. En la majoria d'institucions trobem ja, avui en dia, un seguit d'intervencions per poder vèncer les barreres que impedeixen l'accés a persones amb discapacitats físiques. No obstant, l'accés al Centre d'Interpretació de Sa Perola i del patrimoni marítim i pesquer de Calella de Palafrugell no es troba habilitat, i en aquest sentit s'hauria d'intentar trobar una solució.
-Millorar la senyalització del recurs per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment el centre així com també que en coneguïn la seva presència.
-Establir un sistema de recompte de visitants per tal de tenir una referència més concreta de l'afluència turística del recurs.
Possibilitats didàctiques
Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.
Possibilitats de la visita
D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleses que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic al Centre d'Interpretació de Sa Perola (localització, temàtica del centre, vinculació amb la Oficina de turisme..), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar per tal de garantir-ne un millor funcionament.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DE LA GASTRONOMIA
Descripció
El Centre d'Interpretació de la Gastronomia es troba situat a l'oficina de turisme de Palafrugell, i aquest espai inclou dos audiovisuals i material interactiu que pretén donar una àmplia visió de la tradició i modernitat gastronòmica catalana i empordanesa.
Localització
El Centre d'Interpretació de la Gastronomia es troba en la nova Oficina de Turisme de Palafrugell (Avinguda de la Generalitat, 33) i per tant a setze minuts del centre del poble.
Tipologia del recurs
Centre d'Interpretació
Titularitat/Propietat
Titularitat de l'Administració Local (vinculat a l'Oficina de Turisme)
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:
<ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <p>L'horari del Centre d'Interpretació de la Gastronomia es troba</p>

Coordenades

41.912474302782854 –
3.152039144891205

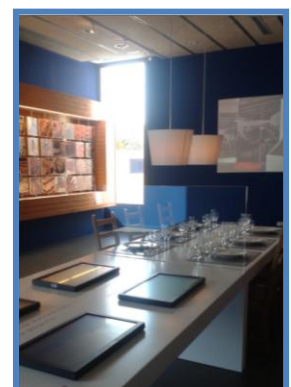


Figura 17. Imatge interior del Centre d'Interpretació de la Gastronomia (2014)

Font: Elaboració pròpia

l·ligat a l'horari de l'Oficina de Turisme de Palafrugell:

D'octubre a setmana santa: laborables de 10:00 a 17:00, dissabtes de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 19:00, i diumenges de 10:00 a 13:00. Festius tancat.

De setmana santa a maig: laborables de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 19:00, diumenges de 10:00 a 13:00 i festius tancat.

De juny a setembre: laborables de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00; diumenges i festius de 10:00 a 13:00.

Juliol i agost: laborables de 10:00 a 20:00, diumenges i festius de 10:00 a 13:00

- Condicions d'accés al recurs:

L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.

En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing propi.

Finalment, l'accessibilitat a peu és regular donat que es troba una mica allunyat del centre del poble.

- Preus:

Gratuit

- Senyalització:

La senyalització d'aquest recurs no és adequada perquè, en primer lloc, hem localitzat molt pocs indicadors de direcció que orientin al visitant cap a la oficina de turisme, i en segon lloc, els pocs que s'han localitzat no destaquen el Centre d'Interpretació i en conseqüència, el visitant desconeix l'existència d'aquest recurs. De fet, tant sols apareix senyalitzat el centre a través d'un vinil situat a la porta, a l'interior de l'Oficina de Turisme.

Per tant, tot i que aquesta nova oficina de turisme s'ha situat en un lloc estratègic (a la sortida per carretera per on arriben més turistes i visitants) presenta certes carències en la seva senyalització.

Situació actual

Es tracta d'un projecte molt recent (inauguració nova seu 2013) i per tant es troba en un bon estat de conservació i amb un manteniment òptim.

Adaptació a la demanda

- Continguts de la visita:

-Audiovisual *L'Empordà terra d'acollida* (apareixen recursos com: Fundació Josep Pla, Museu del Suro, Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua de Can Mario, Teatre, Cap Roig, Far de Sant Sebastià, Camí de Ronda... i també recursos de les rodalies: Palamós, Ullastret, Vulpellac, la Bisbal, Peratallada...)

-Plafons sobre la tradició gastronòmica a Palafrugell i l'Empordà: *Herència clàssica de la mediterrània* (història de la gastronomia catalana: grecs i romans); *De l'aroma de les espècies als colors americans* (influència germànica, oriental i americana); *Del menjar de supervivència a la cuina de la burgesia*

<p>(influència de la gastronomia francesa i els canvis produïts per la revolució industrial); <i>A la recerca de la identitat i la modernitat gastronòmica</i> (el treball per la identitat gastronòmica al segle XX); <i>Quan els cuiners i els escriptors relaten</i> (literatura escrita sobre la cuina catalana) i <i>Cuiners del segle XXI: el xef és l'estrella</i> (Ferran Adrià, Santi Santamaria, Carme Ruscalleda i Joan Roca).</p> <p>-Audiovisual <i>La vida a l'Empordanet</i> (apareixen fotografies antigues de Palafrugell amb efecte 3D: Calella, Llafranc, Palafrugell, el mercat...)</p> <p>-Plafons sobre els productes tradicionals de la cuina catalana: <i>El rebost de Catalunya, Anem a mercat</i> (tradicció de fires i mercats) i plafons amb imatges de productes locals on s'indica el nom, la descripció, la categoria, l'origen, els atributs i propietats nutricionals, i el calendari de temporada.</p> <p>-Representació d'una taula parada on es destaquen alguns dels plats tradicionals de la Dieta Mediterrània (Sopes, arrossos, guisats de peix, guisats de carn, mar i muntanya i postres).</p> <p>-Dues pantalles interactives on es tracten els temes següents:</p> <p>1-<i>La cuina catalana</i> (paisatge, tradició i cuina popular; col·lectius de cuina a Catalunya, jornades i campanyes gastronòmiques, i un receptari).</p> <p>2-<i>La cuina de l'Empordà</i> (tradicció gastronòmica de l'Empordà, la presència de la cuina a la vida social, els plats de la cuina tradicional empordanesa, jornades i campanyes gastronòmiques, llotges de peix un espectacle de color i mercats de pagès a taula).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idiomes: <ul style="list-style-type: none"> La informació es troba disponible en català, castellà, anglès i francès. • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Atenció personalitzada d'informació turística -Auto consulta -Accés a Internet -Botiga amb productes autòctons de l'Empordà -Aparcament propi (7 places + 1 per a minusvàlids)
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <p>Fulletons Pàgina web de la institució Cartells promocionals Mupis i/o banderoles Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament ✓ Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals</p>
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>No es disposa d'un recull de dades dels visitants que reben.</p>
<p>Importància actual</p> <p>✓ Complementa altres recursos Motiva corrents turístiques locals</p>

<p>Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional</p>
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p>
<p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al Centre d'Interpretació de la Gastronomia/Oficina de Turisme, i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el centre es troba a dinou minuts del Museu d'Art Contemporani de Can Mario, del Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i del Museu del Suro, a vint-i-dos minuts de la Fundació Cuixart; i a setze minuts del Teatre Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal.</p>
<p>Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs</p>
<p>No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p>
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses del centre, trobem com gaudeix d'una localització estratègica, perquè si bé és cert que es troba una mica allunyat del centre de la vila i de la resta d'institucions culturals i turístiques, cal tenir present també com es situa en una de les entrades, per carretera, més freqüentada pels visitants del municipi (l'entrada sud a Palafrugell, direcció a les platges) i per tant això afavoreix que alguns dels visitants que anaven directament a les platges del municipi s'aturin a consultar informació i descobreixin aquest centre d'interpretació.</p> <p>En segon lloc, si ens fixem en l'horari trobem com, tot i que s'estableix diferenciació per temporades, des del mes d'octubre fins al maig (excepte en Setmana Santa), l'oficina de turisme, on es troba el centre, tanca els dies festius i això esdevé una gran feblesa per a la institució.</p> <p>D'altra banda, les condicions d'accés al recurs són força bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques i es disposa d'un pàrquing propi. Malauradament, com ja hem apuntat anteriorment, es troba una mica allunyat del centre.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de direcció, els quals tant sols indiquen la presència de l'Oficina de Turisme, sense destacar que allí també es troba el Centre d'Interpretació de la Gastronomia, i això comporta, que el visitant desconegui l'existència d'aquest recurs.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes és correcte donat que s'ofereix la informació en català, castellà, francès i anglès, coincidint amb la nacionalitat dels principals visitants del municipi (segons les dades internes de l'IPEP).</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística, al no disposar d'un recull de dades dels visitants rebuts al Centre d'Interpretació de la Gastronomia, no sabem exactament quin és el nivell d'afluència. No obstant, si prenem com a referència les dades de l'oficina de turisme, veiem com el gruix de visitants es concentra en els mesos de la temporada d'estiu.</p>
<p>Infraestructures d'ús públic</p>
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <p>-Pàrquing propi de la Oficina de Turisme de Palafrugell</p>

-A 3 minuts, en cotxe, d'un Centre d'Atenció Primària (CAP)
-A 16 minuts del centre del poble
-Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació mig – alt.
Accions a desenvolupar
Les accions a desenvolupar que proposem són:
-Obrir la oficina de turisme, i per extensió el Centre d'Interpretació de la Gastronomia els dies festius durant els mesos compresos entre octubre i maig.
-Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té molt en compte, en les condicions d'accés al centre, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus.
-Millorar la senyalització del recurs per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment el centre així com també que en coneguin la seva presència.
-Establir un sistema de recompte de visitants per tal de tenir una referència més concreta de l'afluència turística del recurs.
-Reduir, paulatinament, els símptomes d'estacionalització de les visites al centre d'interpretació a través de realitzar una major difusió i promoció del recurs, i a través també de la col·laboració i el treball en xarxa amb la resta d'institucions culturals que es troben properes al centre i que podrien construir discursos conjunts.
Possibilitats didàctiques
Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.
Possibilitats de la visita
D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleces que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic al Centre d'Interpretació de la Gastronomia (localització estratègica, temàtica del centre, vinculació amb la Oficina de Turisme...), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament del recurs.

ARXIU MUNICIPAL
Descripció
L'Arxiu Municipal de Palafrugell (AMP) gestiona la documentació de l'Ajuntament de Palafrugell i els fons que conserva, i participa en la protecció i recuperació del patrimoni documental del municipi.
Localització
L'AMP es troba situat a l'edifici de Can Rosés (Carrer Major, 1, 1r), al costat de l'Església de Sant Martí de Palafrugell i al bell mig del centre del poble.
Tipologia del recurs
Arxiu
Titularitat/Propietat
Titularitat de l'Administració Local
POTENCIAL TURÍSTIC

Coordenades

41.91710487591973 –
3.163980339425507



Figura 18. Imatge exterior de l'Arxiu Municipal (2012)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

Accessibilitat al recurs

En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:

- Horaris i dies d'obertura:

De dimarts a dissabte de 9:00 a 14:00

Divendres a la tarda, del 16 de setembre al 14 de juny, de 16:00 a 19:00

Visites guiades: els primers dissabtes de mes, de 10:00 a 11:00, a l'estiu s'ofereix la visita tots els dissabtes del mes d'agost, i a partir de setembre els primers dissabtes de mes.

- Condicions d'accés al recurs:

L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.

En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing del Casal Popular) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing Can Mario i pàrquing Mercat).

Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba al bell mig del centre de Palafrugell.

- Preus:

Gratuït

- Senyalització:

Pel que fa la senyalització, hem pogut detectar un indicador de direcció al C/Cavallers. També, trobem un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi, situat al passeig Mossèn Bosch Arnau, i on apareix destacat l'Arxiu Municipal.

Situació actual

Es troba en un bon estat de manteniment i conservació.

Adaptació a la demanda

- Continguts de la visita:

El primer dissabte de cada mes (excepte durant el mes de juliol) s'organitza una visita guiada per l'Arxiu Municipal amb un aforament màxim de 8 persones. Es tracta d'un servei gratuït en el què cal inscriure's prèviament.

La visita consisteix en mostrar com funciona un arxiu per dins per tal de presentar i acostar aquest servei als ciutadans i a tot aquells que hi estiguin interessats.

En relació al contingut de la visita val a dir que, al tractar-se de grups reduïts, aquest s'adapta als interessos i motivacions de

<p>cada visitant.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idiomes: <p>Les visites guiades s'ofereixen en català i castellà. De moment, no s'ha realitzat demanda en cap altre idioma però estarien disposats a oferir-les també en anglès i francès.</p> • Serveis que s'ofereixen: <p>Trobem els serveis propis d'un arxiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Consulta dels documents (amb excepció dels que estan subjectes a restricció legal). -Informació documental i bibliografia de temes locals. -Assessorament sobre tractament de la documentació. -Atenció de visites col·lectives concertades (escoles) -Col·laboració en activitats en els àmbits educatius i culturals que contribueixin a la divulgació del patrimoni documental del municipi. <p>No obstant, possiblement el servei més innovador i diferenciador de l'Arxiu Municipal de Palafrugell és:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visita guiada a l'Arxiu el primer dissabte de cada mes.
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell ✓ Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>L'AMP presenta un nivell d'afluència de visitants mitja amb un total de 693 usuaris rebuts el passat any 2013, que van fer ús del servei de visites concertades i taller.</p> <ul style="list-style-type: none"> -27 usuaris de visites guiades a l'interior de l'AMP -213 usuaris de visites concertades (de diferents escoles i instituts) -453 usuaris de serveis de formació a usuaris en els centres (diferents escoles i instituts) <p>Observem doncs, com es tracta sobretot d'usuaris locals, principalment provinents d'escoles i instituts del municipi, i en relació a les visites guiades de cap de setmana acudeixen habitants del municipi o persones que hi tenen la seva segona residència.</p>
<p>Importància actual</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents (turístiques) locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p> <p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers a l'AMP i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com l'arxiu es troba a</p>

tres minuts del Museu d'Art Contemporani de Can Mario, del Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i del Museu del Suro, a cinc minuts de la Fundació Cuixart, a dos minuts del Teatre Municipal i la Biblioteca Municipal, a cinc minuts de la Fundació Josep Pla; i a quinze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.
Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs
No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses de l'Arxiu Municipal de Palafrugell, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba al centre de la vila i a pocs minuts d'altres institucions culturals i turístiques. De fet aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte. Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs, aquestes són molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució i com ja hem apuntat anteriorment es troba al centre de la vila.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes i propis d'un arxiu. En aquest sentit, cal destacar les visites guiades a l'arxiu com un servei innovador i diferenciador que esdevé una clara fortalesa d'aquest recurs.</p> <p>En relació als idiomes en que s'ofereix el servei són també correctes.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de senyalització, tot i que aquests es troben estratègicament situats.</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística, trobem com en el cas de les visites guiades predominen els usuaris locals i visitants amb segona residència al municipi.</p>
Infraestructures d'ús públic
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing municipal de pagament del Casal Popular (gratuït excepte en temporada alta: setmana santa i estiu), i altres pàrquings municipals com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing de Can Mario i pàrquing Mercat. -A 9 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 15 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació mig – alt.
Accions a desenvolupar
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Millorar la senyalització de l'AMP per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva

presència.
-Desenvolupar més iniciatives de comunicació per tal de donar a conèixer la institució i els seus serveis, afavorint així l'accés a més segments de públic.
Possibilitats didàctiques
Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.
Possibilitats de la visita
D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes febleses que s'haurien de millorar progressivament, en termes generals, es tracta d'una institució que, perfeccionant més el servei de visites guiades, pot adquirir un bon potencial turístic.

Coordenades

41.91583549360601 –
3.1643880351957705

BIBLIOTECA MUNICIPAL	
Descripció	La Biblioteca Municipal de Palafrugell és un servei públic i gratuït d'informació, obert a tothom, amb especial atenció als habitants de Palafrugell. Facilita l'accés al coneixement i contribueix a dinamitzar el municipi utilitzant tots els recursos al seu abast. S'adapta a les necessitats canviants dels usuaris i obre els seus serveis a l'exterior.
Localització	La Biblioteca Municipal de Palafrugell es troba al Carrer Sant Martí, 18 i per tant, molt proper a Plaça Nova i en conseqüència molt proper al centre del poble.
Tipologia del recurs	Biblioteca
Titularitat/Propietat	Titularitat de l'Administració Local
POTENCIAL TURÍSTIC	
Accessibilitat al recurs	<p>En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <ul style="list-style-type: none"> De dilluns a dissabte de 10:00 a 13:30 i de 16:00 a 20:00 (excepte els dijous al matí). • Condicions d'accés al recurs: <p>L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.</p> <p>En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers a la biblioteca (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).</p> <p>Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.</p> • Preus:



Figura 19. Imatge exterior i interior de la Biblioteca Municipal (2012)

Font: Arxiu fotogràfic IPEP

<p>Gratuït</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senyalització: <p>Pel que fa la senyalització, hem pogut detectar un indicador de direcció al C/Ample. També, trobem un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi, situat al passeig Mossèn Bosch Arnau, i on apareix destacada la Biblioteca Municipal.</p>
<p>Situació actual</p>
<p>Es troba en un bon estat de manteniment i conservació.</p>
<p>Adaptació a la demanda</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Continguts de la visita: <p>-Sala polivalent amb exposicions d'art (ARTECA) i possibilitat de préstec. En l'exercici del passat 2012 (no es disposa de dades més recents) es van realitzar 18 exposicions i es van gestionar un total de 26 préstecs. D'aquesta manera, s'ha creat un fons de 94 obres d'art d'artistes palafrugellencs o vinculats al municipi. També s'ha creat una pàgina web informativa i patrimonial on s'han catalogat i referenciat els 82 artistes que han exposat fins al 2012.</p> • Idiomes: <ul style="list-style-type: none"> -Català • Serveis que s'ofereixen: <p>Hi trobem els serveis propis d'una biblioteca:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Consulta i préstecs -Préstec interbibliotecari i a entitats -Servei d'informació i orientació -Servei d'accés a Internet -Activitats de promoció cultural (cursos de formació en TIC, club de lectura, converses en idiomes...) -Visites de formació d'usuaris -Servei de reprografia -Servei d'assessorament al centre educatiu psicopedagògic Ludus de Palafrugell -Servei de préstec d'ordinadors portàtils i e-books -Servei d'informació local -Servei als barris (Bibliobarris i Biblioplatja) <p>No obstant, possiblement el servei més innovador i diferenciador de la Biblioteca de Palafrugell és:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Servei d'Arteca: préstec i exposició d'obres d'art a la Biblioteca.
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució Cartells promocionals Mupis i/o banderoles Xarxes socials

<p>Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals</p>
Nivell d'aflluència turística
<p>La Biblioteca Municipal presenta un nivell d'aflluència de visitants mig, en l'exercici de l'any 2012 (no es disposa de dades més recents) es va realitzar un total de 211 activitats en les que van participar un total de 3.712 persones. Es tracta sobretot d'usuaris locals.</p>
Importància actual
<p>Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents (turístiques) locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional</p>
Complementarietat amb altres recursos turístics
<p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers a la Biblioteca Municipal i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com aquesta es troba a cinc minuts del Museu d'Art Contemporani de Can Mario, del Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i del Museu del Suro, a sis minuts de la Fundació Cuixart, a tres minuts de l'Arxiu Municipal, a un minut del Teatre Municipal, a sis minuts de la Fundació Josep Pla; i a quinze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.</p>
Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs
<p>No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.</p>
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses de la Biblioteca Municipal, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba al centre de la vila i a pocs minuts d'altres institucions culturals i turístiques. De fet aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte. Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs, aquestes són molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució i com ja hem apuntat anteriorment es troba al centre.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com al tractar-se d'un recurs gratuït això facilita l'accés a diferents segments de públic. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes i propis d'una biblioteca. En aquest sentit, cal destacar ARTECA com un servei innovador i diferenciador que esdevé una clara fortalesa d'aquest recurs.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de senyalització, tot i que aquests es troben estratègicament situats.</p> <p>Finalment, pel que fa l'aflluència turística, al no disposar d'un registre del nombre de persones que acudeixen a l'exposició d'obres d'art, no sabem fins a quin punt predomina l'estacionalitat de les visites al recurs. No obstant, sabem que predominen els usuaris locals.</p>
Infraestructures d'ús públic
<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <p>-Pàrquing municipal de pagament Casal Popular (gratuït excepte en</p>

<p>temporada alta, setmana santa i estiu), i altres pàrquings municipals com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing Can Mario i pàrquing Mercat.</p> <p>-A 5 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP)</p> <p>-A 15 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell</p> <p>-Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats</p>
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació alt.
Accions a desenvolupar
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <p>-Millorar la senyalització de la Biblioteca Municipal per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva presència.</p> <p>-Donat que la biblioteca es troba en un edifici important per la història de Palafrugell (antiga Cooperativa Econòmica Palafrugellense) obra del conegut arquitecte Rafael Masó, es podria dur a terme algun tipus d'iniciativa aprofitant aquest discurs narratiu per dotar aquest recurs d'un cert potencial turístic.</p>
Possibilitats didàctiques
<p>Aprofitant que la Biblioteca Municipal es troba en l'antiga seu de la Cooperativa Econòmica Palafrugellense, un edifici de l'arquitecte Rafael Masó, considerem que es podria realitzar una exposició utilitzant la història de l'edifici per tal de dotar a la institució d'un major potencial turístic.</p>
Possibilitats de la visita
<p>D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleses que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic a la Biblioteca Municipal de Palafrugell (l'edifici i la seva història), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament del recurs.</p>

TEATRE MUNICIPAL
Descripció
<p>El Teatre Municipal de Palafrugell (TMP) va ser inaugurat el dia 7 de maig de 1999. L'objectiu amb què s'inaugurava era esdevenir l'equipament catalitzador de la política cultural de la vila.</p> <p>Així mateix, el TMP té una capacitat per a 470 persones i a més de la sala del teatre, consta també dels següents elements: Sala d'Exposicions (al primer pis), Sala d'Actes (al segon pis) i Àrea de Cultura (al segon pis). Val a dir també, que des del mes d'abril fins al mes d'octubre el vestíbul del TMP realitza les funcions d'Oficina de Turisme.</p>
Localització
<p>El TMP es troba situat al Carrer Santa Margarida, 1 i per tant molt proper a Plaça Nova i en conseqüència al centre del poble.</p>
Tipologia del recurs
Teatre + Sala d'exposicions
Titularitat/Propietat
Titularitat de l'Administració Local
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs

Coordenades

41.916306525209436 –
3.1648601039823916



Figura 20. Imatge exterior i interior del Teatre Municipal (2014)

Font: Elaboració pròpia

En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:

- Horaris i dies d'obertura:

De dimarts a dissabte, de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00.

