

Gloria Sementé Cuenca

**ANÀLISI I PROPOSTA ESTRATÈGICA DE TURISME
PER AL MUNICIPI DE SANT ESTEVE DE SESROVIRES**

TREBALL FI DE GRAU

Dirigit per el Dctr. Juan Antonio Duro

Grau de Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-Seca
2014

INDEX

1. Introducció	3
2. El Municipi en xifres sintètiques	4
3. Recursos i productes turístics relacionats.	
3.1 Fitxa dels plans territorials i urbanístics que han afectat el territori els darrers anys.	7
3.2 Producte turístic del territori (empreses turístiques i empreses de suport) Tipus de turisme que es desenvolupa	9
3.3 Intents estratègics del municipi	13
3.4 Inventari de serveis i comerços del municipi	14
3.5 Inventari dels recursos patrimonials	16
3.6 Relació en l'àrea turística en la que queda inclosa	18
4. Entrevistes	19
5. Benchmarking	22
6. Diagnosi estratègica.	
6.1 DAFO	25
6.2 Relació matriu DAFO	27
7. Una proposta estratègica	
7.1 Arquitectura estratègica	29
7.2 Proposta concretada 1: Segmentació	31
7.3 Proposta concretada 2: Escenari comercial	32
8. Conclusions	36
9. Bibliografia	38
10. Annexos	39

1. Introducció

El treball que a continuació es presenta és un projecte de recerca de la planificació estratègica del municipi de Sant Esteve de Sesrovires. Aquest treball conté un anàlisi específic del sector turístic i altres sectors que incideixen en ell, així com la avaluació d'aquest.

Primerament s'ha fet una diagnosi exhaustiva del municipi analitzant dades demogràfiques, per veure la evolució en els últims anys.

També es fa esment de la activitat econòmica relacionada amb el turisme, i tots aquells aspectes que poden incidir en ell, per entendre el tipus de turisme que alberga i la seva especialització; fent especial atenció en la gestió d'aquest sector econòmic.

A més a més d'aquesta recerca, s'ha realitzat un treball de camp dels aspectes que afecten al turisme i als agents que hi intervenen, que ha consistit en visites al municipi i entrevistes en profunditat als agents més destacats en l'activitat.

Un cop fet l'anàlisi de situació hem pogut determinar una sèrie d'avantatges i inconvenients del municipi a tenir en compte per l'objectiu de desenvolupar el turisme al municipi.

S'ha volgut valorar la gestió del sector en el municipi, avaluant la relació entre tots els components del turisme, les accions presents i la situació general, per tal d'arribar a unes propostes de futur lligades a uns objectius per aconseguir-les.

Amb aquest treball el que es busca es el possible o no impuls del turisme en el territori, investigant quins són els punts clau per al desenvolupament d'aquest sector econòmic, i quin seria el tipus de turisme més adient per als recursos existents o bé, aquell que seria interessant captar per al territori i quines accions s'haurien de seguir per aconseguir-ho.

2. El municipi en xifres sintètiques

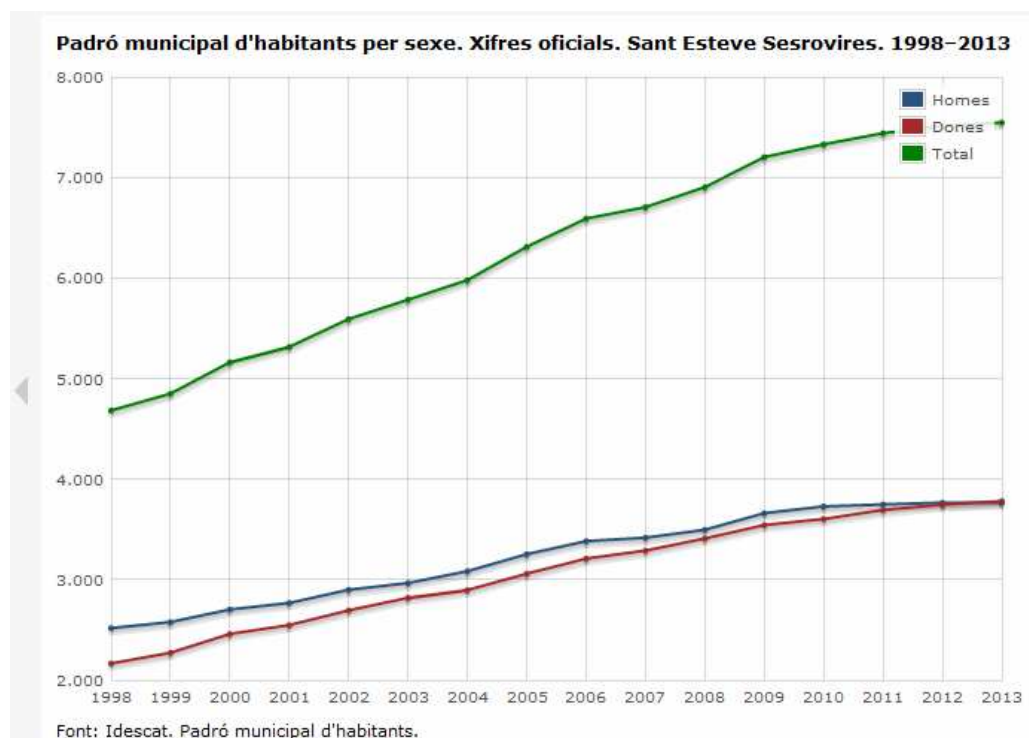
Sant Esteve de Sesrovires és un municipi del Baix Llobregat, província de Barcelona, de més de 18km² i 7000 habitants aproximadament.

Aquest municipi es troba en una posició estratègica magnífica, es troba al costat de les majestuoses muntanyes de Montserrat, a menys de 40 km de Barcelona, i rodejat de grans terres de vins amb denominació d'origen Penedès, a més a més de comptar amb els seus propis cellers.

Sant Esteve es considera un municipi en equilibri entre la indústria i la agricultura, important productor de vi, i ciutat que alberga dues grans indústries com són Chupa Chups i Seat, així doncs, sent un municipi que es sustenta principalment d'aquests dos sectors econòmics.

Tal i com podem veure en el gràfic, la demografia del municipi no ha parat de créixer durant els últims 15 anys, sobrepasant al 2013 els 7mil habitants.

Gràfic 1: evolució demogràfica



Font: Idescat.

La disminució principal que es pot veure en la evolució demogràfica històrica del municipi la trobem immediatament després de la guerra civil, però que va veure aquest descens recuperat gràcies al inici de la industrialització i sobretot per l'augment de la segona residència, convertint-se el municipi durant anys, en lloc de vacances per a molts habitants de Barcelona.

Gràcies a aquesta situació de municipi de vacances, durant els anys vuitanta, Sant Esteve de Sesrovires va veure el seu major augment demogràfic gracies a la conversió de residències secundàries en residències permanents.

En quant al sector econòmic del municipi, tal i com hem dit, depèn principalment del sector industrial i agrícola, els quals conformen en total de 236,6 milions d'euros, 117,3 per habitant, un PIB per càpita molt alt si el comparem amb la resta del baix Llobregat que conforma 99,7 mil euros.

Quadre 1: PIB Sant Esteve Sesrovires.

Producte interior brut (base 2008). 2010

PIB (Milions d'euros)	236,6
PIB per habitant (Milers d'euros)	32,5
PIB per habitant (índex Catalunya=100)	117,3

Font: Idescat.

El sector de la agricultura, tot i la davallada que pateix, com en la majoria de territoris del país, té per aquest municipi un pes important en el PIB, especialment la vinya, sent el vi i el xampany els principals productes agrícoles de Sant Esteve, els quals envolten al poble donant una fisonomia particular.

Altres conreus existents al municipi són els cereals, oliveres i arbres fruiters com els cirerers.

Com a segon sector important, ja esmentat anteriorment, és el sector industrial. Sant Esteve de Sesrovires es troba en una posició demogràfica molt important, estant a prop de Martorell, una de les principals ciutats industrials del país. Actualment, aquest municipi, i juntament amb altres dels voltants, alberga diverses indústries del sector metal·lúrgic, químic, elèctric i d'alimentació, comptant amb diversos polígons industrials (Sesrovires, Anoia i Canestella) els quals tenen la important empresa SEAT.

Per últim, i en aquest cas també menys important, trobem el sector serveis, que poc a poc va adquirint major importància degut al creixement residencial del municipi. Aquest sector es forma principalment per establiments comercials, concentrats al nucli urbà, compostat tant per botigues d'alimentació, com roba, serveis mèdics, etc. A més a més, i molt important en aquest cas, Sant Esteve disposa de diverses instal·lacions esportives, entre les quals destaquen el centre hípic i el Club de Golf Masia Bach. Tant aquestes instal·lacions, com el camp de futbol de gespa artificial o les instal·lacions de voleibol, li atorguen el distintiu de municipi esportiu a Sant Esteve, albergant mundials de Voleibol, o importants tornejos de futbol.

Si analitzem en concret el sector turístic del municipi, podem veure com aquest compta amb 3 hotels (84 en total en tota la comarca) que conformen 424 places hoteleres (9781 totals en tota la comarca), i cap càmping ni allotjaments rurals.

Quadre 2: Allotjaments turístics

Sectors econòmics	Sant Esteve Sesrovires
Allotjaments turístics. 2013	
Hotels	3
Places d'hotels	424
Càmpings	0
Places de càmpings	0
Turisme rural	0
Places de turisme rural	0

Font: Idescat

3. Recursos i productes turístics relacionats

3.1 Fitxa dels plans territorials i urbanístics que han afectat el territori els darrers anys

Segons conversa amb membres de la regidoria de urbanització i territori del ajuntament de Sant Esteve de Sesrovires, els plans territorials i urbanístics desenvolupats en el municipi en els darrers anys, tenen poca influència sobre el turisme, ja que no es una activitat principal en aquests moments. Així doncs, aquests plans territorials i urbanístics fan especial menció, i tenen principalment incidència sobre la indústria i la ciutadania, els dos aspectes primordials a Sant Esteve de Sesrovires.

Per una altra banda, el pla especial urbanístic, és l'únic que sí inclou activitat turística en el seu àmbit de treball, sobretot afectant a les masies, producte turístic que en aquest moments tenen més desenvolupats i major importància donen.

Quadre 3. Pla especial urbanístic.

PLA ESPECIAL URBANISTIC
Nom del Pla: Pla especial urbanístic
Àmbit: Municipi de Sant Esteve de Sesrovires
Característiques: Pla especial del catàleg de masies i cases rurals. Dona determinacions sobre el sòl no urbanitzable, i reconstrucció i rehabilitació de masies i cases rurals i desenvolupa algun aspecte referent als usos d'aquestes. Amb l'objectiu d'inventariar edificis d'habitatge o que han estat habitatge.
Incidència al Municipi: Masies i cases rurals així com els camins que les comuniquen.
Incidència turística al municipi: Condicions de Rehabilitació i reconstrucció de possibles allotjaments turístics o actuals allotjaments.

