

Pla de dinamització del comerç i el producte local a Felanitx

Treball realitzat per:



Ajuntament de Felanitx



Amb la col·laboració de:



Índex

01	Introducció Consideracions inicials Procés metodològic	Pàg. 3
02	Estudi d'hàbits de compra Metodologia emprada en el treball de camp Enquesta d'hàbits de consum Conclusions i principals idees clau	Pàg. 6
03	La mirada del sector Entrevistes a productors i comerços	Pàg. 37
04	Anàlisi DAFO	Pàg. 40
05	Marc estratègic Objectius generals Proposta de valor	Pàg. 45
06	Pla d'acció Eixos d'actuació Accions a desenvolupar Cronograma	Pàg. 55
07	Evidències Seguiment i cronologia de les entrevistes realitzades	Pàg. 70

The background image shows a street scene in a town. On the left, there's a building with a green pharmacy sign that says 'FARMAOPTICS' and features a white cross on a green background. The street is paved with cobblestones and has several cars parked along the side. There are trees and other buildings in the background under a cloudy sky.

01

Introducció

En aquest apartat:

Consideracions inicials

Procés metodològic

01. Introducció

01.01. Consideracions inicials

Felanitx és un municipi mallorquí ubicat a la comarca de Migjorn. Compta actualment amb 18850 habitants, distribuïts entre 11 nuclis de població.

La majoria dels comerços del municipi es troben ubicats al nucli de Felanitx, encara que n'hi ha molts d'altres a Portocolom, i en menor mesura, a Cas Concos des Cavaller i s'Horta.

Amb tot això, el municipi compta amb un gruix de productors locals, que elaboren productes com embotits, gelateria, vi o hortalisses, entre molts d'altres.



El present treball busca fer una revisió de l'estat actual de l'activitat comercial i el producte local de Felanitx. En aquest sentit, ambdós sectors són peces clau de la vertebració social i identitària d'un municipi, al mateix temps que són essencials per la seva diferenciació, competitivitat i dinamisme. Els canvis que el sector comercial i productiu ha viscut en les darreres dècades, a partir de la incorporació de noves tecnologies en els models de negoci i de grans competidors (ja sigui la venda en línia o les grans superfícies), fan necessari un replantejament de les estratègies comercials a emprendre.

Més enllà del propi estat dels sectors, és clau també poder conèixer els hàbits de compra de la ciutadania, per tal de promoure un comerç i una producció enfocada a les seves necessitats, al mateix temps que es busca preservar la història i tradició a través del producte ofert.

Tenint tot això en compte, el present projecte pretén contribuir a la definició d'un **Pla de dinamització del comerç i el producte local a Felanitx**, un instrument on es defineixen un conjunt de línies estratègiques i accions que contribueixin a la millora de la competitivitat del teixit comercial actual i dels productes elaborats al municipi, buscant així posicionar i fer conèixer Felanitx com un territori actiu comercialment i amb un producte local atractiu i arrelat al territori.

01. Introducció

01.02. Procés metodològic

L'anàlisi i desenvolupament del pla de dinamització del comerç i el producte local a Felanitx ha seguit una metodologia orientada a obtenir una visió completa de tots els aspectes implicats i que els condicionen. L'objectiu ha estat identificar els factors que actualment en condicionen el funcionament, així com les dinàmiques que intervenen en el seu funcionament i interacció. Amb un enfocament pràctic, el procés ha donat lloc a un conjunt d'estratègies i accions concretes destinades a enfortir i potenciar-los en el seu territori.

Aquest pla s'ha construït des d'una perspectiva multidisciplinària, utilitzant diverses tècniques que han permès recollir els punts de vista de la població, els comerços, els productors i l'administració local. Aquest anàlisi ha facilitat la detecció de punts de millora i ha servit de base per a la definició d'un pla d'acció adaptat a la realitat de Felanitx.

A continuació, es presenta de forma visual el procés metodològic emprat:

Reconeixement del territori

Reconeixement del teixit comercial i productiu de Felanitx, juntament amb identificar aquells productes fets al municipi i amb arrelament al territori.

– març de 2025 –

Entrevistes a productors i comerços de Felanitx

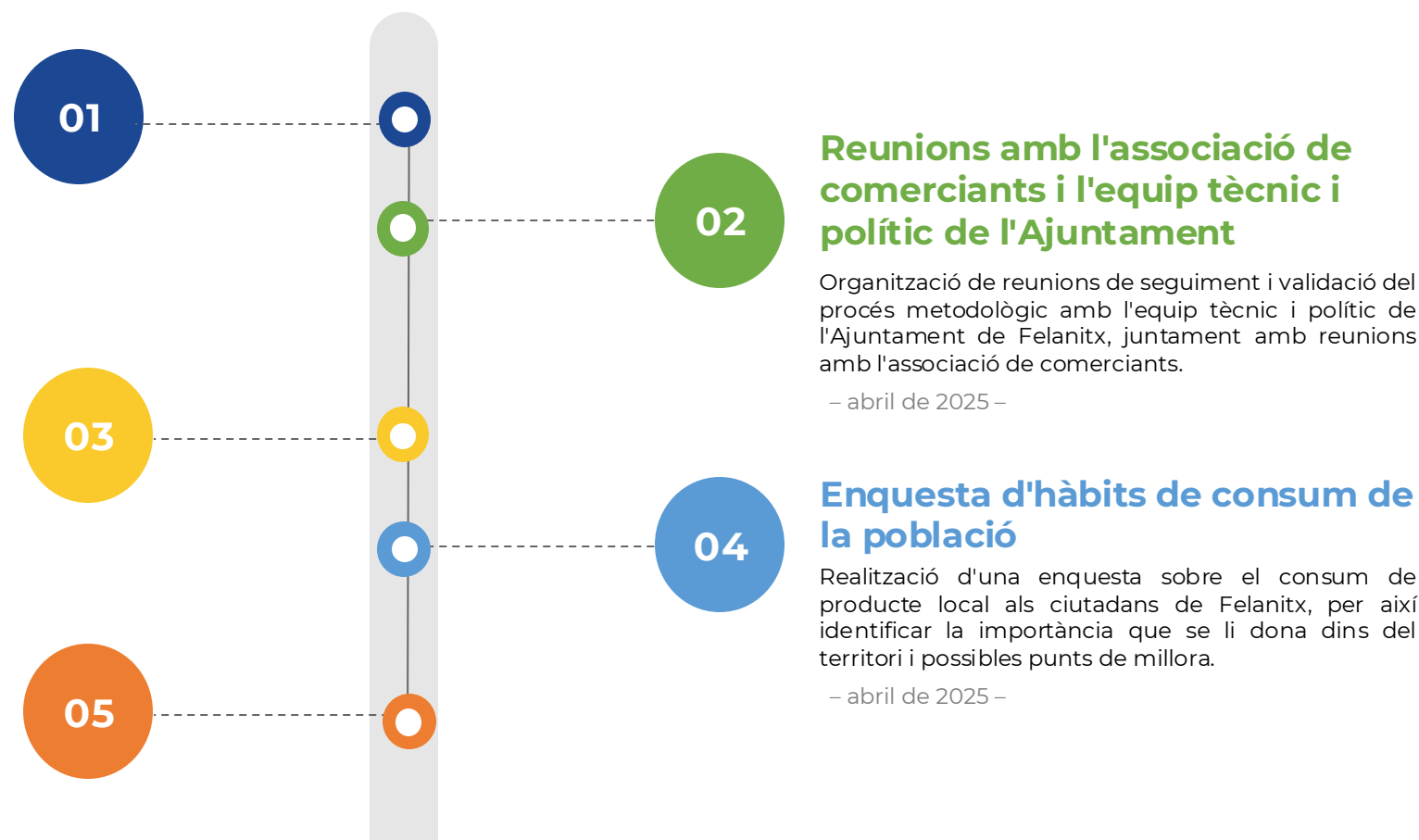
Realització d'entrevistes a productors i comerços de Felanitx per fer una valoració de la seva situació actual i poder tenir una visió més propera i real per plantejar possibles accions.

– abril de 2025 –

Pla d'acció

Redacció del pla d'acció, tot establint les mesures a desenvolupar així com una previsió de cronograma.

– maig i juny de 2025 –



The background image shows a street scene in a town. On the left, there's a building with a green pharmacy sign that says 'FARMAOPTICS' and features a white cross. The street is paved with cobblestones and has several cars parked along the side. In the distance, there are more buildings and trees under a cloudy sky.

01

Estudi d'hàbits de compra

En aquest apartat:

Metodologia emprada en el treball de camp

Enquesta d'hàbits de consum

Conclusions i principals idees clau

01. Estudi d'hàbits de compra

01.01. Metodologia emprada en el treball de camp

Per tal de poder fer una identificació i anàlisi acurada de la situació del comerç a Felanitx i conèixer la situació del seu producte local, s'ha optat per fer un treball de camp a partir de la realització d'enquestes. Entre les diferents preguntes, s'ha volgut conèixer quins productes de la zona adquireixen, quin és el seu format de compra habitual, quins són els motius que els porten (o no) a adquirir productes locals i el seu coneixement envers la procedència dels productes que consumeixen, entre d'altres.

Per a la definició de la mostra de l'enquesta, s'ha optat per realitzar enquestes de forma telefònica als habitants de Felanitx al llarg d'una setmana. Seguint aquest mètode, s'han pogut efectuar 75 enquestes.

Pel que fa a la mostra aconseguida, i a partir dels resultats de la mateixa, tot seguit es realitza una anàlisi sobre els hàbits de compra de producte local dels residents del municipi.

Totes les respostes ens han permès arribar a conclusions i analitzar la situació actual del comerç a Felanitx i de quina manera es valora el producte local al municipi.

Fitxa tècnica de l'enquesta

Població	Població resident a la ciutat de Felanitx de 18 i més anys que siguin compradors.
Mètode d'investigació	Enquestes assistides per ordinador (CATI).
Mostra	Nombre d'enquestes: 75. Dies de realització: del dijous 3 al dimecres 09 d'abril de 2025. Horari: Tot el dia.
Distribució de la mostra	La mostra s'ha distribuït segons quotes creuades de gènere i grup d'edat.

01.02

Perfil de l'enquestat

01. Estudi d'hàbits de compra

01.02. Perfil de l'enquestat

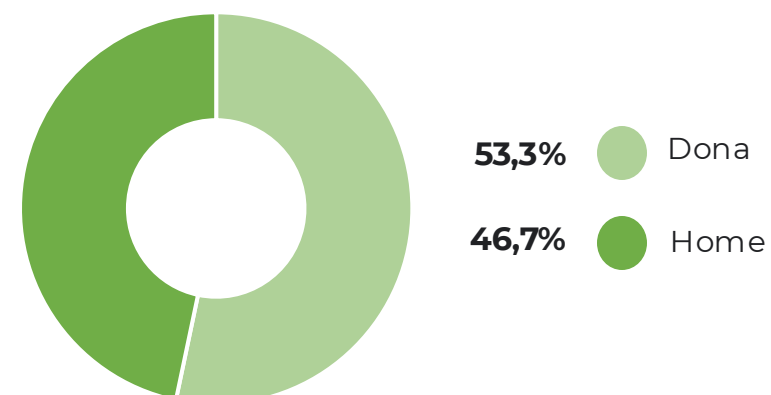
Perfil del comprador

Per tal d'analitzar els hàbits de consum de la població de Felanitx, es va dur a terme una enquesta en què es va recollir informació demogràfica bàsica dels participants, com ara el sexe i l'edat. Aquestes dades resulten essencials per interpretar amb més precisió les tendències de compra segons els diferents perfils de consumidors.

Les gràfiques següents mostren que la major part de les persones enquestades són dones, amb un 53,3% del total, mentre que els homes representen el 46,7%.

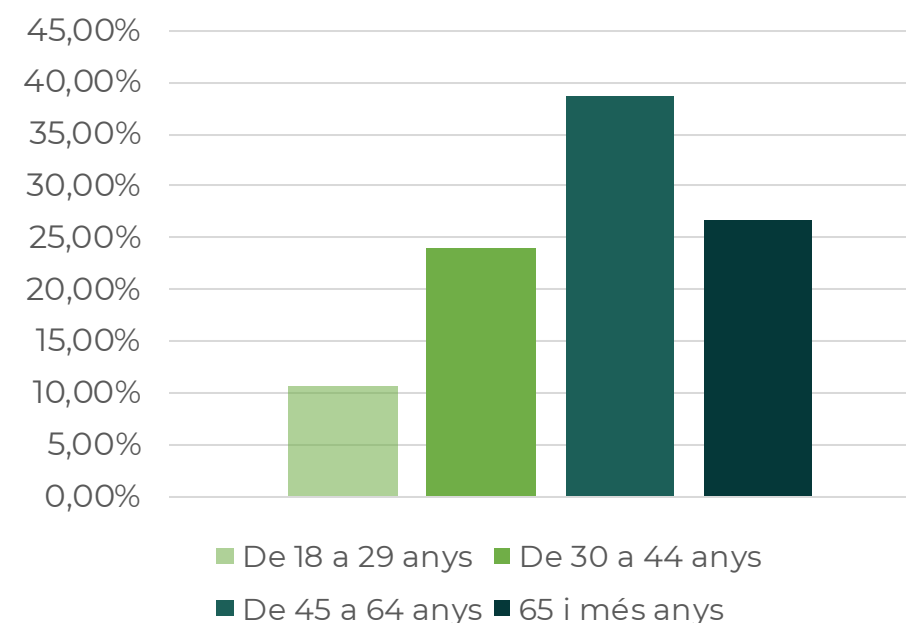
Pel que fa a l'edat, el grup més nombrós és el de les persones d'entre 45 i 64 anys, que constitueixen el 38,7% de la mostra. A continuació, es troben dues franges amb proporcions similars: les persones de 65 anys o més (27%) i les d'entre 30 i 44 anys (24%). El col·lectiu menys representat és el de joves d'entre 18 i 29 anys, que només suposen el 10,7% dels enquestats.

Gràfic 1. Sexe de l'enquestat



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 2. Edat de l'enquestat



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.02. Perfil de l'enquestat

Situació laboral del comprador

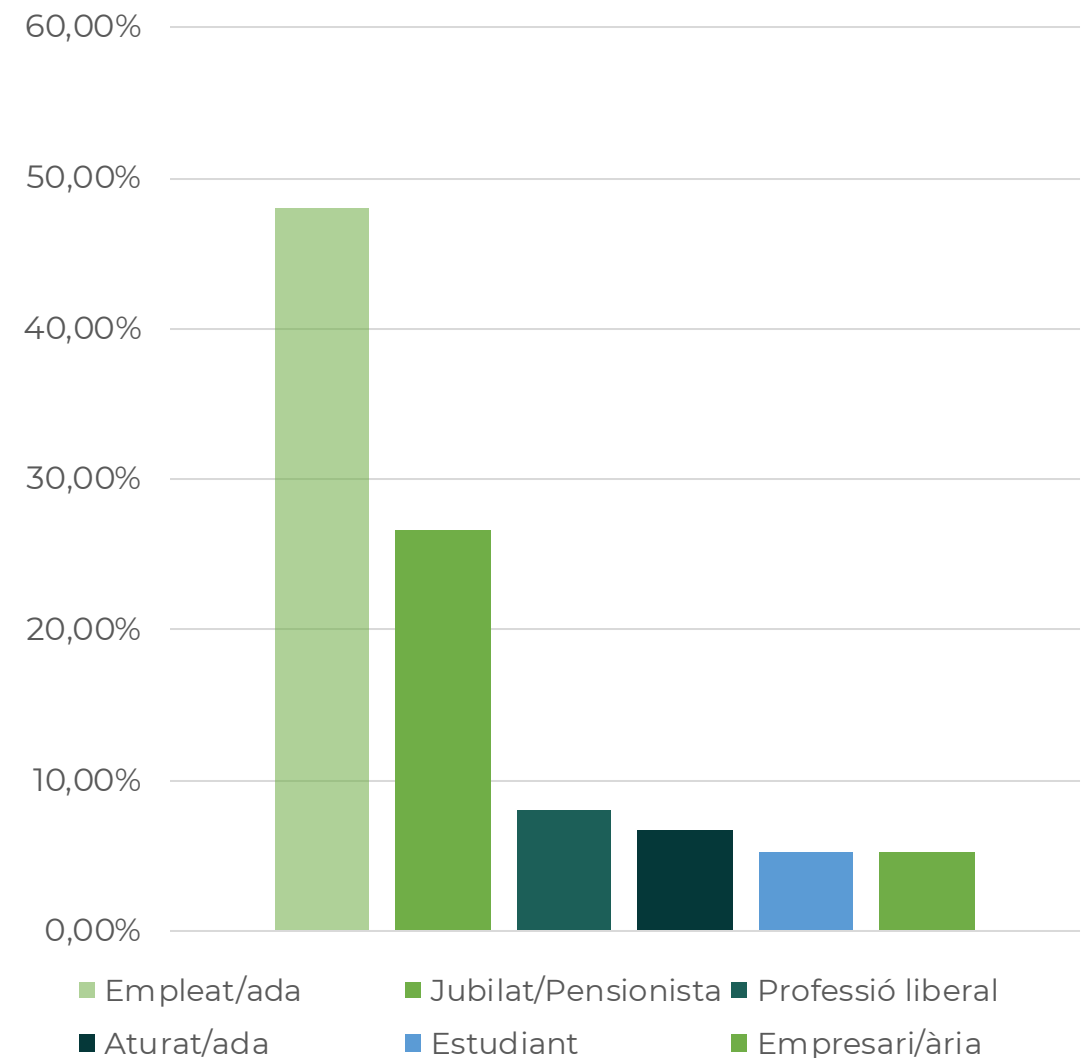
Pel que fa a la situació laboral dels participants en l'enquesta sobre hàbits de consum al municipi d'estudi, s'observa que gairebé la meitat dels enquestats són persones empleades, representant el 48% del total. Això indica que el perfil predominant és el d'una persona activa laboralment.

El segon grup més nombrós és el de jubilats o pensionistes, que suposen el 26,7% dels enquestats. Aquest percentatge és rellevant, ja que mostra la presència destacada de persones retirades entre els consumidors de Felanitx.

Altres situacions laborals tenen una representació força més baixa. Els empresaris i els estudiants representen un 5,3%, mentre que les persones amb una professió liberal registren un percentatge del 8%. Finalment, les persones aturades representen un 6,7%.

Aquestes dades permeten tenir una visió general del perfil sociolaboral dels consumidors enquestats, un element clau per comprendre millor els seus hàbits i preferències de compra.

Gràfic 3. Situació laboral de l'enquestat



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01.03

Hàbits de compra per sectors

01. Estudi d'hàbits de compra

01.03. Hàbits de compra per sectors

A on compren els enquestats al municipi?

Conèixer els espais on la població fa la compra de diferents sectors és clau per entendre els hàbits de consum locals i per identificar oportunitats de reforç o millora en la distribució alimentària del municipi.

