



CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA Estudi al centre històric de Palma

FUNDACIÓ INICIATIVES DEL MEDITERRANI
amb la col·laboració de Palma XXI i Tramuntana XXI

Edita:

FUNDACIÓ INICIATIVES DEL MEDITERRANI

La Rambla, 13 1er, 07003 Palma

www.iniciativesxxi.com

info@palmaxxi.com

Coordinació:

Jaume Garau i Salas, president de la Fundació Iniciatives del Mediterrani

Joe Holles, secretari de la Fundació Iniciatives del Mediterrani

Autora i directora tècnica:

Maria Gómez Llabrés, arquitecta-urbanista

Col·laboradors:

Maria Cifre Sabater

Juanjo Suárez

Agraïments:

Palma XXI, Tramuntana XXI, Ajuntament de Palma, Maria Lluïsa Dubon Pretus, Pere Fullana Puigserver, Jaume Gual Carbonell, Dolores Ladaria Bañares, Climent Picornell Bauza, Pere Rabassa Sansaloni, Guillem Aloy Bibiloni, Magdalena Aguiló Victory, María García-Hernández, Manuel de la Calle-Vaquero, Bálint Kádár, Marta Ferriol, Joan Juan, Tomeu Olivares, Uta Werner, Miquel Rayó, Toni Colom, Jaime Salvà, Aina Soler, Joana Roca, Alberto del Alamo, Toni Juncosa, Marina Sampol, Maurici Ruiz, Antoni Martínez Taberner, Edita Navarro, Pep Bernales, Marcial Bardolet, Martí Bestard, Biel Horrach, Pilar Simon, Carlos Nogueira, Antoni Tarabini, Miguel Conde, Antoni Joan Salas Cantarellas, Marta Bonnail, Francisca Miró, Marlén Albadalejo, Associació de veïns i veïnes de Canamunt, Sa Calatrava i La Seu.

Depòsit legal:

XXX

ISSN:

XXX

Octubre, 2018

No està permesa la reproducció total o parcial d'aquest estudi, ni el seu tractament informàtic, ni la transmissió de cap forma o per a qualsevol mitjà, ja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, per registre o per altres mitjans, sense el permís previ i per escrit dels titulars del Copyright.



ÍNDEX

PRÒLEG.....	5
INTRODUCCIÓ	6
PRIMERA PART. LA INTENSITAT TURÍSTICA DELS DARRERS ANYS: UNA VISIÓ GENERAL.....	8
1. LA INTENSITAT TURÍSTICA VA A MÉS.....	8
1.1. Més turistes i més places turístiques.....	8
1.2. Més arribades per via aèria i marítima.....	10
1.3. La intensitat turística provoca més mobilitat.....	12
1.4. Les previsions de la pressió sobre el territori van en augment.....	14
2. LA PRESSIÓ SOBRE EL MERCAT IMMOBILIARI AUGMENTA.....	15
2.1. El mercat immobiliari va a l'alça de la mà del turisme.....	15
2.2. La pèrdua d'habitatge front a les grans plataformes de lloguer turístic.....	16
2.3. Dels desnonaments hipotecaris als desnonaments de lloguer.....	17
3. L'AUGMENT DEL TURISME INTENSIFICA ELS DESEQUILIBRIS SOCIALS I AMBIENTALS.....	19
3.1. Més càrrega ambiental sobre el territori.....	19
3.2. L'augment de la intensitat turística ha portat més càrrega social.....	21
3.3. Més conflicte social.....	24
3.4. Respostes d'intervenció pública per a regular la intensitat turística.....	25
4. LA INTENSITAT TURÍSTICA A MALLORCA.....	26
SEGONA PART. ESTUDI DE CAS: EL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA.....	27
1. ÀMBIT D'ESTUDI.....	27
2. INTENSITAT TURÍSTICA.....	28
2.1. Places turístiques.....	28
2.2. Afluència de cotxes.....	31
2.3. Transport públic: afluència de busos.....	34
2.3.1. Xarxa de busos municipals.....	34
2.3.2. Xarxa de busos insular.....	35
2.4. Afluència de vianants.....	37
2.5. Fluxos de vianants segons les xarxes socials.....	41



3.	ACTIVITAT IMMOBILIÀRIA	43
3.1.	Augment del preu de l'habitatge	43
3.2.	Estades turístiques en habitatge.....	44
3.3.	Les dinàmiques del mercat de compravenda	45
4.	DINÀMIQUES SOCIALS.....	48
4.1.	Evolució de la població	48
4.2.	Transformació del comerç.....	49
4.3.	Desnonaments	52
4.4.	Percepció i valoració de l'ús dels espais públics del centre històric de Palma	53
TERCERA PART. CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA I SOSTENIBILITAT DE LA DESTINACIÓ DEL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA		56
1.	DEFINICIÓ DE CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA.....	56
2.	CÀRREGA DE PERSONES AL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA.....	56
2.1.	Com es calcula la càrrega?.....	56
2.2.	Càlcul de la capacitat de càrrega del centre històric de Palma.....	57
3.	ESTIMACIÓ DEL SOSTRE MÀXIM DE CAPACITAT DE CÀRREGA PEL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA	58
3.1.	Què és el Sostre de Càrrega Turística (SCT)?	58
3.2.	Com establim la necessitat d'un Sostre de Càrrega Turística?.....	58
3.3.	Proposta de Sostre de Càrrega Turística al centre històric de Palma.	60
QUARTA PART. CONCLUSIONS GENERALS.....		62
ANNEX 1. METODOLOGIA		63
ANNEX 2. CALENDARI DE CREUERS ABRIL - AGOST 2018.....		70
ANNEX 3. PLÀNOL D'ÀMBIT D'ESTUDI I SITUACIÓ DE LES PORTES		72
ANNEX 4. CRITERIS DE DISTINCIÓ ENTRE PERSONES RESIDENTS I VISITANTS		73



PRÒLEG

La indústria turística és l'activitat econòmica hegemònica de les Illes Balears. Després de la gran crisi econòmica de l'any 2008, el turisme torna a créixer d'una manera intensa, en consonància amb les previsions de la OMT, que ens diu que el turisme mundial al mediterrani creixerà un 2,3% anual fins l'any 2030. De fet, les Illes, varen rebre l'any 2017 16.338.906 turistes, 3.235.000 més que fa 10 anys.

Malgrat les àrees del litoral són les que concentren la major part de recursos turístics i recreatius de Mallorca, avui en dia la pressió turística també afecta els centres històrics de molts municipis de l'illa. Aquest creixement és benvingut per gran part de la societat mallorquina, però també hi ha veus crítiques cada vegada més rellevants que denuncien l'alta intensitat i la saturació dels espais naturals, carreteres i centres històrics, entre d'altres qüestions.

Val dir que el debat que es planteja no és nou i té un cert caràcter cíclic des de principis del segle XX; és més intens en els moments de creixement turístic i es rebaixa la intensitat en moments de crisi d'arribada de turistes. La consulta de les hemeroteques també evidencia que aquest mateix debat ja es plantejava als anys 70, com evidencia l'editorial del *Diario de Mallorca* del setembre del 1971:

“El tema está en la calle. Comentarios, cartas a la Prensa, opiniones de expertos y de profanos, dan fe de que se está haciendo mayoritaria la convicción de que estamos destruyendo progresivamente Mallorca.”

A dia d'avui, els debats giren entorn de temes com, per exemple, si la saturació és real o percebuda, si hem de limitar o regular, si podem diversificar l'activitat econòmica o no, etc. Les veus crítiques argumenten que cal canviar de model turístic basat en el creixement continu i ancorat en la modalitat del sol i platja, ja que aquest model ha evolucionat de tal manera i amb tal intensitat que debilita les capacitats econòmiques, socials i ambientals de l'illa de Mallorca.

L'estudi que presentam, vol aportar dades empíriques al debat per tal de comprendre com actua l'alta intensitat turística al centre històric de Palma, de gran importància real i simbòlica per a tots els mallorquins i que pateix d'un procés de transformació que amenaça amb la seva desaparició com a lloc per viure-hi per a convertir-se en un centre urbà destinat al monocultiu turístic.

Jaume Garau i Salas,

President de la Fundació Iniciatives del Mediterrani



INTRODUCCIÓ

Els centres històrics de moltes ciutats europees són fruit d'una llarga evolució d'un seguit de transformacions urbanes que començaren fa centenars d'anys i perduren fins avui. Fins a principis del segle XX, era habitual que el centre històric fos la part de la ciutat on hi vivien i treballaven la major part dels ciutadans i on s'hi situaven la majoria de les institucions i serveis. Moltes d'aquestes ciutats ja havien conegut l'èxit del turisme cultural i urbà, que a principis del segle XX acollien les elits europees a la recerca d'un clima càlid i ciutats amb encant. Més recentment, la facilitació a l'accés al turisme, ha diversificat l'oferta de productes turístics i ha incorporat els centres històrics als circuits del turisme de masses. A més, el major accés a la informació i les noves tecnologies han duit a l'aparició de les plataformes online P2P, denominades d'economia "col·laborativa", que posen en contacte a gent que ofereix espai amb gent que en cerca. La més exitosa d'elles és Airbnb, amb més de 2.000.000 allotjaments registrats en 190 països¹. Aquesta intensificació del turisme de masses urbà no només està transformant el turisme urbà tradicional, sinó que està alterant la vida de molts nuclis antics de les distorsionant la seva funció residencial tradicional cap a una funció comercial i turística.

El turisme urbà que s'ha instal·lat els últims anys a les nostres ciutats, no permet la conciliació de les activitats turístiques amb la convivència veïnal, la conservació de les tradicions i festes, etc., el que col·loquialment s'anomena el "dret a la ciutat". Per tant, és evident la necessitat de cercar fórmules que propiciïn el consens social sobre la gestió simultània del turisme amb la ciutat.

Amb aquest estudi volem passar de la teoria a la pràctica, de les opinions als fets. Degut a la manca d'estudis i de dades concretes sobre el canvi d'hàbits i comportaments de residents i visitants a les ciutats i municipis d'alta intensitat turística de les nostres illes, el present estudi vol aportar una nova lectura sobre la *capacitat de càrrega* turística al centre històric de Palma.

Els principals objectius d'aquest estudi per avaluar la capacitat de càrrega són:

1. Identificar els principals paràmetres i variables necessaris per avaluar la capacitat de càrrega al centre històric de Palma.
2. Elaborar una metodologia de comptatge de la càrrega al centre històric de Palma replicable a altres espais urbans semblants de les nostres Illes.
3. Plantejar possibles escenaris futurs d'intensitat turística combinant diferents models de creixement demogràfic i turístic.

¹ Guttentag, D.A.; Smith, S.L.J. Assessing (2017) *Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations*.



A la primera part de l'estudi trobareu un recull de les dades ja publicades més significatives sobre el fenomen el creixement de la intensitat turística, els impactes socials, econòmics i ambientals que genera a Mallorca. També veurem la relació entre la intensitat turística, el creixement del sector immobiliari i el desplaçament dels residents, així com les principals fenòmens de la transformació que està patint el nostre territori i que genera més preocupació social.

A la segona part trobareu els resultats de la investigació i el seu anàlisi sobre el fenomen de la intensitat turística al centre històric de Palma. Aquest resultats combinen de diverses tècniques de recerca. Per un costat, la recerca documental de fonts oficials que ens permeten contextualitzar els diferents temes que anam abordant, i per l'altre costat la recerca de treball de camp focalitzada a l'àmbit del centre històric de Palma. Aquestes dades que són fruit de l'observació a peu de carrer comporten un valor afegit a l'estudi ja que permeten l'enteniment dels diferents fenòmens estudiats en un àmbit concret i amb grans implicacions econòmiques i socials.

A la tercera part introduïrem el concepte de capacitat de càrrega turística i la importància que té com a eina per a la gestió del turisme. També exposam com aplicar aquest concepte en el nostre cas, ja que es tracta d'una metodologia innovadora quan s'aplica en un centre urbà tan gran i obert com és el de Palma.

Finament, les conclusions a la quarta part. L'anàlisi i dades que aquí es recull serveix com a punt de partida del debat necessari de com ha de canviar la gestió per a mitigar els impactes provocats pel fenomen de la intensitat turística.



PRIMERA PART. LA INTENSITAT TURÍSTICA DELS DARRERS ANYS: UNA VISIÓ GENERAL

1. LA INTENSITAT TURÍSTICA VA A MÉS

1.1. Més turistes i més places turístiques

A nivell mundial, segons la OMT-UNWTO,² les regions del Mediterrani, i les Illes Balears entre elles, van liderar en nombre d'arribades l'any 2016. Degut al complex context geopolític i econòmic dels països del nord d'Àfrica dels últims anys, la millora de connectivitat i l'abaratiment del transport aeri, destinacions com les Illes Balears, i més concretament Mallorca, han vist una tendència expansiva en la demanda de viatges.³

El sector turístic té un paper clau en l'economia de les Illes per la seva contribució al PIB. Al 2015, el sector turístic va ser el més important i va ser l'únic que va augmentar en el 2015.⁴ En aquesta línia, l'estudi fet pels economistes locals Carles Manera i Ferran Navinés afirmen que es tracta de l'arxipèlag del món amb major intensitat turística i amb major dependència econòmica de l'activitat turística.⁵ Així mateix, el rànquing anual publicat per Eurostat va definir l'arxipèlag de les Illes Balears com la cinquena destinació turística europea amb més pernотacions anuals.⁶

Mallorca està experimentant des de fa dècades un gran creixement en nombre de visitants. Aquest augment de la intensitat turística es veu reflectida en nombroses variables. Per començar, com mostra la gràfica, amb l'augment any rere any del nombre de pernотacions a l'illa. De fet, l'any 2017 vam tenir 14% més pernотacions que al 2008.

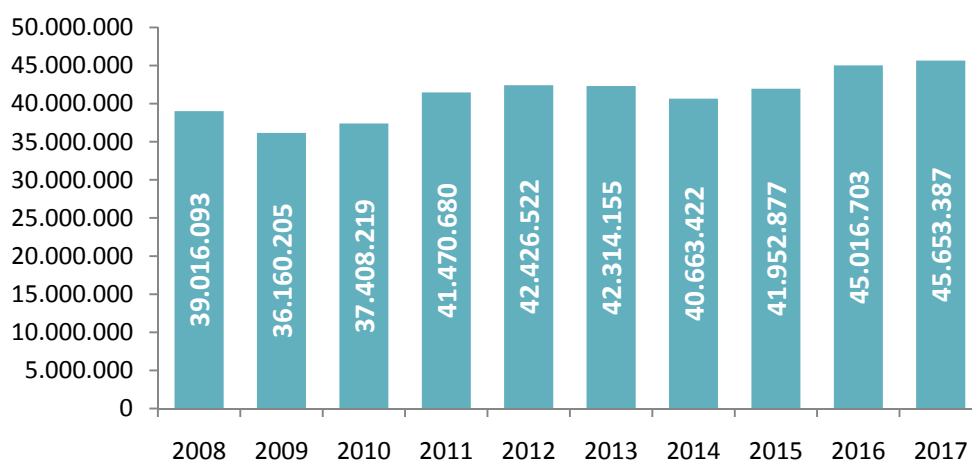


Figura1: Pernотacions de viatgers per any a Mallorca

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

² OMT-UNWTO (2017) *International tourism Results: the highest in seven years*.

³ OMT-UNWTO (2017) *Panorama del turismo internacional*, Edició 2017.

⁴ Observatori del Treball de les Illes Balears, Govern de les Illes Balears (2016) *Informe sobre el mercat de treball a les Illes Balears 2016*.

⁵ Carles Manera; Ferran Navinés (2018) *La indústria invisible, 1950-2016. El desenvolupament del turisme a l'economia de Balears*, Lleonard Muntaner Editor.

⁶ Eurostat (2017) *Tourism statistics - annual results for the accommodation sector*.



Les gràfiques de pernoctacions mensuals mostren com la corba entre l'any 2008 fins el 2017 ha canviat en forma sinó que ha anat creixent de forma paral·lela. Així, vol dir, que aquest augment de pernoctacions no s'està intensificant més en els mesos d'hivern. De fet, els mesos de juliol i agost del 2017 les pernoctacions eren el 13% superiors als mateixos mesos del 2008. I no només això, sinó que els mesos de desembre i gener vam tenir un 73% menys de pernoctacions que els mateixos mesos del 2008. Per tant, les dades semblen indicar que els esforços per a la *desestacionalització*⁷ del turisme queden encara lluny de veure's reflectides.

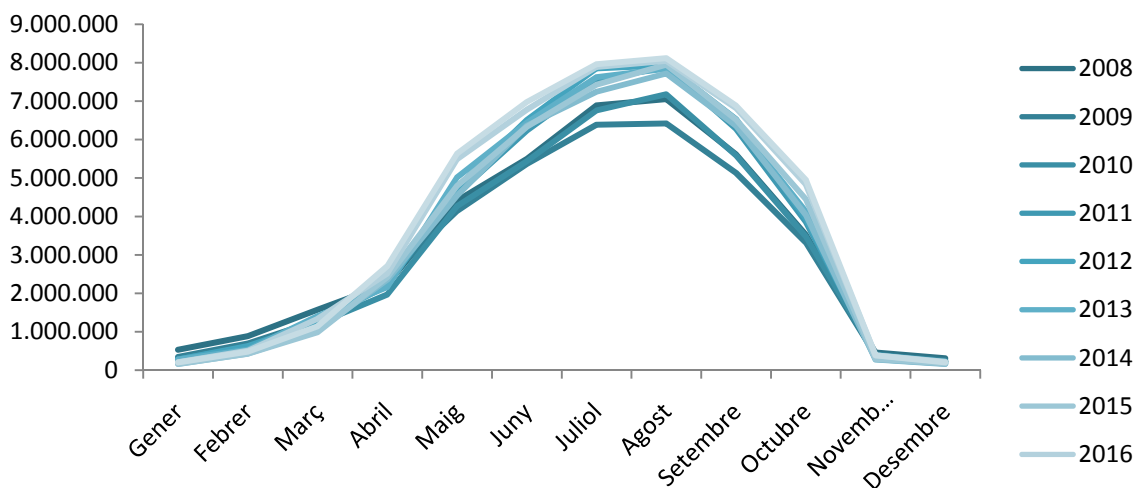


Figura 2: Estacionalitat de les pernoctacions a Mallorca

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

Per altra banda, el nombre de places i d'establiments d'allotjament turístic no atura d'augmentar a l'illa des del 2012. Especialment, i més recentment, entre el 2016 i 2017 hi va haver un augment del 6% en el nombre d'allotjaments, degut a l'obertura de nous establiments turístics a municipis com Capdepera, Alcúdia i sobretot a Palma. De fet, en 2017, només al centre històric de Palma es concentren un terç dels nous establiments turístics de tot l'illa de Mallorca.

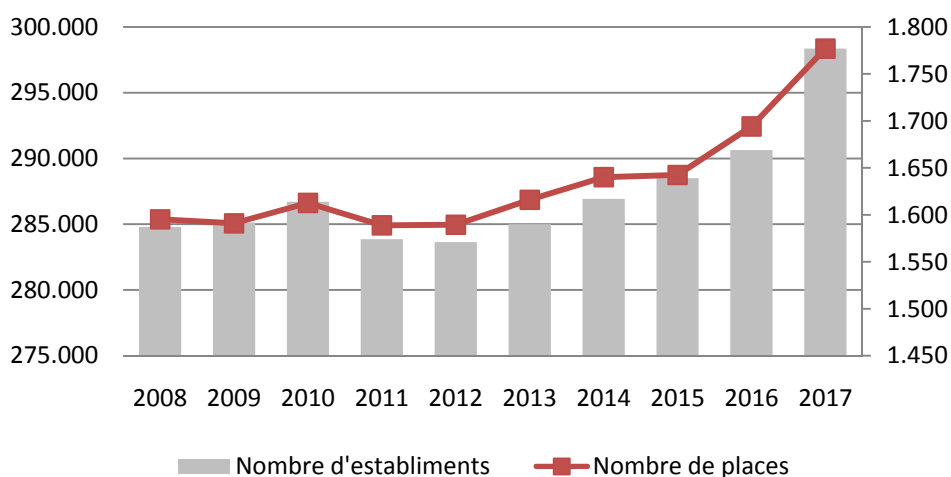


Figura 3: Establiments d'allotjament turístic a Mallorca

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

⁷ Desestacionalitzar es refereix a equilibrar el volum de turistes al llarg de tot l'any, en comptes de que es concentri en els mesos d'estiu.



1.2. Més arribades per via aèria i marítima

Des del 2012, han augmentat els passatgers a l'aeroport de Son Sant Joan un 19%. Dels quasi 28 milions de passatgers que arribaren al 2017, augmentaren tant els passatgers nacionals com els internacionals. L'aeroport de Palma és el que té major nombre de noves rutes del país i el que té el major nombre de connexions directes a tot el Mediterrani.⁸ De fet, segons la Fundació Impulsa Balears, Mallorca és la segona regió europea en intensitat aèria comercial. En conseqüència, aerolínies de baix cost han instal·lat noves bases a l'illa els últims anys, abaratint més els preus dels vols i incrementant així el trànsit de persones.

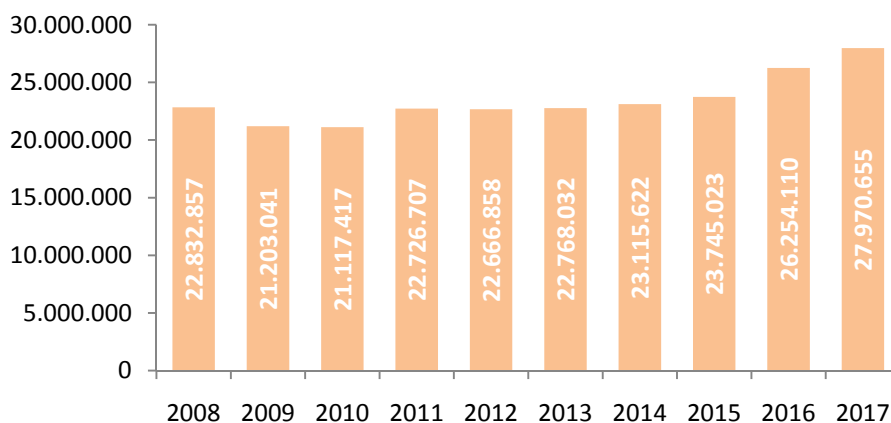


Figura 4: Passatgers de l'aeroport de Son Sant Joan de Palma

Font: Govern de les Illes Balears i elaboració pròpia

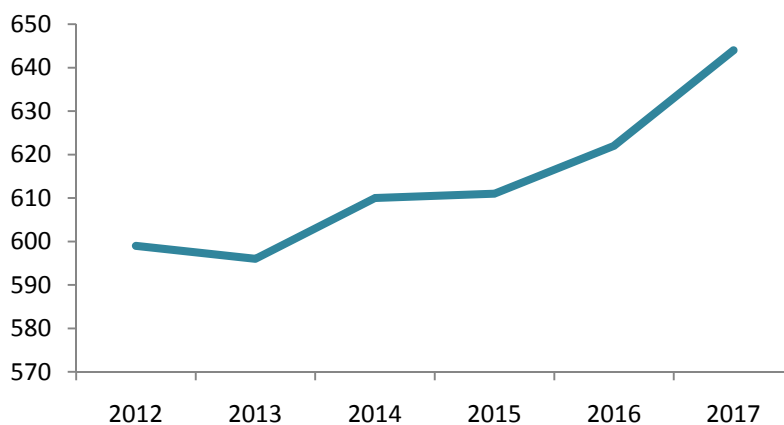


Figura 5: Evolució de les destinacions connectades per via aèria

Font: Fundació Impulsa Balears i elaboració pròpia

⁸ Ruiz Collado; Margalida Ramis (2018) *Mallorca es el destino mediterráneo con más conectividad aérea*, Última Hora



En referència a la infraestructura portuària, el port de Palma continua incrementant tant en nombre de creuers com en nombre de creueristes, aproximant-se als dos milions anuals. Al 2017 van augmentar un 40% l'arribada de creueristes respecte de l'any 2012. Els vaixells arriben majoritàriament de dilluns a dissabte i en un sol dia, de mitjana, arriben 8.000 creueristes malgrat els nombres puguin variar entre 0 i 17.000 depenent dels dies. Per exemple, dia 28 de maig del 2018, van desembarcar al Port de Palma quatre creuers que concentraven en total 17.471 creueristes a més de les 6.783 persones de tripulació que els acompanyen. Degut a la coincidència en horaris dels creuers, l'arribada de creueristes al centre històric de Palma resulta en un increment de visitants puntual molt gran. De fet, després de Barcelona i Roma, Palma és la tercera destinació de creuers del Mediterrani.⁹

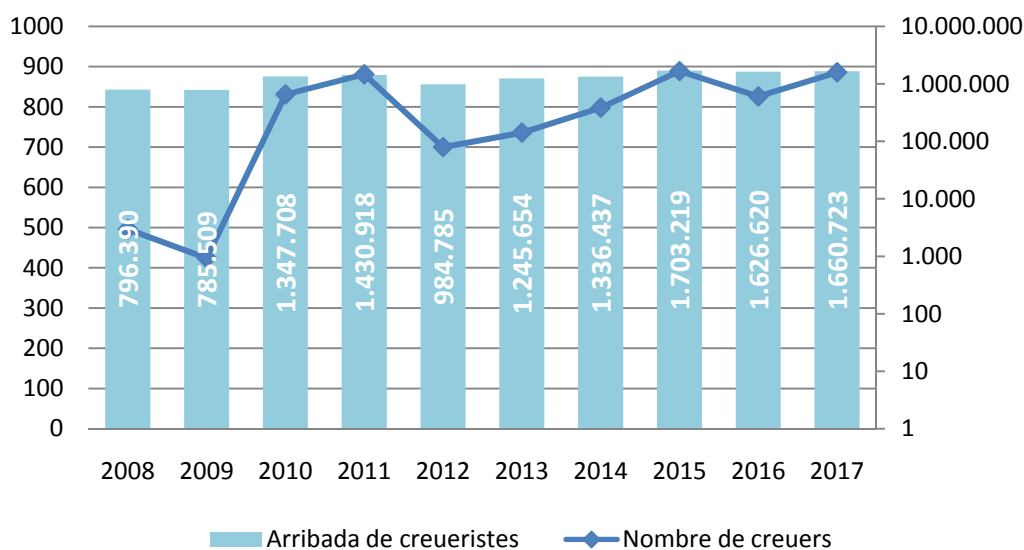


Figura 6: Nombre de creuers i creueristes arribats per any al Port de Palma
 Font: Autoritat Portuària i elaboració pròpia

⁹ Cruise Lines International Association, Europe (2015) *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*



1.3. La intensitat turística provoca més mobilitat

L'augment de la intensitat de la mobilitat rodada ha esdevingut un fenomen significatiu i de preocupació social a Mallorca. La matriculació de vehicles creix i les dades dels darrers dos anys apunten a un trencament de la tendència a la baixa que es registrà durant la crisi econòmica. Resulta que, segons les dades d'IBESTAT, l'any 2017 hi va haver un 44% més matriculacions de vehicles que al 2012. Per conèixer més a fons la flota de vehicles existent, a aquests nombres se li haurien d'afegir els pertinents a la flota de vehicles de les empreses de lloguer de cotxes que treballen a l'illa, però ens ha estat impossible trobar dades completes al respecte.