Font: Elaboració pròpia.

Quadre 4. Pla general territorial

PLA GENERAL TERRITORIAL
Nom del Pla: Pla Territorial General de Catalunya
Àmbit: Territori de Catalunya
Característiques: - Potenciar el desenvolupament, equilibrar el territori i ordenar el creixement. - Tracta tot el territori i totes les activitats que es desenvolupen en aquest territori. - Crear les condicions adequades per l'activitat econòmica
Incidència al Municipi: Delimitació de zona protegida
Incidència turística al municipi: Espais protegits

Font: Elaboració pròpia.

Quadre 5. Estratègic turístic de Catalunya

PLA ESTRATÈGIC TURÍSTIC DE CATALUNYA
Nom del Pla: Pla estratègic turístic de Catalunya
Àmbit: Territori de Catalunya
Característiques: - Millorar la governança. - Treballar sota un desenvolupament sostenible de l'activitat. - Creació de nous productes turístics.
Incidència al Municipi: Potenciació de la enologia i la cultura del municipi d'interior.
Incidència turística al municipi: Masies i bodegues.

. Font: Elaboració pròpia.

3.2 Producte turístic del territori (empreses turístiques i empreses de suport) Tipus de turisme que es desenvolupa.

Entenem com a producte turístic bens físics i serveis que caracteritzen la destinació i que formen part de la experiència que viu el turista en aquell territori.

Dins d'aquest, podem trobar tant productes tangibles com monuments, o intangibles, la cultura o hospitalitat.

Segons aquest productes, es rep un tipus o un altre de turisme, entenent per això els corrents de turistes amb característiques i motivacions semblants, els quals tenen uns objectius i preferències en comú.

En aquest apartat, presentaré breument els tipus de turisme i productes del territori que conformen el turisme a Sant Esteve de Sesrovires, sent en aquest cas, una destinació molt heterogènia oferint una diversa oferta de productes i recursos.

- Turisme de Reunions

S'entén per turisme de reunions el conjunt de corrents turístiques les quals tenen com a motiu de viatge la realització d'activitats laborals i professionals, en reunions de negocis amb diferents propòsits i magnituds.

Aquestes reunions tant poden ser congressos com fires, viatges d'incentius fires y exposicions.

Segons dades del SCB al 2012 a Espanya van haver-hi 19.913 reunions, un augment de més del 10% mentre que el nombre de participants descendeix quasi al 5%.

Gràfic 2: Evolució turisme de reunions.



Font: informe 2012 Spain Convention Bureau.

La ampla oferta de sales que Sant Esteve de Sesrovires ofereix, dota al municipi d'aquest tipus de turisme, actualment en creixement.

Les sales variades, ubicades en espais d'entorn molt divers, des d'establiments hotelers fins a cellers o restaurants, compleixen moltes expectatives de reunions singulars.

- Turisme esportiu i de natura

Aquell tipus de turisme que es desenvolupa a la natura, tant un entorn rural o area protegida, amb l'objectiu de desenvolupar activitats en aquest entorn sense deteriorar-lo. Per veure la evolució d'aquests tipus de turisme, he volgut comparar-ho amb el turisme rural, ja que tenen un objectiu comú, gaudir de la natura sense fer-la mal bé.

Quadre 6. Dades turístiques de turisme rural.

Turismo rural en España:
número de pernoctaciones

Año	Pernoctaciones
2001	3,66 millones
2002	4,10 millones
2003	4,47 millones
2004	5,49 millones
2005	6,30 millones
2006	7,43 millones
2007	7,93 millones
2008	7,84 millones
2009	7,92 millones
2010	7,67 millones
2011	7,69 millones

Fuente: Encuesta INE de ocupación en alojamientos rurales

Turismo rural en España:
evolución de la oferta

Año	Alojamientos	Plazas
2001	5.500	43.000
2006	10.830	96.000
2010	14.300	31.000
2012	15.900	148.900

Fuente: INE

Los 10 destinos
más visitados en la
web de Toprural

Posición	Zona
1	Sierra de Gredos
2	Sierra Norte de Madrid
3	Pirineo Aragonés
4	Costa Brava
5	Pirineo Catalán
6	Valle del Jerte
7	Lagunas de Ruidera
8	Picos de Europa
9	Cabo de Gata
10	Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas

Fuente: Toprural.com

Font: INE y Toprural.com.

Els quadres evidencien un creixement de la demanda de turistes que volen experimentar la natura i l'entorn lliure, així com un augment també considerable de la oferta, fet que evidència el creixement exponencial d'aquest tipus de turisme.

Aquest es també un dels principals tipus de turisme del municipi, tenint en compte la seva immillorable situació geogràfica. Dotat de grans camins i itineraris senyalitzats, instal·lacions per la pràctica esportiva, com camps de golf, hípica i futbol, fan que Sant Esteve atrapi a un tipus de turisme que cerca la practica esportiva al aire lliure.

Sant esteve de Sesrovires forma part de la ruta verda dissenyada pel grup d'investigacions i recerques espeleològiques Sesrovires. Un recorregut de 5km i 740 m, amb desnivells i torrents, que modifiquen la flora present.

Ruta dissenyada per fer-la tant a peu com en bicicleta o motocicletes. Perfecte tant per els amants de la natura i l'esport, com per els aficionats a la omitologia.

Per una altra banda, es troba el parc Canals i Nubiola, inici i final de la ruta verda, declarat espai natural. Compta amb varies zones com son una zona d'esbarjo, zona de pícnic, barbacoes i un circuit esportiu.

A més a més d'aquests dos importants espais, el municipi també compta amb un important club hípic situat als voltants, els camps de golf masia Bach, i les instal·lacions esportives totalment equipades que van suposar ser guardonades amb el reconeixement de finalista en la modalitat d'equipaments Municipals.

- Turisme cultural

El turisme cultural es una modalitat de turisme que es centra en els aspectes culturals que ofereix una destinació turística, tant grans ciutats com petits pobles.

Segons xifres del ministeri d'indústria, energia i turisme del any 2010, el turisme cultural constitueix un segment en creixement, que genera ingressos anuals de 6 milions d'euros i atrau a 7,5 milions de turistes estrangers al any. A més a més es calcula que aproximadament el 60% dels turistes que rep Espanya arriben per motivacions culturals.

Un altre tipus de turisme que l'ajuntament de Sant Esteve de Sesrovires promou es el turisme Cultural, donant com a principals característiques, la gran i variada programació festiva del municipi, farcida d'activitats i tradicions municipals.

A més a més, es veu destacat el patrimoni monumental, tenint en compte la proximitat a grans ciutats metropolitanes, que doten al municipi d'un caràcter rural únic als voltants, entre ells, destaca el casino, l'església parroquial, Masia Bach, Masia canals i Nubiola, etc.

- Turisme enològic

El turisme enològic, o també denominat, enoturisme, és un tipus de turisme dedicat a potenciar i gestionar la activitat vitivinícola d'una destinació. De vegades està també relacionat amb el turisme gastronòmic, cultural o de salut. Així doncs, els enoturistes coneixen la zona vitivinícola a través del tast de vins i la visita de les vinyes i bodegues.

Si analitzem la evolució del enoturisme en la zona on queda denominat Sant Esteve de Sesrovires etnològicament, el Penedès, el qual va anunciar fa dos anys la seva consolidació com una destinació preferida per als enoturistes, degut al seu increment del 7,3% de visitants respecte l'any anterior, estant a les mateixes posicions que la ruta del vi del Marco de Jerez. Així doncs, es pot concloure com l'enoturisme un important motor per al desenvolupament turístic de la zona.

Per una altra banda, si ens centrem en els números generals, es pot veure com a nivell nacional també creix el turisme enològic amb un creixement mitjà del 6,1% al 2011.

Aquest es podria definir com el segons tipus de turisme més important per a Sant Esteve de Sesrovires, tenint en compte la ampla producció de vi i vinyes que té el municipi. Inclòs en la D.O Penedès i la D.O Cava, compta amb 3 empreses elaboradores de vi i cava ubicades en importants emplaçaments arquitectònics dotant de valor afegit a les visites als cellers i les vinyes.

Les 3 importants empreses que ocupen part del territori de Sant Esteve per la elaboració de vi i cava són: Caves Roger Goulart, Masia Bach i Ca'n Estrella.

Com a empreses turístiques més importants trobem els 3 hotels del municipi:

- Hotels les Torres: Hotel de 3 estrelles, situat a la zona industrial, a prop de la fàbrica SEAT i dels camps de golf. És destaca per la tranquil·litat de la zona i la natura dels voltants. Hotel per a turisme de reunions o passants. Les habitacions són dobles de tipus Standard, i entre altres instal·lacions del hotel, destaquen els jardins, les zones infantils, i la facilitat de contractació d'activitats complementaries com el golf i la hípica.
- Hotel Barcelona Golf & Spa: Hotel de 4 estrelles amb Spa i camps de gols. Destaca per la seva gastronomia mediterrània i els seus serveis complementaris de Spa y Golf.
- Hotel Barceló Montserrat: Cadena hotelera Barceló, disposa de Spa privat i piscina, així com una diversa tipologia d'habitacions, i un entorn natural immillorable.

Quadre 7. Hotels del municipi.

HOTEL	CATEGORIA	TIPUS DE TURISME	OBSERVACIONS
Les Torres	3*	Turisme de reunions	Falta d'instal·lacions per aquest turisme,
Barcelona golf & spa	4*	Turisme esportiu i salut	Bones instal·lacions per la pràctica esportiva i salut-
Barceló Montserrat	4*	Turisme salut	Bones instal·lacions i renom.

Font: Elaboració pròpia.

Com a empreses turístiques complementaries més importants a la zona es troben:

- Club de Golf Masia Bach: Camps de golf dissenyats per Jose Maria Olazábal compostos un per 18 forats i l'altre per 9. Es troba a 25 km de Barcelona i amb unes magnifiques vistes de Montserrat.
- Hípica Can Prats: Complex de restaurant i hípica.

3.3 Intents estratègics del municipi

Segons conversació amb la responsable de l'àrea de promoció econòmica i turisme, actualment no hi ha cap pla estratègic per al turisme vigent, però sí un intent de pla de desenvolupament turístic, que va començar a final del 2007 i que s'han pogut desenvolupar algunes de les accions definides en aquest, mentre que d'altres han quedat pendents per la manca de recursos.

Fa un any es va dissenyar un pla de desenvolupament turístic al municipi, que incloïa una primera fase de definició de la "situació actual" del municipi en relació als aspectes com l'atractiu, producte, accessibilitat, comunicació, etc. A continuació es va definir els objectius del desenvolupament del turisme i finalment el pla d'actuació. Amb la definició de les diferents accions que es derivaven de les propostes estratègiques.