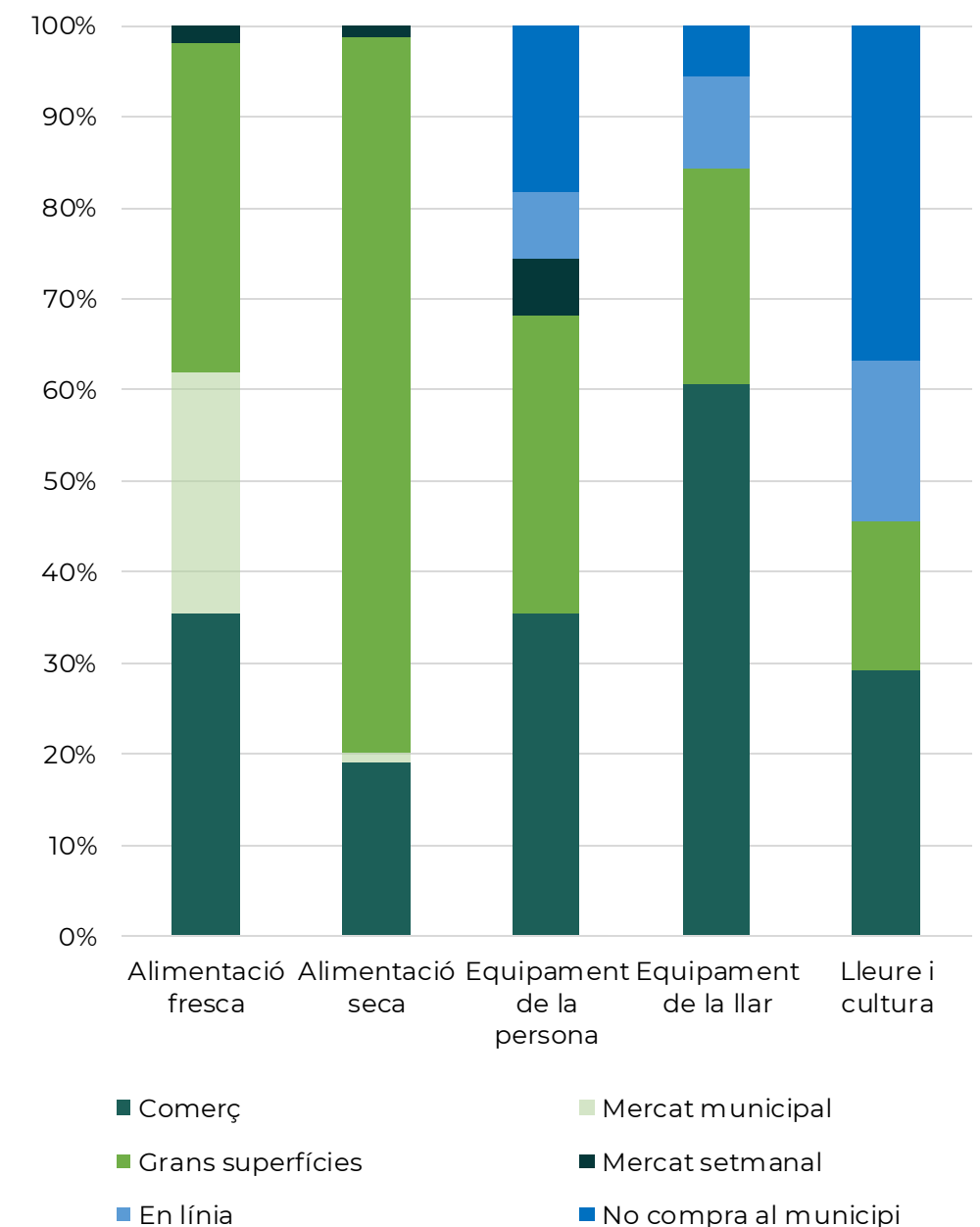
A partir de l'anàlisi de les dades recollides en l'enquesta, es poden extreure les següents conclusions segmentades per sector:

- **Alimentació fresca:**

Les dades obtingudes mostren que els **punts de compra majoritaris** són les **grans superfícies** (58,7%) i el **comerç local** (57,3%), pràcticament empatats com a canals preferents per adquirir productes frescos. Això indica una coexistència entre el consum en espais de gran abast i el suport al comerç de proximitat.

En tercera posició es troba el **mercat municipal**, amb un 42,7% d'usuaris, cosa que reflecteix una **rellevància notable** però menys accentuada. En canvi, el **mercat setmanal** només **és utilitzat com a punt de compra per una petita part de la població**, amb un percentatge que no arriba al 3%.

Gràfic 4. Consum de productes al municipi per part dels enquestats



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.03. Hàbits de compra per sectors

A on compren els enquestats al municipi?

- **Alimentació seca:**

En aquesta categoria, les dades mostren una clara preferència per les grans superfícies, que concentren un 88% de les compres. En segon lloc, el comerç local és escollit pel 21,3% dels enquestats. La resta de formats, com el mercat municipal i el mercat setmanal, tenen una presència pràcticament simbòlica, amb només un 1,3% d'usuaris cadascun.

- **Equipament de la persona:**

Aquest sector trenca amb la tendència observada fins ara, ja que el canal de compra predominant és el comerç local, amb un 38,7% de les respostes, seguit molt de prop per les grans superfícies (36%). La compra en línia (8%) i el mercat setmanal (6,7%) tenen un pes més reduït. És important destacar que un 20% de les persones enquestades afirmen **no comprar aquest tipus de productes al municipi**.

- **Equipament de la llar:**

En aquest cas, el comerç local és clarament el canal preferit, amb un 72% de les compres, seguit de les grans superfícies (28%) i la venda en línia (12%). A diferència de l'equipament de la persona, només un 7% dels participants indiquen que **no adquireixen productes d'aquesta categoria a Felanitx**.

- **Cultura i lleure:**

Finalment, en el sector de la cultura i el lleure, destaca el fet que un 38,7% dels enquestats **no fan cap compra relacionada amb aquest àmbit dins del municipi**. Tot i això, un 30,7% aposta pel comerç local per adquirir aquest tipus de productes. Les grans superfícies i la compra en línia tenen una representativitat més baixa, amb un 17% i un 18,7%, respectivament.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.03. Hàbits de compra per sectors

Amb quina freqüència realitzen la compra de cada sector al municipi?

La següent gràfica mostra la freqüència de compra dels anteriors sectors abans mostrats.

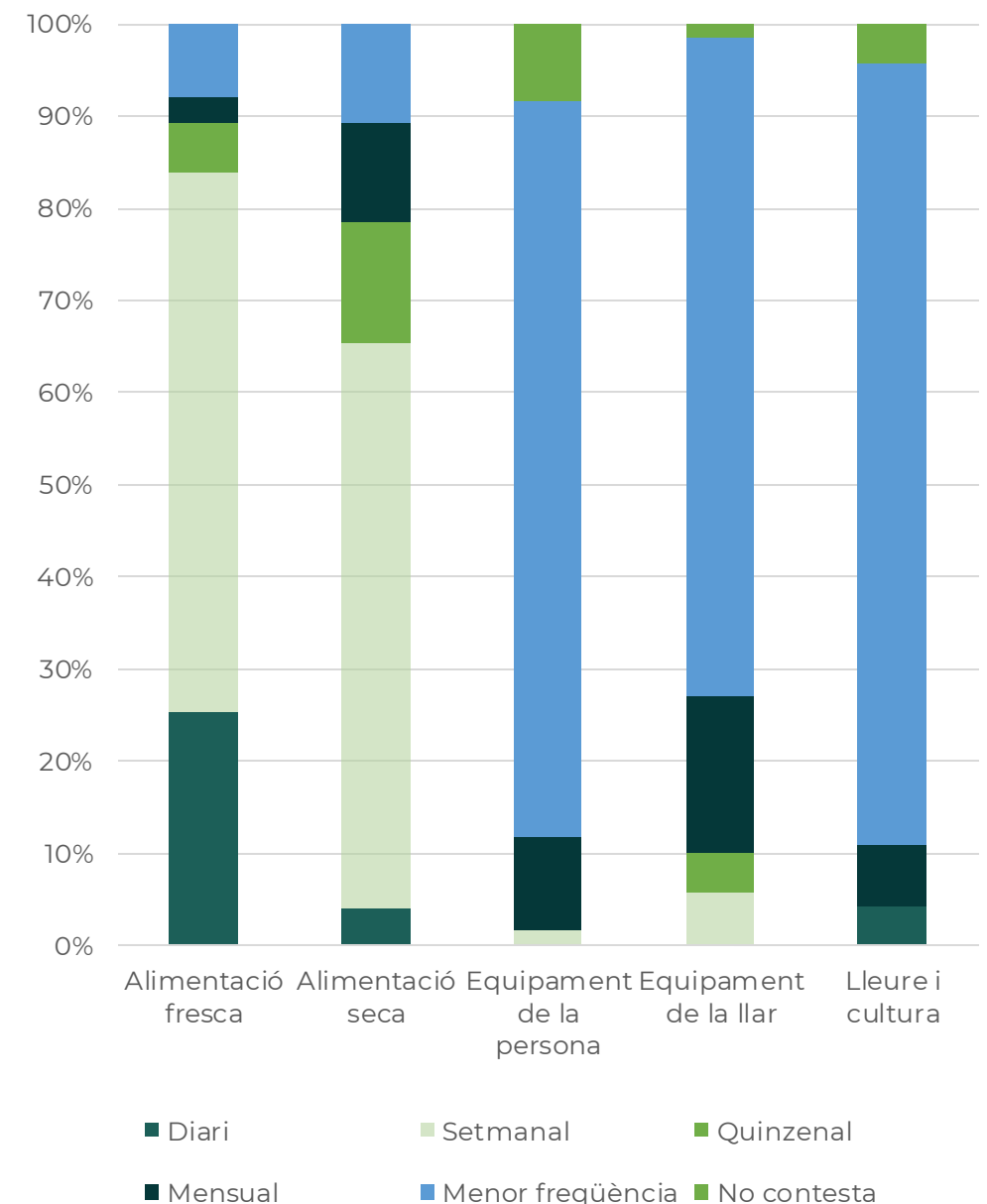
D'entrada, es pot observar que els sectors de **l'alimentació, tant seca com fresca**, són els que tenen una freqüència de compra més alta. En ambdós casos, la majoria de consumidors afirma que realitzen la seva compra setmanalment, un 61% en el cas de la seca i un 59% en la fresca. També hi ha una freqüència notable de compres mensuals, però en menor mesura, un 11% en la seca i un 3% en la fresca.

Pel que fa a **l'equipament de la persona**, la distribució de la compra és més variada. Hi ha un alt percentatge de les persones enquestades que afirmen fer la compra de productes del sector amb una freqüència molt baixa (80%). I un baix percentatge, 10%, afirma realitzar compres de manera mensual.

En el cas de **l'equipament de la llar**, la majoria d'enquestats només fan compres de productes del sector amb una freqüència molt baixa (71,4%). D'altra banda, un 17% afirma comprar mensualment i un 6% setmanalment.

Finalment, en el sector de **lleure i cultura** un 84,8% dels enquestats afirmen que realitzen les compres d'aquest sector amb poca freqüència. Tot i així, un 7% afirma comprar en aquest sector mensualment i un 4,3% de manera diària.

Gràfic 5. Freqüència de compra de cada sector en el municipi



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01.04

Hàbits de compra dels productes
locals de Felanitx

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Quins productes elaborats a Felanitx consumeixen?

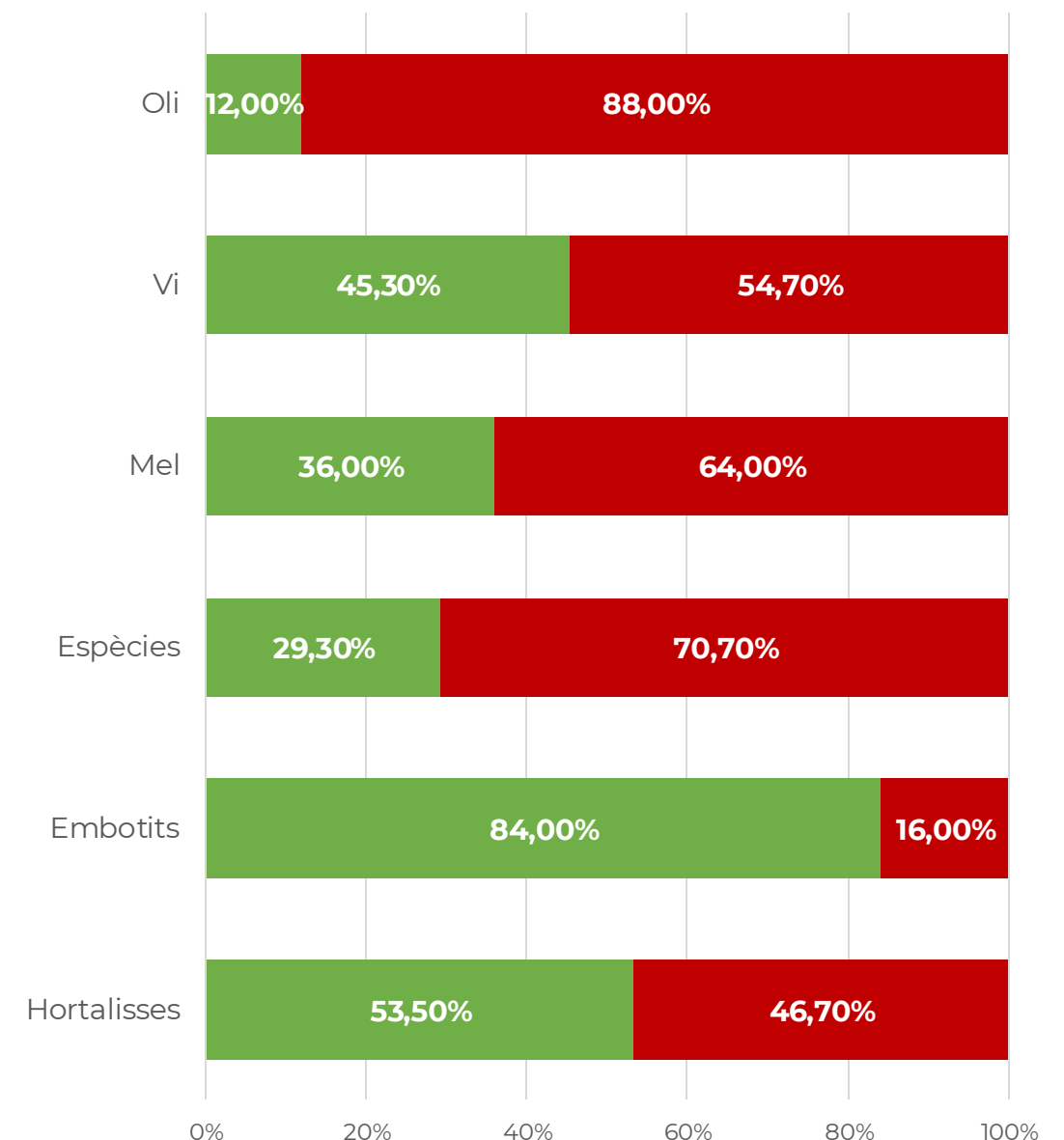
La següent gràfica, que **es mostra separada en les dues següents pàgines**, mostra els resultats de l'enquesta sobre el consum de productes elaborats al municipi.

Els productes locals més consumits per la població de Felanitx són els embotits amb un 84%, els forns locals (73,3%) i la pastisseria local (73,3%). Aquests resultats mostren una clara preferència pels productes alimentaris frescos o tradicionals quan són elaborats dins del municipi.

També cal destacar les hortalisses, que són comprades per un 53,5% de les persones enquestades, així com els gelats, amb un 62,7%, la qual cosa indica una acceptació moderada d'aquests productes de proximitat.

D'altra banda, amb uns percentatges més baixos de compra, trobem el vi (45,3%), la mel (36,0%) i les espècies (29,3%).

Gràfic 6. Consum de productes elaborats al municipi



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

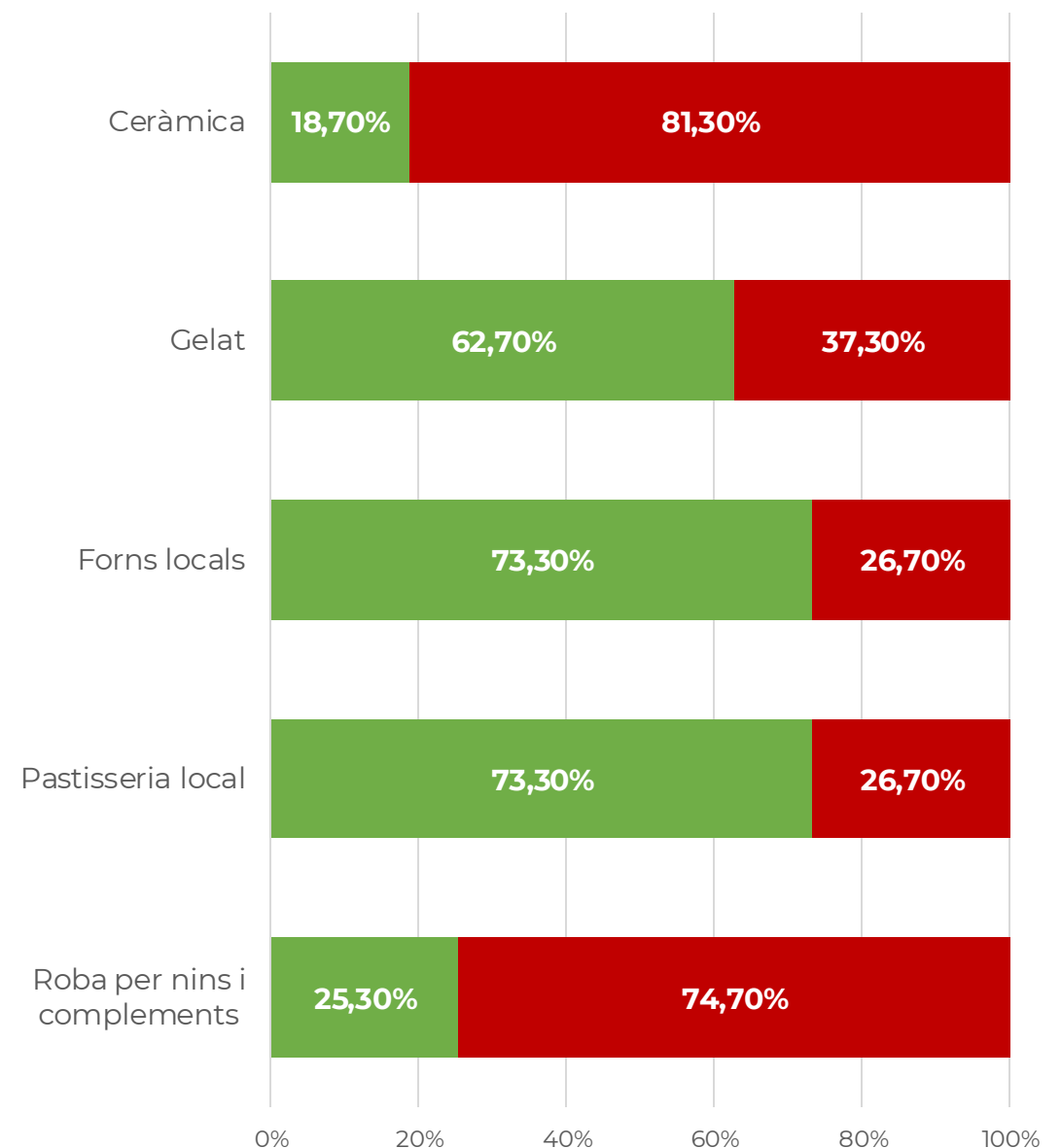
01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Quins productes elaborats a Felanitx consumeixen?

Finalment, hi ha productes amb una baix percentatge de compra local, com ara la roba per nins i complements (25,3%), la ceràmica (18,7%) i l'oli, que només és adquirit per un 12,0% de les persones participants. Aquestes dades podrien indicar una menor disponibilitat, una oferta menys coneguda, o bé que es prefereixen versions produïdes fora del municipi.

En resum, els resultats mostren una tendència clara a comprar productes frescos i de consum habitual quan són d'origen local, mentre que d'altres, com els de rebost o no alimentaris (roba per nins i complements, ceràmica i oli), tenen menys èxit entre els consumidors del municipi.

Gràfic 6. Consum de productes elaborats al municipi



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Oli

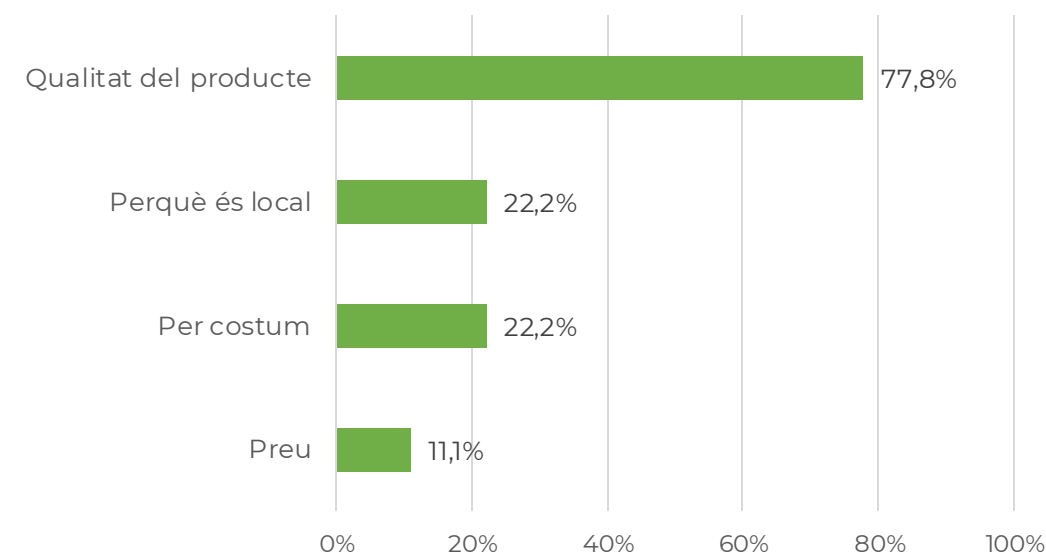
Un altre aspecte clau per entendre els hàbits de consum a Felanitx és conèixer els motius pels quals es consumeixen, o no, els productes locals anteriorment esmentats. Cal destacar que aquesta pregunta permetia múltiples respostes.