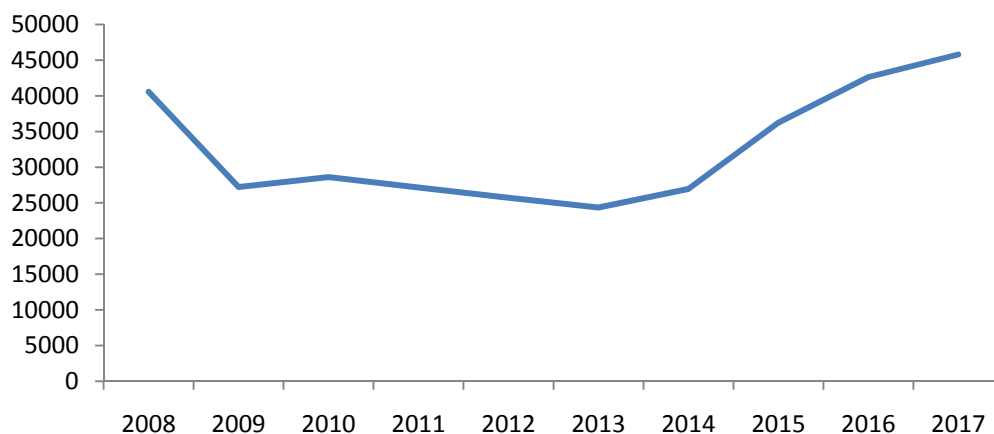


Figura 7: Matriculacions de vehicles inscrits a Mallorca

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

L'augment del nombre de cotxes matriculats es veu reflectit en l'ús intens que es fa de les carreteres i vies públiques de la nostra illa, i més concretament a les vies d'accés de Palma. Segons les dades de la Intensitat mitjana diària (IMD) del Consell de Mallorca, la intensitat de cotxes a la Via de Cintura de Palma ha augmentat de mitjana un 16,6% entre l'any 2013 i 2017. També els plànols del nivell de saturació mostren índex molt elevats en aquest mateixa via.

A la alta intensitat mitjana de vehicles se li afegeix la forta estacionalitat de l'activitat turística i la concentració de punts d'interès turístic al centre històric de Palma que provoquen un increment en la utilització de la xarxa viària en dies i hores determinats per a absorbir el gran nombre de vehicles de visitants de dia que arriben i no necessàriament pernocten a la ciutat. Més endavant veurem com afecta aquest augment a l'ocupació dels aparcaments de la ciutat.



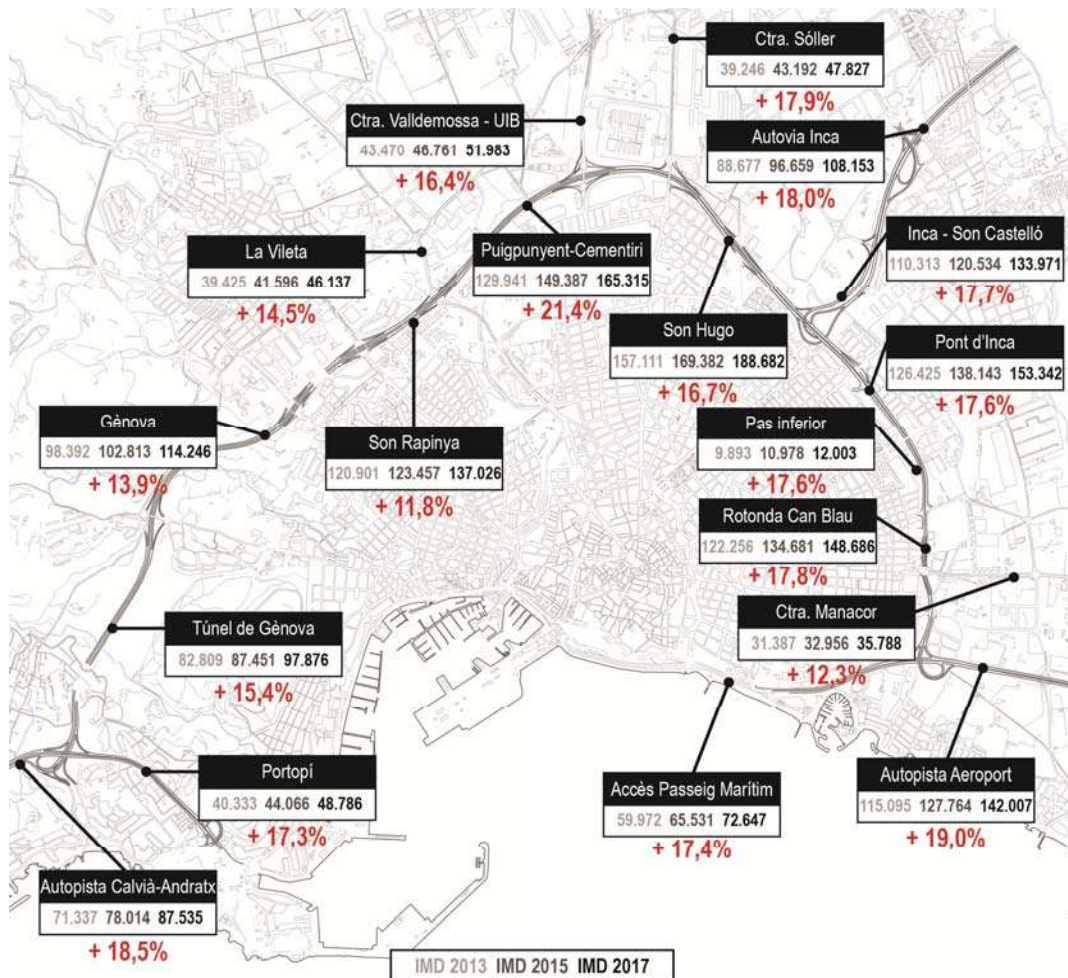


Figura 8: Intensitat Mitjana Diària de trànsit rodat (IMD) als vials d'accés a Palma

Font: Conselleria de Territori, Energia i Mobilitat i elaboració pròpia



1.4. Les previsions de la pressió sobre el territori van en augment

L'índex de pressió humana (IPH)¹⁰ a les Illes Balears estima la càrrega demogràfica real que suporta un territori en un període determinat, permetent fer l'anàlisi comparatiu de la població que resideix habitualment amb la població visitant. L'estudi conduït per Andreu Sansó del departament d'Economia aplicada de la UIB preveu que, si les projeccions de l'IPH a les Illes Balears segueixen la tendència subjacent a Mallorca i si no empram cap restricció constrenyedora, al 2030 gairebé duplicarien la càrrega demogràfica mínima del 1997.¹¹ No obstant això, cal assenyalar que les pressions de càrrega demogràfica que calcula l'IBESTAT i amb la que està basada l'estudi anomenat poden ser majors que les publicades, atès que no inclouen les arribades de creueristes ni les visites amb iots privats.

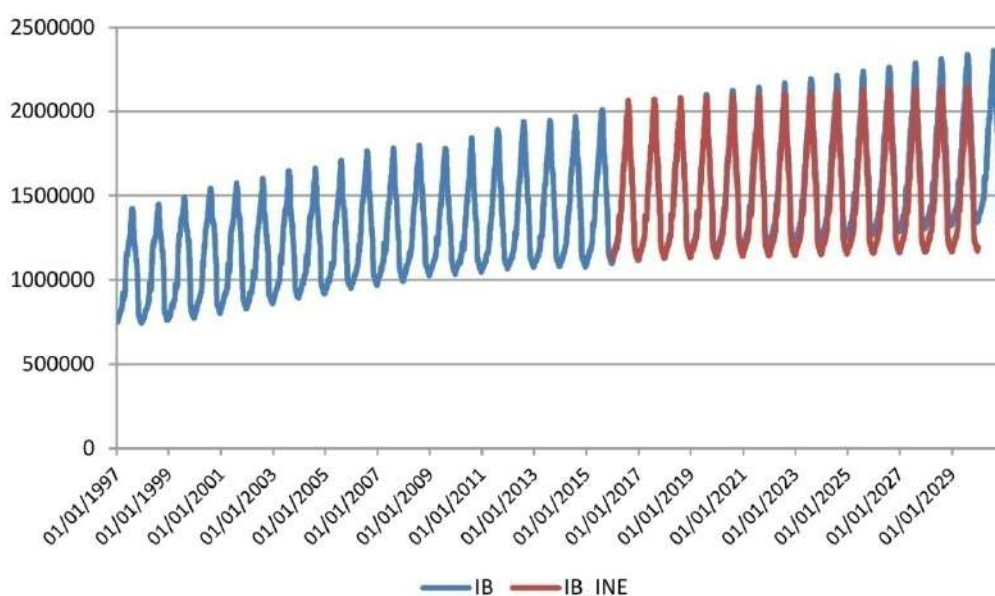


Figura 9: Projecció de l'IPH de les Illes Balears fins al 2030 (blau) i emprant projeccions demogràfiques de l'INE (roig)

Font: Andreu Sansó

¹⁰ Segons la definició d'IBESTAT, es tracta de l'índex que mesura diàriament la càrrega demogràfica que suporta cada illa a les Illes Balears.

¹¹ Andreu Sansó (2016) *Projeccions de la càrrega demogràfica diària de les Illes Balears per a diferents horitzons temporals*, Dep. Economia Aplicada, Universitat de les Illes Balears.



2. LA PRESSIÓ SOBRE EL MERCAT IMMOBILIARI AUGMENTA

2.1. El mercat immobiliari va a l'alça de la mà del turisme

Podem dir amb certesa que a les Illes Balears, i més concretament a Mallorca, l'activitat promotora s'està reactivant, encara que ho fa principalment a la capital i en localitzacions costaneres i centres històrics. Les expectatives de bones rendes que generen els immobles a les nostres illes fa que el mercat estigui molt estimulat amb pujades del preu de l'habitatge molt altes combinades amb l'expulsió de la població mitjançant processos de desnonaments de persones de rendes baixes.

Per començar, el nombre de compravendes per cada mil habitants l'any 2017 a les Illes va ser 30% superior que la mitjana nacional. A més, segons l'Informe anual dels registradors de la propietat, no només han augmentat les compravendes, sinó que es tracta d'una de les comunitats autònomes amb major pes de compra per part d'estrangers, arribant aquests al 31,27% de les compres.¹² El 85% dels compradors estrangers pertanyen a la comunitat europea, dels quals, més de la meitat són de nacionalitat alemanya o anglesa. La demanda estrangera es configura com un agent especialment rellevant en la dinàmica del mercat de l'habitatge, sobretot en les zones costeres. A tot això, se li ha d'afegir la pujada del preu del sòl urbà que, segons les dades del Ministeri de Foment del primer trimestre de l'any 2018, a les Illes Balears es situa a 397 €/m², preu només superat per Madrid i Barcelona.

2017	Nombre de transaccions immobiliàries	Transaccions per cada mil habitants	% transaccions fetes per estrangers
Espanya	464.223	10,03	13,11
Balears	15.799	13,81	31,27

Figura 10: Transaccions immobiliàries, 2017
Font: Registradors de la propietat i elaboració pròpia

Així, l'activitat immobiliària a Mallorca és de cada vegada major. Per un costat, i segons les dades publicades per IBESTAT, l'any 2017, es van incrementar més del 80% l'obertura d'empreses immobiliàries respecte del 2012. Tal i com mostra el gràfic següent, només a Mallorca l'any 2017 es van més que doblar el nombre de compravendes d'habitatges respecte del 2012 superant el nombre de transaccions efectuades al 2008.

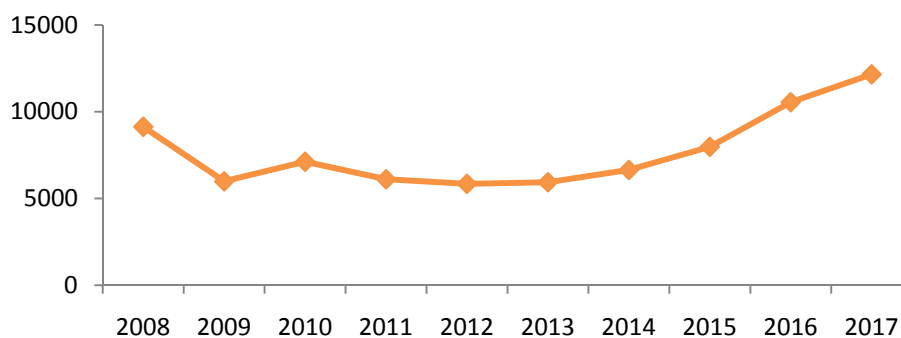


Figura 11: Evolució del nombre de compravendes d'habitatge a Mallorca
Font: IBESTAT i elaboració pròpia

¹² Registradores de España (2016) *Estadística registral inmobiliaria, anuario 2016*.



Finalment, volem acabar aquest apartat, citant l' informe dels registradors referenciat anteriorment on es fa menció explícita de la relació entre el turisme i la intensitat immobiliària que esteim vivint:

"Sin duda, en un breve espacio de tiempo, la demanda extranjera se ha convertido en uno de los factores que mayor contribución ha tenido en la recuperación del mercado inmobiliario español. (...) nuevamente resulta destacable la enorme asimetría de resultados, fruto del perfil de comprador extranjero de vivienda existente en el mercado inmobiliario español durante los últimos años, con un enfoque principalmente dirigido a la demanda de vivienda en zonas de costa con alto nivel de turismo".

2.2. La pèrdua d'habitatge front a les grans plataformes de lloguer turístic

L'arribada de la crisi va refrenar la construcció d'habitatge a les Illes Balears. Basta dir que segons les dades d'IBESTAT, a les Illes al 2016 només es van donar 1.635 llicències d'obres, un 13% de les que es van atorgar al 2007. A més, quasi un 40% van ser per a la rehabilitació d'habitatges.

La combinació de la manca d' habitatge per a respondre a les demandes demogràfiques de creixement actuals i la ràpida proliferació d'apartaments de lloguer turístic, està provocant grans efectes de transformació urbana que afecten sobre tot els nuclis urbans. Les plataformes com Airbnb o Homeaway han donat peu a un nou model de negoci de comercialització dels habitatges com a productes turístics. Aquest model està resultant molt problemàtic, entre d'altres, per l'augment de la capacitat d'acolliment de turistes a zones urbanes que no havien estat planificades per a la rebuda de un turisme de masses.

Segons els estudis previs realitzats en la fase de diagnosi del Pla d'intervenció en àmbits turístics (PIAT), l'oferta turística de places comercialitzades en habitatges representa entorn al 30% de tota l'oferta turística de Mallorca. Només a Palma, es concentra el 20% de l'oferta de lloguer turístic de Mallorca. Pel que fa a la distribució de les tipologies d'allotjaments, els apartaments es troben preferentment a Palma i a zones litorals, mentre que el lloguer d'habitatges unifamiliars té major afecció als nuclis d'interior.

L'empenta de la demanda ha comportat l'auge dels preus tant de venda com de lloguer, indicadors que continuen a l'alça sense perspectives de reduir-se. L'evolució de la ràpida pujada de preus de l'habitatge a Mallorca es dona principalment a Palma i en localitzacions costaneres. Com mostra la gràfica següent, el preu de venda i lloguer a Palma porten una tendència a l'alça des del 2012. De fet, des de llavors, el preu mitjà de lloguer a Palma ha pujat un 30%. El preu de venda també ha pujat el 27%. Cal destacar que als segons i tercers trimestres, que coincideixen amb la temporada alta turística, els preus de lloguer tendeixen a ser majors que als altres dos trimestres.



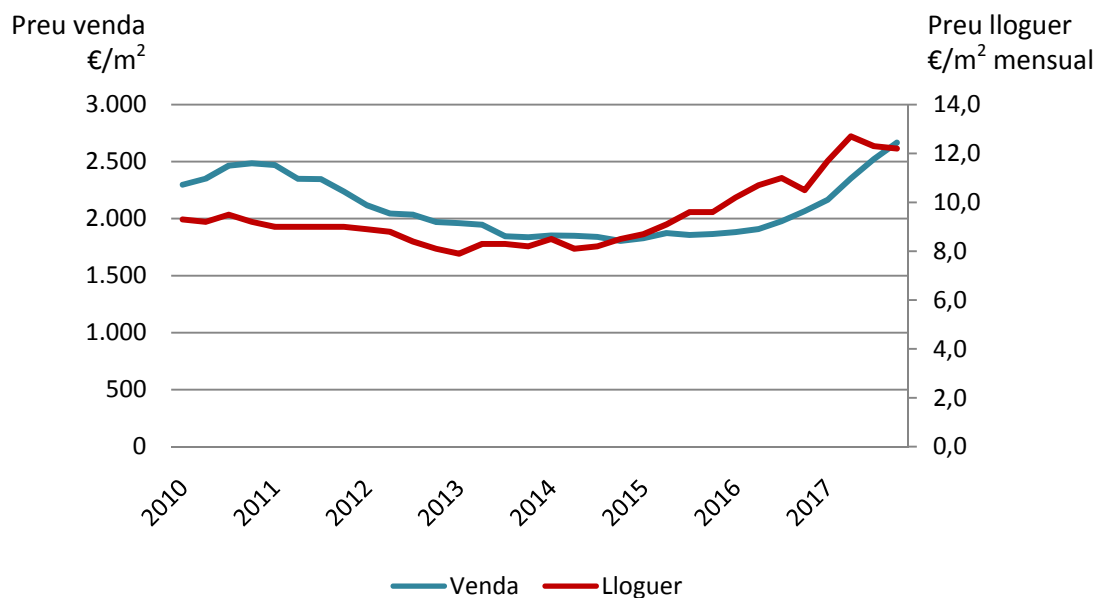


Figura 12: Evolució del preu de l'habitatge de lloguer i venda a Palma (€/m²)
Font: Idealista i elaboració pròpia

2.3. Dels desnonaments hipotecaris als desnonaments de lloguer.

La pressió del mercat immobiliari es reflecteix directament en l'augment de casos de desnonaments,¹³ fenomen que els últims anys s'ha estès arreu del territori insular. Més concretament, i gràcies als recents resultats obtinguts pel Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori de la UIB,¹⁴ podem entendre com ha avançat el fenomen a les diferents escales.

En general, segons les dades que mostrem a la taula més avall, Balears mostra unes taxes de desnonaments per cada mil habitants majors que la mitjana espanyola i, les de Palma, per sobre de la mitjana de les Illes. A més, calculen que només a Palma han tingut lloc més de 12.000 desnonaments amb llançament¹⁵.

	Execucions hipotecàries 2001-2007		Execucions hipotecàries 2008-2014		Desnonament de llogaters 2013-2015	
	Total	‰	Total	‰	Total	‰
Espanya	113.265	2,4	577.802	12,4		
Balears	3.271	3,1	15.447	13,9	4.605	4,2
Palma	1.923	5,0	8.245	20,7	2.667	6,7

Figura 13: Desnonaments registrats a les partides judicials, totals i taxes per cada mil habitants
Font: A partir de dades de Sònia Vives i elaboració pròpia

¹³ Hi ha diferents formes d'arribar a la realització d'un desnonament. En primer lloc, els desnonaments que es resolen abandonant l'habitatge sense necessitat de cap procediment judicial, sinó simplement amb l'avis d'impagament. En segon lloc els llançaments, que són desnonaments que es resolen en un judici. Finalment, els 'desnonaments silenciosos' que són l'abandó r de l'habitatge per la pressió del desnonament abans de cap judici.

¹⁴ Sònia Vives-Miró; Onofre Rullan; Jesús M. González Pérez (2018) *Geografies de la desposseïció d'habitatge a través de la crisi. Els desnonaments Marca Palma*, Icaria Editorial.

¹⁵ Un desnonament per llançament és una desposseïció d'un bé immoble en execució d'una sentència dictada per l'autoritat governativa o judicial.



L'Ajuntament de Palma va crear el mes de juliol del 2015 l'Oficina antidesnonaments (OAP) i des de llavors actua com a mediatra entre les persones amenaçades a ser desallotjades i el particular o banc propietari, per tal d'arribar a nous acords de pagament que puguin desbloquejar la situació de risc de desnonament.

L'evolució de la demanda d'assessorament i ajuda que la OAP ha pogut recollir, i que es mostra a la taula següent, posa de manifest com famílies amb problemes hipotecaris continuen sent usuàries de l'oficina, tot i que de cada vegada hi acudeixen més les famílies afectades per l'acumulació de deute o la pujada del preu de lloguer. És cert que les dades no reflecteixen la totalitat dels desnonaments que tenen lloc, però sí reflecteixen que el fenomen del desplaçament de residents per motius econòmics continua i va en augment. Malgrat les dades que presentem tot seguit descriuen el que succeeix a Palma, es tracta d'un fenomen transversal a tot el territori de les Illes Balears.

Tipus \ Nombre d'expedients	Juliol 2015	2016	2017	Juliol 2018	TOTAL
Lloguers	178	353	402	249	1.182
Expedients hipotecaris	202	284	275	102	863
Ocupació il·legal	29	79	108	96	312
Altres	-	5	11	12	28
TOTAL	409	721	796	459	2.385

Figura 14: Expedients gestionats per l'OAP des de la seva creació
 Font: Oficina antidesnonaments de l'Ajuntament de Palma (OAP) i elaboració pròpia



3. L'AUGMENT DEL TURISME INTENSIFICA ELS DESEQUILIBRIS SOCIALS I AMBIENTALS

3.1. Més càrrega ambiental sobre el territori

L'augment del nombre de persones que ha de suportar el territori provoca una major càrrega medi ambiental, la que es veu reflectida en els alts consum d'energia i aigua, en la generació de residus, en la pujada dels costos econòmics de manteniment de platges, espais naturals, carreteres i, en definitiva, de tot tipus de serveis públics. Els consums mitjans d'aigua i energia són, d'acord amb les dades facilitades en el Pla d'intervenció en àmbits turístics (PIAT), el triple pels turistes i visitants que pels residents.¹⁶ A Mallorca en general, tenim la singularitat d'haver de treballar amb les importants variacions del consum entre els mesos d'estiu i la resta de l'any i la gestió de les infraestructures que aquest fet comporta.

Sense entrar en el debat de l'origen de l'energia elèctrica que consumim a les Illes, les dades de consum elèctric anuals a Mallorca van seguir una tendència a la baixa entre els anys 2008 i 2015. Però, l'any 2015, el consum elèctric augmentà més d'un 3% i des de llavors cada any ha anat pujant en relació a l'increment d'arribada de turistes i pernoctacions a la nostra illa.

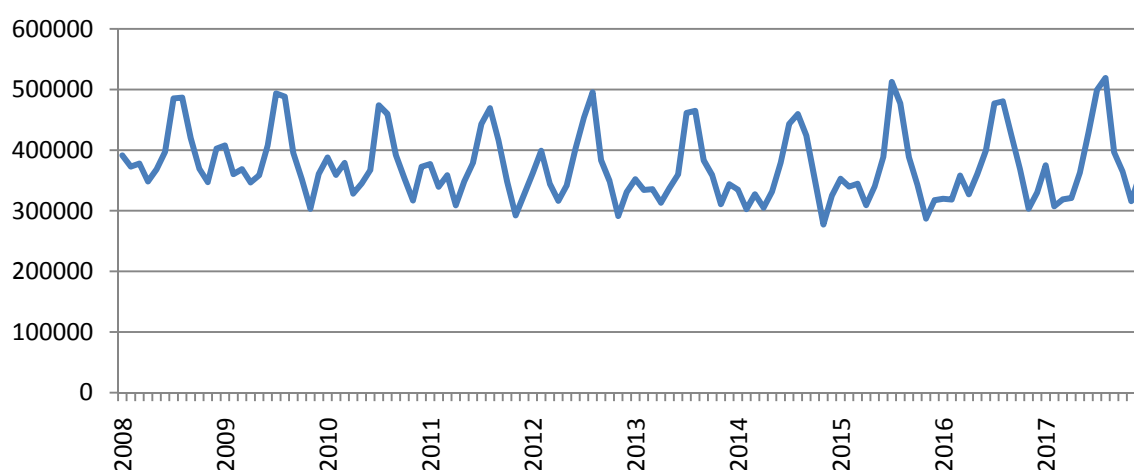


Figura 15: Demanda elèctrica a Mallorca (MWh)

Font: Ibestat i elaboració pròpia

No només les variacions del consum elèctric són estacionals sinó que marquen pautes molt diferenciades de consum entre les zones turístiques i les residencials. A la següent gràfica de consum elèctric entre el mes de maig del 2011 i novembre de 2015, podem veure com el consum elèctric a zones turístiques és molt elevat i accentua als mesos d'estiu. En canvi, a les zones principalment residencials malgrat també existeixen puntes de consum, el consum elèctric és menys accentuat i és més equilibrat.

¹⁶ Departament de Territori i Infraestructures, Consell de Mallorca (2018) *Pla d'intervenció en àmbits turístics (PIAT) de l'illa de Mallorca. Memòria informativa*, juliol 2018.



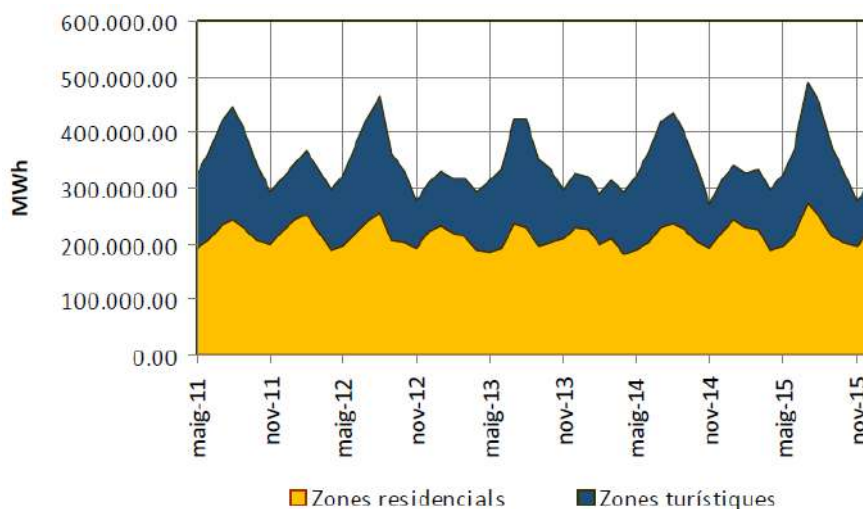


Figura 16: Evolució mensual d'energia (MWh) entre maig 2011 i novembre 2015
 Font: Memòria informativa del PIAT Mallorca a partir de dades de REE

A Mallorca, com a la major part de les illes mediterrànies, l'aportació d'aigua de pluja és escassa i sovint es produeix en forma de tempesta de gran intensitat i en un temps molt curt. Aquest fenomen creix pel canvi climàtic, el qual genera problemes de sequera intermitents que fan encara més important la recàrrega d'aquífers subterranis que són la font majoritària d'abastiment d'aigua potable de l'illa. Per la geomorfologia del territori, el consum de recursos naturals està estretament lligat a la pèrdua de la qualitat de l'aigua. La sobreexplotació de les masses d'aigua, la salinització o la contaminació per matèria orgànica i adobs provoquen un increment del nivell de nitrats a les aigües subterranies, perjudicant-ne la seva qualitat.

La gràfica següent mostra la variació de producció d'aigua en origen i el consum. S'hi veuen reflectits els esforços en la reducció del consum d'aigua subterrània, afavorint el consum d'aigua superficial i mantenint un equilibri entre el cost del consum elèctric que exigeix la desalinització i el manteniment de les plantes desalinitzadores.

