

Capacitat de càrrega turística.

Estudi al centre històric de Valldemossa.

Fundació Iniciatives del Mediterrani

amb la col·laboració de **Palma XXI i Tramuntana XXI**

Febrer 2019



Edita:

FUNDACIÓ INICIATIVES DEL MEDITERRANI

La Rambla, 13 1er, 07003 Palma

www.iniciativesxxi.com

info@palmaxxi.com

Coordinació de l'estudi:

Maria Gómez Llabrés

Equip de redacció:

Maria Gómez Llabrés

Jaume Garau i Salas

Maria Cifre Sabater

Joe Holles

Agraïments:

Fundació Iniciatives del Mediterrani

Ajuntament de Valldemossa, 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, Francica Miró, Marlén Albadalejo, Associació de veïns i veïnes de Canamunt, Sa Calatrava i La Seu.

Depòsit legal:

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

ISSN:

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Febrer, 2019

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 VALLDEMOSSA.....	27
1. ÀMBIT D'ESTUDI	27
2. INTENSITAT TURÍSTICA.....	28
2.1. Places turístiques	28
2.2. Afluència de cotxes.....	28
2.3. Afluència de busos privats	29
2.4. Transport públic: afluència de busos.....	31
2.5. Afluència de vianants	32
2.6. Fluxos de vianants segons les xarxes socials	35
3. ACTIVITAT IMMOBILIÀRIA	38
3.1. Augment del preu de l'habitatge	38
3.2. Estadets turístiques en habitatge.....	39



3.3.	Les dinàmiques del mercat de compravenda	40
4.	DINÀMIQUES SOCIALS	41
4.1.	Evolució de la població.....	41
4.2.	Transformació del comerç	44
4.3.	Desnonaments	48
4.4.	Percepció i valoració de l'ús dels espais públics del centre històric de Palma.....	49
TERCERA PART. CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA I SOSTENIBILITAT DE LA DESTINACIÓ DEL CENTRE HISTÒRIC DE VALLDEMOSSA.....		52
1.	DEFINICIÓ DE CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA.....	52
2.	CÀRREGA DE PERSONES AL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA.....	52
2.1.	Com es calcula la càrrega?.....	52
2.2.	Càlcul de la capacitat de càrrega del centre històric de Valldemossa	53
3.	ESTIMACIÓ DEL SOSTRE MÀXIM DE CAPACITAT DE CÀRREGA PEL CENTRE HISTÒRIC DE VALLDEMOSSA.....	54
3.1.	Què és el Sostre de Càrrega Turística (SCT)?	54
3.2.	Com establim la necessitat d'un Sostre de Càrrega Turística?.....	54
QUARTA PART. CONCLUSIONS GENERALS.....		57
ANNEX 1. METODOLOGIA.....		58
ANNEX 2. CALENDARI DE CREUERS ABRIL - AGOST 2018.....		65
ANNEX 3. PLÀNOL D'ÀMBIT D'ESTUDI I SITUACIÓ DE LES PORTES		67
ANNEX 4. CRITERIS DE DISTINCIÓ ENTRE PERSONES RESIDENTS I VISITANTS		68



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 Valldemossa, 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.

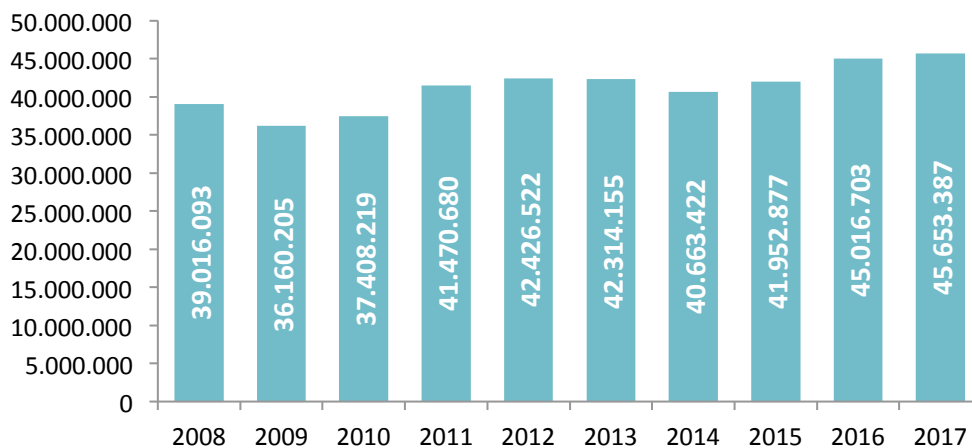


Figura1: Pernотacions de viatgers per any a Mallorca

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*, Edición 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 van 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.

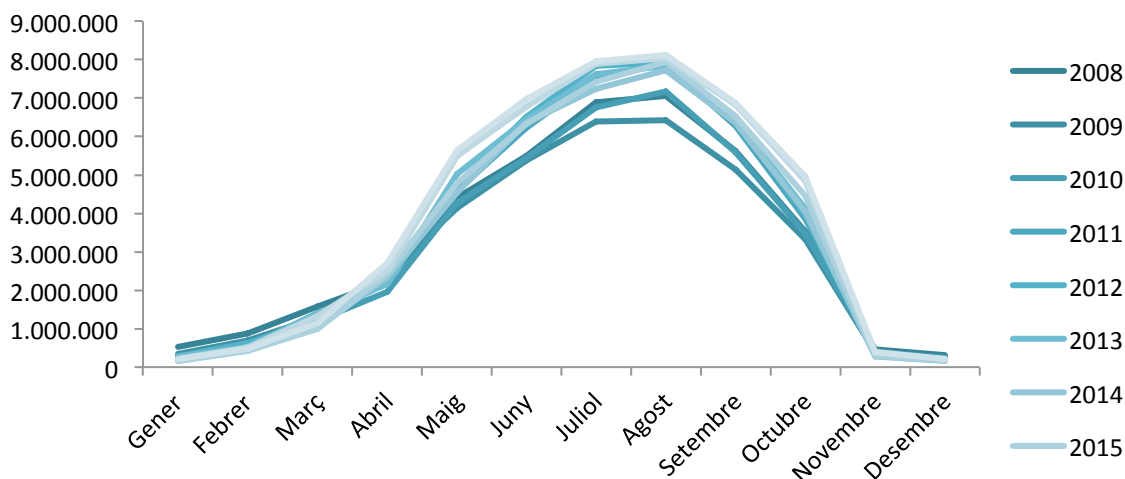


Figura 2: Estacionalitat de les pernoctacions a Mallorca
Font: IBESTAT i elaboració pròpia

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.

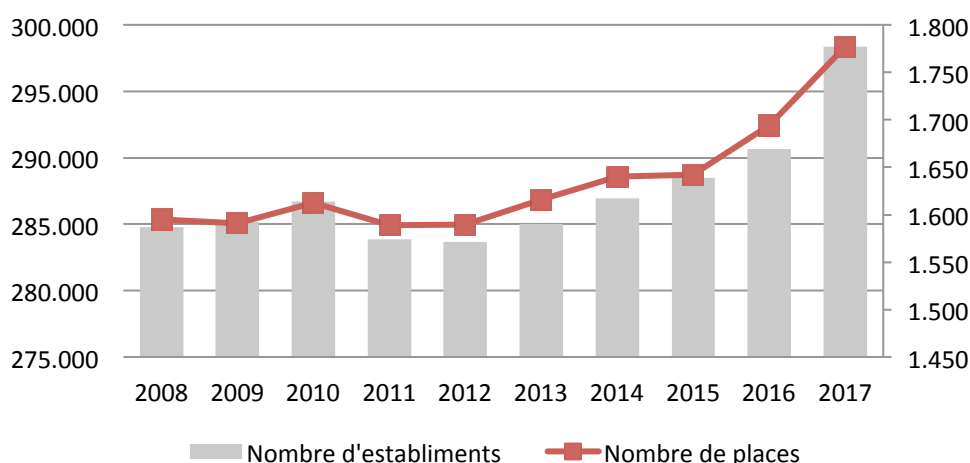


Figura 3: Establiments d'allotjament turístic a Mallorca
Font: IBESTAT i elaboració pròpia

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.

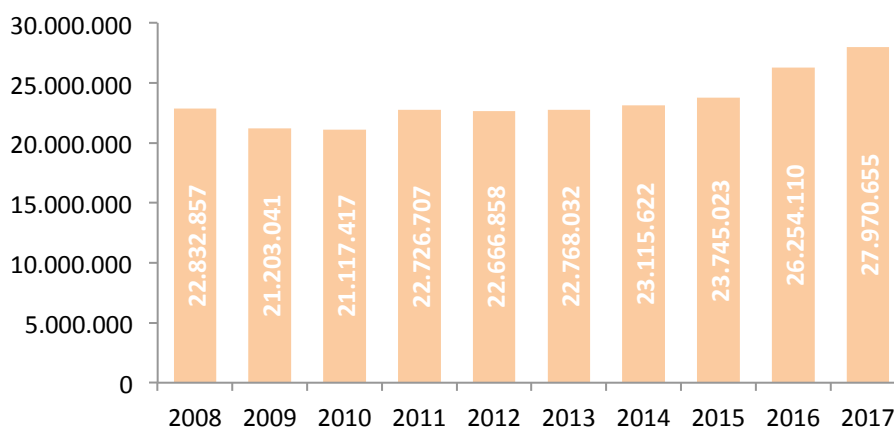


Figura 4: Passatgers de l'aeroport de Son Sant Joan de Palma

Font: Govern de les Illes Balears i elaboració pròpia

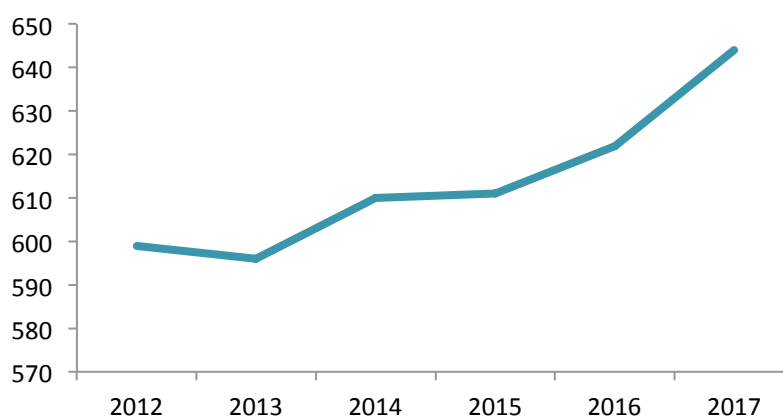


Figura 5: Evolució de les destinacions connectades per via aèria

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

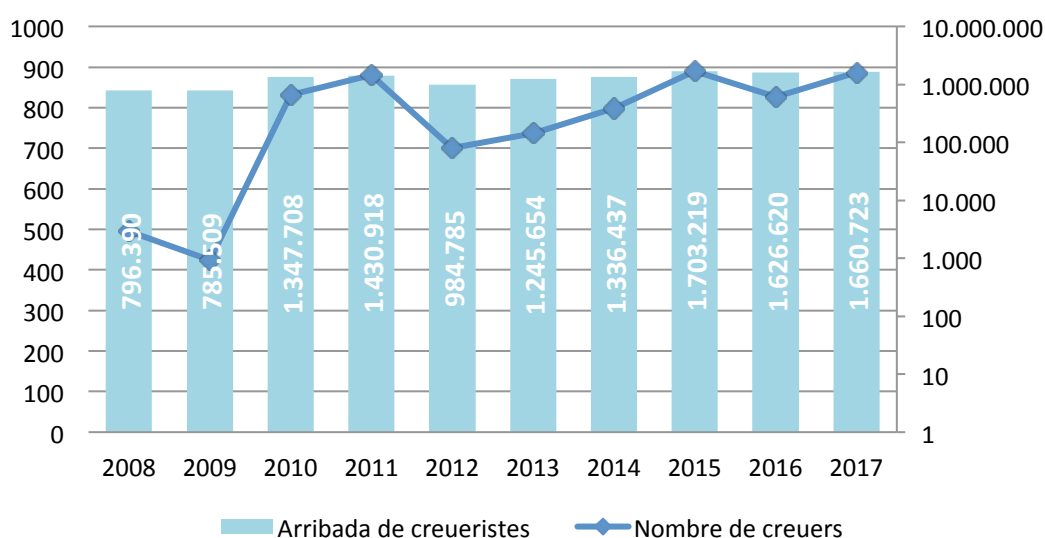


Figura 6: Nombre de creuers i creueristes arribats per any al Port de Palma
Font: Autoritat Portuària i elaboració pròpia

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.

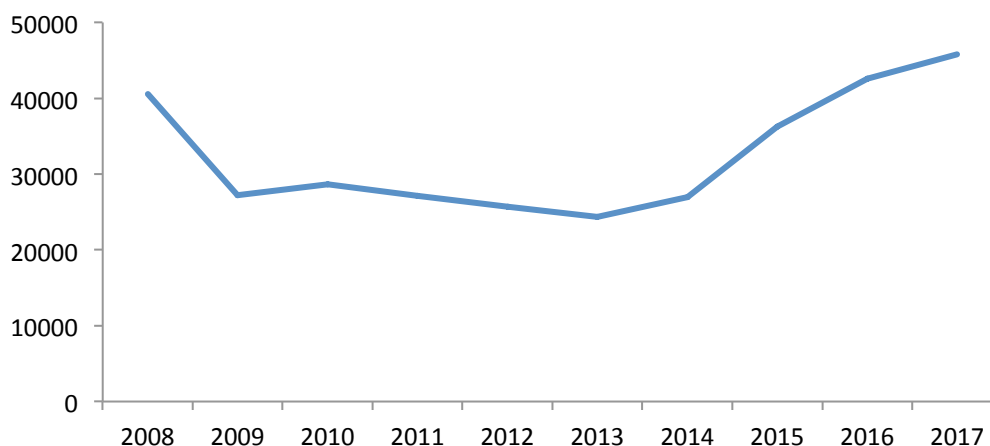


Figura 7: Matriculacions de vehicles inscrits a Mallorca

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.



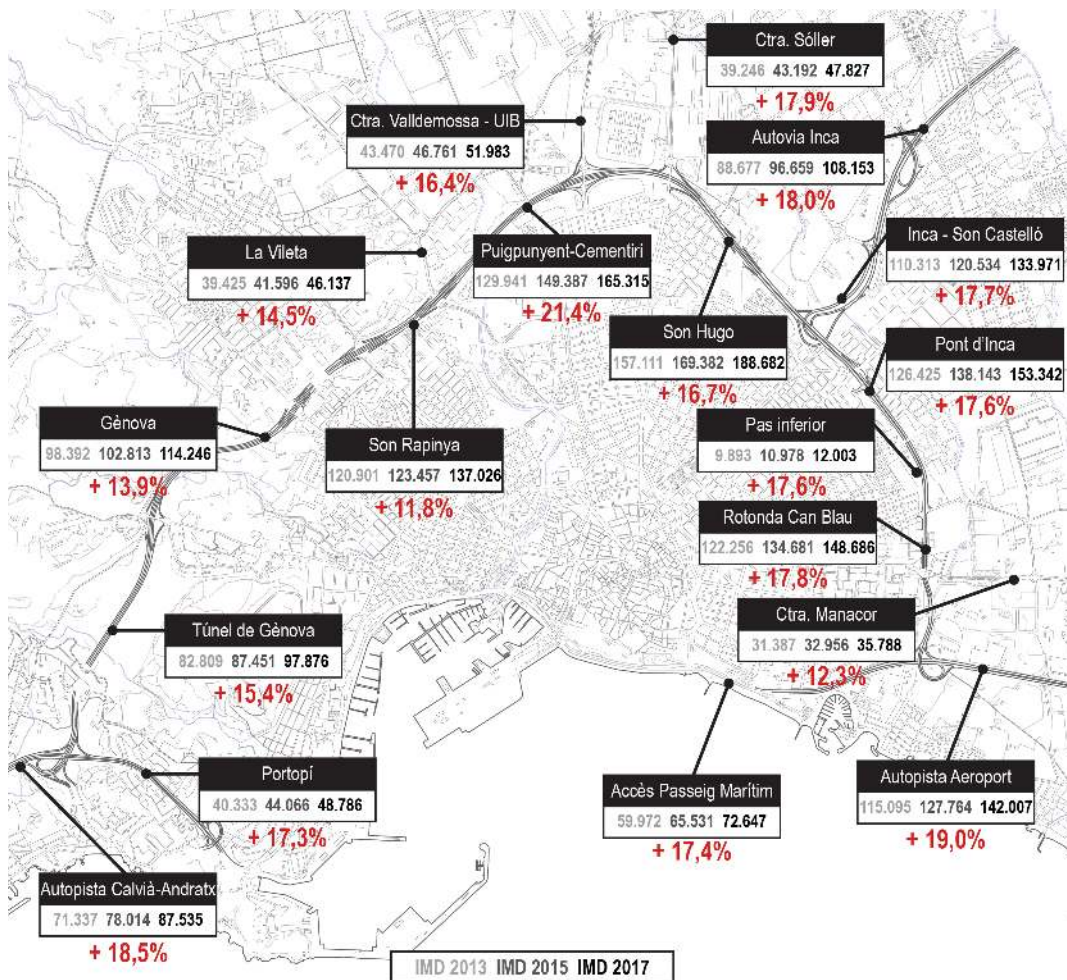


Figura 8: Intensitat Mitjana Diària de trànsit rodat (IMD) als vials d'accés a Palma

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.