Diumenges de 10:00 a 13:00

Horari de l'Oficina de turisme situada al Hall del Teatre:

De setmana santa al 12 d'octubre, laborables de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00, diumenges de 10:00 a 13:00 i festius de 10:00 a 13:00 i de 17:00 a 20:00. Del 12 d'octubre fins a Setmana Santa tancat.

- Condicions d'accés al recurs:

L'accessibilitat a aquest recurs és, en termes generals, bona. En primer lloc, es compta amb l'adaptació per a persones amb minusvalideses físiques quelcom que denota una conscienciació en aquest sentit.

En segon lloc, hem pogut observar com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).

Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.

- Preus:

Els preus varien segons el tipus d'activitat; algunes son gratuïtes.

- Senyalització:

Pel que fa la senyalització hem pogut localitzar els següents indicadors de direcció: C/ Cavallers i C/Ample. També, hem trobat un plànol de situació en el que destaquen alguns dels nodes més importants del municipi, situat al passeig Mossèn Bosch Arnau, i on apareix el Teatre Municipal.

Situació actual

La institució es troba en un bon estat de manteniment i conservació.

Adaptació a la demanda

- Contingut de la visita:

El Teatre Municipal ofereix diferents activitats:

-Programació: teatre professional i amateur; infantil (conveni amb La Xarxa); musical (conveni amb les Joventuts Musicals de Palafrugell); cinematogràfica (conveni amb el Cine-Club Garbí); i de cine i teatre per a les escoles.

-Exposicions al TMP (vestíbul i sala d'exposicions). Actualment, al primer pis hi ha una exposició titulada *El viatge dels sardinals* consistent en dotze lones on s'exposen fotografies d'aquest tipus de vaixells i alguns textos; i al

<p>vestíbul, hi ha l'exposició <i>Histories de vida, la Sauleda / Carrer Ample</i>, consistent en uns plafons amb fotografies.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idiomes: <p>La majoria de les exposicions són en català, amb alguna excepció puntual.</p> • Serveis que s'ofereixen: <ul style="list-style-type: none"> -Sala gran TMP: Capacitat: 470 persones (302 a platea i 168 a l'amfiteatre). Equipaments disponibles: pantalla de cinema, taula de conferències, faristol per a exposicions, equip de so. Sala per a representacions teatrals, musicals o de cine. -Sala d'exposicions del TMP: 20 metres lineals d'exposició. -Sala d'Actes: capacitat per a 50-60 persones. Equipaments disponibles: Televisor, taules, cadires, equip de so amb altaveus i micròfon, pantalla, projector BENQ PB 2140 de 1600 ANSI lumen. Sala per a conferències, xerrades, presentacions, projeccions, reunions, etc. -Sala d'Assajos: 114m² amb terra de parquet flotant per a activitats específiques de dansa i teatre. S'hi ubica l'Aula de Teatre i l'Aula de Dansa. -La Galeria (a la plaça de Can Mario), conveni amb la Fundació Vila Casas, sala d'exposicions amb 175m². -La Bòbila (situada al c/Garriga), amb una superfície total construïda de 1.369m² més un soterrani de 231m². -Informació turística (vestíbul TMP) -Ascensor (accés minusvàlids)
<p>Mitjans de difusió i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fulletons ✓ Pàgina web de la institució ✓ Cartells promocionals ✓ Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
<p>Nivell d'afluència turística</p> <p>El TMP presenta un nivell d'afluència d'usuaris mig – alt , amb un total de 38.788 espectadors, rebuts durant l'any 2013 (no es troben disponibles dades més recents), que es distribueixen, de la manera següent segons les activitats programades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Programació teatral (4.211) -Espectacles infantils (2.035) -Concerts Joventuts Musicals (615) -Teatre a les escoles (4.209) -Festivals de Jazz Costa Brava, les actuacions realitzades al TMP (547)

<p>-Exposicions al TMP. No es disposa d'un registre de les visites rebudes tant a les exposicions del primer pis com les del vestíbul donat que al ser gratuïtes no tenen establert un sistema de recompte. Així mateix, es consideren exposicions multitudinàries per la gran quantitat de persones que les visiten directa o indirectament.</p> <p>Observem doncs, com es tracta sobretot d'usuaris locals.</p>
<p>Importància actual</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementa altres recursos ✓ Motiva corrents (turístiques) locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
<p>Complementarietat amb altres recursos turístics</p>
<p>En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers al TMP i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com el teatre es troba a quatre minuts del Museu d'Art Contemporani de Can Mario, del Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i del Museu del Suro, a quatre minuts de la Fundació Cuixart, a dos minuts de l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal, a sis minuts de la Fundació Josep Pla; i a quinze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.</p>
<p>Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs</p>
<p>No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.</p>
<p>DISPONIBILITAT TURÍSTICA</p>
<p>Potencial turístic</p>
<p>Pel que fa el potencial turístic d'aquesta institució trobem com hi ha aspectes molt positius però també algunes febleses. En primer lloc, si ens centrem en les fortaleses del TMP, trobem com gaudeix d'una bona localització donat que es troba al centre de la vila i a pocs minuts d'altres institucions culturals i turístiques. De fet aquesta proximitat pot esdevenir molt positiva si les diferents institucions treballen en equip i estableixen xarxes de comunicació i col·laboració entre elles.</p> <p>Seguint en la mateixa línia, trobem com l'horari també és correcte, tot i que no diferencia per temporades. Així mateix, en relació a les condicions d'accés al recurs aquestes són molt bones donat que es facilita l'accés a la gent amb minusvalideses físiques, es disposa d'un pàrquing de pagament molt proper a la institució i com ja hem apuntat anteriorment es troba al centre.</p> <p>A continuació, si ens fixem en els preus, trobem com aquests depenen del tipus d'activitat que es vol realitzar. No obstant, la majoria de les exposicions són gratuïtes. De la mateixa manera, els serveis que s'ofereixen també són correctes.</p> <p>Per contra, la senyalització és, en aquest cas, insuficient donat que existeixen pocs indicadors de senyalització, tot i que aquests es troben estratègicament situats.</p> <p>Pel que fa el contingut de l'exposició, es tracta d'un recurs que ofereix activitats molt variades (teatre, actes musicals, cinema i exposicions temporals) i per tant, que pot atraure a segments de públic molt diferents.</p> <p>D'altra banda, el tractament dels idiomes no és del tot correcte donat que les exposicions i altres serveis, només s'ofereixen, en la majoria de casos, en català.</p> <p>Finalment, pel que fa l'afluència turística, al no disposar de les dades desglossades per mesos, no sabem fins a quin punt predomina l'estacionalitat de les visites al recurs. No obstant, intuïm que predominen els usuaris locals.</p>
<p>Infraestructures d'ús públic</p>

<p>En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing municipal de pagament de Can Mario i altres pàrquings municipals com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat. -A 6 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 15 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos estan en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació alt.
Accions a desenvolupar
<p>Les accions a desenvolupar que proposem són:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dissoldre les barreres sensorials d'accés al recurs. Com hem vist, es té en compte, en les condicions d'accés al TMP, que hi hagi un fàcil accés per aquelles persones que pateixen minusvalideses físiques. No obstant, parlar avui d'accessibilitat no és només parlar d'eliminar les barreres arquitectòniques sinó que es tracta d'aconseguir fer més accessible la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus. -Millorar la senyalització del TMP per tal que els visitants puguin localitzar fàcilment la institució així com també que en coneguin la seva presència. -Augmentar l'oferta d'idiomes en les exposicions temporals per facilitar l'accés a diferents segments de públic i augmentar el seu potencial turístic. -Establir un sistema de recompte de visitants per tal de tenir una referència més concreta de l'afluència turística del recurs.
Possibilitats didàctiques
Els temes desenvolupats i explicats des del recurs són correctes.
Possibilitats de la visita
D'aquesta manera, després d'aquest anàlisi que hem realitzat, podem dir que, si bé existeixen algunes fortaleces que podrien contribuir a donar un bon potencial turístic al TMP (localització, història de l'edifici, diversitat en el tipus d'activitats i serveis que ofereixen...), existeixen també algunes carències importants que caldria remeiar urgentment per tal de garantir un millor funcionament de la institució.

FUNDACIÓ CUIXART
Descripció
La Fundació Cuixart es va fundar l'any 1998 amb l'objectiu de difondre la figura de Modest Cuixart i Tàpies. Aquesta es troba ubicada a la casa on va viure Modest Cuixart a partir dels anys 70, una finca modernista que va obrir les seves portes el mes de juliol de 2011, i on es pot visitar l'estudi i el jardí o participar en cicles d'activitats culturals de música, dansa i fotografia, tot intentant continuar la faceta de dinamitzador de Modest Cuixart.
Localització
La Fundació Cuixart està situada al Carrer Vincke i Meyer, 22, per tant, es troba a 5 minuts del centre del poble.
Tipologia del recurs
Fundació privada

Coordenades

41.91817465021389 –
3.166818116563263



Figura 21. Imatge interior de la Fundació Cuixart (2014)

Font: Arxiu Fotogràfic IPEP

Titularitat/Propietat
Titularitat privada
POTENCIAL TURÍSTIC
Accessibilitat al recurs
<p>En relació a l'accessibilitat analitzarem els següents punts: horaris, dies d'obertura, condicions d'accés al recurs i senyalització:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horaris i dies d'obertura: <p>No disposa d'un horari establert d'obertura al públic. Organitza visites i tallers per a escoles de manera puntual i sota reserva prèvia amb un mínim i un màxim d'entre 4 i 10 persones per grup.</p> • Condicions d'accés al recurs: <p>En relació a l'accessibilitat trobem com es pot accedir fàcilment amb vehicle propi donat que es disposa d'un pàrquing municipal de pagament (Pàrquing Can Mario) molt proper a la institució, així com altres aparcaments municipals que també es troben propers al museu (Pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat).</p> <p>Finalment, l'accessibilitat a peu és també bona donat que es troba a pocs minuts del centre de Palafrugell.</p> • Preus: <p>No s'ha pogut contactar amb la institució per obtenir aquestes dades.</p> • Senyalització: <p>No s'ha trobat senyalització sobre aquest recurs.</p>
Situació actual
No se'n ha permès accedir al recurs. De fet, les dues úniques dades de contacte amb la institució (telèfon: 972 30 09 58 i correu electrònic: info@fundaciocuixart.com) es troben fora de servei.
Adaptació a la demanda
No s'ha pogut contactar amb la institució per fer la visita al recurs.
Mitjans de difusió i comunicació
<p>Fulletons</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pàgina web de la institució Cartells promocionals Mupis i/o banderoles ✓ Xarxes socials ✓ Propostes fetes per l'Ajuntament Web de turisme de Palafrugell Vídeos promocionals
Nivell d'afluència turística
No s'ha pogut contactar amb la institució per obtenir aquestes dades.
Importància actual
<p>Complementa altres recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Motiva corrents (turístiques) locals Motiva corrents turístiques regionals Atractiu a nivell nacional Atractiu a nivell internacional
Complementarietat amb altres recursos turístics
En relació als recursos amb potencial turístic que es troben propers a la

Fundació Cuixart i que podrien oferir un relat conjunt, trobem com la Fundació es troba a tres minuts del Centre d'Interpretació del Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, del Museu del Suro i del Museu d'Art Contemporani de Can Mario, a sis minuts del Teatre Municipal, l'Arxiu Municipal i la Biblioteca Municipal; i a setze minuts de la oficina de turisme de Palafrugell.
Rutes o circuits en els que s'hagi inclòs
No s'ha trobat cap ruta o circuit en el que s'hagi inclòs.
DISPONIBILITAT TURÍSTICA
Potencial turístic
No s'ha pogut analitzar el potencial turístic de la institució donat que no se'ns ha permès accedir al recurs.
Infraestructures d'ús públic
En relació a les infraestructures i equipaments existents sobre el terreny trobem la relació següent: <ul style="list-style-type: none"> -Pàrquing municipal de pagament Can Mario, i altres pàrquings municipals com així com pàrquing Torres Jonama, pàrquing Camp d'en Prats, pàrquing del Casal Popular i pàrquing Mercat. -A 12 minuts d'un Centre d'Atenció Primària (CAP) -A 16 minuts de l'Oficina de Turisme de Palafrugell -Tots els accessos en bon estat i asfaltats
PARÀMETRES DE GESTIÓ
Nivell d'actuacions
Nivell d'actuació alt.
Accions a desenvolupar
No s'ha pogut fer un anàlisi complet de la institució degut als problemes que hi ha hagut per poder contactar-hi. No obstant, si hem pogut observar com caldria millorar la senyalització del recurs, donat que actualment és inexistent, i també millorar les condicions d'accés i contacte amb la institució.
Possibilitats didàctiques
No s'ha pogut contactar amb la institució per observar quin és el contingut de la visita i per tant no podem avaluar aquest aspecte.
Possibilitats de la visita
Com s'ha pogut observar, hem tingut problemes d'accessibilitat al recurs i per tant hi ha nombrosos aspectes que no s'han pogut avaluar correctament. No obstant, si que hem detectat deficiències en la senyalització i sobretot, en les condicions d'accés i contacte amb la institució que s'haurien de corregir immediatament per garantir el seu bon funcionament.

Després de presentar l'inventari de recursos culturals del municipi de Palafrugell, es mostra, a continuació, un gràfic que resumeix el nivell d'actuació per a cada un dels elements.

NIVELL D'ACTUACIÓ



Figura 22. Gràfic amb el nivell d'actuació corresponent a cadascun dels recursos culturals analitzats (2014)

Font: Elaboració pròpia

4.2. Demanda (perfils turístics)

Després d'haver presentat l'inventari de recursos culturals del municipi de Palafrugell, es mostra a continuació, la segona part d'aquest anàlisi corresponent al perfil turístic de la demanda.

Actualment, segons diversos estudis realitzats a la comarca, el perfil del turista queda definit com a bàsicament familiar, d'origen, sobretot, català (amb una incidència important de Barcelona) de poder adquisitiu mig – alt, un percentatge molt alt dels quals repeteixen destinació, possiblement perquè tenen una segona residència (Martín i Fontboté, 2003). Per sota del públic català, trobem visitants de la resta de l'estat espanyol, sobretot madrilenys i bascos, seguits del turista francès, l'anglès, l'holandès i l'alemany (IPEP, 2013).

PAÍS DE PROCEDÈNCIA	VALORS	%
Espanya	19.567	54,26%
França	7.851	21,77%
Regne Unit	4.185	11,61%
Països Baixos	1.236	3,43%
Alemanya	1.007	2,79%
Resta d'Europa	447	1,24%
Resta d'Amèrica	381	1,06%
Itàlia	327	0,91%
Bèlgica	260	0,72%
Estats Units d'Amèrica	180	0,50%

Suècia	126	0,35%
Resta d'Àsia i Oceania	124	0,34%
Noruega	102	0,28%
Suïssa	90	0,25%
Canadà	70	0,19%
Dinamarca	58	0,16%
Xina	15	0,04%
Àfrica	15	0,04%
Finlàndia	10	0,03%
Japó	6	0,02%
Índia	6	0,02%
Islàndia	2	0,01%
TOTAL	36.059	100%

Figura 23. Taula amb el nombre total de turistes per nacionalitat que va rebre el municipi de Palafrugell el passat any 2013

Font: Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell (IPEP)

Tenint en compte aquestes dades, s'analitza a continuació, les característiques dels turistes catalans, espanyols, francesos, anglesos, holandesos i alemanys, per tal d'observar com encaixen els seus perfils en la oferta turística del municipi. Les principals eines que s'utilitzaran per a definir aquests perfils són l'estudi *Mercats Emissors de Turisme* publicat per l'Agència Catalana de Turisme aquest any 2014, l'*Atlas del Turisme a Catalunya* i el *Programa de valorització i dinamització dels recursos litorals de Palafrugell i el seu entorn* (2011).

4.2.1. Perfil del turista català i espanyol:

Els viatgers catalans són dinàmics i actius, amb interessos per conèixer, descobrir i gaudir de paratges, cultures i activitats en destinacions dins i fora de Catalunya. En l'època actual, hi ha un ampli ventall de tipologies de viatger català, per exemple la família que viatja a la seva segona residència habitualment ubicada en punts de la costa catalana, els viatgers assidus al turisme d'esquí que cada hivern viatgen als Pirineus, els joves que aprofitant els vols de baix cost descobreixen destinacions europees en caps de setmana o ponts, entre molts d'altres (Cortés, 2009).

En relació amb el motiu del viatge es constata que el grup més gran correspon a motius d'oci i vacances, que mostra un augment anual continu durant els darrers anys. El segon grup més significatiu quant a volum de viatgers catalans correspon a motius de visita a familiars i/o amics, que en aquest cas sembla mantenir-se constant. Els grups de negocis,

fires i congressos i estudis són els que menys pes tenen dins dels turistes catalans, però és significatiu que també experimenten un creixement en la dècada actual (Cortés, 2009).

Considerant el grau de fidelitat a la destinació, veiem com els turistes catalans, semblen fidels a les seves destinacions turístiques preferides i acostumen a repetir en diverses ocasions. Aquest és un aspecte molt rellevant dels fluxos turístics catalans dins de Catalunya i al mateix temps desitjable des de la perspectiva de la destinació: atreure nous turistes i fer que aquests tornin (Cortés, 2009). Cal tenir present però que, en el cas del turista català, aquesta fidelitat ve donada, en nombroses ocasions, pel fenomen de les segones residències.

Tenint en compte això, és destacable que, en l'actualitat, dels viatges que són condicionats per una segona residència, el 95% es produeixen a Catalunya, i pel que fa la resta de viatges, no relacionats amb segones vivendes, un 40% es fan Catalunya, un altre 40% a la resta de l'Estat espanyol i un 20% a l'estranger (Cortés, 2009).

Tanmateix, els viatgers catalans a Catalunya presenten un gran ventall d'interessos i no es limiten únicament al turisme de sol i platja, al llarg de la costa catalana, o al turisme actiu, als Pirineus catalans i la Vall d'Aran, sinó que també s'ha desenvolupat un segment notable de turisme cultural, turisme rural, turisme patrimonial i històric i turisme de golf, entre d'altres (Cortés, 2009).

Pel que fa el turista espanyol, aquest és un turista experimentat i coneixedor profund d'algunes parts de Catalunya, que sol planejar el seu viatge de forma independent i que visita les xarxes socials, on intercanvia opinions amb d'altres turistes (ACT, 2014).

Malgrat que Catalunya es percep com una destinació cara i de qualitat, una mica més allunyada que altres punts turístics de l'Estat com poden ser Andalusia o València, continua sent una destinació preferent per a un tipus de viatgers, que aprecien una destinació de qualitat i que busquen una oferta variada de producte, que va del turisme cultural al de sol i platja més cuidat. Catalunya doncs, continua sent coneguda per les seves grans icones, entre elles, la Costa Brava (ACT, 2014).