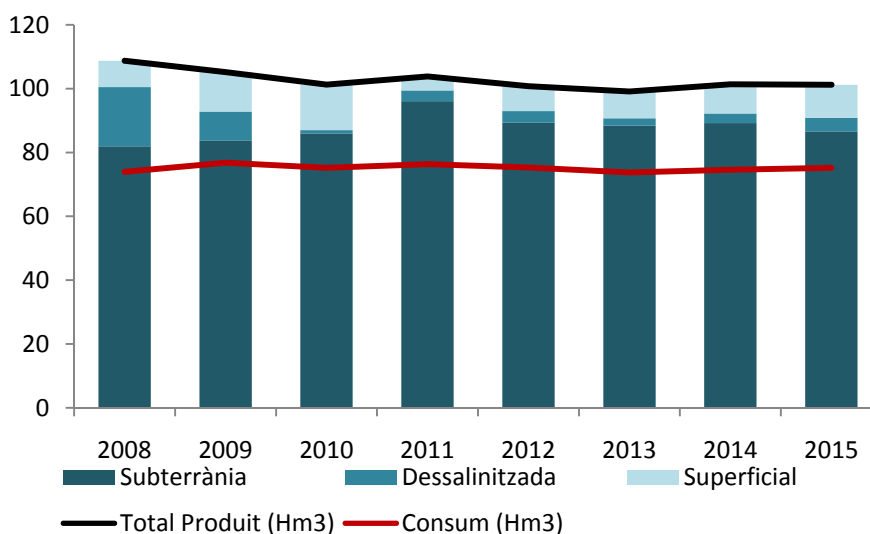


Figura 17: Producció i consum d'aigua d'abastiment urbà a Mallorca (Hm³)
 Font: Govern de les Illes Balears i elaboració pròpia



En quan a la generació de residus, es tracta del contaminant que més ràpid augmenta a nivell mundial. Com mostren les gràfiques, tot i que al conjunt de l'illa de Mallorca s'havia aconseguit reduir-ne la generació durant els anys 2010, 2011 i 2012, des de l'any 2013 es segueix la tendència a l'alça, sobretot als mesos d'estiu.

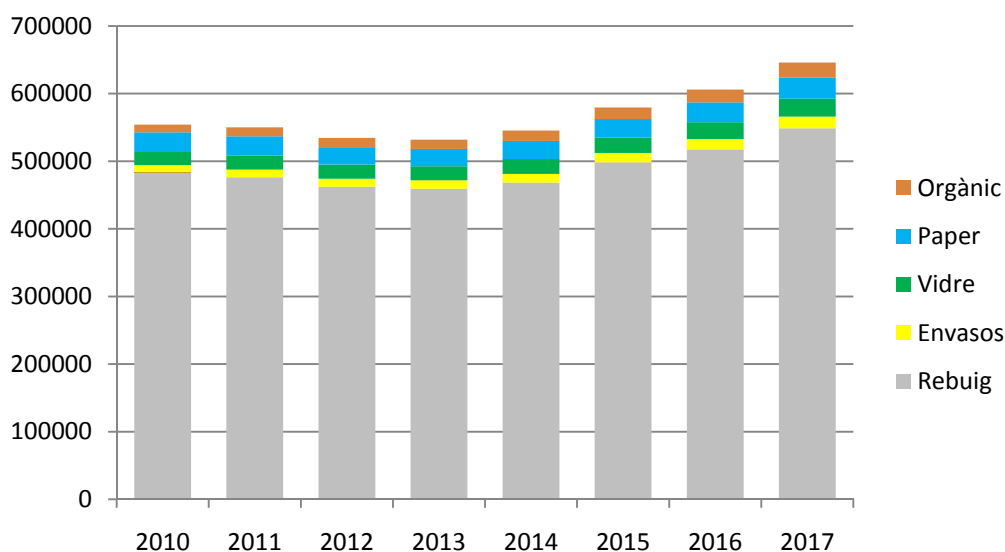


Figura 18: Recollida selectiva de residus a l'illa de Mallorca per fracció (Tones/any)

Font: Tirme, SaicaNatur, TM Alcudia, Emaya i elaboració pròpia

3.2. L'augment de la intensitat turística ha portat més càrrega social

De mantenir-se les tendències actuals, les illes de la conca mediterrània s'enfronten a problemes de vulnerabilitat socio-econòmica. Si tenim en compte una visió a llarg termini, el Govern de les Illes Balears explica en un estudi d'avaluació per a l'Estratègia Europa 2020, que les causes d'aquestes vulnerabilitats són, en primer lloc, l'augment dels costos d'importació i exportació de productes per les limitacions geogràfiques que impliquen la insularitat. En segon lloc, la restricció i falta de diversificació del mercat laboral, fet que condueix a una ocupació estacional precària. En tercer lloc, les menors possibilitats d'economies d'aglomeració, d'agrupació o d'escala. I, per acabar, major pressió sobre l'entorn i el patrimoni natural.¹⁷

A més, pel que fa a la situació econòmica actual i a la seva evolució fins a l'actualitat, el Cercle d'Economia de Mallorca publicà que el producte interior brut (PIB) per càpita de Balears ha anat disminuint i perdent posicions any rere any. De fet, comparativament amb la resta de comunitats autònomes de l'estat, les Illes Balears és a on el producte interior brut per persona cau més intensament, passant de tenir un PIB per càpita de quasi un 50% superior a la mitjana estatal l'any 1986, a estar poc més per sobre de la mitjana en 2015.¹⁸

¹⁷ Govern de les Illes Balears (2016) *Les illes de la mediterrània i l'estratègia Europa 2020. Una avaluació de la situació de les illes de la Mediterrània en termes de Creixement Intel·ligent, Integrador i Sostenible.*

¹⁸ Cercle d'Economia de Mallorca (2017) *Repensar Balears, una aproximació.*



Tenint en compte les tendències actuals, l'informe publicat per la Societat de taxació¹⁹ mostra a través de l'indicador d'accessibilitat a l'habitatge com, a les Illes Balears, l'esforç per comprar un habitatge és més del doble que la mitjana nacional i quasi el doble que el de la segona comunitat autònoma del llistat. Aquest índex es calcula posant en relació el poder adquisitiu real d'un ciutadà mitjà i el poder adquisitiu necessari per a l'adquisició d'un habitatge.

Tot i les poques expectatives de futur, la població de les Illes Balears ha tengut un creixement positiu del percentatge interanual de la població per tercer any consecutiu, d'acord amb les dades del padró municipal (INE); mentre que a la resta del país disminueix la població. A més, l'evolució dels fluxos d'immigració mostren el poder d'atracció de població estrangera a Mallorca, fins i tot en anys de crisi econòmica. El saldo migratori amb l'estranger a Mallorca va ser de 15.537 persones l'any 2017, el 35% menys que l'any anterior, però tot i així continua sent positiu.

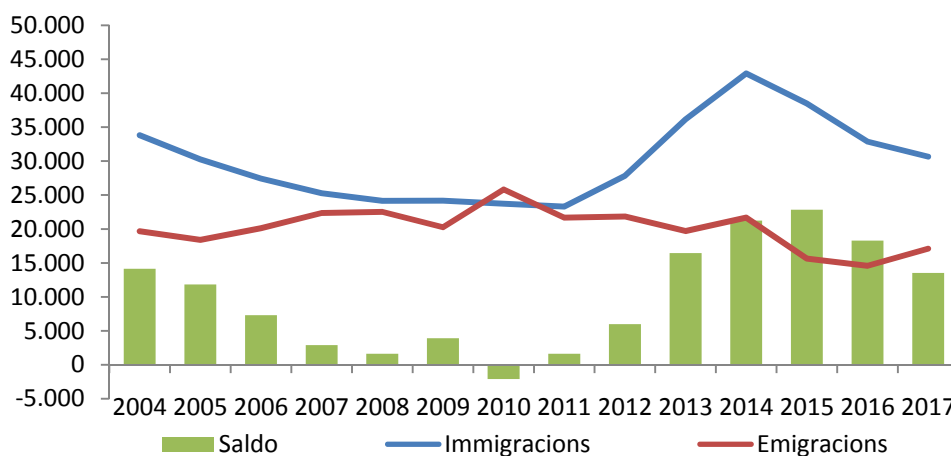


Figura 19: Emigració i immigració exterior a Mallorca
 Font: IBESTAT i elaboració pròpia

Més concretament, l'augment de la càrrega social està molt vinculada als indicadors laborals que mostren en la taula recull a continuació. Si agafam diferents dades d'IBESTAT i feim la comparativa entre el 2008 i el 2017, la comprovació que feim és que no sembla que la societat hagi millorat gaire entre l'any que va esclatar la crisi econòmica i avui dia i l'augment de la intensitat turística no ha significat cap augment en la qualitat de vida dels habitants de les illes. Per un costat, les condicions de treball no milloren en quan al tipus de contractacions, malgrat els índex de pernотacions no paren de créixer. La població aturada puja i la taxa d'atur de llarga durada també. Els tipus de contracte que més han crescut en els últims deu anys són els de fixos discontinus i de jornades inferiors a la jornada completa, el que contribueix a la precarització del treball. De fet, afegim que, segons les dades publicades a l'"Informe sobre el mercat de treball a les Illes Balears 2017", degut a l'estructura de l'economia de les Illes Balears - molt vinculada al turisme i estacional, es tracta d'un mercat amb fortes puntes d'afiliació a la Seguretat social els mesos de març-abril i agost- setembre.²⁰

¹⁹ Societat de Taxació (2018) *Informe de Tendències del Sector Immobiliari*.

²⁰ Observatori del Treball de les Illes Balears, Govern de les Illes Balears (2016) *Informe sobre el mercat de treball a les Illes Balears 2016*.



Per un altre costat, és cert que la renda mitjana puja una mica, però no prou comparat en com augmenta el cost de la vida quotidiana, sobre tot en temes com l'habitatge que com ja hem vist en l'apartat anterior no para de pujar. I, a més a més, el deute per càpita ha més que triplicat i el nivell d'endeutament de la població és de cada vegada major.

		2008	2017	
Taxa d'activitat ²¹	Població ocupada respecte de la població activa	64,99%	64,09%	=
Renda	Renda per càpita	25.717	25.772	=
	Deute per càpita	2.520	7.545	↑
Habitatge	Nombre de compres d'habitatge protegit a Balears	148	16	↓
Treball	Salari mitjà anual	20.388,00	21.478,34	↑
	Contractes de menys d'1 mes entre els mesos de maig i agost	14%	22%	↑
	Assalariats amb contractes temporals	119.700	126.400	↑
	Assalariats amb contractes a temps parcial	44.800	59.900	↑
Atur	Població aturada	58.100	76.300	↑
	Taxa d'atur ²²	10,2%	12,4%	↑
	Taxa d'atur de llarga durada	1,2%	4,2%	↑
	Llars amb tots els membres ocupats	66%	64%	↓
	Llars amb tots els membres a l'atur	3%	5,3%	↑

Figura 20: Recull comparatiu d'indicadors socials entre 2008 i 2017 a les Illes Balears

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

Així, la combinació d'aquestes variables descrites en la taula anterior, amb tota la resta d'arguments que hem anat explicant en els apartats anteriors, provoquen l'empobriment de la població i mostren que el creixement de la intensitat turística no corregeix, de forma significativa, la càrrega social que continua pràcticament igual que en l'època de la recent crisi econòmica.

²¹ La taxa d'activitat és un índex que mesura el nivell d'activitat en treball d'un país. Es calcula com el coeficient entre la població activa (PA) i la població en edat de treballar o major de 16 anys (PET).

²² La taxa d'atur és el percentatge de població activa que està desocupada.



3.3. Més conflicte social

Avui en dia, el creixement sense fre de la intensitat turística a les ciutats és objecte de molts debats socials, tant a nivell local, nacional com internacional. Els principals eixos de discussió es centren en justificacions de la limitació i la regulació, contra el creixement guiat i regulat pel mateix mercat. Fruit del context geopolític, ambiental i econòmic de Mallorca que hem exposat en els apartats anteriors, el malestar social a l'illa creix, motiu pel qual part de la població s'ha organitzat en nous moviments socials. A més, els mitjans de comunicació i les xarxes socials fan cada cop més ressò d'algunes de les problemàtiques de col·lapse territorial derivades del creixement de la intensitat turística, com són les retencions a les carreteres, l'ocupació de les platges, els vessaments d'aigua contaminada, a saturació de l'aeroport, etc. La polarització social del conflicte ha posat sobre la taula conceptes com la turismofília i la turismofòbia.

Les organitzacions amb major trajectòria històrica a Mallorca, com el GOB o Arran, han pres una posició molt clara demanant el decreixement i el canvi a un model socioeconòmic per a les illes que no només es basi en la indústria turística. En la mateixa línia també han sorgit noves iniciatives com per exemple són els col·lectius Tot inclòs o Terraferida a nivell de les illes, o l'assemblea de veïns i veïnes Ciutat per qui l'Habita, al nivell local de Palma. També, altres entitats més lligades al sector econòmic com el Cercle d'Economia o la Fundació Impulsa Balears comencen a participar en el debat. Els diferents grups organitzats de ciutadans sorgeixen en un espai-temps similar i avancen en lluites paral·leles. Alguns dels punts comuns són l'exigència de protecció del resident per sobre dels interessos del turisme o d'arribar a un equilibri urbanístic-territorial que no es basi en el consum il·limitat de recursos.



3.4. Respostes d'intervenció pública per a regular la intensitat turística

L'augment del conflicte social i les tensions internes entre els actors principals com l'administració, partits polítics, grups socials, entitats empresarials o mitjans de comunicació, duen a començar a donar respostes mitjançant la intervenció amb polítiques públiques limitadores per tal de gestionar els efectes provocats per la intensitat turística.

Tot seguit, recollim en una taula diferents iniciatives dutes a terme per parts dels diferents nivells d'administració a Mallorca.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS	
2016	Implementació de la taxa turística, Conselleria de turisme
2017	Modificació de la Llei de turisme. Agost 2017, Conselleria de Turisme.
2018	Aprovació de la Llei 5/2018, de 19 de juny, de l'habitatge de les Illes Balears amb la creació del Servei de l'Habitatge, Conselleria d'Habitatge, territori i mobilitat.
2018	Programa de foment del lloguer d'habitatges, Conselleria d'Habitatge, territori i mobilitat
2018	Avantprojecte de llei per a la sostenibilitat mediambiental i econòmica de la illa de Formentera, Consell Insular de Formentera.
CONSELL DE MALLORCA	
2018	Pla d'intervenció d'àmbits turístics (PIAT), Departament territori i infraestructures
AJUNTAMENT PALMA	
2016	Modificació puntual Pla General, referida a la regulació dels usos en els eixos cívics i trams de vial d'ús preferentment de vianants.
2018	Modificació del Pla General, suspensió de llicències per a l'ús turístic i alberg juvenil, definit a l'article 57 del text refós de la modificació de les normes de març 2006
2018	Delimitació provisional de les zones aptes per a la comercialització de les estades turístiques en habitatges d'ús residencial al municipi de Palma, abril 2018
AJUNTAMENT VALLDEMOSSA	
2018	Negociació i regulació de tarifes i horaris per l'aparcament busos

Figura 21: Recull d'iniciatives públiques per a la gestió de la intensitat turística

Font: elaboració pròpia



SEGONA PART. ESTUDI DE CAS: EL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA

1. ÀMBIT D'ESTUDI

Aquesta segona part de l'estudi es centra en abordar la incidència del turisme, concretament, en el centre històric de Palma, una de les destinacions urbanes més importants del país i de cada vegada més popular.²³ L'especial configuració del centre històric de Palma i el seu gran interès històric l'han convertit en un territori d'elevada intensitat turística, a on milers de visitants hi passen cada dia, a on hi trobam gran densitat d'allotjaments turístics i nombrosos serveis turístics, a la vegada que hi cohabituen activitats residencials i de serveis. Concretament, l'àmbit d'estudi seleccionat és el que les "Normes urbanístiques de Palma" recullen en el seu articulat com a centre històric. el que amb una superfície de 143 hectàrees, es considera un únic conjunt monumental declarat Bé d'Interès Cultural pels seus valors físics i socio-culturals. Es tracta de l'àrea situada dins el perímetre definit, per la part superior, per les Avingudes i el Passeig Mallorca i, per la part inferior, per la Ronda de Mitjorn, Passeig Sagrera i el Parc de la Mar. Aquest territori té un particular valor històric-artístic i urbanístic-arquitectònic.

Així, en aquesta segona part de l'estudi, descriurem els diferents fenòmens que s'han analitzat per a l'illa de Mallorca, per després de un anàlisi més concret i detallat al centre històric de Palma. Les dades que hem recollit són combinació de dades oficials i les obtingudes a partir de treball de camp. En els casos en que no hem pogut trobar dades oficials, hem recorregut a l'observació i a la recollida de dades d'un àmbit més reduït, acotat i representatiu que ens ha permès completar l'estudi. Aquest últim, inclou el recorregut des de la catedral fins a la Plaça d'Espanya, passant pels carrers Jaume II i Sant Miquel, així com també els carrers Sindicat, dels Oms, La Rambla i El Born. En el plànol a continuació, trobareu indicat el centre històric de Palma definit per les parcel·les de color gris, i en blau l'àmbit reduït d'estudi.

²³ Exceltur (2018) *Valoración turística empresarial de 2017 y perspectivas para 2018*, Perspectivas núm. 63



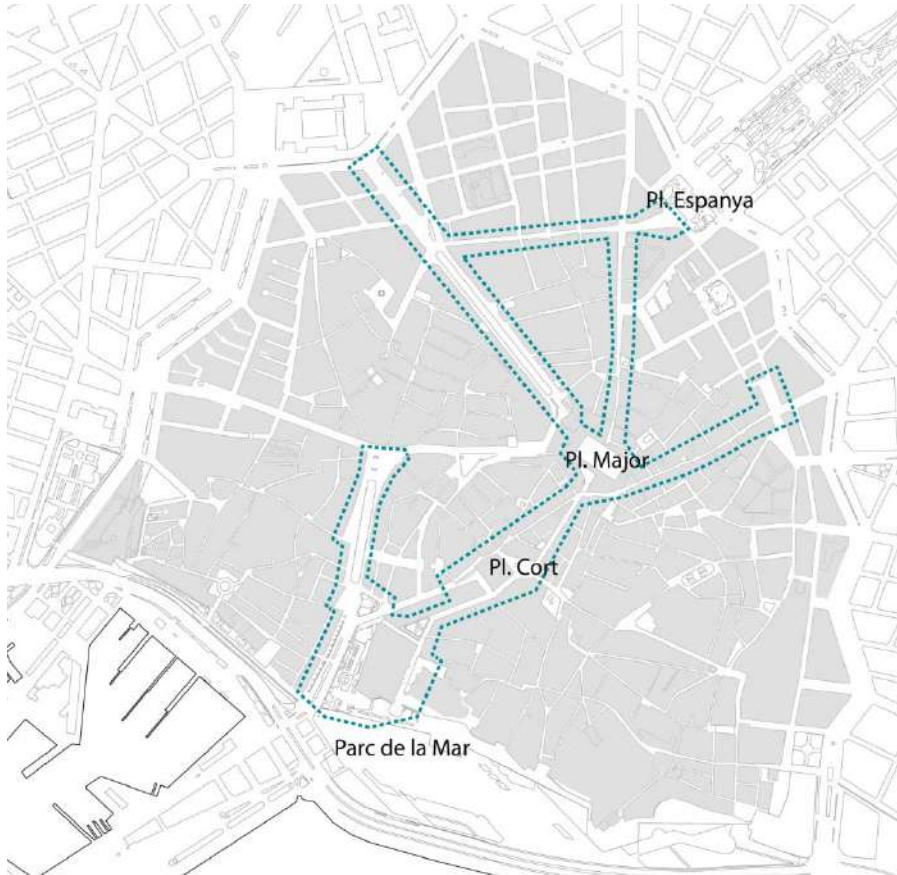


Figura 23: Àmbit d'estudi, el centre històric de Palma
Font: Elaboració pròpia

2. INTENSITAT TURÍSTICA

2.1. Places turístiques

La intensitat turística en el centre de Palma s'ha vist en augment els últims anys degut a la concentració de diferents fenòmens. Per un costat, la competició internacional entre ciutats per un turisme urbà, cultural, de creuers, etc. Per un altre costat, la desestacionalització del turisme promogut per les institucions amb l'objectiu de mantenir els serveis turístics oberts durant tot l'any.

Històricament, els hotels a Palma es concentraven a Platja de Palma i al centre històric només hi havia una petita representació d'establiments que durant molts anys no va variar gaire i el nombre de places es mantenia estable. No és fins l'any 2014 que el centre històric de Palma va esdevenir una zona d'interès, mentre que en els darrers tres anys les places turístiques han crescut un 40%. Segons les dades de l'Ajuntament de Palma, a mitjans de l'any 2017 hi havia petició per obrir 31 nous establiments d'allotjament turístic només al centre històric de Palma, les quals, un cop atorgades les llicències, suposaran un augment del 55% dels establiments a la mateixa zona respecte de l'any



anterior.²⁴ La figura a continuació mostra com en tan sols uns anys, es passa de 38 establiments a 101 i de 1.857 a 4.342 places.

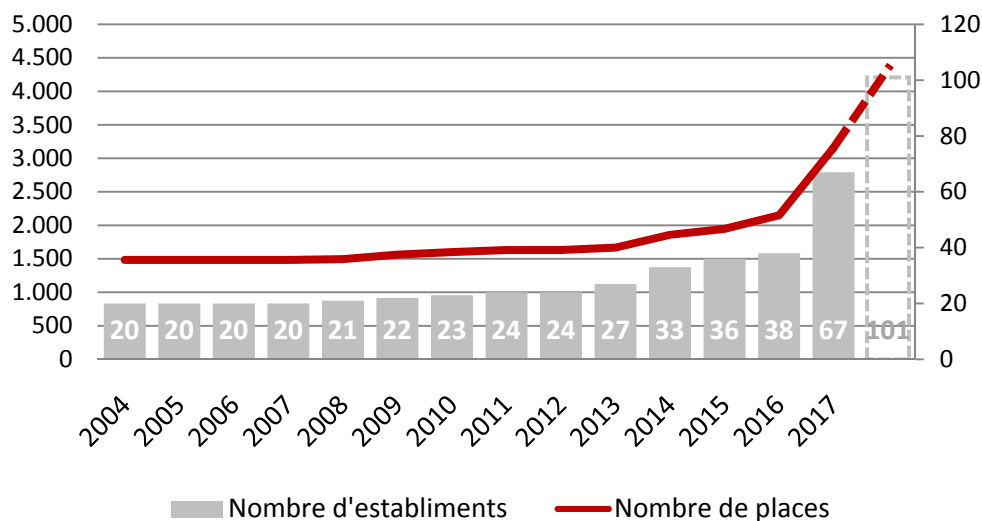


Figura 24: Establiments d'allotjament turístic al centre històric de Palma
 Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia

Aquesta proliferació d'hotels de ciutat, hotels d'interior o hotels boutique al centre històric ha portat a una densitat de places turístiques molt elevada al centre de la ciutat. A més, hi hem d'afegir la proliferació dels apartaments turístics o estades turístiques en habitatge mitjançant plataformes com Airbnb.

Segons fonts de l'Ajuntament de Palma, la modificació de la regulació dels usos d'allotjament turístic del Pla general aprovada aquest any 2018 busca l'assoliment d'objectius que garanteixin l'adequada convivència de les activitats turístiques amb el benestar de la població i l'encaix sostenible de l'activitat turística en relació a la resta de les activitats urbanes.²⁵ Aquest document restringeix i limita nous establiments d'allotjament hotelier al centre històric. La pregunta que ens feim però, és si és prudent deixar encara la porta oberta a fer més places hoteleres, tenint en compte la velocitat amb la han ocorregut les transformacions urbanes com el desplaçament de població i desnonaments, la pujada de preu de l'habitatge, el canvi del comerç i d'altres que explicarem en aquesta part de l'estudi.

A partir dels plànols següents, que descriuen la densitat de les places turístiques als barris del centre històric, podem fer la comparativa de la densitat d'establiments d'allotjament turístic en referència a la superfície i en referència a nombre d'habitants. Destaquen els barris de Sa Llotja i Cort tant en relació a la seva superfície com als

²⁴ Ajuntament de Palma, Area de Model de Ciutat, Urbanisme i Habitatge(2017) *Anàlisi i diagnòstic de l'habitatge a Palma. Les incidències de les dinàmiques turístiques.*

²⁵ Ajuntament de Palma, Area de Model de Ciutat, Urbanisme i Habitatge (2018) *Modificació Pla general suspensió de llicències per a l'ús turístic i alberg juvenil, definit a l'article 57 del text refós de la modificació de les normes, març 2006.*



seus habitants. Els barris del Puig de Sant Pere i El Mercat són els que tenen menors densitats. La resta de barris del centre històric, també presenten densitats importants i superiors a la mitjana de la resta de barris residencials de la ciutat.

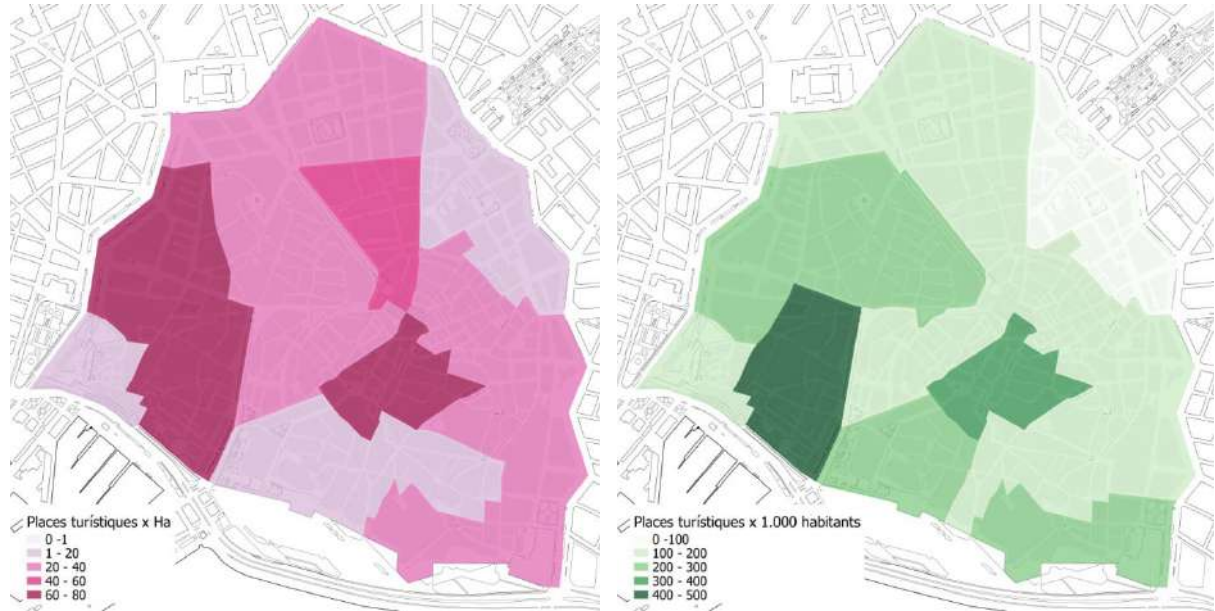


Figura 25: Densitat d'establiments d'allotjament turístic a Palma (hotels + estades turístiques en habitatge)
Esquerra, places turístiques per hectàrea; dreta, places turístiques per habitant

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Palma i de Inside Airbnb



2.2. Afluència de cotxes

La gran afluència de vehicles a la nostra ciutat comença a ser un fenomen freqüent i centre d'un debat social en el que de cada cop més s'està arribant a un cert consens a favor de realitzar accions per a resoldre la saturació. Segons les dades de les Intensitats Mitjanes Diàries (IMD), extretes de fonts del Consell de Mallorca i exposades en la primera part de l'estudi, l'afluència de cotxes a la ciutat és cada vegada major.