Entre les accions realitzades la que més destaca és una primera acció de governança per la creació de sinergies entre les diferents empreses privades dedicades al turisme o que podrien tenir incidència en aquesta activitat. Així doncs es va crear un "grup de competitivitat" liderat en un primer moment per la regidoria, amb l'objectiu de crear producte compartit que fes més competitives aquestes empreses millorant les condicions en que es desenvolupen els negocis turístics al municipi, recolzant les estratègies marc del pla de turisme del municipi.

Com a segona acció realitzada dins d'aquest pla de turisme va ser la senyalització dels actius del municipi, tant direccional com informativa per a la facilitació de la localització d'aquest actius, amb el que es va aconseguir aportar valor tant al visitant com al resident.

Com una altra acció de comunicació, es van elaborar diferents materials destinats a la comunicació entre el municipi i el visitant, tals com un portafoli de serveis turístics, amb l'objectiu de que totes les empreses tinguin informació del que es fa per facilitar la relació comercial. Aquest portafoli es va distribuir a totes les empreses, tant indústries com comerços del municipi.

També es va elaborar un mapa turístic del municipi, sota el nom de "mapa turístic de les masies de Sant Esteve Sesrovires i Altres indrets per Descobrir" on es troben il·lustrades totes les masies del territori, a més a més de la indicació dels establiments del municipi i informació dels principals recursos. Aquest mapa es va elaborar amb l'objectiu de proporcionar informació al visitant de les infraestructures, allotjaments, restaurants, recursos naturals, etc. Del municipi, i repartit als principals punts d'informació municipals, agències de viatge, consorci de turisme del baix Llobregat, mitjans de transport, etc, sota el suport de la diputació de Barcelona.

En la mateixa línia del mapa de Sant Esteve, es va crear una guia professional de serveis turístics, no orientada a cap segment de mercat concret, per a que serveixi de referent davant d'operadors i comunicadors, on es troba informació dels tipus de turisme i activitats que es poden fer al municipi, per tal de que serveixi d'informació amplia del potencial del municipi vers els turistes.

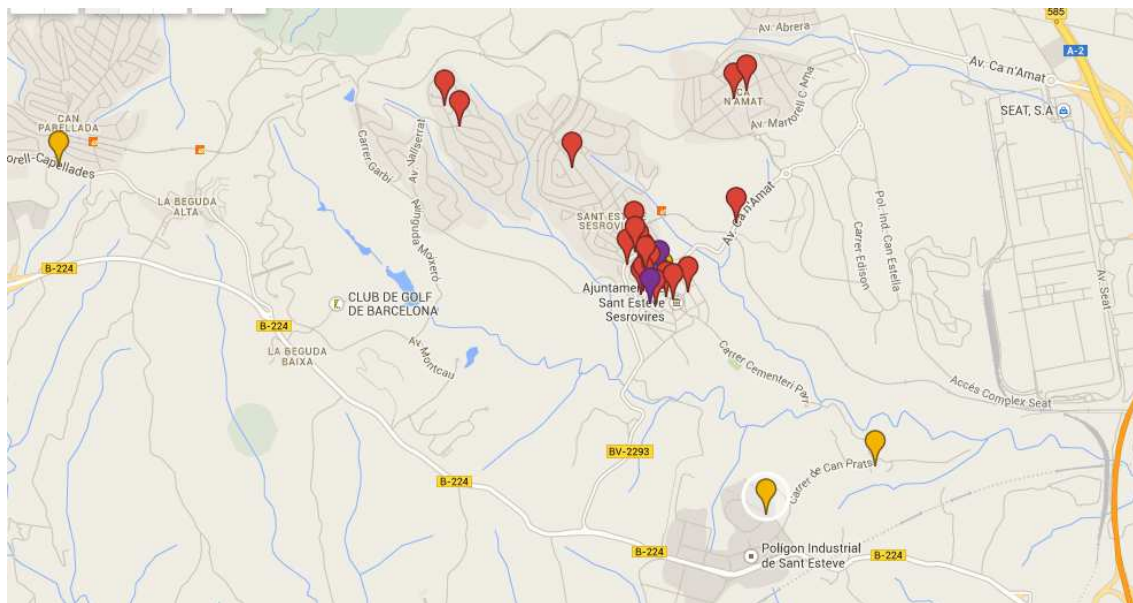
Per últim, i una de les accions més importants en quant a accions per atraure nou turisme, trobem el desenvolupament del projecte de valorització d'itineraris de senderisme i BTT, de caire supramunicipal. Es van dissenyar 9 rutes de senderisme que parteixen des de Sant Esteve, configurant una xarxa de camins públics per intercomunicar els municipis veïns, incloent a més la ruta verda, la ruta de les masies i

el Riu Llobregat. La unitat de turisme va sol·licitar suport tècnic a la diputació per fer el projecte definitiu, la seva senyalització, i la edició dels despleables. A més a més, per a fer-la més reconeguda, es van fer reunions amb els responsables de turisme dels municipis integrats en aquestes xarxes per explicar el projecte i els objectius, i així signar un conveni per a endegar-ho conjuntament.

Per últim, la darrera acció que es va desenvolupar de totes les pensades en el pla, va ser la adhesió de l'ajuntament de Sant Esteve Sesrovires a la Xarxa Barcelona-Catalunya Film Comission amb la col·laboració del consorci de turisme del Baix Llobregat, amb l'objectiu de promocionar el municipi com a una localització per filmar anuncis, pel·lícules, curtmetratges, etc.

3.4 Inventari de serveis i recursos del municipi

Mapa 1: Localització serveis.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades obtingudes a la regidoria.

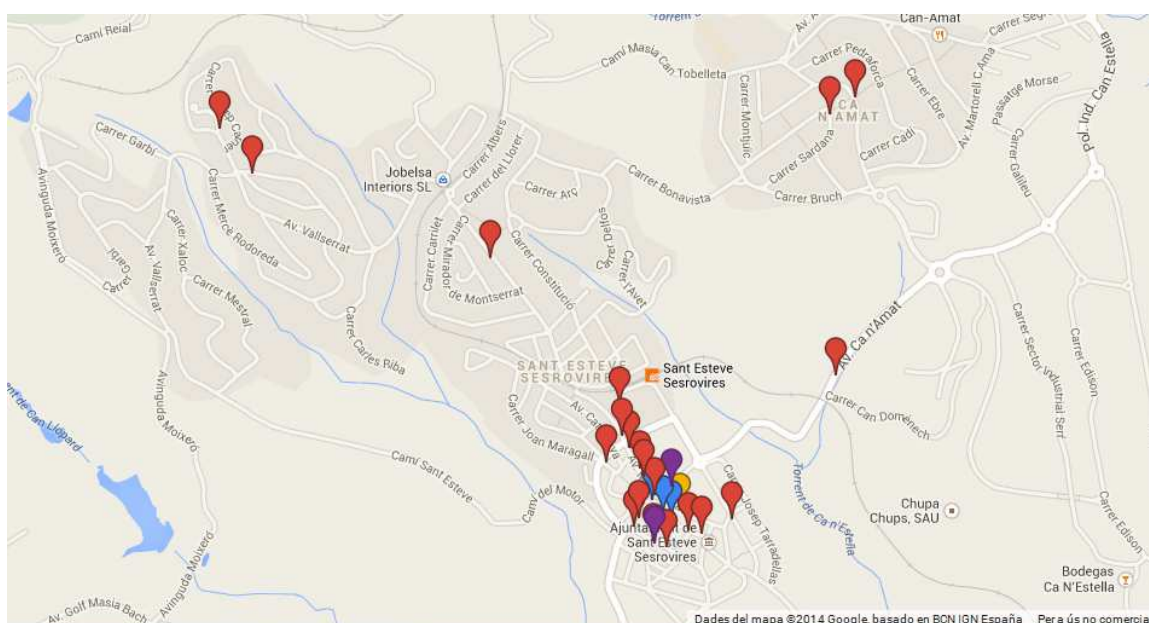
En aquest mapa podem veure la distribució geogràfica dels comerços del nucli urbà amb atractivitat per al turisme. Al municipi de Sant Esteve de Sesrovires, podem trobar una gran diversitat de comerços, dirigits principalment als ciutadans, però que indirectament tindrien un gran interès per als visitants, entenent per aquests aquells que els turistes utilitzaran o poden ser d'utilitat una vegada en la destinació. En aquest cas, els agrupem en 3 principals grups que veiem sobre el mapa distribuïts en 3 diferents colors:

- En color vermell estan tots aquells comerços relacionats amb la restauració, en aquests cas, bars i restaurants.
- En color blau trobem aquells establiments de roba, accessoris, venda al pormenor, etc.

- En color groc trobem tots els establiments hotelers, tant hotels com hostals.
- En color lila trobem els establiments d'alimentació que no són ni bars ni restaurants, per exemple, fleques i cafeteries.

Gràcies al llistat de tots els establiments del municipi que la regidoria de promoció econòmica i turisme de Sant Esteve de Sesrovires, he pogut elaborar aquest mapa per a poder fer una interpretació de la distribució espacial dels comerços del municipi.

Mapa 2: Localització serveis.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades obtingudes a la regidoria.

Tal i com es pot veure, la zona sud del municipi, on es troba localitzat el nucli antic és on es troben la major part de comerços amb atractivitat turística, deixant la resta del poble exclusivament per a les residències.

També podem veure com els hotels es troben localitzats majoritàriament als voltants del municipi, aprofitant així, l'entorn natural i les vinyes.

Així doncs, podem veure que la major part d'oferta comercial per als turistes es troba emplaçada en el casc antic, junt amb els atractius culturals principals del municipi, tot i que lluny dels hotels i els recursos naturals.

El comerç és un sector molt important per al municipi, el qual compta amb importants activitats per impulsar-lo, així com fires puntuals en el calendari de festes municipals.

3.5 Inventari dels recursos patrimonials.

A continuació es presenten els recursos patrimonials més importants del municipi, un breu resum de les característiques generals agrupades en tipus de recurs, així com una valoració general del seu estat actual, d'allò positiu i les seves característiques menys positives per a la activitat turístiques.

Adjuntat als annexos del treball es troben les fitxes senceres totalment complimentades per a qualssevol dubte o aclariment.

- Recursos Culturals

Els recursos culturals principals analitzats en el treball han estat les caves Roger Goulard, masia Bach, Ca n'Estella, El casino i l'església

Tres dels quals són bodegues de producció de vins i caves, responent al turisme enològic que rep la zona.

La resta són patrimoni monumental – cultural del municipi, amb especial valor o història.

Els recursos culturals relacionats amb l'entorn són els que major atracció podrien tenir, en canvi són d'accés restringit o condicionat, fet que no facilitaria la visita del turista, tot i que el seu accés fos bo, tant a peu com en cotxe.