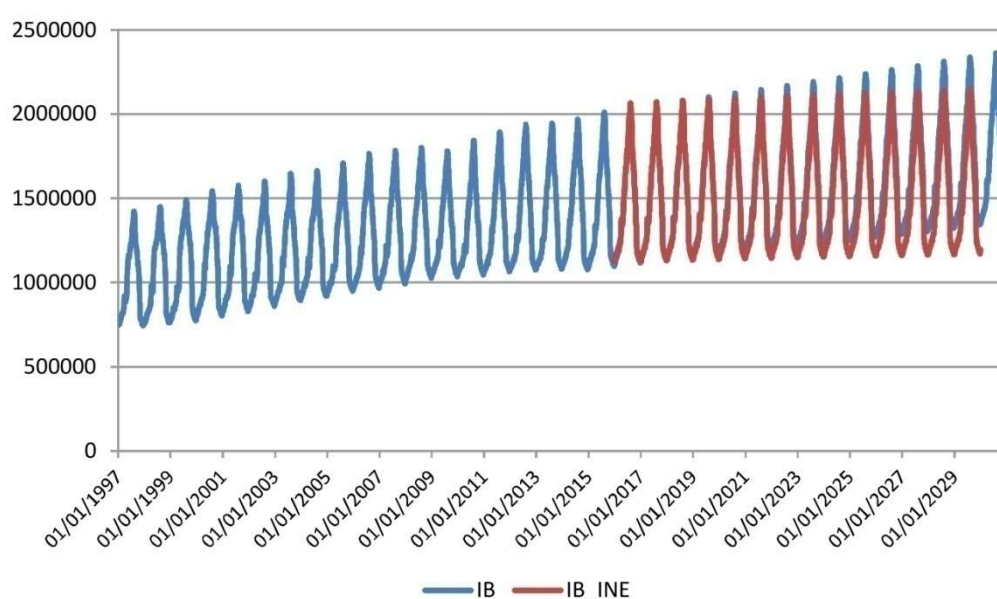


Figura 9: Projecció de l'IPH de les Illes Balears fins al 2030 (blau) i emprant projeccions demogràfiques de l'INE (roig)

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.

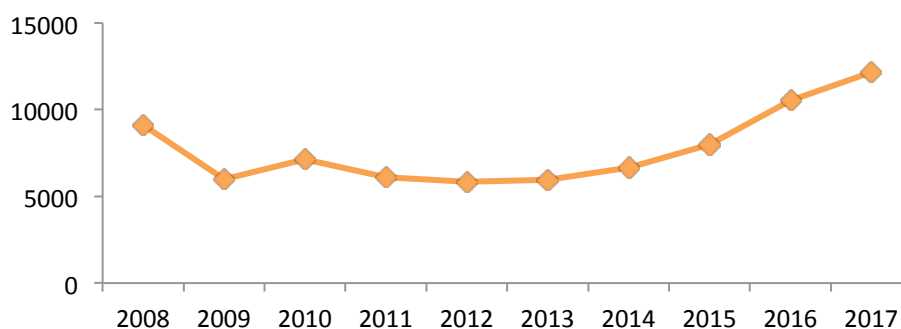


Figura 11: Evolució del nombre de compravendes d'habitatge a Mallorca

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.



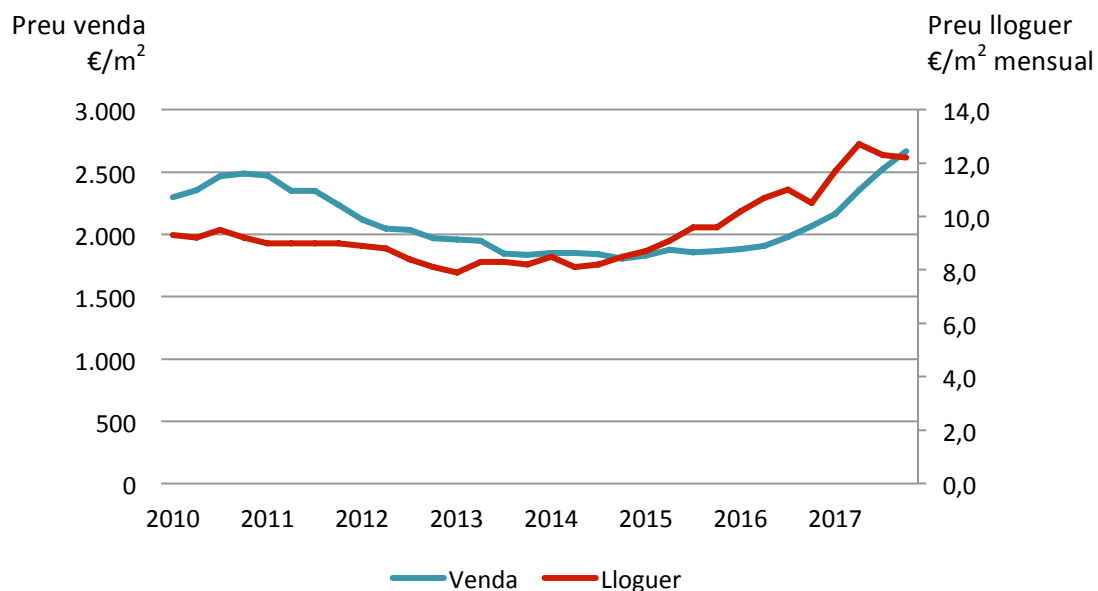


Figura 12: Evolució del preu de l'habitatge de lloguer i venda a Palma (€/m²)

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 mostren 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 medidora 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.

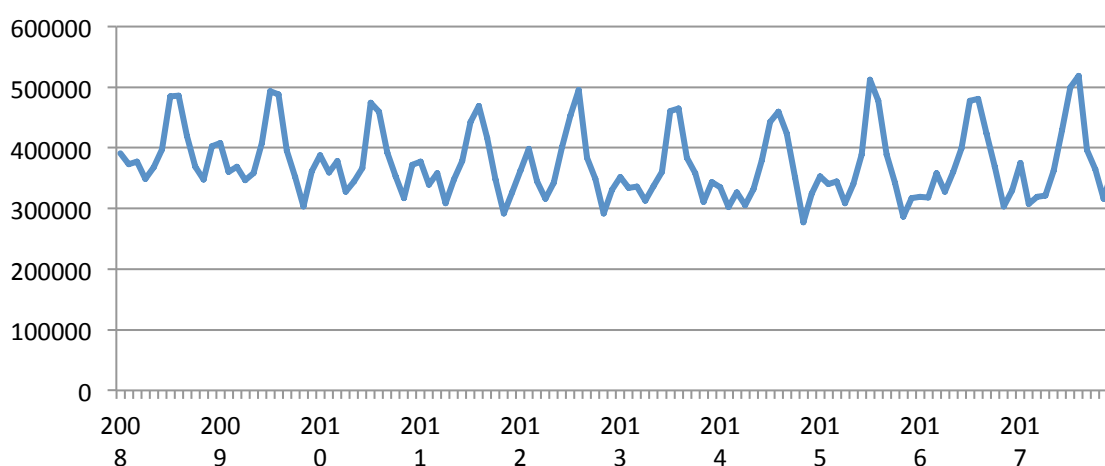


Figura 15: Demanda elèctrica a Mallorca (MWh)

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.



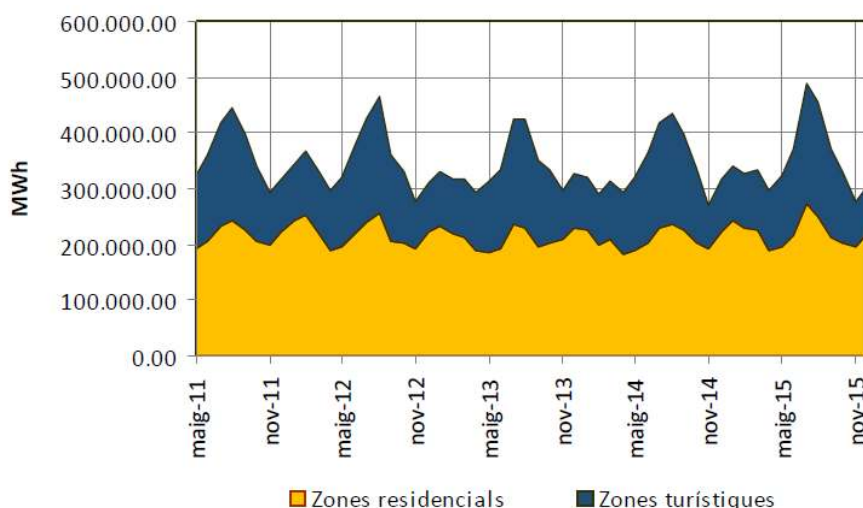


Figura 16: Evolució mensual d'energia (MWh) entre maig 2011 i novembre 2015

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 subterrànies, 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.

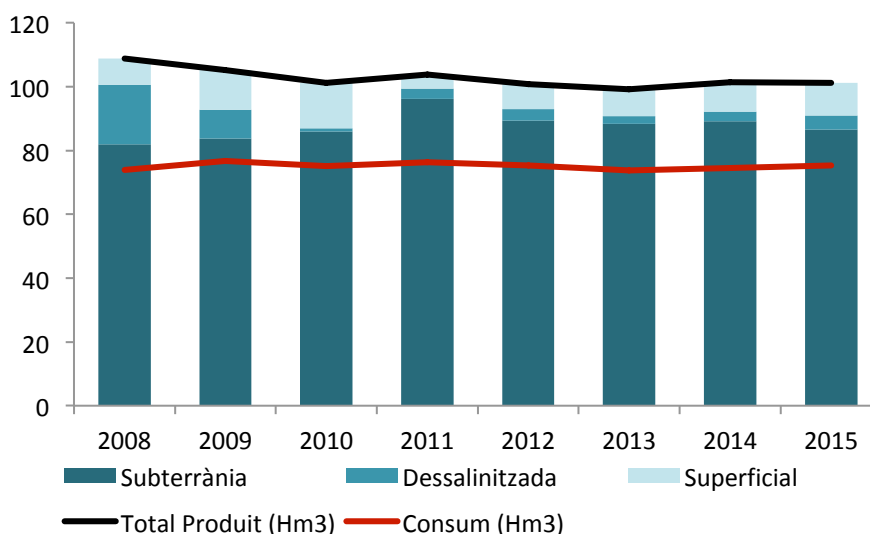


Figura 17: Producció i consum d'aigua d'abastiment urbà a Mallorca (Hm³)

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.

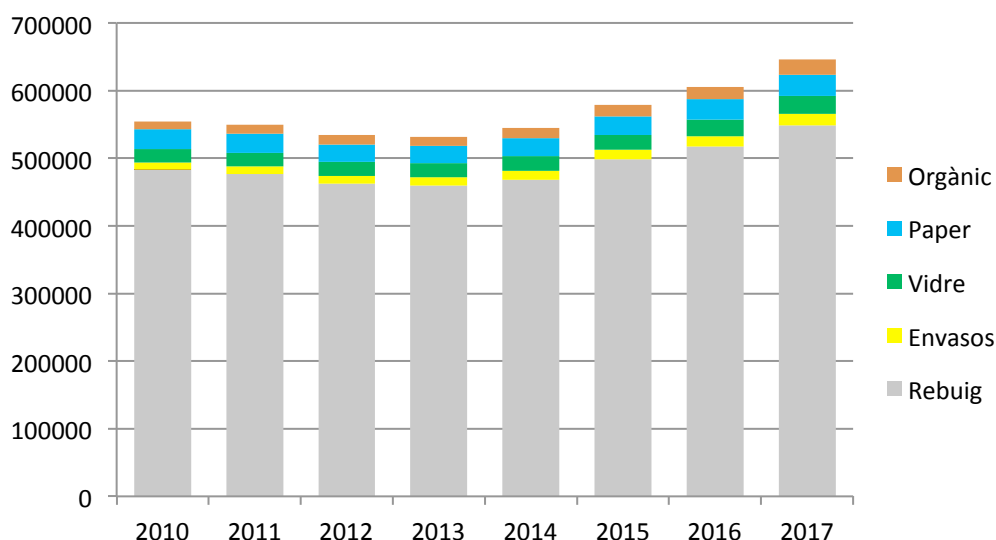


Figura 18: Recollida selectiva de residus a l'illa de Mallorca per fracció (Tones/any)

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 Baleares, una aproximación*.



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.

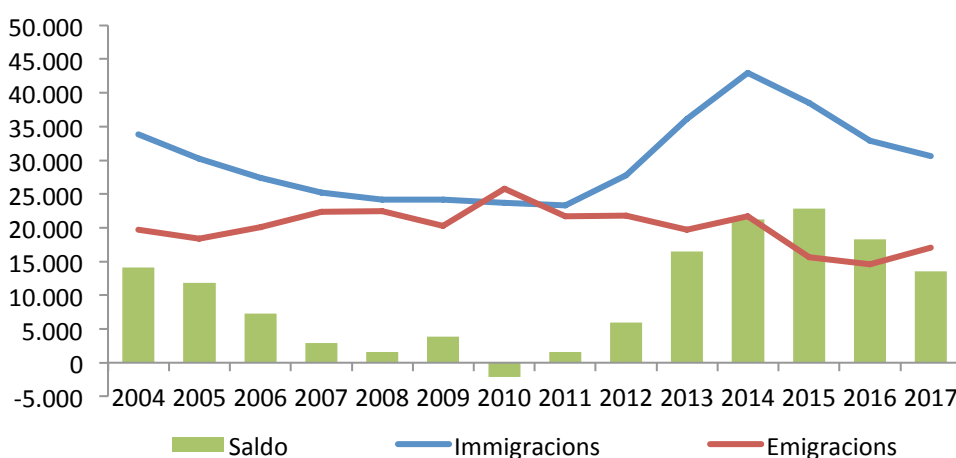


Figura 19: Emigració i immigració exterior a Mallorca

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 pernoctacions 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 Tendencias del Sector Inmobiliario*.

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 turismofilia 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



4. LA INTENSITAT TURÍSTICA A MALLORCA

Com a conclusió parcial i per acabar la primera part d'aquest estudi, podem afirmar que l'illa de Mallorca és un exemple paradigmàtic mundial per a entendre com una alta intensitat turística està provocant un gran nombre i varietat d'impactes socials, econòmics i ambientals, no sempre positius.

A mode de resum, i fent ús de dades oficials d'una forma gràfica, podem veure a les imatges a continuació que l'acumulació de places turístiques, la saturació de la xarxa de carreters i el pes de les activitats econòmiques sobre el valor agregat brut regional són un reflex de l'augment de la intensitat turística. Sense voler entrar en molta més concreció, la superposició territorial gràfica d'aquests tres fenòmens reflecteix la correlació entre ells en punts del territori costaners i a Palma.

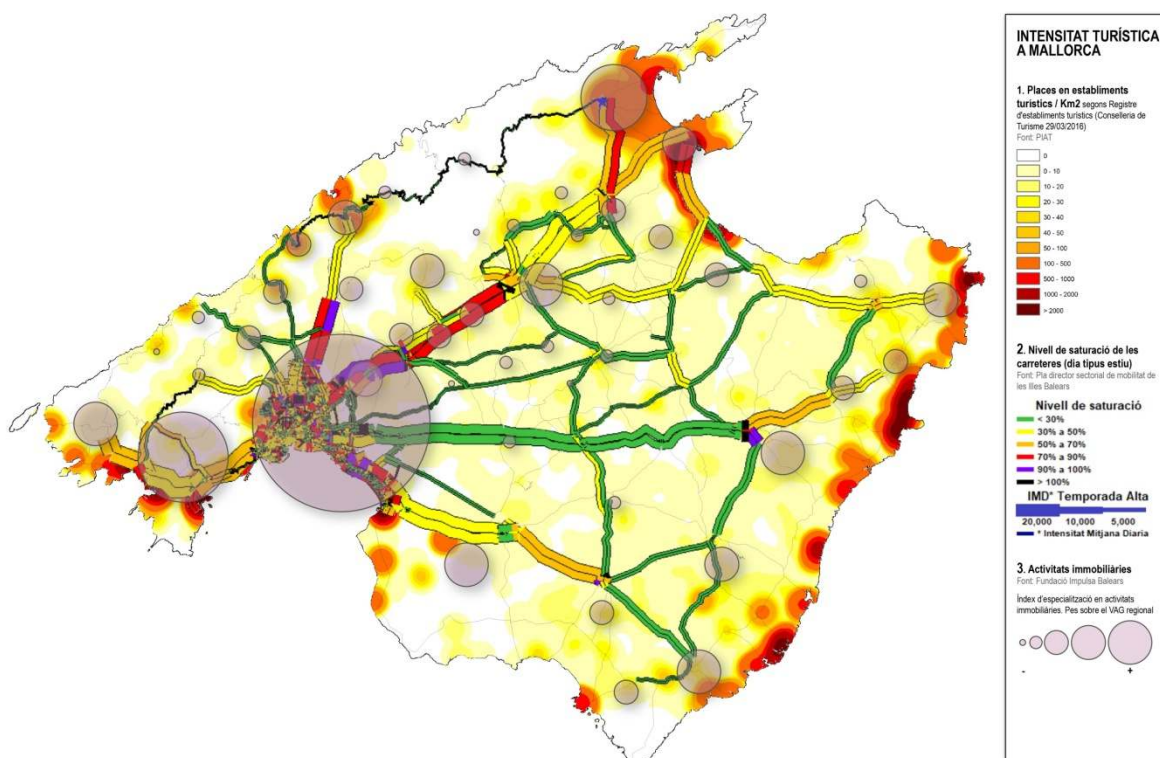
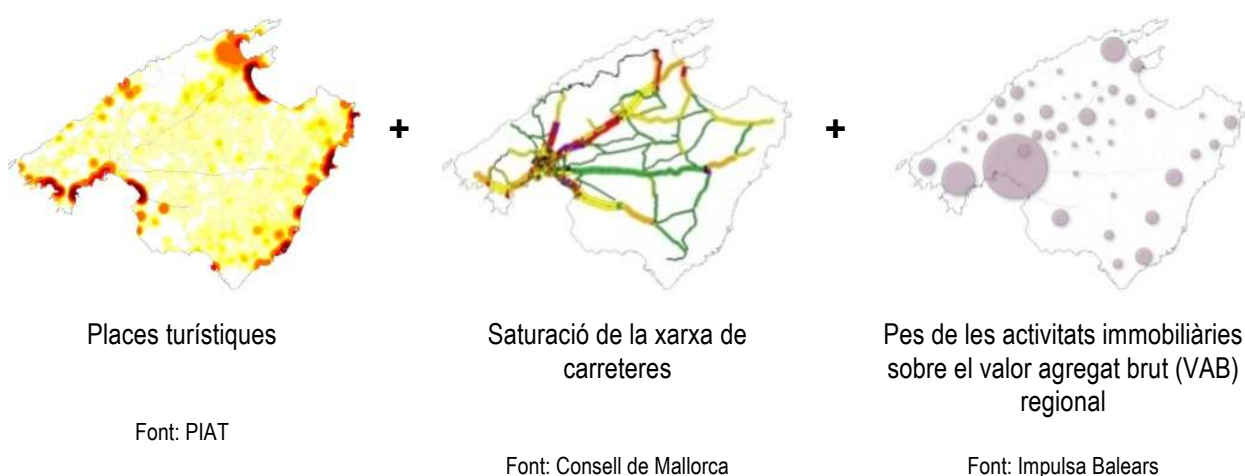


Figura 22: Superposició dels principals fenòmens que participen en la intensitat turística a Mallorca

Font: PIAT, Consell de Mallorca, Fundació Impulsa Balears, Inside Airbnb i elaboració pròpia

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

1. ÀMBIT D'ESTUDI

Aquesta segona part de l'estudi es centra a abordar la incidència del turisme, concretament en el centre històric de Valldemossa, una de les destinacions urbanes més importants de l'illa tant pel seu interès històric-patrimonial com paisatgístic. Malgrat que històricament Valldemossa fou un municipi que la seva activitat econòmica principal era l'agricultura, a poc a poc l'economia turística ha anat agafant més i més pes. De fet, el seu major atractiu turístic, La Cartoixa de Valldemossa, ja coneguda internacionalment a mitjans del segle XIX va acollir visitants de gran renom com F. Chopin i G.Sand a les seves instal·lacions.