Els residents i visitants que accedeixen en vehicle privat a Palma disposen d'una àmplia oferta d'aparcament. Poden aparcar en superfície en places de la zona blava de l'O.R.A amb un màxim d'estància de dues hores o poden deixar el cotxe per un temps il·limitat en algun dels aparcaments soterrats d'ús públic que ofereixen més de 6.000 places de rotació arreu de la ciutat. L'anàlisi de les dades d'ocupació dels aparcaments soterrats ens aporta evidències sobre l'arribada de gent a la ciutat. També, hem diferenciat el funcionament dels aparcaments soterrats situats al centre històric, els que estan al límit i els que es troben a l'eixample. Com mostra el plànol a continuació, d'aquestes places, un 40% es concentren dins el centre històric, un 33% a les Avingudes o a les cores del centre històric i un 27% a l'eixample.



Figura 26: Xarxa d'aparcaments soterrats

Font: Elaboració pròpia

Durant el mes de juliol del 2018, hem recollit dades d'ocupació de les places de rotació dels aparcaments cada dues hores. La visualització d'aquestes dades mostren diferents tendències segons on estigui situat l'aparcament. Els



aparcaments del centre o de devora tenen una corba amb un pic més pronunciat entre les 11h i les 15h del mig dia, en algunes ocasions arribant al límit d'ocupació en els aparcaments d'Antoni Maura, Mercat de l'Olivar o Passeig Mallorca. Segons les corbes que veim tot seguit, sí és cert que els aparcaments situats a l'eixample no arriben en cap moment a l'ocupació màxima ni a una ocupació superior al 50%, però que tenen una corba estable al llarg del dia.

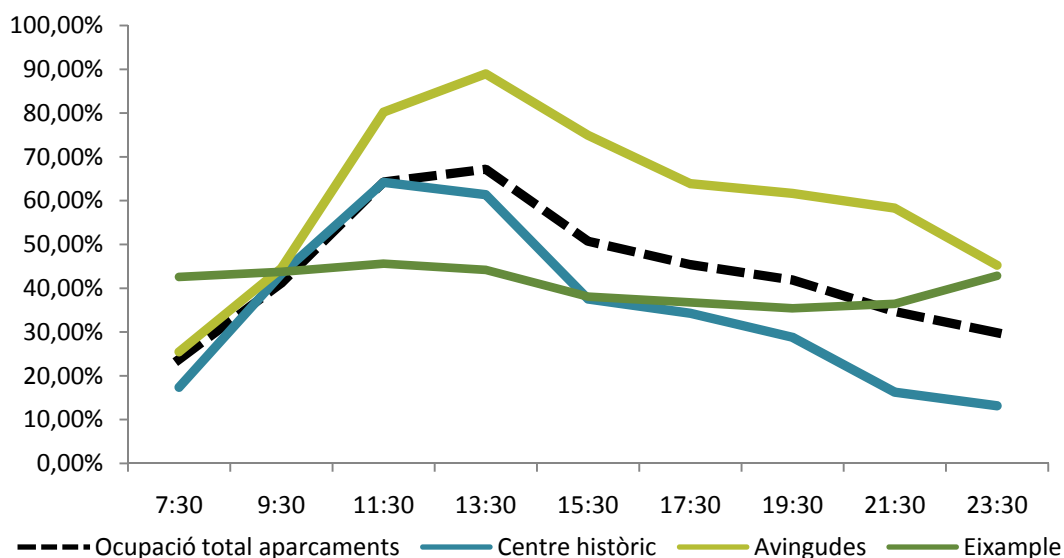


Figura 27: Ocupació dels aparcaments soterrats de Palma, juliol 2018

Font: Aplicació MobiPalma i elaboració pròpia

La classificació de l'ocupació dels aparcaments entre dies feiners i dies de cap de setmana, mostra com el cap de setmana però, sobre tot en diumenge, l'ocupació és molt baixa.

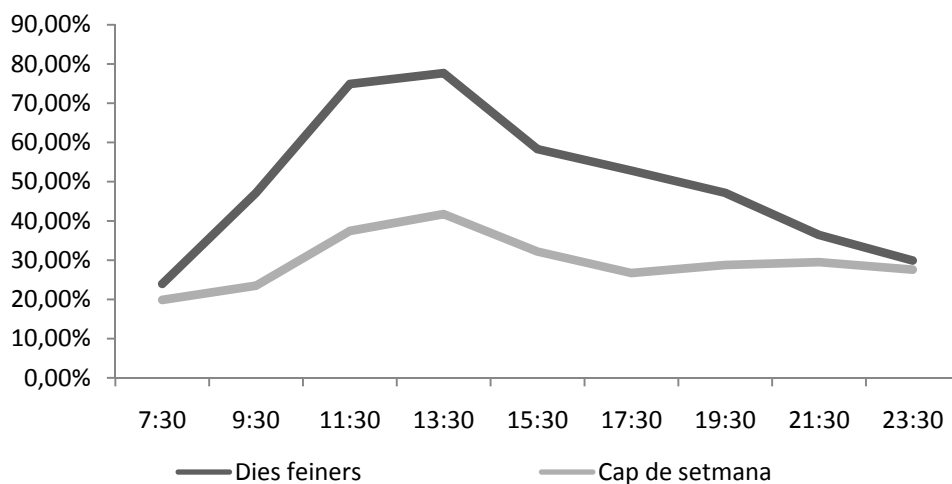


Figura 28: Ocupació dels aparcaments soterrats de Palma, juliol 2018

Font: Aplicació MobiPalma i elaboració pròpia



La taula següent, amb dades corresponents a l'estiu del 2017 facilitada per l'Ajuntament de Palma, mostra per un costat l'ocupació mitjana dels aparcaments i, per l'altre, l'ocupació en els dies de "operació nígul"²⁶, on de mitjana trobam un 20% més de cotxes en els aparcaments soterrats.

Hora	Ocupació mitjana	Ocupació "operació nígul"
0:00 - 0:59	36%	33%
1:00 - 1:59	31%	29%
2:00 - 2:59	29%	26%
3:00 - 3:59	28%	26%
4:00 - 4:59	28%	26%
5:00 - 5:59	28%	26%
6:00 - 6:59	27%	26%
7:00 - 7:59	27%	25%
8:00 - 8:59	26%	25%
9:00 - 9:59	28%	27%
10:00 - 10:59	33%	32%
11:00 - 11:59	43%	44%
12:00 - 12:59	55%	66%
13:00 - 13:59	63%	79%
14:00 - 14:59	64%	83%
15:00 - 15:59	57%	83%
16:00 - 16:59	52%	81%
17:00 - 17:59	48%	78%
18:00 - 18:59	47%	77%
19:00 - 19:59	47%	70%
20:00 - 20:59	46%	62%
21:00 - 21:59	45%	52%
22:00 - 22:59	42%	45%
23:00 - 23:59	40%	37%

Figura 29: Ocupació dels aparcaments gestionats per la SMAP, 2017

Font: SMAP i Ajuntament de Palma

Tot i que no sabem el percentatge d'aparcaments ocupats per residents o visitants, sí sembla evident que els aparcaments estan infrautilitzats gran part de les hores del dia. La hipòtesi que recolzam és que l'ocupació dels aparcaments soterrats va molt estretament relacionada amb els horaris d'obertura comercial i de serveis al centre històric de Palma.

Davant aquesta realitat de baixa ocupació que tenen dels aparcaments en general, nosaltres suggerim que es podrien desenvolupar diversos programes ciutadans que aprofitessin els recursos existents i ajudessin així a millorar la gestió de la mobilitat urbana. Per exemple, es podrien posar en marxa programes a partir dels quals durant els caps de setmana els residents haguessin de deixar els cotxes dins els aparcaments soterrats del centre, per tal de deixar els carrers del centre històric i vies principals, com Passeig marítim i Avingudes, lliures de cotxes per al gaudi del ciutadà i dels visitant.

²⁶ S'anomena "operació nígul" el dispositiu que posa en marxa la policia local els dies d'estiu que es preveu un increment important de turistes que accedeixen en vehicle a la ciutat aprofitant que està ennigulat i no és bon dia per anar destinacions de platja.



2.3. Transport públic: aflluència de busos

2.3.1. Xarxa de busos municipals

La xarxa de transport municipal de Palma (EMT) es caracteritza pel seu funcionament radial, on gairebé totes les línies tenen el seu punt d'origen-destinació a Plaça d'Espanya. La xarxa de busos de la EMT no presenta grans diferències d'usuaris entre estiu i hivern, més que en determinades línies que connecten el centre amb zones turístiques com Platja de Palma, Illetes o l'Aeroport.

Els principals punts d'interès turístic de Palma es troben majoritàriament al centre històric a distàncies que es poden fer fàcilment a peu. Queden fora d'aquest circuit espais tan importants com El Castell i el bosc de Bellver, el Poble Espanyol o la Fundació Pilar i Joan Miró que sí estan connectats pel bus turístic. Els visitants no utilitzen tant el transport públic municipal a Palma per anar a les atraccions turístiques, sinó per arribar al centre històric des del lloc allà on estan allotjats. Pel centre històric de Palma creuen 5 línies d'autobús municipal provinents d'indrets d'intensitat turística, a més del bus turístic. Els recorreguts es poden veure en la imatge següent.

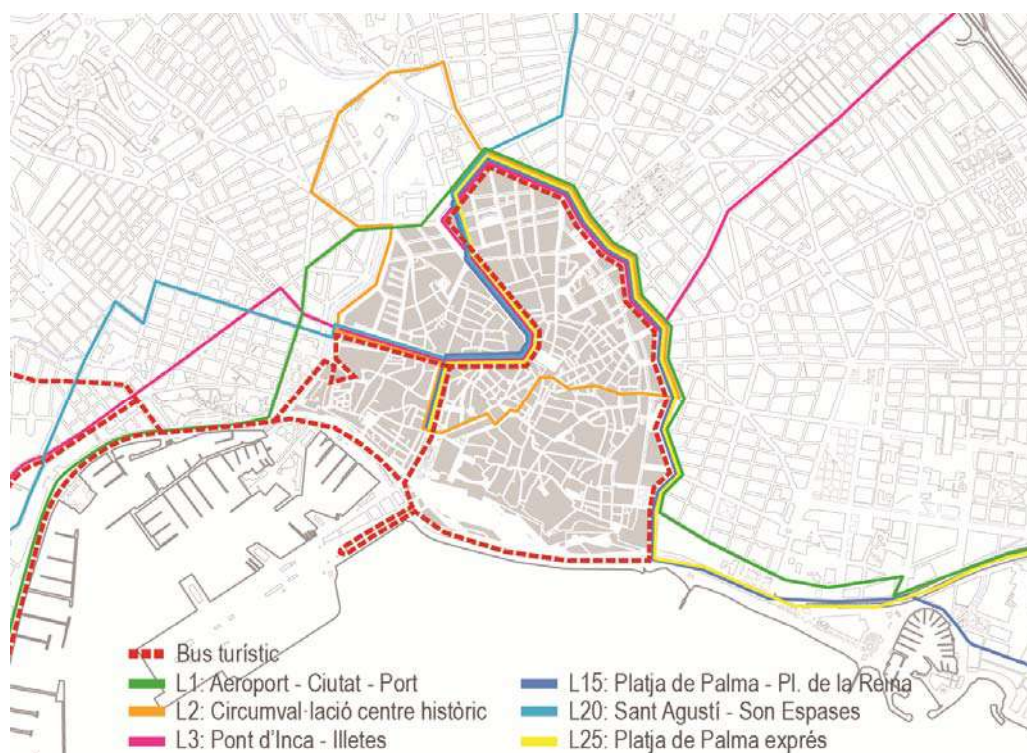


Figura 30: Recorregut de les línies de bus que connecten el centre històric amb punts turístics
Font: EMT i elaboració pròpia

La xarxa de transport públic del municipi de Palma ofereix nombrosos abonaments al seus usuaris residents, només accessibles amb la targeta ciutadana, sense la qual la persona usuària només podrà viatjar mitjançant la compra d'un bitllet senzill. La taula següent resumeix el percentatge d'usuaris visitants i residents d'algunes línies de bus. Les línies 2, 3 i 20 tenen un percentatge molt major d'usuaris amb abonament (residents) que amb bitllets senzill (majoritàriament visitants). Les línies 1 i 15 s'acosten a la meitat de residents que de visitants i la línia 25, que és la de Platja de Palma exprés, té un major percentatge d'usuaris amb bitllet senzill (visitants).



	Abonament	Bitllet senzill	Estimació visitants / dia	
			gener	juliol
L1: Aeroport - Ciutat - Port	49,9%	50,1%	2.318	3.310
L2: Circumval·lació centre històric	89,9%	10,1%	45	64
L3: Pont d'Inca - Illetes	74,7%	25,3%	3.978	5.695
L15: Platja de Palma - Pl. Reina	61,6%	38,4%	3.613	5.173
L20: St. Agustí - Son Espases	82,4%	17,6%	480	687
L25: Platja de Palma exprés	37,6%	62,4%	2.546	3.645
TOTAL			12.980	18.573

Figura 31: Taula resum de l'estimació de visitants que arriben al centre històric (dades any 2016)

Font: Elaboració pròpia amb dades de EMT

Considerant que la major part de les persones que viatgen amb el bitllet senzill són visitants, es pot fer l'estimació que els mesos d'estiu, almenys 8.500 visitants arriben al centre cada dia amb aquest mitjà de transport.

2.3.2. Xarxa de busos insular

A diferència de la xarxa de busos municipal, la xarxa de transport de les Illes Balears (TIB) i més concretament la xarxa d'autobusos, concentra un fort comportament estacional de la demanda dels serveis. Gairebé van arribar a 1.350.000 viatges el mes d'agost del 2017, un 80% més usuaris que durant el mes de gener del mateix any. Si observem la corba de la demanda mensual que mostram a continuació, veim que es tracta d'un servei totalment estacional.

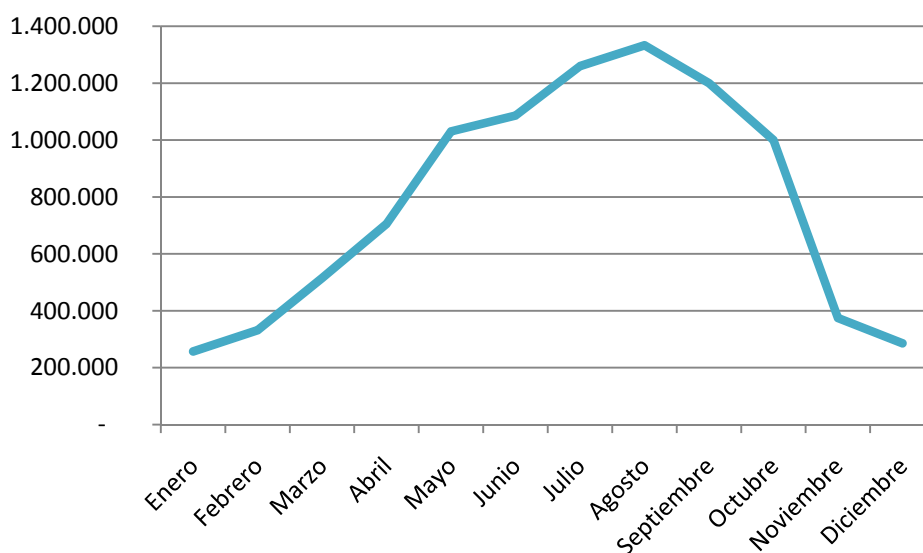


Figura 32: Demanda mensual del servei de bus del TIB, any 2017

Font: TIB i elaboració pròpia

Dels 20 trajectes amb major demanda a l'illa de Mallorca, 17 tenen l'origen-destinació a Palma i alguna de les destinacions turístiques de l'illa. La resta de línies, els mesos d'estiu tenen entre 55-100% més usuaris que els mesos d'hivern i fins i tot, per algunes d'elles a l'hivern no hi ha servei o el servei és pràcticament nul. En general, en



el mes d'agost la demanda triplica respecte del mes de gener i la línia que té més demanda, i amb molta diferència, és la línia 104 que fa el recorregut Peguera - Magaluf - Palma.

	Diferència ús del servei hivern / estiu	Estimació visitants Palma / dia	
		gener	agost
104 Peguera - Magaluf - Palma	78,1%	1.506	5.373
412 Costa dels Pins - Palma	78,6%	505	1.860
351 Platja de Muro - Alcúdia - Palma	82,0%	361	1.645
211 Port de Sóller - Palma	59,6%	559	823
340 Port de Pollença - Palma	64,1%	444	793
210 Port de Sóller - Valldemossa - Palma	68,1%	358	766
105 el Toro - Palma	89,1%	142	1.157
502 Colònia de St Jordi - Palma	69,7%	322	739
501 Cala d'Or - Palma	73,3%	267	733
411 Cala Rajada - Palma	55,0%	293	359
106 Magaluf - Palma	100,0%	0	897
111 Port de Sóller - Palma	60,6%	192	295
107 Cala Vinyes - Palma	83,1%	87	428
390 Can Picafort - Palma	76,0%	124	393
TOTAL		5.161	16.260

Figura 33: Taula resum de l'estimació de visitants des de les destinacions turístiques més importants de l'illa connectades per la xarxa d'autobús a Palma (dades any 2017)

Font: Elaboració pròpia amb dades de TIB

L'estimació mitjana de viatgers en aquestes línies amb major demanda a Palma des de destinacions turístiques el mes d'agost del 2017 va ser aproximadament de 16.250 diaris mentre que el mes de gener foren poc més de 5.000. Així, podríem concloure que el servei que ofereix TIB es caracteritza per la seva alta especialització turística.



2.4. Afluència de vianants

Per poder entendre i conèixer l'afluència dels vianants al centre històric de Palma i la incidència de l'aforament de vianants a l'espai públic, hem realitzat un treball de comptatge de persones en moviment mitjançant una metodologia d'observació dissenyada exclusivament per aquest estudi (veure annex 1 per a més informació). Amb aquesta metodologia d'observació anomenada *mètode de les portes*, que ja s'ha aplicat a altres ciutats com Barcelona,²⁷ se'n poden extreure evidències de les tendències majoritàries de desplaçaments de vianants al centre històric de Palma. Aquest treball d'observació fet a peu de carrer, entre els mesos de maig i juliol del 2018, s'ha duit a terme en diferents dies i hores a deu punts importants dins l'entorn urbà des del punt de vista de l'afluència de vianants.

A partir de les dades obtingudes s'ha realitzat una mitjana de persones per hora que passen per cada un dels punts, diferenciant en cada cas entre vianants locals i visitants/turistes. En els diagrames següents, podem observar com els punts de major aforament es troben al voltant de la Plaça Major, al carrer de Jaume II, a la Plaça d'Espanya i a l'entrada de l'Hort del Rei a avinguda Antoni Maura.

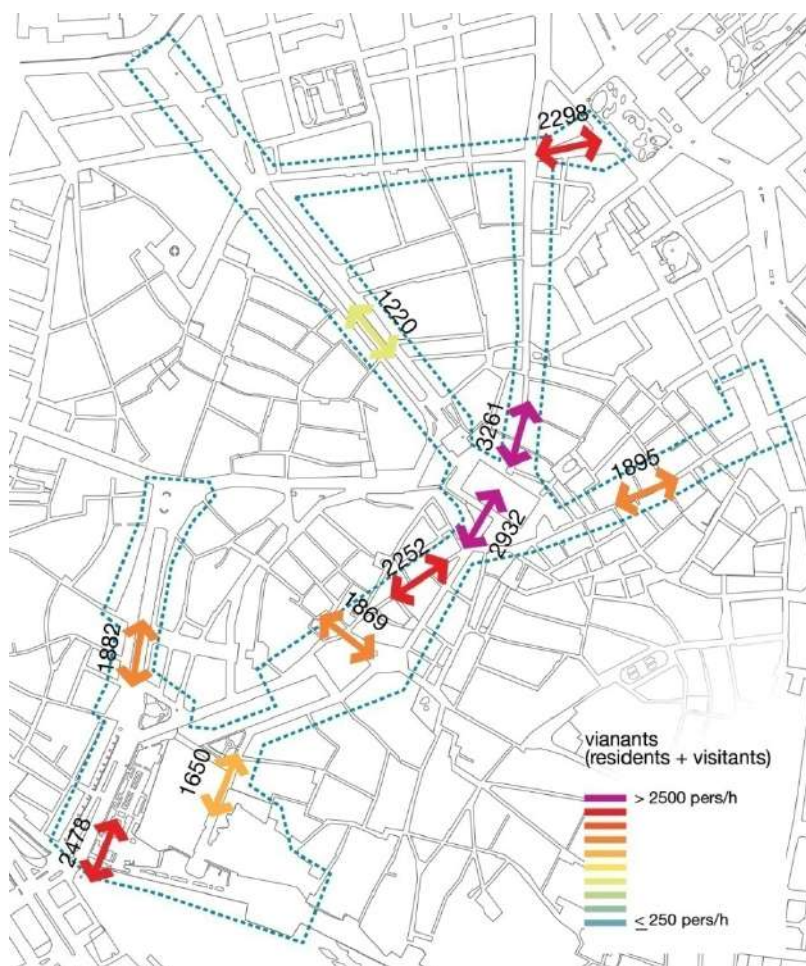


Figura 34: Distribució dels fluxos de vianants per punts d'aforament (tant residents com visitants)
Font: Elaboració pròpia

²⁷ Ajuntament de Barcelona (2016) *Anàlisi de la incidència turística a l'espai públic a partir d'indicadors en tres àmbits de la ciutat de Barcelona*.



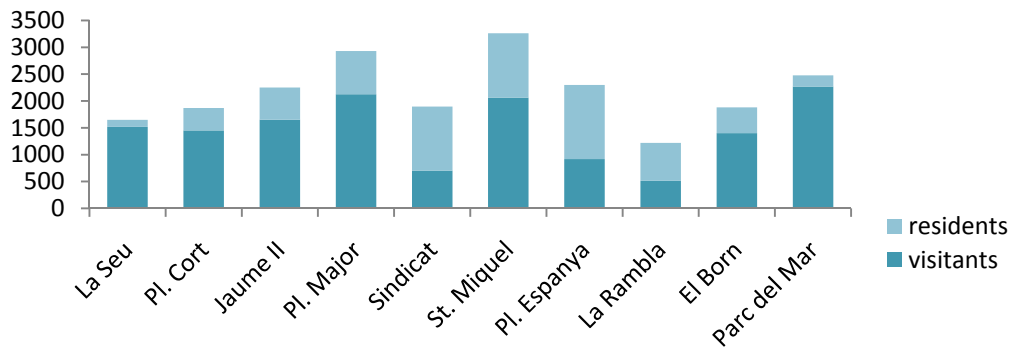


Figura 35: Mitjana de nombre de vianants per hora per punts d'aforament diferenciat per residents i visitants.
Font: Elaboració pròpia

En canvi, ens trobam que el diagrama de fluxos varia quan separem els residents dels visitants que passen per cada un dels punts. Com podem comprovar en els diagrames a continuació, l'aflluència de residents és major en les zones properes a la Plaça d'Espanya, és a dir, a la part més al nord del centre històric. En canvi, l'aflluència de visitants és major a la zona sud, entre la Plaça Major i La Seu.

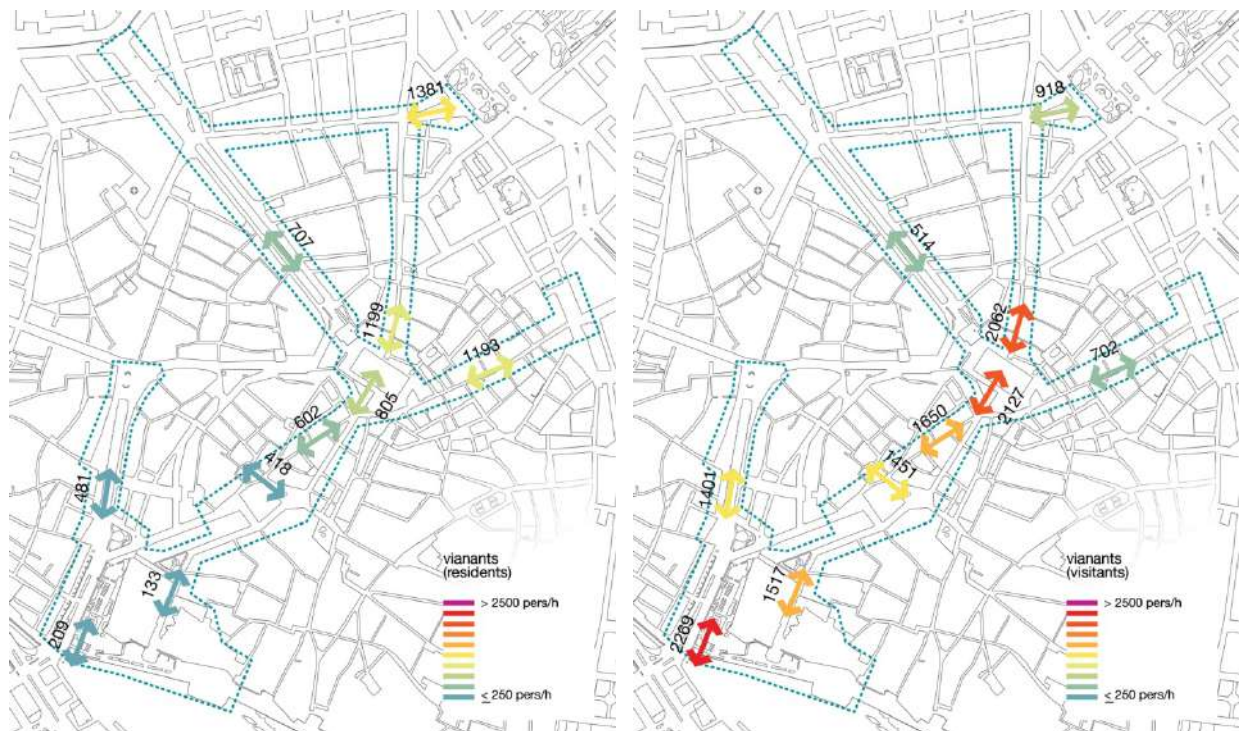


Figura 36: Distribució dels fluxos de vianants per punts d'aforament
Imatge esquerra: residents; imatge dreta: visitants
Font: Elaboració pròpia

Al mateix temps, també trobam diferències de fluxos entre franja horària de matí i d'horabaixa. En el cas dels residents, es percep un augment d'aforament els horabaixes, augmentant entre 5 - 40% depenent dels punts, però no prou notables com perquè el nombre total de residents que es troben al carrer resulti en una gran aflluència. En la majoria dels casos, el percentatge d'aflluència de visitants respecte dels residents és major.