Com un altre punt dèbil seria la senyalització, ja que en la seva gran majoria és inexistent o de no fàcil visualització, arribant al punt del masia Bach, que és molt difícil trobar la seva localització exacta, ja que al municipi només estan senyalitzats els hotels. No tenen tampoc equipaments turístics propers, i el seu aprofitament vers aquest sector és en els majors casos parcial.

A més a més, en tots 3 trobem que són empreses privades, i per lo tant es pot veure un clar conflicte d'ús, ja que aquestes no estan orientades al turisme.

Com a punt fort, són recursos que podrien motivar com a mínim corrents locals, que ja seria un gran mercat per al municipi.

Per una altra banda, els altres dos recursos culturals, són com a punt positiu d'accés lliure, sense conflictes d'ús, a excepció del temps de missa de l'església i que no són recursos estacionals.

Com a punt negatiu, és el poc interès que poden crear i la mala senyalització d'aquests.

Així en definitiva, el problema més gran que es troba actualment per aquests recursos, són els seus conflictes d'ús, ja que no estan orientats al turisme i això es pot veure en els serveis vers aquest sector, i en la senyalització dels recursos.

- Recursos Naturals

Com a recursos naturals del municipi analitzats trobem el Parc Canals i Nubiola i la ruta verda.

Els punts forts d'aquest dos recursos són la seva fàcil accessibilitat, i la seva senyalització, ja que ambdós comencen en el mateix lloc, el qual està senyalitzat per el municipi, i una vegada dins, tenen cartells d'informació que a la vegada serveixen de Servei d'informació.

Són recursos aprofitables tot l'any, tot i que la primavera / estiu són més transitats degut al bon temps, i a més a més de lliure accés i amb serveis per als visitants com a zones de picnic.

Com a punts dèbils trobem que només atraurien corrents turístiques locals, tot i que ja seria un mercat prou ampli per al municipi.

- Recursos industrials

Com a recursos industrials s'han analitzat la Fabrica Chupachup i la fabrica SEAT, com a dos empreses importants del país.

Com a punts forts d'aquests dos recursos, són els seu renom, ja que són conegut a reu del país i per lo tant, per a les corrents de turisme industrial, crearien interès a nivell nacional, i ja no només local.

A més a més, tenen una bona senyalització, en aquest cas no turística, merament de cara al sector industrial.

Com a punts negatius trobem els conflictes d'ús, ja que són empreses que no es dediquen ni tenen necessitat de dedicar-se al turisme, i per lo tant, no disposen ni de serveis per aquest, ni activitats. En el cas de Chupa Chups, sí que es pot visitar quan aquesta fàbrica ho decideix o sota petició, en canvi, la fabrica SEAT, degut a la protecció de fabricació, no permet les visites a persones exteriors de la fàbrica, a excepció d'una vegada al any que es fan portes ofertes, però només a l'escola de la fàbrica i en dies claus que ells decideixen.

Així doncs, no es troben turísticament aprofitats ni adequats.

Quadre 8. Resum Fortaleses i debilitats dels recursos turístics del municipi..

Punts Forts	Recursos no estacionals. Recursos naturals de lliure accés. La majoria susceptibles a atraure corrents almenys locals. Recursos naturals molt ben aprofitats i adequats turísticament.
Punts Dèbils	Senyalització global polenta. Conflictes d'ús. No adequació turística.

Font: elaboració pròpia

3.6 Relació en l'àrea turística en la que queda inclosa.

La gestió turística del municipi de Sant Esteve de Sesrovires està formada per una regidoria, en aquest cas, promoció econòmica i turisme, on no existeix encara personalitat jurídica pròpia, depenent així totalment del ajuntament, tant en les decisions com en els pressupostos, els quals són totalment públics, sense cap aportació privada.

El municipi queda inclòs dins del consorci de turisme del Baix Llobregat, quedant doncs, inclòs dins d'aquesta marca turística principalment, i degut a la proximitat que el municipi té, també dins de la marca Barcelona, en aquest cas, voltants de Barcelona.

La marca Turisme del Baix Llobregat posa en valor l'amplia oferta turística de la comarca, tant el turisme de natura evidenciant les seves muntanyes, principalment Montserrat, com la proximitat de Barcelona o la colònia Güell d'Antoni Gaudí.

Així doncs, dins d'aquesta marca, Sant Esteve de Sesrovires queda inclosa en el turisme de natura, potenciant principalment les seves rutes de senderisme o BTT, treballant juntament amb el consorci per la creació del pla de senders turístics del Llobregat, aportant la ruta verda, ja creada, per a ús essencialment turístic.

Des de la marca turisme del baix Llobregat s'ha promocionat el municipi de Sant Esteve de Sesrovires per activar el turisme esportiu i de natura a través del pla de senders turístics ja esmentat, així com la qualitat de les seves instal·lacions esportives, posant com a exemple el torneig internacional d'handbol celebrat anualment al municipi.

Dins de les accions de promoció de turisme del Baix Llobregat, en els mercats emissors, es situa com un dels objectius la captació de mercats de nacionals de proximitat, interessats en les característiques geogràfiques del municipi.

La marca integra una gran quantitat de municipis tant centrats a la natura com centrats en l'oci i amb una major relació amb Barcelona. Un cop analitzada la informació es pot veure com la marca prioritza la promoció de les capitals comarcals més properes a Barcelona, que no pas als petits municipis del interior, com és el cas de Sant Esteve de Sesrovires.

Com a punt interessant a veure es que dins de la pagina web de la marca, no es fa esment específicament al turisme enològic ni a les possibles activitats enològiques a fer en la comarca, un dels punts possiblement més forts del municipi de Sant Esteve de Sesrovires.

4. Entrevistes

La metodologia emprada en aquest treball ha estat la qualitativa, ja que el propòsit principal és aconseguir profunditat sobre la situació actual turística i la possible situació turística futura del municipi, identificant aspectes subjectius.

S'ha centrat en l'exploració intensiva de tres casos, que sota el meu punt de vista, són considerats aclaridors, dels quals he pogut extreure informació qualitativa d'alt nivell dels agents implicats en aquest municipi, en quant a turisme. Posteriorment, han estat informacions contrastades per obtenir coneixement sobre la planificació general.

Dins de la metodologia qualitativa, s'ha escollit per aquest treball la entrevista com a mètode més efectiu per assolir els objectius desitjats. El tipus d'entrevista utilitzada és d'estandarditzada o estructurada, realitzada a partir d'un guió de preguntes adaptades a cada entrevista, sent sempre tot preguntes obertes.

Gracies a un previ coneixement del municipi, i a la recerca d'informació extreta de les visites al mateix, es va veure que per completar la informació obtinguda anteriorment, era necessari analitzar el punt de vista públic i privat dels agents del turisme del municipi. Segons el que s'ha pogut extreure, és interessant el sector privat, ja que és i seria (en el cas d'una major potenciació de la activitat econòmica) el principal afectat i beneficiat, i per una altra banda, el sector públic com a gestor d'aquesta activitat econòmica.

Dins del sector privat, es volia veure les dues cares, per una banda el sector purament turístic¹, entrevistant a un hotel del municipi, i per una altra banda a un comerç més petit, ja que a més de ser del sector privat, és veu també la postura d'un ciutadà del municipi vers la potenciació del sector turístic. A més a més, a banda de resoldre dubtes per acabar de omplir la informació necessària, es comprova la gestió de la governança a Sant Esteve de Sesrovires.

Per la part pública, s'ha entrevistat a la regidora de la regidoria de promoció econòmica i turisme, com a principal cap de la gestió turística del municipi, i com la persona amb major visió global d'aquest sector econòmic en l'àrea estudiada.

Per la part privada, finalment, s'ha entrevistat a un propietari d'un restaurant del municipi, el qual a més a més de tenir un negoci relacionat amb el turisme, és habitant del mateix municipi, per lo tant, té dues visions: empresari i ciutadà.

A més a més, també es va entrevistar al gerent del patronat de turisme de Montblanc, de cara al Benchmarking posterior a l'anàlisi del territori, per veure la gestió d'un municipi similar al analitzat en el treball i la evolució d'aquest.

¹ Per causes temporals e impossibilitat de fer coincidir horaris amb un responsable d'un hotel del municipi no s'ha pogut fer la 3r entrevista planejada.

Regidoria Promoció Econòmica i turisme.

La entrevista amb la responsable de la regidoria de promoció econòmica y turisme, per motius de disponibilitat, va haver de ser via mail, tot i els intents de contactar amb ella personalment i telefònicament.

En la entrevista l'objectiu principal era saber més sobre la gestió del turisme al municipi, tenint en compte que aquesta no és ni una activitat principal per al municipi, ni tant sols per la regidoria.

El tipus d'organització que gestiona el turisme en el municipi és una regidoria, en aquest cas la de promoció econòmica, la qual està totalment integrada al ajuntament, depenent d'aquest en tots els sentits.

En aquesta "entrevista", m^o José Huerta, responsable de la regidoria, va exposar les accions que el municipi ha dut a terme de cara a millorar el turisme, en aquest cas, un pla de desenvolupament turístic al municipi, el qual, com ja s'ha exposat anteriorment, incloïa una primera fase on es va analitzar la situació actual del territori envers el turisme, analitzant principalment el producte, l'accessibilitat, comunicació, etc.

A partir d'aquí es van definir objectius i un pla d'actuació per assolir-los.

Actualment aquest pla es troba parat, i només s'han pogut fer algunes de les accions definides.

No va saber especificar quin tipus ni la quantitat de turisme que hi ha al municipi, degut a que no porten un recompte, i per a la obtenció de dades en cas de que fos necessari, al estar inclosos en el consorci de turisme del Baix Llobregat, extreuen dades globals des d'aquesta organització. Tot i així, si que es pot intuir que els principals turistes del municipi són gent jove y famílies que busquen passar temps a la natura, així com turistes esportius especialitzats en golf, gràcies a les seves bones instal·lacions.

Com a punts forts i punts dèbils del municipi per part de la regidoria, es va especificar principalment la manca de recursos econòmics, fet que els dificulta el portar endavant moltes més accions per al desenvolupament turístic, i com a punt fort, l'entorn natural del territori i la seva ubicació estratègica a prop de Barcelona.

Es constata en la entrevista, que seria interessant per al municipi augmentar el turisme, i que sí estaria preparat per això, tot i que no en quantitats molt exagerades, igual que va comentar el regidor de territori, en la visita al ajuntament, que el territori no estaria preparat per a rebre una quantitat descomunal de turistes, però que sí seria interessant per aquest l'augment d'aquest sector turístic, ja que dinamitzaria la economia, principalment als comerciants.

En quant a la marca turística del municipi, aquesta ens indiquen que queda inclosa dins de Turisme de Baix Llobregat, amb el qual treballen juntament per la potenciació del turisme al municipi, principalment turisme de natura.