La major part de persones que visiten el municipi, recorren pocs metres del poble, quedant-se en els entorns més immediats de l'emblemàtica Cartoixa i la Via Blanquerna, el carrer comercial principal, arribant en algunes ocasions fins a Mirador de Lledoners. Aquest recorregut és sobre tot el realitzat pels grups organitzats amb guies professionals. De forma més puntual, persones que passegen per lliure (fora de grups) arriben a passejar cap a la zona est de la part antiga del municipi arribant fins a l'església de Sant Bartomeu. A part dels aparcaments i de l'oficina turística, la zona al nord de l'Avinguda de Palma i zona més nova del poble, queda totalment fora dels recorreguts turístics, quedant pràcticament desvinculada de tota l'activitat que al centre històric del municipi s'hi desenvolupa.

Així, en aquesta segona part de l'estudi, descriurem els diferents fenòmens que s'han analitzat per a l'illa de Mallorca, per a després d'una 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 què no hem pogut trobar dades oficials, hem recorregut a l'observació i a la recollida de dades a l'àmbit al sud de l'Avinguda de Palma, la part antiga del municipi que és més representativa en termes d'intensitat turística.



Figura 23: Àmbit d'estudi, Valldemossa
Font: Elaboració pròpia



2. INTENSITAT TURÍSTICA

2.1. Places turístiques

La intensitat turística en el centre de Valldemossa s'ha vist en augment els últims anys a causa de la concentració de diferents fenòmens. Per un costat, el canvi de paradigma del turisme, que de cada vegada vol ser més independent i vol trobar llocs emblemàtics fora dels circuits més tradicionals, i per un altre costat, l'augment de la mobilitat individual per part dels visitants.

Històricament, l'oferta d'allotjament turístic de Valldemossa es centrava majoritàriament fora del nucli urbà. Així i tot, en el període 2012-2017 no només hi ha hagut un increment de 43% en el nombre d'establiments turístics al municipi sinó que el percentatge de places de tipus turisme d'interior han passat de ser 11% el 2012 al 31% el 2017. Trobam així, que l'any 2017, a la totalitat del municipi de Valldemossa hi ha 14 establiments que compten amb 334 places, una tendència a l'alça com a molts dels municipis de l'illa.

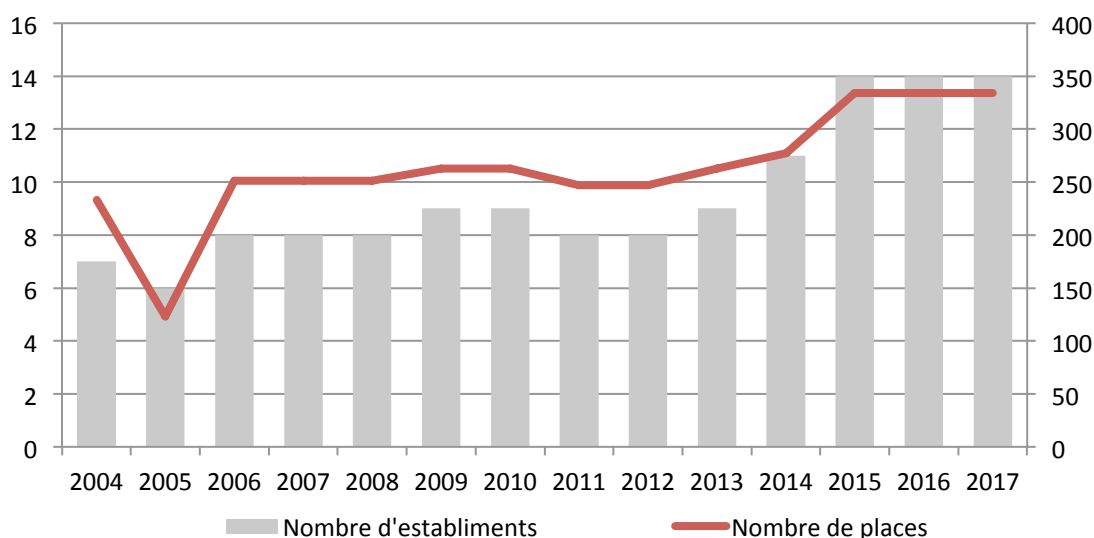


Figura 24: Establiments d'allotjament turístic a Valldemossa

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

A aquesta proliferació d'hotels d'interior o hotels urbans ha portat a una densitat de places turístiques de cada vegada més elevada, sobretot si hi afegim la proliferació dels apartaments turístics o estades turístiques en habitatge mitjançant plataformes com Airbnb que veurem més endavant.

2.2. Afluència de cotxes

La gran afluència de vehicles privats al municipi de Valldemossa és de cada vegada major. Malgrat que l'Ajuntament de Valldemossa no disposa de dades més que des de fa dos anys, fa anys que cerca formes per reduir l'impacte de l'arribada de tants vehicles amb la construcció d'aparcaments, la instal·lació d'un sistema tarifari de les places, etc.



Avui, el municipi compta amb 488 places tarifades situades majoritàriament a les dues bosses d'aparcaments en superfície situades a l'Avinguda de Palma i les places als laterals dels carrers dels voltants i 250 places sense tarifar que es torben majoritàriament als carrers al nord de l'avinguda principal més allunyats del nucli antic del municipi. Les dades a les quals hem pogut accedir per l'estudi responen al nombre de tiquets mensuals que es van emetre entre gener 2017 i setembre del 2018. Les places tarifades són un molt bon indicador per conèixer el nombre de visitants al municipi, ja que les persones residents a Valldemossa disposen d'una exempció de pagament de l'aparcament. Així, hem pogut treure una mitjana mensual que ens dona l'evolució de l'ocupació de les places tarifades. La corba, que podem veure a la gràfica tot seguit, mostra un augment de les visites entre els mesos d'abril i setembre que concentren gairebé el 70% dels tiquets anuals.

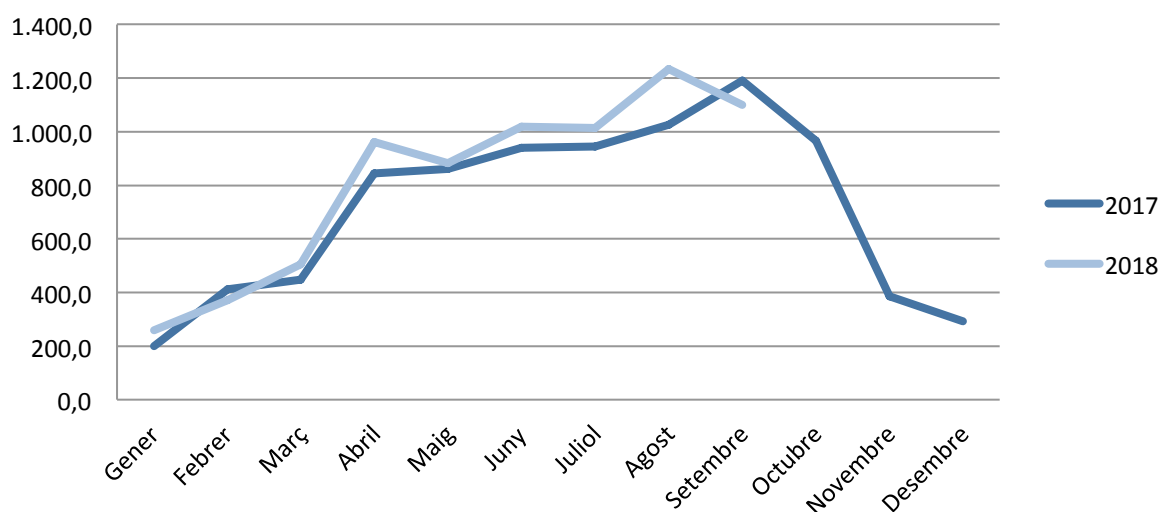


Figura 25: Evolució de l'ocupació mitjana diària dels aparcaments tarifats, any 2017

Font: Ajuntament de Valldemossa i elaboració pròpia

El 2017, els mesos d'agost i setembre van ser els de més ocupació amb una mitjana diària de cotxes de 1.026 i 1.190 respectivament. El 2018, els mesos de més afluència van ser agost i setembre amb 1.234 i 1.101 cotxes diaris respectivament. Si comptabilitzam una mitjana de 2,5 persones per cotxe, calculam que el mes d'agost del 2018 van arribar en cotxe com a mínim 3085 persones visitants (recordem que tots els cotxes aparacats en places sense tarifar estarien fora d'aquest càlcul).

2.3. Afluència d'autobusos privats

Valldemossa disposa d'una zona d'estacionament exclusiva per autocars turístics que es troba a l'Avinguda Arxiduc Lluís Salvador, punt molt proper a l'Avinguda d'accés al poble i al nucli històric. Per tal de millorar la gestió del gran nombre d'autocars que arriben al municipi i amb la voluntat d'ordenar i facilitar l'experiència a tothom, l'estiu 2018



l'Ajuntament de Valldemossa va començar una negociació amb les companyies dels autobusos i les excursions a Valldemossa per tenir un coneixement de l'afluència de gent al municipi i començar a gestionar la reducció de concentracions no desitjades de persones. El resultat d'aquestes converses és que per aparcar al poble han d'aconseguir una reserva d'espai, d'aquesta forma l'Ajuntament des del mes d'agost del 2018 comença a tenir dades de la gent que arriba en autobús privat i del tipus de repartiment que es dona.

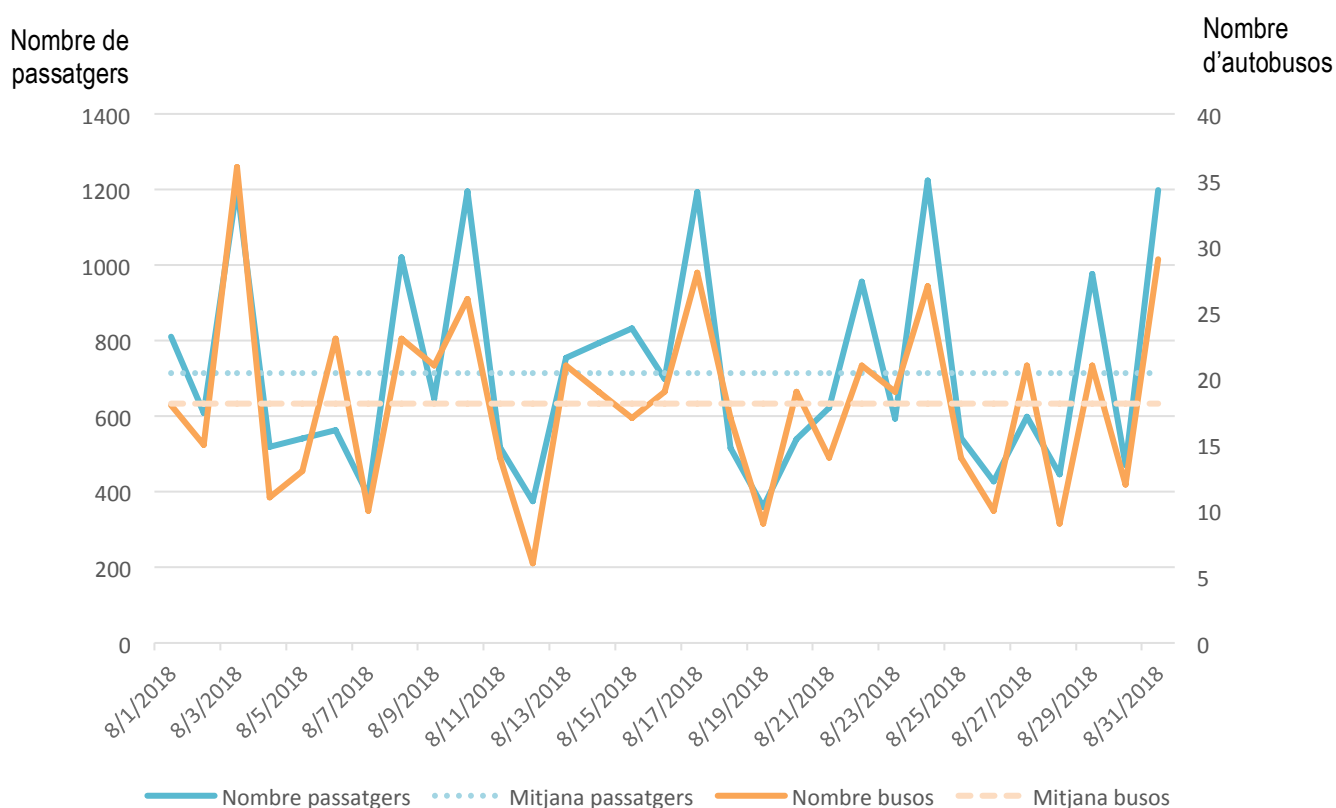
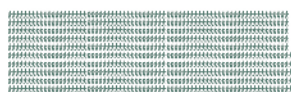


Figura 26: Arribades d'autobusos turístics a Valldemossa, agost 2018
Font: Ajuntament de Valldemossa i elaboració pròpia

El mes d'agost 2018, van arribar de mitjana de 714,3 persones/dia en servei d'autobús privat. La mitjana de busos va ser de 18 busos diaris, encara que alguns dies puntuals es van arribar a veure fins a 29 busos. Els dies de més concurrència foren els dimecres i divendres i no sembla haver-hi correlació entre els dies amb més afluència de busos amb els dies de més creuristes a Palma (dilluns, dimarts i dissabtes). Destaca que la mitjana de l'estada dels autobusos sigui només de 2 hores i 11 minuts, sent només un 20% dels busos els que estan 3 hores o més al municipi i un 10% els que hi estan 1 hora o menys. Aquest fet determina molt el tipus de serveis i d'oferta que el municipi està tendint a oferir (serveis de menjar ràpid, gelateries, etc.) que poden portar al deteriorament del conjunt de la destinació. En la infografia tot seguit es resumeixen les dades mitjaneres durant aquest mes:





714 ,3 persones



18 autobusos



2 hores i 11 minuts

* Dades recollides pel mes d'agost del 2018 per l'Ajuntament de Valldemossa

Figura 27: Infografia amb les mitjanes diàries de persones i autobusos turístics arribats a Valldemossa, agost 2018

Font: Ajuntament de Valldemossa i elaboració pròpia

Pel que fa a la distribució horària, un 60% de les persones que visitaren Valldemossa va ser al matí (entre les 10 h i les 13 h) i s'hi van quedar una mitjana de 2 hores i 11 minuts. No es té coneixement de l'origen o rutes dels busos.

2.4. Transport públic: afluència de busos

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 observam la corba de la demanda mensual que mostrem a continuació, veim que es tracta d'un servei totalment estacional.