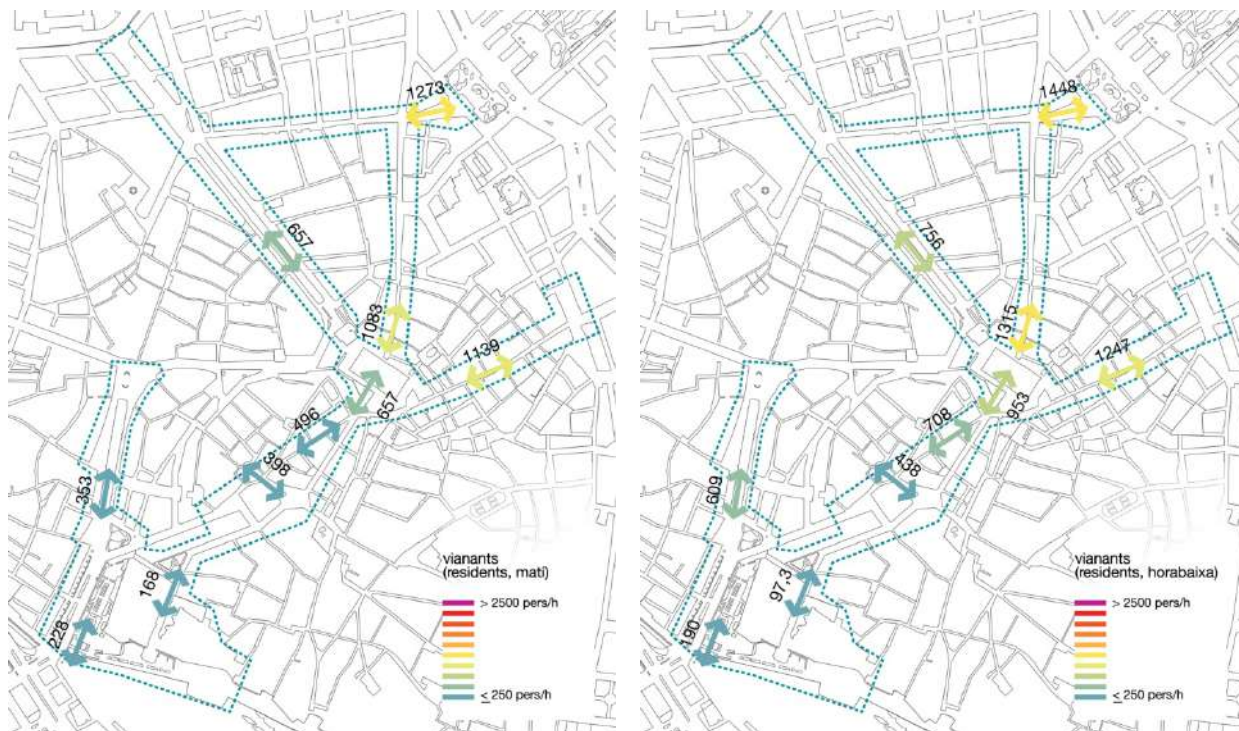


Figura 37: Distribució dels fluxos de vianants residents per punts d'aforament
 Imatge esquerra: matí (11h-13h); imatge dreta: horabaixa (17h-19h)

Font: Elaboració pròpia

En canvi, el cas dels visitants és diferent. Hi ha una gran variació entre el nombre de visitants que recorren els nostres carrers al matí o l'horabaixa. Per exemple, a la Plaça Major, que és un dels punts de més afluència, l'horabaixa hi ha un 40% menys de visitants que al matí.

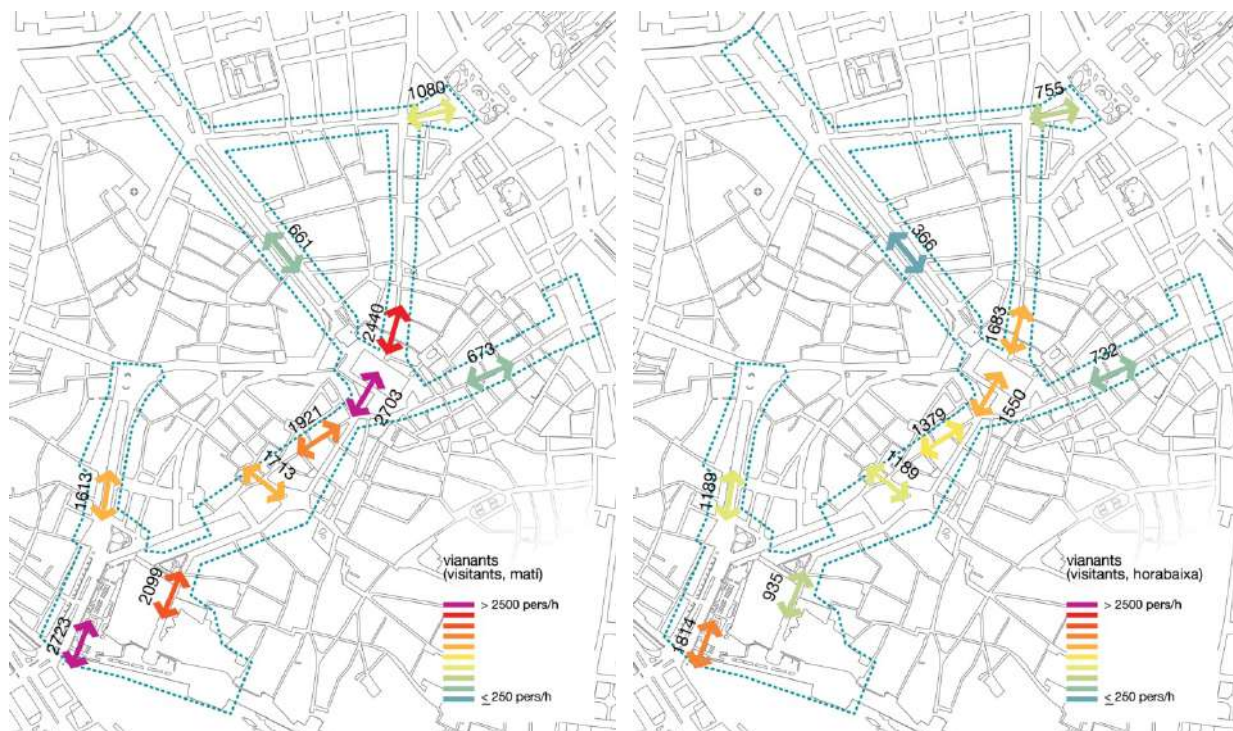


Figura 38: Distribució dels fluxos de vianants visitants per punts d'aforament
 Imatge esquerra: matí (11h-13h); imatge dreta: horabaixa (17h-19h)

Font: Elaboració pròpia



Una vegada comprovats quins són els carrers més transitats i en quins horaris, hem triangulat les dades recollides a peu de carrer amb les dades de sensors col·locats als principals carrers comercials de la ciutat de l'empresa *TC-Group solutions*. El servei que ofereixen compta la gent que passa a uns 4 - 4,5 metres de distància de la façana on es troba el sensor a un punt del carrer de Jaume II, entre els carrers Sant Bartomeu i Vicenç Mut.

Dels dies consultats, de mitjana, van passar per aquest tram del carrer de Jaume II més de 10.300 persones. A la gràfica següent podem veure com les hores de màxima afluència de vianants són entre les 11h - 13h, en la que van passar de mitjana un 30% dels vianants. I entre les 10h i les 15h de mitjana van passar el 57% dels vianants del dia. Llavors, l'horabaixa, hi ha una baixada de gent que es manté i puja una mica al voltant de les 18h.

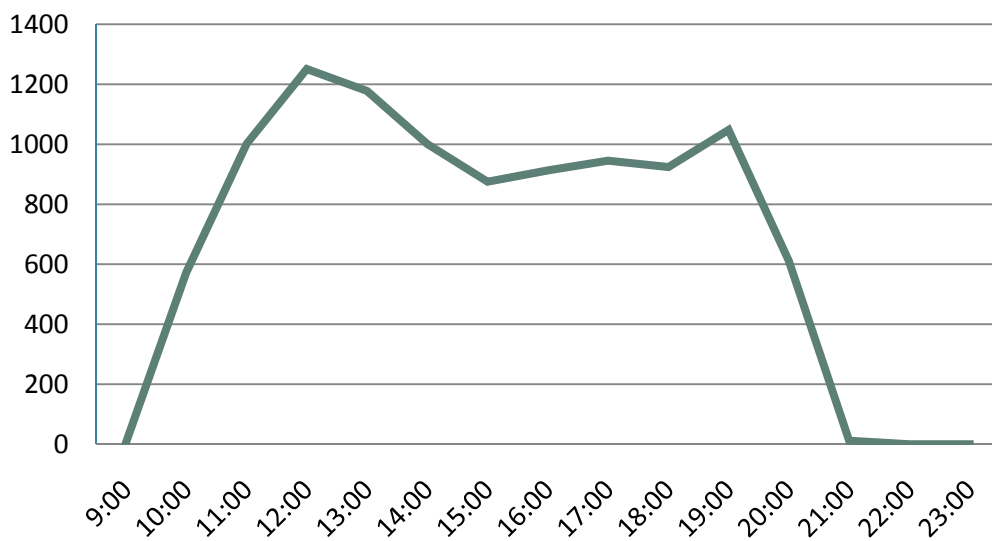


Figura 39: Flux mitjà de vianants per hora a carrer Jaume II de Palma (estiu)

Font: TC-Group Solutions i elaboració pròpia



2.5. Fluxos de vianants segons les xarxes socials

Bálint Kádár, professor de la Universitat de Budapest, ha col·laborat amb aquest estudi, fent el tractament de dades de Mallorca seguint la seva metodologia de recerca, basada en la visualització geoespacial de les fotografies preses pels turistes i publicades a xarxes socials, la que ens dóna una idea molt acurada de l'activitat que ocorre als espais urbans. Tot i que la major part de les xarxes socials ofereixen la possibilitat de geolocalitzar les fotografies que es prenen, en poques plataformes les dades són lliures. És el cas de Flickr, que si més no ara és una xarxa social desapareguda, les dades que podem prendre entre els anys 2006 i 2015 són molt acurades. La depuració de dades no només permet situar les imatges arreu de la ciutat sinó també diferenciar entre usuaris residents i visitants, en base a la periodicitat en que una persona usuària publica fotografies del lloc d'interès. Els mapes resultants mostren la correlació entre els llocs d'interès turístic i les zones on més fotografies geolocalitzades preses per visitants.²⁸

En total a Mallorca, el 60% de les imatges publicades a la xarxa entre els mesos de maig i octubre, el 70% de les quals s'han preses per visitants. Veiem també com les imatges preses per gent resident es geolocalitzen a tots els llocs habitats de l'illa i han estat preses de forma constant durant tot l'any, mentre que les imatges preses per visitants es concentren en zones costeres turístiques i a Palma i es comencen a penjar a principis d'abril, tenen una gran punta el mes d'agost i ja deixen de penjar-se a principis d'octubre.

Palma és el lloc més fotografiat de l'illa tant per persones residents com visitants. El 30% de les persones que han geolocalitzat fotografies de Palma són de visitants que només estan a Mallorca un dia, és a dir, de creueristes. El 50% són de visitants que queden entre 2 i 7 dies a l'illa i el 20% restant són gent resident a Mallorca.

Com podem veure en les visualitzacions següents, les fotografies preses pels visitants es concentren en punts molt concrets de la costa, en punts turístics (Castell de Bellver o Poble Espanyol) i en el centre històric de Palma. Per contra, els residents prenen fotografies de forma molt més repartida geogràficament, encara que el centre històric també prengui presència respecte de la resta del municipi.

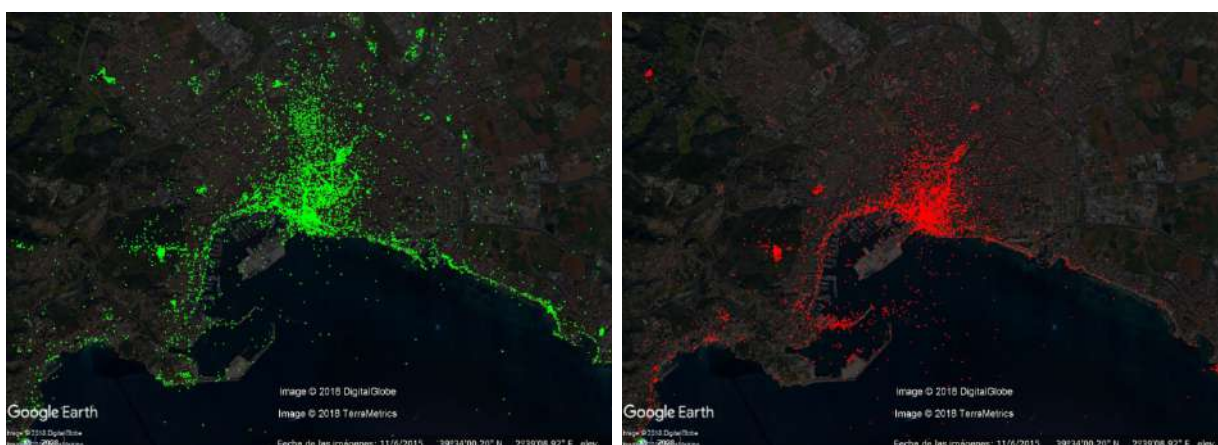


Figura 40: Distribució de les fotografies preses per residents (verd) i visitants (vermell)

Font: Bálint Kádár, visualitzat en Google Earth

²⁸ Bálint Kádár (2013) Where do tourists go? Visualizing and analysing the spatial distribution of geotagged photography, Cartographica 48:2, pp. 78-88



Al centre històric de Palma, més de la meitat de les fotografies penjades pels usuaris visitants s'han pres a un radi de 150 metres de La Seu, i el 70% a un radi de 300 metres. Els espais urbans que més visitants reben són per tant focus molt concrets i limitats.

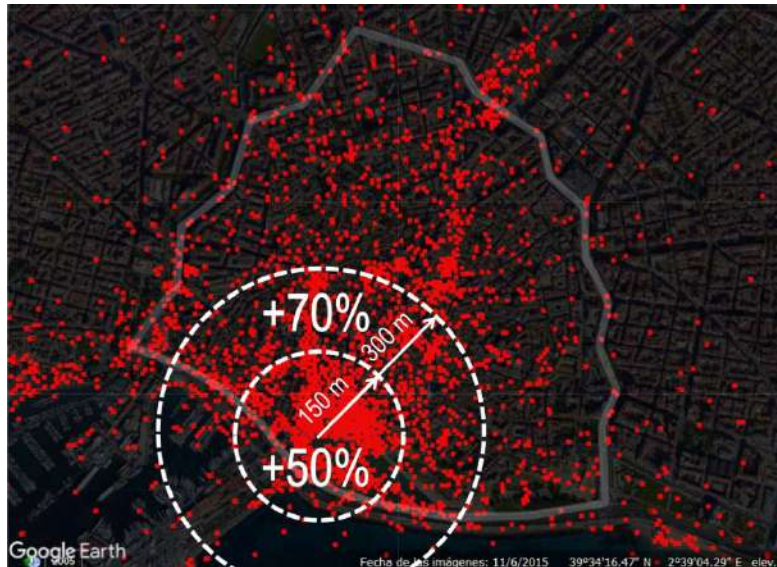


Figura 41: Distribució de les fotografies preses pels visitants (vermell)
Font: Bálint Kádar, visualitzat en Google Earth

Per tant, les xarxes socials ens han servit com una eina complementària a les dades obtingudes durant el treball de camp, en quant que ambdues tipologies de dades ens ajuden a detectar quins són els punts del centre històric amb major intensitat de vianants. La representació de les rutes més utilitzades pels visitants que podem veure tot seguit, s'ha extret del seguiment de les geolocalitzacions de la xarxa social Flickr i verifica en gran mesura els models de mobilitat de visitants identificats en el present estudi a partir del treball de camp.

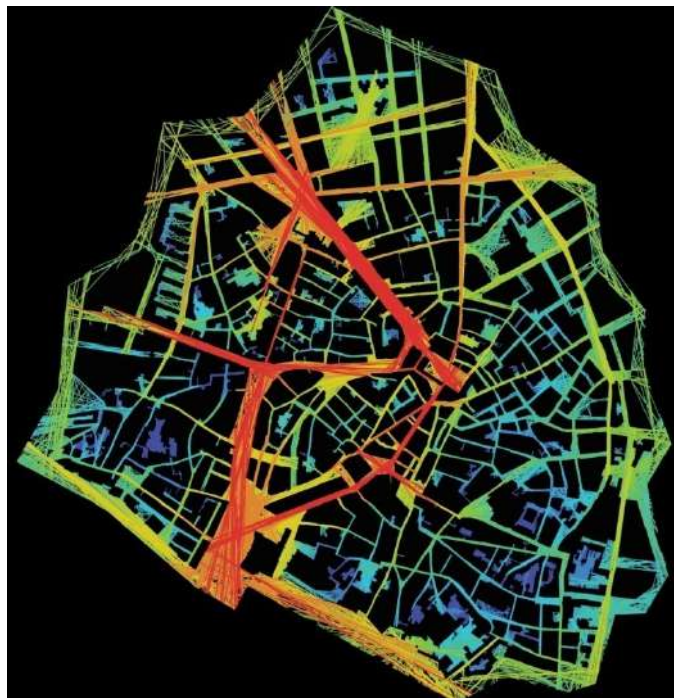


Figura 42: Representació de les rutes més utilitzades pels visitants al centre històric de Palma
Font: Bálint Kádar



3. ACTIVITAT IMMOBILIÀRIA

3.1. Augment del preu de l'habitatge

L'augment de la intensitat turística s'ha vist reflectida, com ja hem presentat a la primera part d'aquest document, en la pujada de preus de venda i lloguer d'immobles del municipi, però és que en el centre històric, encara és més alta l'afectació. En aquesta àrea, els preus del lloguer estan per sobre de la mitjana de la ciutat i han pujat un 30% des de l'any 2012. La falta de polítiques actives d'habitatge juntament amb l'alt rendiment econòmic del lloguer vacacional ha minvat l'oferta i ha contribuït a l'augment dels preus dels habitatges de lloguer de llarga durada. Cal remarcar que el centre històric de Palma és encara un barri residencial amb aproximadament el 7% de la població del municipi, per la qual cosa no només és un àmbit d'interès turístic, sinó un centre de serveis i residència de una part important de població.

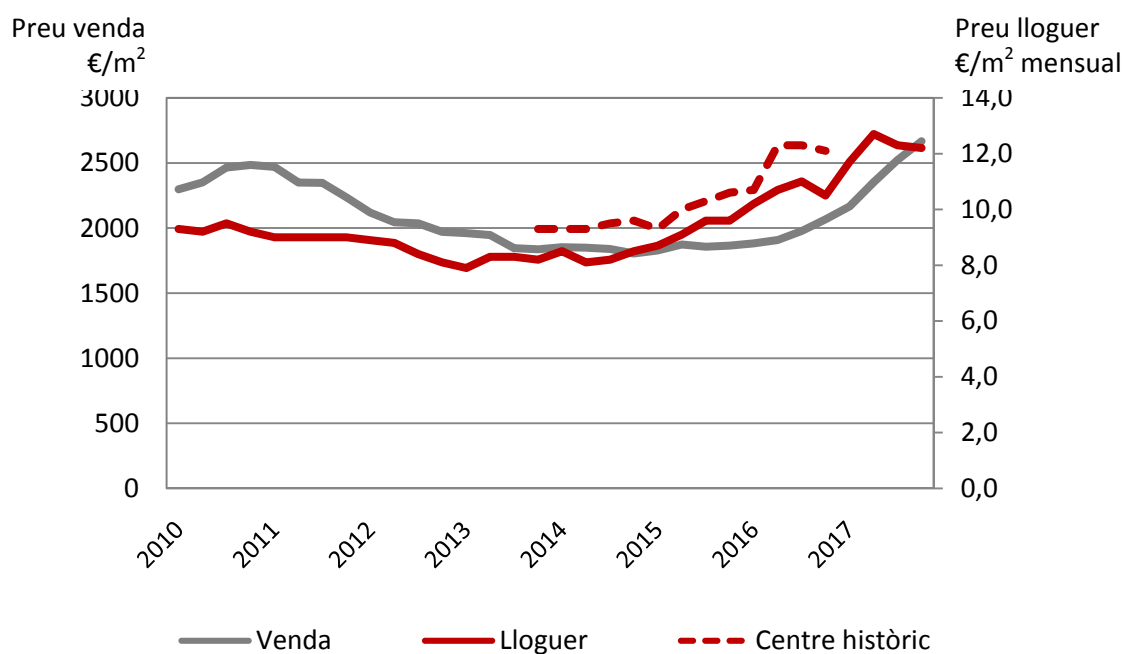


Figura 43: Evolució del preu de l'habitatge de lloguer i venda a Palma (€/m²)

Font: Idealista i elaboració pròpia



3.2. Estades turístiques en habitatge

Una de les causes més visibles de l'augment de la intensitat turística al centre històric de Palma ha estat l'augment de l'oferta d'estades turístiques en habitatges d'ús residencial (ETH) o, com s'anomenen informalment, els apartaments turístics. Es tracta d'un fenomen a nivell mundial on Palma no n'és una excepció i no atura de créixer des de l'any 2010.

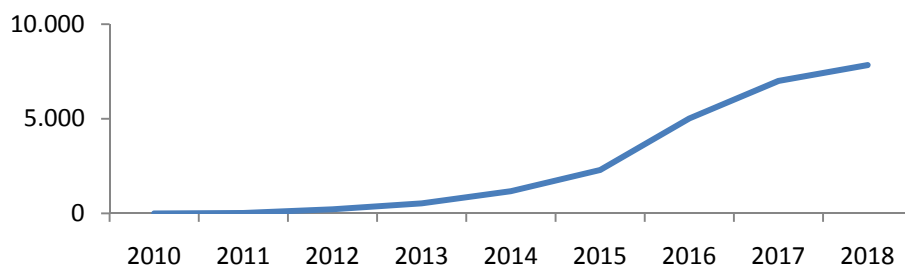


Figura 44: Evolució de l'oferta del nombre d'apartaments turístics publicats a la xarxa Airbnb Palma
Font: Airdna i elaboració pròpia

La informació que es té relativa al nombre de places i distribució no existeix a les fonts institucionals, però les aproximacions que es tenen a partir de plataformes com Inside Airbnb o Airdna reflecteixen prou bé la realitat. Segons l'estudi "Anàlisi i diagnòstic de l'habitatge a Palma", elaborat per l'Àrea de Model de Ciutat, Urbanisme i Habitatge de l'Ajuntament, l'any 2017 el centre històric concentrava el 25% de les places ofertes al municipi a través del portal web Airbnb, malgrat que aquesta àrea només alberga el 7% de la població de ciutat.

La localització dels allotjaments turístics a la ciutat és desigual i el centre històric és la zona que presenta majors concentracions, arribant en alguns casos a més de 25 places per hectàrea, tal i com mostra la figura següent.



Figura 45: Densitat de places estades turístiques en habitatge. Places per hectàrea.
Font: Ajuntament de Palma



És molt difícil fer una estimació de quin efecte té el lloguer turístic sobre l'oferta del lloguer de llarga durada, però el que s'ha d'evitar en tot moment és que barris de Palma quedin deshabitats perquè siguin ocupats temporalment per visitants. L'Ajuntament de Palma, per tal de frenar el fenomen de creixent dels apartaments turístics, el mes d'abril del 2018 va aprovar una proposta de delimitació provisional de les zones aptes per a la comercialització turística en habitatges d'ús residencial, segons la qual es prohibeix donar d'alta cap nova estada turística en habitatge (ETH) en edificis plurifamiliars. En un principi, la mesura resol una preocupació ciutadana de forma parcial ja que és preocupant l'evolució que aquest fet ha provocat en barris majoritàriament unifamiliars com Son Espanyolet, on hi ha hagut una proliferació d'habitatges destinats a l'ús turístic.

3.3. Les dinàmiques del mercat de compravenda

Les dinàmiques del mercat de compravenda o transaccions són un índex d'activitat del mercat immobiliari, les quals mostren que el centre històric de Palma té una activitat molt per sobre de la mitjana estatal i balear. L'any 2016, mentre que a Balears es registraren 13.811 operacions de compravenda (12,47 per cada mil habitants), al centre històric de Palma es varen comptabilitzar 1.131 operacions segons el registre municipal de plusvàlues (43,97 per cada mil habitants). És a dir, que al centre històric de Palma es van realitzar 3,5 vegades més transaccions per cada mil habitants que a Balears i 5 vegades més que a Espanya.

A més, al mateix centre històric, el percentatge d'estrangers que efectuaren alguna operació al llarg de l'any 2016 es situa en el 28,74%, és a dir, un de cada tres compradors va ser de nacionalitat estrangera.

2016	Nombre de transaccions immobiliàries	Transaccions per cada mil habitants	% transaccions fetes per estrangers	% residents estrangers
Espanya	403.743	8,69	13,25	9,43
Balears	13.811	12,47	32,90	19,70
Centre històric	1.131	43,97	28,74*	31,36

Figura 46: Transaccions immobiliàries, 2016
Font: Registradors de la propietat, Ajuntament de Palma i elaboració pròpia

**En el cas d'una transacció on l'adquirent és una empresa, no consten les dades de nacionalitat. Al centre històric, per l'any 2016 el percentatge de "dades desconegudes" és del 30,15%. Aquest biaix no afecta a les dades autonòmiques i estatals.*

Durant el període entre els anys 2012 i 2016, el nombre de transaccions immobiliàries va pujar un 80%, i es van registrar 3.722 impostos de plusvàlues municipals²⁹; reflex absolut del dinamisme de la compravenda d'immobles aquests darrers 5 anys.

²⁹ L'impost de plusvàlues municipals és l'impost sobre l'increment de valor dels terrenys de naturalesa urbana, que grava l'increment de valor que ha experimentat un terreny durant el temps que una persona ha estat propietària d'un pis, local o terreny o qualsevol immoble de naturalesa urbana. En aquest cas és equivalent al nombre de transaccions: 1 transacció = 1 impost.



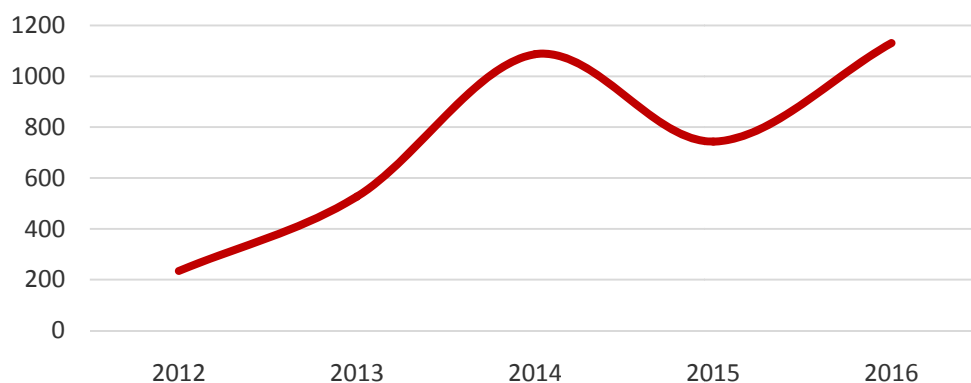


Figura 47: Evolució anual del nombre de transaccions a centre històric.

Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia

Pel que fa al tipus d'adquirent, la majoria de compradors i venedors són persones físiques. No obstant, el 32% de les compres en aquest període la van efectuar persones jurídiques, un índex molt superior a la mitjana balear i estatal que es situa en el 13% i 12%, respectivament. El 55% de les vendes la van fer persones de nacionalitat espanyola, mentre que aquest percentatge disminueix a 42% en el cas de les adquisicions.