Pel que fa a l'oli elaborat a Felanitx, **la principal raó per adquirir-lo és la seva qualitat**, destacada pel 77,8% de les persones enquestades. Això indica que es tracta d'un producte que agrada i que compleix amb les expectatives del consumidor. En segon lloc, un 22,2% **el compra pel fet de ser un producte local** fet a Felanitx, i el mateix percentatge ho fa per **costum**. Aquesta darrera dada mostra la **importància de la tradició i la seva transmissió entre generacions com a factor de suport al producte local**. En canvi, el preu, amb un 11,1%, és una motivació menys freqüent per a la compra.

Les persones enquestades que **no consumeixen l'oli elaborat a Felanitx**, expressen com a motiu principal la manca de coneixement de la seva producció al municipi (45,5%). També destaquen el **preu del producte i el fet que elles mateixes, o algú proper com un veí o amic, elaboren el seu propi oli**. Ambdues opcions obtenen un 21,2% de respostes. A més, un 7,6% dels enquestats assenyalen que reben oli d'altres llocs, motiu pel qual no necessiten comprar-ne al municipi.

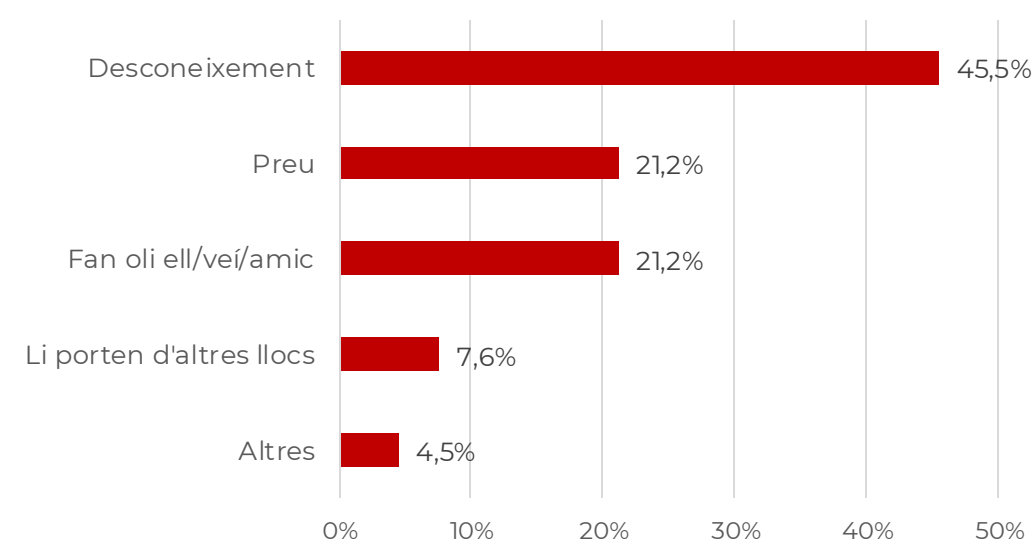
Finalment, un petit percentatge (4,5%) indica altres raons, entre les quals s'inclouen el desconeixement sobre on adquirir l'oli local o fins i tot la ignorància del fet que es produeixi oli a Felanitx.

Gràfic 7. Motiu de compra de l'oli



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 8. Motiu de no compra de l'oli



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

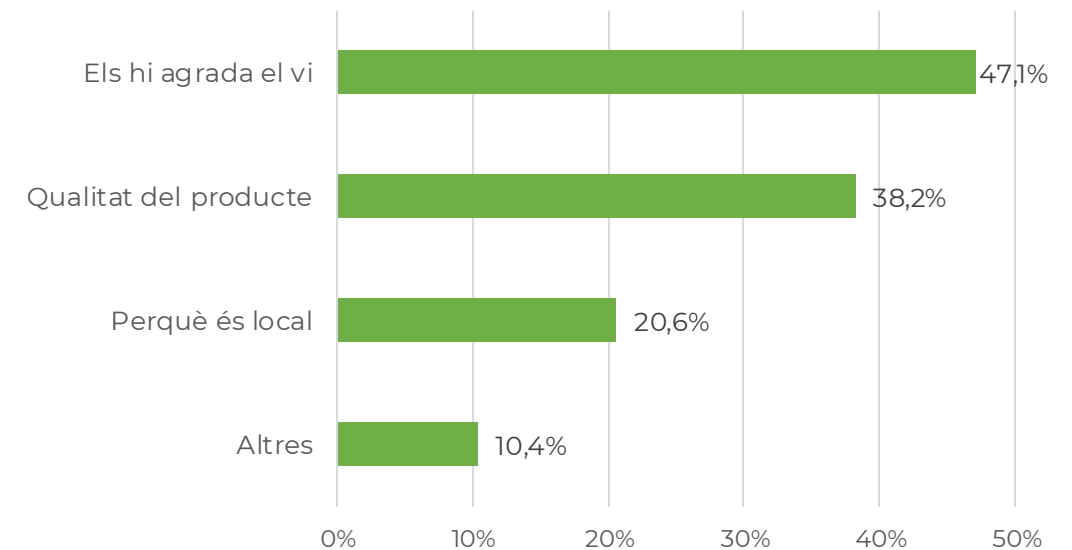
Vi

Pel que fa al vi, les persones enquestades que **afirmen comprar aquest producte** assenyalen com a **principal motiu el fet que els agrada** (47,1%), cosa que indica que són consumidors habituals. En segon lloc, un 38,2% destaca la **qualitat del vi elaborat a Felanitx** i un 20,6% el compra pel seu origen local. Pel que fa a les respostes agrupades dins l'opció "altres" (10,4%), s'hi esmenten motius com tenir algú proper amb un celler o considerar que el preu és raonable.

D'altra banda, entre **les persones que no compren vi**, la raó principal és que **no són consumidores d'aquest producte**, amb un 70,7% de respostes. El segon motiu més mencionat és el preu, considerat massa elevat, amb un 17,1%.

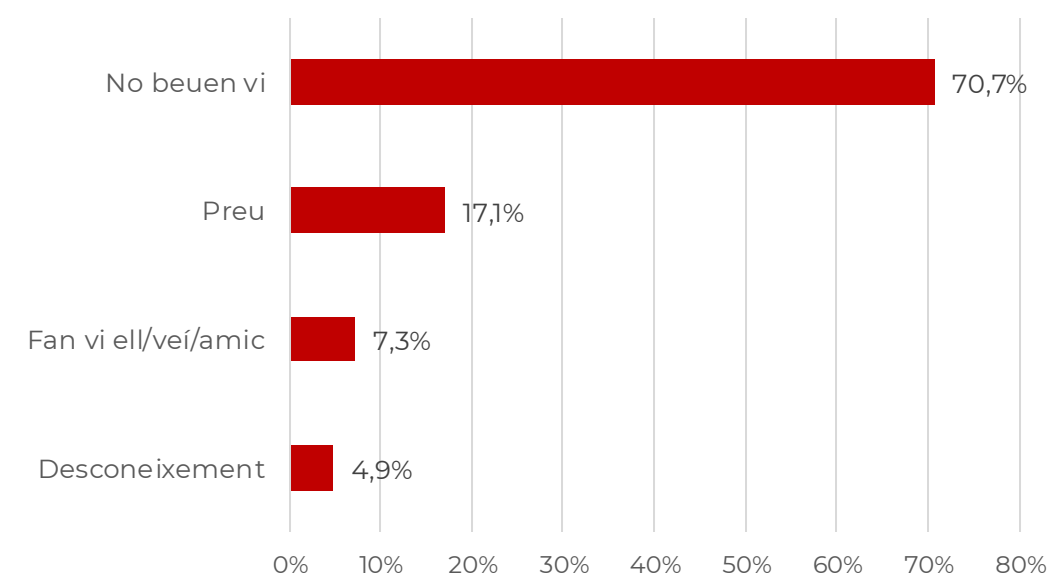
També s'han recollit altres motius menys freqüents, com ara elaborar el vi de manera casolana o rebre'l d'un veí o amic (7,3%), així com el desconeixement que es produeixi vi al municipi (4,9%).

Gràfic 9. Motiu de compra del vi



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 10. Motiu de no compra del vi



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Mel

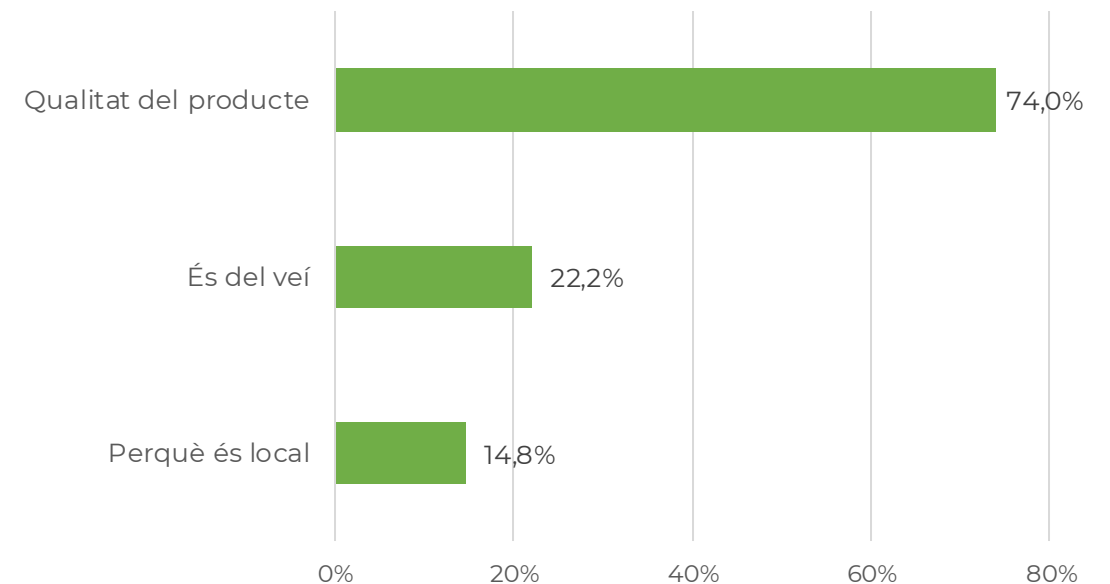
La principal raó que destaca entre les persones que afirmen comprar mel elaborada a Felanitx és **la qualitat del producte**, motiu que expressa un 74% dels enquestats, i que alhora reflecteix que els agrada aquest producte. En segon lloc, un 22,2% assegura que **compra la mel a veïns que la produeixen**, cosa que evidencia una compra de proximitat i de confiança. Finalment, un 14,8% afirma consumir-la **pel fet de ser un producte local**, valorant-ne així l'origen i el suport a l'economia del municipi.

Pel que fa a les persones que **no consumeixen mel elaborada a Felanitx**, es recullen diverses raons que en justifiquen la no compra. **El motiu més destacat**, amb un 39,6%, és que **no consumeixen mel en general** i, per tant, no té aquest producte dins els seus hàbits de consum habitual, independentment de si és de producció local o no.

En segon lloc, un 20,8% declara **no saber que es produeix mel al municipi**. Un 14,6% dels enquestats indica que no sap on comprar-la.

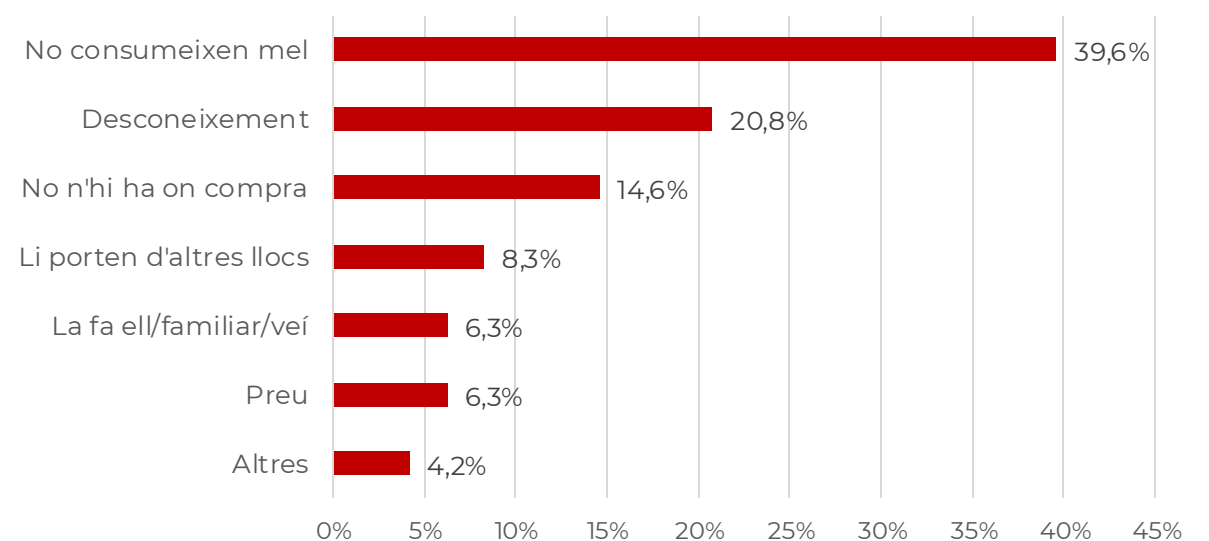
Altres motius menys habituals, però també significatius, inclouen el fet que un 8,3% rep mel d'altres llocs, probablement mitjançant familiars o coneguts; un 6,3% en produeix ell mateix o coneix algú proper que ho fa, fet que els fa prescindir de la compra; i un altre 6,3% esmenta el preu com a motiu, tot i que aquest factor sembla tenir un pes menor en comparació amb la resta. Finalment, un 4,2% fa referència a altres motius no especificats.

Gràfic 11. Motiu de compra de la mel



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 12. Motiu de no compra de la mel



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Espècies

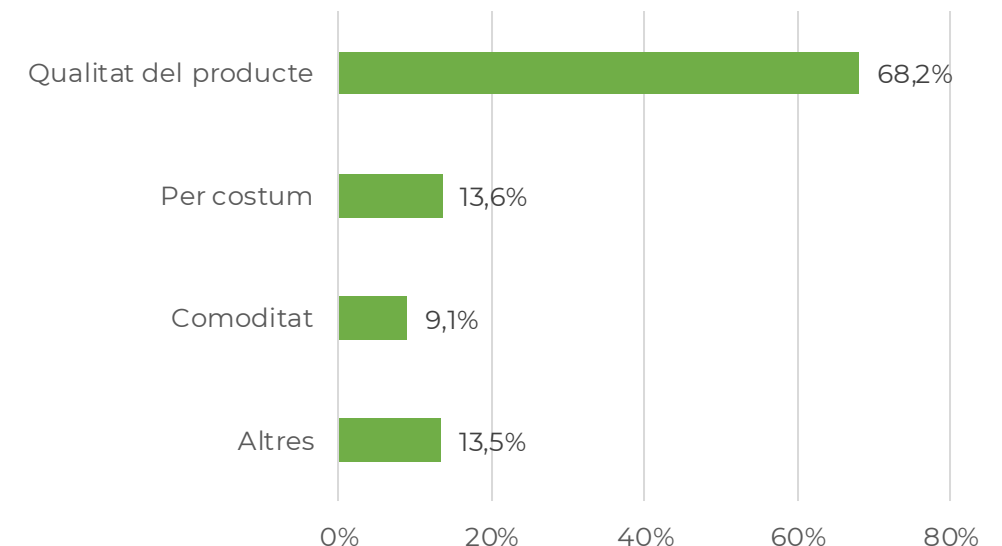
Com a motius de la **compra d'espècies elaborades al municipi**, podem veure que els enquestats destaquen principalment la **qualitat del producte** (68,2%). Amb un percentatge més baix es troben el **costum** (13,6%) i la **comoditat** (9,1%). Aquesta última fa referència a tenir un punt de venda proper a casa.

Finalment, trobem una agrupació de diferents raons menys nombroses a "altres" (13,5%), dins d'aquesta agrupació les persones enquestades mencionen raons com el fet de que sigui natural, elaborat localment o que els hi agraden les espècies elaborades a Felanitx.

D'altra banda, els enquestats que **no compren aquest producte** destaquen amb un alt percentatge el **desconeixement de l'existència d'espècies elaborades a Felanitx** (54,7%). Altres raons importants a destacar són el fet que les **compren en supermercats** (17%) i que són **persones no consumidores d'espècies** (15,1%).

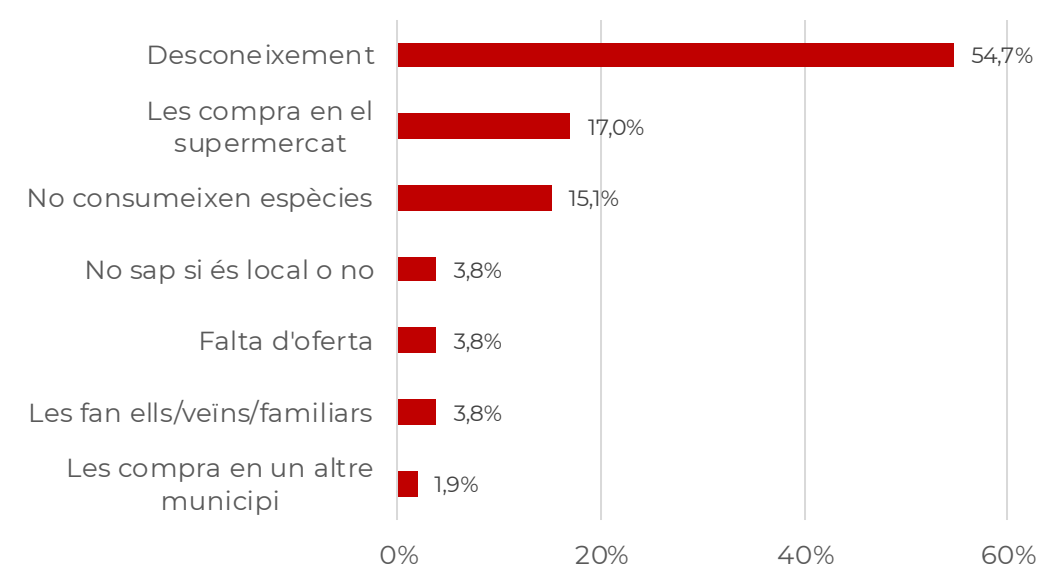
Finalment, trobem diferents raons de la no compra d'espècies que són menys representatives. Entre elles trobem la falta d'oferta, que les compren en altres municipis, etc.