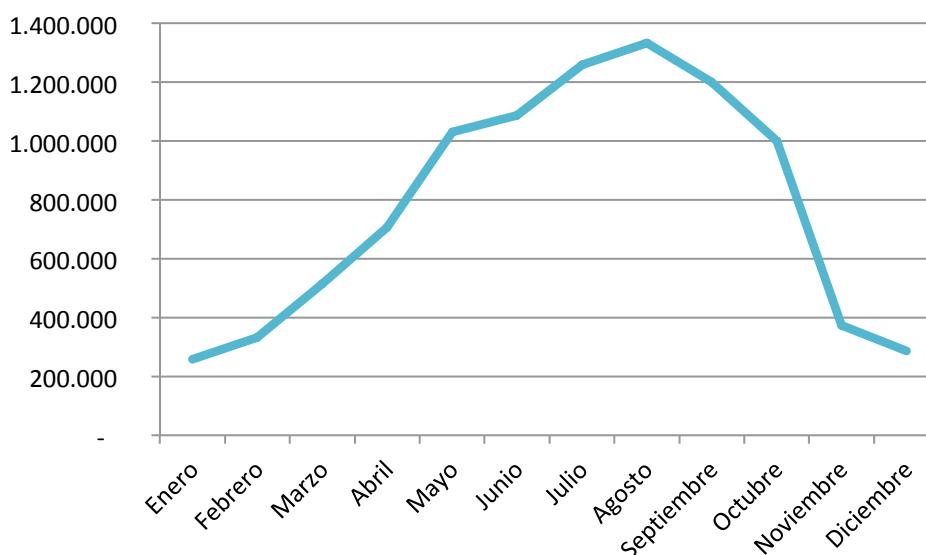


Figura 28: Demanda mensual del servei de bus del TIB, any 2017

Font: TIB i elaboració pròpia



La línia que passa pel municipi de Valldemossa és la número 210 que fa al trajecte Port de Sóller – Palma i al revés. També, les línies 451, 452 i 453 passen per Valldemossa a l'estiu puntualment. La línia 210, és el quart trajecte amb major demanda a l'illa de Mallorca. No tenim el percentatge d'usuaris que baixen a Valldemossa però sí que amb les dades d'ús podem extreure que és un servei que l'estiu té gairebé el 70% més usuaris que a l'hivern.

	Diferència ús del servei hivern / estiu	Estimació visitants Palma / dia	
		gener	agost
210 Port de Sóller - Palma	68,14%	347	1.088

Figura 29: Taula resum de l'estimació de visitants (dades any 2017)

Font: Elaboració pròpia amb dades de TIB

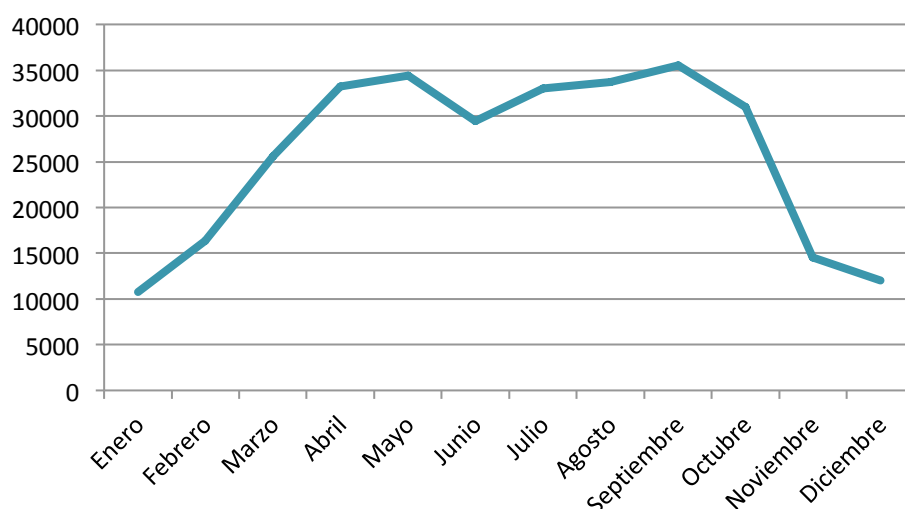


Figura 30: Evolució de la demanda de la línia 210 Port de Sóller - Palma, any 2017

Font: Elaboració pròpia amb dades de TIB

2.5. Afluència de vianants

Per poder entendre i conèixer l'afluència dels vianants al centre històric de Valldemossa 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 (vegeu l'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,²³ se'n poden extreure evidències de les tendències majoritàries de desplaçaments de vianants. 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 dos punts importants dins l'entorn urbà des del punt de vista de l'afluència de vianants. S'han tengut en compte els dos grans punts d'entrada dels vianants al poble: la plaça Bartomeu Estaràs Músic i el carrer Marquès de Vivot.

²³ 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*.



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. Es van triar aquests dos emplaçaments perquè es tracta del dos punt per on accedeixen el percentatge més gran de gent a la zona més emblemàtica. Per la Plaça Bartomeu Estaràs Músic (al plànol, el punt de l'esquerra) és per on totes les persones que venen en autobús, tant sigui públic com privat, entren al municipi per la seva proximitat amb l'estacionament de busos. L'altre punt, a la dreta del plànol, és el carrer Marquès de Vivot que és principalment per on entren les persones que han aparcat els seus cotxes als estacionaments de l'Avinguda de Palma. De mitjana i en nombres totals, passen un 30% més persones pel carrer Marquès de Vivot que per la Plaça Bartomeu estaràs Músic.

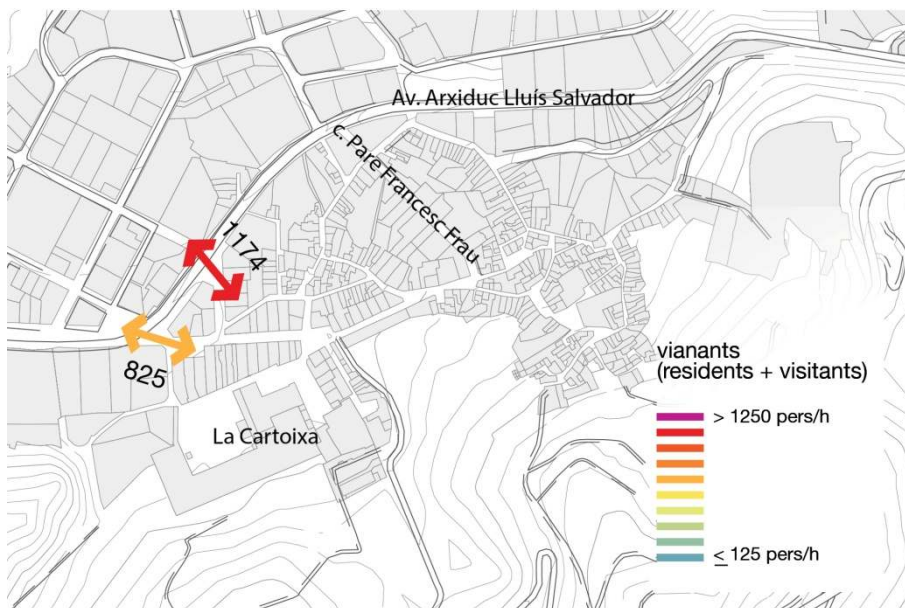


Figura 31: Distribució dels fluxos de vianants per punts d'aforament (tant residents com visitants)
Font: Elaboració pròpia

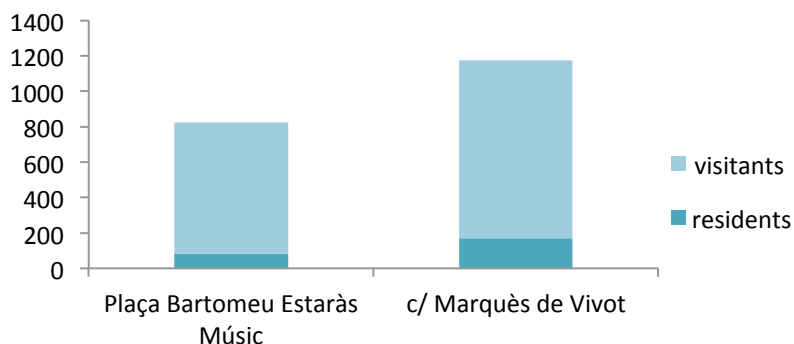


Figura 32: Mitjana de nombre de vianants per hora per punts d'aforament diferenciat per residents i visitants.
Font: Elaboració pròpia

Ens trobam que el diagrama de fluxos varia molt de dinàmiques quan separam els residents dels visitants que passen per cada un dels punts. Com podem comprovar en els diagrames a continuació, l'afluència de residents és molt inferior que la de turistes en els dos punts, de fet hi ha de l'ordre del 87% de persones visitants passant per aquests dos punts respecte del 13% de residents.



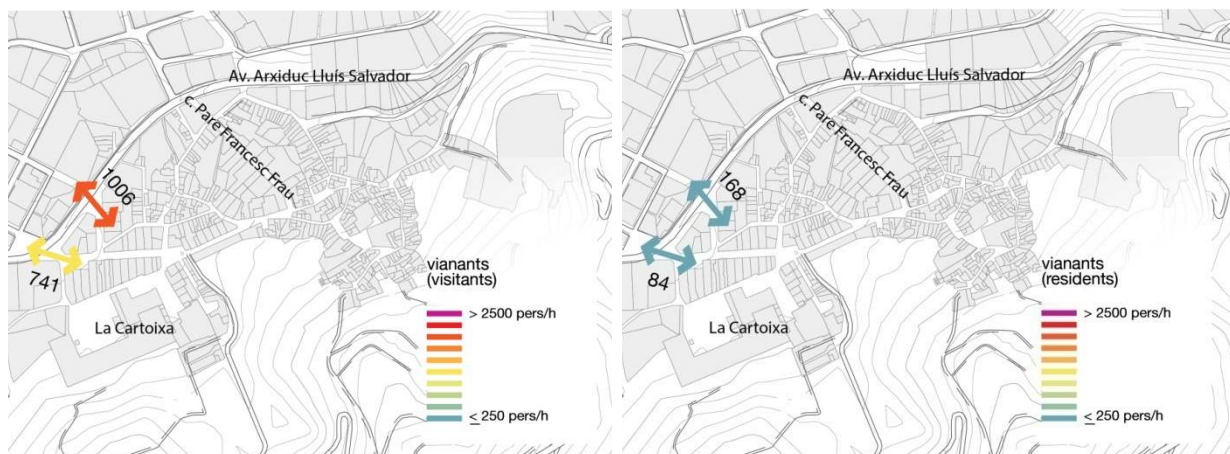


Figura 33: Distribució dels fluxos de vianants per punts d'aforament

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, és sorprenent que segueixen unes dinàmiques on l'afluència de l'horabaixa és encara inferior a la del matí, pràcticament la meitat.

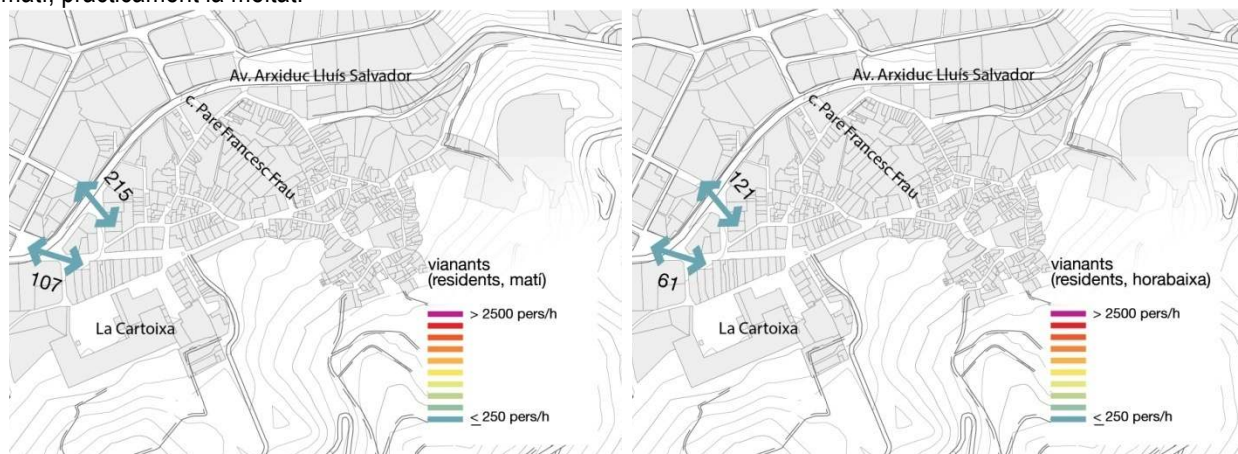


Figura 34: Distribució dels fluxos de vianants residents per punts d'aforament

Imatge esquerra: matí (11h-13h); imatge dreta: horabaixa (17h-19h)

Font: Elaboració pròpia

El cas dels visitants és semblant, hi ha una gran variació entre el nombre de visitants que recorren els nostres carrers al matí o l'horabaixa. Al matí, al carrer Marquès de Vivot, de mitjana, hi ha una afluència de gent de més del doble que l'horabaixa. En el cas de la Plaça de Bartomeu Estaràs Músic l'afluència és tres vegades major al matí que l'horabaixa.



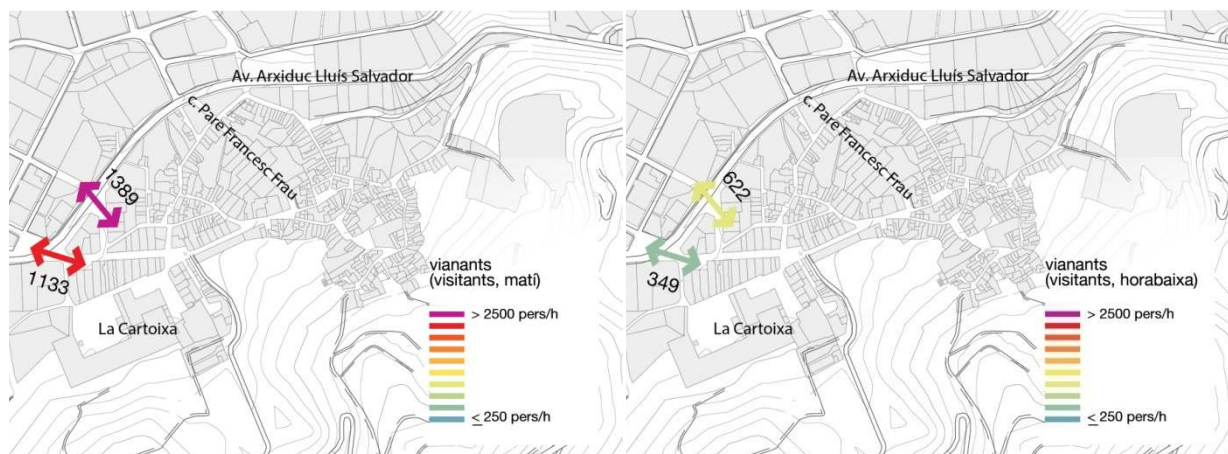


Figura 35: Distribució dels fluxos de vianants visitants per punts d'aforament
 Imatge esquerra: matí (11h-13h); imatge dreta: horabaixa (17h-19h)

Font: Elaboració pròpia

2.6. 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 dona 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 què 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.²⁴

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 pres 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 costaneres 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.

Valldemossa és el lloc molt fotografiat de l'illa tant per persones residents com visitants. El 14% de les persones que han geolocalitzat fotografies de Valldemossa són de visitants que només estan a Mallorca un dia, és a dir, de creueristes. El 52% són de visitants que queden entre 2 i 7 dies a l'illa, el 10% queden a prop de 2 setmanes i el 24% restant són gent resident a Mallorca.

²⁴ Bálint Kádár (2013) Where do tourists go? Visualizing and analysing the spatial distribution of geotagged photography, Cartographica 48:2, pp. 78-88



Com podem veure en les visualitzacions següents, les fotografies preses pels visitants es concentren en punts molt concentrats. Per contra, els residents prenen fotografies de forma molt més repartida geogràficament, encara que el centre històric del municipi també prengui presència respecte de la resta del municipi.



Figura 36: Distribució de les fotografies preses per residents (verd) i visitants (vermell)
Font: Bálint Kádár, visualitzat en Google Earth

A Valldemossa, la meitat de les fotografies penjades pels usuaris visitants són de la part antiga del poble. I, la meitat d'aquestes (o el 25% del total), s'han pres a un radi de 100 metres al voltant de La Cartoixa.

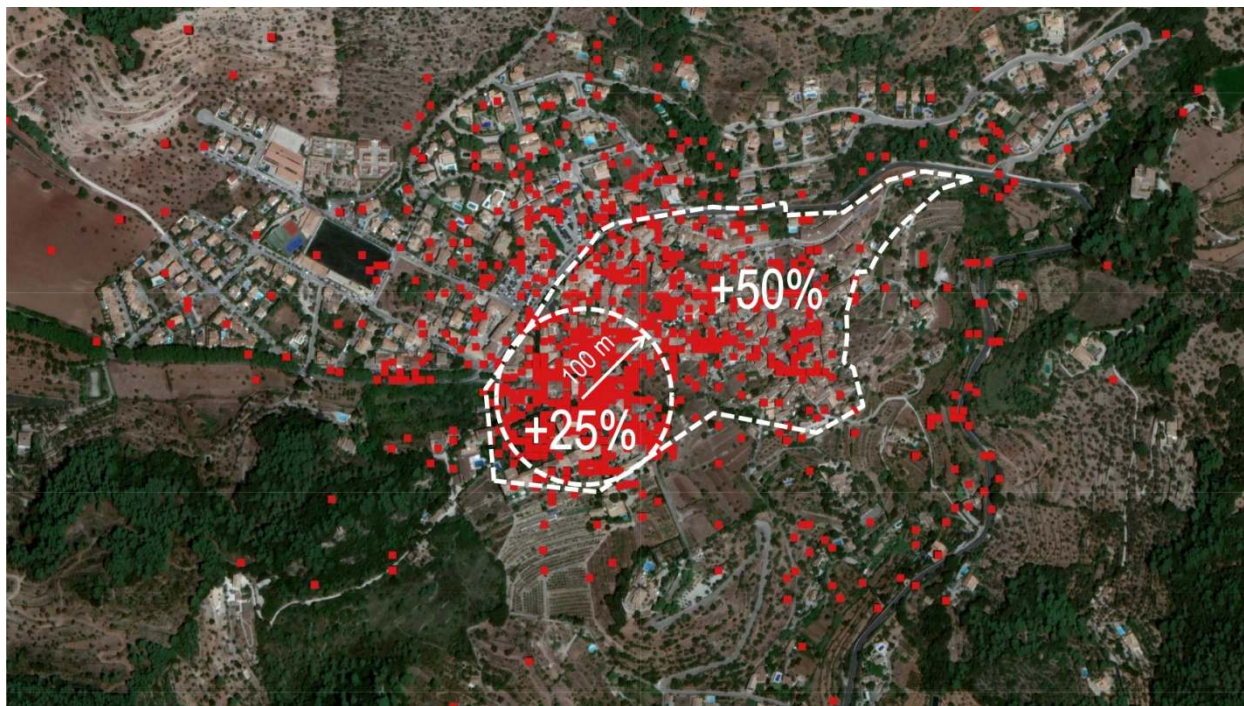


Figura 37: Distribució de les fotografies preses pels visitants (vermell)
Font: Bálint Kádár, visualitzat en Google Earth



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.