Per finalitzar la entrevista es va voler fer referència a la governança i la participació ciutadana en aquesta, però en la entrevista principal que es va fer no es va fer menció, i en un segon intent de contactar per tractar sobre més temes, no es va rebre resposta per part d'aquest ens del ajuntament per motius de disponibilitat.

Pau Recasens, propietari del restaurant “Cal Fuster”, comerç del municipi.

La entrevista amb Pau Recasens, propietari d'un restaurant al municipi, per motius de disponibilitat es va fer via mail, gràcies a contactes dins de Sant Esteve.

En aquesta es van voler tractar temes sobre el turisme actual al municipi, el turisme futur i els desitjos sobre aquest per part dels comerciants, entrevistant-lo a ell com a representativitat de la resta. També es va tractar sobre la gestió del turisme i la governança al municipi.

Principalment es va destacar la bona posició geogràfica del municipi per la atracció de clients, estant a prop tant de Barcelona, com la gran capital, i de Montserrat, com a destinació de muntanya. Es va aclarir que el tipus de turista que actualment rep, almenys per part seva, es un turista nacional, dels voltants del municipi, gràcies a aquesta posició especificada, tractant-se d'un municipi que queda de pas i de fàcil accés per al qui va a aquestes dues destinacions principalment.

Per part del comerciant sí seria interessant augmentar el nombre de turistes al municipi, ja que els principals beneficiats serien ells, i creuen que el ajuntament si dedica esforços per la captació d'aquest, inclús menciona altres ens que ho promocionen via web (principalment dins de la marca que queden inclosos).

Com a punts forts, destaca la posició estratègica on queda el municipi, i com a punt feble els escassos recursos econòmics per invertir en major promoció del municipi. Tan mateix, també es comenta que tot i que l'accessibilitat en general es bona, i el municipi es troba a prop de les carreteres principals, sí que és una mica més difícil arribar directament al municipi, ja que només té accés per carreteres secundaries, i que això possiblement podria ser un fet que dificultés l'arribada de visitants.

En quant a la governança, tot i una explicació prèvia de què es tracta, no es va arribar a una entesa per part de les dues persones, i no es va poder extreure completament l'objectiu de la pregunta. Tot i així, si que va afirmar que l'ajuntament tenia en compte als comerciants i feia accions destinades al sector privat, tot i que la única cosa a millorar seria el donar una major informació sobre el turisme, els tipus de turisme, i els comportaments d'aquests per a millorar els seus serveis en vers els turistes.

I en quant a l'acceptació del resident cap al turista, si que ha afirmat que no seria un problema principalment, però que realment els que més es beneficien són els comerciants, i per lo tant els que més acceptarien un canvi en les tendències turístiques del municipi, sent la resta de ciutadans, més reticents a aquest canvi.

5. Benchmarking

Per d'anàlisi de la gestió turística del municipi de Sesrovires, he volgut analitzar també la evolució de municipis turístics propers i semblants al municipi estudiar, per fer així una comparativa i poder extreure idees interessants per a la destinació en qüestió.

Per la selecció dels municipis a comparar s'ha fet una tria a partir de tots els municipis turístics de Catalunya dels quals s'ha buscat el tipus de gestió turística actual i el nombre d'habitants. D'aquest primer llistat es van seleccionar aquells que tenien entre 5mil y 10mil habitants, per a que el mostreig fos el més semblant possible al municipi que s'està estudiant, i entre aquests es van triar els més propers geogràficament, semblants en quant a tipus de turisme i gestió.

Així doncs es va determinar que els municipis a comparar eren els de Montblanc, per la seva semblança física i quantitat d'habitants, Sant Sadurní d'anoia per la seva proximitat física i semblança en quant a tipus de turisme, i Gelida, també per la seva semblança física i geogràfica.

- Montblanc²

Montblanc és la capital comarcal de la Conca de Barberà, té aproximadament 7409 habitants, és un dels més importants conjunts medievals de Catalunya, així com un important punt d'interès turístic del interior de la costa daurada, situat a la ruta del Cister.

Montblanc, avanç de la creació de la oficina turística, no tenia cap ens de gestió representatiu del turisme, el museu comarcal i els baixos del ajuntament eren els únics que exercien com a "gestors turístics" del municipi, fent funcions d'informació bàsicament. No fou fins a la dècada dels 90 que es va posar la oficina comarcal de turisme a Montblanc, tot i que la seva mala ubicació (la carretera) no la feia prou útil.

Així doncs, una proposta tècnica per una decisió política van ser els motius de la creació de la oficina de turisme, gracies a que durant aquells anys, els partits polítics utilitzaven molt la creació d'oficines de turisme en el seu programa electoral, i per lo tant, la seva creació no va trobar gaires traves polítiques ni burocràtiques, en canvi, si que van tenir algunes dificultats econòmiques.

Actualment la oficina de turisme està sota la regidoria de turisme i comunicació del ajuntament de Montblanc, i per lo tant depèn directament d'aquest i del seu equip de govern.

Així doncs, la oficina de turisme es una part de la regidoria molt important, la qual realitza la major part de funcions possibles, entre les quals es destaquen principalment la gestió de la destinació, promoció, senyalització, creació i gestió de producte, gestió d'esdeveniments, col·laboració amb associacions, informació (material gràfic, web, xarxes socials, etc), entre d'altres.

En el cas de Montblanc, una part molt important de les tasques de la oficina, és intentar ser noticia cada setmana, per a que la ciutadania vegi que a Montblanc passen coses, i que la oficina de turisme es mou realment per la promoció del municipi, i així, millorar

² Dades extretes de una entrevista personal amb el gerent del patronat municipal de Montblanc.

la relació de governança a més a més de crear beneficis indirectes i augmentar el turisme.

El principal tipus de turisme que hi ha, es doncs, de proximitat, familiar, i sobretot amb vehicle propi, sent el 60% - 70% excursionistes, degut a la poca oferta d'allotjament que té el poble, i a més a més, les males comunicacions amb transport públic.

De la resta, el 20% són preuenients d'Espanya i el 15% aproximadament estrangers, amb la major part Francesos com també Anglesos, Holandesos, Belgues...

Un dels principals problemes de Montblanc era la manca de producte turístic a més a més de la gran estacionalitat de la destinació, així doncs, des de la regidoria es van crear diversos actes entre ells terrània a finals d'agost i Cllekània, esdeveniments que no tenen cap tipus de relació amb el territori, però que gracies a la bona gestió són actes molt importants per a la promoció d'aquesta destinació.

El públic objectiu de la destinació és el turisme familiar, i totes les accions que realitzen giren entorn aquests, com bé es pot veure amb els esdeveniments avanç esmentats.

- Sant Sadurní d'Anoia

Sant Sadurní D'Anoia és una ciutat del Alt Penedès, amb una extensió de 18,97 km2 i 12484 habitants aproximadament.

La gestió turística d'aquest municipi està composta per un patronat municipal, on existeix una personalitat jurídica pròpia, però depèn de l'organigrama públic. Entre les seves funcions destaca la de informar al visitant, gestionar, promocionar i dinamitzar l'activitat turística del municipi.

Aquest tipus d'ens destaca per se un model clàssic on el capital aportant en al seva majora és de fons públic amb una aportació privada, tant poden ser aportacions directes per la sustentació del ens, com aportacions indirectes, participant en les iniciatives proposades per el ens en gestió.

Es pot observar en la web del mateix patronat com la línia estratègica turística d'aquest municipi és la captació de turisme enològic essencialment, ja que és el primer i més destacat producte que ofereixen, creant múltiples activitats entorn al món del vi, i especialment de Cava, aprofitant que Sant Sadurní D'anoia és la seu de la marca Codorní i Freixenet com a marques de renom internacional, però també d'altres marques importants a nivell nacional com Grammona o Agustí Torelló.

Així doncs, Sant Sadurní és coneguda com la Capital del Cava per la gran quantitat d'empreses que es dediquen a aquest producte que alberga, i el seu objectiu principal per atraure turistes i allò que es vol potenciar per diferenciar-se de la rest, és aquesta especialització en enoturisme i la gran oferta vers aquest tipus de client.

Com a ens comú al nostre municipi a estudiar, Sant Sadurní D'Anoia, amb l'objectiu de seguir reforçant aquesta imatge de capital enoturística, està també integrada en el consorci enoturisme del Penedès, on ofereix tota aquesta quantitat d'activitats que té el municipi en relació el món del vi i del cava.

Sant Sadurní D'anoia, també es promociona sota la marca paraigües de Barcelona Turisme i Costa de Barcelona al ser un municipi molt proper a aquesta capital, quedant integrat dins de l'àrea metropolitana de Barcelona, i oferint un tipus de turisme per a els visitants de la capital que dins de la ciutat no trobarien.

- Gelida

Gelida és un municipi de la província de Barcelona, concretament situat a la comarca del Alt Penedès. Aquest municipi té una extensió de 26,71km i una densitat de població d'aproximadament 7123 habitants.

La gestió turística d'aquest municipi és la regidoria de promoció econòmica, que dedica part de les seves tasques a la gestió d'aquesta activitat turística.

En aquest cas, no hi ha cap ens de gestió independent, així doncs, depèn 100% del ajuntament, i té un pressupost 100% públic sense cap tipus de participació privada.

Gelida no té un fil estratègic clar a seguir, ni un objecte que el diferencia de la resta de poblacions dels voltants, així doncs, la gestió del municipi simplement es basa en mostrar allò que tenen i pot ser interessant per algun turista, tot i que es centra principalment en el turisme cultural i els seus edificis modernistes, tenint ja creada una ruta modernista que és el principal atractiu del municipi.

Aquest municipi es troba també molt pròxim a la capital Barcelona, però no treballa sota la marca Barcelona, sent el turisme una activitat totalment secundària.

6. Diagnòsis estratègica.

6.1 DAFO

- Anàlisi intern

Quadre 9. Debilitats i fortaleeses, DAFO

Debilitats	Fortaleeses
· Patrimoni del municipi poc atractiu. · Escàs aprofitament dels recursos. · Empreses enoturístiques poc orientades al turisme. · Actius dispersos. · Hotels lluny dels atractius principals. · Empreses amb poc actiu en la gestió del turisme. · Poques indicacions per arribar a Sant Esteve de Sesrovires. · Única carretera per accedir al municipi. · Ens de gestió dependent del ajuntament. · Gestió del patrimoni no depèn d'un ens de gestió relacionat amb el turisme. · Poca Governança. · Poca orientació turística la municipi. · Personal poc qualificat. · Mala gestió de les xarxes socials en quant a activisme en aquestes. · Manca de generació de recursos econòmics per part de l'ens de gestió turística.	· Oferta amplia d'actius turístics. · Oferta enoturística de renom. · Actius singulars comparats amb els municipis propers. · Variada oferta complementaria. · Amplies places hoteleres. · Proximitat amb Barcelona. · Bones carreteres. · Estació de tren pròpia. · Bons camins peatonals. · Predisposició per part del ajuntament al desenvolupament turístic. · Accions vers el turisme ja realitzades. · Aeroport pròxim a la destinació. · El municipi es troba dins de la marca Barcelona. · Posicionament geogràfic adequat a la pràctica de turisme esportiu. · Bones instal·lacions esportives. · Turista nacional fidel. · Entorn natural ben cuidat. · Indústries de renom. · Empresa Chupachups visitable.