La situació actual del mercat espanyol està marcada per la crisi econòmica i financera, estructural, per la recessió i per un ambient de força incertesa econòmica. L'expectativa del PIB és un decreixement més alentit. El quart trimestre de 2013 ha presentat una variació interanual del -0,1% i de reducció del -1,7% del PIB *per càpita* (2012). El País Basc, Navarra i Madrid són les comunitats autònomes amb un PIB *per càpita* més alt. La

taxa d'atur és del 26% de la població, la qual cosa representa quasi sis milions de persones desocupades (ACT, 2014).

Més de 4 milions de turistes provinents de la resta de l'Estat van visitar Catalunya el 2012, un -8,2% respecte del 2011. Les últimes dades del tercer trimestre del 2013 xifren les arribades en 3,12 milions de viatgers, amb una variació interanual del -5,0%. El mercat de l'Estat espanyol és el segon mercat més important després del català (turisme interior). Els ciutadans de l'Estat espanyol han realitzat 120,1 milions de viatges fins a setembre del 2013, un 5,2% menys que el mateix període de l'any anterior. D'aquest, un 7,3% va tenir una destinació estrangera i un 92,7% va ser dins de l'Estat espanyol. Hi ha, per tant, un descens generalitzat dels viatges dels espanyols. Els ciutadans que més viatgen són els de les comunitats autònomes de Madrid (18,5%) i Catalunya (16,4%). Ho fan majoritàriament amb cotxe (85,2%) seguit de l'avió (8,9%) i les estades mitjanes són de 4.4 nits en el turisme interior, amb una despesa total de 28.613 milions d'euros, un -8,5% menys que en 2011, cosa que representa una despesa de 180,3€ per persona/viatge i 38,1€ per persona/dia (ACT, 2014).

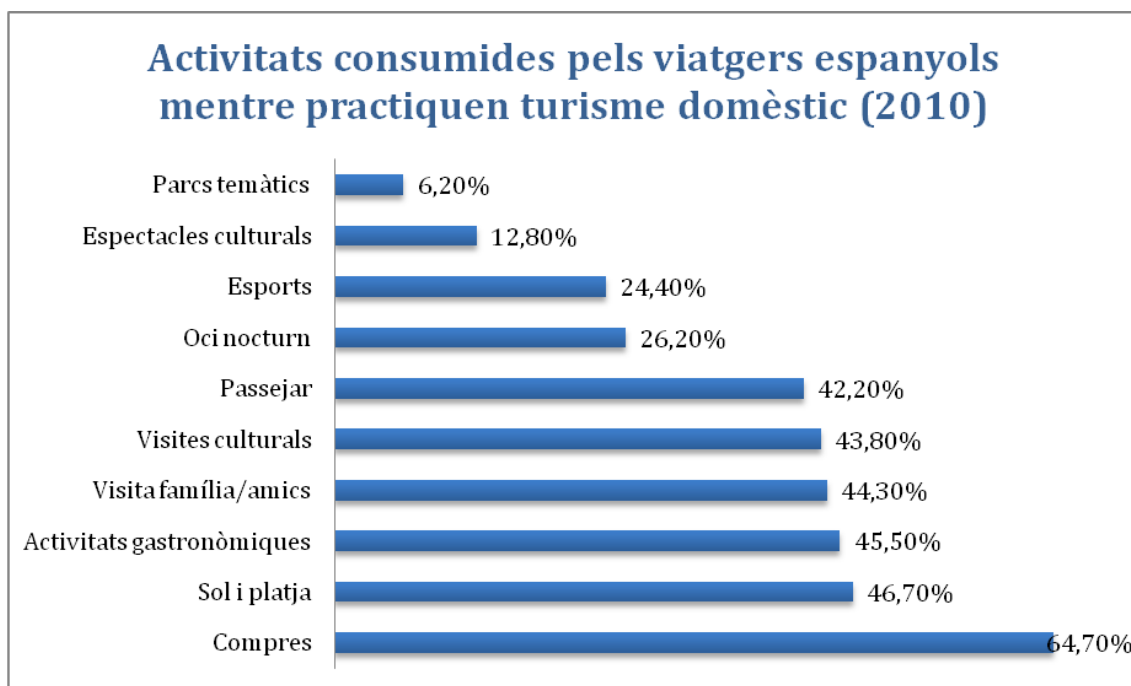


Figura 24. Gràfic amb les activitats consumides pels viatgers espanyols mentre practiquen turisme domèstic (any 2010)

Font: DCB Turisme i desenvolupament local (Capellà et al., 2011)

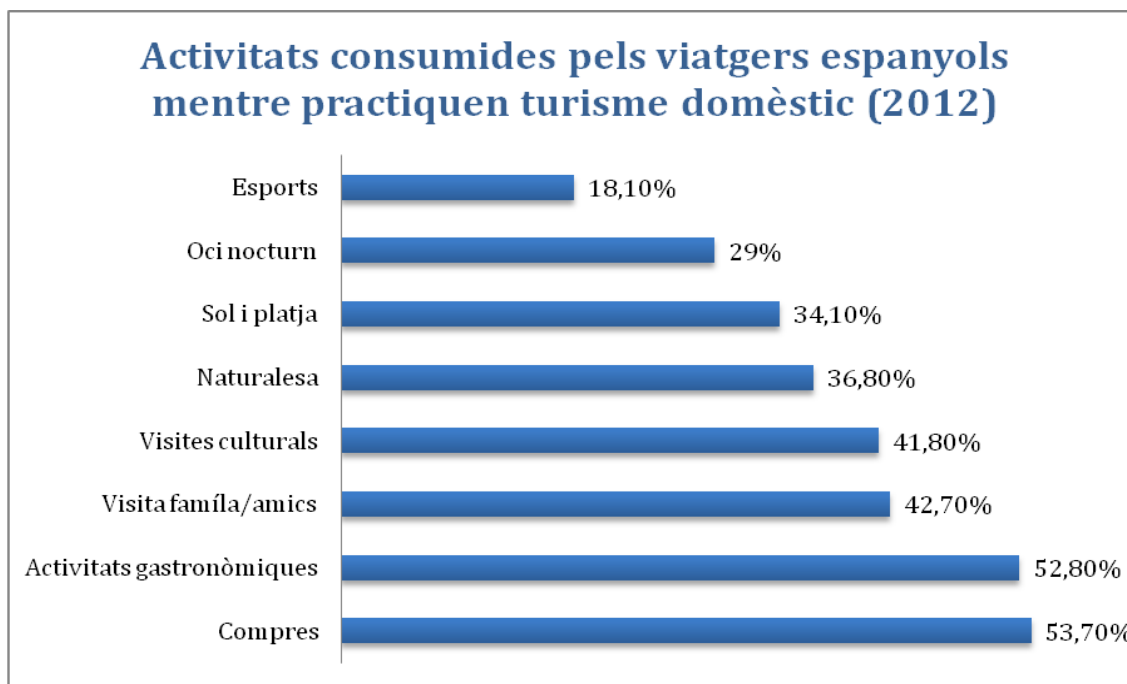


Figura 25. Gràfic amb les activitats consumides pels viatgers espanyols mentre practiquen turisme domèstic (any 2012)

Font: Agència Catalana de Turisme

Finalment, en relació als productes turístics, veiem com mentre que al 2010 els productes estrella eren les compres (64,70%), el sol i platja (46,70%), les activitats gastronòmiques (45,50%), la visita a familiars i amics (44,30%), les visites culturals (43,80%) i els passejos (42,20%), en el 2012, es produeixen alguns canvis i, tot i que el producte principal segueixen essent les compres (53,70%), les activitats gastronòmiques passen a ocupar el segon lloc (52,80%), seguides per les visites a familiars o amics (42,70%), les visites culturals (41,80%), la naturalesa (36,80%) i el sol i platja (34,10%).

4.2.2. Perfil del turista francès:

Catalunya és, avui, la destinació estrangera preferida dels francesos, un mercat madur i exigent que representa el primer mercat emissor internacional per Catalunya pel que fa a la despesa i el nombre de turistes. Uns turistes que s'organitzen individualment les vacances, que valoren molt el tracte en francès, que busquen cada cop més rebre un bon servei a bon preu, gaudir d'una bona gastronomia i amb una preferència clara per passar les seves vacances en llocs autèntics i amb personalitat, i sensibles als productes sostenibles (ACT, 2014).

La segona meitat de l'any 2013 el mercat francès va caure en recessió, i per aquesta raó el turista francès ha reduït els seus viatges a l'estranger. La incertesa econòmica i la disminució del poder adquisitiu han provocat que els francesos escullin el seu propi país o destinacions de molta proximitat per visitar. En conseqüència, Catalunya, en tant que destinació de proximitat i competitiva, han experimentat més d'un 8,9% d'augment de visitants i un increment del 23,9% de despesa generada (ACT, 2014).

En relació a les xifres econòmiques, França, que ha conegut aquest 2013 xifres d'atur rècord, amb un 10,9%, es manté com la primera destinació turística mundial. El sector turístic, pols d'excel·lència, representa el 7% del PIB. El PIB global ha progressat entre el tercer i el quart trimestre del 2013. El consum de béns a les llars va augmentar en la segona meitat de l'any 2013, encara que l'acumulat del primer trimestre marca una tendència negativa (-0,4%) (ACT, 2014).

Durant el passat any 2013, més de 4,1 milions de turistes francesos van visitar Catalunya. De fet, el mercat emissor francès representa el 26,7% dels turistes estrangers i el 16,5% de la despesa turística a Catalunya prové d'aquest mercat. La despesa per turista/estada és de 560€ (+21,2%), és a dir, 79,6€ per turista/per dia (ACT, 2014).

Catalunya concentra gairebé la meitat de tots els turistes francesos que viatgen a l'Estat espanyol (43%). És la destinació que més ha incrementat el seu volum de despesa en valors absoluts de l'Estat espanyol, bàsicament com a conseqüència de la contribució i l'increment del mercat francès (ACT, 2014).

Pel que fa el seu perfil, el turista francès busca un turisme d'escapada, per desconnectar de la vida quotidiana i gaudir tant de la platja com de la natura. També són grans consumidors de productes culturals (ACT, 2014). De fet, els principals productes consumits pel públic francès a Catalunya són:

- El sol i platja
- Cultura/rutes culturals
- City breaks a Barcelona
- Turisme actiu i de natura
- MICE (congressos i viatges d'incentius)
- Gastronomia

- Estades lingüístiques

Una tendència turística emergent és el consum en binomi de diferents productes, per exemple cultura i gastronomia (Capellà et al., 2011).

Finalment, pel que fa als mitjans de comunicació, trobem com els mitjans tradicionals i *online* són els grans prescriptors i creadors d'opinió per als consumidors. Es tracta d'un mercat molt segmentat en què els turistes fan servir Internet com a primera font per preparar un viatge. L'altra gran font són les guies turístiques, que es publiquen a cinc grans editorials (Hachette Tourisme, Michelin Cartes & Guides, Lonely Planet, Gallimard i Petit Futé) (ACT, 2014).

Tant mateix, també tenen molt de pes les *hors-séries* (edicions especials de les revistes), que tenen una vida de tres o quatre anys, dins d'una llar francesa. En un mercat de 40,2 milions d'internautes, els canals *online* de venda i comercialització tenen una forta presència. L'usuari arriba a comparar informació de fins a sis o més webs. Els principals grups de webs d'informació turística són:

- Webs de caràcter editorial: Routard, Petit Futé i Lonely Planet.
- Els comparadors: Easyvoyage, Kayak, Cheapflights, Travelsupermarket i Voyagermoinscher.
- Les webs d'opinió: Tripadvisor i Zoover.
- Els cercadors o comparadors de bons plans mitjançant *newsletters*: Travelzoo i Planetazoo.
- Les comunitats o xarxes socials: Facebook, Easyvoyage o Google+.

En relació als principals portals de viatge online trobem voyagessncf.com, Odigeo (Edreams, Opodo), Voyageprive.com, Lastminute.com. Cal remarcar un gran augment i potencial de les aplicacions turístiques per a mòbils (ACT, 2014).

4.2.3. Perfil del turista anglès:

Durant l'any 2013, Catalunya va rebre 1.685.323 turistes procedents del Regne Unit, fet que ha representat un increment del 4,9% respecte els anys anteriors, alhora que també ha comportat un increment de la despesa mitjana del 4,3%. El paquet turístic del tot inclòs ha augmentat des de la crisi econòmica. Una curiositat de visitant és la tendència a celebrar casaments i comiats de solters/es a l'estranger (ACT, 2014).

Catalunya és apreciada pels turistes anglesos, ja que la perceben com una destinació amb una bona relació qualitat – preu, que gaudeix d'una climatologia suau i favorable, amb platges excel·lents, un bon entorn natural i força recursos complementaris, com la cultura i la gastronomia. També cal dir, que el turista anglès aprecia l'ecoturisme, i ben aviat la sostenibilitat mediambiental es convertirà en un element diferenciador dins de l'oferta turística (ACT, 2014).

En relació a les xifres econòmiques, el creixement del PIB va ser d'un 0,8% en el tercer trimestre del 2013 per comparació al segon trimestre del 2013. La major contribució al creixement del PIB va provenir del sector serveis, l'oci i la cultura. L'índex de preus de consum va situar la seva taxa anual en el 2,1% el desembre del 2013. La taxa d'atur era del 7,1%, és a dir, hi havia 2.320.000 persones sense feina, cosa que representa una reducció de 172.000 persones. La taxa de canvi de la moneda era d'1 EUR = 0,832 GBP el 31 de desembre de 2013 (ACT, 2014).

Els turistes britànics són el primer mercat emissor cap a Espanya, amb un total del 23,7% de les arribades, la qual cosa ha significat un creixement del 0,3%. De fet, a Catalunya, rebem un total de 1.685.323 turistes britànics, el 10,8% del total de viatgers, els quals mantenen una estada mitjana de 6,1 dies. La despesa anual va augmentar un 8,7% durant el 2012, cosa que representa un total d'1.218.026.595 d'euros (ACT, 2014).

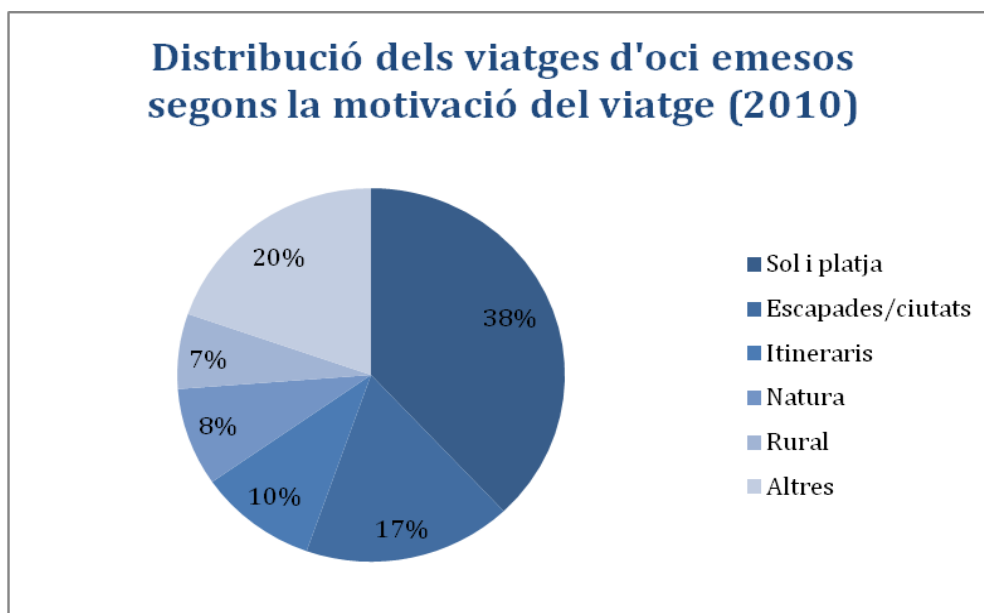


Figura 26. Gràfic amb la distribució dels viatges d'oci emesos segons la motivació del viatge en els usuaris britànics (any 2010)

Font: Agència Catalana de Turisme

En relació al perfil dels turistes britànics, segons l'Agència Catalana de Turisme, els productes preferits d'aquest mercat són el sol i platja, el turisme familiar, els *City breaks*, turisme de reunions, mentre que els productes emergents són el turisme de creuers, el turisme sènior i el turisme sostenible.

Finalment, pel que fa als mitjans de comunicació, hi ha dues publicacions específiques per al sector turístic, TTG, Travemole i *Travel Weekly* (per a la indústria turística) i *Lonely Planet Magazine* (per al consumidor final). També hi ha els següents mitjans que se'n ocupen:

- *Mail on Sunday*: diari nacional amb secció de viatges.
- *Time Out*: revista amb secció de viatges.
- Guardian.co.uk/travel: lloc web.
- LBC Travel Show: ràdio amb secció de viatges (ACT, 2014).

4.2.4. Perfil del turista belga i holandès:

Més de 700.000 belgues i holandesos visiten l'Estat Espanyol cada any, una xifra considerable de turistes, ja que es tracta de països petits. A més, aquests turistes acostumen a passar una mitjana de gairebé 10 nits en el destí. Catalunya rep cada any el 25,6% de viatges belgues i holandesos que viatgen a l'Estat. Tant les zones de platja com la marca Barcelona exerceixen un gran poder d'atracció entre els belgues i els holandesos que trien Catalunya com a destinació (ACT, 2014).

En relació a les xifres econòmiques, trobem com el PIB holandès és del -0,1%, amb un PIB *per càpita* de 32.882,45€, un IPC del 2,5% i una taxa d'atur del 8,2%. En quant a les xifres turístiques, Catalunya va rebre 653.418 holandesos, amb una estada de 8,6 nits, i amb una despesa total de 487.385.264€, la qual cosa representa una despesa per turista de 747€ (ACT, 2014).

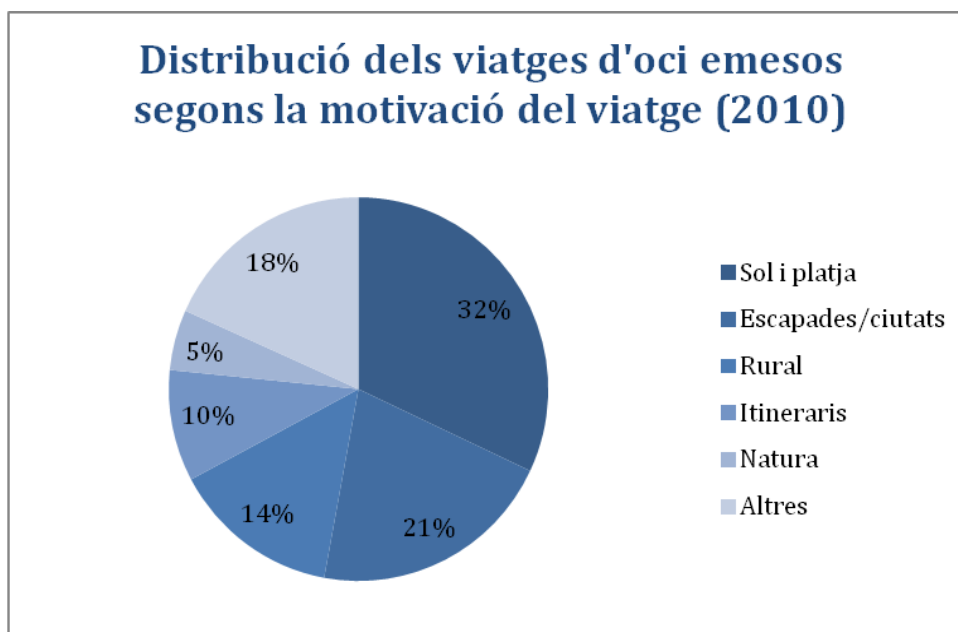


Figura 27. Gràfic amb la distribució dels viatges d'oci emesos segons la motivació del viatge en els usuaris holandesos (any 2010)

Font: Agència Catalana de Turisme

En el cas dels productes preferits pel públic holandès a l'hora de viatjar a Catalunya, aquests són, segons l'Agència Catalana de Turisme, el sol i platja (51%) i els *city trips* (31%). Tant mateix, també sabem que hi ha un gran interès pel turisme actiu – natura, cosa que el converteix en un punt interessant que s'ha de potenciar.