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 arreu de l'illa de Mallorca, i Valldemossa no n'ha sigut l'excepció. Per aquest estudi, només hem pogut accedir a les dades que té la pàgina web d'Habitacalia de l'evolució dels preus de lloguer i venda entre octubre 2017 i desembre 2018 per la Serra de Tramuntana. Les tendències però, s'assemblen molt a les vistes pel conjunt de l'illa i per Palma també. El preu de venda, cada vegada més alt i el de lloguer amb una tendència a l'alça però una mica més baix els mesos d'hivern respecte del preu els mesos d'estiu.

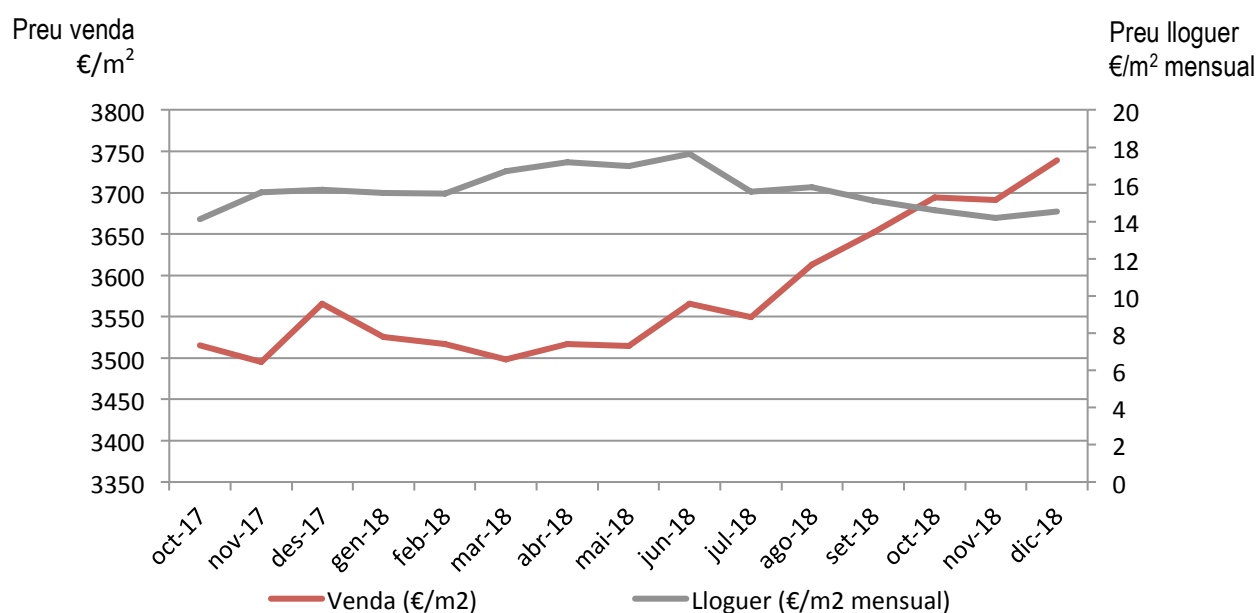


Figura 38: Evolució del preu de l'habitatge de lloguer i venda a la Serra de Tramuntana (€/m²)

Font: Habitacalia i elaboració pròpia

Una altra dada, no tan característica però que sí que s'ha de tenir en compte, és l'evolució del nombre de projectes visats. Aquest cop sí que hem pogut trobar dades del municipi de Valldemossa i les corbes mostren com els últims anys, després de la gran caiguda de demanda després de la crisi, s'ha reactivat la construcció al municipi. No arribant als nivells precrisi però sí mostrant una tendència a l'alça de cara als propers anys.

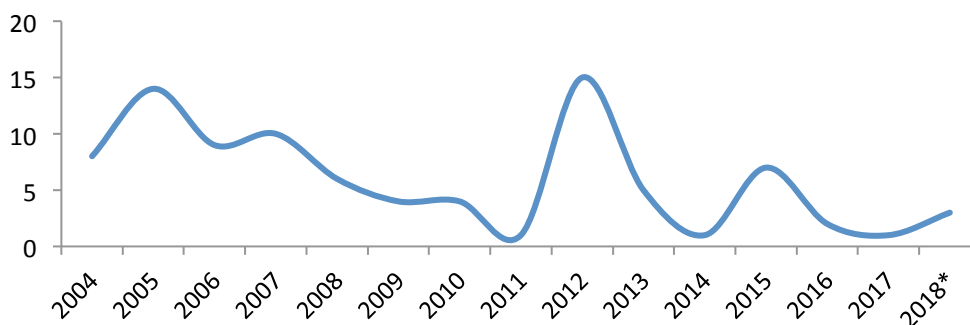


Figura 39: Evolució del nombre de projectes d'habitatge visats a Valldemossa

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

(*) No s'han pogut incorporar les dades del 4t trimestre del 2018



3.2. Estades turístiques en habitatge

Una de les causes més visibles de l'augment de la intensitat turística a Valldemossa 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 Valldemossa no n'és una excepció i no atura de créixer des de l'any 2010.

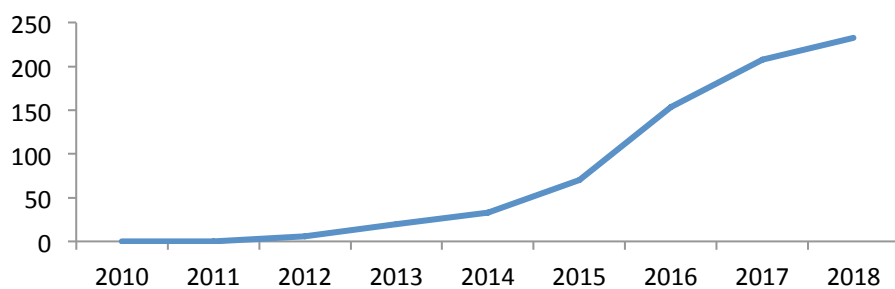


Figura 40: Evolució de l'oferta del nombre d'apartaments turístics publicats a la xarxa Airbnb Valldemossa
Font: Airdna i elaboració pròpia

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.

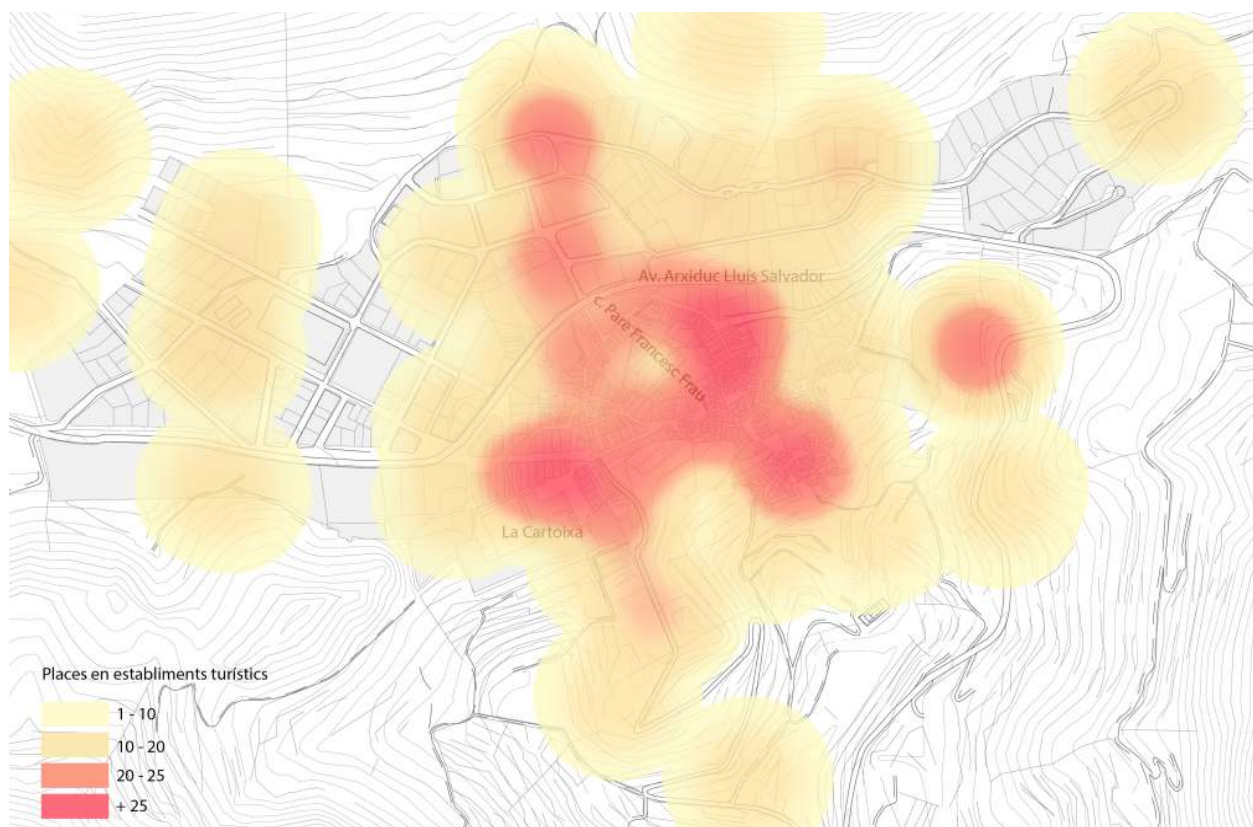


Figura 41: Densitat de places estades turístiques en habitatge.
Font: Plataformes web de Airbnb, Booking i elaboració pròpia



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 Valldemossa 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), a Valldemossa es varen comptabilitzar 25 operacions de compravenda segons el Ministeri de Foment (12,82 per cada mil habitants). És a dir, que a Valldemossa es van realitzar 50% més transaccions per cada mil habitants que la mitjana espanyola.

2016	Nombre total 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
Valldemossa	25	12,82	*	21,80

Figura 42: Transaccions immobiliàries, 2016

Font: Registradors de la propietat, Ministeri de Foment i elaboració pròpia

**No hem pogut obtenir la dada*

Després de la gran caiguda de transaccions després de la crisi, durant el període entre els anys 2012 i 2018, el nombre de transaccions immobiliàries ha incrementat més que triplicant-se el nombre aquest últim any respecte del 2012 i superant molt per sobre els nombres als anys previs a la crisi.

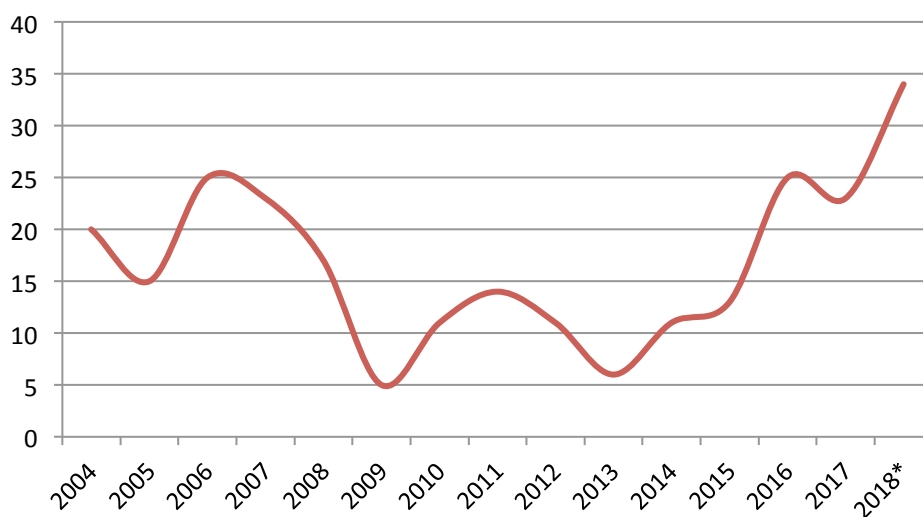


Figura 43: Evolució del nombre de transaccions immobiliàries per la compravenda d'habitatges a Valldemossa

Font: Ministeri de Foment i elaboració pròpia



4. DINÀMIQUES SOCIALS

4.1. Evolució de la població

El pes poblacional que té Valldemossa respecte de Mallorca és molt petit, però les variacions de la distribució de la població entre el 2004 i el 2017 segueix unes tendències semblants. Com passa també a l'escala de Mallorca, la població estrangera ha augmentat passant d'un 16,6% el 2004 a un 21,8% de població el 2017. En aquest període, Valldemossa l'any 2013 va arribar al seu màxim nombre de residents, 2042. Des de llavors, el municipi ha anat perdent població i al 2017 es registraven 1950 residents, és a dir una pèrdua de població de gairebé el 5%.

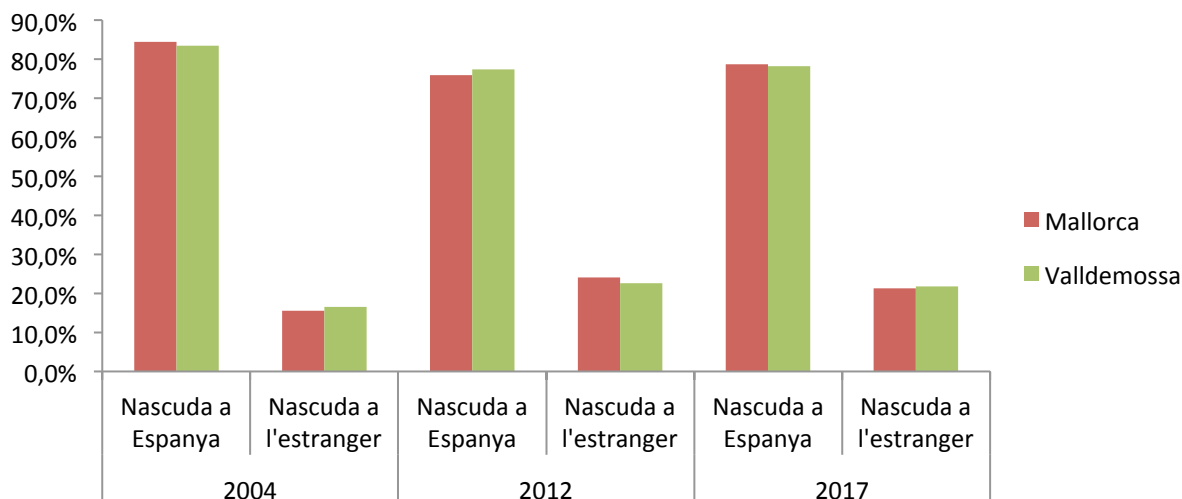


Figura 44: Comparativa de l'evolució del padró a Valldemossa respecte de Mallorca

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

Aquesta pèrdua de població, ha afectat principalment a gent de naixement a altres municipis de les illes o d'altres comunitats autònomes. La població resident a Valldemossa i nascuda al mateix municipi, no ha baixat notablement en nombre, però si el 2004 representaven un 36,9% dels residents, al 2017 s'ha reduït al 33,8%.

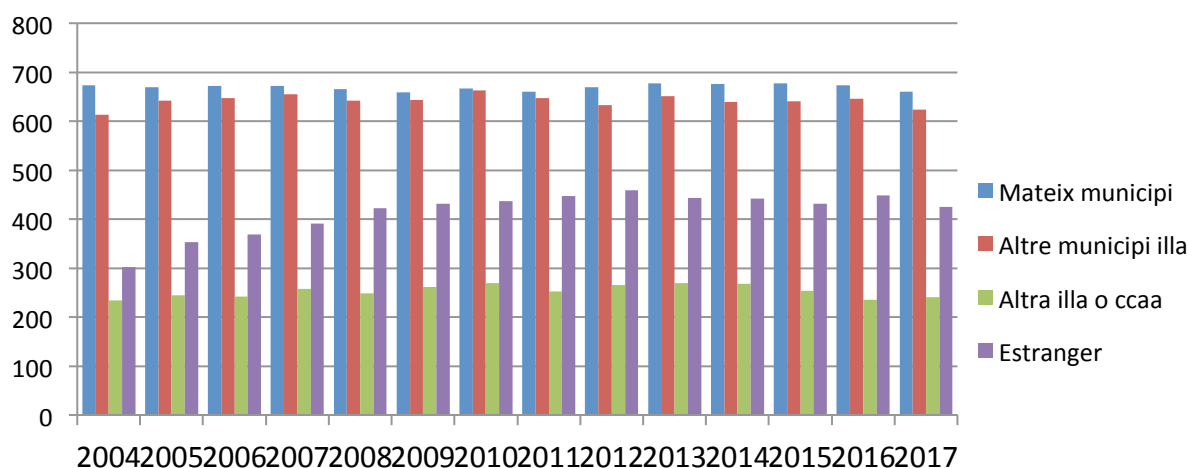


Figura 45: Distribució de la població segons l'origen de naixement a Valldemossa

Font: IBESTAT i elaboració pròpia



Pel que fa al saldo migratori, els anys anteriors a la crisi aquest era positiu, però des del 2008 que o és molt baix o fins i tot negatiu alguns anys.