Font: Elaboració pròpia.

Quadre 10. Amenaces i oportunitats, DAFO.

Amenaces	Oportunitats
· Gran atracció per part de Sant Sadurní D'anoia en quant a enoturisme. · Estacionalitat turística. · Pagament de peatges per la carretera d'accés al municipi. · Reducció en l'estada mitja del turista. · Possible estabilització de conflictes bèl·lics a Mig Orient. · Prolongació de crisis econòmica. · Reducció del turisme nacional degut a la recessió econòmica. · Poc interès per el municipi.	· Enoturisme creixent. · Hotels de Marca reconeguda. · Gran atracció per la marca Barcelona. · Adherència a consorci de turisme del Penedès. · Creixement de la utilitat de les xarxes socials com a medi de promoció. · Creixement de les noves tecnologies en turisme. · Canvi climàtic. · Incorporació al mercat turístic dels països emergents. · Major conscienciació del respecte a la natura. · Taxa turística com a eina clau per la col·laboració dels sectors públics i privat. · Potencial d'atracció del segment esportiu. · Potencial d'atracció del segment enoturístic. · Existència de Segells d'especialització en turisme esportiu. · Creixent interès del turisme industrial.

Font: Elaboració pròpia.

6.2 Relació matriu DAFO

Després d'haver fet un anàlisi exhaustiu tant intern com extern de la destinació a partir de la Matriu DAFO, per extreure una diagnosi, s'ha volgut fer diverses relacions per tal de veure l'escenari de la destinació en una síntesi, tal i com es conceptualitza seguidament:

Amb la relació de les oportunitats com a valor de l'entorn que afecta a la destinació, amb les fortaleeses pròpies del municipi, que pertanyen als aspectes positius gestionats directament per la destinació, esdevé una situació d'estratègia.

- **Situació d'estratègia:**

- De la oportunitat bones instal·lacions esportives i existència de segells d'especialització en turisme esportiu i la fortaleesa potencial d'atracció del turisme esportiu, es desprèn una situació d'estratègia en l'objectiu de capturar el turisme esportiu com a especialització del territori i aconseguir el segell de destinació esportiva per la captura d'aquest.
- De la oportunitat Enoturisme creixent i la fortaleesa d'oferta enoturística de renom es desprèn una situació d'estratègia en l'objectiu de capturar el enoturisme com a especialització del territori.
- De la oportunitat gran atracció per la marca Barcelona i la fortaleesa de proximitat a Barcelona es desprèn una situació d'estratègia d'utilitzar aquesta marca com a atracció de turistes.
- De la oportunitat creixent interès per el turisme industrial i la fortaleesa d'empreses de renom i empresa chupachups visitable es desprèn una situació d'estratègia de captar un nou tipus de turisme.

De la relació de les oportunitats, amb les debilitats com a aspectes negatius gestionats per l pròpia destinació, esdevé una situació d'il·lusió.

- **Situació d'il·lusió:**

- De la oportunitat creixement de la utilitat de les xarxes socials com a medi de promoció i la debilitat mala gestió de les xarxes socials en quant a activisme en aquestes s'esdevé una situació d'il·lusió d'un possible aprofitament d'aquestes xarxes per una major difusió de la destinació.
- De la oportunitat d'hotels de marca reconeguda i la debilitat d'hotels lluny dels atractius principals s'esdevé una situació d'il·lusió de promocionar els hotels com a un actiu important juntament amb la resta d'actius del municipi.
- De la oportunitat d'adherència a consorci de turisme del Penedès, i la debilitat de manca de generació de recursos econòmics per part de l'ens de gestió turística. Esdevé una situació d'il·lusió del possible desenvolupament

d'estratègies conjuntes de promoció i desenvolupament turístic, que no poden ser viables degut a la manca de recursos econòmics.

De la relació de l'amenaça com a valor negatiu del l'entorn que ens afecta amb les fortaleeses, es genera una situació de desgast.

- **Situació de Desgast:**

- De la amenaça reducció del turisme nacional degut a la recessió econòmica i la fortaleesa turista nacional Fidel, es desprèn una situació de desgast degut a la reducció del nombre de turistes nacionals, sent aquest el segment més important.
- De la amenaça de prolongació de la crisi econòmica i la fortaleesa de la predisposició per part del ajuntament al desenvolupament turístic, es desprèn una situació de desgast de no poder desenvolupar accions per potencialitzar el turisme en el municipi per falta d'ingressos econòmics.

De la relació de les amenaces amb les debilitats, es genera una situació d'alt risc.

- **Situació de risc:**

- De la amenaça pagament de peatges per la carretera d'accés al municipi i la debilitat d'única carretera d'accés aquest, es desprèn una situació de risc de que l'accessibilitat sigui un handicap per anar al municipi.
- De la amenaça de la gran atracció per part de Sant Sadurní d'Anoia en quant a enoturisme i la debilitat d'empreses enoturístiques poc orientades al turisme, es desprèn una situació de risc de perdre un segment turístic important.

7. Una proposta estratègica

7.1 Arquitectura estratègica

- **Propòsit**

El propòsit plantejat per el municipi de Sant Esteve de Sesrovires és derivat de les conclusions de la diagnosi i fonamentats pels impactes positius del turisme, on amb aquest, es vol argumentar la necessitat de potencialitzar l'activitat turística en la destinació. El propòsit presentat per aquest escenari és:

Potencialitzar l'activitat turística del municipi.

Tenint en compte la informació conclosa en la diagnosi, el municipi de Sant Esteve no té una dependència econòmica del turisme, per lo que no presenta accions constants per el desenvolupament d'aquesta activitat, si més no, presenta una sèrie d'actius territorials que podrien ser potencialitzats turísticament per donar una major dinamització econòmica i social a la zona.

- **Objectiu**

Un cop identificat el propòsit s'han definit uns objectius turístics per a la concreció del projecte turístic sostenible i de futur. Aquests objectius s'haurien de desenvolupar per aconseguir potencialitzar l'activitat turística del municipi, ja que aquestos harmonitzen amb el propòsit plantejat prèviament i les conclusions de la diagnosi.

Els objectius que es plantejaran seran integradors, es a dir, aglutinaran a tots els agents del territori.

1. **Desenvolupar accions per a la captació dels segments desitjats.**
2. **Posar en valor la cultura del municipi, com complement a la oferta.**
3. **Augmentar el reconeixement del enoturisme de la destinació, com un element diferenciador.**
4. **Augmentar els ingressos totals del turisme en un 10% en dos anys, com a indicador principal d'una dinamització econòmica.**
5. **Crear un registre anual de turistes durant el primer any a partir de la implementació dels objectius del pla.**
6. **Augmentar la governança del municipi, augmentant la participació privada en les accions públiques.**

- **Estratègia**

Un cop definits els objectius s'han concretat les orientacions estratègiques generals del projecte, amb una vinculació absoluta entre aquests objectius i les estratègies. Les estratègies definides marcaran el desenvolupament dels objectius. Seguidament es detallen les estratègies proposades:

- **Captar nous mercats, especialment el turisme esportiu de natura i enològic. Vinculat amb l'objectiu 1.**
En aquest sentit, el que es pretén es la cerca de mercats més adients amb els recursos que el municipi té, i el qual pot significar una destinació amb atracció, com són l'enoturisme i el turisme esportiu de natura.
- **Aconseguir segell de destinació especialitzada en turisme esportiu. Vinculat amb l'objectiu 1.**
Amb aquesta estratègia el que es pretén es consolidar el municipi com a un municipi especialitzat, i a més a més, que serveixi de garantia per als turistes esportius, i ser una destinació coneguda dins d'aquest sector.
- **Potenciar la imatge de tradició agrícola del municipi. Vinculat amb l'objectiu 2 i 3.**
Utilitzar com a valor diferenciador de la resta de competidors la tradició i la agricultura tradicional del municipi per a donar una imatge més complerta de destinació enoturística, i a més a més, potencialitzar el sentiment de pertinença dels ciutadans.
- **Crear una marca enoturística diferenciadora. Vinculat amb l'objectiu 3.**
Aconseguir ser una destinació enoturística reconeguda, gràcies als recursos patrimonials del municipi i a la tradició agrícola potencialitzada.
- **Millorar la qualitat. Vinculat amb l'objectiu 4 .**
Ser una destinació sostenible i on la qualitat del servei sigui un tret diferenciador reconegut per els mercats, i que motivi el desplaçament d'aquests.
- **Posar en valor els actius del patrimoni. Vinculat amb l'objectiu 2.**
Millorar els complements turístics que envolten els actius patrimonials, tal com la senyalització o la adaptació dels horaris al mercat turístic per a que aquests siguin més atractius per al sector, i per lo tant, siguin més visitats e interessants.
- **Contabilització del nombre de visitants als principals atractius del territori. Vinculat amb l'objectiu 5.**
La intenció principal del qual és conèixer el tipus de turisme que hi ha al municipi per així fer estudis de mercat i millorar la oferta del municipi vers aquests mercats, com també, per veure la evolució del turisme des de la implantació d'aquestes estratègies i propostes.

- **Sensibilització social envers a la activitat turística. Vinculat amb l'objectiu 6.**
Educació dels ciutadans vers el turisme per a millorar la governança, ja que el treball en equip entre el sector públic i privat és molt important per a arribar a aconseguir èxit en el sector turístic.
- **Creació de taules de treball. Vinculat amb l'objectiu 6.**
Per a que el sector privat es senti integrat en el procés de captació de turisme, el qual el beneficiarà econòmicament, i per lo tant la seva participació sigui major.

7.2 Proposta concretada 1: Segmentació

En primer lloc es constata que Sant Esteve de Sesrovires és una destinació incipient en quant a la seva tipologia de turisme. Els segments de mercat que la destinació pot referència segons la seva motivació són:

- Enoturisme
- Turisme de natura
- Turisme Esportiu: Ciclisme, trekking, handbol.

D'altra banda, s'han avaluat els segments que la destinació pot adreçar-se segons l'estil de vida són:

- Famílies
- Dinkies
- Singles

Finalment després de veure tots els nostres possibles segments tant per estil de vida com per motivació, s'ha decidit centrar-se en el Enoturisme i en el Turisme de natura.

Referent al mercat del enoturisme s'ha focalitzat per el segment Amateur degut al incipient moviment de turisme, i per les característiques de les infraestructures i serveis vers aquest tipus de turisme. D'altra banda s'ha cregut convenient focalitzar-se en aquest tipus de turisme com a oportunitat de captació de nous focus de turistes, degut a la proximitat a Sant Sadurní d'Anoia i de Barcelona, ja que ja existeixen corrents de enoturistes per la zona, i es podria presentar la destinació com a complement.