Finalment, pel que fa als mitjans de comunicació, en aquest moment, Internet és una font d'informació dels viatges molt més important que els mateixos operadors turístics i les agències de viatges. En ordre de consultes, aquests són els webs més visitats en quant a contingut:

- Allotjament
- Informació de la destinació
- Opinió d'altres usuaris
- Valoracions (www.zoover.nl, www.vakantiereiswijzer.nl, www.tripadvisor.nl, etc)
- Blogs de viatge
- Facebook

I és que el 25% dels holandesos comparteixen experiències, fotos, durant i després dels viatges, i el 93% s'enduen *smartphones* i *tablets*. Tant mateix, val a dir també que les publicacions especialitzades continuen mantenint una certa importància com a font d'inspiració i que hi ha dos grans programes de televisió dedicats a viatges: RTL Travel i Campinglife (ACT, 2014).

4.2.5. Perfil del turista alemany:

Els alemanys són turistes experimentats que coneixen prou bé la marca Catalunya, i especialment, Barcelona i la Costa Brava. El turista provinent d'aquest país, planifica a fons les seves vacances i considera que Catalunya és una destinació capdavantera. Tant és així, que Alemanya és el tercer mercat emissor a Catalunya, després de França i el Regne Unit, amb un total de 1.277,9 visitants, cosa que representa un increment del 9,9% respecte a l'any anterior (ACT, 2014).

En relació a les xifres econòmiques, trobem com durant l'any 2012, el mercat alemany va experimentar un creixement econòmic del 0,7% i les previsions per al 2013 indicaven un augment del PIB del 0,6% i una taxa d'atur del 6,8% (2,9 milions d'aturats). Així mateix, la inflació va ser del 2,0% i la capacitat de consum va pujar un 1,6%. El creixement de les dades d'exportacions va ser un 4,1% i el de les importacions, un 2,3% (ACT, 2014).

El volum de despesa turística total a Catalunya durant el 2013 va ser de 988,8 milions d'euros, la qual cosa significa un augment del 7,5% respecte a la xifra de despesa de l'any anterior (ACT, 2014).

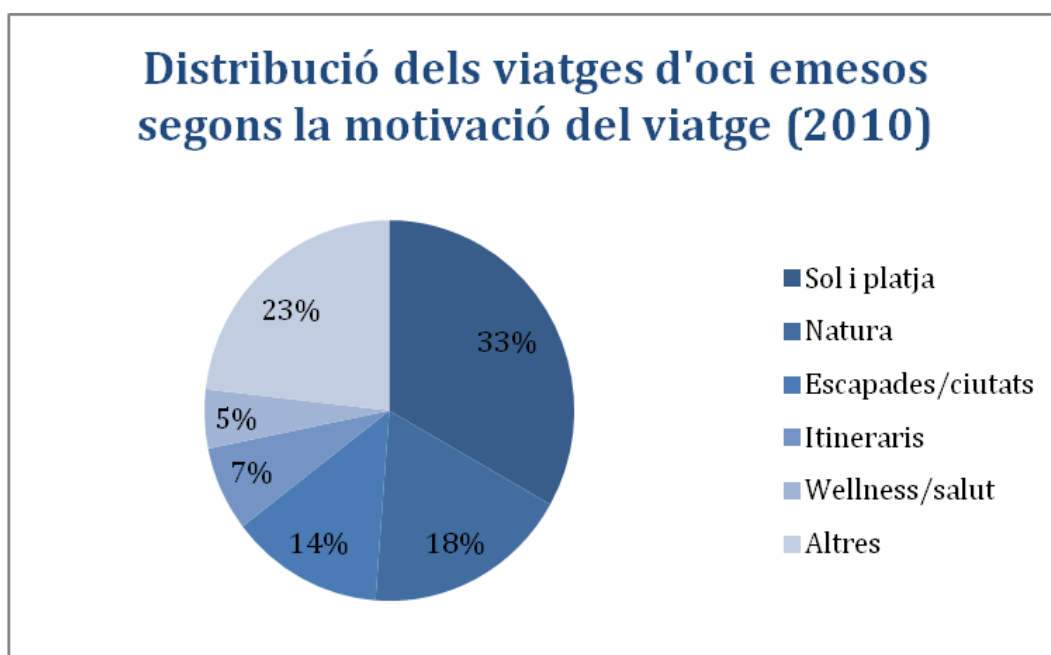


Figura 28. Gràfic amb la distribució dels viatges d'oci emesos segons la motivació del viatge en els usuaris alemanys (any 2010)

Font: Agència Catalana de Turisme

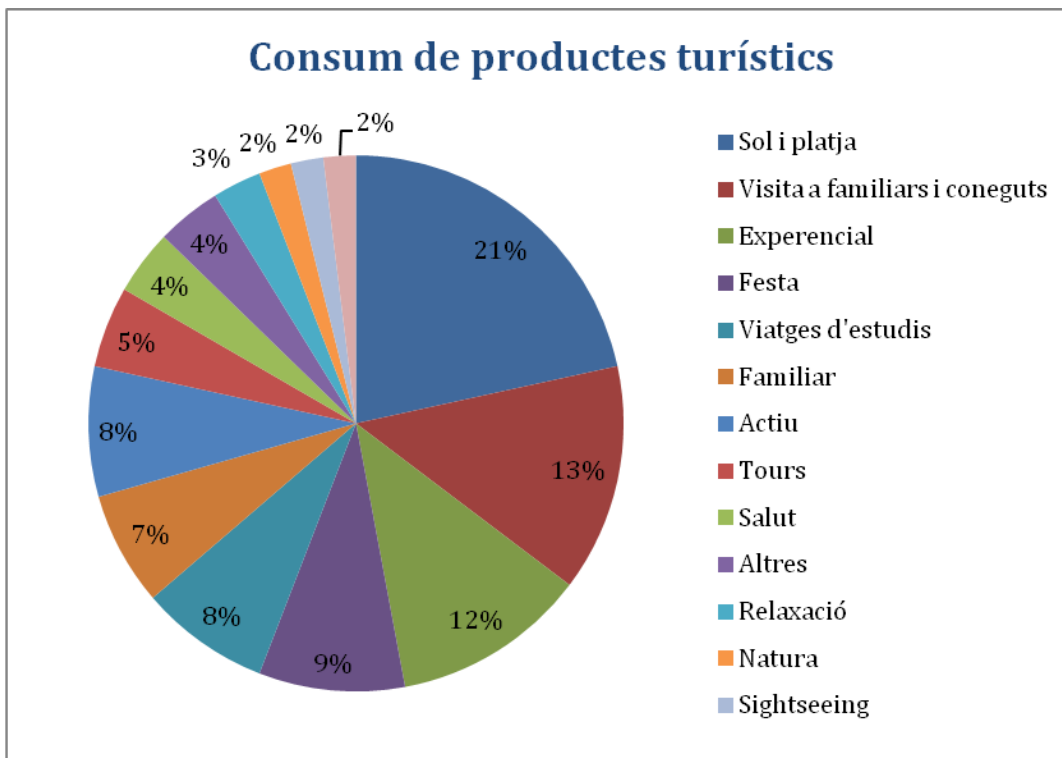


Figura 29. Gràfic amb el consum dels diferents productes turístics per part dels usuaris alemanys (any 2010)

Font: Agència Catalana de Turisme

En relació als principals productes que consumeixen els turistes alemanys, trobem com segons l'Agència Catalana de Turisme, aquests són el sol i platja (22%), el familiar (14%), de relaxació (12%), visita a familiars o amics (9%) i turisme actiu (8%).

Finalment, pel que fa als mitjans de comunicació, s'observa com en general, la venda de diaris ha disminuït (un 4% en els locals i un 2,7% pel que fa a la resta), i més del 50% dels alemanys llegeix qualsevol tipus de premsa *online*. Els principals diaris alemanys són: *Bild*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* i *Die Welt*. A més, hi ha 10 diaris supraregionals i 315 regionals i locals. Una nova revista de viatges és *Traveller* de *Lonely Planet* i altres revistes que s'han de tenir en compte són: *ADAC* i *Geo Spezial* (ACT, 2014).

4.3. Enquestes:

L'estadística és una part d'un procés de recerca molt més ample, i esdevé necessària quan les dades secundàries a les que tenim accés no són suficients per a l'estudi, i en conseqüència, cal obtenir dades primàries, és a dir, recollides expressament per al treball (DD.AA., 2009). En el cas de la present màster tesis, resultava interessant, poder disposar d'aquest tipus de dades, concretament l'opinió dels visitants del municipi, per tal de gaudir

d'una tercera branca que complementés l'inventari de recursos culturals i l'estudi del perfil de la demanda prèviament exposats.

Si el nombre d'individus que interessa per a l'estudi és petit, es pot fer l'enquesta a tots ells. No obstant, de no ser així, tal i com succeeix en la majoria de casos, s'ha de prendre una part (mostra) de tots els individus (població). És el cas de l'arxiu que es presentarà, treballat amb SPSS, que conté 52 enquestes d'un total molt més gran de visitants que acudeixen al municipi de Palafrugell en un any determinat. Concretament, segons les dades proporcionades per l'IPEP, el passat any 2013 es van comptabilitzar un total de 36.262 visitants, 33.523 si tenim en compte només els mesos d'abril a setembre.

Partint doncs de la necessitat d'escollir una mostra, si aquesta es selecciona amb la deguda cura perquè sigui representativa de la població, els resultats es podran aplicar al conjunt de la població, sempre tenint en compte però, els corresponents marges d'aproximació. I la part de l'estadística que estudia quines conclusions es poden treure sobre la població a partir dels resultats d'una mostra s'anomena inferència estadística. El següent esquema mostra de manera més clarificadora aquesta relació (DD.AA., 2009):

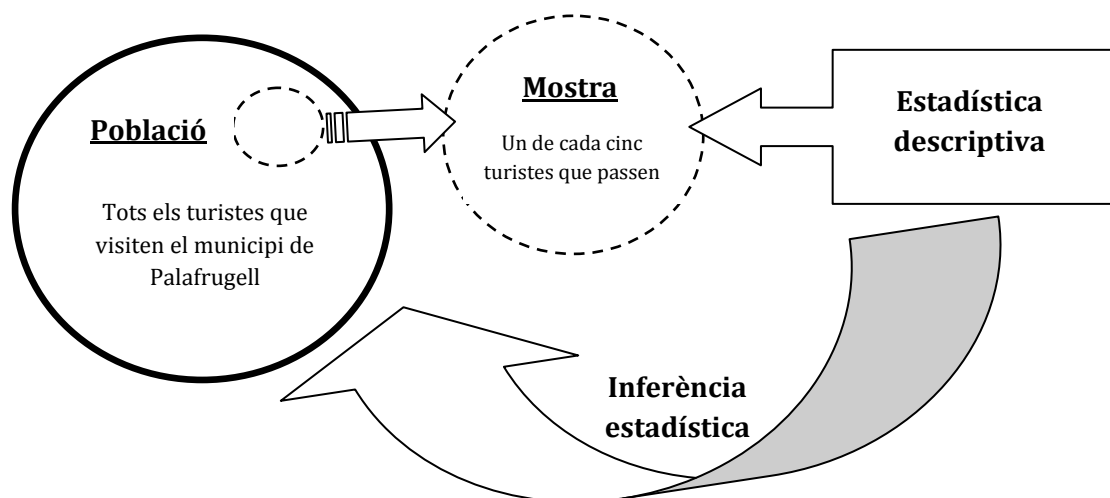


Figura 30. Esquema de la població, la mostra i l'inferència estadística en una enquesta (any 2009)

Font: Elaboració pròpia a partir del model del llibre *Tècniques d'Anàlisi Turística*, DD.AA., 2009.

En el cas del present estudi, aquest ha estat dirigit per INSETUR, centre de recerca turística de la Universitat de Girona en col·laboració amb l' Institut de Promoció Econòmica de Palafrugell (IPEP). L'enquesta s'ha realitzat durant aquest any 2014, en els mesos compresos entre abril i setembre, ambdós inclosos. La mida de la mostra és de 580

per tot el municipi de Palafrugell i s'ha repartit per localitats i mesos en funció del grau d'ocupació. Malauradament, per aquest treball, tant sols s'ha pogut disposar de les dades següents: 17 a Palafrugell, 13 a Llafranc, 15 a Calella i 7 a Tamariu, 52 en total.

	Dl.	Dt.	Dm	Dj.	Dv.	Ds.	Dg.	Total per mes
Abril	14	15	16	17	18	19	20	
	21	22	23	24	25	26	27	
	28	29	30					26
Maig				1	2	3	4	
	5	6	7	8	9	10	11	
	12	13	14	15	16	17	18	
	19	20	21	22	23	24	25	
	26	27	28	29	30	31		26
Juny							1	
	2	3	4	5	6	7	8	
	9	10	11	12	13	14	15	
	16	17	18	19	20	21	22	
	23	24	25	26	27	28	29	
	30							75
Juliol		1	2	3	4	5	6	
	7	8	9	10	11	12	13	
	14	15	16	17	18	19	20	
	21	22	23	24	25	26	27	
	28	29	30	31				189
Agost					1	2	3	
	4	5	6	7	8	9	10	
	11	12	13	14	15	16	17	
	18	19	20	21	22	23	24	

	25	26	27	28	29	30	31	224
	1	2	3	4	5	6	7	
Set.	8	9	10	11	12	13	14	40
								580

Figura 31. Calendari establert per les enquestes (any 2014)

Font: Elaboració pròpia a partir del model d'Insetur

Òbviament, la mostra només és una aproximació de la població i per tant, mai es poden fer afirmacions exactes sobre la mateixa. Això és degut a tota una sèrie d'errors atribuïbles a molts factors, i entre aquests, els errors derivats del fet que la mostra només és una part de la població s'anomenen errors mostrals o errors de mostreig (DD.AA., 2009).

Per aquesta raó, i perquè és important poder treballar amb un marge d'error *a priori* establert abans de la realització de l'enquesta, en les fitxes tècniques s'indica un únic marge d'error, el que es pot donar en el cas de màxima variabilitat, que correspon a $p^*=0,5$. En aquesta situació s'arriba al marge d'error màxim que és: $R=1/\sqrt{n}$ ("R" fa referència al resultat i "n" a la mostra escollida).

En el cas del present estudi, si prenem les dades de les enquestes que disposem, ens trobem davant d'una enquesta feta a 52 persones, amb un marge d'error màxim (per $p=0,5$) del 13,87% i amb un nivell de confiança del 95%. S'observa doncs, com en cap cas es tracta d'una mostra representativa, no obstant, permet disposar d'una primera aproximació a l'opinió dels turistes i visitants del municipi, que es podria i s'hauria de completar al finalitzar el calendari establert i disposar de totes les dades.

No obstant, val a dir que una de les condicions principals per fer inferències, és a dir, per extreure conclusions sobre la població a partir d'una mostra, és que aquesta sigui aleatòria o probabilística. Això vol dir que els individus hagin estat escollits a l'atzar i que, per tant, hagin tingut l'oportunitat de formar part de la mostra (DD.AA., 2009). En el cas d'aquest estudi, l'enquesta s'ha realitzat sortint al pas del carrer i per tant, tant sols i han pogut participar aquells que durant els dies programats en el calendari (fig. 31) es trobaven en els espais seleccionats (Plaça Nova a Palafrugell, les Voltes de Calella, i els passejos marítics de Llafranc i Tamariu). Tant mateix, l'enquestador havia de seguir el procediment següent, aturar i fer l'enquesta al cinquè individu de cada cinc visitants/turistes que passessin.

D'aquesta manera, tot i les clares limitacions de les dades que es disposen, cal tenir present que una mostra es sol considerar gran a partir de $n = 30$ aproximadament (limitació deguda a que treballar amb mostres inferiors a 30 és molt infreqüent). Es tracta doncs d'un llindar mínim a partir del qual es poden aplicar les fórmules. Naturalment, com més gran sigui la mida de la mostra d'una banda millor serà l'exactitud de les fórmules per calcular els marges d'error i d'una altra banda més petits seran aquests marges d'error. Tan mateix, una població es sol considerar gran a partir de $N > 10n$, és a dir, la població ha de ser almenys tan gran com 10 vegades la mostra (DD.AA., 2009).

A continuació, es mostra només l'enquesta en català tot i que es va traduir al castellà, l'anglès i el francès.

ODK Collect > Pif_CATALA

2. Amb quina freqüència ha vingut a aquesta destinació: (1 opció)

Per primera vegada

Ha estat aquí altres vegades - Estiu

Ha estat aquí altres vegades - La resta de l'any

Ha estat aquí altres vegades - Tot l'any

Ens visita cada any - Estiu

Ens visita cada any - La resta de l'any

Ens visita cada any - Tot l'any

3. Quina és la durada de la seva estada? (oberta)

4. Qui l'acompanya en aquest viatge? (1 opció)

Família

Amb parella

Amics

Sol

Altres (especificar)

Pels que han respost "Altres".

5. En quin tipus d'allotjament està? (1 opció)

Hotel *

Hotel **

Hotel ***

Hotel ****

Hotel *****

Pensió / Hostal

Turisme rural

Càmping

Apartament turístic llogat

2a residència

Casa familiars i amics

Altres

No allotjament, només estada 1 dia

Pels que han respost "Altres".

ODK Collect > Pif_CATALA

6. Quin ha estat el principal mitjà de transport usat? (1 opció)

Avió

Cotxe privat

Cotxe de lloguer

Tren

Bus

Altres (especificar)

Pels que han respost "Altres".

7. Ha contractat algun servei de la seva estada per internet? (1 opció)

No

Sí, allotjament

Sí, transport

Sí, allotjament i transport

Sí, altres (especificar)

Pels que han respost "Altres".

8. En quin grau ha utilitzat les següents fonts d'informació per conèixer la destinació? (1 vol dir poc utilitzat i 5 molt utilitzat)

	1	2	3	4	5	No
Web oficial				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs turístics				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buscadors(Google)				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agències de viatges				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fires turístiques				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fulletts turístics				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Premsa, ràdio o tv				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomanació de familiars, amics o coneguts				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ODK Collect > Pif_CATALA

9. En quin grau els següents motius han contribuït per decidir venir a aquesta destinació?(1 no ha contribuït gaire/gens; 5 ha contribuït molt)

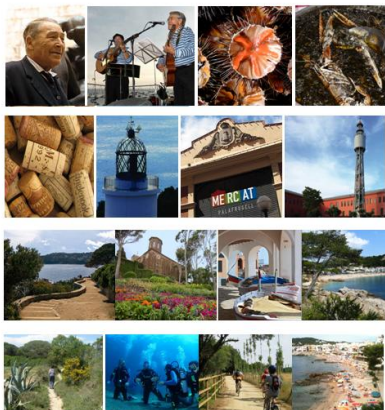
	1	2	3	4	5
Gaudir del sol i la platja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fer activitats aquàtiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Practicar el golf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fer activitats de turisme actiu (senderisme,cicloturisme)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gaudir de la gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descobrir nous llocs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conèixer el patrimoni històric i cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descobrir la cultura (Havaneres,Cap Roig)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proximitat al lloc de residència	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gaudir de les compres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitar familiars i/o amics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Els preus són ajustats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gaudir de la natura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descansar i relaxar-se	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ODK Collect > Pif_CATALA

11a. Quan pensa en Palafrugell, quina imatge li ve al cap?

11b. De cadascun del blocs de fotografies, quina de les fotografies creus que és la més representativa de la imatge del municipi de Palafrugell?
Cultura

- Josep Pla
 - Havaneres
 - Garoïna
 - Arròs negre
- Patrimoni i instal·lacions culturals
- Museu Suro/tap Suro
 - Far de Sant Sebastià
 - Mercat
 - Dipòsit aigua Can Mario
- Paisatge i natura
- Camí de ronda
 - Jardins de Cap Roig
 - Platja de Calella (voltes de Calella)
 - Cales
- Activitats turístiques
- Senderisme
 - Cicloturisme
 - Submarinisme
 - Sol i platja



ODK Collect > Pif_CATALA

10. En la següent taula, es mostren algunes afirmacions sobre la destinació. Valora el seu nivell d'acord - desacord. Tenint en compte que: 1 - molt en desacord; 2 - en desacord; 3 - ni d'acord ni en desacord; 4 - d'acord; 5 molt d'acord.

COGNITIU	1	2	3	4	5
L'allotjament és adequat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hi ha paisatges i recursos naturals atractius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El clima és agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hi ha una bona disponibilitat d'activitats a l'aire lliure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El servei de transport local és bo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'oferta de botigues és adequada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hi ha atractius històrics i culturals interessants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es pot gaudir de fires, festivals i exposicions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bona oferta de lleure nocturn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És una destinació neta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La gastronomia és bona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les infraestructures són bones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hi ha gent interessant i agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És un lloc tranquil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualitat de les platges és alta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La destinació té una bona relació qualitat-preu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La destinació és segura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AFECTIU					
És un lloc excitant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És un lloc agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És un lloc interessant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És un lloc relaxant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vacances són una oportunitat per veure els llocs,i descobrir coses noves	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quan vaig de vacances no m'estic al mateix lloc,m'agrada descobrir nous atractius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefereixo un entorn completament diferent al meu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SATISFACCIÓ					
La destinació satisfà les meves expectatives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estic content amb la meva decisió	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ODK Collect > Pif_CATALA

12. Coneix i/o ha visitat els següents llocs del municipi? En cas que els hagi visitat, valori la seva satisfacció (1 -gens satisfet a 5-molt satisfet).