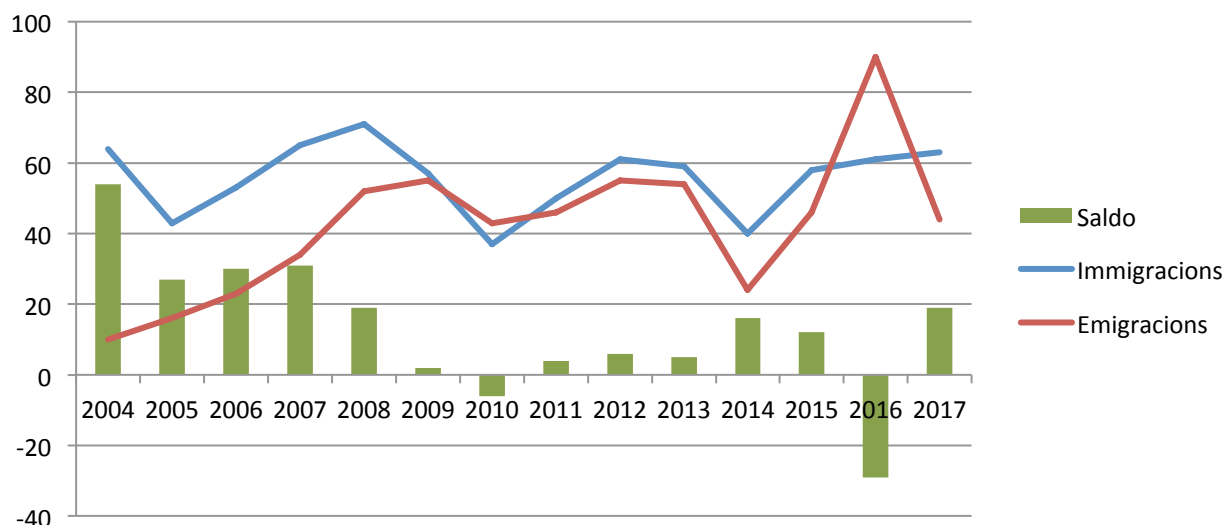


Figura 46: Evolució del saldo migratori a Valldemossa

Font: IBESTAT i elaboració pròpia

A Valldemossa, com a molts altres pobles de la Serra de Tramuntana, la població menor d'edat ha tengut una tendència sempre per davall de mitjana de Mallorca. Tot i això, malgrat la tendència general d'envelliment de la població, al conjunt de l'illa s'ha anat mantenint el percentatge de menors respecte de la resta de la població però a Valldemossa hi ha hagut una forta baixada.

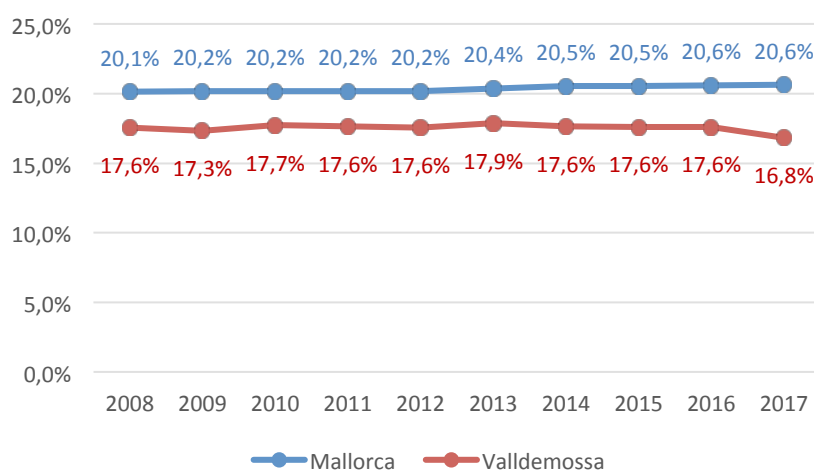


Figura 47: Comparativa del percentatge de menors de 18 anys a Mallorca i Valldemossa.

Font: IBESTAT i elaboració pròpia



A més a més, resulta també una preocupació que malgrat que el percentatge de dones en edat fèrtil sempre hagi sigut més baix al municipi que la mitjana de Mallorca, es tracta d'un índex que decreix de cada vegada més i en 2018 incrementà fins a 5 punts per davall de la mitjana a Mallorca. Els petits pobles de la Serra de Tramuntana semblen estar patint un procés d'envelliment de la població molt superior a les zones urbanes o més properes a la capital. Aquest indicador, podria implicar un decreixement de les expectatives no només socials a nivell del municipi sinó també econòmiques.

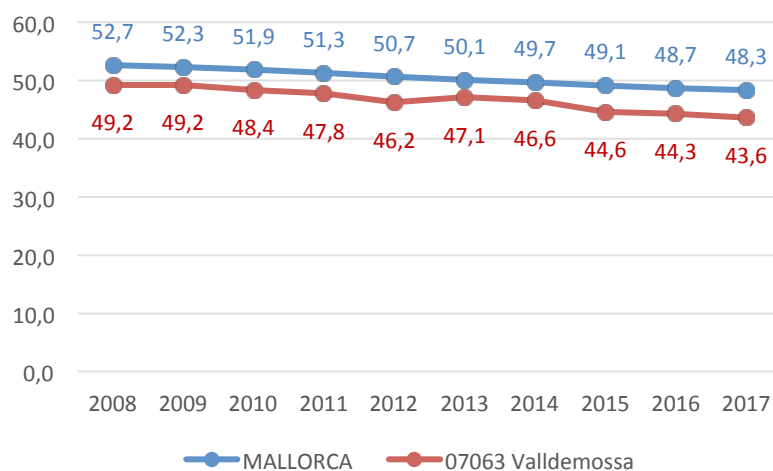


Figura 48: Comparativa del percentatge de dones en edat fèrtil a Mallorca i Valldemossa

Font: IBESTAT i elaboració pròpia



4.2. Transformació del comerç

Històricament, Valldemossa s'ha caracteritzat per tenir una gran oferta d'establiments de restauració, ja que sempre ha sigut un lloc emblemàtic de visita, moltes vegades pels mateixos illencs. Existia un mínim de serveis bàsics per a residents a més de l'oferta de restauració i els serveis relacionats amb el Museu de La Cartoixa més orientada a les persones visitants. Per a fer l'estudi de les activitats, hem pogut combinar dades que hem disposat gràcies a l'Ajuntament de Valldemossa amb les dades del treball de camp desenvolupat pel nostre equip.

Pel que fa a l'evolució dels comerços del municipi, segons les dades de la demanada de llicències d'activitats econòmiques al municipi de Valldemossa reflectides en la gràfica següent, podem veure que entre els anys 2012 i 2018 hi va haver un gran increment de demandes per a obrir nous negocis al municipi.

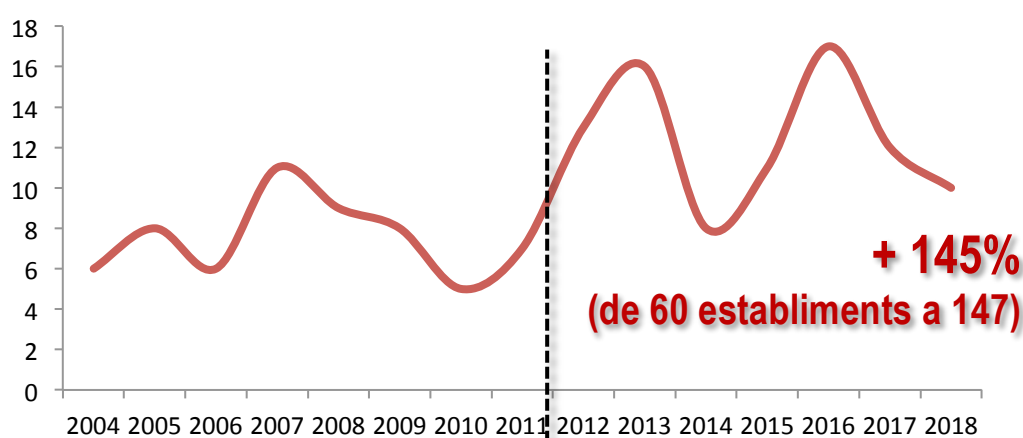


Figura 49: Nombre de noves llicències sol·licitades anualment
Font: Ajuntament de Valldemossa i elaboració pròpia.

Pel que fa a l'anàlisi de les activitats desenvolupat exclusivament per aquest estudi, es van visitar i entrevistar 96 activitats en planta baixa que majoritàriament es situen al nucli més antic del municipi. L'anàlisi es centra principalment a fer una descripció tipològica de l'establiment així com una valoració del tipus de productes que s'hi comercialitzen per fer una relació de si existeix o no una especialització turística dels serveis que ofereixen.

Així, un cop feta la classificació de les activitats econòmiques del municipi de Valldemossa, podem concloure que les tipologies d'establiment més abundants són de moda i accessoris (21,9%) i de restauració (25%), seguits de comerços souvenirs i regals (10,4%) i de serveis (10,4%).





Figura 50: Anàlisi de les activitats econòmiques en planta baixa

Font: Elaboració pròpia.

La classificació de comerços que hem realitzat (vegeu l'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 i en alguns casos els mesos d'obertura del comerç coincideixen amb els mesos d'alta afluència 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.

A Valldemossa, l'especialització turística de les activitats econòmiques que s'hi desenvolupen és molt alta, tractant-se del 81,6%.

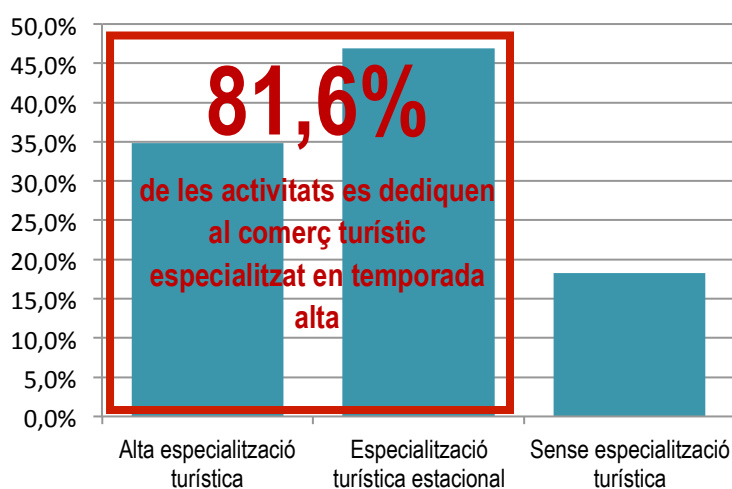


Figura 51: Percentatge d'especialització turística del comerç a Valldemossa

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 dels circuits turístics i de La Cartoixa, el punt d'interès turístic més important del municipi. També, la cultura del "take away"²⁵ s'ha imposat al poble de Valldemossa. El 70% dels establiments de restauració disposen de servei de menjar per endur-se'n, també el 35% dels establiments de venda de menjar i, fins i tot, el 7% de les tendes de souvenirs. A més a més, el 35% dels bars i restaurants i el 14% de les gelateries tenen cartelleria majoritàriament en anglès o alemany, és a dir, que nombrosos factors 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 regionals entre els comerços de l'àmbit estudiat. Pel que fa a la venda de productes locals, un 45,8% dels 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

²⁵ "Take away" és el terme en anglès per al menjar per endur-se.



Així i tot, malgrat la presència de marques regionals en principi sembla elevada, hem volgut entrar una mica més en detall en la presència de productes alimentaris elaborats a la Serra de Tramuntana. Els índex que es treuen amb aquest exercici i d'altres similar en més detall, poden ser molt interessants per treballar no només com es fa la promoció de productes locals sinó també quin és l'impacte real pel que fa a la producció local del turisme. També, la comparació amb altres municipis de la Serra ajudaria a aquesta visió.

Per tant, hem començat analitzant dues tipologies de comerços que podem veure en més detall a la figura següent. Els productes més comuns són l'oli i les olives, seguits de la confitura i del vi.

- Venda d'aliments, dels quals tots ells tenen algun producte elaborat a la Serra de Tramuntana
- Botigues de regals i souvenirs, de les quals un 20% tenen algun producte elaborat a la Serra de Tramuntana

	Oli	Vi	Confitura	Mel	Olives	Altres
Can Gotxo (Blanquerna 7)	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Artesan (M. de Vivot, 1, cantonada Oliveras)	Sí		Sí	Sí	Sí	
Es Cos (Via Blanquerna 14)	Sí				Sí	Sí
Can Molinas (V. Blanquerna 15)						Sí
Supermercat Co-Aliment	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Forn Sa Cartoixa (Blanquerna 3)	Sí					
Hort de Cartoixa (C/Jovellanos 6)	Sí	Sí	Sí		Sí	Sí

Figura 54: Comerços amb algun producte elaborat a la Serra de Tramuntana

Font: Elaboració pròpia

A més, gràcies a l'enquesta de comerços realitzada a 86 comerços del municipi per l'Ajuntament de Valldemossa els mesos abans de l'estiu del 2018, podem disposar de més dades per completar l'anàlisi de les activitats. Segons les dades de l'enquesta, el 42% dels comerços va obrir les seves portes entre el 2010 i 2018. Aquest fet no es correlaciona amb un augment de població equivalent, sino més aviat coincideix amb un decreixement de població i amb un increment de serveis turístics. De fet, d'aquests 37 establiments oberts els últims 8 anys, el 43,2% ofereixen serveis de tipus restauració o allotjament, el 40,5% són joieries o tendes de regals (souvenirs) i el només el 16,2% són altres més relacionats amb la vida quotidiana com una seu bancària o un supermercat. Per tant, podríem dir que els últims 8 anys, el 83,7% dels establiments oberts al municipi es classifiquen com especialització turística alta.

Pel que fa al nombre de treballadors, segons les dades de l'enquesta, els comerços de Valldemossa donen feina a 318 persones, 51,6% de les quals són residents al municipi. El 35% dels comerços de Valldemossa tots els seus treballadors són residents al municipi mentre que el 15% dels comerços cap dels seus treballadors ho són.



4.3. Desnonaments

El fenomen dels desnonaments cal conceptualitzar-lo en el marc del procés de desposseïció de l'habitatge. Les úniques dades sobre els desnonaments són les recollides pels jutjats l'hora de realitzar-se un registre d'un procediment judicial a causa de l'impagament del lloguer o d'execució hipotecària. Per tots aquells anomenats "desnonaments silenciosos", que consisteixen en aquells que no han acabat en el sistema judicial o han consistit en la pujada del preu de l'habitatge l'hora d'una renovació del contracte no queden registrats enlloc.

Valldemossa pertany al partit judicial de Palma on, segons l'estudi de Sonia Vives-Miró²⁶, el 70,8% dels desnonaments es concentren a la ciutat compacta, als nuclis turístics litorals (S'Arenal, Magaluf, Peguer, el Port d'Andratx i Palmanova) i a les principals capitals municipals (Llucmajor, Calvià, Andratx i Sóller).

²⁶ 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.



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

Per tal d'aproximar-nos a la diversitat de percepcions que coexisteixen sobre la intensitat d'ús dels carrers i comerços del centre històric de Valldemossa, hem realitzat un sondeig tant a residents del poble com a turistes al centre històric de Valldemossa. També, per aquest últim apartat de l'anàlisi, hem dut a terme entrevistes a representants d'entitats culturals i associacions veïnals de Valldemossa.

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 molta gent als carrers i comerços de Valldemossa (el 52%), seguit de prop dels que opinaren que hi ha un nombre de gent adequat (el 47%); mentre que només una minoria (el 2%) apuntà que hi ha poca gent. Per un altre costat, la majoria de turistes valoraren que el nombre de persones als carrers i comerços del centre històric de Valldemossa era correcte (el 68%), 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 15% i el 17%, respectivament).

En relació a la valoració de l'ocupació de l'espai públic segons el tipus d'allotjament turístic emprat pels visitants, resulta significatiu que la totalitat de persones allotjades a creuers i a apartaments turístics a qui entrevistàrem consideraren que el nombre de persones era adequat (el 100% en ambdós casos). En el cas dels allotjats a hotels i hostals, la majoria perceberen que als carrers i comerços de Valldemossa hi havia molta gent (el 89%), mentre que una minoria opinà que hi havia un número adequat (l'11%). Entre aquest grup de visitants hi hagué més heterogeneïtat envers la valoració d'aquesta ocupació dels carrers i comerços del poble: quasi la meitat opinà que el nombre era correcte (el 47%), seguit dels que opinaren que els hagués agradat trobar menys gent (el 28%), i dels que consideraren que no hi havia cap mena de problema de saturació dels carrers i comerços (el 25%). Entre les observacions més comunes dels visitants a qui demanarem, trobam que alguns del que opinaren que no hi havia molta gent, especificaren que percebien una major saturació a zones de platja com a l'Arenal o a Palma. També, que "l'atmosfera del poble és màgica", tot i que alguns apuntaren que amb menys gent al carrer haguessin tingut una experiència més bella, ja que, com altres destacaren, "el poble perd encant quan hi ha molta gent".