L'evolució de la nacionalitat dels adquirents mostra com en tan sols 5 anys, el nombre d'estrangers ha més que triplicat al centre històric. A la següent gràfica, s'observa com s'incrementen les compravendes d'espanyols, tot i que el nombre de persones estrangeres que adquireixen una propietat augmenten a major velocitat.

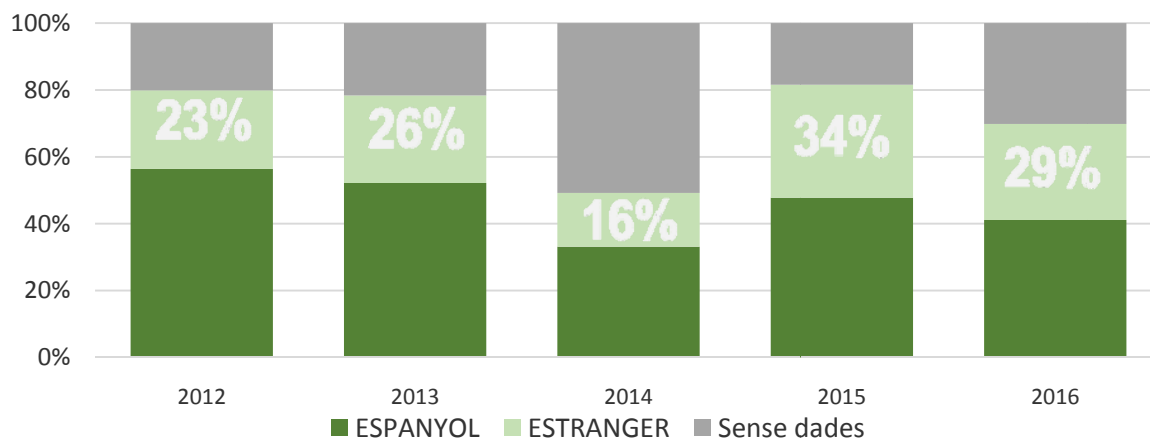


Figura 48: Nacionalitat dels adquirents de les transaccions de compravenda

Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia

Pel que fa al període mitjà de possessió de l'habitatge, és a dir, el temps que en termes mitjans es manté la propietat de l'habitatge objecte de transmissió, a Balears és de 4.827 dies (una mica més de 13 anys), nombre lleugerament inferior a la mitjana estatal que es situa en 4.854 dies. Segons la mitjana estatal, a l'any 2016 el 18,38% de les transmissions corresponien a habitatges que es trobaven dins els primers 5 anys de possessió. Pel que fa al centre històric de Palma, aquest percentatge es situa en el 29,88%. Si analitzam el període 2012-2016, tenim una mitjana del 26,44%, és a dir, una tendència estable que a més mostrarà un increment en el darrer any. No obstant, quan obtenim la dada per barris, les diferències dins el mateix centre històric són notables. Coincideix que el barri amb major nombre de transaccions, La Calatrava, és un dels que té la mitjana més baixa de període de possessió. Al



contrari, el barri de La Seu és el que té el menys transaccions i per tant el que el període de possessió és més elevat.

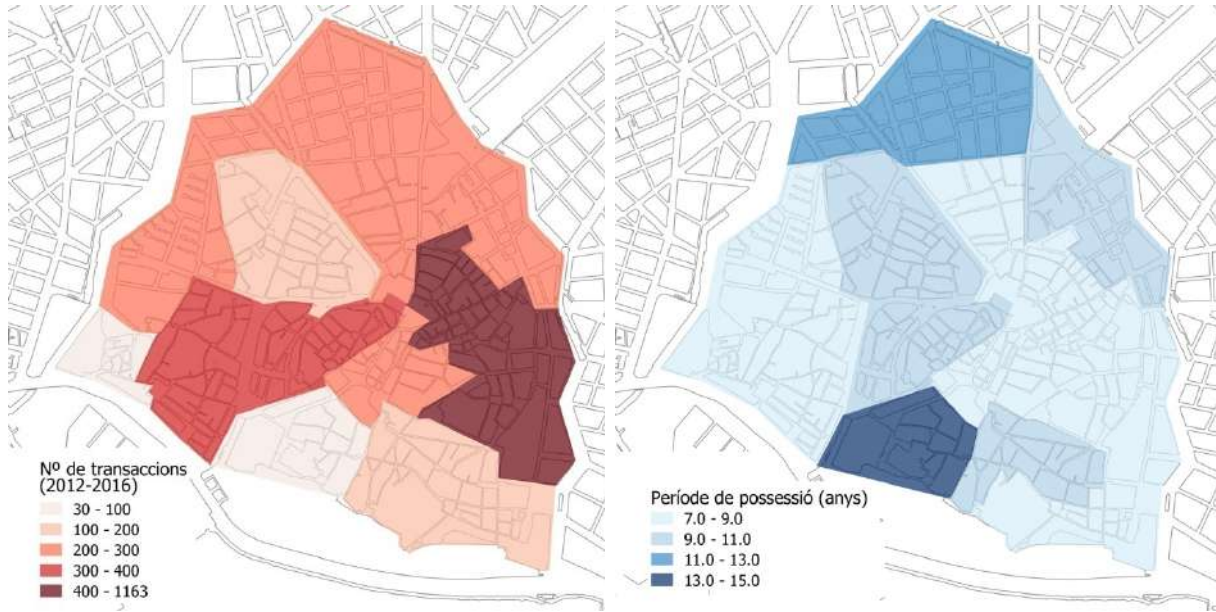


Figura 49: Transaccions (esquerra) i període de possessió (dreta) per barri (2012-2016)
Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia



4. DINÀMIQUES SOCIALS

4.1. Evolució de la població

El pes poblacional que ha tengut Palma sobre el conjunt de les Illes Balears ha anat variant. A principis del segle XX, el 20% de persones de les balears vivien a Palma, mentre que al 2017 aquest percentatge arribava al 38%. Segons les dades del padró de Palma, l'evolució general del municipi de Palma a la darrera dècada ha estat de creixement, encara que a ritme no constant. Aquest augment de població no ha estat heterogeni, sinó que hi ha diferències significatives entre barris.

En quan a la distribució de la població, l'evolució del padró entre el 2004 i el 2017 mostra una clara tendència de canvi poblacional. Per exemple, agafant dades només del centre històric, en aquest període la població ha crescut un 20%, de la qual un 78% són gent nascuda a l'estranger. De fet, si feim el creuament de dades amb les compravendes explicades en l'apartat anterior, no resulta anecdòtic que al 2017 de les persones empadronades el 22% a Palma i més del 30% al centre històric, fossin de població nascuda a l'estranger.

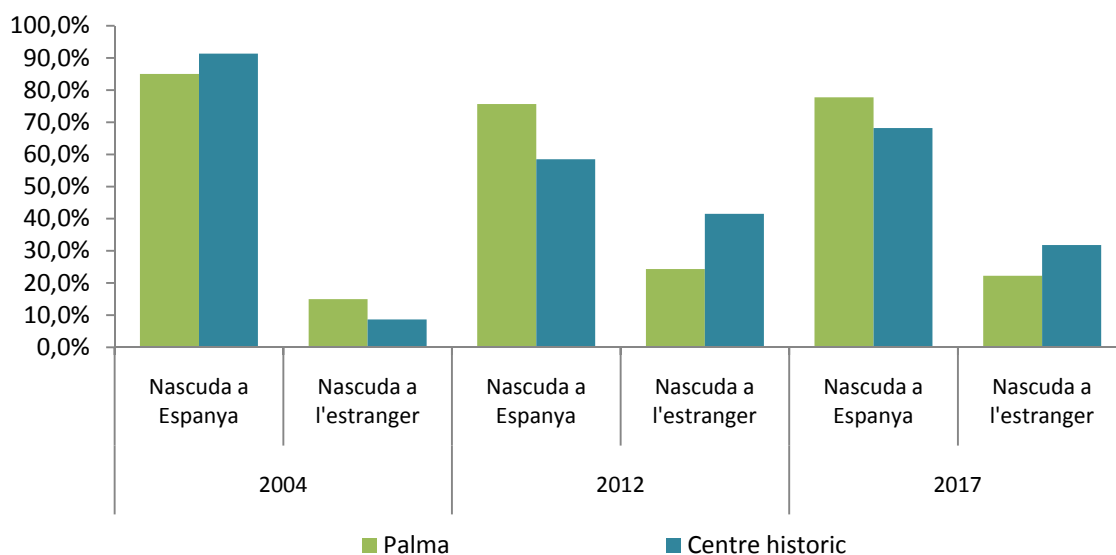


Figura 50: Comparativa de l'evolució del padró a Palma i al centre històric

Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia



4.2. Transformació del comerç

Històricament, el centre històric de Palma ha tengut comerços de tot tipus, ja que es tractava de la principal zona comercial de Mallorca. El centre però, mantenia un equilibri entre els serveis metropolitans i els de barri que garantia les necessitats mínimes i diàries dels residents. La sensació és que els últims anys hi ha hagut una gran proliferació de comerços al centre històric de Palma que, per un costat, ha reactivat molts locals que estaven tancats, però també ha potenciat que desapareixin comerços tradicionals i d'ús quotidià que s'han anat substituint per grans marques internacionals. Malauradament, no existeix cap base de dades consultable amb l'històric i els canvis en la tipologia de comerços, així com tampoc del nivell de rotació que hi ha hagut en els canvis. Per aquesta raó, hem començat a elaborar una base de dades recollint informació de 730 comerços en planta baixa distribuïts així com mostra la imatge tot seguit.

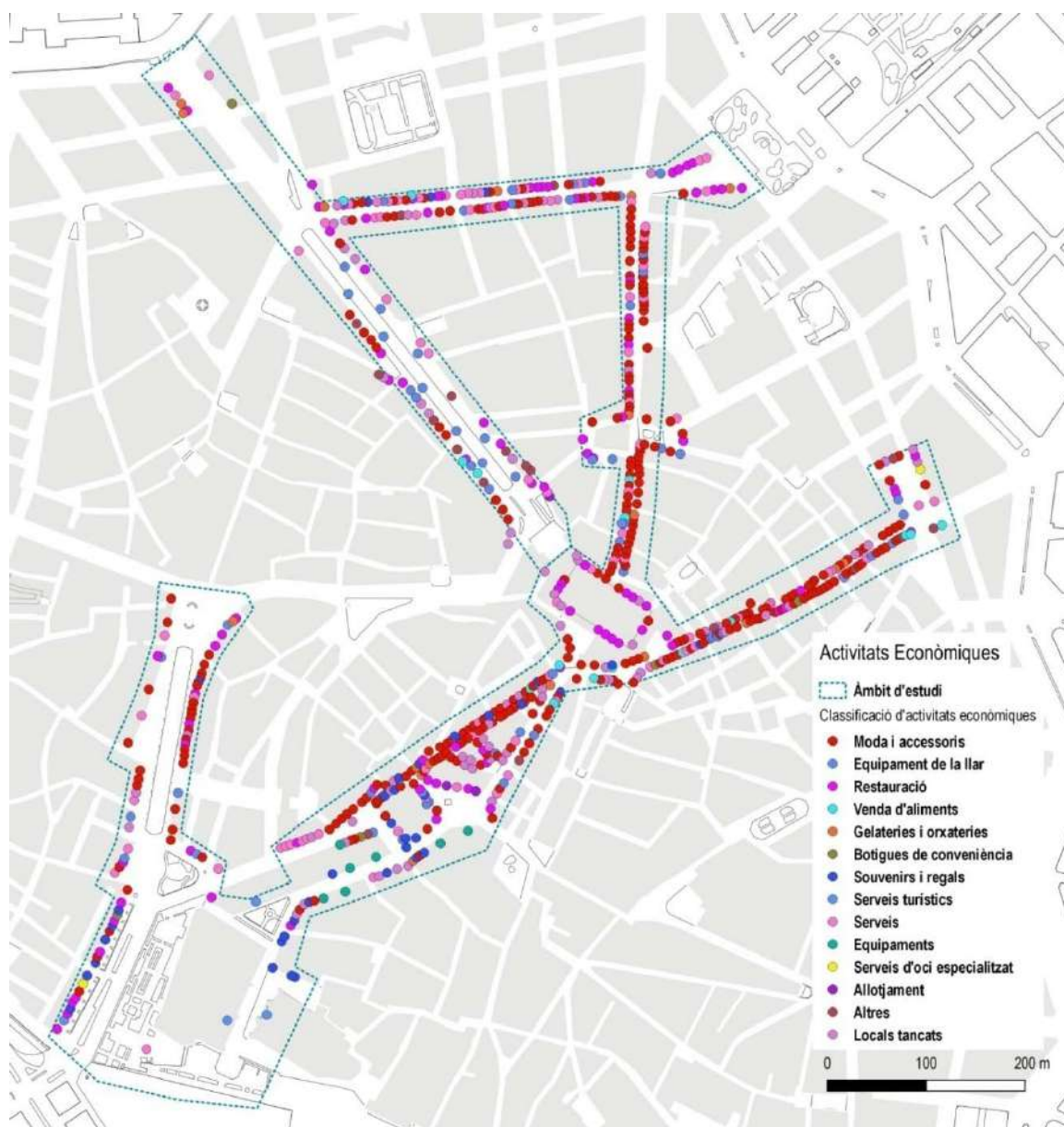


Figura 51: Anàlisi de les activitats econòmiques en planta baixa
Font: Elaboració pròpia.



Les tipologies de comerços més abundants en els carrers analitzats són de moda i accessoris (40,8%) i de restauració (13,7%), seguits de els comerços de serveis (11,5%) i els locals tancats (10%).

La classificació de comerços que hem realitzat (veure annex 1) ens ha permès fer una diferenciació de tres classes d'especialització dels comerços. Els primers, d'alta especialització turística, són tendes de *souvenirs* i regals, serveis turístics o gelateries. Es caracteritzen perquè la seva cartelleria és principalment en idiomes estrangers, es troben majoritàriament en la zona entre la Plaça Major i La Seu i moltes vegades els mesos d'obertura coincideixen amb els mesos d'alta aflluència de visitants. La segona tipologia és l'especialització turística estacional, com són els bars i restaurants, tendes de moda o els serveis d'oci especialitzat. La major part d'aquests establiments funcionen tot l'any però varien les promocions segons el tipus de clients majoritaris del moment. Finalment, trobam els comerços sense especialització turística, com són els comerços d'equipament de la llar, venda d'aliments o serveis al ciutadà.

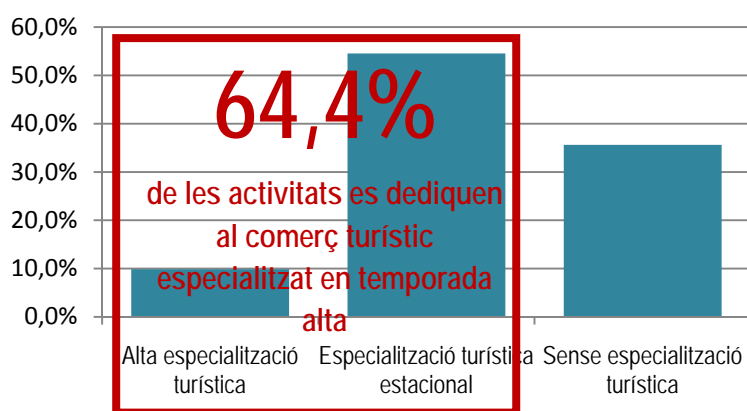


Figura 52: Percentatge d'especialització turística del comerç
Font: Elaboració pròpia.

En la següent figura podem comprovar com l'especialització dels comerços va molt lligada a la localització dels establiments, ja que aquells que classificats com d'alta especialització es troben més propers a la zona de La Seu. A més a més, un terç de les gelateries i un 20% dels bars i restaurants tenen cartelleria majoritàriament en anglès o alemany, és a dir, que demostren una intencionalitat de venda principalment a turistes.



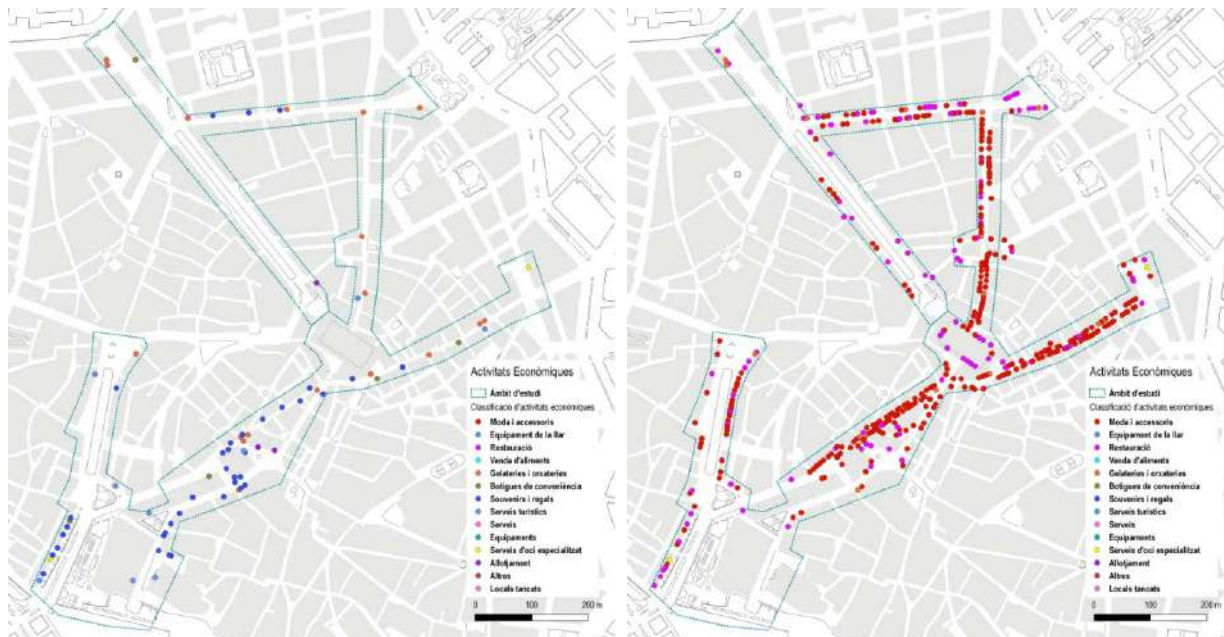


Figura 52: Especialització turística del comerç i localització
 Imatge esquerra: alta especialització; imatge dreta: especialització estacional
 Font: Elaboració pròpia

Amb les dades extretes, cal destacar la presència elevada de marques internacionals entre els comerços de l'àmbit estudiat. La major part d'aquestes són comerços classificats com moda i complements i estan situats en els carrers de major afluència de vianants. En quan a la venda de productes locals, només un 19% del comerços tenen en els seus expositors productes locals o regionals.

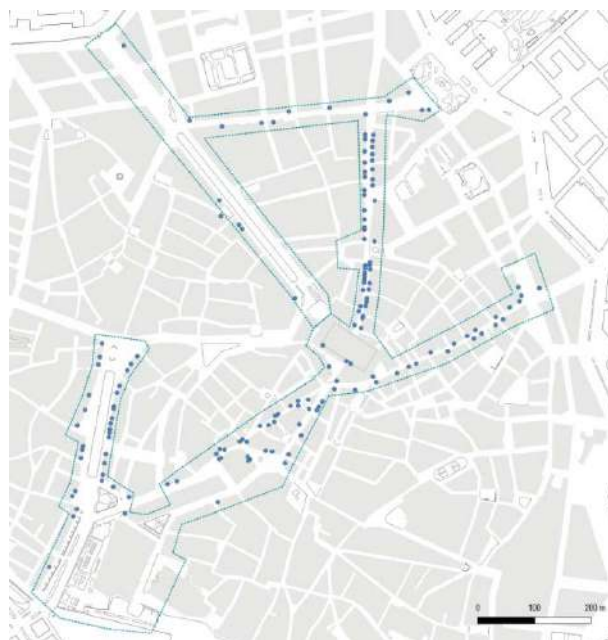
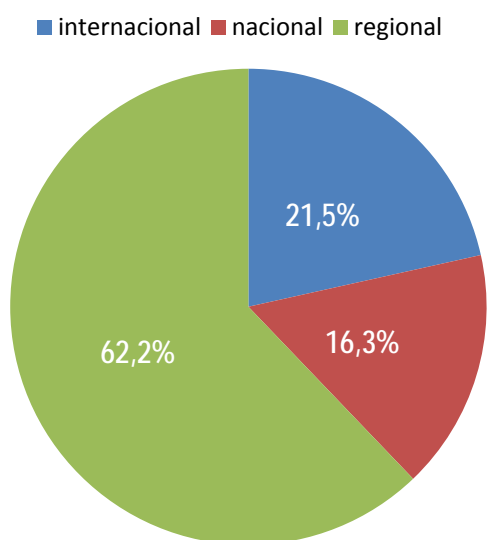


Figura 53: Classificació de les marques comercials
 Esquerra: proporció del tipus de marques; dreta: situació dels establiments amb productes locals
 Font: Elaboració pròpia



4.3. Desnonaments

L'anàlisi dels desnonaments del centre històric de Palma, barri a barri, el podem fer gràcies a les dades que ens ha facilitat l'Oficina Antidesnonaments de Palma i que ha recollit des de la seva creació el juliol del 2015. Només als barris del centre s'han efectuat almenys 89 desnonaments, 3,5 desnonaments per cada mil habitants, i es confirma la dada de l'augment de desnonaments per impagaments de lloguer. S'ha de dir que a l'oficina s'hi acudeix per voluntat pròpia, per tant els expedients oberts no són tots els que hi ha hagut sinó tots els que han arribat als tècnics de l'Ajuntament. El nombre més elevat de desnonaments amb diferència és al barri El Sindicat on el 80% d'aquests també són per impagament de lloguer.

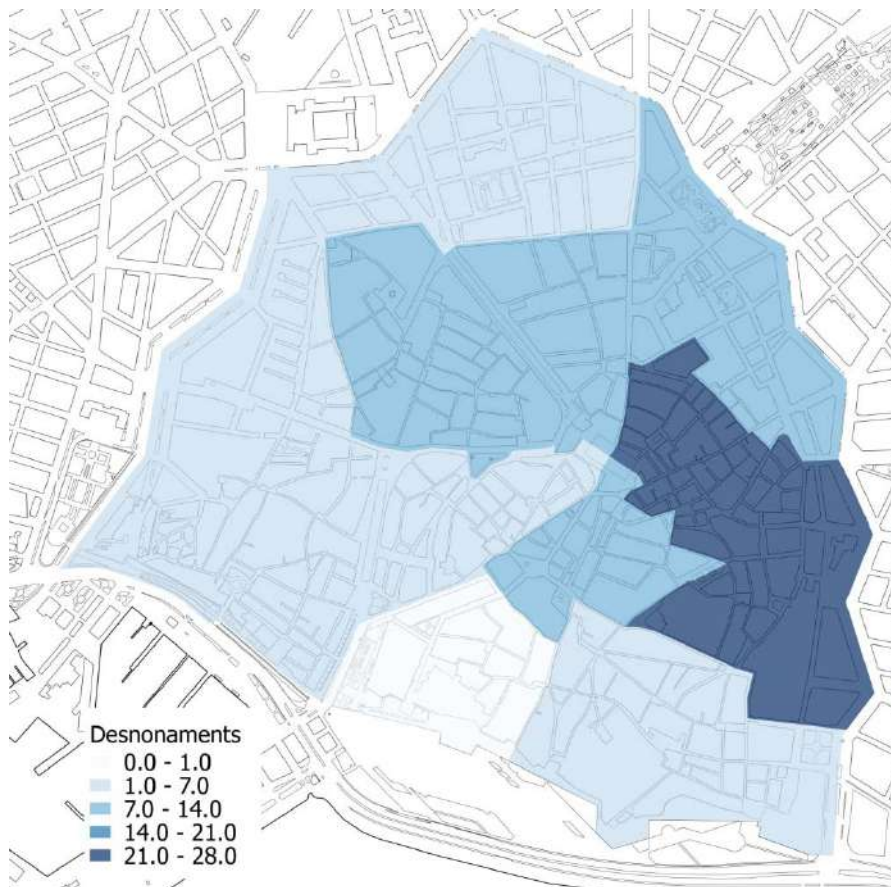


Figura 54: Desnonaments recollits per l'Oficina Antidesnonaments, juliol 2015-juliol 2018
Font: Ajuntament de Palma i elaboració pròpia.



4.4. Percepció i valoració de l'ús dels espais públics del centre històric de Palma

Per tal d'aproximar-nos a la percepció que tenen residents i turistes sobre la intensitat d'ús dels carrers i comerços del centre històric de Palma, per un costat hem realitzat un sondeig tant a residents com a turistes i, per l'altra costat, hem entrevistat a representants d'associacions veïnals del centre històric de Palma.

A través del sondeig a turistes hem explorat quina és la seva percepció sobre la quantitat de gent que han trobat als carrers i comerços durant la seva estada, així com la valoració que fan d'aquesta ocupació. La majoria de visitants consideraren que hi ha un nombre de gent adequat als carrers i comerços del centre històric de Palma (el 52%), seguit de prop dels que opinaren que hi ha molta gent (el 43%); mentre que només un 5% apuntà que hi ha poca gent. Entre les observacions més comuns dels visitants a qui demanarem, trobam que valoren positivament la quantitat de gent que hi ha al carrer debut a que "vivi del turisme", que la saturació dels espais públics és comprensible durant els mesos d'estiu, mentre que molts apuntaren que pel fet de provenir de grans ciutats estan acostumats a veure els carrers plens de gent. Per un altre costat, la majoria de turistes valoraren que el nombre de persones als carrers i comerços del centre històric de Palma era correcte (el 60%), mentre que les proporcions entre els que consideraren que no hi ha problemes de saturació i els que preferirien que hi hagués menys gent als carrers eren similars (el 20% i el 18%, respectivament). La percepció sobre l'ús dels espais públics foren similars entre visitants allotjats a creuers, a hotels o a hostals i a apartaments turístics. La majoria considerà que hi havia un nombre adequat de gent als carrers i comerços del centre històric de Palma (51% i 49% i 60%, respectivament), o que hi havia molta gent (40%, 37% i 33%, respectivament). En relació a la valoració d'aquesta ocupació de l'espai públic, la majoria de visitants allotjats a creuers i a hotels o hostals consideraren que el nombre de persones era adequat (57% i 63% respectivament). En canvi, destaca que els 40% dels allotjats a apartaments turístics hagués preferit trobar-se a menys gent als carrers i comerços del centre històric.



43% troben que hi ha molta gent pels carrers del centre històric

60% pensen que el volum de persones pel carrer és adequat

18% els agradaria que hi hagués menys gent

Resultats del sondeig realitzat a peu de carrer a visitants del centre històric de Palma -estiu 2018

Figura 55: Infografia resum del sondeig fet a visitants

Font: Elaboració pròpia.