	No ho conec		Ho conec però no he vistat		He visitat	
Fundació Josep Pla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu del Suro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centre interpretació Dipòsit d'aigua Modernista-Can Mario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espai Art Contemporani Can Mario(Fundació Vilà-Casas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conjunt Monumental de Sant Sebastià	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jardí Botànic de Cap Roig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VALORACIÓ	1	2	3	4	5	
Fundació Josep Pla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu del Suro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centre interpretació Dipòsit d'aigua Modernista-Can Mario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espai Art Contemporani Can Mario(Fundació Vilà-Casas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conjunt Monumental de Sant Sebastià	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jardí Botànic de Cap Roig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Té intenció de repetir la seva visita?

Sí

No (PASSA A LA PREGUNTA 15)

14. Repetirà en els següents 12 mesos?

Sí

No

15. En quin grau recomanaria la destinació a amics, familiars o coneguts?

On 1 és "no ho recomanaria gens" i 5 és "ho recomanaria molt"

1

2

3

4

5

Més enllà de la costa; l'oferta turística - cultural a Palafrugell

ODK Collect > Pif_CATALA

16. Ha fet o farà algun comentari referent a la seva estada a la destinació en alguna xarxa social d'Internet? Facebook, Twitter, TripAdvisor, blogs, fòrums....

No (PASSA A LA PREG.18)

Sí, negatiu

Sí, neutre

Sí, positiu

17. A quina xarxa social? (més d'una opció és possible)

Facebook

Twitter

TripAdvisor

Booking

Altres (especificar)

No recordo a quina xarxa era

Pels que han respost "Altres"

18. Quan va de vacances, on diu als seus amics o familiars que està passant les vacances?

Palafrugell

Calella

Empordà

Costa Brava

Catalunya

Espanya

Altres

Pels que han respost "Altres"

ODK Collect > Pif_CATALA

Finalment, se li faran unes preguntes referents a les seves dades demogràfiques.

Gènere

Home

Dona

Procedència: País

Catalunya

Espanya

França

Alemanya

Holanda

Bèlgica

Anglaterra

Itàlia

Portugal

Rússia

Altres (Especificar)

Pels que han respost "Altres"

Procedència: Ciutat (Només per Catalunya o Espanya)

ODK Collect > Pif_CATALA

Quina és la seva edat?

Quina és la seva situació laboral?

Treballador compte propi

Treballador compte aliè

Aturat

Jubilant

Estudiant

Altres (especificar)

No vol respondre

Pels que han respost "Altres"

Quin és el seu nivell d'estudis?

Primaris

Secundaris

Universitaris

No vol respondre

Si vol fer observacions o suggeriments sobre la destinació (punts forts o febles que vulgui remarcar)

Figura 32. Preguntes de l'enquesta realitzada a Palafrugell (any 2014)

Font: Insetur

Després d'haver processat les dades amb el programa SPSS, es presenta a continuació, els resultats obtinguts dividits en els següents apartats: dades de perfil, fidelitat al destí, allotjament i transport, fonts d'informació, motivacions, valoració del destí, imatge del destí, reconeixement dels recursos culturals, xarxes socials i valoració final.

4.3.1. Dades de perfil

En primer lloc, val a dir, que s'han realitzat 17 enquestes a Palafrugell, 15 a Calella, 13 a Llafranc i 7 a Tamariu, per tant un total de 52 enquestes, fetes als principals nuclis de població del municipi, que han respost 24 homes i 28 dones.

En segon lloc, pel que fa als idiomes, s'han comptabilitzat 30 enquestes en català, 13 en castellà, 6 en anglès i 3 en francès; i els països de procedència dels enquestats són Catalunya (34 persones; 65,4%) , Espanya (5; 9,6%), França (5; 9,6%), Anglaterra (2; 3,8%), Alemanya (1; 1,9%), Holanda (1; 1,9%), Itàlia (1; 1,9%), Estats Units (1; 1,9%) i Suècia (1; 1,9%). Per tant es pot observar com es manté la tònica de visitants d'anys anteriors (fig.3; fig.23) essent els catalans i espanyols els principals usuaris, seguits dels francesos, els anglesos, els holandesos i els alemanys.

En el cas dels turistes catalans les ciutats d'origen són Barcelona (10 persones; 19,2%), Girona (5; 9,6%), Vic (4; 7,7%), Granollers (4; 7,7%), Badalona (3; 5,8%), El Papiol (1; 1,9%), Santa Coloma de Farners (1; 1,9%), Argentona (1; 1,9%), Manresa (1; 1,9%), Terrassa (1; 1,9%), Cassà de la Selva (1; 1,9%), Setmanat (1; 1,9%) i Castellar del Vallès (1; 1,9%). Així mateix, un 1,9% no ha volgut respondre a la pregunta i un 32,7% no ha hagut de respondre perquè o bé es tractava de turistes estrangers o bé de la resta de l'estat espanyol.

Així mateix, en el cas dels turistes procedents de la resta d'Espanya, les ciutats d'origen eren Madrid (1 persona; 1,9%), Binefar (1; 1,9%), Saragossa (1; 1,9%), Guipúscoa (1; 1,9%) i Pamplona (1; 1,9%). Així mateix, un 1,9% no ha volgut respondre a aquesta pregunta i un 88,5% no ha hagut de respondre perquè o bé es tractava de turistes estrangers o bé de Catalunya.

En relació a la situació laboral del enquestats, trobem com un 9,6% treballa per compte propi, un 57,7% per compte aliè, un 7,7% es troba a l'atur, un 17,3% està retirat, un 5,8% és estudiant i un 1,9% no ha volgut respondre a aquesta pregunta. Així mateix, pel que fa al nivell d'estudis, observem com un 17,3% gaudeix d'estudis primaris, un 26,9% d'estudis secundaris, un 51,9% d'estudis universitaris i un 3,8% no ha volgut respondre a aquesta qüestió.

Finalment, en relació a les dades de perfil, trobem la relació següent en l'edat dels enquestats: de 10 a 20 anys (1,9%), de 21 a 30 (5,8%), de 31 a 40 (17,3%), de 41 a 50 (30,8%), de 51 a 60 (21,2%), de 61 a 70 (15,4%), de 71 a 80 (3,8%) i un 3,8% no ha volgut respondre a aquesta pregunta.

4.3.2. Fidelitat al destí

En primer lloc, a la pregunta “Quantes vegades ha vingut vostè a aquest destí?”, un 32,7% afirma haver vingut per primera vegada, un 15,4% declara haver estat en el destí en altres ocasions durant l'estiu, un 13,5% altres vegades però durant la resta de l'any, un 17,3% cada any durant la temporada d'estiu, i finalment, un 21,2% cada any durant la resta de l'any. S'observa doncs un resultat força igualat, i per tant, a Palafrugell trobem tant usuaris que acudeixen per primer cop al destí, com visitants que mostren una gran fidelitat a aquest i repeteixen l'experiència.

En segon lloc, del 67,4% que afirma haver visitat amb anterioritat el municipi, un 11,4% declara haver vingut dues vegades, un 8,6% tres vegades, un 8,6% quatre vegades, un 2,8% cinc vegades i un 68,6% en més de deu ocasions. D'aquesta manera, es confirma novament la gran fidelitat dels turistes amb el destí.

En tercer lloc, pel que fa la durada de la seva estada, un 21,2% declara que tant sols s'hi està un dia, un 23,1% dos dies, un 9,6% tres dies, un 19,2% quatre dies, un 3,8% cinc dies, un 19,2% durant una setmana, un 1,9% viuen mig any al seu municipi natal i mig any a Palafrugell i un 1,9% més de 20 dies. Val a dir però, que la durada de l'estada varia en funció dels dies en els que s'ha realitzat l'enquesta, per exemple, en les enquestes fetes durant el període de setmana santa els usuaris afirmen estar en el destí durant més dies, mentre que en les enquestes fetes durant els caps de setmana, acostumen a predominar les visites d'un dia o dos.

En tercer lloc, a la pregunta “Repetiria la seva visita al destí?”, un 96,2% afirma que si que repetiria la seva visita, un 1,9% ha respost que no i un 1,9% no ha volgut respondre a la pregunta. Així mateix, quan se'ls ha preguntat si repetirien la visita en els propers dotze mesos, un 63,5% ha respost afirmativament, un 32,7% ha respost que no i un 3,8% no ha volgut respondre a la pregunta. S'observa doncs un grau nivell de satisfacció en els usuaris enquestats els quals no dubtarien en repetir la seva visita.

Finalment, en relació a si recomanarien el destí als seus familiars, amics o coneguts, un 7,8% ha respost que si i un 92,2% ha contestat que segur, per tant, es confirma novament aquest al nivell de satisfacció.

4.3.3. Allotjament i transport

En primer lloc, de les 52 persones enquestades, un 59,6% afirma que ha viatjat en família, un 32,7% que ho ha fet amb la parella, un 5,8% amb amics i un 1,9% amb la família i els amics. En segon lloc, en relació a l'allotjament, un 23,1% afirma tenir una segona residència al municipi, un 21,2 ha llogat un apartament turístic, un 17,3% tant sols ha estat un dia en el destí i per tant no ha contractat allotjament, un 11,5% s'allotja a casa de familiars i/o amics, un 7,7% fa ús de càmpings, un 7,7% ha contractat un hotel de tres estrelles, un 3,8% s'hostatja en una pensió o hostel, un 1,9% fa ús d'un hotel de dos estrelles, un 1,9% ha contractat un hotel de quatre estrelles, un 1,9% s'allotja en un hotel de cinc estrelles i un 1,9% fa ús d'una caravana. D'aquesta manera, s'observa com predomina un turisme de caire familiar que en molts casos, gaudeix d'una segona residència al municipi o bé lloga un apartament turístic per a la seva estada.

Així mateix, pel que fa el principal mitjà de transport utilitzat, s'observa com un 86,5% fa ús del seu cotxe privat/particular, un 5,8% ha utilitzat l'avió, un 3,8% ho ha fet en caravana, un 1,9% en cotxe de lloguer i un 1,9 en autobús. Veiem doncs, com el principal mitjà de transport acostuma a ser el cotxe particular dels turistes, símptoma de que predominen els visitants que viuen en espais propers al destí (Catalunya, Espanya o França).

Finalment, a la pregunta "Ha contractat algun servei per Internet?", un 62,7% ha respost que no, un 33,3% que ho ha fet amb l'allotjament, un 2% el transport i un 2% l'allotjament i el transport. D'aquesta relació, es desprèn que la majoria dels visitants, no fan ús d'Internet alhora de contractar els seus serveis i que en les ocasions en que ho utilitzen acostuma a ser per reservar l'allotjament.

4.3.4. Fonts d'informació

En relació a les fonts d'informació utilitzades per conèixer el destí, trobem la relació següent:

- Pàgina web del destí: un 86% no en fa ús, un 4% l'utilitza molt, un 4% l'utilitza força, un 2% l'utilitza poc i un 4% l'utilitza molt poc.
- Blogs turístics: un 94% no en fa ús, un 2% l'utilitza força i un 4% poc.
- Buscadors: un 62% no en fa ús, un 12% l'utilitza molt, un 12% l'utilitza força, un 8% l'utilitza una mica i un 6% l'utilitza poc.
- Agència de viatges: un 96% no en fa ús, un 2% l'utilitza molt i un 2% l'utilitza una mica.

- **Fires turístiques:** un 96% no en fa ús, un 2% l'utilitza molt i un 2% l'utilitza molt poc.
- **Fulletons turístics:** 82% no l'utilitza, un 4% l'utilitza molt, un 8% l'utilitza força i un 6% l'utilitza una mica.
- **Premsa:** un 90% no en fa ús, un 8% l'utilitza una mica i un 2% l'utilitza poc.
- **Recomanació (boca – orella):** un 36,5% no l'utilitza, un 48,1% l'utilitza molt, un 7,7% l'utilitza força, un 5,8% l'utilitza una mica i un 1,9% l'utilitza poc.

S'observa com la principal font d'informació que utilitzen els turistes per conèixer el destí és, amb diferència, la recomanació d'amics i/o familiars (boca – orella), seguit pels buscadors i els fulletons.

4.3.5. Motivacions

En relació a les motivacions del turista per escollir Palafrugell com el seu destí turístic, s'ha observat com els principals al·licients són descansar i relaxar-se (72,5%), gaudir de la naturalesa (62%) i gaudir del sol i la platja (58%), mentre que aquelles que han obtingut un menor reconeixement són practicar el golf (2,1%), gaudir de les compres (4,2%) i fer activitats aquàtiques (6%). Tant mateix, pel que fa les motivacions culturals, aquestes han obtingut una valoració intermèdia: descobrir el patrimoni històric i cultural (23,5%), descobrir la cultura (14,3%) i descobrir la gastronomia (38,8%).

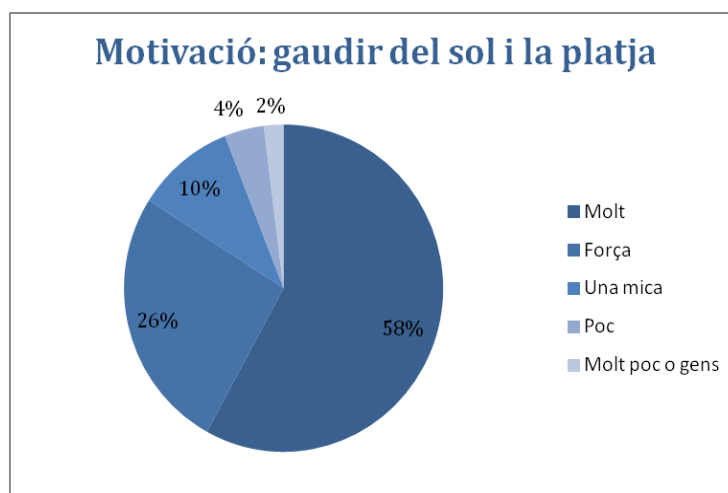


Figura 33. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si el sol i platja ha estat una de les motivacions per escollir el destí (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

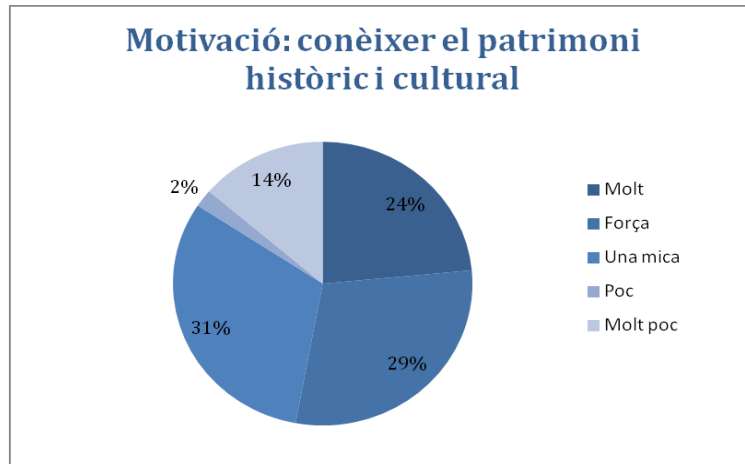


Figura 34. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si el conèixer el patrimoni històric i cultural ha estat una de les motivacions per escollir el destí (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

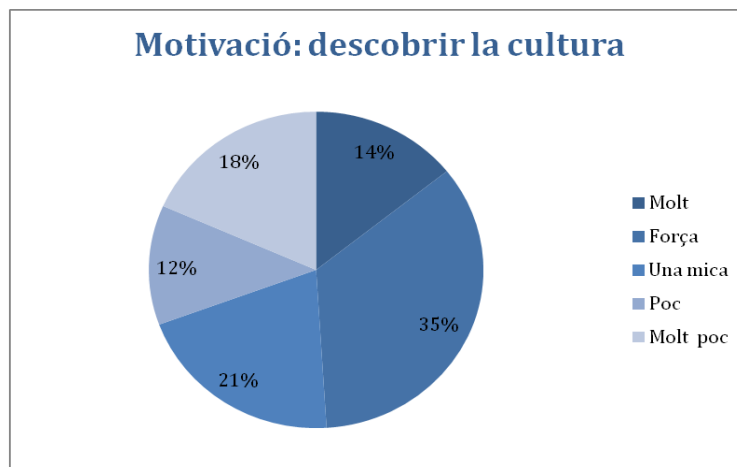


Figura 35. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si descobrir la cultura ha estat una de les motivacions per escollir el destí (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

4.3.6. Valoració del destí

Per tal d'avaluar l'opinió dels turistes enquestats en determinats aspectes, s'han formulat un seguit d'afirmacions amb les que s'havien de mostrar d'acord o en desacord. D'aquesta manera, els aspectes que s'han valorat de manera més positiva han estat la presència de paisatges i recursos naturals atractius (78,8%), la seguretat del destí (68%), la qualitat alta de les platges (66%) i disposar d'un clima agradable (65,4%). Així mateix, els aspectes en què s'han mostrat més en desacord els turistes han estat la qualitat del transport local

(44%), la presència d'un bon oci nocturn (20,7%), l'oferta de fires, festivals i exposicions (20%) i la qualitat de les infraestructures (18,4%). En el cas de la valoració de si hi ha atractius històrics i culturals interessants, aquesta ha estat intermèdia (33,3%).

En el cas de la satisfacció dels enquestats amb el destí, trobem com a la pregunta "La destinació satisfà les meves expectatives" un 32% s'ha mostrat d'acord i un 68% molt d'acord; i a la pregunta "Estic content amb la meva decisió" un 25,5% s'ha mostrat d'acord i un 74,5% molt d'acord.

4.3.7. Imatge del destí

En relació a la imatge del destí trobem els resultats següents. En primer lloc, a la pregunta "Quan pensa en Palafrugell quina imatge li ve al cap?", un 33,3% ha respost les platges i les cales, un 13,7% ha contestat tranquil·litat, relaxació o pau, un 9,8% bellesa, un 7,8% el mar, un 7,8% les places i l'ambient, un 5,9% poble pesquer, un 3,9% la costa, un 3,9% moments feliços, un 3,9% Calella, un 2% atmosfera històrica, un 2% naturalesa, un 2% Costa Brava, un 2% la segona llar i un 2% clima agradable. Veiem doncs com predominen les imatges relacionades amb la platja (les platges i cales, el mar, poble pesquer, la costa...).

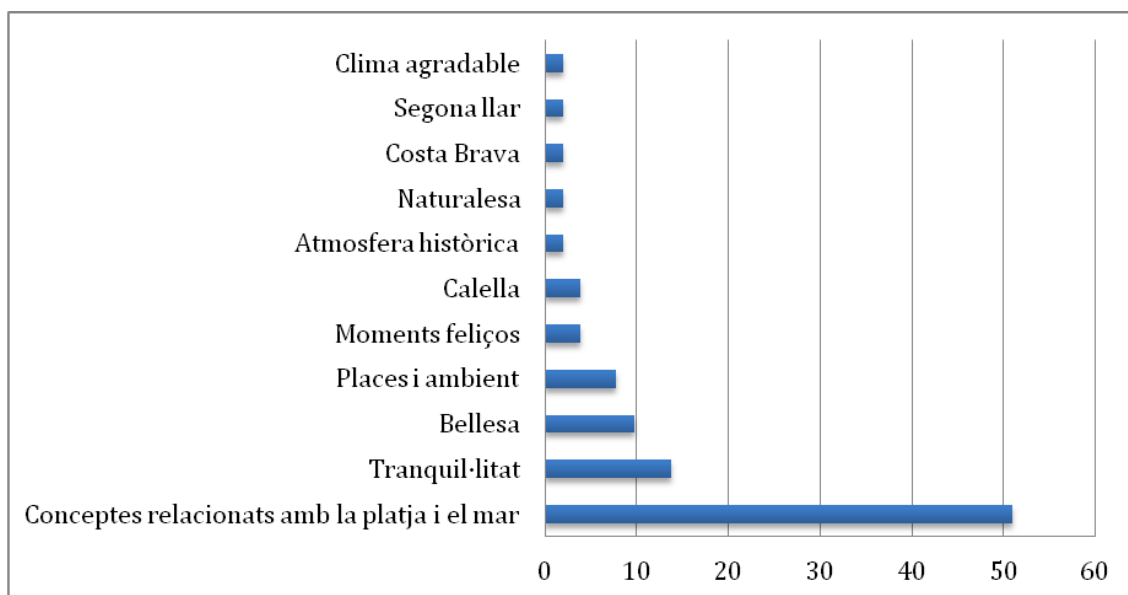


Figura 36. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre quina imatge els evoca Palafrugell (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

En segon lloc, en relació als blocs d'imatges, trobem com dins l'apartat cultura la imatge que més vegades s'ha escollit és la de les Havaneres (53,8%), seguida de l'arròs negre (25%), Josep Pla (13,5%) i les garroines (7,7%). En l'apartat "Patrimoni i instal·lacions culturals" la imatge més representativa pels enquestats és el Far de Sant Sebastià (63,5%),

seguida del mercat (21,2%) i el suro (15,4%). Així mateix, en la secció paisatge i natura, la imatge més valorada ha estat la de les voltes de Calella (44,2%), seguida del camí de ronda (26,9%), les cales i platges (26,9%) i els jardins de Cap Roig (1,9%). De la mateixa manera, en el bloc d'activitats turístiques, la més representativa segons els visitants enquestats és el sol i platja (55,8%), el senderisme (38,5%) i el cicloturisme (5,8%).