Gràfic 13. Motiu de compra de les espècies



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 14. Motiu de no compra de les espècies



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

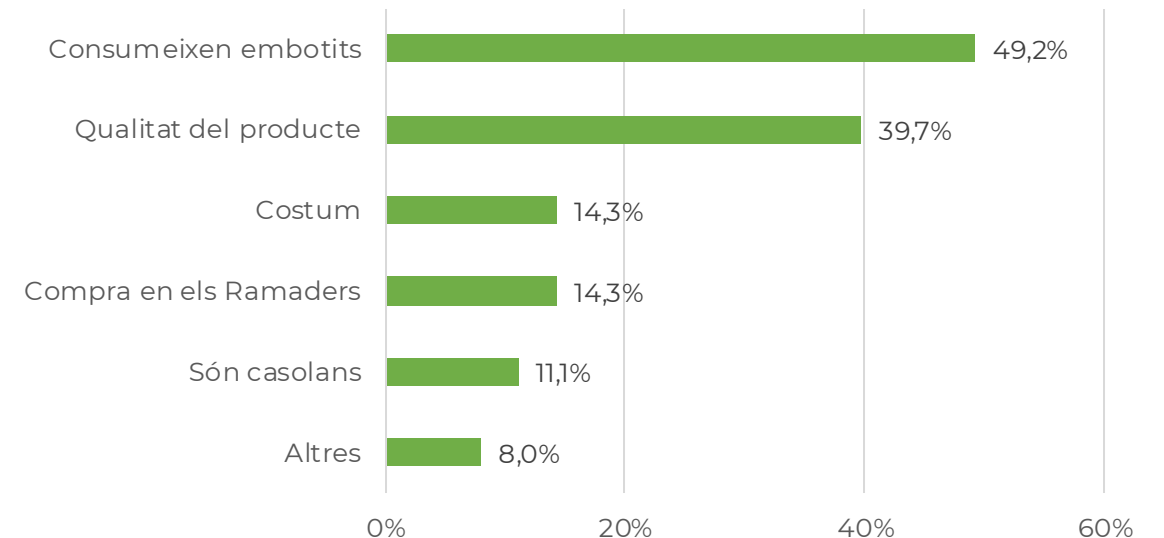
Embotits

La principal motivació dels consumidors per **adquirir embotits de Felanitx** és **l'hàbit de consum** (49,2%). Això indica que gairebé la meitat de les persones entrevistades tenen incorporats aquests productes en la seva dieta de forma habitual.

En segon lloc, destaca la **qualitat del producte** (39,7%) com un factor clau. Aquest fet posa en valor la bona reputació dels embotits locals. Altres motius rellevants són el **costum** i el fet de comprar directament als **Ramaders Agrupats** (14,3% cadascun), elements que reforcen el vincle amb les tradicions i la producció local. A més, un 11,1% dels enquestats valoren que els embotits siguin **casolans**, un tret distintiu que també pot associar-se a autenticitat i qualitat. Finalment, un 8% assenyala altres raons diverses.

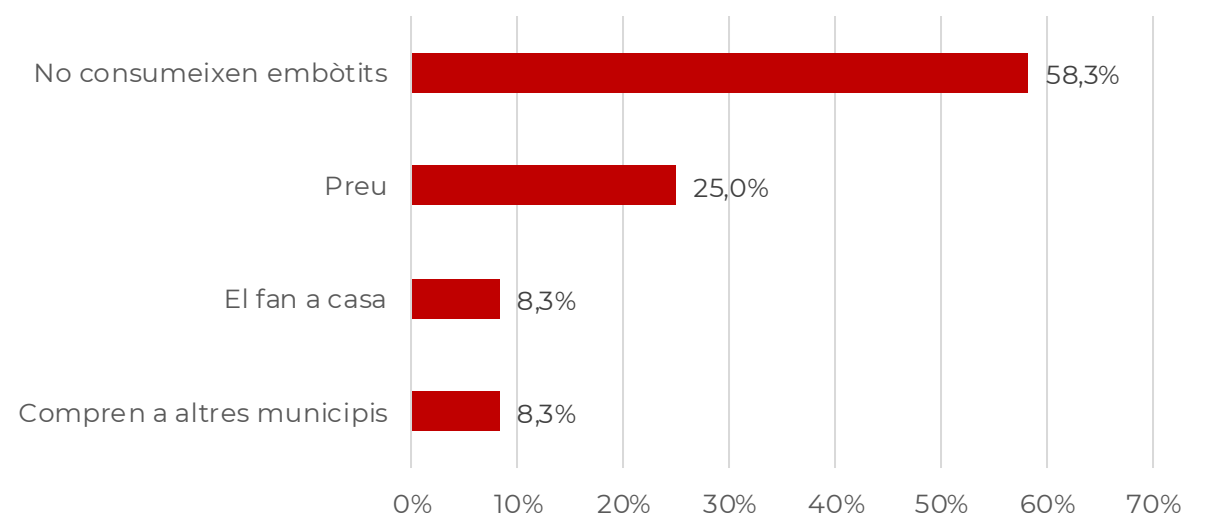
Pel que fa a les persones que **no compren aquest producte**, el motiu més destacat és que **no són consumidores habituals** (58,3%). En segon lloc, un 25% considera que el **preu** dels embotits és elevat. Altres raons menys rellevants que s'han mencionat són el fet de **fer-los a casa** i la preferència per **comprar-los en altres municipis**, amb un 8,3% cadascun.

Gràfic 15. Motiu de compra dels embotits



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 16. Motiu de no compra dels embotits



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Hortalisses

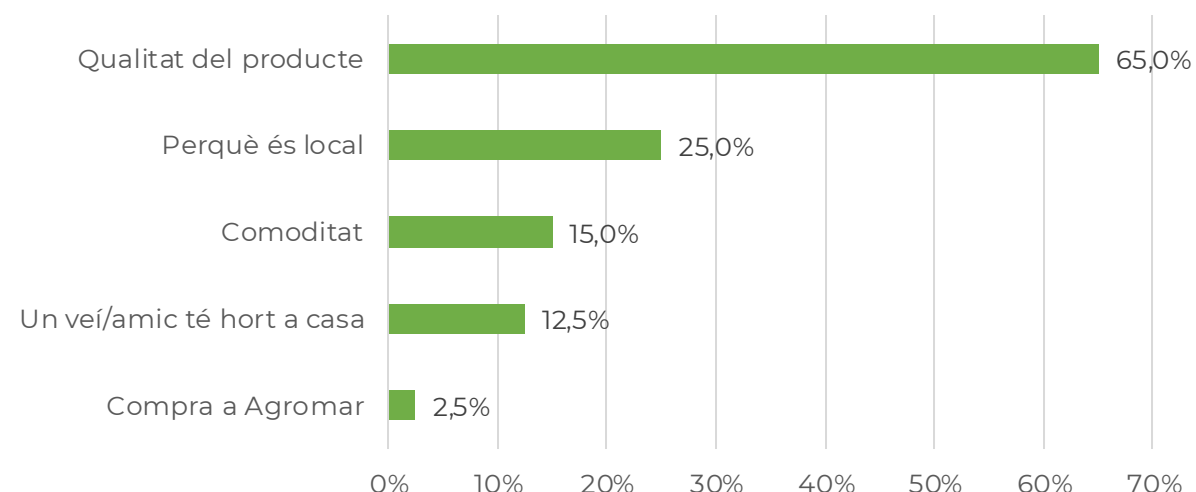
Pel que fa a les **hortalisses**, la **qualitat del producte és el principal motiu** pel qual les compren (65%). En segon lloc, els enquestats afirmen comprar hortalisses de Felanitx perquè **són de producció local** (25%).

Altres motius, tot i que amb menys pes, també influeixen en la decisió de compra. Un 15% destaca la **comoditat**, perquè tenen un punt de venda proper. Un 12,5% **aprofita que té un veí o amic que té un hort i li compra a ell directament**. Finalment, un 2,5% **compra a través d'Agromar**, un canal concret de distribució.

D'altra banda, el motiu principal pel qual algunes persones **no adquireixen hortalisses de producció local** és perquè ja **disposen d'un hort propi o reben els productes d'un veí o amic** (31,4%). En segon lloc, un 28,6% declara que **compra al supermercat**. El **desconeixement de que s'elabori aquest producte a Felanitx** és el tercer motiu més mencionat (17,1%).

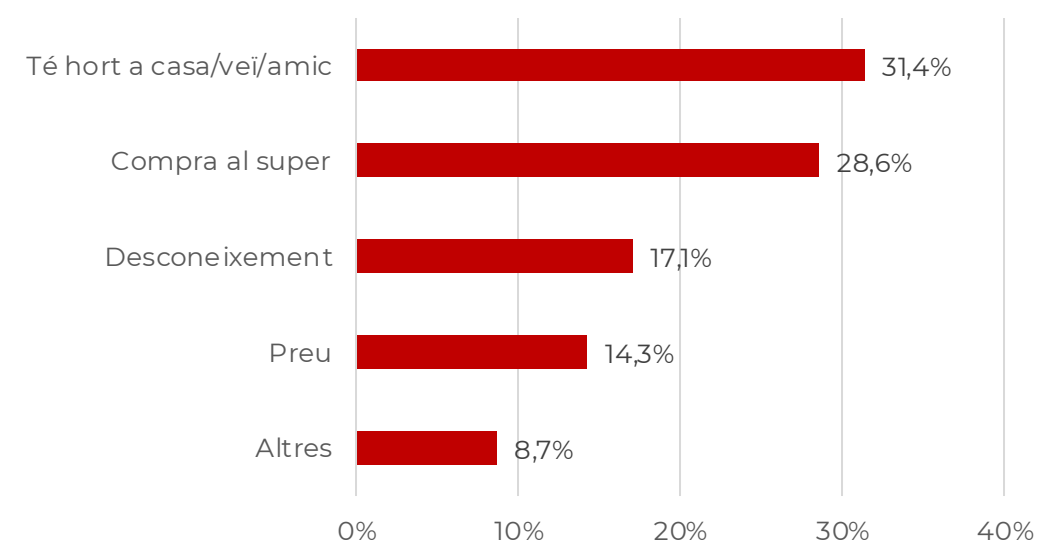
El **preu** també es percep com una barrera per a un 14,3% dels enquestats, que consideren que les hortalisses locals poden resultar més cares que altres opcions disponibles. Finalment, un 8,7% indica altres raons, que inclouen qüestions personals, com la preferència de compra en altres formats.

Gràfic 17. Motiu de compra d'hortalisses



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 18. Motiu de no compra d'hortalisses



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

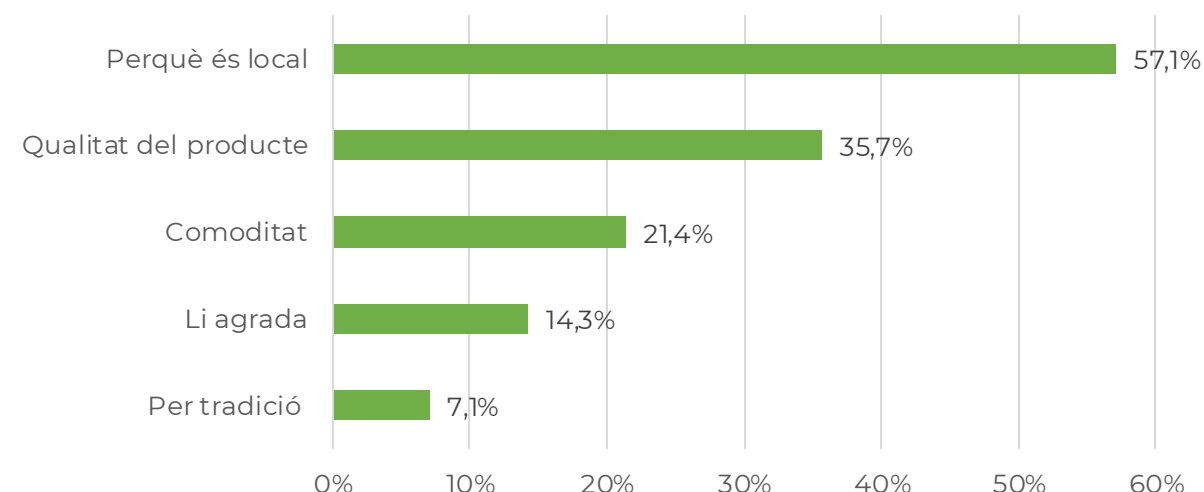
Ceràmica

La principal raó per la qual els enquestats **compren ceràmica a Felanitx** és pel fet de ser un **producte local** (57,1%), cosa que demostra una forta valoració del comerç de proximitat i de la producció artesanal del territori. En segon lloc, un 35,7% destaca la **qualitat del producte** com a factor decisiu.

Altres motius, tot i que amb menys pes, inclouen la **comoditat** (21,4%), el **gust personal** (14,3%) i, en menor mesura, la **tradició** (7,1%) com a element que influeix en la decisió de compra.

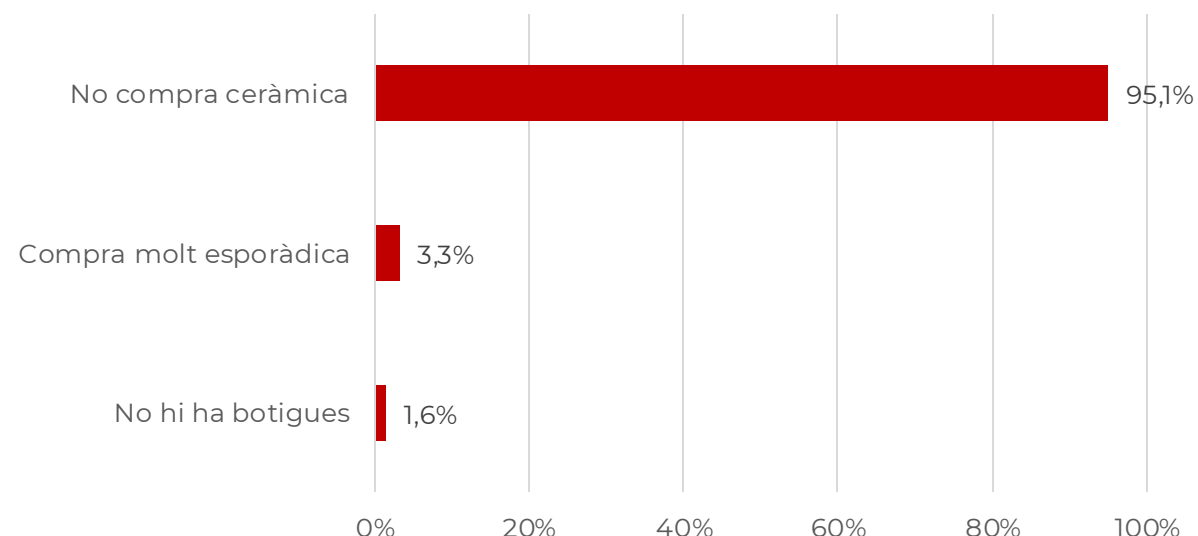
En relació amb la **no compra de ceràmica**, hi ha una tendència molt clara, un 95,1% dels enquestats afirma que **no consumeix aquest tipus de producte**, fet que apunta a **una manca d'interès, necessitat o hàbit de consum**. A més, un 3,3% indica que només en **compra de manera esporàdica**, i un 1,6% assenyala la **falta de botigues disponibles** com a limitació.

Gràfic 19. Motiu de compra de ceràmica



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 20. Motiu de no compra de ceràmica



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Gelats

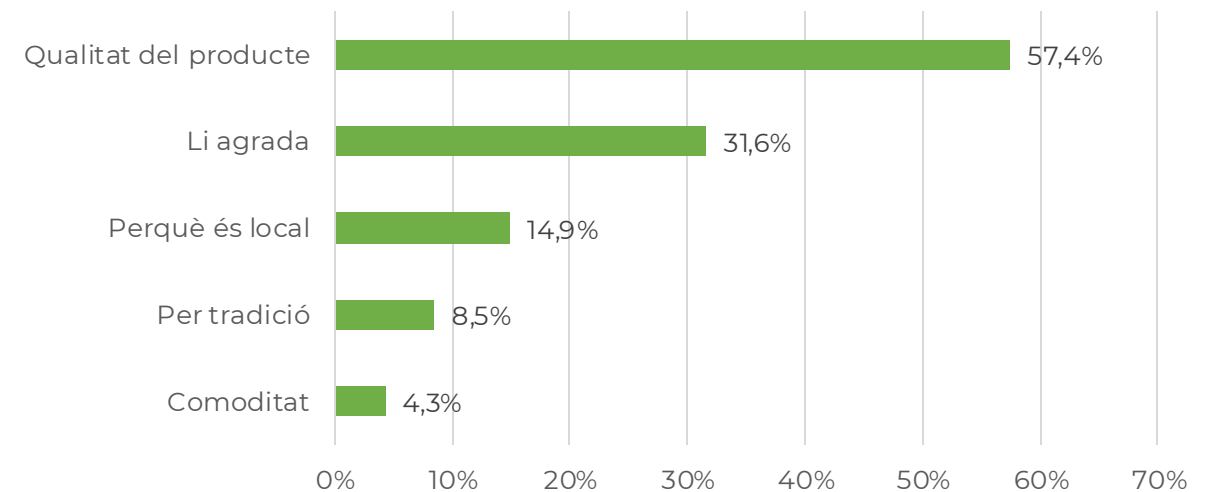
Pel que fa a la compra de **gelats produïts a Felanitx**, la **qualitat del producte** és el motiu més destacat per part dels consumidors, amb un 57,4% de les respostes. En segon lloc, un 31,6% afirma que els compra simplement **perquè els hi agrada el gelat**, independentment del seu origen.

Com a tercer factor rellevant, apareix el fet que **sigui un producte local**, amb un pes significatiu. Això mostra una valoració positiva del consum de proximitat i un desig de **donar suport a l'economia del municipi**. Altres motius menys freqüents inclouen la **tradició** (8,5%) i la **comoditat de compra** (4,3%).

En relació amb la **no compra de gelats locals**, el motiu principal és la **percepció de manca d'oferta** (44,7%), seguida del **desconeixement de l'existència d'aquests productes** (27,1%). Ambdues raons podrien estar vinculades, ja que una oferta poc visible pot generar desconeixement entre els consumidors.

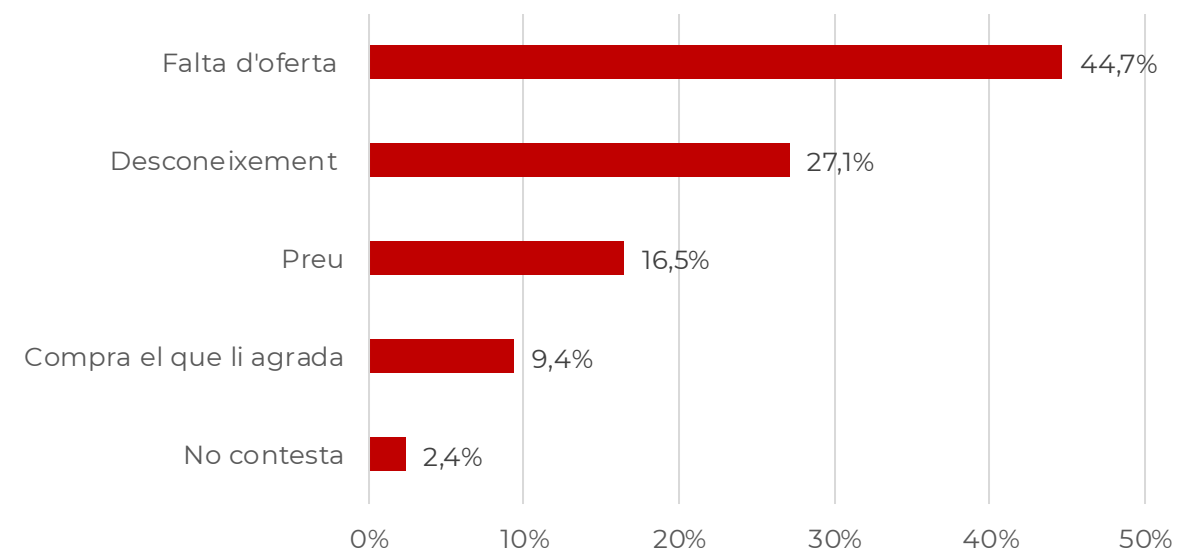
Finalment, un 9,4% dels enquestats indica que **prefereixen altres tipus de gelats**, concretament aquells que s'ajusten més als seus gustos.