A partir del sondeig realitzat a residents del centre històric de Palma veiem que la majoria opinà que els carrers estaven plens de gent (un 62%), mentre que un terç opinà que hi havia un nombre adequat de persones (el 28%), i només una minoria que hi havia poca gent (un 5%). De forma significativament generalitzada trobam que, segons les observacions fetes per aquests residents, hi ha una major saturació als mesos d'estiu, en general als matins, els dies d'arribada de *creueristes*, els dies ennuvolats, i als carrers comercials. Per un altre costat, la majoria de



residents manifestaren que aquest volum de persones als espais públics els afectava en la seva vida quotidiana (el 64%), mentre que només un 25% opinà que no els hi afectava. Entre les molèsties més comuns hi trobam la substitució de negocis tradicionals per altres enfocats a la indústria turística, la pujada del preu dels lloguers, els canvis d'ús de carrers per a evitar els més saturats, i els renou que generen turistes allotjats a apartaments turístics i hotels urbans. En relació a la valoració d'aquests residents sobre la capacitat de rebuda de més nombre de turistes que tenim a Palma a dia d'avui, veiem que només un 20% opinà que encara podem rebre un major nombre de turistes, mentre que el 66% argumentà que ja hem arribat o sobrepassat el límit de rebuda.



62% pensen que els carrers estan plens de gent

64% opinen que la intensitat turística afecta la seva vida quotidiana

66% troba que ja hem arribat o sobrepassat el límit de rebuda de visitants al centre històric

Resultats del sondeig realitzat a peu de carrer a residents del centre històric de Palma -estiu 2018

Figura 56: Infografia resum del sondeig fet a residents

Font: Elaboració pròpia

Per tal d'aprofundir una mica més en les dades obtingudes a partir del sondeig a residents, realitzarem una sèrie d'entrevistes a representants d'associacions de veïns i veïnes del centre històric de Palma. D'aquesta forma, hem pogut identificar quins són els impactes directes i indirectes de l'ús del carrer i els comerços –especialment, els usos relacionats amb la indústria turística- que més els afecta i preocupa, així com entreveure tant les similituds com les particularitats que existeixen entre alguns d'aquests barris.

Primerament, les dades indiquen que l'ocupació de l'espai públic al centre històric de Palma sol formar part dels debats interns d'aquestes entitats. Entre els temes específics més recurrents a debat hi ha l'ocupació de l'espai públic per part de les terrasses de bars i restaurants a places i carreres; el monopoli que tenen entre els comerços del barri les tendes de Souvenirs; o la falta d'aparcaments per a residents. En relació a com perceben la saturació dels usos públics aquestes entitats, pareix haver suficient consens en que la saturació és més forta a zones més turístiques com Cort i la Seu Seu –tot i que de cada cop més sovint, els turistes visiten carrers i barris a on abans no arribaven-, així com a carrers comercials tipus Sant Miquel. També, que la saturació depèn en gran mesura de l'arribada de creuers, ja que aquest causen una gran concentració de gent en poc temps. Front aquesta situació les respostes varien, des de la demanda de major planificació i coordinació, de control i regulació, a la contenció i el decreixement.

L'impacte de l'habitatge turístic -tot i no afectar de forma igual a tots els barris- presenta una sèrie de problemàtiques segons les entitats veïnals: encareixen els preus dels lloguers -causant l'expulsió de la població resident,



especialment dels joves-, generen molèsties de renou, i dificulten la gestió dels residus urbans reciclables, entre d'altres. Les principals demandes entorn a l'allotjament turístic són l'aplicació del reglament ja existent a partir d'una major vigilància. En alguns barris, els hotels urbans estan dificultant la convivència amb la població resident: no només la música dels bars piscines causa molèsties, sinó que el proveïment de mercaderies durant el dia fa que es tallin carrers, i de vespre provoca forts renous. Una altra de les qüestions que pareix preocupar més al veïnat és la desaparició de comerços de gran utilitat per a residents (com per exemple ferreteries, merceries o forns), que són substituïts per comerços d'ús turístic (com són Souvenirs o gelateries). Finalment, és molt estesa la percepció que la intensitat d'ús de l'espai públic es concentra a alguns carrers i places, fet que provoca que els residents hagin de modificar els seus recorreguts de mobilitat quotidiana (evitant emprar alguns carrers a certes hores) i que deixin d'emprar les places com a espais de socialització del barri. També els hi demanarem sobre les seves propostes en relació a totes les qüestions introduïdes anteriorment, entre les quals hi trobarem les peticions com:

- controlar i limitar els establiments turístics hotelers i les estades turístiques en habitatge
- potenciar els establiments comercials que cobreixin les necessitats bàsiques dels residents
- programar l'escalonament d'arribada dels creuers
- incrementar el nombre d'aparcaments exclusius per a residents
- crear l'observatori de gentrificació al districte centre.



TERCERA PART. CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA I SOSTENIBILITAT DE LA DESTINACIÓ DEL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA

1. DEFINICIÓ DE CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA

L'any 1980, la Organització Mundial del Turisme va definir la capacitat de càrrega com "el nombre màxim de persones que poden visitar una destinació turística alhora, sense causar la destrucció física, econòmica i sociocultural de l'entorn, així com la disminució inacceptable de la qualitat en la satisfacció dels visitants".³⁰ Al 1984, Shelby i Heberlein³¹ definien la capacitat de càrrega turística com el nivell d'ús de l'espai més enllà del qual els impactes generats pel turisme excedeixen els nivells acceptables especificats en els estàndards avaluadors prèviament fixats i consensuats.

Així, entenem que el concepte de càrrega turística té a veure amb els turistes que la ciutat o destinació és capaç d'acollir sense produir impactes que perjudiquin el desenvolupament de les activitats quotidianes de les persones residents, així com la recerca d'instruments per a la millora d'una planificació i gestió estratègica d'una destinació turística.

2. CÀRREGA DE PERSONES AL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA

2.1. Com es calcula la càrrega?

Per aquest estudi farem una estimació de la càrrega que suporta el centre històric durant un dia feiner d'estiu amb una intensitat mitjana de visitants. La càrrega de persones en un àmbit turístic urbà està composta pel que anomenam la càrrega residencial i la càrrega turística.

En primer lloc, la càrrega residencial d'un territori s'entén com la suma de les persones que estan empadronades dins l'àmbit d'estudi, les que hi fan feina i les que són residents a altres llocs de la mateixa ciutat o província i usen l'àmbit per motius diversos com anar-hi a comprar, visitar amics i familiars o com usuaris d'algun dels serveis ciutadans situats a l'àmbit d'estudi. En segon lloc, la càrrega turística és la suma de turistes que s'allotgen en hotels o altres establiments no turístics i dels visitants que estan unes hores al lloc. El nombre de visitants de dia són els més difícils de comptabilitzar ja que segons l'àmbit d'estudi aniran variant. Finalment, de la suma de les càrregues residencial i turística obtenim la càrrega de persones total mitjana.

Arribats a aquest punt, quin és el nombre adequat de càrrega total de persones per a l'àmbit estudiat? Aquesta pregunta té una difícil resposta ja que es tracta d'una nova metodologia d'estudi i de càlcul de càrrega on es fa difícil la comparació entre àmbits semblants per la manca de notable de dades sectoritzades. És per això que és fa molt

³⁰ UNWTO - OMT (1981) *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*, Madrid.

³¹ B. Shelby i T.A. Heberlein (1984) *A conceptual framework for carrying capacity determination*, Leisure Sciences, vol.6 n°4, pp. 433-451



necessària l'aplicació de la mateixa metodologia a altres indrets semblants per començar a establir uns indicadors. Així, mentrestant, una vegada obtinguda la càrrega de persones total, optam per avaluar la sostenibilitat de la capacitat de càrrega actual en funció de diferents paràmetres establerts en altres regulacions o comparant-ho amb criteris ja consensuats i acceptats per institucions de reconegut prestigi. És llavors, i si es comprova que existeix un excés de càrrega total de persones, que es desplega una estratègia de reequilibri definint, entre altres mesures, el Sostre de Càrrega Turística (SCT), o límit acceptable de càrrega turística que pot suportar l'àmbit estudiat.

2.2. Càlcul de la capacitat de càrrega del centre històric de Palma

Les dades obtingudes pel càlcul de la capacitat de càrrega són fruit de les diferents recerques efectuades. Sempre que ha sigut possible, s'han fet les estimacions a partir de la informació recollida en fonts documentals oficials i sinó hem recorregut a les dades resultant del treball de camp exposades a la tercera part d'aquest estudi.

Segons els nostres càlculs, el centre històric de Palma té de mitjana una càrrega total de persones de 89.969 un dia feiner del mes de juliol. La figura tot seguit recull les dades desglossades d'aquesta càrrega, en la que veim que la part residencial comporta el 58% del total. Un 35% de la càrrega residencial està formada per treballadors dels quals un 78% fan feina pel sector privat, la majoria pels comerços i restauració. El 42% restant està format per la càrrega turística, del qual només un anecdòtic 9%, és de gent allotjada en establiments turístics al mateix centre històric de Palma. Un 10% són els allotjats en pisos turístics i la resta, un 81% són visitants de dia que venen a la ciutat en creuer, cotxe o bus. La càrrega turística total és de 37.700 persones diàries de mitjana.

	Estiu 2018 estimació
A- Persones empadronades	25.847
B- Persones treballant al centre històric	18.622
C- Usuaris diaris de serveis i comerços	7.800
sub-total:	52.269
A- Allotjats en establiments turístics	3.000
B- Allotjats en establiments no turístics	4.000
C- Visitants de dia	8.000
- creueristes	6.200
- en cotxe	16.500
- en bus	37.700
sub-total:	37.700
Total càrrega	89.969

Figura 57: Càlcul de la càrrega de persones total al centre històric de Palma un dia feiner mitjà de juliol 2018
Font: Elaboració pròpia.



3. ESTIMACIÓ DEL SOSTRE MÀXIM DE CAPACITAT DE CÀRREGA PEL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA

3.1. Què és el Sostre de Càrrega Turística (SCT)?

Entenem el Sostre de Càrrega Turística (SCT) com un instrument flexible, que serveix per regular la càrrega del turisme a les destinacions, ciutats històriques, monuments, platges, etc. Aquest instrument hauria d'estar integrat en les polítiques de sostenibilitat de la destinació per garantir la reducció progressiva dels impactes socials, econòmics i mediambientals fins arribar a un equilibri desitjat.

3.2. Com establím la necessitat d'un Sostre de Càrrega Turística?

Per establir la nostra proposta pel SCT al centre històric, tendrem en compte alguns indicadors amb els que podrem, en primer lloc, comparar la intensitat turística del centre històric de Palma amb altres territoris per entendre millor quin és el lloc que ocupa respecte d'altres destinacions. En segon lloc, aquesta bateria d'indicadors ens corroboren la altíssima intensitat a la que el centre històric està sotmès, no un dia de càrrega màxima, repetim, sinó un dia de càrrega de persones mitjana d'estiu. Aquesta intensitat, que en alguns moments i en alguns llocs determinats es tradueix en saturació, romp tot l'equilibri entre la vida residencial i la turística i per això, és en aquest punt on establím la necessitat d'establir un Sostre de Càrrega Turística.

Índex de Pressió Humana (IBESTAT). En primer indicador que consideram és l'índex de pressió humana (IPH) que calcula IBESTAT per a cada una de les illes i que posa en relació els dies de càrrega màxima de gent sobre un territori amb els dies de càrrega mínima. Quan l'aplicam al centre històric de Palma, ens dóna un resultat semblant a l'IPH de Menorca i una mica més baix que el d'Eivissa. Però per contra, quan comparam les superfícies de cada un dels territoris veim que la comparativa es descontrola. No només això, sinó que si calculam la densitat de persones sobre el territori en un dia de càrrega màxima, al centre històric el nombre és de l'ordre de cent vegades més que la següent densitat. Tenint en compte, que pel centre històric de Palma comptam per un dia d'una afluència mitjana i no de càrrega màxima.

	Càrrega mínima	Càrrega màxima	IPH	Km ²	Densitat (Càrrega màxima/Km ²)
Mallorca	874.854	1.477.157	1,69	3.635,7	406,3
Menorca	91.612	223.932	2,44	694,8	322,3
Eivissa	131.251	334.000	2,65	571,8	584,1
Formentera	12.304	47.000	3,82	82,5	569,7
Centre històric de Palma	36.722	89.969 *	2,45	1,4	64.263,6

* En el cas del centre històric no es tracta de la càrrega màxima sinó de l'afluència mitjana un dia feiner d'estiu.

Figura 58: Taula comparativa del IPH a les diferents illes de les Balears i al centre històric de Palma

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de IBESTAT. Les dades relatives a Formentera són del Consell de Formentera.

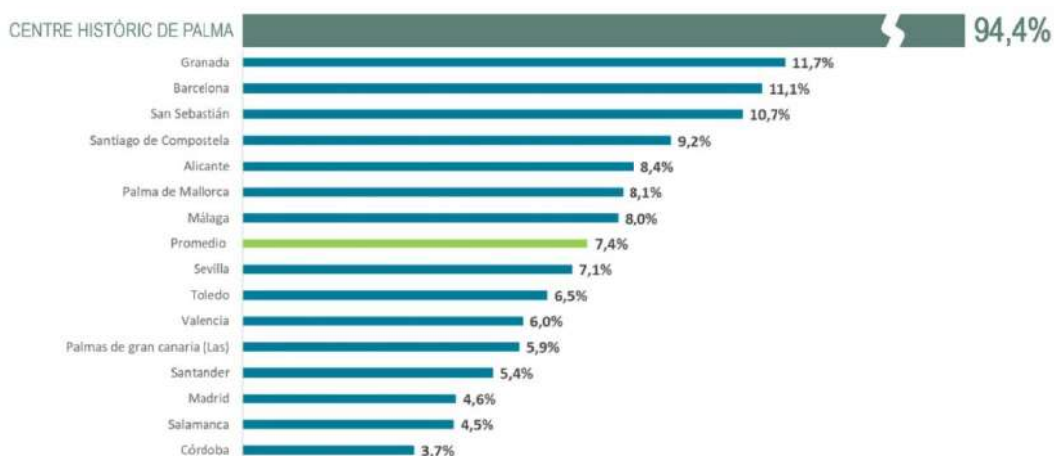


Densitat al centre de Palma. El segon indicador que tenim en compte, i en relació als càlculs fets anteriorment, és la densitat. Per això hem volgut comparar les persones que passen pel centre de Palma en un dia mitjà d'estiu amb la densitat d'habitants en els tres municipis més densos d'Espanya. Sabem que els territoris són molt diferents i que la comparativa no acaba de ser òptima, però ens tornam a trobar amb una diferència enorme. La gent que passa pel centre de Palma en un sol dia, és de l'ordre de tres vegades més que el municipi més dens d'Espanya. A més, si feim la comparativa de l'espai per habitant i l'espai per persona, ens dona que a Palma l'espai és més reduït que a la resta, amb uns 15 m²/persona. Aquest nombre es redueix si ho calculam només amb l'espai públic del centre històric (carrers, parcs i places).

MISLATA (Valencia).	20.894 hab/ Km ²	20,9 m ² / hab
HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona).	20.588 hab/ Km ²	20,6 m ² / hab
SANTA COLOMA DE GRAMANET (Barcelona).	16.780 hab/ Km ²	16,8 m ² / hab
CENTRE HISTÒRIC DE PALMA	64.263 pers/ Km²	15 m²/ persona
Si feim el càlcul amb l'espai públic (carrers+places) al centre històric:		5,7 m²/ persona

Índex de pressió turística diària (Exceltur). El tercer indicador que utilitzam el va treure el passat mes de gener de 2018 Exceltur,³² en el qual situa Palma com la sisena destinació urbana d'Espanya amb més pressió turística. Aquest índex es calcula a partir del nombre de turistes anuals i fent-ne la mitjana diària. Aquesta càrrega en relació a la població del municipi és el que ells anomenen l'índex de pressió turística diària. Es tracta però, d'un índex calculat per amb dades de tota la ciutat que no acaben de reflectir el fenomen d'intensitat que es viu al seu centre històric, que no només és visitat per la gran majoria de turistes que visiten la nostra ciutat, sinó que també un percentatge alt dels que visiten l'illa.

Fent la nostra estimació, a partir de les dades recollides en el present estudi, i seguint els mateixos criteris que Exceltur, pel centre històric de Palma ens situam en una intensitat turística de 94,4 turistes per cada 100 habitants, una dada molt per sobre de qualsevol de les destinacions que avaluem.



Presión turística diaria. % de turistas medios anuales sobre población residente en los 15 destinos urbanos españoles más importantes

Figura 59: Taula comparativa de la pressió turística a les principals destinacions urbanes d'Espanya

Font: Exceltur i elaboració pròpia.

³² Exceltur (2018) *Valoración turística empresarial de 2017 y perspectivas para 2018*, Perspectivas núm. 63



Intensitat immobiliària. En quart lloc, l'indicador que creim imprescindible per entendre una de les càrregues menys visibles de la intensitat turística que suporta el centre històric de Palma, és el de la intensitat immobiliària. Com hem explicat al segon i més concretament a la tercera part d'aquest estudi, recordam que al centre de Palma, l'any 2016, les transaccions de compravenda per cada mil habitants van ser 3,5 vegades superiors a la mitjana de les Illes Balears, i 5 vegades superiors a la mitjana estatal. Entenem que qualsevol indret que estigui sotmès a pressions immobiliàries d'aquestes característiques i tan per sobre de la mitjana estatal, hauria de ser susceptible de ser considerat un àmbit d'alta vulnerabilitat social per totes les conseqüències que aquest fenomen pot comportar sobre la seva població.

Indicador de saturació de places turístiques (PIAT). Finalment, també l'indicador que determina el Pla d'intervenció en àmbits turístics (PIAT) per saber si un municipi té una concentració adequada de places turístiques ens dóna una mesura d'alta intensitat al centre històric de Palma. El Consell de Mallorca autoritza en el document del PIAT una concertació d'un màxim de 25 places per hectàrea. Un cop les places en establiments turístics pendents d'aprovar estiguin en funcionament, l'índex al centre històric serà de 33 places per hectàrea.

3.3. Proposta de Sostre de Càrrega Turística al centre històric de Palma.

Una vegada fet l'anàlisi comparatiu, entenem que la intensitat turística al centre històric de Palma és molt intensa i requereix d'un debat molt ampli per a la seva gestió. No és l'objecte d'aquest estudi fer l'anàlisi de les mesures necessàries per reduir o equilibrar aquest turisme, però així i tot sí que ens volem llançar a fer una proposta, un tant provocadora, sobre el sostre de càrrega turística. La nostra proposta de reequilibrar la vida turística amb la vida residencial passa per tres criteris principals:

- a) Defensar en primer lloc la qualitat de vida i el dret a la ciutat de les persones residents que hi viuen, treballen i usen el centre de la ciutat.
- b) Admetre que el turisme que s'allotja a ciutat té impactes més aviat positius que el turisme que ens visita només unes hores.
- c) La situació actual és fruit de molts anys de creixement turístic i per tant necessitarem temps per a crear un nou equilibri satisfactori per a la majoria de residents i de turistes.

Per això, calculam la càrrega total màxima que hauria de suportar el centre en un futur pròxim. Reduint el nombre de visitants que venen a passar només unes hores, prioritant els que venen amb transport sostenible i augmentant el nombre de residents al centre perquè aquest no quedi sense vida. Proposam que l'any 2025 podríem acollir un màxim de 75.150 persones i el sostre de càrrega turística seria de 19.350, pràcticament la meitat del que tenim avui en dia un dia mitjà.



	Estiu 2018 estimació	Estiu 2025 progressió proposada
A- Persones empadronades	25.847	30.000
B- Persones treballant al centre històric	18.622	18.000
C- Usuaris diaris de serveis i comerços	7.800	7.800
sub-total:	52.269	55.800
A- Allotjats en establiments turístics	3.000	3.000
B- Allotjats en establiments no turístics	4.000	1.000
C- Visitants de dia	8.000	4.000
- creueristes	6.200	3.100
- en cotxe	16.500	8.250
- en bus		
sub-total:	37.700	19.350
Total càrrega	89.969	75.150

Figura 60: Càlcul proposat del Sostre de càrrega turística

Font: Elaboració pròpia.



QUARTA PART. CONCLUSIONS GENERALS

En primer lloc, volem que l'estudi que hem elaborat sigui una eina que permeti la implantació de la teoria de la capacitat de càrrega turística, la qual es recolza en la recerca dels instruments necessaris per a la millora de la planificació i la gestió estratègica d'una ciutat. Creim en la necessitat de continuar la recollida de dades de forma centralitzada i sistemàtica en el marc de la creació d'un observatori de ciutat.

En segon lloc, els resultats ens donen que per mesurar i entendre les incidències de la intensitat turística no només s'han d'obtenir les dades oficials, sinó que s'ha d'anar treballant en l'anàlisi i creuament de dades per a la detecció de dinàmiques de transformació urbana, ja que ens trobam amb uns fenòmens que requereixen d'una nova mirada a la ciutat tenint en compte:

- La intensitat turística percebuda: tant per residents com visitants.
- La intensitat turística comparada: totes aquelles dades que mesuren a altres destinacions turístiques en funció d'indicadors i altres elements que ens permetin la comparació.
- La intensitat turística amagada: relacionada indirectament amb el turisme, menys visible i més difícil de percebre (com per exemple la pujada de preus de l'habitatge, els desnonaments, la pèrdua de qualitat de vida, etc.)

En tercer lloc, entenem aquest estudi com impuls per a la creació d'espais on ciutadans, empresaris i institucions puguin posar en comú les diferents postures i treballar en contacte amb experiències semblants arreu del món cercar solucions de màxim consens per fer el turisme de la ciutat de Palma sostenible per la propera generació.



ANNEX 1. METODOLOGIA

Els resultats d'aquest estudi es basen tant amb l'anàlisi de dades secundàries³³ com amb la producció de dades primàries. En relació a les dades secundàries, hem recollit dades de tantes fonts oficials com hem trobat: Govern de les Illes Balears, Consell de Mallorca, Ajuntament de Palma, IBESTAT, INE, Frontur, Registradors de la propietat, Ministeri de Foment, etc.

En relació a la producció de dades primàries, aquestes s'han obtingut a partir de l'aplicació de diverses tècniques de recerca durant un període de sis mesos de treball de camp (de març a agost de 2018). La recollida, enregistrament i anàlisi de dades ha estat diferent per a cada tipus de dada que volíem obtenir, raó per la qual aquí exposarem la metodologia de forma separada.

Activitat econòmica dels comerços

Per tal d'analitzar l'activitat econòmica dels comerços de planta baixa dels àmbits seleccionats³⁴ de Palma, hem obtingut dades principalment a partir d'observació directa, d'entrevistes curtes semi-estructurades i en l'anàlisi de dades secundàries. Abans de la feina de treball de camp s'han elaborat diversos materials de recerca: la taula d'indicadors, els mapes dels àmbits d'estudi i la plantilla de dades. Les seva principal funció és facilitar la sistematització de la recollida de dades (disminuït el temps necessari per a recollir les dades, reduint el marge d'error i permetent la triangulació de dades) i l'enregistrament d'aquestes dades.

A la taula d'indicadors, veureu a continuació, hem classificat cada un dels comerços de planta baixa en 14 possibles categories.

Classificació activitats en planta baixa		
1	Moda i accessoris	Venda de roba, venda de cotilleria i roba interior, sabateries, venda de complements de moda, joieries, rellotgeries, perfumeries, etc.
2	Equipament de la llar	Venda de tèxtil per a la llar, venda de mobiliari, venda d'electrònica i informàtica, venda d'electrodomèstics, venda de joguines, papereries, llibreries, merceries, ferreteries, floristeries, venda d'articles per a nadons, venda d'estris per a la llar, venda de pintures, venda de productes d'il·luminació, basars, tendes d'ortopèdia, saboneries, etc.
3	Restauració	Bars, restaurants, cafeteries, etc.

³³ Les dades secundàries són aquelles que no són de producció pròpia (dades primàries).

³⁴ Veure la secció 'Àmbits d'estudi' al primer punt de la segona part de l'estudi per a una explicació més extensa dels àmbits seleccionats. També, veure l'Annex 3 per a consultar els mapes d'aquests àmbits.



4	Venda d'aliments	Supermercats, verdureries, fruiteries, bodegues, forns, carnisseries, xarcuteries, formatgeries, peixateries, venda d'articles de dietètica, fleques, venda de llaminadures, xocolateries, herbolaris, etc.
5	Gelateries i orxateries	Gelateries, orxateries, xurreries, iogurteries, etc..
6	Botigues de conveniència	Establiments de venda d'articles varis obert en franges horàries molt àmplies.
7	Souvenirs i regals	Venda de souvenirs, venda d'articles de regal.
8	Punts d'atracció turística	Monuments i museus, punts d'informació turística, establiments on efectuen canvi de moneda, etc.
9	Serveis	Estancs, administracions de loteria, oficines bancàries, oficines, farmàcies, tallers de vehicles, agències de viatges, asseguradores, assessories, serveis de telefonia, copisteries, òptiques, compravenda d'or, perruqueries, autoescoles, agències immobiliàries, quiosc, etc.
10	Equipaments	Formació, lleure, cultura, administració, esport, salut, educació, art, espectacles, etc. S'hi inclouen centres mèdics privats, clíniques dentals i d'altres centres privats.
11	Serveis d'oci especialitzat	Pubs, cocteleries, discoteques, sales de ball, bars de copes, casinos, salons recreatius, etc.
12	Allotjament	Hotels, apartohotels, pensions, albergs, residències d'estudiants, etc.
13	Altres	Qualsevol altre tipus d'establiment diferent dels anteriors com ara venda de mascotes, venda de maquinària industrial, venda de bicicletes, gasolineres, magatzems, casinos, salons recreatius, venda de vehicles, tatuatges, galeries d'art, etc.
14	Locals tancats	Locals actualment sense activitat.

En el cas que un comerç portés a terme -de forma significativa- més d'una activitat econòmica, s'ha fet més d'un enregistrat per aquest comerç, duplicant totes les dades a excepció de la classificació de l'activitat econòmica. A més, s'han recollert dades sobre activitats econòmiques no permanents que incideixen en l'ús de les vies d'ús públic. Entre aquestes, hem inclòs les activitats que no es desenvolupen en un comerç de planta baixa sinó en el propi carrer: A) mercats i mercadets en l'espai públic; B) músics de carrer, estàtues humanes; C) artesans, artistes, venda ambulants; D) *ongs*, captació de sòcies; E) carruatges turístics amb cavalls; F) rutes turístiques amb guia. Finalment, s'han considerat una sèrie d'indicadors complementaris que creiem contribueixen a esclarir si un comerç té una activitat econòmica més dirigida a la població resident, als turistes, o ambdues coses alhora: *take away*; venda de productes regionals³⁵ (testimonial o predominant); orígens de la marca (regional o de les Illes Balears,

³⁵ En relació a la venda de productes regionals, s'han inclòs tant els comerços que empen matèries primes produïdes a la regió (e.g. gelat amb taronja de Sóller), com comerços que venen productes manufacturats a la regió (e.g. joies de Mallorca).



nacional, internacional); cartelleria predominant³⁶ en anglès, alemany, o qualsevol altra llengua excepte el català o el castellà; ús de terrassa.

La plantilla de la recollida de dades, tot i haver-se creat prèviament al treball de camp, es va anar canviant en el transcurs de la recollida de dades per a incorporar de nous indicadors i per a millorar la seva efectivitat. Amb els mapes dels àmbits d'estudi seleccionats hem pogut associar els números d'identificació de cada comerç amb el lloc aproximat on aquest es troba. També, aquests mapes és a on es recullen les dades sobre les activitats econòmiques no permanents, indicades amb la lletra encerclada corresponent al lloc aproximat a on es duen a terme.