Finalment, a la pregunta “On creu que està passant les vacances?”, qüestió formulada amb l'intenció de conèixer si els visitants són conscients que es troben al municipi de Palafrugell o bé consideren els seus nuclis de població com identitats independents, trobem com un 43,1% ha respost Calella, un 15,7% Llafranc, un 15,7% la Costa Brava, un 11,8% Palafrugell, un 3,9% Girona, un 3,9% Begur, un 2% l'Empordà, un 2% Pals i un 2% Catalunya. S'observa doncs com la majoria dels enquestats perceben els nuclis de població com a entitats separades i independents (Palafrugell, Calella, Llafranc...) i com els turistes estrangers acostumen a donar respostes més generalitzades com la Costa Brava, Catalunya o l'Empordà.

4.3.8. Reconeixement dels recursos culturals

En relació al grau de coneixement que tenen els turistes sobre alguns dels recursos culturals de Palafrugell, trobem la relació següent:

- Fundació Josep Pla: un 54,9% no ho coneix, un 25,5% ho coneix però no ho ha visitat, un 5,9% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 5 (1<5), un 9,8% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5) i un 3,9% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 3 (1<5).

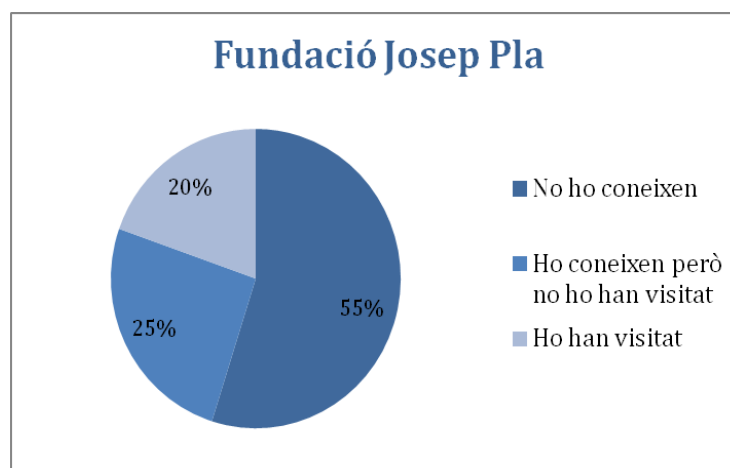


Figura 36. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat la Fundació Josep Pla (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

- **Museu del Suro:** un 47,1% no ho coneix, un 23,5% ho coneix però no ho ha visitat, un 5,9% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 5 (1<5) i un 23,5% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5).

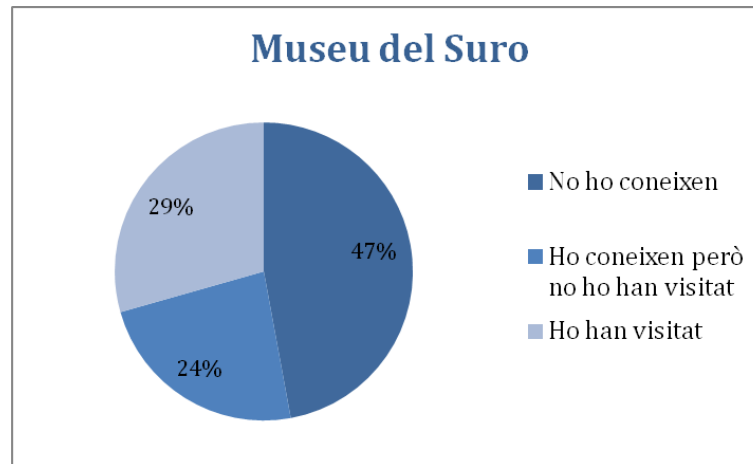


Figura 37. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat el Museu del Suro (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

- **Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua de Can Mario:** 72,5% no ho coneix, un 21,6% ho coneix però no ho ha visitat, un 2% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 5 (1<5) i un 3,9% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5).

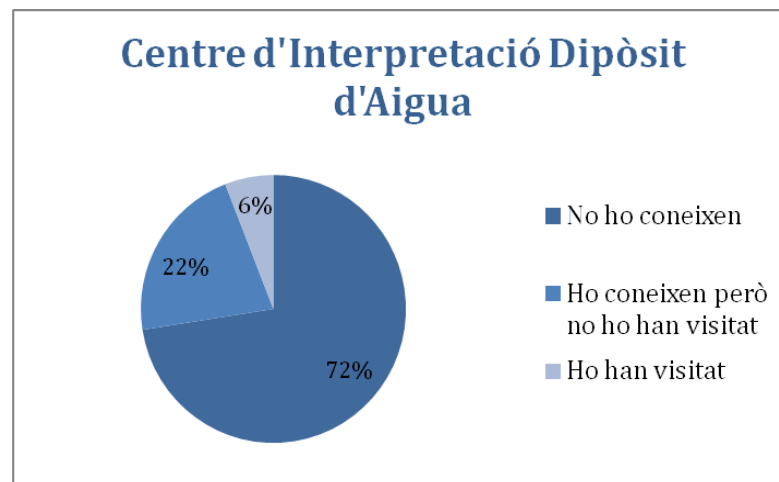


Figura 38. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

- **Fundació Vila Casas:** un 74,5% no ho coneix, un 11,8% ho coneix però no ho ha visitat, un 3,9% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 5 (1<5), un 7,8% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5) i un 2% ho ha visitat i li dóna una valoració de 3 (1<5).

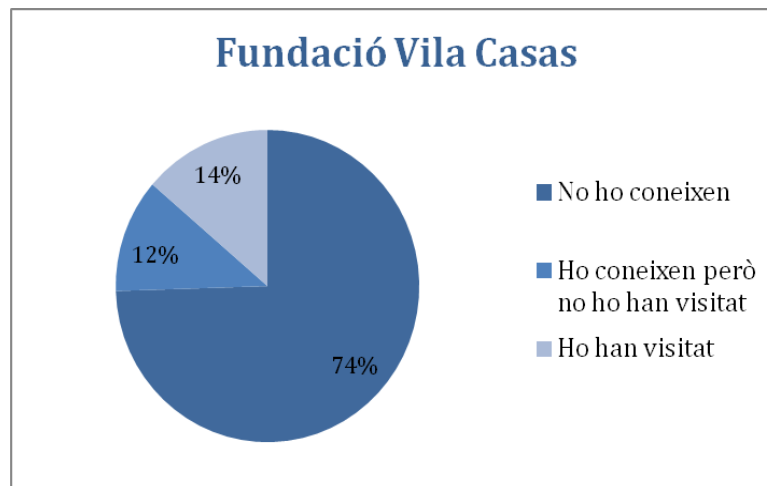


Figura 39. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat la Fundació Vila Casas (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

- **Conjunt Monumental de Sant Sebastià:** un 13,7% no ho coneix, un 13,7% ho coneix però no ho ha visitat, un 41,2% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 5 (1<5) i un 31,4% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5).

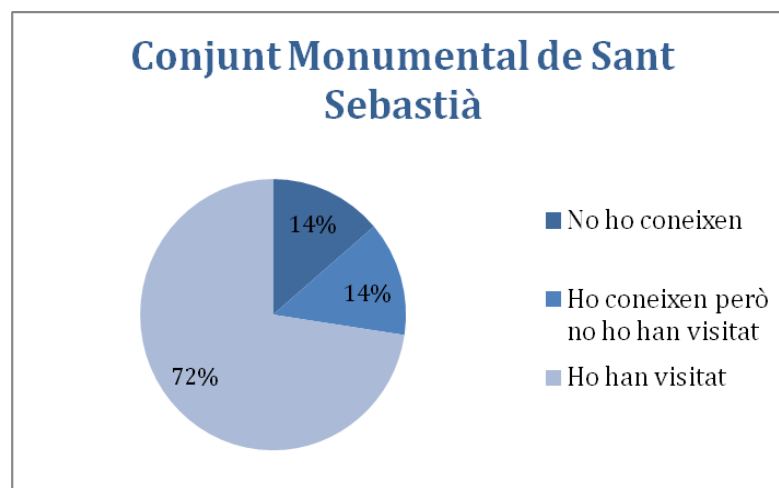


Figura 40. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat el Conjunt Monumental de Sant Sebastià (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

- Jardí Botànic de Cap Roig: un 26,9% no ho coneix, un 25% ho coneix però no ho ha visitat, un 34,6% ho ha visitat i li dona una puntuació de 5 (1<5) i un 13,5% ho ha visitat i li dóna una puntuació de 4 (1<5).

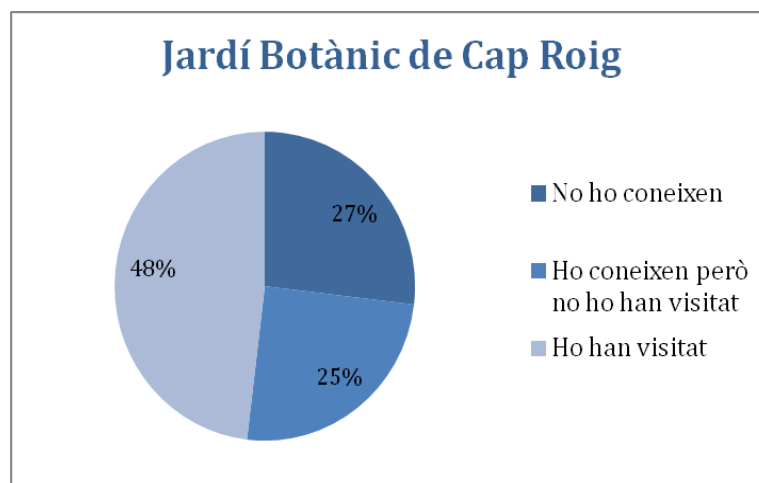


Figura 41. Gràfic amb les respostes dels enquestats sobre si coneixen o han visitat el Jardí Botànic de Cap Roig (any 2014).

Font: Elaboració pròpia

D'aquesta manera, s'observa com els recursos que són més coneguts i visitats, amb diferència, pels visitants de Palafrugell són el Conjunt Monumental de Sant Sebastià i el Jardí Botànic de Cap Roig, seguit pel Museu del Suro. Per contra, els recursos que han obtingut un pitjor reconeixement, i en conseqüència, molts dels enquestats reconeixen que no n'havien sentit parlar mai són el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua de Can Mario i la Fundació Vila Casas.

4.3.9. Xarxes socials

En relació a l'ús que fan de les xarxes socials els turistes quan es troben en el destí, s'ha detectat com un 80,4% no fa ús d'aquests recursos quan es troba en el destí, mentre que el 19,6% sí que els utilitza. Així mateix, dels usuaris que han respost afirmativament, un 70% ha publicat imatges o comentaris a Facebook, un 20% a WhatsApp i un 10% a Facebook i Instagram.

4.3.10. Valoració final

Així doncs, es podria definir, a partir de les dades obtingudes amb aquesta enquesta, que el perfil del turista que acudeix a Palafrugell és, majoritàriament, procedent de Catalunya, en

especial de l'àrea de Barcelona, treballador per compte aliè, i que es situa en una franja d'edat entre 41 i 50.

Es tracta també d'un turista que viatja en família i es desplaça amb el seu vehicle, que acudeix regularment a Palafrugell, segurament perquè hi disposa d'una segona residència, i que va utilitzar la recomanació d'amics, familiars o coneguts com a principal font d'informació per conèixer el destí.

D'altra banda, també es tracta d'un turista que busca, com a principal motivació, el descans i la desconexió, gaudir de la naturalesa i del sol i la platja, però que no descarta la possibilitat de gaudir i conèixer el patrimoni històric i cultural del destí, tot i que no coneix la majoria dels recursos. No obstant, els que ha visitat, en especial el Conjunt Monumental de Sant Sebastià i el Jardí Botànic de Cap Roig, els valora molt positivament.

Finalment, es tracta d'un turista que relaciona Palafrugell amb diferents conceptes que evocuen la platja i el mar (les cales, la costa, el passat mariner i pesquer...), per tant, la imatge preconcebuda que tenen els visitants del municipi es troba relacionada, principalment, amb aquest recurs.

4.4. Anàlisi DAFO:

	Fortaleses	Debilitats
Anàlisi intern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bona <u>localització</u> d'alguns recursos que es troben propers al centre de la vila i a altres institucions, fet que permetria crear xarxes de col·laboració entre sí. ▪ Alguns dels recursos gaudeixen d'una <u>localització</u> estratègica gràcies a la seva proximitat amb espais molt transitats. ▪ Gairebé tots els recursos gaudeixen d'unes bones <u>condicions d'accés</u> al recurs tant en cotxe (disponibilitat d'aparcament proper) com a peu (proper al centre). ▪ <u>Senyalització</u> correcta d'alguns recursos. ▪ Alguns dels recursos gaudeixen d'un <u>horari</u> diferenciat per temporades i força flexible. ▪ Gairebé tots els recursos presenten uns <u>preus</u> ajustats, assequibles i segmentats per perfils. ▪ Alguns recursos presenten l'entrada gratuïta facilitant així el seu accés a nombrosos segments. ▪ Gairebé tots els recursos presenten uns <u>serveis</u> molt correctes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Centre Cultural Bassa Rocas es troba allunyat de la resta de recursos i per tant presenta una <u>localització</u> no tant bona com la resta. ▪ Alguns recursos presenten encara <u>barreres físiques</u> que dificulten l'accés a persones amb minusvalideses físiques. ▪ Tots els recursos presenten encara <u>barreres sensorials</u>. ▪ La majoria de recursos presenten una <u>senyalització</u> insuficient. ▪ Alguns recursos presenten dificultats o mancances en el seu <u>horari</u> d'obertura al públic. ▪ En el Centre Cultural Bassa Rocas falten alguns <u>serveis</u> importants com la recepció de visitants. ▪ En alguns recursos hi ha certes mancances en el <u>discurs</u> i/o els recursos expositius. ▪ Alguns recursos presenten una oferta d'<u>idiomes</u> insuficient. ▪ Molts dels recursos presenten una gran <u>estacionalitat</u> de les visites, i en alguns fins i tot,

Anàlisi extern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hi ha recursos amb un <u>contingut</u> molt interessant i exclusiu que no es pot trobar en altres indrets. ▪ Molts dels recursos presenten una especial atenció als <u>idiomes</u>. 	<p>predominen els <u>usuaris</u> locals.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gairebé tots els recursos presenten mancances en la seva <u>difusió</u>. ▪ Manca de treball en xarxa entre les institucions.
	Oportunitats	Amenaces
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'auge de la <u>importància del patrimoni gastronòmic</u> i del turisme gastronòmic pot beneficiar el Centre d'Interpretació de la Gastronomia. ▪ Recursos amb serveis i/o temàtiques úniques que no tenen competidors directes: <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'Arxiu Municipal de Palafrugell és dels pocs arxius municipals que ofereixen la possibilitat d'una <u>visita guiada</u>. Normalment és una activitat que es fa en els grans arxius institucionals. ▪ La Biblioteca de Palafrugell és la única Biblioteca Municipal que es troba dins d'un edifici de Rafael Masó i Valentí i que ofereix el servei <u>ARTECA</u> de préstec i exposició d'obres d'art. ▪ El far de Sant Sebastià de la Guarda és el més potent del litoral català i l'únic far de Catalunya que forma part d'un <u>Conjunt Monumental</u> que inclou un jaciment ibèric, una torre de guaita i una ermita. ▪ La <u>Fundació Josep Pla</u> és l'única institució que tracta aquesta temàtica: la figura de l'escriptor i la seva obra. ▪ Recursos que formen part d'una xarxa o sistema i per tant poden tenir un cert reconeixement o major projecció: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El <u>Museu del Suro</u> de Palafrugell és l'únic museu de Catalunya dedicat a aquesta temàtica, tant mateix, es troba vinculat al sistema territorial del mNACTEC quelcom que li ofereix cert reconeixement. ▪ La <u>Fundació Vila Casas</u> té diferents seus (Barcelona, Torroella de Montgrí i Palafrugell) i gràcies a això gaudeix d'un cert renom que pot ajudar a potenciar la seu de Palafrugell. ▪ El turista català, espanyol i francès es caracteritza per destacar el <u>turisme cultural</u> com una de les 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presència de <u>projectes/recursos alternatius</u> i competidors: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Patrimoni indià de Begur (Centre Cultural Bassa Rocas). ▪ Museu de la Pesca a Palamós (Centre d'Interpretació de Sa Perola). ▪ Castell de Peralada (Jardí Botànic de Cap Roig). ▪ Molts dels turistes escullen la destinació tenint com a principal <u>motivació</u> el sol i platja i la tranquil·litat/desconnexió. ▪ El turista anglès, holandès i alemany no presenta el turisme cultural com una de les principals motivacions en els seus viatges al territori català. ▪ Molts dels recursos són <u>desconeguts</u> pels turistes/visitants. Els dos únics que han obtingut un bon resultat són el Jardí Botànic de Cap Roig i el Far de Sant Sebastià.

principals motivacions en els seus viatges.

- En molts casos els turistes han manifestat (en les enquestes realitzades), com una de les seves principals motivacions poder “conèixer el patrimoni històric i cultural” i “descobrir la cultura”.

Un cop realitzat l'anàlisi DAFO, i en conseqüència, haver identificat aquells aspectes positius i negatius que afecten als recursos culturals del municipi de Palafrugell, es presenten a continuació els resultats obtinguts.

En primer lloc, si ens fixem en les debilitats detectades, trobem com, tot i que la majoria de recursos gaudeixen d'una bona localització que els fa més accessibles i localitzables per part dels usuaris, existeixen alguns exemples com el cas del Centre Cultural Bassa Rocas, que al trobar-se allunyat de la resta de recursos, concretament al nucli de població de Llofriu, no gaudeix d'aquest privilegi i per tant, tot i que contribueix a descentralitzar la oferta i a obligar els usuaris a descobrir altres espais del municipi, sense una senyalització i difusió adequada l'únic que s'aconsegueix és que passi inadvertit per als visitants. De fet, en aquesta mateixa institució, s'han detectat també altres carències importants com un horari d'obertura limitat (tant sols coincidint amb l'horari d'oficina de Retecork) i la manca de determinats serveis com, per exemple, un espai de recepció per als visitants. Elements que li resten, clarament, potencial al recurs.

Així mateix, tot i que molts recursos ja han adaptat els seus espais per a l'accés de persones amb minusvalideses físiques o mobilitat reduïda, existeixen alguns casos, com la torre de guaita del Conjunt Monumental de Sant Sebastià, el Centre d'Interpretació de Sa Perola, el Jardí Botànic de Cap Roig o el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, en que es segueixen presentant barreres físiques per a l'accés i el gaudi d'aquest segment de públic. La cultura i l'accés al patrimoni cultural és reconegut com un dels drets humans fonamentals tal i com s'expressa en l'article 27 de la Declaració Universal dels Drets Humans (Assemblea General de les Nacions Unides, 1948), i per aquest motiu, s'ha d'intentar reduir, paulatinament, aquestes barreres que dificulten la democratització de la cultura, encara que en molts dels casos citats, les mateixes condicions arquitectòniques dels recursos ho dificultin.

De la mateixa manera, tots els recursos analitzats en aquest estudi, presenten també barreres de caràcter sensorial. Si bé l'accés a la cultura és reconeguda com un dret

fonamental per a l'individu, parlar avui d'accessibilitat, no és només intentar eliminar les barreres arquitectòniques dels recursos o monuments, sinó fer més accessible, en el sentit més ampli del terme, la possibilitat de gaudir de la cultura, siguin quines siguin les limitacions dels individus. Malauradament, en aquest aspecte, encara resta un llarg camí per tal de conscienciar a les diferents institucions d'aquesta gran necessitat.