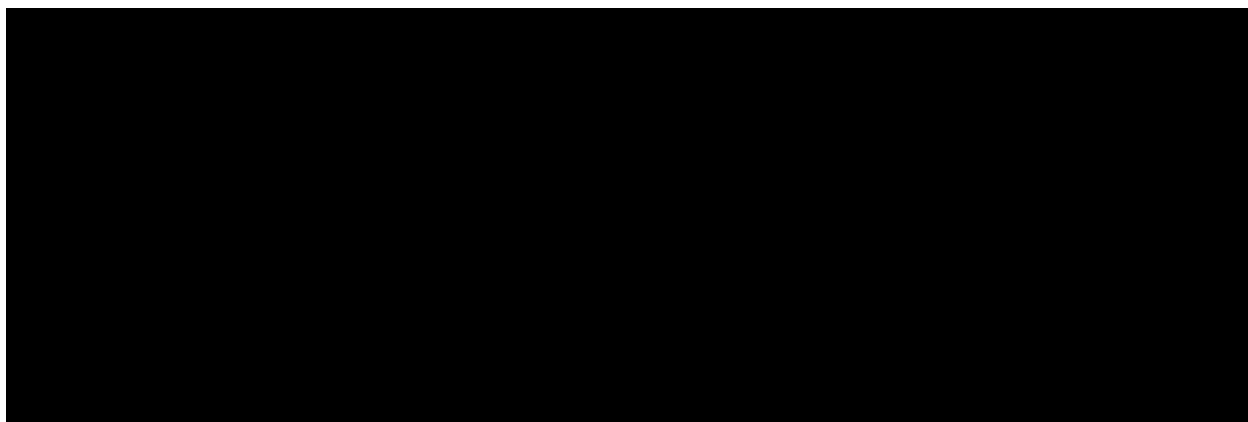


Figura 55: Infografia resum del sondeig fet a visitants
Font: Elaboració pròpia.



A partir del sondeig realitzat a residents de Valldemossa, veiem que el nombre de residents que opinaren que els carrers i comerços del poble estan plens de gent és lleugerament major als que pensaren que hi havia un nombre adequat de persones (el 44% i 38%, respectivament), mentre que només una minoria opinà que hi ha poca gent (el 4%). De forma significativament generalitzada trobam que, segons aquests residents, hi ha una major saturació als mesos d'estiu, en general als matins, a les hores d'arribada de busos, i a certs carrers (Via Blanquerna i carrer Uetam). Per altre costat, les dades indiquen que hi ha una gran polarització de posicionaments entre els que opinen que aquesta ocupació dels espais públics els genera molèsties (el 46%) i els que opinaren que no els afecta (el 41%); mentre que només un 8% manifestà que els genera moltes molèsties. Entre les molèsties més comunes hi trobam la manca de comerços específicament destinats a les necessitats dels residents; les despeses de neteja, seguretat i empedrament dels carrers que es paguen amb els impostos dels residents -tot i ser necessitats generades pel turisme i que només beneficien als comerciants, especificaren sovint-; l'augment de la perillositat de la carretera al Port de Valldemossa debut al cada vegada major nombre de turistes que l'empren sense conèixer-la; la pujada del preu de vida i dels lloguers; els canvis d'ús de carrers per a evitar els més saturats; i les dificultats d'aparcament. La polarització de perspectives també es reproduïx pel que fa als que valoren que ja hem arribat o sobrepassat el límit de capacitat de rebuda (el 42%) i els que opinaren que encara podem rebre un major nombre de turistes (el 44%). Entre els que opinaren que encara podem rebre més turistes, molts destacaren que pareix que aquest any han arribat menys turistes al poble que anys anteriors. En termes generals, les dades del sondeig suggereixen que existeix una significativa polarització de perspectives envers la percepció i valoració de l'ocupació de carrers i comerços a Valldemossa, i que aquesta pot ser influenciada per la vinculació o la manca de vinculació dels residents amb els comerços del poble.



44% pensen que els carrers estan plens de gent

53% opinen que la intensitat turística afecta la seva vida quotidiana

42% 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 de Valldemossa -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'entitats culturals i associacions de veïns i veïnes de Valldemossa. Les entrevistes, corroboren la polarització de perspectives envers els usos de carrers i comerços -especialment, els usos relacionats amb la indústria turística- que també ha evidenciat el resultat dels sondejors. Mentre per uns veïns, el poble està



“molt saturat” pels turistes, sobretot amb l’arribada d’autocars a l’estiu; altres veïns opinen que “la gent està exagerant, no hi ha cap carrer que estigui molt ocupat a Valldemossa”. També, per a alguns veïns l’increment del turisme ha sobrepassat els seus límits i, conseqüentment, “minva la qualitat de vida” dels residents; mentre que per altres, l’increment és positiu ja que “tots vivim directament o indirectament del turisme a Valldemossa” i, afegeixen, “la gent que té negocis està molt contenta”. En relació a l’habitatge turístic, les dades indiquen que, tot i que els veïns tenen constància d’haver-n’hi, “encara no crea desequilibris al barri”, que els malestars de renous són “encara” esporàdics, i l’impacte no es percep com a quelcom preocupant, ja que la majoria de turistes van a Valldemossa de visita (és a dir, que no s’allotgen al poble). En relació a la percepció sobre les dinàmiques de canvi dels comerços locals, alguns veïns consideren que, de cada vegada més, “tot està enfocat al turista; els productes són de baixa qualitat i els preus s’encareixen”. En canvi, per a altres veïns “s’està exagerant molt amb això de l’increment de turisme.” Mentre que per a uns, l’actual ús de la via pública per part dels turistes perjudica la imatge del poble, per a altres la beneficia. Tot i això, no tot són perspectives contradictòries; per exemple, pareix haver-hi consens en la problemàtica que genera l’aparent falta d’aparcament per als residents a algunes hores del dia. Entre les propostes que aquests veïns ens feren, hi trobam:

- regular l’accés en cotxe al Port de Valldemossa, ja que la saturació durant l’estiu és perillosa.
- millorar la qualitat de l’oferta de menjar.
- ampliar el nombre d’aparcaments disponibles, sobretot durant les hores de major intensitat turística



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

1. DEFINICIÓ DE CAPACITAT DE CÀRREGA TURÍSTICA

L'any 1980, l'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".²⁷ El 1984, Shelby i Heberlein²⁸ 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 anomenem 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 es fa molt

²⁷ UNWTO - OMT (1981) *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*, Madrid.

²⁸ 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 Valldemossa

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 sino hem recorregut a les dades resultant del treball de camp exposades a la tercera part d'aquest estudi.

Així, segons els nostres càlculs, Valldemossa va tenir almenys 170.000 visitants el mes d'agost 2018, és a dir una càrrega diària de 2.334 residents i treballadors més la mitjana de 5.491 visitants. És a dir, que el mes d'agost de mitjana, hi va haver una càrrega diària del 70% de persones visitants respecte del 30% de persones residents i treballadors al municipi, més concretament 2,8 visitants diaris per resident, només el mes d'agost. La taula tot seguit recull les dades desglossades d'aquesta càrrega de persones, on destaca que el 40% d'aquesta càrrega respon a visitants que arriben en cotxe al municipi.

	Estiu 2018 estimació
A- Persones empadronades	1.950
B- Persones treballant al centre històric	384
sub-total:	2.334
A- Allotjats en establiments turístics	334
B- Allotjats en establiments no turístics	814
C- Visitants de dia	
- en cotxe	3.085
- en bus TIB	544
- en bus turístic	714
sub-total:	5.491
Total càrrega	7.825

Figura 57: Càlcul de la càrrega de persones total a Valldemossa un dia feiner mitjà d'agost 2018
Font: Elaboració pròpia.

A partir de les estimacions fetes pel mes d'agost del 2018 i seguint els nombres de les dades mensuals a l'illa de Mallorca, podem estimar que l'any 2018 Valldemossa va acollir al voltant d'1.100.000 visitants.



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

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 a arribar a un equilibri desitjat.

3.2. Com establim 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 quals podem, en primer lloc, comparar la intensitat turística del centre històric de Valldemossa 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 l'altíssima intensitat a la qual 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, posant en perill l'equilibri entre la vida residencial i la turística i per això, és en aquest punt on establim 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 a Valldemossa, ens dona un resultat molt alt. No tan alt com Formentera però gairebé. A més, quan comparam les superfícies de cada un dels territoris veim que la comparativa no acaba de ser equitativa i la densitat calculada en territoris petits com el centre de Palma i de Valldemossa donen valors molt alts. No només això, sinó que si calculam la densitat de persones sobre el territori en un dia de càrrega màxima, als centres històrics de Palma i Valldemossa el nombre que surt és de l'ordre de cent vegades més que la següent densitat. Tenint en compte, que nosaltres calculam per un dia d'una afluència mitjana i no de càrrega màxima.

	Càrrega mínima	Càrrega màxima	IPH	Km²	Densitat (Càrrega màxima/Km²)
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
Centre històric de Valldemossa	2.334	7.825 *	3, 35	0,2	39.165

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



Densitat al centre de Valldemossa. 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 Valldemossa 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 per Valldemossa en un sol dia, és de l'ordre de dues vegades més que el municipi més dens d'Espanya.

Si feim la comparativa de l'espai per habitant per les ciutats i l'espai per persona en els centres històrics turístics, ens dona que l'espai per persona és més reduït que a la resta, amb uns 19,6 m²/persona. Si a més ens limitam a calcular la densitat estrictament comptant l'espai públic existent (carrers, parcs i places) l'espai per persona és molt més reduït.

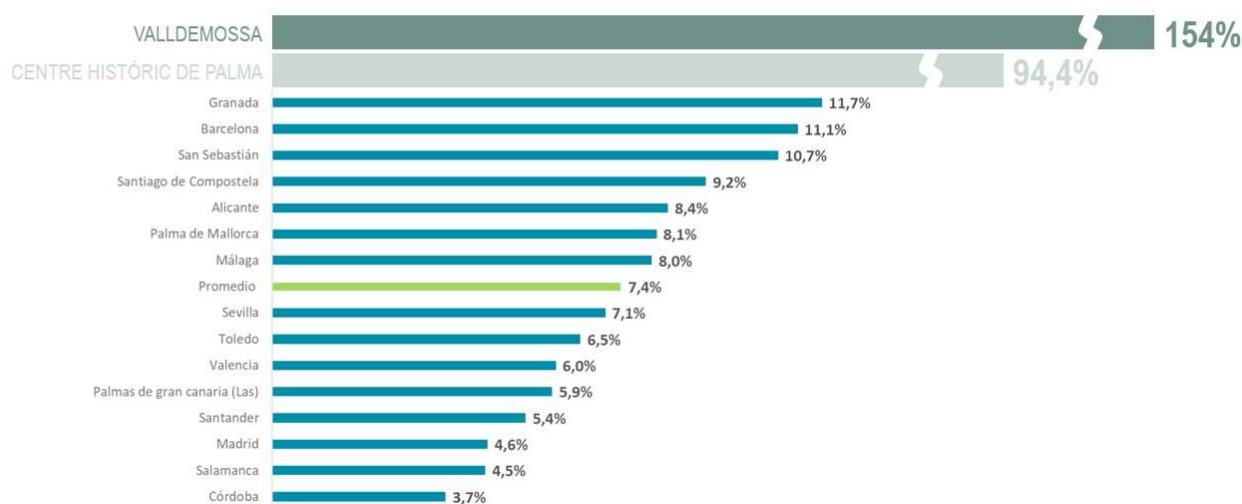
MISLATA (Valencia).	20.894 hab/ Km ²	20,9 m ² / hab
HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona).	20.588 hab/ Km ²	20,6 m ² / hab
SANTA COLOMA DE GRAMANET (Barcelona).	16.780 hab/ Km ²	16,8 m ² / hab
CENTRE HISTÒRIC DE PALMA	64.263 pers/ Km ²	15 m ² / persona
CENTRE HISTÒRIC DE VALLDEMOSSA	39.165 pers/ Km²	19,6 m²/ persona
Si feim el càlcul amb l'espai públic (carrers+places) al centre històric:		1 m²/ persona

Índex de pressió turística diària (Exceltur). El tercer indicador que utilitzam el va treure el passat mes de gener de 2018 Exceltur,²⁹ per mesurar la pressió turística a les destinacions urbanes d'Espanya. Aquest índex es calcula a partir del nombre de turistes anuals i fent-ne la mitjana diària. Aquesta càrrega turística posada 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 amb dades de tot el municipi que no acaba de reflectir el fenomen d'intensitat que es viu als centres històrics, són visitats per la gran majoria de turistes que visiten la zona urbana.

Fent la nostra estimació, a partir de les dades recollides en el present estudi, i seguint els mateixos criteris que Exceltur, per Valldemossa ens situam en una intensitat turística de 154 turistes per cada 100 habitants, una dada molt per sobre de qualsevol de les destinacions que avaluen, fins i tot per sobre del que va sortir a l'estudi del centre històric de Palma.

²⁹ Exceltur (2018) *Valoración turística empresarial de 2017 y perspectivas para 2018*, Perspectivas núm. 63





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.

Intensitat immobiliària. En quart lloc, l'indicador que creim imprescindible per entendre una de les càrregues menys visibles de la intensitat turística que suporta Valldeossa i el conjunt de les Balears, que és el de la intensitat immobiliària. Com hem explicat al segon i més concretament a la tercera part d'aquest estudi, recordam que a Valldeossa, l'any 2016, les transaccions de compravenda per cada mil habitants van ser una mica per sobre a la mitjana de les Illes Balears, és a dir 1,5 vegades superiors a la mitjana estatal. Entenem que qualsevol indret que estigui sotmès a pressions immobiliàries d'aquestes característiques i tant 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 dona una mesura d'alta intensitat al centre històric de Valldeossa. El Consell de Mallorca autoritza en el document del PIAT una concertació d'un màxim de 25 places per hectàrea. Si agafam les places concentrades al centre històric de Valldeossa, l'índex dona al voltant de les 30 places per hectàrea, superior al que determina el PIAT com una concentració màxima.



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 del municipi de Valldemossa sostenible per la propera generació.



ANNEX 1. METODOLOGIA

Els resultats d'aquest estudi es basen tant amb l'anàlisi de dades secundàries³⁰ 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 Valldemossa, 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 seleccionats de Valldemossa, 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.
4	Venda d'aliments	Supermercats, verdureries, fruiteries, bodegues, forns, carnisseries, xarcuteries, formatgeries, peixateries, venda d'articles de dietètica, fleques, venda de laminadures, xocolateries, herbolaris, etc.

³⁰ Les dades secundàries són aquelles que no són de producció pròpia (dades primàries).



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 ambulant; 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 regionals³¹ (testimonial o predominant); orígens de la marca (regional o de les Illes Balears, nacional, internacional); cartelleria predominant³² en anglès, alemany, o qualsevol altra llengua excepte el català o el castellà; ús de terrassa.

³¹ En relació a la venda de productes regionals, s'han inclòs tant els comerços que empren 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).

³² 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.



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'³³ és una revisió sistemàtica que permet la verificació creuada de les dades.³⁴ 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 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

³³ Webb, E.J. et al. (1966) *Unobtrusive Measures: Non-Reactive Research in the Social Sciences.*, Chicago: Rand McNally.

³⁴ Pullin, A.S. & Stewart, G.B., 2006. Guidelines for systematic review in conservation and environmental management. *Conservation Biology*, 20(6), pp.1647–1656.



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.³⁵ 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.

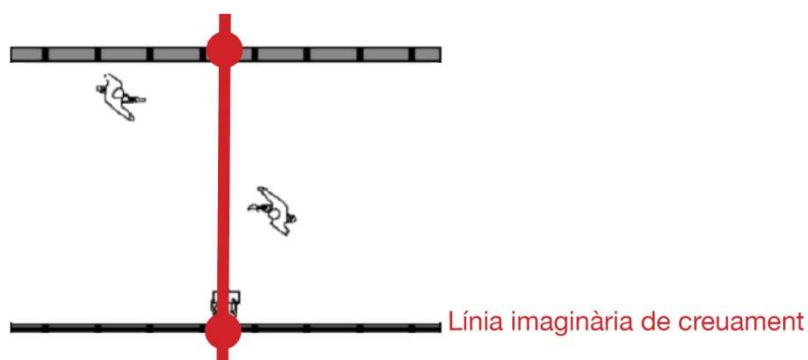
³⁵ Olsen, W. (2004) Triangulation in Social Research: Qualitative and Quantitative Methods Can Really Be Mixed. *Developments in Sociology*, pp.1–30.



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 dues portes a Valldemossa.³⁶ 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.³⁷ 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.³⁸

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

³⁶ Veure Annex 3: Plànol de l'àmbit d'estudi i situació de les portes

³⁷ Veure l'Annex 4: Criteris de distinció entre persones residents i visitants

³⁸ 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 Valldemossa, hem realitzat un sondeig a 60 visitants.