Part de l'observació s'ha realitzat des del carrer. Les principals dades que s'han recollit amb aquesta tècnica de recerca han estat la classificació del comerç depenent de la tipologia d'activitat econòmica, la identificació de cartells anunciant el servei de *take away* i l'existència de terrasses. No obstant, l'observació no només s'ha realitzat des del carrer, sinó que en la majoria de casos, ha implicat recórrer l'interior dels comerços per a tenir l'oportunitat de fer una observació més propera. D'aquesta forma, hem pogut identificar si es venien productes regionals de forma testimonial o predominant, o si a l'interior del comerç hi ha predominança de cartelleria escrita en llengua estrangera.

Les entrevistes semi-estructurades s'han realitzat, principalment, per a completar les dades que a través de l'observació no es poden obtenir. Les principals dades que s'han recollit amb aquesta tècnica de recerca han estat l'existència del servei de *take away* i l'origen de la marca. Finalment -tot i no haver-se considerat com a indicador de recerca-, també s'ha entrevistat a les treballadores sobre si la seva clientela està formada principalment per població resident o per turistes. Debut a que la majoria de casos han resultat ser ambdues tipologies, les entrevistes han tractat d'identificar patrons complementaris com, per exemple, l'estacionalitat (e.g. principalment turistes en estiu, però població resident a l'hivern) o les diferències horàries (e.g. principalment turistes als matins, però turistes i població resident als horabaixes). Aquestes dades també han servit per a triangular els resultats dels anàlisis realitzats a partir de la resta d'indicadors.

Finalment, també s'ha realitzat anàlisi de dades secundàries, principalment per a esbrinar l'origen de les marques dels comerços (regional/nacional/internacional), ja sigui perquè les persones entrevistades no ho sabien o per a triangular la informació obtinguda en les entrevistes realitzades.

La 'triangulació'³⁷ és una revisió sistemàtica que permet la verificació creuada de les dades.³⁸ Per a la triangulació, normalment s'empra una combinació de metodologies per a l'estudi d'un mateix fenomen (per exemple, obtenint informació de l'origen de la marca d'un comerç a partir d'entrevistes semiestructurades i analitzant dades

³⁶ S'han exclòs els comerços a on hi havia cartelleria en llengua estrangera no predominant (e.g. traduccions dels menús als restaurants), així com els comerços que només tenen el nom en llengua estrangera.

³⁷ Webb, E.J. et al. (1966) *Unobtrusive Measures: Non-Reactive Research in the Social Sciences.*, Chicago: Rand McNally.

³⁸ Pullin, A.S. & Stewart, G.B., 2006. Guidelines for systematic review in conservation and environmental management. *Conservation Biology*, 20(6), pp.1647-1656.



secundàries). Tot i això, la triangulació de dades es pot realitzar de gran diversitat de formes: obtenint les mateixes dades de diferents informants, o també realitzant les mateixes observacions en diferents hores/dies/mesos/estacions/anys. Exemples de com s'ha triangulat les dades en aquest bloc temàtic són: 1) realitzar la mateixa entrevista semiestructurada a diferents persones d'un mateix comerç; 2) obtenir dades d'una mateixa pregunta de recerca a partir de diferents tècniques (e.g. entrevistes i anàlisi de dades secundàries); 3) recollir les mateixes dades durant diferents dies, tractant de combinar matins/horabaixes, entre setmana/caps de setmana).

A més de la tasca de validació, la triangulació és una estratègia de recerca que permet ampliar el coneixement actual obtenint informació sobre diferents facetes del problema de la recerca.³⁹ Així doncs, hi ha hagut casos en que les entrevistes semiestructurades realitzades per a triangular dades d'observació han aportat dades qualitatives rellevants per a l'objecte d'estudi. Un exemple seria el cas d'una propietària d'un comerç del carrer Sindicat qui, responent a la pregunta de si en l'estiu tenien més clientela de turistes o de residents, explicà que els turistes arribaven menys al carrer Sindicat des de que les paradetes de mercat no permanent a la plaça major s'havien canviat de lloc, formant un passadís des de l'inici del carrer de Jaume II fins al carrer de Sant Miquel. Així doncs, la triangulació no només permet examinar un mateix fenomen a partir de múltiples perspectives, sinó que també permet enriquir la comprensió, permetent que emergeixin noves –o més profundes- dimensions d'anàlisi.

L'enregistrament de dades és una fase clau del treball de de camp, en tant que permet la sistematització de dades a llarg termini, facilita el seu anàlisi i ofereix una millor base material per a la difusió dels resultats de la recerca. En aquest treball de recerca, l'enregistrament de dades s'ha dut a terme amb el software QGIS, emprant còpies electròniques dels mateixos mapes emprats com a material de recerca. Primer, s'ha marcat la localització de cada un dels comerços de primera planta, emprant com a identificació per a cada un d'ells els números d'identificació adjudicats durant el treball de camp. Segon, per a cada comerç s'ha introduït totes les dades recollides a la plantilla de dades.

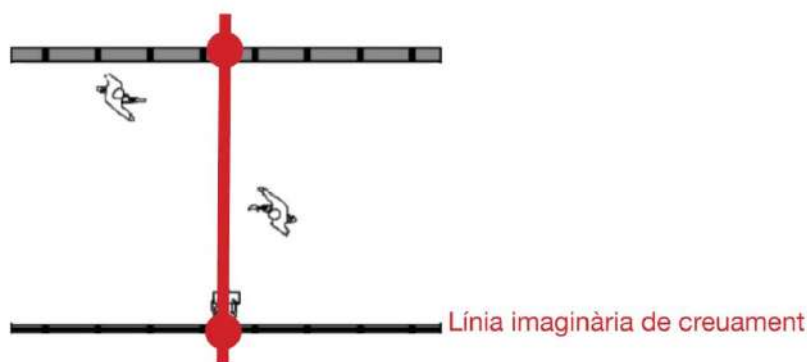
³⁹ Olsen, W. (2004) Triangulation in Social Research: Qualitative and Quantitative Methods Can Really Be Mixed. *Developments in Sociology*, pp.1–30.



Afluència de persones

Per tal de quantificar el nombre de residents i visitants que utilitzen els espais de major afluència i intensitat de l'activitat turística als àmbits d'estudi dels municipis de Palma i Valldemossa, ens hem basat en el 'mètode de les portes' desenvolupat a un estudi realitzat al 2016 a Barcelona sobre la incidència turística a l'espai públic (URBANing, 2016). Seguint aquesta metodologia, les portes són punts d'observació estratègics debut a que normalment hi circulen un gran número de persones. En aquest estudi, hem seleccionat deu portes a Palma.⁴⁰ A més del comptatge de persones, l'observació ha aportat altres dades de caire més qualitatiu (com, per exemple, que persones amb carros de compra manifestin gestualment o verbalment algun tipus de disconformitat perquè no tenen espai suficient al carrer per a poder moure's).

Segons el mètode de les portes, la persona que du a terme el comptatge es col·loca a cada porta i dibuixa una línia imaginària que creua el carrer així com es mostra la imatge més avall. Cada persona (a peu, bicicleta o carruatge) que creui aquesta línia es comptarà. En aquest estudi hem diferenciat dues categories de persones, les visitants i les residents.⁴¹ El temps de comptatge ha de ser extremadament precís, raó per la qual serà necessari emprar un cronòmetre. Així doncs, durant cinc minuts es comptaran les persones visitants, i durant altres cinc minuts es comptaran les persones residents.



Per a la recollida de dades d'aquest eix temàtic hem seleccionat deu localitzacions específiques a Palma i dues a Valldemossa a on hem considerat que hi havia més trànsit de persones, tant visitants (rutes turístiques) com residents (rutes comercials). Debut a que els matins i les horabaixes presenten dinàmiques d'ús de l'espai públic diferents –per exemple, a la tarda hi ha més residents que als matins, ha estat essencial repetir la mateixa ronda d'observació al matí (entre les 10:30h i les 13h) i a l'horabaixa (entre les 17 i les 19:30h) del mateix dia. Per a decidir quins dies fer la recollida de dades, hem estipulat quatre nivells d'intensitats en relació al nombre de creueristes que arriben a Mallorca, per tal de tenir dades d'ocupació de l'espai públic en relació a aquestes intensitats.⁴²

Abans de la feina de treball de camp s'ha elaborat una plantilla per tal de facilitar la recollida sistemàtica de les dades i el seu posterior enregistrament. Aquesta plantilla disposa d'un espai per a deixar constància escrita de totes

⁴⁰ Veure Annex 3: Plànol de l'àmbit d'estudi i situació de les portes

⁴¹ Veure l'Annex 4: Criteris de distinció entre persones residents i visitants

⁴² Intensitat alta (al voltant de 15.000 *creueristes*); intensitat mitja (al voltant de 10.000); intensitat baixa (menys de 10.000); intensitat molt baixa (entre 0 i 5.000 *creueristes* i, com a màxim un creuer)



les dades –normalment, qualitatives- complementàries fruit de l'observació. També s'han inclòs la data d'observació i les condicions climàtiques.

Sondeig turistes

Per tal d'aproximar-nos a la percepció que tenen els turistes sobre la intensitat d'ús dels carrers i comerços del centre històric de Palma, hem realitzat un sondeig a 164 visitants al centre històric de Palma.

De entre els participants del sondeig hem cercat la representació de persones que tenen entre 18 i 40 anys, entre 41 i 60 anys, i majors de 61 anys. També, hem obtingut representació de turistes segons el tipus de lloc a on s'allotjaven: a creuers, a hotels o hostals, a apartaments turístics, o a cases privades. Als que s'allotjaven fora de Palma els hem demanat quin ha estat el seu mètode de transport fins a la ciutat (autobús, cotxe de lloguer, o cotxe privat).

Als turistes que han participat del sondeig els hi hem demanat quina era la seva percepció sobre quina és l'ocupació del carrer i els comerços del centre històric de Palma (els carrers estan plens de gent/hi ha un nombre adequat de persones/hi ha poca gent) i quina era la seva valoració sobre aquesta ocupació (no m'afecta/m'agradaria que hi hagués menys gent/m'agrada que hi hagi molta gent). En ambdós casos hem deixat la opció de resposta oberta, i també hem anotat tots els comentaris complementaris a les respostes.

Sondeig residents

Per tal d'aproximar-nos a la percepció que tenen els residents sobre la intensitat d'ús dels carrers i comerços del centre històric de Palma, hem realitzat un sondeig a 142 residents. De entre els participants del sondeig hem cercat la representació de persones que tenen entre 18 i 40 anys, entre 41 i 60 anys, i majors de 61 anys.

Als residents que han participat del sondeig els hi hem demanat quina era la seva percepció sobre quina és l'ocupació del carrer i els comerços del centre històric de Palma (els carrers estan plens de gent/hi ha un nombre adequat de persones/hi ha poca gent). També els hem demanat si aquesta ocupació els afectava a la seva vida quotidiana (no m'afecta/m'afecta/m'afecta molt). En cas que hagin respost que sí els hi afecta, hem demanat quines eren les principals afectacions. Finalment, els hi hem demanat si, baix el seu punt de vista, podíem o no rebre un major número de turistes (hem sobrepassat el límit/hem arribat al límit/encara podem rebre més turistes). A totes les preguntes hem deixat la opció de resposta oberta, i també hem anotat tots els comentaris complementaris a les respostes.



Entrevistes

Finalment, per tal de complementar les dades obtingudes amb els sondejos a residents sobre la percepció del turisme, hem realitzat una sèrie d'entrevistes semiestructurades⁴³ a representants de diverses Associacions de veïns i veïnes dels barris del centre històric de Palma. Sobre la percepció i valoració de la saturació turística, els principals temes de discussió han girat entorn la presència dintre dels debats interns de l'associació de l'ocupació del carrer i comerços del centre històric de Palma, entorn si existeix cert nivell de consens al respecte i un compromís envers la regulació de l'ocupació del carrer i comerços. Sobre la relació dels ciutadans amb l'habitatge turístic, els principals temes de discussió han girat entorn la existència d'habitatges d'ús turístic no regulats en els respectius barris, entorn els possibles desequilibris que l'increment de l'oferta d'allotjament turístic dels darrers anys ha pogut causar a la vida al barri dels residents, i entorn els casos específics de molèsties que veïns i veïnes hagin pogut manifestar a l'associació. Sobre la valoració del turisme en relació al dia a dia del barri, els hi hem demanat el seu posicionament envers la possibilitat de que l'increment del turisme al centre històric de Palma hagi pogut induir un canvi en la tipologia de comerços i en els productes que ofereixen; que hagi pogut afectar a la imatge de la ciutat; que hagin afectat a l'organització i participació a actes al barri; que hagi provocat una pujada dels preus de vida; o que, finalment, hagi pogut fet variar les seves rutines d'ús de carrers i places del barri.

⁴³ Bernard, H.R. (1940) *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches* 2006th ed., Lanham, MD: Altamira Press, pp. 210-254.



ANNEX 2. CALENDARI DE CREUERS ABRIL - AGOST 2018

Nombre de passatges i de tripulació
 + 10,000 visitants
 + 15,000 visitants

abril 2018

di	di	di	di	di	di	di	di	di	di				
										FTI BERLIN 412 150			
										TOTAL = 412 150			
2	MARELLA SPIRIT 2475 887 COSTA DIADEMA 4947 1253	3	MSC DIVINA 4345 1370	4	MEIN SCHIFF 2 2687 1874 COSTA VICTORIA 2394 790 NORWEGIAN SPIRIT 2475 882	5	COSTA NEORIVERA 1375 475	6	RHAPSODY 2435 765	7	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175		
TOTAL = 0 0		TOTAL = 7422 2140		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 7556 3548		TOTAL = 1375 475		TOTAL = 2435 765		TOTAL = 6780 2175	
9	AIDA AURA 1266 389 MARELLA SPIRIT 2475 882 RIVIERA 1250 800 COSTA DIADEMA 4947 1253	10	MSC DIVINA 4345 1370	11	MEIN SCHIFF 1 2000 780	12	RIVIERA 1250 800	13	SALMORAL 1397 471 CLIO 89 60	14	MEIN SCHIFF 2 2687 1874 OASIS OF THE SEAS 5400 2118 CROWN PRINCESS 3100 1142		
TOTAL = 1266 389		TOTAL = 16722 3542		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 10297 3521		TOTAL = 1250 800		TOTAL = 1486 531		TOTAL = 11197 5132	
16	MARELLA SPIRIT 2475 882 COSTA DIADEMA 4947 1253	17	MSC DIVINA 4345 1370	18	COSTA VICTORIA 2394 790	19	MEIN SCHIFF 2 2687 1874 MSC POESIA 3223 1039	20	SEVEN SEAS EXPLORER 3800 1400	21	MEIN SCHIFF 5 2650 1200 OASIS OF THE SEAS 5400 2118		
TOTAL = 0 0		TOTAL = 7422 2135		TOTAL = 6945 2570		TOTAL = 2394 790		TOTAL = 5910 2913		TOTAL = 3800 1400		TOTAL = 8000 3318	
23	MEIN SCHIFF 3 2506 1253	24	MEIN SCHIFF 2 2687 1874 AIDABELLA 2050 607 MARELLA SPIRIT 2475 887 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	25	SEVEN SEAS EXPLORER 3800 1400 MSC DIVINA 4345 1370	26	AIDABELLA 2050 607 COSTA VICTORIA 2394 790	27	STAR PRIDE 212 124 AIDA AURA 1266 389	28	AIDABELLA 2050 607 ADAPRIMA 3300 900 MARELLA DISCOVERY 2 1800 720 AURORA 1078 850 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	29	MEIN SCHIFF 6 2650 1200 STAR PRIDE 212 124 OASIS OF THE SEAS 5400 2118
TOTAL = 2506 1253		TOTAL = 16382 5636		TOTAL = 8145 2770		TOTAL = 4794 1590		TOTAL = 1478 613		TOTAL = 13128 4807		TOTAL = 8212 3443	
30	MEIN SCHIFF 4 2506 1000												
TOTAL = 2506 1000													
										NOMBRE VAQUELLS = 57		TOTAL PASSATGERS = 151500	
										DIES + 10,000 visitants = 8		TOTAL TRIPULACIÓ = 60058	

maig 2018

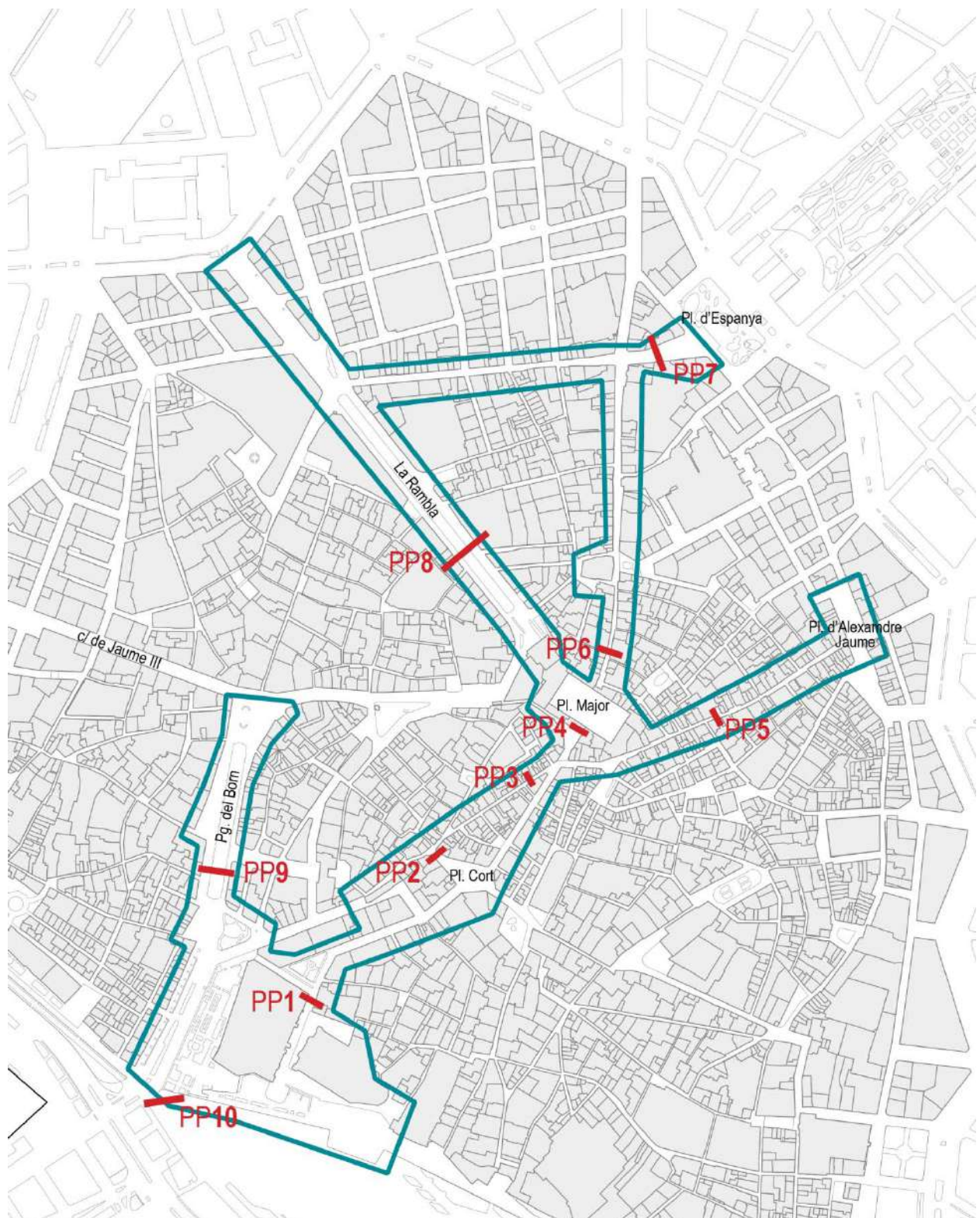
di	di	di	di	di	di	di	di	di	di				
										AIDAPRIMA 3300 900 RIVIERA 1250 800 NORWEGIAN EPIC 4100 1730			
										TOTAL = 8650 3435		TOTAL = 2666 1189	
7	SEADREAM II 110 89 SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 OASIS OF THE SEAS 5400 2116 WIND STAR 212 124	8	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	9	MSC FANTASIA 3223 1014 MEIN SCHIFF 5 2600 1200 MSC DIVINA 4345 1370	10	COSTA VICTORIA 2394 790	11	AIDAPRIMA 3300 900 STAR BREEZE 212 150 CELEBRITY CONSTELLATION 2034 999 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	12	SEVEN SEAS EXPLORER 3800 1400		
TOTAL = 12502 4504		TOTAL = 8589 2979		TOTAL = 10188 3584		TOTAL = 2394 790		TOTAL = 0 0		TOTAL = 9648 3778		TOTAL = 3800 1400	
14	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 OASIS OF THE SEAS 5400 2116 STAR BREEZE 212 150	15	AIDA AURA 1266 389 MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	16	MEIN SCHIFF 5 2600 1200 SEA CLOUD II 94 60	17	AIDABELLA 2050 607 COSTA VICTORIA 2394 790	18	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 SEA CLOUD I 64 60	19	AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	20	STAR FLYER 170 74
TOTAL = 12392 4441		TOTAL = 10688 3182		TOTAL = 7039 2635		TOTAL = 4794 1590		TOTAL = 2664 1260		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 170 74	
21	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 OASIS OF THE SEAS 5400 2116	22	MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 SILVER MUSE 596 411 MSC FANTASIA 3223 1014	23	MSC DIVINA 4345 1370	24	COSTA VICTORIA 2394 790 BLACK WATCH 807 350	25	AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	26	AIDABELLA 2050 607 AIDABELLA 2450 800		
TOTAL = 12180 4291		TOTAL = 10188 3204		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 3201 1140		TOTAL = 0 0		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2400 800	
28	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 OASIS OF THE SEAS 5400 2116 SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 QUEEN ELIZABETH 2591 1292	29	MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	30	STAR PRIDE 212 124 MSC DIVINA 4345 1370 COSTA VICTORIA 2394 790	31	AZAMARA QUEST 966 390 COSTA VICTORIA 2394 790						
TOTAL = 17471 6783		TOTAL = 8662 2752		TOTAL = 4557 1494		TOTAL = 3260 1180							
										NOMBRE VAQUELLS = 74		TOTAL PASSATGERS = 207078	
										DIES + 10,000 visitants = 13		TOTAL TRIPULACIÓ = 72400	

juny 2018

di	di	di	di	di	di	di	di	di	di						
										COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730			
										TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0	
4	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 VISION OF THE SEAS 2435 765	5	MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	6	AEGEAN ODYSSEY 378 170 MSC DIVINA 4345 1370	7	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 AIDABELLA 2050 607 COSTA VICTORIA 2394 790	8	MSC OPERA 1700 878 ARCADIA 3634 1365 COSTA FASCINOSA 3800 1110	9	AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	10			
TOTAL = 9215 2940		TOTAL = 8592 2753		TOTAL = 4723 1540		TOTAL = 7394 2750		TOTAL = 9134 3353		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0			
11	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175	12	MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	13	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 MSC DIVINA 4345 1370	14	VISION OF THE SEAS 2435 765 COSTA VICTORIA 2394 790	15	AZAMARA QUEST 866 390 COSTA FASCINOSA 3800 1110	16	AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	17	AIDABELLA 2450 800		
TOTAL = 6780 2175		TOTAL = 8662 2753		TOTAL = 6845 2570		TOTAL = 4829 1555		TOTAL = 4666 1600		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2400 800			
18	ARCADIA 3634 1365 SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 VISION OF THE SEAS 2435 765	19	MARELLA DREAM 1422 526 CELEBRITY INFINITY 2046 999 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	20	RIVIERA 1250 800 MSC DIVINA 4345 1370	21	INDEPENDENCE OF THE SEA 4375 1397 COSTA VICTORIA 2394 790	22	COSTA FASCINOSA 3800 1110	23	AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730	24	EUROPA 2 516 370		
TOTAL = 12849 4305		TOTAL = 11638 3750		TOTAL = 5595 2170		TOTAL = 6769 2187		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 516 370			
25	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 MSC OPERA 1700 878	26	MARELLA DREAM 1422 526 COSTA DIADEMA 4947 1253 MSC FANTASIA 3223 1014	27	MEIN SCHIFF 6 2600 1200 CELEBRITY REFLECTION 3030 1515 MSC DIVINA 4345 1370	28	AIDABELLA 2050 607 JEWEL OF THE SEAS 2501 869 WIND SURF 312 190 CELEBRITY CONSTELLATION 2034 999 COSTA VICTORIA 2394 790	29	COSTA FASCINOSA 3800 1110	30	AIDAPRIMA 3300 900 SILVER MUSE 596 411 NORWEGIAN EPIC 4100 1730				
TOTAL = 8440 3053		TOTAL = 8592 2753		TOTAL = 9075 4085		TOTAL = 9641 3538		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7996 3041					
										NOMBRE VAQUELLS = 64		TOTAL PASSATGERS = 199321			
										DIES + 10,000 visitants = 16		TOTAL TRIPULACIÓ = 68093			



ANNEX 3. PLÀNOL D'ÀMBIT D'ESTUDI I SITUACIÓ DE LES PORTES



ANNEX 4. CRITERIS DE DISTINCIÓ ENTRE PERSONES RESIDENTS I VISITANTS

Aquesta és la guia de distinció de persones residents i visitants que hem elaborat nosaltres per a aquest estudi. És una llista oberta i subjecta a canvis, així que els suggeriments per a incorporar nous criteris de distinció són benvinguts.

Visitants	Residents
Parlen anglès, francès, italià, alemany, etc.	Parlen català amb accent mallorquí
Caminen lentament i mirant amb atenció els edificis	Duen papers a la mà i solen caminar ràpid seguint una direcció clara
Persones amb mapes i/o càmeres fotogràfiques a les mans	Persones amb uniforme de feina (correus, hostaleria, policies, construcció...)
Grups de persones amb guia turística	Grups escolars d'excursió, infants amb uniforme o maleta escolar
Persones amb maletes de viatge	Persones amb carros per anar a comprar
Persones amb ferratines de creuers o polseres d'hotels	Persones amb cans de mida gran
Van en bicicleta llogada	Van en bicicleta no llogada

- Per a poder identificar en quina llengua parlen, és important posar-se a l'extrem de la línia imaginària per on més gent passa (així els podreu sentir ja que passaran més a prop de vosaltres).

- No es comptaran les persones que vagin en cotxe ni en autobús, però sí les que vagin en bicicleta o carruatge. En el cas del carruatge, el conductor es comptabilitza com a resident, i els usuaris es comptabilitzen com a visitants.

- Es comptabilitzaran les persones de totes les edats, és a dir, també infants i nadons.

- Normalment, els grups familiars (sobretot als matins) són visitants.

- Tot i que pugui resultar difícil, en la mesura del possible s'ha d'intentar identificar si les mateixes persones han passat dues vegades per la mateixa porta en el mateix període de comptatge. En aquest cas, només s'han de comptar una vegada.

- Les bosses de compra de menjar no s'han considerat un criteri distintiu de la població resident, ja que s'han identificat molts turistes portant-ne (possiblement, residents a pisos de lloguer turístic).

- Tot i que no s'ha inclòs com a criteri distintiu, veureu que una gran proporció de turistes duen botelles d'aigua i altres productes de take away a la mà o a la motxilla.

- En cas de dubte –tant en el cas de visitants com de residents- no es compta la persona.