Seguint amb les debilitats detectades, és important destacar com la majoria dels recursos analitzats, presenten una escassa senyalització i, fins i tot en alguns dels casos més extrems, inexistent. Per tal de donar a conèixer els recursos culturals d'una destinació, és imprescindible que aquests espais estiguin correctament senyalitzats perquè, en cas contrari, es contribueix al desconeixement d'aquesta oferta i també es dificulta el seu accés, causant un clar empobriment del potencial turístic del destí.

També relacionat amb l'accés, s'ha observat com alguns dels recursos (concretament la Fundació Josep Pla, la Fundació Vila Casas, el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario, el Conjunt Monumental de Sant Sebastià, el Centre d'Interpretació de Sa Perola, la Fundació Cuixart, el Centre d'Interpretació de la Gastronomia i el Centre Cultural Bassa Rocas), presenten certes mancances en el seu horari d'obertura al públic, en alguns casos oferint tant sols un horari d'obertura a l'estiu i contribuint així a la marcada estacionalitat de les visites, i en d'altres tancant en dies festius, fet que dificulta l'accés i el gaudi, per part dels usuaris, d'aquestes institucions.

D'altra banda, també s'ha advertit, com determinades institucions (parlem concretament dels casos de la Fundació Vila Casas, el Conjunt Monumental de Sant Sebastià, el Jardí Botànic de Cap Roig i la Biblioteca Municipal) tot i disposar d'un gran potencial, o bé pel fons museogràfic i/o expositiu del què disposen, o bé per l'espai arquitectònic en què s'ubiquen, aquest no es treballa i/o es destaca de la manera més òptima, gràcies a la manca d'un discurs sòlid o de recursos expositius, fet que li fa restar facultats.

Seguint en la mateixa línia, cal destacar també com, si bé la majoria dels recursos i institucions presenten una especial atenció al tractament dels idiomes tenint en compte les principals nacionalitats dels seus visitants, existeixen recursos (Fundació Josep Pla, Biblioteca i Teatre Municipal) en què es podria millorar aquest aspecte, fonamental, per l'accés dels turistes. De fet, existeixen alguns espais en que, per la manca d'atenció al tractament dels idiomes, hi accedeixen només usuaris locals.

Així mateix, val a dir com, també en conseqüència d'algunes d'aquestes mancances que ja s'han esmentat (especialment en relació amb l'horari d'obertura), molts dels recursos

presenten una marcada estacionalitat de les visites, concentrades sobretot en els mesos d'estiu (juliol, agost i setembre). Per aquest motiu, i amb el fi de contrarestar aquesta situació, caldria fer una major difusió d'aquests recursos, per tal de donar-los a conèixer a un major nombre de públic, i alhora destacar com es tracta d'activitats que es poden fer durant l'època estival, com a oferta complementaria al tradicional "sol i platja", però també en altres èpoques de l'any de menor afluència turística.

Finalment pel que fa a les debilitats, trobem com existeix una important manca de comunicació, col·laboració i treball en xarxa entre les diferents institucions i recursos culturals del municipi, fet que dificulta el poder emprendre estratègies conjuntes per aconseguir potenciar aquest tipus d'oferta turística, i esforços per poder superar de manera conjunta les dificultats i la manca de recursos derivades de la crisi econòmica.

A continuació, en relació a les fortaleeses, és a dir, aquells aspectes positius a nivell intern per part dels recursos analitzats, trobem com la gran majoria de les institucions, gaudeixen d'una bona localització, en espais centrals, estratègics per la seva proximitat amb espais força transitats i propers a altres recursos, quelcom que afavoreix el seu accés tant en cotxe (gràcies a l'existència de zones d'aparcament properes) com a peu i característica que permetria establir xarxes de col·laboració entre elles.

Tant mateix, tot i que la senyalització s'ha destacat com una de les debilitats d'aquests recursos, existeixen alguns exemples, la Fundació Josep Pla, el Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda i el Jardí Botànic de Cap Roig, que si presenten una bona senyalització, quelcom que afavoreix el seu coneixement i localització, i que podrien ser utilitzats com a exemple per tal de millorar la senyalització de la resta d'institucions.

De la mateixa manera, en aquest cas en relació als horaris d'obertura, trobem com algunes de les institucions (el Museu del Suro, el Jardí Botànic de Cap Roig, l'Arxiu Municipal i el Teatre Municipal) si presenten un horari adequat, diferenciat per temporades i flexible que podria esdevenir, novament, un model a seguir per als recursos en què s'ha detectat deficiències en aquest sentit.

Seguint amb les fortaleeses, s'ha observat com tots els recursos presenten uns preus ajustats, assequibles i segmentats per perfils de públic. Tant mateix, alguns dels recursos fan l'esforç de mantenir l'entrada gratuïta (Museu del Suro, Centre Cultural Bassa Rocas, Centre d'Interpretació de Sa Perola, Centre d'Interpretació de la Gastronomia, Arxiu Municipal i Biblioteca Municipal) facilitant, en termes econòmics, l'accés al recurs.

D'altra banda, també s'ha detectat com la majoria de recursos ofereixen diferents serveis, correctes i força complets, i presten una especial atenció, en el tractament del seu contingut expositiu, als idiomes, factor essencial per l'accés de turistes estrangers.

Finalment, cal també destacar com alguns dels recursos gaudeixen d'un contingut molt interessant, exclusiu del destí i amb cert valor afegit, que esdevé, indiscutiblement, una important fortalesa a potenciar. Aquest és el cas de la Fundació Josep Pla (única institució visitable que tracta, exclusivament, la figura de l'escriptor palafrugellenc i la seva obra), el Museu del Suro (l'únic museu català que tracta la temàtica del suro, una temàtica molt arrelada al municipi de Palafrugell i a altres municipis veïns i propers), el Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua de Can Mario (institució que permet visitar aquesta estructura característica de la fàbrica surera de Can Mario i que alhora ofereix unes vistes úniques i privilegiades de Palafrugell), el Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda (únic far de Catalunya que ha esdevingut conjunt monumental per la conservació del jaciment ibèric segles VI a I aC, la torre de guaita del segle XV i l'ermita i hostatgeria del segle XVIII), i el Jardí Botànic de Cap Roig (un espai únic a la Mediterrània per la seva singularitat al unir natura, art, cultura i història en aquest paratge de 17 hectàrees que atresora al voltant de 1.000 espècies botàniques procedents d'arreu del món).

Després d'haver presentat l'anàlisi intern dels recursos, es presenta a continuació l'anàlisi extern a través de les amenaces i fortaleses detectades. En primer lloc, en relació a les amenaces, s'ha observat com un dels principals problemes és la presència de projectes i/o recursos competidors i similars als que s'han analitzat en aquest estudi.

En aquest sentit, per exemple, trobem com el Centre Cultural Bassa Rocas, té un important competidor en el poble veí de Begur, el qual porta treballant i potenciant, des de fa molts anys, sobretot a través de fires, mercats i festivitats, la temàtica dels indians i en aquest sentit pot esdevenir un important competidor. Val a dir però també, que al tractar-se d'una festivitat i no d'una institució, com és el cas del Centre Cultural Bassa Rocas, es podria convertir aquesta amenaça en una oportunitat intentant vincular, a través de la temàtica, els dos recursos.

Així mateix, succeeix quelcom similar entre el Museu de la Pesca de Palamós i el Centre d'Interpretació de Sa Perola, en què donada la proximitat i la temàtica dels dos recursos es podria convertir en un centre competidor. No obstant, es tracta d'un cas i d'una situació diferent donat que actualment ja existeix una relació entre ambdós recursos, el Museu de la Pesca de Palamós va col·laborar en el disseny del Centre d'Interpretació de Sa Perola,

per tant, fàcilment es podria convertir aquesta possible amenaça en una oportunitat a partir de la col·laboració i la difusió conjunta d'ambdós centres.

Seguint en la mateixa línia, trobem el cas del Jardí Botànic de Cap Roig i el Castell de Peralada. Els dos espais presenten algunes característiques en comú com, per exemple, el fet que ambdós recursos organitzen uns importants i reconeguts festivals de música, o que es tracta de dos indrets de gran bellesa amb uns magnífics jardins i un elegant castell que, tot i ser obres arquitectòniques d'èpoques diferents (segle XIV en el cas del de Peralada i segle XX en el cas de Cap Roig) doten el conjunt d'un caire senyorial i d'una atmosfera similar. No obstant, el fet de tractar-se de dos recursos més allunyats que en els casos anteriorment citats, pot reduir aquest perill de competència.

D'altra banda, si ens fixem en el perfil de la demanda, trobem com molts dels turistes que escullen aquest destí, ho fan tenint com a principal motivació gaudir del "sol i platja" i poder relaxar-se i desconnectar. Aquesta situació doncs pot esdevenir una amenaça per la oferta cultural la qual queda clarament eclipsada per aquest altre tipus de productes. No obstant, fer una bona difusió dels recursos i presentar-los com una activitat perfectament complementaria amb el tradicional "sol i platja" i que pot, fins i tot, fer més enriquidora l'experiència viscuda en el destí pot ser la clau per vèncer aquesta amenaça.

Seguint amb el perfil de la demanda, s'ha pogut observar com, en termes generals, el públic anglès, holandès i alemany, que visita la Costa Brava i per extensió el municipi de Palafrugell, no es troba especialment motivat pel turisme cultural, quelcom que pot dificultar l'èxit d'aquest tipus d'oferta. Per contra, es tracta d'un públic que si es mostra interessat en poder realitzar un turisme familiar i, per tant, gaudir d'activitats en família. És en aquest últim aspecte doncs, en el què el turisme cultural pot tenir novament una oportunitat per donar-se a conèixer, i destacar, a través d'una correcta difusió, com la visita als diferents recursos i la majoria de serveis que aquests ofereixen, són activitats que es poden gaudir i fer, perfectament, en família.

Finalment, l'última amenaça detectada però tant mateix de gran importància, és el fet que molts dels recursos culturals que es troben en el municipi de Palafrugell són desconeguts per als seus visitants i turistes. De fet, fruit de les últimes enquestes que s'han realitzat en el municipi, s'ha pogut observar com el Jardí Botànic de Cap Roig i el Conjunt Monumental de Sant Sebastià, són els únics recursos que han obtingut un bon resultat en les preguntes de reconeixement.

Després d'haver presentat les amenaces detectades a partir de l'anàlisi extern, veurem a continuació l'altra cara de la moneda: les oportunitats. En primer lloc, per exemple, trobem com gràcies a l'auge que ha tingut, en els darrers anys, el patrimoni gastronòmic i el turisme gastronòmic, el Centre d'Interpretació de la Gastronomia, té l'oportunitat d'aprofitar aquest impuls per tal de promocionar-se i atraure més visitants.

En segon lloc, trobem com alguns dels recursos presenten determinats serveis o temàtiques úniques fet que afavoreix que no apareguin competidors directes. Aquest és el cas de recursos com l'Arxiu Municipal de Palafrugell (un dels pocs arxius de caràcter municipal, que ofereix la possibilitat de fer una visita guiada, per a tot tipus de públic, no només a escolars, i donar a conèixer com és aquest recurs per dins, quina és la seva funció i quins serveis pot oferir a la comunitat), la Biblioteca Municipal (la qual ha desenvolupat un servei pioner, ARTECA, que permet als usuaris demanar en préstec obres d'art d'artistes d'àmbit local i veure-les exposades a la biblioteca), el Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda (que com ja es va destacar amb anterioritat es tracta de l'únic far català que és considerat conjunt monumental al mateix temps que és el far de Catalunya amb més potència llumínica), el Museu del Suro (únic museu català dedicat exclusivament a la temàtica surera) i la Fundació Josep Pla (la única institució dedicada a l'estudi de la figura i obra de Josep Pla).

D'altra banda, també trobem els casos en què, al contrari que els anteriors, es tracta de recursos que formen part d'una xarxa o sistema major que li pot donar un cert renom i projecció. En aquest sentit, trobem exemples com la Fundació Vila Casas que té diferents museus i espais d'art a Barcelona i Torroella de Montgrí, o el Museu del Suro el qual forma part del sistema territorial mNACTEC, una xarxa molt ampla que abasta gran part del territori català gràcies al patrimoni industrial.

Seguidament, si ens fixem en el perfil de la demanda, s'ha pogut observar com, en termes generals, el perfil del turista català, espanyol i francès, que visita la Costa Brava i per extensió el municipi de Palafrugell, presenta un cert interès i motivació pel turisme cultural, per tant, ens trobem davant d'una gran oportunitat per potenciar aquest tipus d'oferta i convertir-la en un producte complementari per a l'imperant "sol i platja".

Finalment, i també relacionat amb la demanda, trobem com molts dels turistes enquestats (període abril - maig) han posat de manifest que "conèixer el patrimoni històric i cultural" i "descobrir la cultura del lloc" són dues de les seves principals motivacions alhora de viatjar i escollir un destí.

4.5. Propostes de millora:

A través de l'anàlisi DAFO presentat en l'apartat anterior, s'ha pogut detectar quines són aquelles amenaces i debilitats que afecten de manera directa aquesta oferta. Gràcies a aquest diagnòstic, s'han pogut traçar un seguit d'actuacions i/o propostes de millora per tal de revertir aquesta situació, les quals haurien de ser estudiades i implementades tant per part dels propis recursos i institucions culturals, com per l'administració pública del municipi.

- Proposta 1: Millorar la senyalització i la difusió dels recursos culturals.

Tal i com s'ha pogut observar a través de l'inventari de recursos culturals, gairebé totes les institucions presenten greus mancances de senyalització i també de difusió i comunicació. Aquesta situació, provoca que gran part d'aquest potencial cultural de la que gaudeix el municipi passi desapercbut per la majoria de visitants i turistes. De fet, molts dels usuaris enquestats, han reconegut que desconeixen aquest tipus d'oferta. És per aquest motiu que caldria:

- ✓ Millorar la senyalització prenent com a model alguns dels recursos en què aquesta és correcta (Far de Sant Sebastià, Jardí Botànic de Cap Roig...)
- ✓ Ampliar els mitjans de difusió i comunicació dels recursos:
 - Fulletons: gairebé tots els recursos es promocionen a través d'aquesta eina, però els que no ho fan haurien d'editar-ne un model donat que tot i tractar-se d'una eina força tradicional, encara segueix essent molt utilitzada pels usuaris, sobretot quan acudeixen a l'oficina de turisme.
 - Pàgina web de la institució: també en aquest cas, gairebé tots els recursos disposen d'aquesta eina de comunicació, però encara existeixen casos, com per exemple, el Centre Cultural Bassa Rocas, en què no es gaudeix d'aquesta eina de promoció. Per aquest motiu, caldria que totes les institucions disposessin d'una pàgina web, i en els casos en què ja se'n té una, que aquesta sigui clara i atractiva perquè, cada cop més, les webs corporatives són més i més importants en la comunicació, donat que són cada cop més visitades pels usuaris, i per aquest motiu s'haurien de tenir en

compte tres variables fonamentals: oferir la informació necessària, tenir serveis i continguts rics, i enriquidors (Mateos, 2012).

- Cartells, mupis i banderoles: es tracta d'un recurs que utilitzen molt poques institucions però que resulta molt efectiu, perquè s'exposa en espais quotidians i molt transitats pels usuaris, i capten ràpidament la seva atenció. En aquest sentit, sumant esforços entre les diferents institucions, es podrien fer cartells promocionals per tal de destacar l'oferta cultural del municipi.
- Xarxes socials: tot i que es tracta d'un recurs que cada cop més institucions estan incorporant, degut a la velocitat i a l'arrelament que estan tenint aquestes noves tecnologies, en molts dels casos només es potencia la faceta informativa d'aquests canals, deixant de costat la seva capacitat per interactuar amb els usuaris a través de petits concursos o enigmes, entre d'altres. Aquestes eines poden ser molt poderoses perquè poden incitar als usuaris a visitar regularment aquestes xarxes, a expressar les seves impressions i opinions sobre la institució i a sentir-se part participativa d'aquests recursos.
- Propostes realitzades per l'Ajuntament: l'Ajuntament municipal de Palafrugell ha formulat un seguit de propostes, a través de la pàgina web de turisme del municipi i amb el fulletó que editen anualment anomenat "Descobrir". Entre aquestes propostes n'hi ha una especialment rellevant per aquest anàlisi que anomenen "Palafrugell cultural", en la que destaquen gran part dels recursos culturals del municipi animant a l'usuari a visitar-los. No obstant, enlloc de formular una proposta tant ampla que, difícilment, poden abastar els usuaris en un sol dia, es podrien agrupar o bé per proximitat o bé per temàtica, per tal de crear uns itineraris més concrets i fàcilment assolibles. Un possible exemple seria:
 - El triangle cultural de Can Mario: Museu del Suro, Centre d'Interpretació Dipòsit d'Aigua Modernista de Can Mario i Museu d'Art Contemporani de Can Mario.

- Personatges il·lustres de Palafrugell: Fundació Josep Pla, Fundació Cuixart, i Centre Cultural Bassa Rocas.
 - Edificis singulars de Palafrugell: Biblioteca Municipal i Centre d'Interpretació de Sa Perola.
 - La tradició gastronòmica de Palafrugell: Centre d'Interpretació de la Gastronomia.
- Web de turisme de Palafrugell: la pàgina web de turisme de Palafrugell dedica una de les seves seccions a la cultura, concretament a els esdeveniments culturals del municipi i als espais culturals. No obstant, no es presenten tots els recursos culturals del municipi, i tractant-se de la pàgina web oficial de turisme, s'hauria de presentar tot el conjunt de la oferta.
 - Vídeo promocional: l'Ajuntament de Palafrugell va editar l'any 2012 un vídeo promocional del municipi en què es presentava el territori a vista d'ocell i en el què tant sols es destacava les seves platges com a recurs. Per aquest motiu, podria ser una iniciativa interessant de comunicació editar un altre vídeo promocional en el què es destaqués la oferta cultural, i és que de fet, en el Centre d'Interpretació de la Gastronomia, ja es projecta actualment un enregistrament d'aquestes característiques, que podria esdevenir una important eina de difusió d'aquesta oferta cultural.

Tant mateix, cal destacar que una millora de la difusió i la comunicació d'aquest tipus d'oferta podria contribuir a reduït, paulatinament, l'estacionalització que pateix actualment el destí.

- Proposta 2: Cobrir les mancances detectades en les institucions

També, a través de l'inventari de recursos, s'ha pogut detectar com existeixen alguns aspectes en les institucions que s'haurien de millorar per tal de garantir el bon funcionament del recurs i assegurar un servei òptim a l'usuari. Aquests elements són:

- ✓ Eliminar les barreres físiques i sensorials que dificulten l'accés igualitari a la cultura.

- ✓ Ampliar els horaris d'obertura al públic en algunes institucions, per garantir un servei més complet i, contribuint així, a la desestacionalització.
- ✓ Crear un discurs expositiu sòlid i raonat, així com millorar els recursos expositius per fer-los més adequats, en les institucions que ho requereixen, per tal de oferir als usuaris una visita més enriquidora.
- ✓ Ampliar l'oferta d'idiomes, tenint en compte les dades dels visitants, per tal de garantir un bon servei al públic estranger i facilitar-los l'accés a aquests recursos.
- ✓ Millorar l'oferta de serveis en aquells recursos en què la oferta actual resulta insuficient.

- Proposta 3: Potenciar el turisme familiar – cultural

Com ha posat de manifest l'anàlisi DAFO, una de les principals amenaces de potenciar l'oferta cultural de Palafrugell, és que alguns dels perfils de públic que visiten aquest destí, en especial el mercat anglès, holandès i alemany no manifesten un marcat interès pel turisme cultural quan viatgen a la Costa Brava. No obstant, com ja s'ha advertit, es tracta d'un públic que si que s'interessa pel turisme familiar. Per aquest motiu, i partint del supòsit de que la cultura es pot gaudir en família a través de diferents tipus d'activitats, els diferents recursos del municipi haurien de prestar una especial atenció a dissenyar i programar activitats pensades per un públic familiar, així com promocionar aquesta oferta a través dels seus mitjans de comunicació.

- Proposta 4: Crear una aplicació per a *smartphones* per tal de promocionar l'oferta cultural del municipi

Internet s'ha convertit en el principal mitjà d'informació alhora de planejar els viatges i això comporta una completa transformació en la manera en què les destinacions i els proveïdors de serveis turístics fan els seus negocis (DD.AA, 2011). Possiblement el canvi més substancial s'hagi produït arran de l'accés a Internet a través dels dispositius mòbils, els quals han revolucionat la manera en què els turistes viatgen i actuen.