Gràfic 21. Motiu de compra de gelats



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 22. Motiu de no de gelats



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

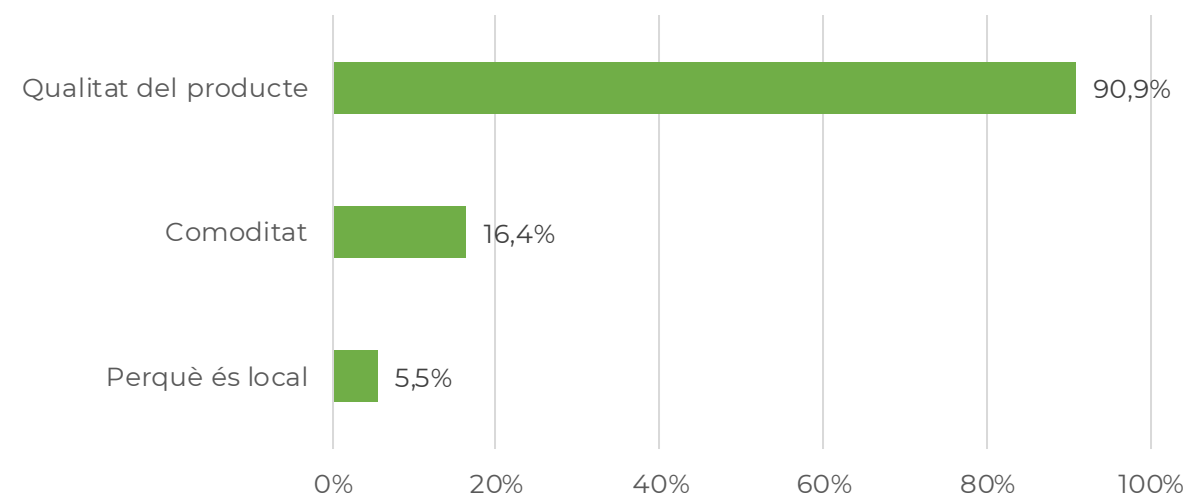
Forns locals

Els **forns locals de Felanitx** són especialment valorats per la **qualitat dels seus productes**, que representa el motiu principal de compra per al 90,9% de les persones enquestades. Aquesta dada posa de manifest la confiança i satisfacció dels consumidors envers el que ofereixen aquests establiments.

En segon lloc, un 16,4% destaca la **comoditat**, generalment pel fet de tenir un forn a prop de casa, fet que facilita l'accés al producte. Tot i que amb menys pes, un 5,5% compra als forns pel **valor afegit de ser productes locals**, reforçant així el vincle amb el territori.

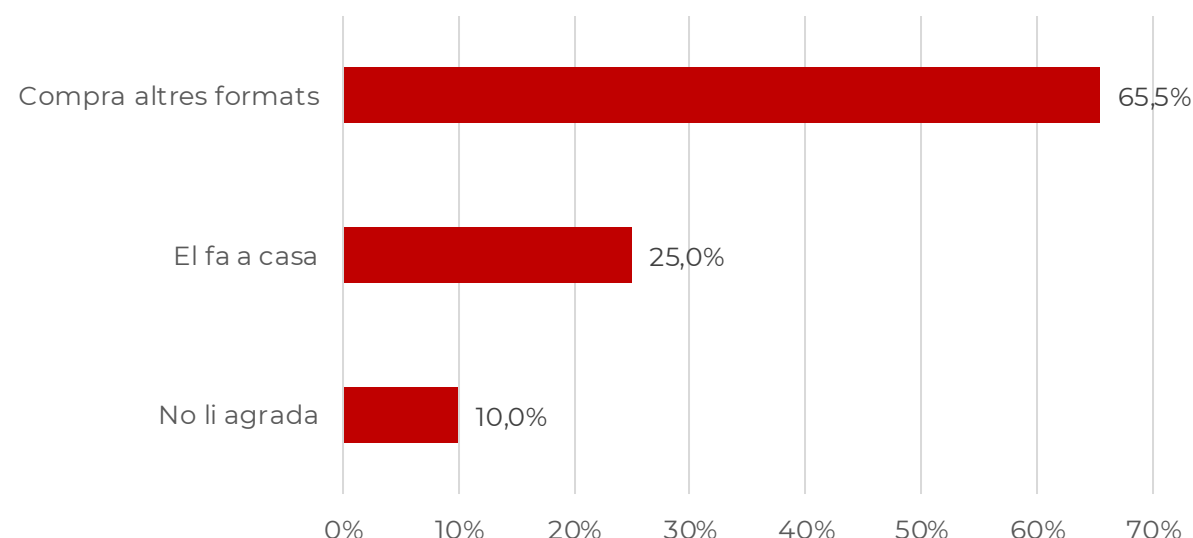
Pel que fa als **motius de no compra**, el més habitual (65,5%) és que els consumidors **prefereixen adquirir aquest tipus de productes en altres formats**, com ara els supermercats. D'altra banda, un 25% declara que **elaboren el producte a casa**, principalment pa, i un 10% afirma que **no els agrada el producte** que ofereixen els forns, fet que condiciona la seva decisió de compra.

Gràfic 23. Motiu de compra de productes de forns locals



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 24. Motiu de no compra de productes de forns locals



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Pastisseria local

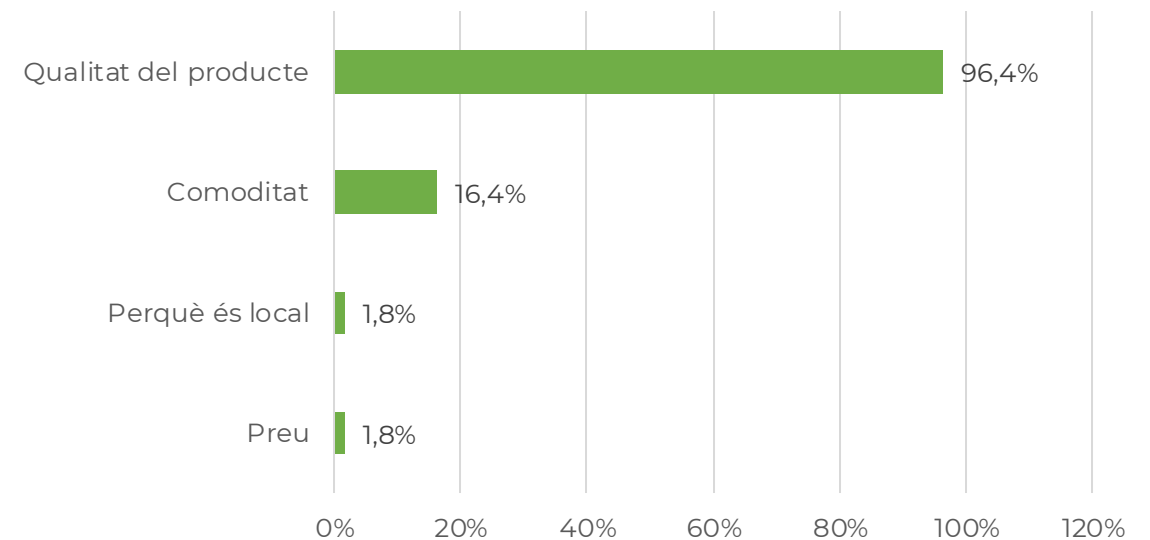
Les **pastisseries locals** de Felanitx gaudeixen d'una gran valoració per part dels consumidors, principalment per la **qualitat dels seus productes**, raó destacada pel 96,4% dels enquestats. També s'hi reconeix la **comoditat a l'hora de comprar-hi** (16,4%), sovint relacionada amb la proximitat de l'establiment.

Altres motius, tot i que menys significatius, són el fet que **sigui un producte local i el preu**, ambdós mencionats només per l'1,8% de les persones enquestades.

Pel que fa a les **raons per no comprar a les pastisseries locals**, el motiu principal és que **no consumeixen aquest tipus de productes** (65%). En segon lloc, un 20% afirma que **prefereix elaborar a casa els productes que podria trobar a la pastisseria**.

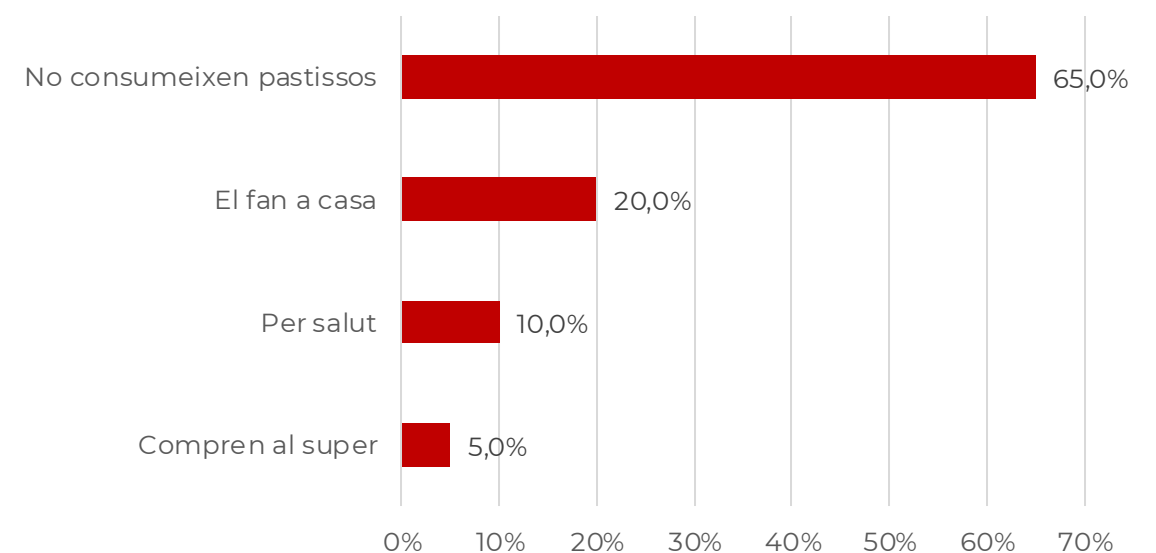
Altres motius inclouen qüestions de **salut** (10%) i el fet que **prefereixen comprar a supermercats** (5%)

Gràfic 25. Motiu de compra de productes de forns locals



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Gràfic 26. Motiu de no compra de productes de forns locals



Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.04. Hàbits de compra dels productes locals de Felanitx

Roba per nins i complements

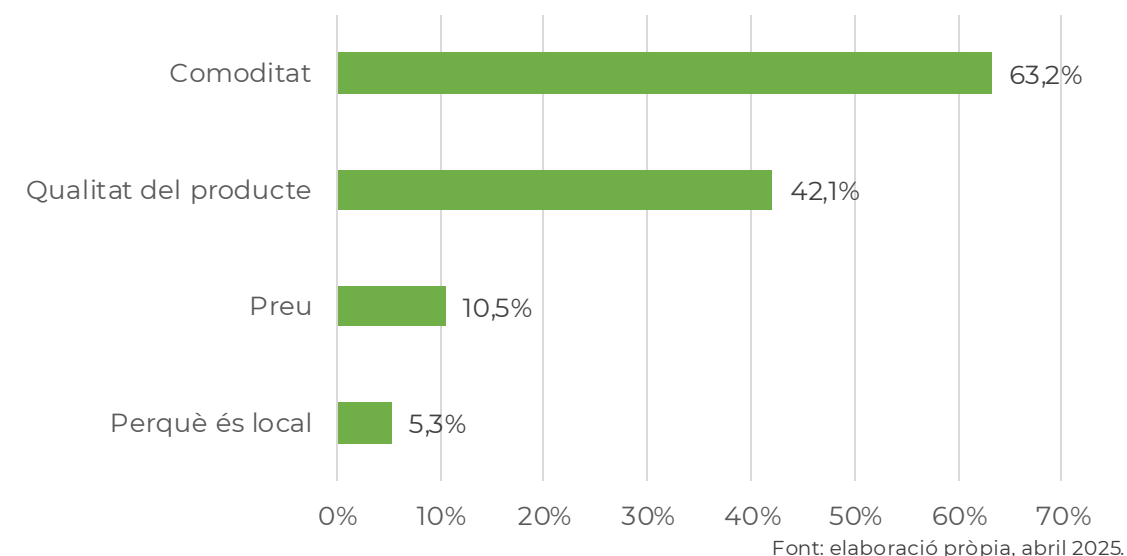
La compra de roba i complements per a nins a Felanitx es basa principalment en la **comoditat** (63,2%), destacant la proximitat dels punts de venda com a factor clau. També s'hi valora la **qualitat dels productes**, mencionada pel 42,1% dels enquestats.

Altres motius menys determinants són el **preu** (10,5%) i el fet que es tracti de **productes locals**, aspectes que tenen menys pes en la decisió de compra.

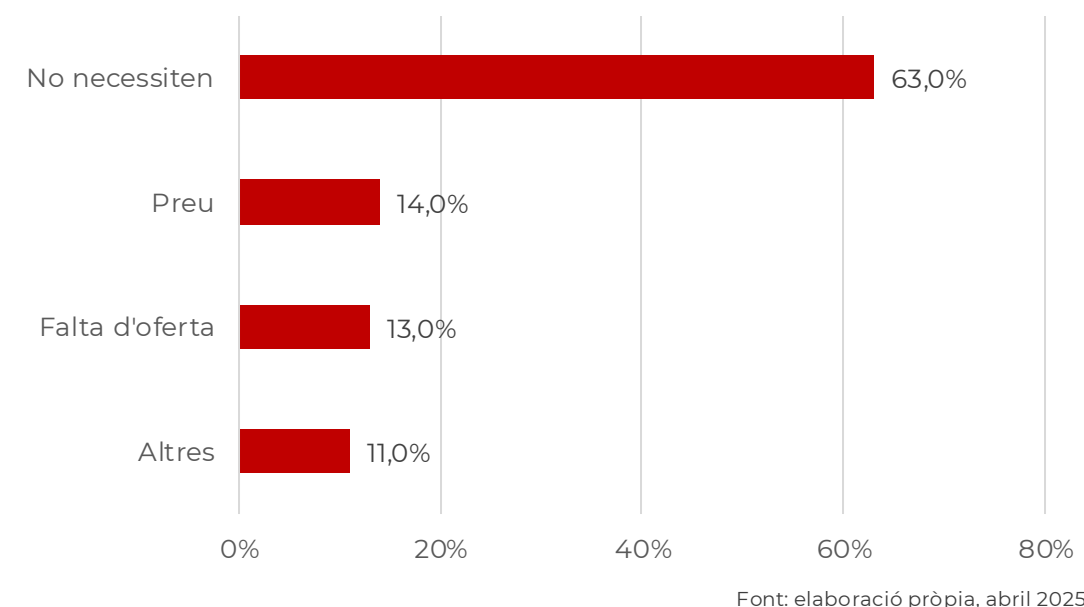
Pel que fa als **motius per no comprar aquest tipus de productes**, la raó principal és la **manca de necessitat** (63%), especialment perquè molts dels enquestats **no tenen infants**. Altres factors inclouen la percepció d'un **preu elevat** (14%) i la **falta d'oferta local** (13%).

Finalment, un 11% al·ludeix a **altres motius**, entre els quals destaca la preferència per **formats alternatius de compra**, com ara supermercats, compres en línia o centres comercials.

Gràfic 27. Motiu de compra de roba per nins i complements



Gràfic 28. Motiu de no compra de roba per nins i complements



01.05

Taules de creuament de dades
per sexe i edat

01. Estudi d'hàbits de compra

01.05. Taules de creuament de dades per sexe i edat

Tot seguit es mostren un seguit de taules amb dades creuades per sexe i edat. En concret es presenten les taules relatives a:

- Taula 1: Situació laboral per edat i sexe.
- Taula 2: Formats de compra per sector comercial: alimentació fresca.
- Taula 3: Formats de compra per sector comercial: alimentació seca.
- Taula 4: Formats de compra per sector comercial: equipament de la persona.
- Taula 5: Formats de compra per sector comercial: equipament de la llar.
- Taula 6: Formats de compra per sector comercial: lleure i cultura.
- Taula 7: Compra producte elaborat a Felanitx.

Taula 1. Situació laboral per edat i sexe

Situació laboral	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Estudiant	11,4%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Professió liberal	8,6%	7,5%	0,0%	16,7%	10,3%	0,0%
Empleat/ada	45,7%	50,0%	25,0%	72,2%	72,4%	0,0%
Empresari/ària	8,6%	2,5%	0,0%	5,6%	10,3%	0,0%
Jubilat/ada /pensionista	25,7%	27,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Aturat/ada	0,0%	12,5%	25,0%	5,6%	6,9%	0,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.05. Taules de creuament de dades per sexe i edat

Taula 2. Formats de compra per sector comercial: alimentació fresca.

Alimentació fresca	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Comerç	48,6%	65,0%	87,5%	44,4%	48,3%	70,0%
Mercat municipal	31,4%	52,5%	50,0%	33,3%	37,9%	55,0%
Mercat setmanal	0,0%	5,0%	0,0%	5,6%	0,0%	5,0%
Gran superfície	68,6%	50,0%	12,5%	66,7%	72,4%	50,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Taula 3. Formats de compra per sector comercial: alimentació seca.

Alimentació seca	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Comerç	11,4%	30,0%	12,5%	11,1%	27,6%	25,0%
Mercat municipal	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
Mercat setmanal	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
Gran superfície	91,4%	85,0%	87,5%	88,9%	82,8%	95,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.05. Taules de creuament de dades per sexe i edat

Taula 4. Formats de compra per sector comercial: equipament de la persona.

Equipament de la persona	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Comerç	40,0%	37,5%	37,5%	16,7%	41,4%	55,0%
Mercat setmanal	0,0%	12,5%	0,0%	16,7%	3,4%	5,0%
Gran superfície	51,4%	22,5%	37,5%	44,4%	37,9%	25,0%
En línia	5,7%	10,0%	0,0%	27,8%	3,4%	0,0%
No compra al municipi	14,3%	25,0%	37,5%	11,1%	24,1%	15,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Taula 5. Formats de compra per sector comercial: equipament de la llar.

Equipament de la llar	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Comerç	77,1%	67,5%	75,0%	61,1%	75,9%	75,0%
Gran superfície	28,6%	27,5%	37,5%	38,9%	24,1%	20,0%
En línia	8,6%	15,0%	12,5%	22,2%	10,3%	5,0%
No compra al municipi	5,7%	7,5%	12,5%	0,0%	10,3%	5,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

Taula 6. Formats de compra per sector comercial: Lleure i cultura

Lleure i cultura	Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	De 65 anys o més
Comerç	31,4%	30,0%	37,5%	38,9%	31,0%	75,0%
Gran superfície	22,9%	12,5%	25,0%	16,7%	17,2%	15,0%
En línia	22,9%	15,0%	25,0%	27,8%	20,7%	5,0%
No compra al municipi	31,4%	45,0%	25,0%	16,7%	41,4%	60,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.05. Taules de creuament de dades per sexe i edat

Taula 7. Compra producte elaborat a Felanitx

Producte		Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 i més anys
Oli	Sí	5,7%	17,5%	12,5%	16,7%	13,8%	5,0%
	No	94,3%	82,5%	87,5%	83,3%	86,2%	95,0%
Vi	Sí	48,6%	42,5%	62,5%	27,8%	44,8%	55,0%
	No	51,4%	57,5%	37,5%	72,2%	55,2%	45,0%
Mel	Sí	22,9%	47,5%	12,5%	33,3%	34,5%	50,0%
	No	77,1%	52,5%	87,5%	66,7%	65,5%	50,0%
Especies	Sí	25,7%	32,5%	37,5%	27,8%	27,6%	30,0%
	No	74,3%	67,5%	62,5%	72,2%	72,4%	70,0%
Embotits	Sí	85,7%	82,5%	87,5%	83,3%	82,8%	85,0%
	No	14,3%	17,5%	12,5%	16,7%	17,2%	15,0%
Hortalisses	Sí	51,4%	55,0%	37,5%	61,1%	48,3%	60,0%
	No	48,6%	45,0%	62,5%	38,9%	51,7%	40,0%
Ceràmica	Sí	14,3%	22,5%	25,0%	22,2%	20,7%	10,0%
	No	85,7%	77,5%	75,0%	77,8%	79,3%	90,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01. Estudi d'hàbits de compra

01.05. Taules de creuament de dades per sexe i edat

Taula 7. Compra producte elaborat a Felanitx

Producte		Home	Dona	De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 i més anys
Gelats	Sí	57,1%	67,5%	75,0%	55,6%	72,4%	50,0%
	No	42,9%	32,5%	25,0%	44,4%	27,62%	50,0%
Forns locals	Sí	62,9%	82,5%	100,0%	72,2%	69,0%	70,0%
	No	37,1%	17,5%	0,0%	27,8%	31,0%	30,0%
Pastisseria local	Sí	68,6%	77,5%	100,0%	55,6%	82,8%	65,0%
	No	31,4%	22,5%	0,0%	44,4%	17,2%	35,0%
Ropa per nins	Sí	22,9%	27,5%	25,0%	27,8%	34,5%	10,0%
	No	77,1%	72,5%	75,0%	72,2%	65,5%	90,0%

Font: elaboració pròpia, abril 2025.