S'ha escollit també el segment de turisme de natura degut a la gran quantitat d'actius territorials que faciliten les activitats en la natura, ja siguin de recreació com d'esport. En aquest cas, y més concretament, s'ha centrat la especialització en turisme esportiu de natura, gràcies als grans espais naturals que rodegen el municipi totalment adaptats a la pràctica de l'esport.

7.3 Proposta concretada 2: Escenari comercial

Tal i com s'ha comentat en el anterior apartat, els segments que s'han extret en el procés de segmentació són el turisme esportiu de natura i l'enoturisme, pel quals es presenten un escenari comercial per cadascun.

- Turisme esportiu de natura

*** Destinació: Sant Esteve de Sesrovires**

Per la destinació de Sant Esteve de Sesrovires s'han detectat una sèrie característiques que posen en valor el municipi en relació al turisme esportiu de natura com a segment escollit:

- Clima suau durant el hivern
- Bon estat de les carreteres
- Bona senyalització viària
- Carreteres secundàries poc transitades i bones per aquesta pràctica
- Rutes definides
- Bona accessibilitat per carreteres
- Qualitat de l'asfalt
- Proximitat a Montserrat
- Municipi petit
- Oferta hotelera de qualitat
- Entorn natural ben conservat

*** Mercat:**

- **Motivació:**
- Cicloturisme Amateur
- **Descriptors:**
- Procedents de Catalunya
- Entre 25 i 40 anys
- Amb família
- Transport cotxe
- Excursionistes

* Competidors:

Després d'analitzar els competidors en turisme esportiu de natura, s'ha avaluat que els principals són Collserola, Barcelona i el Montseny ja que són els que igualment posen en valor aquesta motivació de turisme degut a les seves infraestructures, orografia i oferta on s'adapta a les necessitats del mercat.

• Collserola	• Barcelona	• Montseny
• Parc natural de Collserola	• Ciutat gran	• Parc natural del Montseny
• Amplia oferta d'activitats	• Bona accessibilitat	• Entorn natural ben conservat
• Manca d'allotjament	• Platja	• Oferta complementaria cultural
• Oferta complementaria cultural	• Activitats esportives	• Hotels baixa categoria.
• Adequació pràctica esport	• Proximitat a la Muntanya	
• Bona accessibilitat	• Poc entorn natural a la ciutat.	

* Competidors – Destinació:

Després d'analitzar els nostres competidors es pot constatar, els punts a posar en valor respecte al la nostra competència són:

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| • Bona accessibilitat | • Bona accessibilitat. |
| • Senyalització | • Entorn natural ben conservat |
| • Municipi petit | • Oferta hotelera de qualitat |
| • Proximitat a Montserrat | |

- Enoturisme

*** Destinació : Sant Esteve de Sesrovires**

Per la destinació de Sant Esteve de Sesrovires s'han detectat una sèrie característiques que posen en valor la ciutat en relació al enoturisme com a segment escollit:

- Cellers coneguts internacionalment com Masia Bach.
- Vi de qualitat
- Gran quantitat de vinyes
- Hotels d'alta categoria.
- Agricultura tradicional
- Municipi petit amb encant
- Restaurants entre vinyes
- Bona accessibilitat.

*** Mercat:**

- **Motivació:**
- Enologia
- **Descriptors:**
- Parelles catalanes sense fills.
- Entre 25 y 55 anys.
- Reserva online.
- Estança mitja: Caps de Setmana
- Transport: Cotxe particular.

* Competidors:

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Sant Sadurní D'anoia• Vi de qualitat• Amplia oferta de cellers.• Bona accessibilitat• Ciutat gran• Activitats vitivinícoles• Allotjament escàs i de baixa qualitat• Vins de renom internacional. | <ul style="list-style-type: none">• Falset• Vi de qualitat• Carreteres secundaries d'accés al municipi.• Allotjament escàs i de baixa qualitat• Activitats enoturístiques.• Pocs cellers• Entorn natural ben conservat | <ul style="list-style-type: none">• Vilafranca del Penedès:• Marca: Capital del vi• Vi de qualitat• Bona accessibilitat• Varietat de cellers• Celler sense renom internacional• Ciutat gran |
|--|---|--|

* Competidors-destinació:

Després d'analitzar els nostres competidors es pot constatar, els punts a posar en valor respecte al la nostra competència són:

- Municipi petit amb encant
- Cellers amb renom internacional
- Hotels de qualitat
- Entorn de vinyes i agricultura tradicional
- Bona accessibilitat.

8. Conclusions

Una vegada acabat el projecte, després de fer una anàlisi exhaustiva de la situació tant turística com socioeconòmica del municipi de Sant Esteve de Sesrovires, amb posterior diagnosi, on s'ha concretat un anàlisi intern i extern amb les relacions corresponents, i on s'ha fet una segmentació amb els corresponents escenaris comercials, s'han extret unes conclusions relacionades amb la planificació estratègica del municipi.

Primerament s'ha vist que Sant Esteve de Sesrovires es un municipi que basa totalment la seva economia en el sector industrial i la agricultura, i per lo tant, el turisme actualment no és un sector econòmic primordial per aquest. Si més no, des del ajuntament s'han fet una sèrie d'accions amb la intenció d'incorporar aquest sector econòmic al seu producte interior brut, per lo tant, no es descarta totalment treballar per desenvolupar el turisme en el municipi com a motor econòmic i dinamitzador de la zona. En aquest sentit, actualment s'aposta per un turisme de natura i cultural, on s'aposta principalment per les seves muntanyes i espais naturals, ben conservats, que creen una xarxa interconnectada amb els municipis veïns, i que a més a més, estan adaptats a les necessitats del visitant, així doncs, es potencia la naturalesa de la zona com a fet diferenciador d'altres municipis competidors.

És també un actiu notable en el territori la enologia, i tot el que aquesta comporta, la verema, els cellers, les grans hectàrees de vinya, etc, No obstant, no és un tipus de turisme que es consideri primordial per al municipi, treballant en molt menor mesura sobre aquest que sobre el turisme de natura.

Degut a aquesta poca especialització i potenciació del sector turístic, però a la vegada, no descartant-lo, es per el que s'ha volgut donar propostes al final del projecte, i així, tenir una línia d'actuació per a la dinamització del sector econòmic del municipi a través del turisme.

En quant a la gestió del turisme a Sant Esteve de Sesrovires, després de les visites al municipi, i a les entrevistes als diferents actors que hi participen, s'ha detectat un desig per part del sector privat en desenvolupar més el sector terciari, ja no només per els ingressos que comportaria, si no per l'orgull i el sentiment de pertinença que això generaria en els seus habitants.

Tant el sector privat com el sector públic coincideixen en la conformitat de l'ens de gestió d'aquest moment, i que les relacions entre ambdós són bones i fructuoses, tot i que es troben aspectes a millorar.

La visió de futur i les necessitats actuals són dels dos agents les mateixes, cosa que afavoreix aquesta bona relació, i que la promoció i el servei de la destinació siguin lo més profitosos possibles.

Els principals actius posats en valor per part de la destinació, com ja s'ha comentat, són la natura i la cultura, ja que es tracta d'una destinació d'interior, i tot i que els seus actius es troben en bones condicions i podrien ser focus d'atracció de turistes, aquests no estan prou explotats, no es troben en condicions de rebre turistes, tant per els seus horaris d'obertura, aquells que es tracten de monument i/o empreses privades

susceptibles a rebre turistes, i per part dels recursos de lliure accés, no es troben suficientment promocionats, podent aconseguir certificacions de destinació que afavoririen l'atracció del segment desitjat, així com una major promoció de la zona i una imatge de destinació de qualitat.

Es detecta en l'anàlisi turístic del municipi, que es promocionen de forma indistinta tots els actius del territori de la mateixa forma, independentment de l'aposta interna per el turisme de natura i cultural, sense fer especial atenció en aquells que el diferencien, o aquells que el podrien especialitzar, posant-los al mateix nivell d'aquells actius, principalment els patrimonials, que tot i que és escàs i en molts casos de dubtós interès, es tracta com a un possible actiu d'atracció de turistes i no com un complement als actius diferenciadors, fet que fa no transmetre al visitant que Sant Esteve de Sesrovires és una destinació amb una certa especialització i amb actius diferencials als altres municipis.

En aquest sentit, s'ha pogut concloure que és molt difícil actualment, i amb la gestió portada, potencialitzar el turisme en el municipi, tot i que amb una sèrie d'accions proposades en aquest treball, es podria veure el municipi com una destinació incipient i diferenciadora, que aposta per un turisme de qualitat i especialitzat, potencialitzant la natura i l'entorn, respectant-lo i donant una visió de destinació sostenible.

Així doncs, seria interessant, i tal i com s'ha especificat anteriorment, potencialitzant el municipi com una destinació enològica, fent especial menció en l'entorn natural i tradicional, i la qualitat dels seus vins, albergant inclús empreses de renom internacional. En la mateixa línia, seria interessant fer esforços per aconseguir el certificat de destinació de turisme esportiu, per una major promoció del municipi i atracció del segment desitjat.

Al inici d'aquest treball es proposava el possible desenvolupament turístic del municipi, fet que s'ha buscat durant tot el treball, i per lo qual, després dels anàlisis DAFO i les relacions d'aquest, es va establir el propòsit de potencialitzar el sector turístic en el municipi, amb una sèrie d'objectius i estratègies per aconseguir-ho. Per fer-ho, s'ha volgut apostar per aquest dos tipus de turisme, el enoturisme i el turisme esportiu de natura, ja que es considera que els actius actuals del territori són adonis per la practica d'aquests dos tipus de turisme, a més a més de ser dos corrents turístiques que actualment estan en creixement.

Finalment, com a punt molt important, es vol destacar que per arribar a aconseguir una potencialització del turisme en el municipi, és important que l'ajuntament aposti per aquest sector, incorporant a la seva gestió la participació privada, ja que només mitjançant aquesta relació de governança el municipi podrà assolir un èxit en el sector turístic i una especialització i reconeixement, en una primera estança, nacional.

Si més no, per una bona governança, seria molt important sensibilitzar a la societat de la importància del turisme a la destinació, per a tenir una major involucració del poble, ja que la activitat té un caràcter transversal, i no només es afectada per les activitats plenament turístiques, si no que també la activitat social de Sant Esteve de Sesrovires afecta a la qualitat i l'èxit final de la destinació.