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 Valldemossa els hem demanat quin ha estat el seu mètode de transport fins al poble (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 Valldemossa (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 Valldemossa, hem realitzat un sondeig a 79 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 Valldemossa (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 semiestructurades³⁹ a representants d'entitats culturals i associacions de veïns i veïnes de Valldemossa. 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'entitat de l'ocupació del carrer i comerços del centre històric de Valldemossa, 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 Valldemossa hagi pogut induir un canvi en la tipologia de comerços i en els productes que ofereixen; que hagi pogut afectar a la imatge del poble; 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

³⁹ 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		dm		dc		dj		dv		ds		dt	
												1	
												FTI BERLIN 412 180	
												TOTAL = 412 180	
2		3		4		5		6		7			
		MARELLA SPIRIT	2475 887	MSC DIVINA	4345 1370	MEIN SCHIFF 2	2687 1874	COSTA NEORIVIERA	1375 475	RHAPSODY	2435 765	SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175	
		COSTA DIADEMA	4947 1253			COSTA VICTORIA	2394 790						
						NORWEGIAN SPIRIT	2475 882						
TOTAL = 0 0		TOTAL = 7422 2140		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 7556 3546		TOTAL = 1375 475		TOTAL = 2435 765		TOTAL = 6780 2175	
9		10		11		12		13		14		15	
AIDA AURA	1266 389	AIDABELLA	2050 607	MSC DIVINA	4345 1370	MEIN SCHIFF 1	2000 780	RIVIERA	1250 800	BALMORAL CLIO	1387 471	MEIN SCHIFF 2	2687 1874
		MARELLA SPIRIT	2475 882			COSTA VICTORIA	2394 790				89 60	OASIS OF THE SEAS	5400 2116
		RIVIERA	1250 800			COSTA MEDITERRANEA	2680 897					CROWN PRINCESS	3100 1142
		COSTA DIADEMA	4947 1253			MSC ORCHESTRA	3223 1054						
TOTAL = 1266 389		TOTAL = 10722 3542		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 10297 3521		TOTAL = 1250 800		TOTAL = 1486 531		TOTAL = 11187 5132	
16		17		18		19		20		21		22	
		MARELLA SPIRIT	2475 882	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	COSTA VICTORIA	2394 790	MEIN SCHIFF 2	2687 1874	SEVEN SEAS EXPLORER	3800 1400	MEIN SCHIFF 5	2600 1200
		COSTA DIADEMA	4947 1253	MSC DIVINA	4345 1370			MSC POESIA	3223 1039			OASIS OF THE SEAS	5400 2116
TOTAL = 0 0		TOTAL = 7422 2135		TOTAL = 6945 2570		TOTAL = 2394 790		TOTAL = 5910 2913		TOTAL = 3800 1400		TOTAL = 8000 3316	
23		24		25		26		27		28		29	
MEIN SCHIFF 3	2506 1253	MEIN SCHIFF 2	2687 1874	SEVEN SEAS EXPLORER	3800 1400	AIDASTELLA	2400 800	STAR PRIDE	212 124	AIDABELLA	2050 607	MEIN SCHIFF 6	2600 1200
		AIDABELLA	2050 607	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790	AIDA AURA	1266 389	AIDAPRIMA	3300 900	STAR PRIDE	212 124
		MARELLA SPIRIT	2475 887							MARELLA DISCOVERY 2	1800 720	OASIS OF THE SEAS	5400 2116
		COSTA DIADEMA	4947 1253							AURORA	1878 850		
		MSC FANTASIA	3223 1014							NORWEGIAN EPIC	4100 1730		
TOTAL = 2506 1253		TOTAL = 15382 5635		TOTAL = 8145 2770		TOTAL = 4794 1590		TOTAL = 1478 513		TOTAL = 13128 4807		TOTAL = 8212 3440	
30		31		32		33		34		35		36	
MEIN SCHIFF 4		2506 1000											
TOTAL = 2506 1000													
										NOMBRE VAIXELLS = 57		TOTAL PASSATGERS = 161500	

maig 2018

di		dm		dc		dj		dv		da		dg	
		1		2		3		4		5		6	
		MARELLA DREAM	1422 526	MEIN SCHIFF 5	2600 1200	SERENISSIMA	110 48	AIDAPRIMA	3300 900	AIDA AURA	1265 389		
		SEABOURN QUEST	450 335	SEA CLOUD	64 60	MARELLA SPIRIT	2475 887	RIVIERA	1250 800	AIDASTELLA	2400 800		
		VISION OF THE SEAS	2435 765	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790	NORWEGIAN EPIC	4100 1730				
		ROYAL CLIPPER	227 103			COSTA MEDITERRANEA	2680 897						
		COSTA DIADEMA	4947 1253										
		MSC FANTASIA	3223 1014										
		TOTAL = 12704 3996		TOTAL = 7009 2630		TOTAL = 7659 2622		TOTAL = 0 0		TOTAL = 8650 3430		TOTAL = 3666 1189	
7		8		9		10		11		12		13	
SEADREAM II	110 89	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	MSC FANTASIA	3223 1014	COSTA VICTORIA	2394 790	AIDAPRIMA	3300 900	SEVEN SEAS EXPLORER	3800 1400		
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526	MEIN SCHIFF 5	2600 1200			STAR BREEZE	212 150				
OASIS OF THE SEAS	5400 2116	COSTA DIADEMA	4947 1253	MSC DIVINA	4345 1370			CELEBRITY CONSTELLATION	2034 999				
WIND STAR	212 124							NORWEGIAN EPIC	4100 1730				
TOTAL = 12502 4504		TOTAL = 8969 2979		TOTAL = 10168 3584		TOTAL = 2394 790		TOTAL = 0 0		TOTAL = 9646 3779		TOTAL = 3800 1400	
14		15		16		17		18		19		20	
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	AIDA AURA	1266 389	MEIN SCHIFF 5	2600 1200	AIDASTELLA	2400 800	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	AIDAPRIMA	3300 900	STAR FLYER	170 74
OASIS OF THE SEAS	5400 2116	MARELLA DREAM	1422 526	SEA CLOUD II	94 65	COSTA VICTORIA	2394 790	SEA CLOUD I	64 60	NORWEGIAN EPIC	4100 1730		
STAR BREEZE	212 150	COSTA DIADEMA	4947 1253	MSC DIVINA	4345 1370								
TOTAL = 12392 4441		TOTAL = 10858 3182		TOTAL = 7039 2635		TOTAL = 4794 1590		TOTAL = 2664 1260		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 170 74	
21		22		23		24		25		26		27	
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790	AIDAPRIMA	3300 900	AIDASTELLA	2400 800		
OASIS OF THE SEAS	5400 2116	COSTA DIADEMA	4947 1253			BLACK WATCH	807 350	NORWEGIAN EPIC	4100 1730				
		SILVER MUSE	596 411										
		MSC FANTASIA	3223 1014										
TOTAL = 12180 4291		TOTAL = 10188 3204		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 3201 1140		TOTAL = 0 0		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2400 800	
28		29		30		31							
MEIN SCHIFF 6	2600 1200	MARELLA DREAM	1422 526	STAR PRIDE	212 124	AZAMARA QUEST	866 390						
OASIS OF THE SEAS	5400 2116	COSTA DIADEMA	4947 1253	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790						
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MSC FANTASIA	3223 1014										
QUEEN ELIZABETH	2691 1292												
TOTAL = 17471 6783		TOTAL = 9592 2793		TOTAL = 4557 1494		TOTAL = 3260 1180							
								NOMBRE VAIXELLS = 74 DIES + 10.000 visitants = 13		TOTAL PASSATGERS = 207078 TOTAL TRIPULACIO = 72400			

juny 2018

d11		d12		d13		d14		d15		d16		d17		d18		d19	
										1		2		3			
										COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730					
										TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0			
4		5		6		7		8		9		10					
SYMPHONY OF THE SEAS 5780 2175 VISION OF THE SEAS 2435 765		MARELLA DREAM COSTA DIADEMA MSC FANTASIA		1422 526 4947 1253 3223 1014		AEGEAN ODYSSEY 378 170 MSC DIVINA 4345 1370		MEIN SCHIFF 6 2600 1200 AIDASTELLA 2400 800 COSTA VICTORIA 2394 790		MSC OPERA 1700 878 ARCADIA 3634 1365 COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730					
TOTAL = 9215 2940		TOTAL = 6592 2793		TOTAL = 4723 1540		TOTAL = 7394 2790		TOTAL = 9134 3353		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0					
11		12		13		14		15		16		17					
SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175		MARELLA DREAM COSTA DIADEMA MSC FANTASIA		1422 526 4947 1253 3223 1014		MEIN SCHIFF 6 2600 1200 MSC DIVINA 4345 1370		VISION OF THE SEAS 2435 765 COSTA VICTORIA 2394 790		AZAMARA QUEST 866 390 COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730		AIDASTELLA 2400 800			
TOTAL = 6780 2175		TOTAL = 6592 2793		TOTAL = 6595 2670		TOTAL = 4829 1555		TOTAL = 4666 1500		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2400 800					
18		19		20		21		22		23		24					
ARCADIA 3634 1365 SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 VISION OF THE SEAS 2435 765		MARELLA DREAM CELEBRITY INFINITY COSTA DIADEMA MSC FANTASIA		1422 526 2046 999 4947 1253 3223 1014		RIVIERA 1250 800 MSC DIVINA 4345 1370		INDEPENDENCE OF THE SE/ 4375 1397 COSTA VICTORIA 2394 790		COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 NORWEGIAN EPIC 4100 1730		EUROPA 2 516 370			
TOTAL = 12849 4305		TOTAL = 11638 3792		TOTAL = 5595 2170		TOTAL = 6769 2187		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 516 370					
25		26		27		28		29		30							
SYMPHONY OF THE SEAS 6780 2175 MSC OPERA 1700 878		MARELLA DREAM COSTA DIADEMA MSC FANTASIA		1422 526 4947 1253 3223 1014		MEIN SCHIFF 6 2600 1200 CELEBRITY REFLECTION 3030 1515 MSC DIVINA 4345 1370		AIDASTELLA 2400 800 JEWEL OF THE SEAS 2501 859 WIND SURF 312 190 CELEBRITY CONSTELLATION 2034 999 COSTA VICTORIA 2394 790		COSTA FASCINOSA 3800 1110		AIDAPRIMA 3300 900 SILVER MUSE 596 411 NORWEGIAN EPIC 4100 1730					
TOTAL = 8480 3053		TOTAL = 9592 2793		TOTAL = 9975 4085		TOTAL = 9641 3638		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7996 3041							
										NOMBRE VIAJEROS = 64 DÍAS + 10.000 visitantes = 16		TOTAL PASAJEROS = 199321 TOTAL TRIPULACIÓN = 68093					

juliol 2018

dl		dm		dc		dj		dv		ds		dg	
												1	
												TOTAL = 0 0	
												8	
												TOTAL = 6775 2197	
												15	
												TOTAL = 3433 1265	
												22	
												TOTAL = 0 0	
												29	
												TOTAL = 2400 800	
												TOTAL = 72 210120	
												TOTAL = 14 73362	

2		3		4		5		6		7			
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	AIDAPRIMA	3300 900	AIDASTELLA	2400 800
AZAMARA QUEST	866 390	NORWEGIAN SPIRIT	2475 882					COSTA FASCINOSA	3800 1110	NORWEGIAN EPIC	4100 1730	INDEPENDENCE OF THE SE	4375 1397
MSC OPERA	1700 878	COSTA DIADEMA	4947 1253										
		MSC FANTASIA	3223 1014										
TOTAL = 9346 3443		TOTAL = 12067 3675		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 2394 790		TOTAL = 6400 2310		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 6775 2197	
9		10		11		12		13		14			
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526	EUROPA 2	516 370	JEWEL OF THE SEAS	2501 859	COSTA FASCINOSA	3800 1110	AIDAPRIMA	3300 900	SEVEN SEAS VOYAGER	700 445
MSC OPERA	1700 878	SEABOURN ENCORE	604 400	MSC DIVINA	4345 1370	WIND SURF	312 190			NAVIGATOR OF THE SEAS	3114 1185	SOVEREIGN	2733 820
		COSTA DIADEMA	4947 1253			COSTA VICTORIA	2394 790			NORWEGIAN EPIC	4100 1730		
		MSC FANTASIA	3223 1014			SEVEN SEAS VOYAGER	700 445						
TOTAL = 8480 3053		TOTAL = 10196 3193		TOTAL = 4861 1740		TOTAL = 5907 2284		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 10514 3815		TOTAL = 3433 1265	
16		17		18		19		20		21			
DISNEY MAGIC	2500 1500	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	CELEBRITY REFLECTION	3030 1515	AIDASTELLA	2400 800	COSTA FASCINOSA	3800 1110	AIDAPRIMA	3300 900		
SIRENA	684 400	MARELLA DREAM	1422 526	MSC DIVINA	4345 1370	CELEBRITY CONSTELLATION	2034 999			NORWEGIAN EPIC	4100 1730		
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	COSTA DIADEMA	4947 1253			CELEBRITY INFINITY	2046 999						
MSC OPERA	1700 878	MSC FANTASIA	3223 1014			COSTA VICTORIA	2394 790						
TOTAL = 11864 4563		TOTAL = 12192 3963		TOTAL = 7375 2885		TOTAL = 8874 3588		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0	
23		24		25		26		27		28			
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526	SILVER WHISPER	596 382	JEWEL OF THE SEAS	2501 859	MEIN SCHIFF 6	2600 1200	AIDAPRIMA	3300 900	AIDASTELLA	2400 800
MSC OPERA	1700 878	COSTA DIADEMA	4947 1253	MSC DIVINA	4345 1370	COSTA VICTORIA	2394 790	SEABOURN ENCORE	604 400	SEADREAM I	113 95		
		MSC FANTASIA	3223 1014					COSTA FASCINOSA	3800 1110	NORWEGIAN EPIC	4100 1730		
TOTAL = 8480 3053		TOTAL = 9592 2793		TOTAL = 4941 1752		TOTAL = 4895 1649		TOTAL = 7004 2710		TOTAL = 7513 2725		TOTAL = 2400 800	
30		31											
SYMPHONY OF THE SEAS	6780 2175	MARELLA DREAM	1422 526										
MSC OPERA	1700 878	COSTA DIADEMA	4947 1253										
		MSC FANTASIA	3223 1014										
TOTAL = 8480 3053		TOTAL = 9592 2793											
										NOMBRE VAXELLS = 72		TOTAL PASSATGERS = 210120	
										DIES + 10.000 visitants = 14		TOTAL TRIPULACIÓ = 73362	

agost 2018

August 2018														
dl		dm		dc		dj		dv		ds		dg		
				1		2		3		4		5		
				MSC DIVINA		COSTA VICTORIA		COSTA FASCINOSA		AIDAPRIMA		NAVIGATOR OF THE SEAS		
				4345 1370		2394 790		3800 1110		3300 900		3114 1185		
				SILVER MUSE		596 411		NORWEGIAN EPIC		4100 1730				
				TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 2990 1201		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 3114 1185		
6		7		8		9		10		11		12		
MEIN SCHIFF 6		MARELLA DREAM		CELEBRITY REFLECTION		AIDASTELLA		CELEBRITY CONSTELLATI		AIDAPRIMA		AIDASTELLA		
2600 1200		1422 526		3030 1515		2400 800		2034 999		3300 900		2400 800		
SYMPHONY OF THE SEAS		SEADREAM I		MSC DIVINA		JEWEL OF THE SEAS		COSTA FASCINOSA		NORWEGIAN EPIC				
6780 2175		113 99		4345 1370		2501 859		3800 1110		4100 1730				
MSC OPERA		COSTA DIADEMA				CELEBRITY INFINITY								
1700 878		4947 1253				2046 999								
		MSC FANTASIA				COSTA VICTORIA								
		3223 1014				2394 790								
TOTAL = 11080 4253		TOTAL = 9705 2888		TOTAL = 7375 2885		TOTAL = 9341 3448		TOTAL = 5834 2109		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 0 0		
13		14		15		16		17		18		19		
SYMPHONY OF THE SEAS		MARELLA DREAM		MEIN SCHIFF 6		INDEPENDENCE OF THE SE		COSTA FASCINOSA		AIDAPRIMA		AIDASTELLA		
6780 2175		1422 526		2600 1200		4375 1397		3800 1110		3300 900		2400 800		
MSC OPERA		NORWEGIAN SPIRIT		SEVEN SEAS VOYAGER		COSTA VICTORIA				NORWEGIAN EPIC				
1700 878		2475 882		700 445		2394 790				4100 1730				
		COSTA DIADEMA		MSC DIVINA										
		4947 1253		4345 1370										
		MSC FANTASIA												
		3223 1014												
TOTAL = 6480 3053		TOTAL = 12067 3675		TOTAL = 7645 3015		TOTAL = 6769 2187		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2400 800		
20		21		22		23		24		25		26		
SYMPHONY OF THE SEAS		MARELLA DREAM		MSC DIVINA		JEWEL OF THE SEAS		COSTA FASCINOSA		AIDAPRIMA		MEIN SCHIFF 6		
6780 2175		1422 526		4345 1370		2501 859		3800 1110		3300 900		2600 1200		
MSC OPERA		COSTA DIADEMA				COSTA VICTORIA				NORWEGIAN EPIC				
1700 878		4947 1253				2394 790				4100 1730				
		MSC FANTASIA												
		3223 1014												
TOTAL = 6480 3053		TOTAL = 9592 2793		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 4895 1649		TOTAL = 3800 1110		TOTAL = 7400 2630		TOTAL = 2600 1200		
27		28		29		30		31						
SYMPHONY OF THE SEAS		MARELLA DREAM		MSC DIVINA		MEIN SCHIFF 5		SEABOURN ENCORE		NOMBRE VIAJEROS = 62				
6780 2175		1422 526		4345 1370		2600 1200		604 400		DIES + 10.000 visitantes = 15				
MSC OPERA		COSTA DIADEMA				AIDASTELLA		COSTA FASCINOSA		TOTAL PASSENGERS = 196272				
1700 878		4947 1253				2400 800		3800 1110		TOTAL TRIPULACIÓ = 67500				
		MSC FANTASIA				COSTA VICTORIA								
		3223 1014				2394 790								
TOTAL = 6480 3053		TOTAL = 9592 2793		TOTAL = 4345 1370		TOTAL = 7394 2790		TOTAL = 4404 1510						

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.