01.06

Conclusions i principals idees clau

01.06 Conclusions i principals idees clau

01

Parlant en termes generals, les persones enquestades mostren una clara preferència per comprar a grans superfícies productes del sector de l'alimentació, sobretot en el cas dels productes secs.

02

Parlant en termes generals, les persones enquestades compren una part destacada dels productes dels sectors d'equipament, tant de la llar com de la persona, al comerç local del municipi.

03

Parlant en termes generals, els productes del sector de lleure i cultura són poc adquirits. Tot i així, qui els compra prefereix fer-ho en comerços locals.

04

Dels productes que s'elaboren a Felanitx, els més consumits són els embotits, hortalisses, els gelats i aquells fets als forns i pastisseries locals.

05

El principal motiu de compra de productes locals de Felanitx és la seva qualitat. També destaquen raons de gustos personals i es valora que siguin produïts al municipi.

06

Les principals raons per la no compra de productes elaborats al municipi són el preu, el fet de no ser consumidors habituals d'aquests articles i que prefereixen comprar a altres formats (normalment supermercats).

07

Els sectors de l'alimentació, tant seca com fresca, són els que tenen una freqüència de compra més alta.

08

Els sectors de l'equipament de la persona i oci i cultura són els que tenen una freqüència de compra més esporàdica.

A background image of a street scene. On the left, there's a multi-story building with a balcony and a green sign with a white number '2'. A sidewalk runs along the building. On the right, there's a street with parked cars, including a silver car and a blue van. Trees are planted along the sidewalk. The sky is overcast.

02

La mirada del sector

En aquest apartat:
Entrevistes a productors i comerços

02. La mirada del sector

02.01. Comerç

S'han realitzat entrevistes a diferents comerços de Felanitx amb preguntes relatives al producte local del municipi i la situació del comerç al municipi. Aquestes entrevistes ens donen una visió més propera i realista de la situació del producte local de Felanitx. A continuació es presenten les principals conclusions obtingudes:

Situació actual:

Opinions dividides respecte la diversitat d'oferta comercial. Alguns consideren que hi ha varietat, i d'altres que no n'hi ha suficient, amb una concentració de negocis que realitzen la mateixa activitat comercial en algunes zones (per exemple, al passeig marítim, on destaca la presència de molts negocis de restauració).

Problemàtiques destacades

- Percepció general de falta de vitalitat del comerç, fet que atribueixen a la manca de suport local, els nous hàbits de consum, la preferència per grans superfícies i la temporalitat del turisme.
- Els comerciants els preocupa la desaparició del comerç tradicional i creuen necessari conscienciar a la ciutadania sobre la seva importància.
- Els comerciants destaquen la dificultat per trobar aparcament, fet incòmode tant per ells mateixos com per als clients, fent que els darrers vagin a comprar a altres localitats més accessibles.
- Com a conseqüència de les dificultats per mantenir els negocis, molts han tancat, potenciant un augment en el nombre de locals buits en planta baixa. Aquest fet genera una manca de dinamisme als carrers i menys circulació de persones pels mateixos.

Aspectes a millorar

- L'organització d'esdeveniments comercials ha presentat problemes per la seva calendarització (coincidint amb altres esdeveniments no relacionats), sent necessària una millor coordinació per l'execució i coordinació d'activitats entre l'Ajuntament i l'associació comercial.
- Alguns comerciants expressen com les formacions manquen de continuïtat i no aprofundeixen suficient per tal que puguin millorar. Es menciona que serien més útils si fossin més personalitzades a les seves necessitats i amb uns horaris més amplis.
- La manca d'il·luminació en alguns carrers, sobretot al centre, i la falta de neteja són aspectes mencionats com a fets que poden afectar a la compra de manera indirecta.
- Finalment, destaquen la importància de promocionar el comerç local per incentivar les compres tant entre la població de Felanitx com entre els visitants.

02. La mirada del sector

02.02. Producers

S'han realitzat entrevistes a diversos productors de Felanitx centrades en el producte local del municipi. És important destacar que, tot i ser productors, també se'ls ha preguntat sobre la situació del comerç, ja que la majoria dels entrevistats també exerceixen com a comerciants. Aquestes entrevistes proporcionen una visió més propera i realista de l'estat del producte local a Felanitx. A continuació, es presenten les conclusions obtingudes.

Situació actual

- Opinió dividida respecte la diversitat d'oferta comercial. Alguns dels enquestats consideren que és insuficient, i d'altres que és bona, però que no es promou prou ni de forma efectiva.
- S'ha observat que, en general, hi ha coneixement de productes elaborats a Felanitx, tot i que en molts casos no es pot identificar el nom dels productors. Alguns dels que sí es mencionen són: Neu d'or, Can Manxa, Ramaders Agrupats, Luis Armero, Ànima Negra, Quatre Kilos, Vi d'Auba i Paté Blanco.
- Cal destacar que molts d'aquests productors també actuen com a distribuïdors. Una part important de la seva clientela està formada per turistes, fet que té un impacte doble: a l'estiu reben una gran afluència de compradors, però durant l'hivern aquesta es redueix significativament.

Problemàtiques destacades

- Es percep una forta competència per part de les grans superfícies, que ofereixen preus molt competitius, fet que posa en risc la supervivència dels productors locals.
- Els productors detecten que en l'espai urbà hi ha un augment de locals comercials buits, fet que també preocupa als comerciants. De la mateixa manera, consideren que és necessari millorar la imatge dels carrers per afavorir el passeig i la vida comercial.

Aspectes a millorar

- Pel que fa al mercat i a les fires, es considera fonamental donar més visibilitat als productes locals, al mateix temps que es millora la seva capacitat, distribució i accessibilitat.
- Es menciona de la necessitat de diferenciar el producte de Felanitx respecte el d'altres municipis de l'illa. La qualitat dels productes elaborats al municipi és valorada positivament però es considera necessària una estratègia de promoció més potent per posar-los en valor.



03

Anàlisi DAFO

03. Anàlisi DAFO

03.01. Anàlisi DAFO

L'anàlisi DAFO ens permetrà obtenir una radiografia de la situació dels hàbits de compra de Felanitx a partir de la qual es podran identificar aquelles línies que permetin impulsar l'activitat comercial urbana i el producte local del municipi.

La realització d'aquest DAFO s'ha basat en les enquesta d'hàbits de consum de la població de Felanitx així com les entrevistes realitzades a persones representants del teixit comercial i productiu, i de reunions amb l'equip tècnic de l'Ajuntament.

L'anàlisi DAFO, per tant, resulta una eina indispensable per justificar la necessitat d'impulsar mesures per a l'enfortiment del comerç i de la compra al municipi de Felanitx a través, en aquest cas, de la creació d'un pla amb mesures per a l'impuls del seu comerç i producte local.



Anàlisi DAFO



03. Anàlisi DAFO

03.01. Anàlisi DAFO

Debilitats

- Alguns productes com la roba per nins i complements, ceràmica i l'oli, són adquirits per una part molt reduïda dels enquestats.
- Encara que no és l'únic motiu principal esmentat, el preu resulta ser una raó de pes de no compra de productes locals.
- A partir dels resultats de l'enquesta, sembla que hi ha productes que es produeixen al municipi però que bona part de la població desconeix, com la mel o les espècies, fet que no ajuda a incentivar la seva compra.
- L'alimentació seca és el sector menys comprat als comerços del municipi, sent normalment adquirit pels consumidors a les grans superfícies.
- El percentatge de població que compra al mercat setmanal és baix, i només alguna tipologia de productes, com l'alimentació fresca o l'equipament de la persona, són adquirits.
- Els comerciants expressen com el comerç del municipi li manca vitalitat.
- Els comerciants també expressen com molts negocis han tancat per la dificultat que porta haver de mantenir-los.
- Els comerciants entrevistats detecten una dificultat per trobar places d'aparcament, el que creuen que pot afavorir que la clientela marxi a altres municipis amb més facilitats.

Amenaces

- Es mostra una clara preferència per comprar a grans superfícies productes del sector de l'alimentació, sobretot en la categoria de l'alimentació seca, on es concentra un 88% de les compres.
- Seguint amb el punt anterior, els productors i comerciants perceben una forta competència per part de les grans superfícies, que poden oferir preus més baixos i promocions amb facilitat.
- Un dels principals motius de no compra de productes locals per part dels compradors és la manca de consum o necessitat dels mateixos.
- A Felanitx part dels ciutadans tenen tendència a elaborar els seus propis productes a casa, fet que els porta a no comprar als comerços del municipi.
- El canvi en els hàbits de consum de la població o la manca de suport al comerç i producció local són vistos justament per aquests com una amenaça per la seva pròpia supervivència.
- La temporalitat de part dels compradors (que són turistes només presents durant uns mesos de l'any) dificulta que es pugui mantenir un flux comercial constant durant tot l'any.

03. Anàlisi DAFO

03.01. Anàlisi DAFO

Debilitats

- Alguns comerciants creuen que la calendarització dels esdeveniments comercials a vegades no és l'adequada, i que per això es requereix una major coordinació i col·laboració entre l'associació comercial i l'Ajuntament.
- Alguns dels comerciants entrevistats consideren que la neteja, il·luminació i imatge general dels carrers requereix de millores.
- Tant els comerciants com els productors entrevistats han notat un augment del nombre de locals buits, fet que genera manca de dinamisme als carrers i afecta als negocis persistents.
- Encara que es percep positivament la realització de formacions, els comerciants consideren que aquestes no són prou profundes per ajudar-los suficient en la millora dels negocis, reclamant una major personalització.
- Els productors detecten que manca una estratègia de promoció que diferenciï el producte de Felanitx d'aquell fet a altres racons de l'illa, fet que consideren important per tal de posar-lo en valor.

03. Anàlisi DAFO

03.01. Anàlisi DAFO

Fortaleses

- La qualitat dels productes sembla ser una de les raons més determinants a l'hora de comprar productes locals a Felanitx. En aquest sentit, tant ciutadans, comerços com productors consideren que la mateixa és bona i un dels punts més atractius d'allò ofertat i fet a Felanitx.
- Hi ha productors locals que són reconeixibles al poble i dels que es valora el seu producte ofert.
- Un altre dels motius més mencionats com a raó de compra és el fet de que el producte sigui elaborat al municipi, fet que mostra com una part de la població està conscienciada de la importància de la producció i consum locals.
- Productes com els embotits, allò ofert en forns i pastisseries o els gelats són valorats i consumits per la majoria de ciutadans de Felanitx.
- De la mateixa manera, bona part dels enquestats que diuen no comprar certs productes al municipi, ho fan per manca de consum dels mateixos, i no perquè optin per alternatives.
- L'equipament de la llar, tant si és com no produït al municipi, és comprat en el seu comerç per més de la meitat dels enquestats.

Oportunitats

- Els productes locals més consumits per la població de Felanitx són els embotits, els forns locals i la pastisseria local. Aquest fet demostra una bona qualitat d'aquests productes, el que resulta una oportunitat de potenciar-los més per fer-los productes emblemàtics del municipi.
- El fet que bona part de la clientela siguin turistes pot alimentar que es facin actuacions per tal de fer conèixer el producte de Felanitx als seus visitants.
- Els comerços mostren interès en la promoció de productes locals, el que pot ser una oportunitat per promoure de forma conjunta accions amb el suport de l'Ajuntament.
- Hi ha productes locals fets a Felanitx que no són consumits per part de la població per la manca de coneixement de l'elaboració dels mateixos a la localitat, com serien el cas de la mel, les espècies, les hortalisses o els gelats. Aquest fet pot ser una oportunitat per donar-los a conèixer i popularitzar-los més entre els seus habitants.
- Els mercats i fires són vistos pels productors com un bon instrument per donar visibilitat als productes locals, fet que es pot explotar més que com s'ha fet fins ara.

04

Marc estratègic

En aquest apartat:

Les dimensions del comerç i el producte local de Felanitx

Objectius generals

Proposta de valor

04. Marc Estratègic

04.02. Objectius Generals i Específics

01



Promoure la col·laboració publicoprivada entre els diferents actors implicats en l'activitat comercial i productiva de Felanitx.

- Crear un espai de debat on representants de l'associació de comerciants, comerços no associats, productors i empreses del polígon puguin idear, dissenyar i implementar mesures per incentivar el producte local, el comerç i l'activitat econòmica a Felanitx.
- Promoure la col·laboració entre agents públics i privats de Felanitx.
- Promoure el treball transversal entre les diferents àrees de l'Ajuntament.
- Incentivar el treball de consens amb el teixit econòmic de Felanitx.



04. Marc Estratègic

04.02. Objectius Generals i Específics



02



Impulsar la innovació, professionalització i resiliència del comerç i sector productiu de Felanitx, permetent així adaptar-lo als hàbits de consum de la seva població i fent-lo més competitiu.

- Promoure la incorporació de noves eines digitals entre els comerços i productors de Felanitx, tot buscant que millorin les seves habilitats i competències digitals.
- Promoure i incentivar una millora de la imatge externa i de gestió interna dels negocis de Felanitx.
- Promoure la creació de noves iniciatives empresarials i de proximitat.
- Aplicar pràctiques sostenibles en la producció i venda de productes locals, i conscienciar a la població de la importància de la preservació del medi.

04. Marc Estratègic

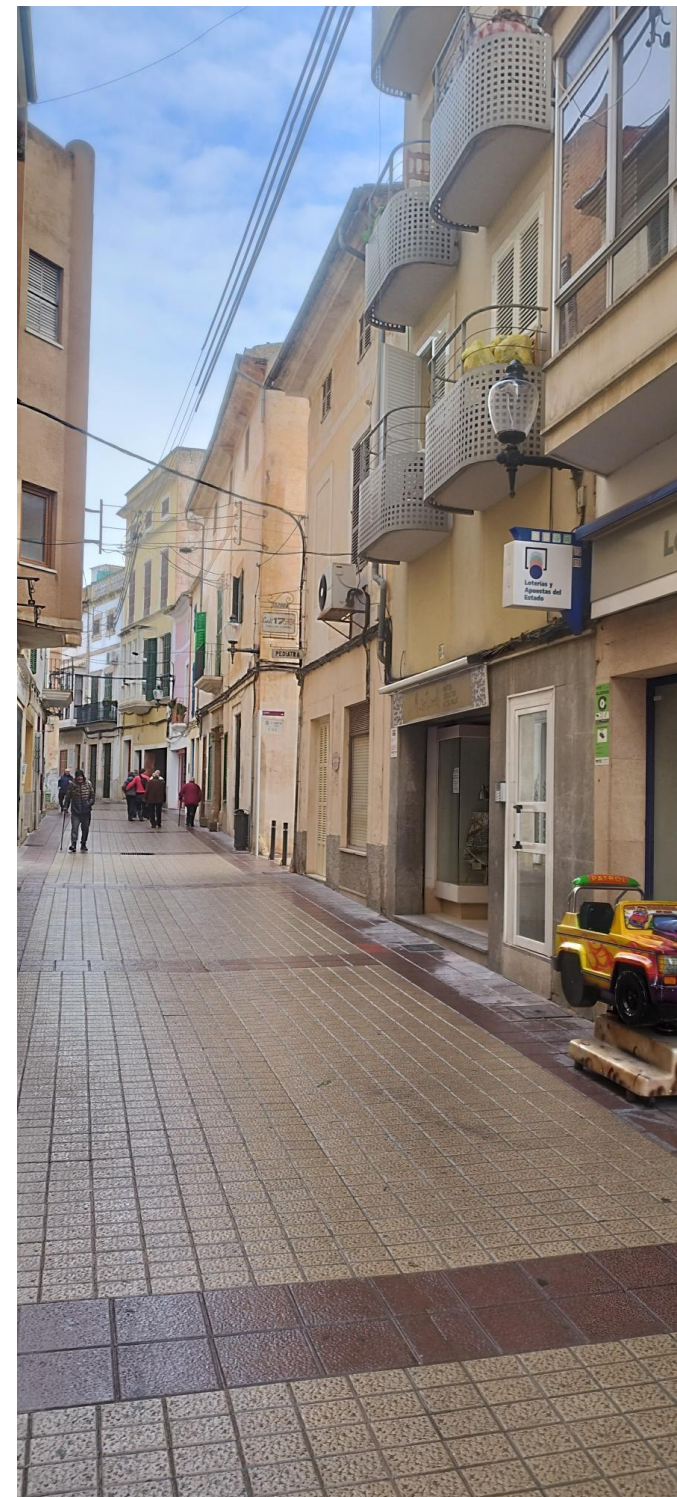
04.02. Objectius Generals i Específics

03



Promoure i dinamitzar el comerç de Felanitx, fent-lo més visible entre la seva població i promovent la compra-venda d'aquells productes més arrelats al municipi.

- Impulsar iniciatives que augmentin la notorietat del comerç de Felanitx i atraguin nou públic.
- Impulsar el sentit de pertinença entre el teixit comercial i productiu del municipi.
- Potenciar mesures que fomentin el treball conjunt i col·laboratiu entre el comerç i els sectors més influents i integrats dins la vida social i cultural del municipi.



04. Marc Estratègic

04.02. Objectius Generals i Específics



04



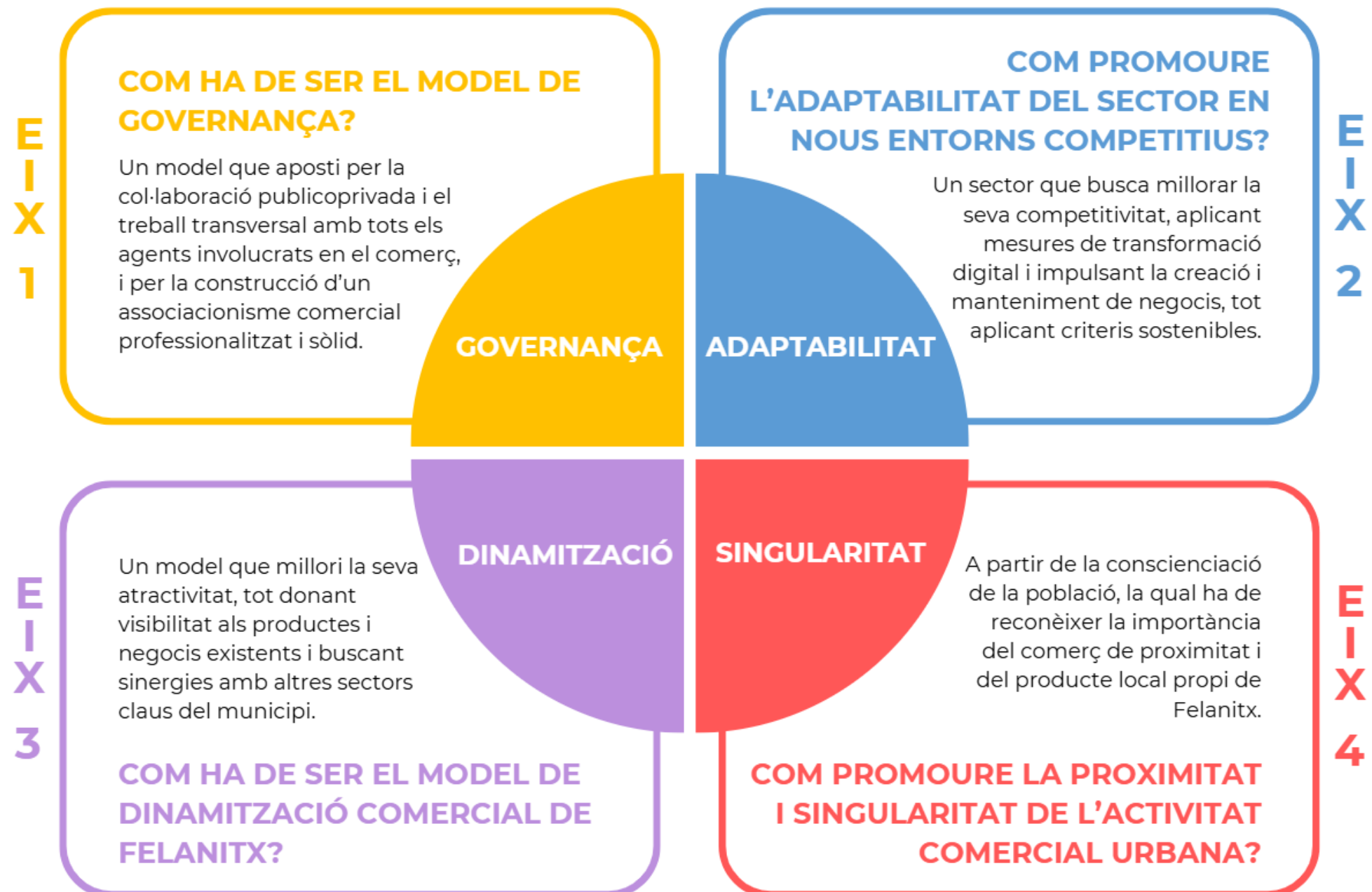
Promocionar i posar en valor el comerç i producte singular, de proximitat i propi de l'illa i el municipi de Felanitx.