9. Bibliografia

- Idescat.cat
- Sesrovires.cat
- Turismesantsadurni.com
- Gelida.cat
- Googlehearth
- Documents facilitats per el ajuntament de Sant Esteve de Sesrovires
- 20.gencat.cat
- Scb.es
- Toprural.com
- Ine.es
- turisme.elbaixllobregat.cat

10. Annexos

- Fitxes dels recuros

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Caves Roger Goulart	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Cultural	
Localització: Carrer Major	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Celler de producció de vins i caves	
Accessibilitat:	A peu i amb cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	

Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO Oferta de restauració: SI Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar: Només una visita al any.
Grau d'utilització:	Situat al centre del municipi, al costat del ajuntament, amb unes bones i atractives instal·lacions, però només es fa una visita al any quan la empresa ho decideix ja que és una empresa privada.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Empresa privada de producció de vins i Caves
Conflictes d'ús: Empresa privada no orientada al turisme

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Masia Bach	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Cultural	
Localització: Carretera de Martorell a Capellades, km. 20,5	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Masia del segle XX, dedicada a la elaboració de vins i caves, amb magestuoses sales utilitzades per a actes privats.	
Accessibilitat:	Amb cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condiconat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	

Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO Oferta de restauració: NO Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar: No visitable actualment
Grau d'utilització:	Fabricació de vins i caves Bach, i lloguer de les sales per a actes privats.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Empresa privada de producció de vins i Caves.
Conflictes d'ús: Ja no és visitable.

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Ca n'Estella	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Cultural	
Localització: Polígon Industrial Ca n'Estella	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Masia catalana, amb finques i celler propi.	
Accessibilitat:	En cotxe i a peu	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: NO Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar:
Grau d'utilització:	Fabricació de vins i caves. Producció petita.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Empresa privada de producció de vins i Caves.
Conflictes d'ús: Ja no és visitable.

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Parc Canals i Nubiola	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Natural	
Localització: Camí del motor s/n	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Espai natural que consta de zona de picnic, barbacoes i circuit esportiu. Punt d'inici i final de la ruta verda.	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: SI Oferta complementaria: SI
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar:
Grau d'utilització:	Espai de lleure per gaudir de la natura i l'esport.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Espai de lleure.
Conflictes d'ús: --

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Ruta Verda	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Natural	
Localització: Parc Canals Nubiola	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	La Ruta Verda és un cinturó verd amb un recorregut de 5'7 km, amb origen i final al Parc Canals i Nubiola.	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: SI Oferta complementaria: SI
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar:
Grau d'utilització:	Entorn per gaudir de la natura i l'esport.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Espai per gaudir de la natura i l'esport
Conflictes d'ús: --

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Fabrica Chupa Chups	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs industrial	
Localització: Polígon Industrial Sector Serra, Carrer De les Masies nº16	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Fabrica de caramels	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe.	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: NO Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar: Només quan són portes obertes.
Grau d'utilització:	Fabricació de vins i caves Bach, i lloguer de les sales per a actes privats.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Empresa privada de producció de vins i Caves.
Conflictes d'ús: Ja no és visitable.

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Fabrica Seat	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Industrial	
Localització: Autovía A-2, Km 585 - 08760 Martorell	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Fabrica espanyola de cotxes més important del país.	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: NO Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar: Només visitable certs cops al any.
Grau d'utilització:	Fabricació de cotxes.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Empresa privada de producció de cotxes
Conflictes d'ús: No pot ser completament visitable, i només en certs dies al any.

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Casino	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Cultural	
Localització: C/ de Sant Joan, 15	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Antic casino i teatre del poble amb una estructura exterior especial.	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: SI Oferta complementaria: SI
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar:
Grau d'utilització:	Espai de restauració i teatre.

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Restaurant i sala d'actes.
Conflictes d'ús: --

FITXA DEL RECURS

IDENTIFICACIÓ DEL RECURS

Nom del recurs Esglesia	Municipi: Sant Esteve Sesrovires
Tipus: Recurs Cultural	
Localització: Plaça del Dr. Tarrés	
Font: Web del municipi	

CARACTERÍSTIQUES DEL RECURS

Descripció:	Esglesia del municipi	
Accessibilitat:	A peu i en cotxe	
Qualitat de l'accés: Excel·lent Bo Regular Dolent Molt dolent	Regulació de l'accés: Lliure Condicionat Restringit	Regulació de la visita del recurs: Visita lliure gratuïta Visita lliure amb pagament Visita concertada gratuïta Visita concertada amb pagament No visitable
Infraestructura turística	-Senyalització direccional: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Senyalització informativa: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent -Servei d'informació: Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Adequació turística:	Excel·lent Bona Regular Dolenta Inexistent	
Equipaments i serveis:	Oferta d'allotjament: NO	

	Oferta de restauració: NO Oferta complementaria: NO
Aprofitament turístic:	Està sent aprofitat Parcialment Aprofitat No aprofitat
Tipus d'aprofitament:	Permanent Estacional Especificar:
Grau d'utilització:	Utilització cultural / religiosa

VALORACIÓ DEL RECURS

Importància actual: Complementa altres recursos Pot motivar com a mínim corrents turístics locals Pot motivar com a mínim corrents turístics regionals Recurs o atractiu com a mínim a nivell nacional Recurs o atractiu a nivell internacional
Utilització actual: Esglesia per al culte dels ciutadants del municipi.
Conflictes d'ús: Espai per al culte religiós.

- Entrevistes

Entrevista regidoria turisme Sant Esteve Sesrovires

1. Quin tipus d'organització gestiona el turisme al municipi? Quina és la seva estructura?
2. Quines funcions realitza la regidoria per la estimulació del turisme al municipi? Hi han limitacions? Quines accions concretes realitzen?
3. Quin tipus de turisme hi ha a Sant Esteve? Com ha evolucionat en els últims anys?
4. Quins creu que són els punts Forts i els punts dèbils de Sant Esteve com a municipi turístic ?
5. Interessaria a la ciutat augmentar el turisme ? Estaria preparada per això ? Perquè ?
6. Dins de quina marca turística queda inclòs Sant Esteve? Es veuen representats per aquesta?
7. En quant a la governança com a gestió turística del municipi, quina representativitat té el sector privat? Seria interessant per a la regidoria que aquesta representativitat augmentés?
8. I la ciutadania com respon a les accions realitzades per la potencialització del turisme?

Entrevista Comerç Sant Esteve Sesrovires

1. Com veuen el turisme al municipi? I la gestió d'aquest? Creuen que es fan suficients esforços per captar més turisme?
2. Els hi interessaria que els turistes augmentessin al municipi?
3. Reben turistes al comerç? De quin tipus?
4. Quin creu que són els punts forts i els punts febles de Sant Esteve?
5. En quant a la governança com a gestió turística del municipi, quina representativitat té el sector privat? Els resultaria interessant augmentar la seva participació en la gestió turística?
6. I la ciutadania com repón a les accions realitzades per la potencialització del turisme?

- Cerca destinacions turístiques Catalunya

Municipi	Comunitat	Població	Superfície km2	Gestió turística
Agramunt	Terres de Lleida	5633	79,65	regidoria
Alcanar	Terres de l'Ebre	10658	47,1	patronat
Alcover	Costa Daurada	5142	46,28	patronat
Alella	Costa Barcelona	9610	9,59	patronat
L'ametlla de Mar	Terres de l'Ebre	7688	66,9	patronat
Anglès	Costa Brava	5719	16,28	regidoria
L'arboç	Costa Daurada	5486	1409	regidoria
Arbúcies	Costa Brava	6741	86,24	patronat
Arenys de Munt	Costa Barcelona	8530	21,29	regidoria
Artés	Catalunya Central	5566	17,9	regidoria
Begues	Costa Barcelona	6520	50,45	.
Bigues i Riells	Catalunya Central	8781	28,6	regidoria
Borges Blanques	Terres de Lleida	6103	61,59	regidoria
Caldes de Malavella	Costa Brava	7032	57,35	patronat
Capellades	Catalunya Central	5439	2,95	regidoria
Cardona	Catalunya Central	5064	66,7	patronat
Castell-Platja d'Aro	Costa Brava	10527	21,74	Patronat
Centelles	Catalunya Central	7346	15,13	regidoria
Cervelló	Costa Barcelona	8721	24,11	regidoria
Cervera	Terres de Lleida	9212	55,2	regidoria
Constantí	Costa Daurada	6748	30,94	regidoria
L'escala	Costa Brava	10513	16,41	patronat
Gelida	Costa Barcelona	7123	26,71	regidoria
Guissona	Terres de Lleida	6796	18,1	regidoria
Llagostera	Costa Brava	8200	76,36	regidoria
Llançà	Costa Brava	5018	27,98	patronat
Maçanet de la Selva	Costa Brava	7202	45,6	regidoria

Matadepera	Catalunya Central	8669	24,83	regidoria
Moià	Catalunya Central	5766	75,29	Regidoria
Montblanc	Costa Daurada	7409	91,11	Patronat
Montmeló	Catalunya Central	8860	4	Regidoria
Móra d'Ebre	Terres de l'Ebre	5608	45,1	Patronat
Palafolls	Costa Barcelona	9081	18,47	Regidoria
Ripoll	Pirineus	10798	73,3	Regidoria
Riudoms	Costa Daurada	6472	32,42	Regidoria
Roda de Berà	Costa Daurada	6394	16,5	Patronat
Roda de Ter	Catalunya Central	6133	2,2	Regidoria
Sallent	Catalunya Central	6809	65,26	Regidoria
Sant Andreu de Llavaneres	Costa Barcelona	10558	11,84	Regidoria
Sant Esteve Sesrovires	Costa Barcelona	7546	18,57	Regidoria
Sant Fruitós de Bages	Catalunya Central	8283	22,2	Regidoria
Sant Hilari Sacalm	Costa Brava Costa	5724	83,24	Regidoria
Sant Pol de Mar	Barcelona Costa	5066	7,51	Regidoria
Santa Coloma de Cervelló	Barcelona	8060	7,51	Regidoria
Santa Cristina d'Aro	Costa Brava	5128	67,58	Regidoria
Santa Margarida de Montbui	Catalunya Central	9690	27,58	Regidoria
Santa Margarida i els Monjos	Costa Barcelona	7288	17,39	Regidoria
Santpedor	Catalunya Central	7346	16,6	Regidoria
La Selva del Camp	Costa Daurada	5614	35,3	Regidoria
Solsona	Pirineus	9188	17,66	Regidoria
Súria	Catalunya Central	6121	23,61	Regidoria
Taradell	Catalunya Central	6231	26,5	Regidoria
Tiana	Costa Barcelona	8221	7,96	Regidoria
Tona	Catalunya Central	8085	16,47	Regidoria
Torrelles de Llobregat	Costa Barcelona	5776	13,55	Regidoria
Tossa de Mar	Costa Brava	5910	38,54	Patronat
Tremp	Pirineus	6288	20,76	Regidoria
Ulldecona	Terres de l'Ebre	7240	126,88	Patronat

Vielha e Mijaran	Val d'Aran Costa	5508	211,74	Regidoria
Vilassar de Dalt	Barcelona	8879	8,87	Regidoria