L'extraordinari creixement de les aplicacions (Apps) per als *smartphones* comporta que els visitants puguin accedir a una àmplia gamma d'informació sobre el destí. Davant d'aquesta premissa, cada cop més el turista, de manera conscient o inconscient, espera poder fer ús d'aquestes noves eines quan es troba en el destí, i per aquest motiu, les destinacions han de tractar de restar al dia i innovar-se.

Davant d'aquesta situació, i amb l'objectiu de promocionar i destacar l'oferta cultural de Palafrugell, seria interessant poder desenvolupar una aplicació que informés als turistes sobre les diferents institucions culturals que es poden trobar en el municipi, així com informació bàsica sobre la seva temàtica, els seus horaris, preus, activitats... Tant mateix, es podria incentivar l'ús d'aquesta aplicació oferint descomptes, en el preu de l'entrada, a aquells usuaris que s'haguessin descarregat prèviament l'App.

- Proposta 5: Fomentar el treball i la col·laboració en xarxa entre les diferents institucions culturals

Gràcies a aquest anàlisi, també s'ha pogut detectar com, actualment, no existeix cap iniciativa d'establir un sistema de treball i col·laboració en xarxa entre les diferents institucions i recursos culturals del municipi, quelcom que suposa un clar empobriment per aquests. Percebre la resta d'institucions com a competidors enlloc d'aliats tant sols contribueix a limitar més els recursos que disposen de manera individual cadascun d'ells. Per contra, la col·laboració i el treball conjunt, sobretot en moments de grans dificultats com els actuals, especialment en el sector cultural, pot contribuir a superar aquestes impediments i aquesta escassetat de recursos econòmics.

- Proposta 6: Potenciar aquells aspectes diferenciadors del municipi

Com a demostrat l'anàlisi DAFO, existeixen alguns recursos que, donada l'exclusivitat de la seva temàtica, poden esdevenir elements diferenciadors del municipi, i per tant, cal treballar aquesta oportunitat i potenciar, especialment en la difusió i la promoció, del destí aquest tipus d'oferta.

- Proposta 7: Millorar el servei de transport públic del municipi

Finalment, l'última proposta que es presenta és la millora del servei de transport públic del municipi. De fet, les enquestes realitzades als turistes i visitants del municipi, han posat de manifest el seu descontent amb aquest tipus de servei el qual consideren que és escàs i amb uns horaris poc encertats.

En aquest sentit, l'IPEP organisme encarregat de gestionar el turisme de Palafrugell, ha desenvolupat una iniciativa, relacionada amb aquesta problemàtica, pels mesos d'estiu (del 28 de juny a l'11 de setembre, el Julivia Bus Turístic. Com el mateix nom indica es tracta d'un autobús turístic amb dues rutes que permet als usuaris visitar els punts més emblemàtics del municipi. No obstant, tot i tractar-se d'una iniciativa molt interessant amb uns preus força assequibles pel tipus de servei que es tracta, no esdevé la solució més

adient per al problema plantejat, donat que no proporciona l'agilitat que molts usuaris necessiten per desplaçar-se pel municipi.

D'aquesta manera, la millor solució per tal de remeiar aquesta mancança de comunicació entre els diferents nuclis de població de Palafrugell, seria augmentar el servei d'autobusos interurbans que realitzen aquest recorregut per tal d'afavorir una comunicació constant entre aquests punts. Tant mateix, també s'hauria de promocionar aquest servei per tal de fer conèixer als usuaris les millores que s'han fet al respecte i conscienciar-los dels avantatges de fer ús del transport públic.

Finalment, val a dir que es tracta d'unes propostes concretes i força senzilles que, aplicades de manera gradual i fent un ús equitatiu dels recursos econòmics, podrien afavorir notablement la situació de la oferta cultural del municipi i contribuir a combatre aquelles febleses i debilitats que, a través de l'estudi realitzat, s'han pogut detectar.

5. Conclusions:

Finalitzada l'anàlisi sobre els recursos culturals del municipi de Palafrugell i el perfil de públic que acudeix al destí, gràcies als resultats obtinguts, s'han pogut extreure diferents conclusions que compleixen amb els objectius que s'havien formulat a l'inici de la màster tesis.

Així, amb l'objectiu general d'analitzar l'oferta cultural a Palafrugell i la seva projecció turística per formular propostes de millora, s'ha examinat, de manera detallada i gràcies a l'inventari de recursos culturals, cadascuna de les institucions per tal de detectar quins són els seus punts forts i també les seves febleses. Fruit d'aquests resultats, s'ha pogut comprovar com es tracta de recursos amb un gran potencial, que malauradament, presenten algunes carències importants, sobretot en aspectes com la senyalització i la difusió del recurs, però també, en altres aspectes fonamentals com l'horari o els idiomes, i per tant, caldria resoldre-ho per tal de garantir un funcionament més òptim d'aquestes institucions i de la seva projecció turística.

Com a objectius específics, s'havia establert, en primer lloc, analitzar l'oferta cultural actual del municipi de Palafrugell per tal de poder avaluar-ne el seu potencial turístic, en aquest sentit, l'IPEP va facilitar un llistat amb totes les institucions de caire cultural que es podien trobar al municipi, i prenent aquesta llista com a punt de partida es va visitar cadascun dels diferents recursos. Gràcies a aquestes visites, s'ha pogut observar com els recursos culturals de Palafrugell, poden tenir un gran potencial turístic sempre que es gestionin de la manera correcta. En aquest sentit, caldria, en primer lloc, tractar de corregir, paulatinament, aquelles febleses i aspectes negatius que s'han detectat. No obstant, s'ha pogut comprovar com, molts d'aquests recursos, o bé per la seva temàtica o bé per la singularitat de l'edifici en el que s'inscriuen, gaudeixen d'una aura d'exclusivitat, que els proporciona un gran avantatge sobretot en relació de l'aparició de competidors propers.

En segon lloc, el següent objectiu específic que s'havia plantejat, consistia en analitzar quina era la projecció turística actual que es feia d'aquest tipus d'oferta, i per tal de realitzar aquest anàlisi, s'ha utilitzat com a eina principal, l'inventari de recursos i les enquestes dels visitants. Gràcies als resultats obtinguts, s'ha pogut observar com, actualment, la majoria de recursos no gaudeixen d'una bona projecció turística, que es veu traduïda amb un nivell d'afluència turística mig – baix. De fet, molts dels usuaris enquestats, han reconegut que no coneixen la majoria dels recursos culturals del municipi, quelcom que demostra aquest problema de projecció. Tot i això, existeixen dos recursos, el

Conjunt Monumental de Sant Sebastià i el Jardí Botànic de Cap Roig, que si que solen ser identificats pels usuaris, i curiosament es tracta de dos recursos que es troben a la costa i gaudeixen d'una bona senyalització i difusió. Per tant, això demostra com la manca de senyalització, de difusió i comunicació, contribueix, irremediablement, al seu desconeixement i ús per part dels turistes.

Així mateix, el tercer objectiu específic, manifestava la voluntat de conèixer el grau de participació actual dels turistes en aquesta oferta i veure com encaixava aquesta amb el perfil dels visitants. Per tal d'assolir aquest objectiu, novament cal d'esmentar l'inventari de recursos, en el què s'ha valorat també, l'afluència turística del recurs. Gràcies a aquestes dades de visitants, s'ha detectat com gran part dels recursos, presenten un nivell d'afluència força baix, i en el millor dels casos, mig –alt. Aquesta situació, posa de manifest com, actualment, no s'aprofita correctament aquest tipus d'oferta, quelcom que sorprèn tenint en compte l'interès que desperta el turisme cultural en molts dels mercats que acudeixen al municipi. De fet, en relació a l'anàlisi del perfil de visitants i com encaixen aquests amb aquest tipus d'oferta, a través de l'estudi de perfil i de les enquestes realitzades, s'ha pogut observar com, tot i que en molts casos la principal motivació és el poder gaudir del sol i la platja, tant el mercat català, com l'espanyol i el francès, es senten atrets per les activitats de turisme cultural. Per tant, es té, en aquest segment, una gran oportunitat per potenciar aquesta oferta, totalment compatible amb les activitats de sol i platja.

Tant mateix, existeixen altres mercats que també són força recurrents en el destí, l'anglès, l'holandès i l'alemany, i tot i que, segons els estudis realitzats, no semblen demostrar un marcat interès en el turisme cultural quan visiten la Costa Brava, si es troben interessats en el turisme familiar, i aquí és on el municipi té una altra oportunitat per promocionar la cultura. D'aquesta manera, s'observa com la oferta podria encaixar correctament amb el perfil dels visitants que acudeixen a Palafrugell sempre que es realitzi la difusió correcta d'aquest producte.

Seguidament, i ja per acabar amb els objectius específics, es posava de manifest la voluntat de redactar un seguit de propostes de millora per corregir les possibles febleses detectades. En aquest sentit, i fruit dels resultats obtinguts a través de l'anàlisi DAFO, en què s'avaluaven les dades obtingudes a través de l'inventari de recursos, l'estudi del perfil de públic i els resultats de les enquestes, s'han formulat set propostes concises que, aplicades de manera gradual, poden contribuir a esmenar aquestes debilitats i amenaces detectades.

Així mateix, també s'havien plantejat, a l'inici d'aquest estudi, dues hipòtesis de treball. La primera, feia referència al supòsit de que tot i que existien recursos culturals i propostes basades en aquests recursos que gaudien d'un bon potencial, aquests no rebien la projecció turística adequada. La segona, remet a la creença de que els turistes no aprofiten aquest tipus d'oferta. En ambdós casos, gràcies a l'anàlisi realitzat, s'ha demostrat com les dues conjectures eren certes, i per tant que cal intervenir per canviar aquesta realitat.

Finalment, es podria parlar de futures línees d'investigació, relacionades amb les pròpies limitacions d'aquesta. Com ja s'ha esmentat en l'apartat corresponent, per manca de temps, no s'ha pogut fer referència a l'oferta cultural immaterial del municipi, la qual també es considera que podria tenir un gran potencial, per aquest motiu, es podria realitzar també un anàlisi d'aquest tipus de patrimoni que complementés el present estudi. De la mateixa manera, tan sols s'han pogut analitzar les dades de les primeres enquestes realitzades al municipi (abril i maig), i per aquest motiu, no es tracta d'una mostra representativa, tot i que ens permet prendre una primera idea de l'opinió dels visitants. D'aquesta manera, seria interessant poder disposar i incloure les dades de les enquestes de juny a setembre.

6. Bibliografia:

6.1. Llibres:

Barbaza, Y. (1988). *El Paisatge humà de la Costa Brava* vol.1. Barcelona: Edicions 62.

Barbaza, Y. (1988). *El Paisatge humà de la Costa Brava* vol.2. Barcelona: Edicions 62.

Bramwell, B. (2004). *Coastal mass tourism: diversification and sustainable development in southern Europe*. Clevedon: Channel View.

DD.AA (1996). *Turisme, territori i estratègies de desenvolupament : actes de les Jornades sobre el Turisme en els Espais Litorals*. Girona : Universitat de Girona.

DD.AA (2001). *Estudi de la demanda turística de la Costa Brava*. Girona: Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

DD.AA (2005). *Debat Costa Brava Congrés: un futur sostenible*. Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya.

DD.AA (2009). *Tècniques d'Anàlisi Turística*. Sèrie Plurals, Aula 1. Girona : Documenta Universitària.

DD.AA. (2011). *Communicating Heritage. A Handbook for the Tourism Sector*. Madrid: World Tourism Organisation.

Donaire, J.A. (2008). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire: Vitel·la.

Mateos Rusillo, S.M. (2012). *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Astúries: Ediciones Trea, S. L.

Miralbell et al. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona: Editorial UOC.

Pla, J. (1981). *El meu poble*. Barcelona: Edicions Destino.

Prieto et al. (1996). *Modelos de Gestión Turística Local "Soportes de Promoción de Destinos"*. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias.

Richards, G. (2000). *El Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza*, Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.

SECRETARIA GENERAL DE TURISMO (2008). *Modelos de gestión turística local: principios y prácticas*. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias.

Vera et al. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de los destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

6.2. Articles:

Anton, S. (1998). La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, (32), 17-43. Retrieved from <http://ddd.uab.es/pub/dag/02121573n32p17.pdf>

Cànoves, G. & Garay, L.A. (2010). Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de la evolución del destino turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (52), 43-58. Retrieved from <http://alturl.com/m8k55>

Cànoves, G. & Prat, J. (2012). La importancia del Turismo Cultural en los Destinos Consolidados. La Costa Brava y los Museos de Dalí. *Palermo Business Review, Revista de Managment de la Universidad de Palermo*, Special Issue, 125-143. Retrieved from <http://geografia.uab.cat/cv/palermo.pdf>

Cànoves, G., & Garay, L. A. (2009). El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal, (53), 29-46. Retrieved from <http://ddd.uab.cat/record/36406>

Cànoves, G., & Prat, J. M. (2012). El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos de litoral. El caso de la Costa Brava (España). *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, (79), 119-135. Retrieved from <http://alturl.com/6bs6y>

Csapó, J. (2010). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives*. Capítol 10, 201-232. Rijeka (Croàcia): InTech. Retrieved from <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/35715.pdf>

Donaire Benito, J. A., & Mundet i Cerdan, L. (2006). Estrategias de reconversión de los municipios litorales catalanes. *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*, 41-49. Retrieved from <http://alturl.com/qrfj>

Fernández, G. & Guzmán, A. (2010). El patrimonio histórico – cultural revalorizado en el marco de un desarrollo sustentable del turismo. *Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología, Equipo NAYA*. Argentina. Retrieved from <http://alturl.com/tzsyf>

Garay, L., & Cànoves, G. (2011). Life cycles, stages and tourism history. *Annals of Tourism Research, 38*(2), 651–671. Retrieved from <http://alturl.com/ypns2>

García Sánchez, A., & Albuquerque García, F. J. (2003). El turismo cultural y el de sol y playa: ¿Sustitutivos o complementarios? *Cuadernos de Turismo, (11)*, 97–106. Retrieved from <http://revistas.um.es/turismo/article/view/19581>

Hall, C. Michael (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?. *Ocean and Coastal Management (44)*, 601-618. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0964569101000710>

Martín, A., & Fontboté, J. (2003). Pla de regulació d'usos del litoral. Palafrugell: ARDA Gestió i Estudis Ambientals. Retrieved from <http://alturl.com/c3tzn>

Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, 1-12*. Retrieved from http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770943_CToselli-TurCultural.pdf

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Passos: Revista de Patrimonio i Turismo Cultural, vol. 4, núm.2*, 175-182. Retrieved from <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>

Vera, J. F., & Baños, C. J. (2010). Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, (53)*, 329–353. Retrieved from <http://alturl.com/w7mui>

6.3. Tesis doctorals i treballs finals de màster:

Cairó, N. (2012). *Pesca Turisme Cap de Creus*. Treball final de màster. Màster Turisme Cultural. Girona: Universitat de Girona.

Mundet, Ll. (1998). *L'evolució dels models de turisme litoral. El Regne Unit, la Costa Brava i Cuba*, Tesis Doctoral. Girona: Universitat de Girona.

6.4. Altres documents:

Agència Catalana de Turisme (2014); *Mercats emissors de turisme '14*: Barcelona: Agència Catalana de Turisme. Retrieved from <http://alturl.com/9wisz>

Ajuntament de Palafrugell (2012); *Memòria arxiu*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/5e6yj>

Ajuntament de Palafrugell (2012); *Memòria biblioteca*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/tvtk7>

Ajuntament de Palafrugell (2012); *Memòria Museu del Suro*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/j3u5z>

Ajuntament de Palafrugell (2013). *Pla Estratègic de Desenvolupament Econòmic i Cohesió Social*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/ip6sk>

Ajuntament de Palafrugell (2013); *Memòria àrea de cultura*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell.

Ajuntament de Palafrugell (2013); *Memòria Institut Promoció Econòmica*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/t2wzw>

Ajuntament de Sagunt (2008); *Plan de Dinamización del Producto Turístico*. Sagunt: Ajuntament de Sagunt. Retrieved from <http://alturl.com/497c4>

Ajuntament de Sagunt (2014); *Catálogo virtual de Sagunto*. Sagunt: Ajuntament de Sagunt. Retrieved from <http://alturl.com/iaiz4>

Assemblea General de les Nacions Unides (1948). *Declaració Universal de Drets Humans*, resolució 217 A (III), de 10 de desembre de 1948. París: Assemblea General de les Nacions Unides. Retrieved from <http://alturl.com/eu57a>

Capellà, J. et al. (2011). *Programa de valorització i dinamització dels recursos litorals de Palafrugell i el seu entorn*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell.

ICOMOS (1976). *Carta de Turismo Cultural*. Retrieved from <http://bit.ly/PUXCrC>

ICOMOS (1999). *Carta Internacional sobre el Turismo Cultural*. Retrieved from <http://bit.ly/moMPXE>

IPEP (2013); *Memòria de l' Institut de Promoció econòmica de Palafrugell*. Palafrugell: Ajuntament de Palafrugell. Retrieved from <http://alturl.com/wk58u>

6.5. Pàgines web:

Ajuntament de Palafrugell (2014); *Centre Cultural Bassa Rocas*. Recuperat 9 maig 2014, des de <http://alturl.com/4opbv>

Ajuntament de Palafrugell (2014); *Ajuntament de Palafrugell*. Recuperat 4 maig 2014, des de <http://www.palafrugell.cat/>

Ajuntament de Palafrugell (2014); *Arxiu Municipal*. Recuperat 15 maig 2014, des de <http://alturl.com/ikdr7>

Ajuntament de Palafrugell (2014); *Teatre Municipal de Palafrugell. Palafrugell cultura*. Recuperat 15 maig 2014, des de http://www.shorturl.com/make_url.php

Ajuntament de Sagunt (2013); *Actualidad*. Recuperat el 4 d'agost de 2014, des de <http://alturl.com/udnwv>

Ajuntament de Sagunt (2014); *Ayuntamiento de Sagunto*. Recuperat el 3 d'agost de 2014, des de <http://www.aytosagunto.es/es-es/Paginas/default.aspx>

Ajuntament de Sagunt (2014); *Web de Turismo de Sagunto*. Recuperat el 4 d'agost de 2014, des de <http://turismo.sagunto.es/>

Biblioteques de la Diputació de Girona (2014); *Biblioteca de Palafrugell*. Recuperat 15 maig 2014, des de <http://www.bibgirona.cat/biblioteca/palafrugell>

Captiva't (2014); *Captiva't*. Recuperat 5 juny 2014, des de <http://alturl.com/g3zfq>

CAT Centre d'Acollida Turística (2014); *Palafrugell/ La Gastronomia catalana*. Recuperat 8 maig 2014, des de <http://alturl.com/5iqx6>

Fundació Cuixart (2013); *Fundació Cuixart*. Recuperat 6 maig 2014, des de <http://www.fundaciocuixart.com/>

Fundació Josep Pla (2014); *Fundació Josep Pla*. Recuperat 8 abril 2014, des de <http://fundaciojoseppla.cat/>

Fundació Vila Casas (2014); *Museu Can Mario, Palafrugell*. Recuperat 10 abril 2014, des de <http://alturl.com/do7q8>

Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empreses (2010); *Atles del Turisme a Catalunya, mapa nacional de l'oferta i els productes turístics*. Isabel Cortés i

Jiménez “Els viatgers catalans” 2009. Recuperat 20 juny 2014, des de <http://alturl.com/tavb9>

Giroguies (2014); *Giroguies*. Recuperat 10 juny 2014, des de <http://www.giroguies.com/>

IDESCAT (2014); *El municipi en xifres. Palafrugell, Baix Empordà*. Recuperat el 5 de març de 2014, des de <http://alturl.com/rugbw>

IPEP (2014); *VisitPalafrugell*. Recuperat 2 juny 2014, des de <http://www.visitpalafrugell.cat/>

Museu de la Pesca (2014); *Centre d'Interpretació Sa Perola*. Recuperat 20 maig 2014, des de <http://alturl.com/z7e6d>

Museu del Suro (2014); *Centre d'Interpretació del Dipòsit Modernista de Can Mario*. Recuperat 15 abril 2014, des de <http://alturl.com/gc9n8>

Museu del Suro (2014); *Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda*. Recuperat 17 abril 2014, des de <http://alturl.com/4nzbq>

Museu del Suro (2014); *Museu del Suro*. Recuperat 15 abril 2014, des de <http://www.museudelsuro.cat/>

Obra Social “la Caixa” (2014); *Els Jardins de Cap Roig*. Recuperat 13 maig 2014, des de <http://alturl.com/ybe2e>

Universitat de Girona (2014); *Base de dades A/Z UdGBiblioteca*. Recuperat 30 gener 2014, des de <http://alturl.com/ec3yd>

Universitat de Girona (2014); *Cercador + UdGBiblioteca*. Recuperat 28 gener 2014, des de <http://alturl.com/8ropw>