- Conscienciar a la població dels avantatges i la importància de comprar i consumir localment.
- Potenciar una vinculació i sentit de pertinença unit als productes fets a Felanitx, els quals han de poder ser coneguts entre la seva població.
- Promoure els mercats del municipi com a espais on s'estimuli la promoció i venda de producte local i de proximitat de qualitat.

04.01. Proposta de valor



COM VOLEM QUE SIGUI EL PRODUCTE LOCAL I EL COMERÇ DE FELANITX A L'HORITZÓ DE L'ANY 2030?



01 | Com ha de ser el model de governança de l'activitat comercial urbana de Felanitx?



COL·LABORACIÓ PUBLICOPRIVADA

Un municipi on es busca la cooperació i el consens entre els sectors públic i privat, i hi ha consciència de la importància d'aquesta pel seu enfortiment.



TRANSVERSALITAT

Un Ajuntament que realitza de projectes de forma més col·laborativa entre les seves diferents àrees de l'Ajuntament, assolint una gestió més eficient dels recursos.

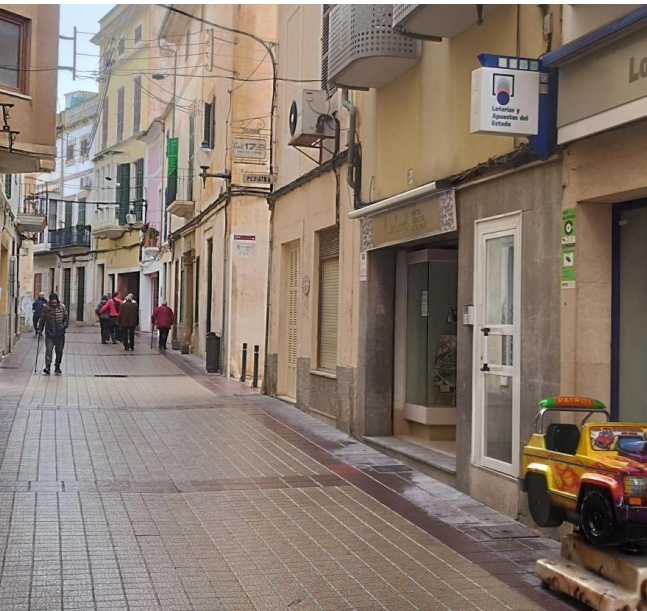


ASSOCIACIONISME

Un teixit comercial i productiu que compta amb associacions, aprofitant les mateixes com a factor clau d'eina de preservació del sector, com a cohesionador entre el teixit comercial i productiu i com a altaveu per la promoció del producte ofert a Felanitx.



02 | Com promoure l'adaptabilitat del sector als entorns competitiu?



RELLEU DE NEGOCI

Un teixit comercial i productiu que busca la seva modernització i adaptació al mateix temps que promou la tradició i el manteniment del teixit de Felanitx.

DIGITALITZACIÓ

Uns establiments conscienciats amb la importància de la incorporació de noves eines digitals als seus negocis i que es formen i preparen per fer-ho.



EMPREENEDORIA

Un municipi que promou i atrau talent, fomentant la creació de nous negocis i comerços competitiu i atractius pels seus habitants i compradors.

SOSTENIBILITAT

Un comerç i producte de proximitat que assoleix el seu objectiu seguint pràctiques sostenibles, al mateix temps que genera una estratègia que promogui la conscienciació sobre la importància dels hàbits de consum responsable.



03 | Com s'ha d'impulsar la dinamització comercial de Felanitx?

PROMOCIÓ

Un producte local i un comerç present als canals de comunicació del municipi, amb l'objectiu de convidar a la seva població a visitar i consumir tot allò fet a Felanitx.

VISIBILITAT

Un producte local i un sector comercial que, a partir d'una estratègica de promoció i comunicació, és reconegut pels ciutadans del municipi i forma part de la identitat viva d'aquest.



SINERGIES

Un sector comercial i productiu que estableix sinergies amb altres sectors claus dins la vida social de Felanitx, organitzant conjuntament esdeveniments i promocionant-se mútuament.



04 | Com promoure la proximitat i singularitat de l'activitat comercial urbana?

CONSCIENCIACIÓ

Una ciutadania conscienciada de la importància del comerç i la compra de producte local i tots els seus avantatges, com la seva qualitat, sostenibilitat i promoció del creixement econòmic del municipi.

MERCATS

Un municipi on el mercat i els diferents mercats setmanals siguin un motor comercial, al mateix temps que són lloc de promoció i venda del producte fet a Felanitx, sent un espai de convivència



PRODUCTE LOCAL

Un producte local conegut i proper pels ciutadans de Felanitx, que és promocionat i venut a bona part dels punts de venda del municipi i que és una mostra de la identitat de la localitat i els seus habitants.



05

Pla d'acció

En aquest apartat:

Eixos estratègics

Descripció dels programes

Cronograma de les accions

05. Pla d'acció

05.01. Eixos d'actuació

A partir de l'anàlisi, les conclusions recollides i partint del desenvolupament de la proposta de valor, es proposen els següents eixos d'actuació, els quals estructuraran el **Pla de dinamització del comerç i el producte local a Felanitx**. En total, s'han identificat un total de 4 eixos, a partir dels quals es duran a terme les propostes d'accions.

En aquest sentit, a partir dels reptes identificats s'ha de permetre incorporar noves iniciatives, millorar aquelles existents i buscar donar resposta als reptes que puguin anar sorgint a l'hora d'aplicar les diferents propostes de millora.

Com a tal, les accions que es derivin d'aquestes línies han de ser prou concretes per a ser operatives, però també han de resultar flexibles per a permetre la seva revisió i adaptació a les possibles canvis, recursos i dinàmiques de transformació que afectin el territori.

Concretament, es plantegen els següents 4 eixos estratègics:


E1
Un nou model de governança

E2
Una major adaptabilitat en entorns competitiu

E3
Un nou model de dinamització comercial

E4
Promoció de la singularitat i proximitat


05. Pla d'acció



E1 Un nou model de governança.

Justificació

- La necessitat d'enfortir el treball de consens i col·laboració entre el teixit econòmic de Felanitx i l'Ajuntament, podent així definir i impulsar mesures innovadores per millorar el sector comercial i productiu i definir en què ha d'esdevenir aquest.
- La necessitat de fomentar l'associacionisme entre els comerços i productors de Felanitx, al mateix temps que es promou la professionalització dels sectors.
- La necessitat de generar sinergies entre els diferents sectors i àrees vinculades o que puguin influir en el comerç i producte local del municipi, per així poder realitzar propostes més completes.



Prioritat	Complexitat	ODS			
● ● ● ● ●	Mitja	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Descripció del programa

Per tal de poder crear i tirar endavant iniciatives que beneficiïn al comerç, la producció local i als ciutadans de Felanitx, és essencial que es promoguin eines de col·laboració entre els diferents agents involucrats en el seu comerç i activitat productiva, tant si són públics com privats. A partir d'aquestes, es vol aconseguir traçar una estratègia compartida que promogui idees innovadores i que potenciï el creixement i impuls de tot allò venut i produït a Felanitx. Tot això es pretén aconseguir a partir de la creació de mecanismes que incentivin l'intercanvi d'idees, tot construint un full de ruta compartit que inclogui la definició de noves accions i estratègies a realitzar.

De la mateixa manera, és important que s'incentivi la col·laboració entre el propi teixit comercial i productiu a partir d'un associacionisme professionalitzat, sostenible i que serveixi com a element clau de contacte amb les institucions públiques.

Objectius específics

1. Incentivar la col·laboració publicoprivada.
2. Integrar la visió dels diferents agents de Felanitx en la definició d'estratègies d'enfortiment i promoció del comerç i el producte local, a partir de la creació d'espais de debat i reflexió.
3. Promoure, enfortir i professionalitzar l'associacionisme comercial i del sector productiu.
4. Millorar el treball transversal entre les diferents àrees de l'Ajuntament vinculades a l'activitat comercial i productiva.

Actuacions possibles

E1_A1. Creació d'un grup motor per a l'impuls de l'activitat econòmica urbana de Felanitx.

E1_A2. Firma del pacte per l'impuls del comerç i el producte local "Felanitx s'activa".

E1_A3. Realització d'un cens de producte local i comercial.

E1_A4. Programa de suport econòmic i tècnic a l'associacionisme comercial.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

El_A1. Creació d'un grup motor per a l'impuls de l'activitat econòmica urbana de Felanitx.

Descripció

Per tal de definir quin ha de ser el full de ruta que ha de seguir en els propers anys la dinamització del comerç i el producte local de Felanitx, es considera essencial la creació d'un grup de treball que incorpori persones representants de l'associació de comerciants de Felanitx, d'empreses del polígon, productors locals i altres entitats, juntament amb representants de l'equip tècnic i polític de l'Àrea de Comerç de l'Ajuntament.

En aquest sentit, el grup motor tindrà la tasca de comprovar com s'implementen i avaluen les mesures acordades en el projecte (com podrien ser aquelles presents en aquest pla), de la mateixa manera que proposar noves accions que considerin pertinents.

En cas que es vulgui proposar o implementar alguna mesura més singular, es podran incorporar de forma puntual representants d'altres sectors, com entitats culturals o altres grups que puguin generar sinergies amb el comerç i el producte local.

Objectius específics

- Impulsar, idear i dissenyar accions de forma col·laborativa per tal de poder promoure i fer més competitiu el comerç i el producte local del municipi.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi.

Indicadors de seguiment

Nombre de reunions periòdiques efectuades.
 Nombre d'accions acordades.

Acció

El_A2. Firma del pacte per a l'impuls del comerç i el producte local "Felanitx s'activa".

Descripció

És necessari que, per poder donar continuïtat a totes aquelles mesures acordades pel grup motor (P1_A1), es redacti un document que deixi constància del full de ruta que es seguirà. En aquest sentit, es proposa la creació i firma d'un pacte on es trobin recollides totes les mesures d'implementació que es seguiran per poder dur a terme les accions acordades.

Per la seva aplicació, serà necessari que les mesures acordades es dotin d'una partida econòmica per tal de poder-les efectuar i fer veure als seus participants que allò decidit en el grup motor té implicacions reals.

D'aquesta manera, el document haurà de ser efectuat i deixar constància de les bases col·laboratives i de consens establertes per tal de dinamitzar el comerç i el producte local de Felanitx, de nou mostrat un consens transversal entre l'Ajuntament, l'associació de comerciants, productors locals i les empreses del polígon.

Objectius específics

- Tenir un document marc que deixi constància del treball col·laboratiu efectuat per les diferents parts i que asseguri una continuïtat a les accions acordades pel grup motor.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals.

Indicadors de seguiment

Nombre d'accions recollides en el pacte.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

EI_A3. Realització d'un cens de producte local i comercial.

Descripció

És important que, per tal de poder veure quina és l'evolució del sector comercial i producte local i fer una estratègia i planificació d'aquest, es compti amb la màxima informació relativa als mateixos possible. En aquesta línia, es proposa la creació d'una base de dades i d'informació d'ambdós sectors.

Per tal de poder mantenir actualitzada aquesta informació, serà necessari la recollida de forma periòdica de censos i indicadors de salut comercial i productiva. En aquest sentit, s'haurà de disposar d'un registre de productors i comerços (també per tipologia de producte), indicadors d'ocupabilitat, de complementarietat comercial i productiva, etc.

Amb tot allò recol·lectat, l'Ajuntament podrà construir infografies i mapes de calor, al mateix temps que treure conclusions sobre quina és la situació dels sectors al municipi (fet necessari per poder efectuar mesures de dinamització més efectives per ambdós grups).

Objectius específics

- Poder conèixer quin és l'estat de situació del comerç i del sector productiu local de Felanitx, tot sent un important punt de partida per poder dissenyar i efectuar les accions d'impuls tenint en compte les característiques del territori.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre d'indicadors recollits.
 Nombre de negocis (comercials i productius) identificats.

Acció

EI_A4. Programa de suport econòmic i tècnic a l'associacionisme comercial.

Descripció

És important que Felanitx pugui comptar amb un teixit associatiu comercial i productiu que pugui col·laborar i impulsar mesures per dinamitzar i visibilitzar ambdós sectors. En aquest sentit, aquesta acció busca donar suport a l'associacionisme, a partir d'oferir ajuts econòmics i d'acompanyament als negocis.

D'aquesta manera, el programa, que es podrà incloure dins dels serveis actuals de Felanitx Emprèn, haurà de buscar facilitar i fer possibles un major nombre d'iniciatives conduïdes pel teixit associatiu, el qual sovint compta de recursos i una gestió limitats per la manca de finançament o coneixement tècnic.

Entre els aspectes que aquest programa buscava afavorir, trobem la millora de les capacitats internes de l'associació (eines de gestió, formació, etc.) i la disponibilitat i accés a recursos per l'efectuació de campanyes i activitats autoorganitzades o en col·laboració amb altres entitats del municipi. De la mateixa manera, es recomana que disposin d'un contacte directe amb un tècnic de l'Ajuntament amb qui poder resoldre dubtes i mantenir un acompanyament individualitzat.

Objectius específics

- Impulsar la professionalització i sostenibilitat del teixit associatiu de Felanitx, tot reforçant la seva capacitat de gestió i promoció.

Agents implicats

Associacions de comerciants i productors de Felanitx; Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre d'ajuts sol·licitats.

05. Pla d'acció



E2 Una major adaptabilitat en entorns competitiu.

Justificació

- La necessitat d'apropar al teixit econòmic de Felanitx als nous hàbits de consum de la seva població, donant-los eines per adaptar-se i prendre decisions davant dels nous contextos actuals i futurs.
- La necessitat de professionalitzar el sector comercial i productiu del municipi, donant-los eines per fer-los més competitiu.
- La necessitat de que el comerç realitzi una transició digital, tot incorporant les noves tecnologies tant en la gestió del seu negoci com en el tracte amb el client.
- La necessitat d'atraure noves iniciatives comercials que vagin alineades amb els valors del municipi, siguin atractives pels seus ciutadans i segueixin pràctiques sostenibles.



Descripció del programa

Les noves plataformes i els canvis en els hàbits de consum fan necessari que l'activitat econòmica de Felanitx faci un replantejament per adaptar-se al món actual, empenent un camí cap a la seva modernització. En aquest sentit, per promoure la resiliència i competitivitat dels sectors és important, per una banda, promoure l'actualització d'aquells negocis existents i, per l'altra, contribuir a la creació de noves iniciatives.

Amb tot això, es considera important que Felanitx promogui mesures que portin a la professionalització del comerç i l'activitat productiva, un apropament a les noves tendències, la digitalització dels negocis (tant per la seva gestió com per la millora de l'experiència de compra dels clients), l'aplicació de pràctiques sostenibles, etc. Al mateix temps, la promoció d'una emprenedoria i de llocs de treball de qualitat és essencial per atraure el talent de Felanitx necessita per ser competitiu.

Objectius específics

1. Captar i atraure nous projectes de negocis (en especial aquells vinculats al territori).
2. Millorar i actualitzar els coneixements i eines del teixit econòmic i productiu de Felanitx per tal que s'actualitzi a les noves tendències.
3. Promoure la digitalització i les pràctiques sostenibles entre els negocis.

Actuacions possibles

E2_A1. Cicle de seminaris formatius "Digitalitza Felanitx".

E2_A2. Creació d'una línia d'incentius "Felanitx, comerç viu i vibrant".

E2_A3. Plataforma de transformació del teixit econòmic "Felanitx Activa".

E2_A4. Programa de suport a la millora comercial "Fes que el comerç de Felanitx brilli".

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E2_A1. Cicle de seminaris formatius "Digitalitza Felanitx".

Descripció

Per tal d'ajudar als comerços i el sector productiu a introduir noves tecnologies de gestió i comunicació amb la clientela, es proposa la realització d'un cicle de seminaris formatius sobre digitalització.

D'aquesta manera, anualment es podrien efectuar un seguit de 6-7 seminaris amb una ampla diversitat de temàtiques. Alguns exemples podrien ser fer conèixer quines aplicacions poden ser útils pel dia a dia d'un negoci (organització, pagaments, comptabilitat, etc.), quins aspectes sobre ciberseguretat són importants a tenir en compte, de quina manera iniciar-se i fer créixer i crear un perfil atractiu a xarxes com Instagram, de quina manera realitzar accions de captació a través de les xarxes socials, com vendre a partir de Whatsapp Business o com posicionar un negoci a través de la geolocalització.

Objectius específics

- Incentivar un apropament del teixit comercial i productiu a les noves eines tecnològiques, amb un enfocament especialitzat per ells.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre de seminaris realitzats.
 Nombre de comerços i/o productors assistents als seminaris.

Acció

E2_A2. Impuls i consolidació d'una línia d'incentius "Felanitx, comerç viu i vibrant".

Descripció

Aquesta acció busca poder ajudar a donar un impuls als negocis de Felanitx, a partir de la millora de la seva imatge comercial. Per fer-ho, es proposa seguir i consolidar la línia d'incentius que s'atorga des de l'Ajuntament amb aquest objectiu, que disposa de 20.000€ de pressupost.

Aquesta línia ha de poder ser accessible per tots aquells negocis de Felanitx que portin anys treballant al municipi i busquin fer un canvi o millora en la seva imatge comercial, però també ha de ser oberta a nous emprenedors interessats a donar llum a la seva idea de negoci en el municipi i requereixin d'un ajut.

En aquest sentit, aquests incentius han de poder servir per millorar la imatge exterior dels establiments (cartelleria, aparadorisme...) i també la imatge interior (prestatgeries, col·locació de productes...).

Objectius específics

- Ajudar a millorar la imatge del teixit comercial de Felanitx.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre de negocis sol·licitants dels ajuts.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E2_A3. Plataforma de transformació del teixit econòmic "Felanitx Activa".

Descripció

Per tal de permetre als negocis tenir accés de forma fàcil i ràpida a tot un seguit de coneixements, es proposa la creació d'una plataforma en línia en la qual puguin trobar tot un seguit de recursos formatius de diversa índole.

Entre el material que hauria d'estar disponible a l'espai web, podem trobar vídeos de curta durada (amb l'objectiu de servir com a càpsules formatives en que a cadascun d'ells s'expliqui breument un tema), guies de suport comercial i material docent divers. Tot aquest contingut podria ser consultat pels comerços i productors quan ells ho requereixin, adaptant-se d'aquesta manera als seus horaris i necessitats.

De la mateixa manera, aquest material formatiu podria tractar molts temes, des de digitalització dels negocis (competències digitals, comunicació digital, ciberseguretat, etc.) fins a la millora de la gestió i la comunicació amb la clientela.

Objectius específics

- Oferir formació contínua i flexible als negocis mitjançant una plataforma digital que centralitzi recursos i permeti un aprenentatge ràpid i senzill.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre de càpsules formatives disponibles.
 Nombre de visualitzacions del contingut.

Acció

E2_A4. Programa de suport a la millora comercial "Fes que el comerç de Felanitx brilli".

Descripció

Aquesta acció busca ajudar als comerços a modernitzar i adequar la seva imatge comercial, tot tenint en compte i aprofitant les particularitats del moment.

Per tal d'assolir-ho, es proposa l'efectuació d'un programa de formació i acompanyament per aquells comerços que per dates assenyalades, com nadal o pasqua, entre d'altres, vulguin millorar la seva imatge comercial. En aquest sentit, el programa comptarà amb 8 hores de formació en matèria d'aparadorisme i paqueteria, tractant temes com de quina manera dissenyar campanyes comercials atractives o quin tipus de cartelleria és més idònia per cada moment de l'any.

Aquestes formacions poden ser complementades per un treball de suport individualitzat per aquells negocis que hi hagin assistit, podent acabar de definir de forma particular quin és el millor camí a seguir per cada cas.

Objectius específics

- Modernitzar i millorar la imatge del teixit comercial de Felanitx, al mateix temps que es promou que s'adapti a les festivitats celebrades al municipi, generant un major vincle entre comerç i ciutadania.

Agents implicats

Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; teixit comercial.

Indicadors de seguiment

Nombre de negocis assistents a les formacions.
 Nombre de negocis que realitzen suport individualitzat.

05. Pla d'acció



E3 Un nou model de dinamització comercial.

Justificació

- La necessitat d'impulsar projectes compartits entre el comerç i el sector productiu de Felanitx, amb també altres sectors estratègics del municipi, podent així fer una dinamització conjunta de les seves activitats.
- La necessitat de definir una estratègia de promoció comercial i del producte local de Felanitx, per tal de fer-lo més atractiu i identificable per els ciutadans del municipi.
- La necessitat d'impulsar una visió transversal i integradora en l'elaboració de polítiques públiques que involucrin el comerç, el sector productiu i tots aquells sectors estratègics del municipi.



Prioritat	Complexitat	ODS			
● ● ● ● ● Mitjana	Mitja	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Descripció del programa

Al mateix temps que el municipi incorpora canvis en la seva gestió col·laborativa i professionalització del sector comercial i productiu, serà important que tot vagi acompanyat d'una estratègia de promoció i comunicació, tant dels comerços de Felanitx com dels seus productes locals. Així, es buscarà generar una imatge atractiva pels consumidors que cridi a comprar al municipi.

De la mateixa manera, per tal que el sector comercial i productiu del municipi estiguin integrats al territori, és essencial afavorir les seves sinergies i el treball col·laboratiu entre ambdós sectors, i també amb altres sectors estratègics del municipi, com aquell cultural i artístic. S'ha buscat que els diferents sectors puguin compartir recursos i visibilitat, tot promocionant-se de forma conjunta.

Objectius específics

1. Crear una estratègia de promoció que apropi als ciutadans als negocis de Felanitx.
2. Promoure espais de treball col·laboratiu entre el comerç, el sector productiu i altres actors estratègics del municipi, tot cercant donar una imatge col·lectiva del que és Felanitx.
3. Animar al sector comercial a partir d'un projecte comú, transformador i col·lectiu entre diversos àmbits de la ciutat, que ajudarà a la seva dinamització i integració a Palma.

Actuacions possibles

E3_A1. Programa d'impuls de reactivació de locals buits "D'espais buits a espais vius a Felanitx".

E3_A2. Impuls de campanyes de visibilitat comercial "Fem Felanitx, fem comerç".

E3_A3. Programa d'activitats de cultura i comerç.

E3_A4. Creació de rutes comercials i culturals a Felanitx.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E3_A1. Programa d'impuls a la reactivació de locals buits "D'espais buits a espais vius a Felanitx".

Descripció	Per aconseguir que una zona comercial sigui dinàmica, és essencial que hi hagi la màxima activitat al carrer. Aquesta acció busca assolir-ho a partir de promoure una reactivació dels locals buits en planta baixa. El programa ha d'incloure, d'entrada, un cens de locals buits del municipi, on es pugui conèixer d'aquesta manera la disponibilitat de locals (en venda, lloguer, ambdues o fora del mercat) i, en la mesura del possible, el seu estat actual. A partir del cens, es podrà fer una avaluació per tal de conèixer quin és l'estat de situació a Felanitx, i proposar mesures de millora. Entre possibles accions a efectuar, trobem fer ús dels aparadors buits com a espai expositiu dels atractius del municipi i les activitats que s'hi desenvolupin, llençar un paquet d'incentius per tornar a donar ús als locals (a partir de bonificacions) o oferir-los com a espai de prova per a nous emprenedors.
Objectius específics	Reactivar i impulsar l'ús dels locals buits en planta baixa per tal de donar més vitalitat i continuïtat a les zones comercials i afavorir també aquells negocis ja existents.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament.
Indicadors de seguiment	Nombre de locals buits reactivats. Nombre de locals buits censats.

Acció

E3_A2. Impuls de campanyes de visibilitat comercial "Fem Felanitx, fem comerç".

Descripció	Per tal de reforçar la presència del comerç i el producte local en el dia a dia del municipi i la seva ciutadania, tot posicionant-lo com un motor actiu de la seva vida social, es proposa impulsar tot un seguit de campanyes de visibilitat sota el lema de "Fem Felanitx, fem comerç". En aquest sentit, s'haurà de buscar que aquestes campanyes tinguin un impacte visual als carrers i aparadors del municipi, ja sigui a partir d'instal·lacions efímeres a carrers o places amb missatges sobre el comerç local, murals temporals o codis QR als aparadors on trobar informació sobre la història dels negocis. Sumat a l'impacte directe i visible als carrers, també serà necessari fer arribar la iniciativa i la promoció del comerç i el producte local a partir de cartelleria, la qual pot ser impresa i penjada pels carrers com també distribuïda en línia, a partir de les xarxes socials i els mitjans oficials de l'Ajuntament (espai que es pot prestar als comerços per tal que es publicitin).
Objectius específics	- Reforçar la presència i visibilitat del comerç i producte local de Felanitx en l'espai públic i digital, tot fent-lo arribar a la ciutadania i promovent-lo com un element clau de la vida social i econòmica del municipi. - Conscienciar a la població de la importància del comerç local i de proximitat.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals.
Indicadors de seguiment	Quantitat i ubicació dels materials visuals instal·lats. Nombre de comerços implicats directament en les campanyes.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E3_A3. Programa d'activitats de cultura i comerç.

Descripció	Per tal de fer que el sector comercial i productiu de Felanitx es vinculi amb el municipi i els seus ciutadans, és essencial que aquest formi part, col·labori i busqui sinergies amb altres sectors essencials de Felanitx, com podria ser el cultural. Seguint aquesta línia, aquesta acció busca que aquests dos àmbits aprofitin i comparteixin recursos per promocionar-se mútuament i, al mateix temps, impulsar valors comuns. Es proposa que s'efectuïn un seguit d'activitats i iniciatives (conformant totes elles, un programa) on ambdós sectors hi participin. Entre les possibles iniciatives que podria incorporar el programa, trobem l'emissió de bons de compra al comerç local, els quals, per la compra de productes fets a Felanitx, donessin descomptes a activitats culturals realitzades al municipi (com obres de teatre o concerts). De la mateixa manera, els aparadors dels establiments podrien ser emprats també com a lloc expositiu d'obres d'art o imatges d'aquelles activitats que es realitzin des de les associacions culturals de Felanitx. Un altre exemple podria ser l'organització d'una tarda de música i producte local, on es fessin concerts i espectacles per part de l'escola de música i dansa del municipi i això s'acompanyés d'un tast de productes alimentaris produïts a Felanitx. Finalment, la col·laboració es podria estendre també al sector educatiu, amb tallers per als més menuts que els fessin coneixedors de la importància del comerç i el producte local.
Objectius específics	Fomentar la col·laboració i sinergies entre els sectors comercial, productiu i cultural de Felanitx, podent així realitzar promoció mútua, compartir recursos i consolidar valors compartits que reforcin la identitat del municipi.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi.
Indicadors de seguiment	Nombre d'activitats realitzades dins del programa. Participació i/o assistència a les activitats organitzades.

Acció

E3_A4. Creació de rutes comercials i culturals a Felanitx.

Descripció	Aquesta acció proposa la creació d'una sèrie de rutes comercials temàtiques que connectin el teixit comercial i productiu de Felanitx amb espais i articles d'interès cultural, patrimonial i artístic del municipi. Les rutes poden combinar diversos formats i adaptar-se a diferents perfils de públic, amb l'objectiu de posar en valor la riquesa i la diversitat del municipi. Alguns exemples de rutes proposades poden ser una ruta de l'art i el comerç, on es fes un recorregut per botigues, tallers d'artesans i intervencions artístiques urbanes del municipi; una ruta del patrimoni i el sabor local, combinant espais patrimonials amb degustacions i experiències gastronòmiques en restaurants fets amb producte de proximitat; o una ruta de comerços amb història. Les rutes poden estar senyalitzades físicament i complementades amb materials impresos i digitals (plànols, codis QR, etc.), amb opcions d'autoguiatge o visites dinamitzades puntuals (per exemple, en caps de setmana o dins d'esdeveniments locals).
Objectius específics	Promoure la dinamització del teixit comercial i productiu de Felanitx mitjançant la creació d'experiències urbanes que integrin cultura, patrimoni i consum local.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi.
Indicadors de seguiment	Nombre de persones participants de les rutes. Nombre de rutes implementades. Nombre de comerços, productors i entitats culturals implicades.

05. Pla d'acció



E4 Promoció de la singularitat i proximitat.

Justificació

- La necessitat de promoure i donar a conèixer el producte local entre els ciutadans de Felanitx.
- La necessitat de fer veure el comerç i el producte local de Felanitx com a part essencial de la identitat del municipi.
- La necessitat de promoure la singularització del teixit comercial i del producte fet a Felanitx.
- La necessitat de preservar el teixit comercial i productiu de proximitat i singular, tot posant en valor la seva tasca davant de grans cadenes comercials.



Prioritat	Complexitat	ODS	
● ● ● ● ● Mitjana	Mitja		

Descripció del programa

El comerç i el producte local d'un territori són dues peces claus per entendre la identitat d'un municipi. En el cas de Felanitx, la pèrdua del comerç i el producte tradicional és un aspecte que preocupa als seus comerciants i productors, sent per tant necessari prendre mesures per conscienciar a la població del municipi de la importància de comprar producte de proximitat. Al mateix temps, per fer-ho, és clau que el propi teixit comercial, l'Ajuntament i altres sectors estratègics col·loquin la producció local com un dels aspectes destacats del que és Felanitx, estant present en múltiples punts de venda i introduint-lo dins l'imaginari col·lectiu de la població.

En aquest sentit, és important que el producte de Felanitx i el seu comerç busquin una singularització, a partir de posar en valor la seva qualitat i vincle amb el territori. Tot això, al mateix temps, també contribuirà a millorar el sentiment de pertinença i arrelament al territori.

Objectius específics

1. Donar a conèixer i promoure la compra de producte local fet a Felanitx entre tota la seva població.
2. Conscienciar a la població de Felanitx de la importància del comerç i el producte de proximitat, tot introduint aquests dos aspectes dins del seu imaginari del municipi.
3. Promoure la singularització i diferenciació de la producció local de Felanitx.

Actuacions possibles

E4_A1. Campanya de creació d'una marca o segell pel producte de Felanitx.

E4_A2. Jornades d'impuls a la sostenibilitat i comercialització del producte local a Felanitx.

E4_A3. Celebració de la setmana del consum conscient a Felanitx.

E4_A4. Creació d'uns premis comercials "Felanitx: promovent la identitat del territori".

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E4_A1. Campanya de creació d'una marca o segell pel producte de Felanitx.

Descripció	Per tal que els productes agroalimentaris, artesanals i comercials fets a Felanitx puguin guanyar visibilitat i ser fàcilment identificats pels consumidors, es proposa la creació d'una marca o segell comercial que els diferenciï de la resta, tant en punts de venda local com en mercats o espais de comercialització exteriors. D'aquesta manera, la identificació a partir d'un segell servirà com a eina de promoció econòmica i també del mateix municipi, buscant associar-lo a valors de qualitat, proximitat, sostenibilitat i arrelament local. Es proposa que per tal de crear la marca, es realitzi un procés de diagnosi per identificar els trets identitaris del territori i dels seus productes, així com una fase participativa amb els agents implicats (productors, comerciants, artesans, entitats socials i culturals) per garantir que la marca neixi d'una construcció col·lectiva i sigui representativa de la diversitat local. A partir d'aquesta feina, s'haurà de desenvolupar una imatge gràfica i un relat comunicatiu que acompanyaran el segell en tots els seus usos.
Objectius específics	Crear una marca identificadora que diferenciï i posi en valor els productes elaborats a Felanitx, permetent, entre d'altres, una identificació més senzilla d'allò elaborat al municipi per tal de potenciar el seu consum i el recolzament a l'economia local.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi.
Indicadors de seguiment	Nombre de productes adherits al segell. Nombre de comerços que ofereixen productes amb el segell.

Acció

E4_A2. Jornades d'impuls a la sostenibilitat i comercialització del producte local a Felanitx.

Descripció	Per tal de promoure i reforçar l'economia local i potenciar les pràctiques sostenibles en la producció, distribució i venda dels productes de proximitat, es proposa la realització d'unes jornades anuals dedicades a la comercialització del producte local i l'impuls de pràctiques sostenibles. Aquestes jornades han de ser un espai de trobada, reflexió i formació adreçat principalment a productors, comerços i restauradors. En les mateixes, es proposa combinar formats diversos (com taules rodones, tallers i mostres de productes o experiències d'èxit), en les quals es buscarà fomentar l'intercanvi de coneixements i bones pràctiques relacionades amb el comerç just, l'economia circular, la importància del comerç de proximitat o la producció ecològica. D'aquesta manera, Felanitx podria esdevenir un exponent i referència en aquest tipus de iniciatives, tot mostrant com el producte local pot també ser un important actiu per la lluita contra el canvi climàtic, la sobirania alimentària i la cohesió territorial.
Objectius específics	Fer que Felanitx pugui ser un exponent del comerç sostenible i de proximitat, tot promovent i fent accessible formació i eines útils pel seu teixit econòmic i productiu que els animi a seguir aquest tipus de pràctiques.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Experts; Comerços i Productors d'altres municipis que siguin exponents.
Indicadors de seguiment	Nombre d'assistents per perfil (comerciants, productors, etc.). Nombre de ponents i activitats desenvolupades.

05. Pla d'acció

05.03. Descripció de les accions

Acció

E4_A3. Celebració de la setmana del consum conscient a Felanitx.

Descripció	Per tal de promoure i fer conèixer la importància de la responsabilitat mediambiental i el consum de productes de proximitat, és essencial que la ciutadania, qui són els actuals o futurs consumidors, en tinguin consciència. Per tal d'aconseguir-ho, es proposa la celebració d'una setmana del consum responsable a Felanitx. Durant els 7 dies, serà important que en el municipi es realitzin activitats que serveixin com a espais de reflexió i participació per la ciutadania. Entre les diferents propostes, hi podríem trobar una fira, on els artesans i productors locals poguessin vendre directament el seu producte i explicar els seus beneficis directament al públic; la realització de tallers i excursions escolars amb els productors locals, ensenyant als nens com s'elaboren certs productes o de quina manera es cultiven; o la creació i repartiment d'un mapa de recursos locals sostenibles i responsables, on trobar informació d'aquells negocis que segueixen unes millors pràctiques.
Objectius específics	Fer conèixer a la ciutadania la importància del comerç de proximitat, els productes locals, la reducció en emissió de residus i el respecte pel medi ambient, entre d'altres, tot potenciant al mateix temps la compra-venda de productes responsables.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi; Ciutadania.
Indicadors de seguiment	Nombre de comerços i productors implicats. Increment de les vendes de productes i comerços responsables.

Acció

E4_A4. Creació d'uns premis comercials "Felanitx: promovent la identitat del territori".

Descripció	Amb la voluntat de posar en valor el paper del teixit comercial i productiu com a agent actiu en la promoció, arrelament i part de la identitat de Felanitx, es proposa la creació d'uns premis anuals que reconeixin les iniciatives comercials i aquells productes fets a Felanitx més compromesos amb el desenvolupament sostenible, la cultura del municipi, la innovació responsable i la proximitat. Aquests premis poden tenir diferents categories (com per exemple, comerç innovador, trajectòria, vinculació amb el territori o pràctiques sostenibles) i han de ser atorgats a partir de un procés de selecció conformat per representants d'entitats locals i de l'Ajuntament. De la mateixa manera, el fet que aquests premis siguin celebrats de manera periòdica pot justament incentivar a els comerços i productors a emprar unes millors pràctiques o innovar per obtenir-los.
Objectius específics	Donar reconeixement als comerços i productors que incentiven pràctiques positives pel creixement i vida social del municipi, al mateix temps que crear un incentiu per tal de promoure la innovació, sostenibilitat i proximitat entre ambdós.
Agents implicats	Àrea de Comerç i Emprenedoria de l'Ajuntament; Associació de Comerciants de Felanitx; Empreses del Polígon; Productors Locals; Entitats Culturals i Associacions del Municipi; Ciutadania.
Indicadors de seguiment	Nombre de premis atorgats per edició. Grau de satisfacció dels condecorats.

05. Pla d'acció

05.04. Cronograma de les accions

E1. Un nou model de governança.	2025	2026	2027	2028	2029
E1_A1. Creació d'un grup motor per a l'impuls de l'activitat econòmica urbana de Felanitx.					
E1_A2. Firma del pacte per l'impuls del comerç i el producte local "Felanitx s'activa".					
E1_A3. Realització d'un cens de producte local i comercial.					
E1_A4. Programa de suport econòmic i tècnic a l'associacionisme comercial.					
E2. Una major adaptabilitat en entorns competitiu.	2025	2026	2027	2028	2029
E2_A1. Cicle de seminaris formatius "Digitalitza Felanitx".					
E2_A2. Creació d'una línia d'incentius "Felanitx, comerç viu i vibrant".					
E2_A3. Plataforma de transformació del teixit econòmic "Felanitx Activa".					
E2_A4. Programa de suport a la millora comercial "Fes que el comerç de Felanitx brilli".					
E3. Un nou model de dinamització comercial.	2025	2026	2027	2028	2029
E3_A1. Programa d'impuls de reactivació de locals buits "D'espais buits a espais vius a Felanitx".					
E3_A2. Impuls de campanyes de visibilitat comercial "Fem Felanitx, fem comerç".					
E3_A3. Programa d'activitats de cultura i comerços.					
E3_A4. Creació de rutes comercials i culturals a Felanitx.					
E4. Una promoció de la singularitat i la proximitat.	2025	2026	2027	2028	2029
E4_A1. Campanya de creació d'una marca o segell pel producte de Felanitx.					
E4_A2. Jornades d'impuls a la sostenibilitat i comercialització del producte local a Felanitx.					
E4_A3. Celebració de la setmana del consum conscient a Felanitx.					
E4_A4. Creació d'uns premis comercials "Felanitx: promovent la identitat del territori".					

06

Evidències

En aquest apartat:

Seguiment i cronologia de les entrevistes realitzades

04. Evidències

04.01. Seguiment i cronologia de les reunions realitzades

Tot seguit, s'indiquen els noms dels comerços i productors de Felanitx contactats per realitzar entrevistes on es preguntava la seva opinió respecte al producte del municipi i la situació del comerç local.

Nom del comerç / productor	Data de realització de l'entrevista
Ceràmiques Felanitx	01/04/2025
Sitopografia	01/04/2025
Alou Palmer	01/04/2025
Forn s'Arraval	01/04/2025
Fotografia Bennassar	03/04/2025
Lobelia	03/04/2025
Petit Baloo	03/04/2025
Moments	03/04/2025
Pâtisserie Cas Francès	04/04/2025

Nom del comerç / productor	Data de realització de l'entrevista
Armero i Adrover	04/04/2025
Pantastic	04/04/2025
Panaderia Sa plaça	07/04/2025
Forn Can Picornell	07/04/2025
Xisai	08/04/2025
Forn de Can Vica	09/04/2025
Vi d'auga	09/04/2025
7 empelts oli	09/04/2025
Pebre De Ca'n Gotlet	09/04/2025

Pla de dinamització del comerç i el producte local a Felanitx

Treball realitzat per:



Ajuntament de Felanitx



Amb la col·laboració de:

