



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Análisis de casos de planificación turística

Alicia Cau Ferrando

Grau de turisme

Any acadèmic 2013-14

DNI de l'alumne: 43091688S

Treball tutelat per Vicente Ramos Mir

Departament d'Economia Aplicada

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:

Sostenibilidad, planificación, desarrollo turístico

Índice

1. Introducción	2
2. Conceptos básicos.....	3
2.1. Desarrollo turístico sostenible.....	3
2.2. Planificación turística.....	4
3. Estudio de la planificación turística en Mallorca	9
4. Caso concreto de planificación en Platja de Palma y Calvià	18
5. Buenas prácticas vs malas prácticas en el desarrollo de planificación turística.....	23
5.1. Marcas – Productos	23
5.2. Red cicloturística.....	26
5.3. “Camí de cavalls”	27
5.4. Cambios de uso del territorio	28
6. Conclusiones	30
7. Bibliografía	31

1. Introducción

El turismo es el sector económico más importante de las Illes Balears. Prueba de ello es que en el año 2013 llegaron a las Islas 13 millones de turistas que gastaron una media diaria de 111€. Esto supuso un gasto anual de 12.048 millones de euros¹, “lo que supone un 44,2% del PIB balear, generando un 30,8% de los empleos en las islas”².

Según las previsiones a largo plazo de la OMT³, incluidas en su publicación *Panorama del turismo internacional*, las llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030 (OMT, 2013). Aunque este crecimiento hace creer que los efectos positivos del sector turístico sobre la creación de empleo, el incremento de los ingresos económicos y la mejora del nivel económico de los residentes, entre otros, continuarán aumentando, hay que tener en cuenta que la actividad turística también lleva asociados efectos negativos como son el consumo de recursos naturales, el aumento de residuos, la pérdida de valores y costumbres locales, el abandono de otras actividades económicas menos atractivas económicamente como la agricultura, etc⁴.

Todo ello hace necesario que los poderes públicos, capacitados para legislar, regulen esta actividad garantizando un desarrollo que beneficie a la población receptora, velando por el desarrollo sostenible de la actividad.

En este trabajo se estudiarán diversos ejemplos de planificación llevados a cabo por la administración pública en las Illes Balears. Para ello, en primer lugar, se definirán una serie de conceptos que se consideran básicos a la hora de entender este análisis: sostenibilidad y planificación. Se proseguirá con el estudio de la planificación en Mallorca exponiendo dos ejemplos concretos: Platja de Palma y Calvià y se finalizará con la muestra de algunas buenas prácticas en el desarrollo de este campo.

1. Datos provisionales. Fuente: Instituto de estadística de las Illes Balears (IBESTAT) a partir de datos de las encuestas FRONTUR y EGATUR del Instituto de estudios turísticos (IET).

2. Fuente: Conselleria de Turisme i Esports. Govern de les Illes Balears. (2012). Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2012-2015.

3. OMT: Organización Mundial del Turismo.

4. “El turismo es hoy la mayor industria mundial y una de las que más afecta al medio ambiente”. Santamarta, J. (2000).

2. Conceptos básicos

2.1. Desarrollo turístico sostenible

El análisis del desarrollo turístico ha experimentado un gran cambio en su concepción original: de una preocupación inicial basada únicamente en los aspectos económicos se ha pasado a tener en cuenta aspectos medioambientales y sociales. Así queda plasmado en diversos documentos, se destaca a modo de ejemplo: la *Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote* surgida de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995), la *Agenda 21 para el sector de viajes y turismo* (OMT, 1996) o el *Código ético mundial para el turismo de Santiago de Chile* (OMT, 1999).

Por otro lado, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) reconoció en el texto *Estrategia Mundial para la Conservación* (1980) que para atender los problemas ambientales era necesario realizar un esfuerzo a largo plazo e integrar los objetivos de desarrollo y medio ambiente.

“Este es un tipo de desarrollo que ofrece mejoras reales para la calidad de vida humana y al mismo tiempo conserva la vitalidad y diversidad de la Tierra. La meta es un desarrollo que sea sostenible. Hoy puede parecer visionario, pero es alcanzable. Para un número cada vez mayor de personas también se presenta como la única opción razonable”. (PNUMA⁵, UICN⁶ y WWF⁷, 1980).

Por otro lado, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo publicó en 1987 el informe *Brundtland*⁸ donde se define por primera vez el concepto de desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

En esta definición se tienen en cuenta cuestiones de equidad intergeneracional, el problema radica en el hecho de que las generaciones futuras puedan tener un stock de capital (natural, productivo y humano) igual al de las generaciones presentes.

Por su parte, la OMT define turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Y también concreta las bases para cualquier desarrollo turístico sostenible:

- Sostenibilidad económica: se debe garantizar que el desarrollo económico es equitativo y eficiente, que contribuye a la reducción de la pobreza y que la actividad económica es viable a largo plazo con miras a

5. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

6. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.

7. World Wide Fund for Nature.

8. Informe inicialmente publicado con el nombre de “Nuestro futuro común”.

generaciones futuras.

- Sostenibilidad sociocultural: deben mantenerse y respetarse la cultura y las tradiciones de las comunidades anfitrionas, a la vez que se contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Sostenibilidad medioambiental: hay que realizar un uso óptimo de los recursos medioambientales asegurando la conservación de los procesos ecológicos esenciales y ayudando a mantener los recursos naturales y la diversidad biológica.

Estrechamente relacionado con la idea de sostenibilidad está el concepto de capacidad de carga. Si se aplica a un destino, podemos decir que todo espacio tiene unos límites de volumen e intensidad en cuanto a desarrollo turístico antes de que los impactos negativos sean irreparables. Así, según los autores Williams y Gills (1994), la capacidad de carga de un destino viene determinada por:

- Factores físicos: alojamiento, suministros, residuos generados...
- Recursos naturales: paisaje, agua, aire, territorio...
- Experiencia del visitante y del residente
- Factores económicos: inversión, gasto...
- Factores administrativos y políticos: objetivos, prioridades...

Si bien hace unos años que en el sector ha surgido un nuevo concepto, el de turismo responsable, para denominar un modelo de desarrollo turístico que responde a los principios del desarrollo turístico sostenible y que persigue el equilibrio entre la equidad social, la eficiencia económica y la conservación ambiental, no se ha establecido una tipología específica clara de turismo sostenible. No obstante, sí queda claro al leer la definición de la OMT que el turismo conocido como turismo tradicional o turismo de masas no cumple esos requisitos. Pero este hecho no lo desvincula totalmente del concepto. Prueba de ello es que la OMT en 2004 defiende que “las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos”.

2.2. Planificación turística

Son numerosas las definiciones que se tienen del concepto de planificación (Saavedra Guzmán, R. et al., 2001). Se citan a continuación algunas de ellas:

“Actuar en el presente con una visión de futuro, buscando los medios para lograr los cambios deseados y posibles”. (Saavedra Guzmán, R., 1993).

“La planificación se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir antes de que se requiera la acción”. (Ackoff, R., 1981 citado en Saavedra Guzmán, R. et al. 2001).

Planificar consiste, básicamente, en estudiar la situación actual, definir objetivos a corto, medio y largo plazo, estudiar los medios para alcanzarlos (presupuesto, cronograma de actividades a llevar a cabo, etc.), evaluar los resultados e implementar el proceso de forma continua.

En el turismo, al contrario que en otros sectores económicos, el “objeto de intercambio” es a su vez espacio de producción y consumo, lo que hace que la ordenación de la actividad, su planificación y gestión sean de suma importancia para el destino turístico, entre otras cosas, porque el nivel de satisfacción del consumidor dependerá en gran medida de la mejor o peor planificación del destino, que transmitirá al turista una percepción de calidad determinada.

La planificación, en su caso, es un instrumento que ordena, desarrolla y gestiona la actividad turística definiendo los objetivos de ésta, cuestionando su viabilidad, estableciendo los posibles escenarios futuros y diseñando el camino para alcanzar el desarrollo turístico deseado.

Una buena planificación debe contestar a las cuestiones siguientes:

- ¿Dónde estamos?
- ¿A dónde queremos ir?
- ¿Cómo llegaremos?
- ¿Cómo mediremos los resultados?

Fases de la planificación turística

En el proceso de planificación de un desarrollo turístico podemos distinguir varias etapas que varían según las fuentes consultadas. Se ha partido de la descripción del proceso propuesta por Inskeep (1988), complementándola con otros autores⁹. Así, podemos distinguir las siguientes etapas:

0. Una fase previa a las siete que propone Inskeep sería la que analizaría la viabilidad del proceso inicial de planificación, es decir, estudiaría si:

- ¿Existe compromiso por parte de todas las partes implicadas?
- ¿Existen recursos económicos y tiempo disponible para realizarlo?
- ¿Existe un sistema de comunicación con el fin de lograr la implicación de todos en el proceso?

Una vez nos hemos asegurado que tenemos una respuesta afirmativa a estas preguntas, podemos iniciar el proceso de planificación siguiendo las etapas propuestas por este autor:

1. Preparación del estudio

La administración toma la decisión de realizar el plan, se prepararan los términos de referencia y se selecciona el equipo.

9. Antón Clavé, S. et al. (2005), Gunn, G. A. (1993), Inskeep, E. (1991), Ortegón, E. et al. (2005).

2. Determinación de los objetivos

Se concretan las metas que se quieren alcanzar sin dejar de lado las características que deben cumplir: deben ser medibles, concretas, alcanzables con los medios de los que disponemos y temporizadas.

3. Fase de investigación

Se lleva a cabo un estudio de la oferta (infraestructuras, intermediarios, atractivos existentes y potenciales, capacidad de carga...), la demanda (estacionalidad, perfil del turista, gasto realizado...), los modelos de uso del suelo, la calidad y características ambientales, factores sociales, políticas de inversión y disponibilidad de capital, organizaciones privadas y públicas, legislación y normativa aplicadas, etc.

4. Análisis y síntesis

Se realizan previsiones del gasto turístico, de las infraestructuras, mano de obra, adecuación de las políticas financieras y de la normativa turística, análisis DAFO, etc.

5. Formulación de la política y el plan

Esta etapa se desarrolla una vez que ya sabemos dónde estamos y a dónde queremos ir. En esta fase se establece la política económica, medioambiental, sociocultural, legislativa... que se quiere llevar a cabo, incorporando los objetivos fijados en la fase dos.

6. Elaboración de recomendaciones

En este paso Inskeep destaca:

- Elaboración de un programa de promoción turística, otro formativo y educacional
- Plan estructural final que contenga entre otras cosas: los atractivos turísticos, las redes de transporte, las rutas turísticas y las actuaciones en infraestructuras
- Técnicas de ejecución: normativa urbanística y de establecimientos turísticos, planes de utilización del suelo...
- Control de calidad ambiental y del impacto socio-cultural
- Incentivos a la inversión
- Estructuras organizativas, tanto privadas como públicas, y demanda de personal
- Normativa y legislación nueva o mejorada

7. Implementación y supervisión

Se evalúa el grado de cumplimiento de los objetivos por parte del plan de desarrollo turístico. Para ello, se realiza la revisión y adopción del plan, la adopción de la normativa y legislación, se integran las políticas privadas con las públicas, se financia el desarrollo y la ejecución de dicho plan. A su vez, se lleva a cabo un control permanente y se realizan las modificaciones necesarias, así como una revisión general y puntual periódica, que incluye los objetivos y políticas que se modificarán si fuera necesario.

En definitiva, debe existir un mecanismo de seguimiento que evalúe el grado de cumplimiento de los objetivos por parte del plan de desarrollo turístico y un programa de mejora continua. Para ello es básico contar con una serie de indicadores lo más sencillos, claros y objetivos posibles, que abarquen todas las disciplinas y que no sólo sean de índole económica.

Planificación tradicional vs planificación estratégica

Con los años, la óptica de la planificación ha ido cambiando. La planificación tradicional es poco flexible, no tiene en cuenta las necesidades de la población residente, no se preocupa por los intereses de los turistas, tiene mayor relevancia la cantidad de producción (plazas hoteleras, llegada de turistas, entrada de divisas) que la calidad. En muchos casos se trata de una planificación “teórica”, el planificador es un mero observador externo al que no le afectan las consecuencias de su planificación.

Por el contrario, la planificación estratégica tiene en cuenta los intereses, necesidades y puntos de vista de todos los agentes implicados, es más flexible y realista, es un proceso en evaluación continua. Los actores implicados participan activamente en la planificación desde el principio hasta el final.

La planificación estratégica puede definirse como un conjunto de medidas que han sido diseñadas con la participación de todos los sectores implicados directa o indirectamente en esta actividad, para crear, mantener o convertir un producto o destino turístico determinado en un destino o producto competitivo. Sirviendo de referencia para la toma de decisiones de todos los agentes protagonistas en dicha actividad y que, al mismo tiempo, aporte a cada uno de ellos una visión de conjunto de cómo funciona de forma integrada y el papel que juega cada uno en la formación del producto (Valls, 1996).

La planificación debe entenderse como una planificación integral a largo plazo que englobe tanto la planificación turística, como la socio-económica y la territorial y en ella deben tenerse en cuenta todos los agentes implicados de una manera u otra en la actividad turística: administración pública a todos los niveles (estatal, autonómica y local), sector privado, ciudadanos, grupos ecologistas...

De la implicación de todos y su consenso depende en gran medida su éxito puesto que se evitan esfuerzos y actuaciones contradictorias.

¿Por qué planificamos la actividad turística?

La planificación resulta útil entre otras cosas para¹⁰:

- Optimizar los recursos
- Realizar una valoración coste-beneficio de la actividad a llevar a cabo
- Maximizar la satisfacción del turista

10. Elaborado a partir de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/planificacion-destinos-turisticos-necesidad-planificar/planificacion-destinos-turisticos-necesidad-planificar.pdf>

- Garantizar el desarrollo de la población local
- Contribuir a la supervivencia del destino a largo plazo

Se trata, por tanto, de una herramienta esencial a la hora de llevar a cabo cualquier tipo de desarrollo turístico. Es un instrumento básico que debe utilizarse si se pretende tener éxito en lo que se proyecte. No se trata de elaborar un documento llamado plan que después de redactarse nadie consulta.

El turismo, al igual que el resto de sectores económicos, es una actividad dinámica; se encuentra en continuo cambio, ya sea por el aumento de la competencia, los avances en las nuevas tecnologías o, entre otras muchas cosas, por los cambios en la demanda cada vez más concienciada con los problemas medioambientales y el turismo sostenible. Todo ello hace necesario que exista un gran conocimiento del destino en cuanto a su posición presente y a posibles escenarios futuros. En este caso, la planificación turística es una herramienta muy útil para gestionar los cambios, adaptarse o reaccionar a las nuevas situaciones pero también para proponer cambios, lo que permite ser más proactivos.

Hay que tener en cuenta que, dependiendo de en qué etapa del ciclo de vida se encuentre el destino, se llevará a cabo una planificación u otra, adoptando las medidas correctoras más oportunas.

Por tanto, una de las cuestiones básicas que se plantea es qué modelo de planificación desarrollar en cada caso. Así, por ejemplo, si nos encontramos en la etapa inicial, en territorios sin desarrollo turístico, la gestión y planificación debe garantizar un crecimiento ordenado de la actividad, minimizando el consumo de recursos naturales y territoriales. Por el contrario, si nos encontramos con un destino maduro los esfuerzos deben ir encaminados a prevenir el declive y a conseguir el rejuvenecimiento del destino. Ejemplos claros de este último caso son Platja de Palma y Calvià.

3. Estudio de la planificación turística en Mallorca

Los avances tecnológicos que permiten el abaratamiento del transporte, la aparición de las vacaciones pagadas, el aumento de la renta per cápita y la estrategia de los operadores turísticos de venta de paquetes estandarizados, entre otros desencadenantes, han ocasionado la aparición de un desarrollo turístico espontáneo en destinos de sol y playa. “Existiendo una fuerte concentración en ciertas áreas como el litoral mediterráneo o las Islas Baleares y Canarias” (Vera, 2002). En estos casos, se trata de un desarrollo acelerado para hacer frente a la creciente demanda y sin una planificación urbanística ni una normativa adecuada que ordene dicho crecimiento.

Así, el desarrollo turístico surgido en los años 60 y 70 en Mallorca es fruto de la nula ordenación por parte de la Administración Pública, unida a la presión ejercida por la inversión privada. Se trata de uno de los destinos donde más se ha desarrollado un crecimiento ilimitado, dando lugar a un gran impacto negativo sobre sus recursos y territorio, ocasionando la degradación de los mismos y desbordando su capacidad de carga.

Para intentar solventar este crecimiento descontrolado la Administración ha ido generando una serie de normativa para intentar regular de algún modo la actividad turística. Aunque en algunos casos se ha conseguido, en otros muchos se ha generado el efecto contrario al esperado: se ha aprobado la normativa con lagunas jurídicas que dan lugar a “desregulaciones”, se da descoordinación entre diferentes administraciones, se aprueba normativa contradictoria o existen discrepancias entre quién posee las competencias. Todo ello genera duplicidades y crea incertidumbre tanto entre los que están obligados a cumplir la normativa, como entre los que deben aplicarla. A continuación se detallan en una tabla, a modo de esquema, algunas de las normativas en las que basarse para poder encontrar ejemplos de lo anteriormente expuesto:

Año	Denominación	Observaciones
1984	Decreto 30/1984, de 10 de mayo, sobre medidas de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamientos turísticos.	Más conocida como Decreto Cladera I
1987	Decreto 103/1987, de 2 de octubre, sobre medidas transitorias de ordenación de los establecimientos hoteleros y alojamientos turísticos.	Más conocida como Decreto Cladera II
1988	Ley 7/1988, de 1 de junio, de medidas transitorias de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamientos turísticos.	
1988	Ley 12/1988, de 17 de noviembre, de campos de golf.	Modificada por la Ley 6/1990, de 6 de junio.
1987	Ley 8/1987, de 1 de abril, de Ordenación territorial de las Illes Balears.	

1995	Decreto 54/1995, de 6 de abril, por el que se aprueba definitivamente el Plan de ordenación de la oferta turística de la isla de Mallorca.	POOT de Mallorca
1999	Ley 2/1999, de 24 de marzo, general turística.	Ley General Turística
1999	Ley 6/1999, de 3 de abril, de las directrices de ordenación territorial y medidas tributarias.	Modificada por Ley 9/1999, de 6 de octubre, de medidas cautelares y de emergencias relativas a la ordenación del territorio y el urbanismo en las Illes Balears.
2009	Decreto Ley 1/2009, de 30 de enero, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en las Illes Balears.	Decreto Nadal
2012	Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears	Ley Delgado
2012	Decreto Ley 8/2012, de 13 de julio, de medidas urgentes para la Platja de Palma.	
2013	Decreto Ley 1/2013, de 7 de junio, de medidas urgentes de carácter turístico y de impulso de las zonas turísticas maduras.	

En 1984 se dicta el Decreto 30/1984, de 10 de mayo, de medidas de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamiento turístico, más conocido como **Decreto Cladera I**. A través de éste, se especifican los requisitos básicos que debe cumplir todo establecimiento de nueva creación. Entre ellos constan la necesidad de creación de zonas verdes privadas, piscina de determinadas dimensiones, se fija en 30 el número mínimo de m² de solar que debía tener cada nueva plaza hotelera, etc. Esto significó un antes y un después en la calidad mínima exigida a los establecimientos; a partir de aquí, toda la normativa posterior va incrementando los requisitos para intentar conseguir una oferta de más calidad.

Uno de los errores cometidos entonces fue considerar la ratio turística en sólo 30 m². Con el tiempo, este requisito se amplió a 60 con la finalidad de reducir el número de plazas, pero justo se consiguió el efecto contrario al esperado. Hubo una avalancha de solicitudes de construcción antes de que se aprobara el Decreto 103/1987, de 22 de octubre, más conocido como **Decreto Cladera II**, lo que provocó que el número de plazas, en lugar de reducirse, se ampliara.

Posteriormente, se aprobó la **Ley 7/1988**¹¹, de 1 de junio, de medidas transitorias de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamientos turísticos que incluía, entre sus artículos, lo recogido en el Decreto Cladera II.

“La Ley 7/1988 va más allá y prohíbe directamente cualquier establecimiento turístico nuevo que no sea de 4 ó 5 estrellas, apartamentos de 4 ó 3 llaves,

11. Esta ley sienta las bases para la posterior redacción del Plan de Ordenación de la Oferta Turística de Mallorca.

ciudades de vacaciones de 3 estrellas o camping de lujo. Con estas disposiciones la planta turística queda prácticamente congelada a la existente en los 80s...” (Rullán Salamanca, O., 2011). Además, se establece como requisito indispensable la autorización previa antes de que se le pueda otorgar la licencia de obras. Así, el procedimiento a seguir para la apertura de un nuevo establecimiento es: autorización previa por parte de la administración turística, posterior concesión por parte del ayuntamiento de la licencia de obras y por último, la licencia de apertura concedida de nuevo por la Administración. Todo esto ocasiona que muchas inversiones fijen su objetivo en otros destinos. Nunca sabremos si este desvío de capital, en lugar de una desventaja, alargó indirectamente la vida del destino turístico, paralizándose o estancándose de algún modo su explotación turística.

Ese mismo año, en 1988, se aprueba una ley específica para los campos de golf, la Ley 12/1988, de 17 de noviembre (modificada posteriormente por la **Ley 6/1990**, de 6 de junio). A través de ella, con la excusa de captar turistas en temporada baja, atraídos por esta nueva oferta, aparece la figura de la “declaración de interés social del campo”. Su objetivo es fomentar la construcción de campos de golf y para ello, además de permitirles la construcción del campo, los autorizan a edificar en suelo no urbanizable un hotel anexo al terreno. Ésta es una de tantas singularidades creadas por la Administración para introducir excepciones a la normativa vigente.

En 1987 se aprueba la Ley 8/1987, de Ordenación territorial de las Illes Balears. Esta ley propone la redacción de instrumentos de ordenación tales como: planes territoriales parciales, planes directores sectoriales y planes de ordenación del medio natural que deberán seguir las directrices de ordenación territorial¹² dictadas por el Gobierno de las Illes Balears.

Se trata de “...una ley marco de figuras marco, sin ninguna decisión sustantiva respecto a la problemática territorial, simplemente establecía figuras a redactar asignando competencias...” (Rullán Salamanca, O., 2011).

No es hasta 1995, con el Decreto 54/1995, de 6 de abril, que se aprueba el Plan de Ordenación de la Oferta Turística específico para la isla de Mallorca, más conocido como el POOT de Mallorca, que impone restricciones a la construcción y a la apertura de establecimientos turísticos de alojamiento en esta isla. Su importancia radica en que se trata de un plan supramunicipal, es decir, se fijan unos mínimos que todo municipio debe cumplir. Después, cada uno de ellos puede desarrollarlo, pero nunca contradecirlo. Antes del POOT cada municipio tenía potestad para actuar bajo su propio criterio. Una muestra de las divergencias creadas en Mallorca las podemos observar en la zona de Platja de Palma, donde la parte perteneciente al municipio de Lluçmajor contiene edificios más altos que la zona perteneciente a Palma. Esto es así,

12. Directrices que no se aprobaron hasta 1999 con la Ley 6/1999, de las Directrices de Ordenación Territorial de las Illes Balears y de medidas tributarias.

porque al poseer menos zona de costa, necesitaban conseguir más beneficios por metro cuadrado y la única vía posible era permitiendo el crecimiento en altura.

El POOT establece, entre otras cosas:

- Límites a la densidad de población (60 hab./Ha.). Con esta medida se regula, por primera vez, la capacidad de acogida en las zonas turísticas.
- Límites al crecimiento de la superficie urbanizada y una línea de protección costera. Limita el crecimiento.
- La eliminación o sustitución de los establecimientos turísticos obsoletos, fomentando el aumento de la calidad de la oferta y las dotaciones de espacios libres y equipamientos en las zonas turísticas.
- Una superficie mínima por plaza turística (ratio turística) impulsando el aumento de la calidad de la oferta a la vez que se reduce el número de plazas.
- Una altura máxima para los edificios de nueva construcción. Implanta medidas para homogeneizar las edificaciones. Prueba de ello es que podemos encontrar conviviendo en la zona de Platja de Palma: edificios de una planta, anteriores a la producción turística fordista, edificios de 10 plantas, que se construyeron durante los años del boom turístico, y edificios modernos de 3 a 5 plantas pertenecientes a esta nueva etapa.

El problema básico de aplicación del POOT radicó en que cada municipio debía adaptar su normativa urbanística a éste y muchos han sido reacios a ello. Esto es así, entre otras cosas, porque la recaudación municipal por concesión de licencias es elevada y nadie quiere renunciar a ella. Ejemplos conocidos de incumplimiento son:

- Urbanización de Ses Covetes

En el POOT de Mallorca se recogían unos planos donde la zona que acogía la “urbanización de Ses Covetes” aparecía clasificada como suelo urbano cuando dichos terrenos, en julio de 1994, ya habían sido descalificados como tales por el Consell Insular de Mallorca. En este caso, el POOT contradecía una resolución anterior. Esto provocó un vacío normativo que finalizó en el año 2000 con el Decreto 14/2000, de 4 de febrero, que modificaba el POOT de Mallorca. A pesar de esta rectificación, en su día, el ayuntamiento de Campos se negó a cumplir con la normativa y no fue hasta el año pasado después de innumerables resoluciones judiciales, cuando se procedió al derribo de la urbanización.

- Urbanización Cala Llamp

Urbanización construida en suelo rústico no edificable con licencia concedida por el ayuntamiento de Andratx en 2005, cuando el terreno ya no era considerado urbano.

Cuatro años después del POOT de Mallorca, en 1999, se aprueba la **Ley General Turística** (Ley 2/1999, de 24 de marzo) que mantiene los requisitos de dar de baja plazas turísticas para crear nuevas pero con la novedad de que el intercambio debe realizarse dentro de la misma isla.

Por otro lado, permite la comercialización turística de viviendas unifamiliares, creando la figura de vivienda vacacional para que casas de campo unifamiliares puedan acoger a turistas. Incluye, también, un Plan de modernización permanente pero sólo focalizado en la oferta turística. Sigue sin ser un plan integral que tenga en cuenta también el uso residencial¹³.

Ese mismo año, se aprueban las **Directrices de Ordenación Territorial** (Ley 6/1999, de 3 de abril, de las Directrices de Ordenación Territorial y Medidas Tributarias, rectificada a los pocos meses por la Ley 9/1999, de 6 de octubre de Medidas Cautelares y de Emergencia relativas a la ordenación del territorio y el urbanismo en las Illes Balears) que redefinen el modelo territorial vigente. A partir de ellas surgen los Planes Territoriales Insulares (PTI) y los Planes Directores Sectoriales (PDT). Entre sus objetivos están: evitar la construcción de nuevos núcleos aislados y urbanizaciones construidas a menos de 500 metros de la costa; establecer los criterios que definen las Áreas de Reconversión Territorial (ART), facultando a los planes territoriales insulares para crearlas y fomentar el esponjamiento y reconversión de zonas degradadas; y suspender o recalificar a suelo rústico muchas de las hectáreas urbanizables en aquel momento. Pero las DOT, aunque inicialmente pueda parecerlo, no son medidas de limitación de crecimiento, son medidas simplemente de ordenación. “Las DOT sólo reducían provisionalmente unas 270.000 plazas que los Planes Territoriales Insulares luego podían recuperar”. (Dierssen M., 2009). “En realidad, lo que estaban haciendo las DOT era reconducir aquellos suelos urbanizables, por los cuales hasta entonces no se había interesado la promoción, a las más atractivas orles peri-urbanas denominadas áreas de transición (AT) contiguas a los núcleos existentes. Se ordenaba, por lo tanto, no por calmar o contener el crecimiento sino por desencallararlo.” (Rullan, 2007).

En 2009, la Administración aprueba el Decreto Ley 1/2009, de 30 de enero, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en Baleares, más conocido como “**Decreto Nadal**”. Mediante esta nueva norma se permite ampliar y simplificar los trámites para la regularización de las plazas turísticas y da

13. “...el turismo sólo concernía a los alojamientos turísticos reglados, que además debían limitarse o reducirse, el resto, residencial, nada tenía que ver con el turismo pues era tema de urbanismo.” (Picornell, M., 1999).

prioridad absoluta a la industria turística frente a la residencial. En este punto, la administración autonómica pasa por alto el incumplimiento de la ley y fija un plazo de 8 meses para legalizar la situación irregular de las plazas que se conocía que estaban en funcionamiento sin la autorización pertinente de explotación. Son plazas que se insiste en denominar legales cuando más bien son ilegales y que, en lugar de ser causa de sanción por parte de la Administración, ésta ha facilitado su regularización.

En estos últimos años, las administraciones debido a la crisis y a la falta de presupuesto han dado un nuevo giro en lo que se refiere a planificación turística. Y si bien en su redacción, se apuesta claramente por el cambio de estrategia en el desarrollo, basado en la responsabilidad, la calidad, la sostenibilidad y la especialización, existen algunas contradicciones, como viene siendo habitual en la normativa turística de las Islas.

Bajo esta nueva realidad económica se han aprobado en las Islas las últimas normativas turísticas:

- Ley 8/2012, de 19 de julio del Turismo de las Illes Balears que regula la ordenación, la planificación, la promoción, el fomento y la disciplina del turismo y de la calidad en la prestación de servicios turísticos de las Islas.

Esta nueva ley ha dado lugar a muchas críticas¹⁴, incluso antes de su aprobación definitiva, algunas de ellas son:

- Surgen algunas dudas, como por ejemplo: aparecen nuevas tipologías de establecimientos¹⁵ y empresas turísticas que deben ser

14. Algunas de ellas desarrolladas a partir de la información publicada en los siguientes documentos:

- Dictamen nº 3/2012, relativo al anteproyecto de ley de turismo de las Illes Balears (CES 2012).
- “El CES critica duramente la Ley de Turismo y advierte que no se puede utilizar para derogar tácitamente normativa de ordenación del territorio” (GOB 2012).
- “El CES coincide con el GOB: No se puede usar la Ley de turismo para derogar, tácitamente normativa de ordenación del territorio” (Mallorca Confidencial 2012).
- “El GOB califica la Ley Delgado de ley a la carta de los intereses turísticos” (GOB 2012).
- “Ley General Turística: una puerta abierta a todos los excesos” (Ferrer J. L. 2013).
- “Més critica que la Ley de Turismo de Balears fomenta la estacionalización” (Europa Press 2014).
- “El Govern está utilizando la crisis como chantaje para elaborar esta Ley de Turismo que sin duda supondrá unos beneficios a muy corto plazo pero que tendrá un impacto negativo sobre el territorio y la competitividad turística en el futuro” (Greenpeace 2012).

15. Un dato a tener en cuenta es que además no existe regulación estatal homogénea. Cada comunidad autónoma aplica una legislación diferente, lo que lleva a utilizar su propia clasificación de establecimientos turísticos. Esto hace sumamente complicado compararse con otras regiones o que el turista pueda valorar antes de su llegada al destino la diferencia existente entre una misma categoría de establecimiento de una comunidad a otra. Este hecho, en Baleares, juega en contra del destino puesto que normalmente un hotel de las Islas de 3 estrellas suele ser de categoría superior a uno con las mismas estrellas situado en la Península y sin embargo, no podemos establecer un precio superior porque los turistas tienen la sensación de pagar más por el mismo servicio.

regulados y registrados pero no especifican las características de éstos, por lo que existe un vacío legal al respecto¹⁶. ¿Cómo sabe el empresario si está obligado a registrarse si no sabe si se engloba o no dentro de esa tipología de empresa?, ¿cómo se sabe a quién sancionar al respecto?

- Con la nueva ley cualquier establecimiento turístico puede explotar una actividad complementaria, diferente a su uso principal, sin tener licencia para ello. Es decir, un agroturismo podría montar una discoteca sin contar con licencia específica para ello. Muchos municipios han dictado moratorias para evitarlo, de lo que se deduce que no se ha tenido en cuenta a todos los ayuntamientos en este punto.
- Se facilita la reconversión de hoteles en viviendas para particulares; ya son muchos los que denuncian que si se justifica adecuadamente estos bloques podrían contener pisos de sólo 35 m² favoreciendo la creación de “infraviviendas en zonas turísticas” (Ferrer J. L. 2013).
- Para determinados establecimientos¹⁷ ya no será requisito mínimo los 60 m² de parcela por plaza, lo que puede ocasionar: por una parte, la masificación en puntos determinados o incluso que se construyan hoteles que actualmente satisfacen los requisitos necesarios como abrir los doce meses del año y que con el tiempo dejen de cumplirlo.
- Se permite la apertura de establecimientos de turismo rural en todo tipo de suelo rústico, incluido el protegido (ANEI¹⁸, ARIP¹⁹, etc.) y sin declaración de interés general ni evaluación de impacto ambiental a la vez que se reducen los metros exigidos para ello. Lo que ha dado lugar a que los Consells utilicen su Plan territorial para intentar frenar la proliferación de éstos, ampliando los metros necesarios o controlando de algún modo las actividades que se puedan llevar a cabo en ellos.
- Sigue apareciendo la figura de la declaración responsable de inicio de actividad turística, más conocida como DRIAT, mediante la cual se puede iniciar la actividad turística presentando una simple solicitud

16. Algunos ejemplos de ello son: albergues, refugios y hospederías (la Ley los menciona pero no regula su creación, funcionamiento ni régimen jurídico), mediadores turísticos y centrales de reservas (se solapan con la figura de agencia de viajes), empresas de turismo activo (la Ley habla de actividades de turismo activo pero no de las empresas que ofrecen estas actividades por lo que se solapan por ejemplo con excursiones que pueden ofrecer centros de formación).

17. “Los hoteles de ciudad, de interior, los agroturismos, los hoteles rurales, los albergues, los refugios, las hospederías y aquellos establecimientos hoteleros de categoría mínima de cuatro estrellas que, con carácter permanente, estén abiertos los doce meses del año, están exonerados de la aplicación de la ratio turística...”. Ley 8/2012, de 19 de julio, del turismo de las Illes Balears. Artículo 5: Ordenación de la oferta turística (2012).

18. ANEI: Área natural de especial interés.

19. ARIP: Área rural de interés paisajístico.

donde el propio empresario se autoclasifica como, por ejemplo, hotel cinco estrellas gran lujo. Posteriormente, los inspectores de la Conselleria de Turisme i Esports se tienen que desplazar al establecimiento para verificar que cumple con lo declarado pero en el intervalo de tiempo que transcurre entre que el establecimiento presenta la declaración y pasa la inspección puede estar comercializándose como si fuera un establecimiento de categoría superior.

- Amplía la comercialización turística de viviendas unifamiliares, prevista en la antigua ley, a viviendas aparejadas y permite el alquiler de unifamiliares independientemente del uso del suelo. Lo que ha dado lugar a una avalancha de peticiones de regulación, “permitiendo que se hayan legalizado unas 4.500 viviendas en el primer año de la nueva Ley de Turismo, mientras que en los 20 años anteriores lo hicieron unas 5.500” (Delgado, C. 2013)²⁰.
- Por otro lado, contempla la figura de zona madura, pero:
 - ¿Existe actualmente un sistema de indicadores específicos, claros y sencillos que se puedan aplicar a diferentes territorios para medir su madurez?
 - ¿Existen unos valores definidos a partir de los cuales se considerará la zona como madura?El problema radica en que el procedimiento para declararse como tal no queda claro y se basa únicamente en apreciaciones personales. No se han creado, con anterioridad a la solicitud de declaración, los instrumentos que en base a unos indicadores objetivos y medibles permitan identificar de forma clara si nos encontramos o no frente a una zona madura y qué grado de madurez presenta²¹.

Como instrumentos de ordenación y desarrollo de la oferta turística, en esta nueva ley, aparecen las figuras de:

- Plan Integral de Turismo de las Illes Balears (PITIB)
- Planes de Intervención en Ámbitos Turísticos (PIAT)
- Planes de revalorización integral de zonas turísticas maduras
- Planes de modernización permanente
- Planes de desarrollo turístico insulares
- Planes de desarrollo turístico municipales

Algunas consideraciones a tener en cuenta son que se han creado muchos planes y muchas figuras diferentes que actualmente están a la espera de conocer el desarrollo reglamentario de los mismos por existir gran falta de concreción. No se sabe cómo identificarlos objetivamente,

20. Declaraciones del entonces Conseller de Turisme i Esports, Carlos Delgado, publicadas el 26 de agosto de 2013 en <http://www.hosteltur.com>.

21. Los criterios, por otro lado, se podrían fijar en función de si se trata de una zona protegida, de interés cultural especial o, por ejemplo, que posea características especiales que le hagan más vulnerable a los impactos del turismo puesto que la capacidad de carga de una u otra zona es obvio que será diferente.

ni que utilidades prácticas va a conllevar.

Por otro lado, el orden de redacción de los planes debería haber sido del más general al más concreto, es decir, empezar con el PITIB, de ámbito autonómico, y acabar con los planes municipales. Pero, en este caso, una vez finalizada la redacción del PITIB se procedió a la redacción de los planes de desarrollo turístico municipal sin haberse redactado los de ámbito insular. Esto da lugar a que cada ayuntamiento pueda redactar su plan de desarrollo turístico basándose en unos indicadores definidos por ellos mismos, lo que generará un cúmulo de discrepancias por no contar con indicadores comparables entre sí.

- Decreto ley 8/2012, de 13 de julio de medidas urgentes para la Platja de Palma El GOB afirma que “levanta la moratoria de crecimiento urbanístico del Plan Territorial de Mallorca para toda la Playa de Palma y S’Arenal” (2012).
- Decreto ley 1/2013, de 7 de junio de medidas urgentes de carácter turístico y de impulso de las zonas turísticas maduras que, en definitiva, declara la Platja de Palma como zona madura y amplía el contenido del decreto anterior para poder aplicarlo al resto de zonas maduras de las islas y según declaraciones del GOB “exime a los hoteles de la normativa urbanística y turística” (2012). Así, por ejemplo, los hoteles de más de cuatro estrellas o los apartamentos turísticos de más de 3 llaves podrán añadir hasta dos plantas de altura.

4. Caso concreto de planificación en Platja de Palma y Calvià

Platja de Palma es un espacio turístico creado a partir de los años 60 en una zona que contaba con una localización estratégica, próxima al aeropuerto y a la ciudad de Palma, y que disponía de un entorno paisajístico espectacular. Para responder a la fuerte demanda de la época se construye a un ritmo frenético, de manera caótica y desordenada, desarrollándose sin ningún tipo de planificación. Todo ello ha ocasionado que este enclave turístico, con los años, pase a considerarse como destino maduro. La preocupación, en estos últimos tiempos, radica en cómo conseguir reconvertir el espacio para poder continuar siendo un destino competitivo.

Desde 2003, se había ido gestando un proyecto de reforma de la Platja de Palma, aunque quedó postergado hasta 2006 cuando los gobiernos central y autonómico firmaron el convenio de creación del **ConSORCI de la Platja de Palma** asumiendo el proyecto de la asociación de empresarios de la zona: “100+1 recomendaciones para la mejora y embellecimiento de Platja de Palma”. Dicho Consorcio estaba formado por una representación del ejecutivo central, el gobierno de las Illes Balears, el Consell Insular de Mallorca y los ayuntamientos de Palma y Lluçmajor.

En este contexto, en el año 2007, la Secretaría de Estado de Turismo impulsa el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, que fijaba el triple objetivo de alcanzar un sistema turístico español competitivo, sostenible y fuente de mayor bienestar. Para ello lleva a cabo la recalificación de destinos maduros, convirtiéndose Platja de Palma en una de las zonas piloto del Plan (Artigues y Blázquez, 2012).

Con el tiempo, tanto las administraciones públicas como el sector privado, entienden que se debe realizar una actuación más profunda y el Consorcio de mejora y embellecimiento se transforma en un Consorcio Urbanístico al que se le transfieren competencias urbanísticas para la reconversión de la Platja de Palma.

A su vez, se convoca un concurso internacional de proyectos para reconvertir la zona. Lo gana un equipo de arquitectos de origen holandés, Christiaan-Geuze, que presenta un proyecto global basado en la transformación del espacio según la arquitectura del paisaje, dando así más peso a los espacios verdes (bosques de la zona) y recuperando parte del litoral. De ahí que se traten aspectos tales como:

- Eliminación de parte de la primera línea de costa; en este punto se tiene en cuenta el cambio climático que supondrá un aumento en el nivel del mar.
- Apertura de nuevos pasos verdes, dotando a la zona turística de más espacios libres.
- Reducción a la mitad de las plazas hoteleras.
- Aumento de la categoría de los establecimientos hoteleros; aumento de la calidad.

- Revalorización del espacio a través de proyectos emblemáticos, lo que llaman proyectos estrella o catedrales²² como por ejemplo la construcción de una sucursal del Museo del Prado en la zona del Pont des Jueus.

Este proyecto no sólo actuaba en las zonas de primera línea, propiamente turísticas, sino también en las zonas residenciales. Estamos frente al desarrollo de un **Plan de reforma integral**, que es a la vez de naturaleza territorial, turística y urbana, incluyendo proyectos de mejora de viviendas, educativos y socio-laborales, entre otros.

Dicha actuación se plantea en los años 2007-10, en época de bonanza. Es un proyecto de corte neokeynesiano, de intervención pública (emana de la administración), financiado por el sector público y por inversiones privadas.

Por esta época, la Administración aprueba la Ley 4/2010, de 16 de junio, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en las Illes Balears (conocida como la "**Ley Barceló**"). Con ella se implanta la figura de "**inversión de interés autonómico**" que agiliza los procedimientos administrativos y facilita la entrada de capital privado. De este modo, desaparece la actuación pública con unos criterios de universalización y se acatan las decisiones de la empresa privada. El más poderoso es el que toma las decisiones, dejando de lado el principio de equidad.

"Aprovechando esta misma ley se legalizan plazas turísticas hasta el momento "alegales", no autorizadas pero que estaban en funcionamiento". (Artigues et al, 2013). Se amplía el plazo previsto por el "Decreto Nadal" para legalizar las plazas "alegales". En este caso, la Administración no cumple con el principio de equidad puesto que beneficia a los infractores enviando un mensaje contradictorio y confuso a los empresarios que cumplen con la normativa vigente y a los ciudadanos que ven como se beneficia al sector privado, mientras a ellos se les incrementa los impuestos y se les impone sanciones continuamente.

Posteriormente, a través de la **Ley Autonómica 8/2010, de 27 de julio, de medidas para la revalorización Integral de la Platja de Palma**, en su artículo 2 se señala que la revalorización y la rehabilitación integral de la Platja de Palma son el marco de referencia de las estrategias de ámbito local que debe orientar el cambio del modelo actual de producción y consumo de suelo, energía, edificación, y los patrones de movilidad y transporte urbano, y debe reducir la carga ambiental y climática, local y global. En ella se crea, además, la figura del **Plan de Reconversión Integral** de la Platja de Palma, instrumento de ordenación urbanística, turístico y medioambiental, que también regula aspectos sociales y que apuesta por la rehabilitación frente al crecimiento pero que, por otro lado, para incentivar la inversión, se ve facultado por la ley a no tener que adoptar importantes medidas contempladas en el POOT,

22. Un claro ejemplo de esta transformación lo tenemos en la ciudad de Bilbao con la construcción del Guggenheim.

la LGT o el Plan Territorial de Mallorca (otra de las excepciones para saltarse la normativa).

A finales del 2010, debido a la falta de consenso vecinal, la crisis mundial y al cambio de políticas turísticas encaminadas al ajuste, caen las inversiones públicas y ante la imposibilidad de conseguir financiamiento público se suspende el plan de reforma, quedando paralizado sin llegar a realizarse ninguna actuación. Desaparece así la remodelación de Platja de Palma de los presupuestos generales del Estado, lo que conlleva a una reformulación del proyecto.

En este contexto, se aprueban la Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears, explicada anteriormente, y el Decreto ley 8/2012, de 13 de julio de medidas urgentes para la Platja de Palma, cuyo principal objetivo es atraer capital privado y reactivar la economía de la zona. Así, la nueva normativa contempla una nueva visión de la reforma de la Platja de Palma (contradictoria al Plan integral) dejando la iniciativa y las actuaciones en manos y capitales privados y donde el papel de la administración queda relegado, simplemente, a establecer las reglas del juego facilitando la entrada de capitales privados o a la simplificación de procesos administrativos mediante la figura de la declaración responsable de inicio de la actividad turística (DRIAT).

De este nuevo cambio de visión, teóricamente centrado en el desarrollo sostenible pero en la práctica más centrado en el desarrollo puramente económico²³, se derivan una serie de actuaciones, como son: la desprotección de la última zona húmeda del Pla de Sant Jordi, Ses Fontanelles, permitiendo la construcción de un centro comercial y de ocio, la construcción de 4 hoteles y el aumento de plazas en otros tantos, actuaciones aparentemente contradictorias con el concepto de sostenibilidad que aparecía entre las finalidades de la vigente ley turística.

Por otro lado, está el caso de Calvià, otro de los enclaves turísticos más conocidos de la Isla. Este municipio sufrió una brutal transformación, con una evolución demográfica que pasó de unos 2.600 habitantes en los años 40 a 51.000 en el año 2012, pasando a ser uno de los municipios más grandes de Mallorca²⁴. Se transformó de un municipio dedicado, prácticamente, sólo a la explotación agrícola a uno de explotación puramente turística.

En 1992 se aprueba un plan piloto de excelencia turística (PET) que tiene como objetivo la planificación de los recursos turísticos de ese municipio y pretende, entre otras cosas, mejorar la calidad, diversificar la oferta y desestacionalizar. Son herramientas que favorecen el diálogo en los procesos de planificación y gestión entre los diferentes actores implicados pero siguen sin entender el territorio como espacio turístico-residencial, sólo se interviene para mejorar la actividad turística, dejando al margen el espacio residencial.

23. Observamos aquí un claro paralelismo con la etapa inicial del desarrollo turístico.

24. Calvià ejemplificaba muy bien el significado del término "balearización" (Picornell, 1986).

En el año 93, tras la Cumbre de Río del 92 se pone en marcha en Calvià la Agenda Local 21 donde se proponen llevar a cabo proyectos turísticos teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad. Se impulsa la rehabilitación integral de los núcleos de población residenciales y turísticos y, de forma pionera, se descalifican 1.660 hectáreas de suelo urbanístico en el municipio, terrenos que tienen que ver, sobre todo, con la especialización residencial de lujo.

Ya con la nueva perspectiva económica, en el año 2011, se presenta en Calvià, más concretamente para Magaluf, un proyecto de reconversión turística liderado por la cadena Melià Hotels International. Es totalmente diferente al proyecto de la Platja de Palma. Es una nueva estrategia turística que emana del capital privado y es fruto de políticas neoliberales. Consiste en la instalación de franquicias de establecimientos temáticos tales como Wave House o Nikki Beach para lo que se solicita a la Administración Pública que facilite los procedimientos y que se cambien leyes a cambio de una inversión privada para la reconversión de la zona. En esta línea, en 2012, Calvià es declarada zona de interés económico, privatizándose la playa y espacios libres para utilización de sus clientes. Por otro lado, se aprueba a nivel estatal la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de protección y uso sostenible del litoral que modifica la antigua Ley 22/1988, más conocida como Ley de Costas. En ella se autoriza el uso exclusivo para eventos de interés general con repercusión turística de la playas urbanas, pudiéndose aplicar a la playa de Magaluf.

Tanto la zona turística de Calvià como la de Platja de Palma nos muestran como los efectos del crecimiento urbanístico desordenado hacen que los destinos se deterioren rápidamente.

Los destinos turísticos evidentemente están y deben estar en constante evolución y es sumamente complicado poder satisfacer los intereses de todos los actores y colectivos que están conectados dentro de un mismo espacio. Estos dos espacios son un claro ejemplo de dicha evolución, poblaciones que han intentado en las últimas décadas reinventarse. Pero cabe recalcar que las acciones que se han llevado a cabo, sobre todo en los últimos tiempos, encaminadas a atraer capital, han antepuesto oportunidades de negocio y lucro privado a necesidades colectivas. De hecho, estas políticas han contribuido al incremento de la distribución desigual de los recursos, agravando el proceso de precarización de amplias capas sociales localizadas en “espacios en crisis” (Artigues et al., 2013).

Las administraciones han ido imponiendo medidas legislativas contradictorias entre sí provocando que los sectores y colectivos más débiles sean los más perjudicados y sin tener en cuenta que, a largo plazo, el más perjudicado será el propio destino turístico.

La última oportunidad que les queda a estos destinos maduros para seguir siendo destinos turísticos punteros pasa por un cambio de estrategia en el desarrollo basado en la responsabilidad, la calidad, la sostenibilidad y la especialización. Además, “No se entiende cómo no se han creado más mecanismos de participación ciudadana y organismos que evalúen periódica y

regularmente las actuaciones implementadas en el territorio. Las políticas de ordenación territorial, urbanística y turística deberían ser sometidas al control democrático de la ciudadanía” (Artigues y Blázquez 2012).

En la práctica se observa la clara dinámica de expansión de la máquina de crecimiento²⁵, optando por la producción de megaproyectos y expansión urbanística del territorio como solución al declive de ciertos destinos turísticos, sin tener en cuenta aspectos como la capacidad de carga, el deterioro que se causa en los ecosistemas o la gran cantidad de dinero público destinado a ellos en detrimento de proyectos sociales.

25. “La teoría de las *growth machine* fue elaborada por los sociólogos urbanos Harvey Molotch y John Logan en las décadas de los 70 y 80. En su formulación clásica (Logan y Molotch, 1987) la máquina de crecimiento urbano es una coalición de poderes públicos y privados que promueve la acumulación de capital a partir de la intensificación del uso del suelo y del desarrollo económico.” (Artigues, A. et al. 2011).

5. Buenas prácticas vs malas prácticas en el desarrollo de planificación turística.

Al igual que podemos encontrar buenas y malas prácticas en temas de planificación a nivel de destinos en general, no son menos importantes temas puntuales o planificaciones que se han llevado a cabo en temas concretos que afectan a la consecución de los objetivos estratégicos finales de la planificación del destino. Por ello, antes de finalizar este trabajo, es necesario comentar algunos ejemplos que nos pueden ayudar a mejorar o, como mínimo, a no cometer los mismos errores.

5.1. Marcas – Productos

En el año 2003, uno de los principales motivos de preocupación de la Administración y de las empresas turísticas ya era la fuerte estacionalización que sufrían las Islas. Esto, unido a la no especialización de los establecimientos y de la oferta de ocio en general, hacía que la oferta no respondiera bien a la demanda del momento.

En base a esto y teniendo en cuenta la fuerte evolución que se estaba dando dentro del campo de la calidad turística, la Conselleria de Turisme²⁶ consideró que uno de sus retos básicos para conseguir la diferenciación en el marco turístico de la época, pasaba por considerar la mejora de la calidad en el sector como factor clave.

Partiendo de estas necesidades y después de una amplia evaluación y estudio de mercado, se llegó a la conclusión de la necesidad de crear marcas especializadas y diferenciadas que englobaran una serie de características comunes. Se estudiaron los puntos fuertes y débiles para cada isla, las oportunidades de ocio, los aspectos de diferenciación y los tipos de alojamiento a potenciar, llegando a las siguientes conclusiones, según la isla:

- Formentera: crear marcas que resaltaran el carácter único de la isla.
- Eivissa: crear marcas que ayudaran a cambiar su posicionamiento como destino de ocio nocturno.
- Menorca: crear marcas que potenciaran el desarrollo de Menorca como destino Reserva de la Biosfera.
- Mallorca: crear marcas que potenciaran el “rejuvenecimiento” del destino a través de la búsqueda de nuevos segmentos de mercado.

Paralelamente, se decidió apoyar a los alojamientos turísticos en su comercialización, sobre todo a aquellos alojamientos medianos y pequeños que eran los que en principio contaban con menores recursos para destinarlos a ello.

26. Actual Conselleria de Turisme i Esports

En ese momento, la Conselleria de Turisme consideró oportuno basarse en dos ejes:

- Implantación de sistemas medioambientales y de gestión de la calidad en empresas turísticas.
- Promoción y comercialización de las “Marcas Turísticas”.

El principal objetivo del proyecto fue la creación de diversas marcas que permitieran la agrupación, asociación y colaboración de las empresas turísticas de alojamiento para la mejora de su comercialización directa.

La idea era que las marcas estuvieran respaldadas por un grupo de establecimientos que se ajustaran a las necesidades de los clientes y que permitieran su comercialización conjunta bajo una determinada marca en los mercados emisores.

Los establecimientos que quisieran participar en alguna de las marcas definidas deberían cumplir una serie de requisitos establecidos por la Conselleria de Turisme, específicos para cada marca y evaluables anualmente.

Después de un análisis exhaustivo aparecieron las siguientes marcas: Tradicional Mallorca, Senderismo Mallorca, Golf Mallorca, Convenciones y Reuniones Mallorca, Cicloturismo Mallorca, Hostales Singulares Formentera, Reserva de la Biosfera Menorca.

Y se definieron una serie de acciones en torno a ellas y en torno a los alojamientos asociados:

- Funciones en torno a "Las Marcas":
 - Investigación de mercado: búsqueda de información que contribuyera de forma eficaz a la planificación, ejecución y control de las diferentes actividades destinadas a comercializar y promocionar las marcas en los mercados emisores, en concreto: análisis del mercado y sus tendencias, análisis del cliente y análisis de la competencia.
 - Determinación de las políticas de marketing a seguir.
 - Implementación de las diferentes políticas de marketing: infraestructura de marketing (creación y mantenimiento de una base de datos con operadores turísticos, medios de comunicación y establecimientos asociados), sistema de ventas (fam trips, sistemas de incentivos, acciones en internet), publicidad (viajes de prensa, notas de prensa, publicidad en catálogos de operadores turísticos, anuncios, etc.), asistencia a ferias de turismo, organización de eventos y control de las acciones realizadas.
- Funciones en torno a los asociados:
 - Atender las diferentes demandas provenientes de los asociados.
 - Canalizar la prestación de servicios a los asociados: utilización del logotipo de las diferentes marcas, facilitación de base de datos, información sobre ferias y congresos, página web, etc.

- Potenciar los servicios existentes, así como la puesta en marcha de nuevos servicios.
- Creación y mantenimiento de la base de datos de los asociados.
- Información a los asociados sobre nuevos productos y marcas.
- Acciones promocionales y publicitarias destinadas a dar a conocer las diferentes marcas, así como los servicios y ventajas que éstas proporcionaban a sus asociados.
- Auditoría de los diferentes asociados con el fin de verificar el cumplimiento por parte de los mismos de los estándares fijados.
- Revisión de los requisitos exigidos a los asociados adaptándolos a las nuevas tendencias del mercado.

Buena práctica

En el momento en que se creó el Plan de Marcas, el turismo de sol y playa en las Baleares ya estaba consolidado. Se trataba de un producto maduro. Las necesidades de la demanda iban más allá y las Islas tenían el potencial suficiente para dar respuesta a ellas.

Se apoyaba a los alojamientos pequeños y medianos, con escasos recursos para comercializar sus productos especializados, situándolos en los principales mercados emisores. Se ayudaba al sector más vulnerable a través de formación, herramientas tecnológicas y estrategias de marketing dirigidas al cliente directo para intentar potenciar el alojamiento sin tener la necesidad de pasar por un operador turístico.

Mala práctica

Por diferencias políticas no se realizaron acciones en la isla de Eivissa, ya que no existieron acuerdos entre el Gobierno Autonómico y el Consell Insular d'Eivissa, provocando el no entendimiento y dejando a una isla fuera del plan.

Además, cabe recalcar que los objetivos cambian cada cuatro años, con cada legislatura, independientemente de si se cuenta o no con los suficientes recursos para desarrollar lo iniciado por el gobierno anterior. Este hecho provocó, en este caso, que el proyecto poco a poco dejara de tener sentido.

Los alojamientos se seguían auditando, es decir, los requisitos de especialización seguían vigentes pero el plan de marketing que colgaba de dicho proyecto fue desapareciendo. Ello provocó que no tuviera mucho sentido que los alojamientos siguieran siendo auditados sin obtener ningún beneficio a cambio.

Además, es importante añadir, que con el paso del tiempo las necesidades de la demanda fueron cambiando y paralelamente no se siguieron realizando estudios ni análisis del producto adaptados a la nueva demanda, lo que perjudicó el poder pasar a la siguiente fase de redefinición de objetivos y acciones a llevar a cabo.

5.2. Red cicloturística

El proyecto se inició en 2002, con la ejecución de las primeras fases de la red cicloturística en Mallorca y continuó extendiéndose al conjunto del territorio que conforman las Illes Balears.

La idea principal era la conexión de núcleos urbanos a través de rutas cicloturísticas. Por tanto, uno de los puntos clave para el éxito del proyecto era la coordinación con los ayuntamientos. Era fundamental realizar un trabajo de coordinación y colaboración con los responsables políticos y con los técnicos de los diferentes ayuntamientos a la hora de diseñar los trazados y dar a conocer al visitante aquellos aspectos que consideraban más importantes y relevantes de la población (factores culturales, lúdicos, deportivos, medioambientales, etc.).

Durante los cuatro primeros años, fue la Conselleria de Turisme quien financió la puesta en marcha del proyecto y su mantenimiento. A su vez, se firmaron convenios con cada uno de los ayuntamientos involucrados, especificando que el mantenimiento de dicha ruta correría a su cargo, una vez finalizada la red.

Buena práctica

Creación de una red cicloturística por vías secundarias dirigida principalmente al cicloturista y al turismo familiar que ayuda a diversificar la oferta y a atraer turismo fuera de temporada alta.

Se creó justo en un momento en el que el ciclismo apuntaba como demanda creciente en Mallorca y con él, además de potenciar recursos turísticos alternativos al sol y playa (culturales, medioambientales,...), se potenciaba la integración de núcleos poblacionales de interior en la actividad turística. Aprovechando el turismo de paso se proporcionaba ingresos extraordinarios al pequeño comercio de poblaciones de interior.

Mala práctica

A medida que los ayuntamientos se han tenido que hacer cargo de dicho mantenimiento y no disponiendo de recursos suficientes para cumplir con el convenio establecido, la red se ha ido deteriorando y a día de hoy se encuentra en muy mal estado.

No se ha acompañado dicha red señalizada destinada a turismo familiar, de una red no señalizada para el ciclista profesional y amateur dejando que los operadores turísticos de los principales países emisores dominen dicho producto.

No contar con el apoyo de todos los entes involucrados sobre todo con las agencias de viajes y operadores turísticos especializados.

5.3. “Camí de cavalls”

Uno de los aspectos emblemáticos de Menorca es el “Camí de cavalls”, sendero que forma parte del patrimonio histórico, etnológico y paisajístico de Menorca, que rodea la isla, y al que se le atribuyen valores culturales, sociales y ecológicos²⁷.

Debido a la falta de mantenimiento y al desuso de alguno de sus tramos el sendero había sufrido una fuerte degradación. Con el fin de recuperarlo, se publicó la Ley 13/2000, de 21 de diciembre, del Camí de Cavalls de Menorca. Ésta tenía como objetivo convertir el camino en un elemento de uso público, libre y gratuito, asegurando un uso racional y una adecuada conservación mediante medidas de mantenimiento y protección y políticas de sostenibilidad, educación y sensibilización ambiental.

En el año 2009, a su vez, se establece la colaboración entre el Consell Insular de Menorca y el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) para promover una serie de acciones destinadas a hacer más transitable el “Camino”: señalización, mejora de accesos, instalación de medidas de seguridad (pasarelas, barandillas), etc.

Toda esta mejora ha provocado que el sendero sea más transitable en su totalidad, incrementando la afluencia de usuarios y convirtiéndolo a su vez en un reclamo turístico de gran valor.

Buena práctica

En este caso la buena práctica sería trabajar en un producto fiel a la identidad de la isla. Utilizar un sendero que a lo largo de los siglos ha sido utilizado para otros fines con el objetivo de redefinirlo y darle un uso turístico.

Lo primordial en este proyecto ha sido empezar por crear un producto útil para la población local, para luego darle un uso turístico. La población cree en el proyecto, lo apoya, se identifica con él y por este motivo tiene éxito.

En un momento donde el turismo sostenible y el cuidado del medio ambiente juega un papel relevante, Menorca ha sabido potenciar la marca Reserva de la Biosfera dando una oferta muy definida y concreta, uniéndola además a otros aspectos relevantes de la isla como son su historia y su cultura ancestral.

Mala práctica

No se considera a día de hoy que exista ninguna mala práctica en este proyecto.

27. “El Camí de Cavalls és un element característic amb una importància històrica, cultural i recreativa considerable a Menorca.” (Minguell, L., et al., 2014).

5.4. Cambios de uso del territorio

- Parque Natural de la Península de Llevant

El Parque Natural de la Península de Llevant y las reservas naturales de Cap Ferrutx y de Cap des Freu están ubicadas al noreste de la isla de Mallorca, en el extremo septentrional de la Sierra de Llevant, en los términos municipales de Artà y Capdepera.

La Ley 1/1991, de espacios naturales y de régimen urbanístico de las áreas de especial protección de las Illes Balears, es sin duda una de las leyes más destacadas de las emanadas por el Parlamento Balear ya que ha posibilitado una protección territorial muy significativa en las zonas de mayor relevancia ambiental (Dubón, 2009).

La adquisición por parte del gobierno de Baleares de las fincas de Albarca y Es Verger en 1999, supuso el embrión de la creación del parque y los cabos, que se declararon Parque Natural mediante el Decreto 127/2001. Además, este lugar se encuentra en una zona de especial protección para las aves (ZEPA) y es un lugar de interés comunitario (LIC) según lo dispuesto en las directivas europeas de aves y hábitats. Por tanto, forma parte de la propuesta de contribución balear a la Red Natura 2000 de la Unión Europea. (<http://www.balearsnatura.com>).

Buena práctica

La declaración del Parque Natural de la Península de Llevant fue una apuesta importante para la zona. Dicho parque cuenta con un plan anual de gestión donde se llevan a cabo diferentes acciones de recuperación y mantenimiento, todo ello acompañado de rutas señalizadas y actividades de concienciación dirigidas tanto a los residentes como a los turistas.

El parque supone un gran reclamo para los turistas de las zonas turísticas de Cala Ratjada y Cala Millor.

Mala Práctica

En el año 2001 el parque de Llevant tenía una superficie de 24.507 hectáreas terrestres, además de una franja litoral de unas 5.275 hectáreas. Posteriormente, se procedió a su modificación reduciendo la superficie del mismo y cambiando el uso del territorio que pasa de ser zona protegida a abrirse la posibilidad de nuevas construcciones y nuevos usos.

- Sa Canova de Artà

En el año 1974 se inició un proyecto con el nombre de Bahía Nova, pasando a considerarse la zona de Sa Canova de Artà como Centro de Interés Turístico Nacional por su sistema dunar. En defensa de dicho paraje y con la ley 9/1988 del 21 de septiembre, se declara zona ANEI²⁸ y pasa a ser zona protegida.

28. ANEI: Área natural de especial interés.

Mala Práctica.

Actualmente vuelve a haber amenazas urbanísticas sobre este espacio, más concretamente:

1. La disposición adicional 1ª de la Ley 7/2012 de ordenación urbanística sostenible²⁹ abre la puerta a reactivar urbanizaciones abandonadas dentro de espacios naturales.
2. La disposición adicional 19ª de la Ley 8/2012 de Turismo³⁰ posibilita la construcción de grandes equipamientos en suelo rústico (campos de golf, campos deportivos, recreativos, culturales o cualquier otro tipo), aunque el Plan territorial los prohíba en su totalidad.
3. La ley de costas, modificada con la Ley 2/2013 por el gobierno nacional, desprotege buena parte de los sistemas dunares con una definición restrictiva de las que se incluyen en el dominio público marítimo y terrestre. (GOB, 2013).

Cabe recalcar el artículo 18 de la Ley 7/2012 sobre Modificaciones a la Ley 6/1997 de 8 de julio del suelo rústico de las Illes Balears, donde en el punto 4 se define lo que se entiende como declaración de interés general, que permite poder llevar a cabo actividades que contribuyan a la ordenación y desarrollo rural en suelo rústico. A su vez, define ordenación o desarrollo rurales como el conjunto de políticas públicas dirigidas al mantenimiento y la ampliación de la base económica del medio rural, es decir abre un abanico de posibilidades en zonas limitadas en el plan territorial, desprotegiendo áreas que turísticamente son valoradas por su alto interés medioambiental.

29. Más conocida como "Ley Company".

30. Más conocida como "Ley Delgado".

6. Conclusiones

Si bien el turismo constituye una importante fuente de riqueza para la región y un factor clave de crecimiento económico, es necesario valorar cómo esta entrada de divisas se reinvierte en el destino, qué impactos negativos puede conllevar esta actividad en los recursos naturales o en la cultura local y, en definitiva, qué riesgos conlleva el desarrollo turístico.

Para que un proyecto turístico sea viable, necesitamos de unos turistas satisfechos con su estancia en el destino pero también de una población receptora que esté a gusto con el proyecto y lo valore positivamente.

Cabe preguntarse si: ¿debemos simplemente dejar actuar al mercado dándole facilidades a las empresas inversoras y velando por los intereses de unos pocos o se debe planificar la actividad como un conjunto teniendo como objetivo final el bienestar de toda la sociedad? o ¿qué pasará cuando el turista, cada vez más inquieto a la hora de tomar sus propias decisiones y elegir sus vacaciones, demande espacios auténticos, que respeten el medio ambiente, la cultura y la tradición del lugar y ya no los podamos ofrecer?

Es importante pues, a la hora de planificar, tener en cuenta tanto los beneficios como los costes que puede conllevar la política turística que se va a llevar a cabo, teniendo bien presente el concepto de desarrollo sostenible.

Para conseguir una buena planificación turística, ésta debe ir acompañada de una buena planificación territorial y urbanística. Sin ellas lo único que se consigue es el desorden y la sobreexplotación de la primera línea de costa dejando de lado los usos del suelo que no sean considerados turísticos.

Es, por ello, sumamente importante integrar el turismo en la economía, medio ambiente y sociedad del espacio receptor y eso, sólo se consigue como ya se ha mencionado, con una buena planificación y gestión orientada hacia un desarrollo turístico sostenible.

No se trata tampoco de crear nueva normativa continuamente con nombres pomposos o que confundan como “ley general” cuando no lo es o que incluyan vocablos tales como sostenibilidad o protección ambiental, ampliamente aceptados por la sociedad; se trata de llenar de contenidos reales, prácticos y resolutivos la normativa vigente y dotar de recursos y capacidad legal a la institución que deba velar por su cumplimiento.

La planificación turística para que tenga sentido debería ser realista y consensuada entre los diferentes partidos políticos y las diferentes administraciones (estatal, autonómica, insular, municipal) para que así pueda desarrollarse con una coherencia en el tiempo y en el territorio.

7. Bibliografía

- Ajuntament de Calvià (1999). Calvià. Agenda Local 21. La sostenibilidad de un municipio turístico. Plan de acción. 10 líneas de acción estratégicas y 40 iniciativas.
- Antón Clavé, González Reverté, F. (2005). Fundamentos de planificación territorial. Planificación territorial del turismo (1ª edición en lengua castellana, pp.15-60). Barcelona. Editorial UOC.
- Artigues, A. A., Blázquez, M. (2012). ¿Reconversión o Desregulación? Análisis de planes de reconversión turístico – inmobiliaria de la Playa de Palma (Mallorca). *Cuadernos de Turismo*, Nº 29. p. 11-34.
- Artigues, A., Bauzá, A., Blázquez, M., González, J., Rullan, O., Vives, S., Yrigoy, I. (2013). La profundización de la vía urbano-turística-financiera en Palma (2007-2011): políticas y materialización en tiempos de crisis en Paisajes devastados. Después del ciclo inmobiliario: impactos regionales y urbanos de la crisis. Observatorio Metropolitano de Madrid (2013). p. 355-388.
- Artigues, A., Blázquez, M., Yrigoy I. Universitat de les Illes Balears. (2011) “Reactivando la “growth machine” de sol y playa: el proceso de reestructuración de la Playa de Palma (Mallorca)”. Seminario internacional: Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral.
- Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo. Naciones Unidas.(1987). Nuestro futuro común.
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. (1995). Carta del Turismo Sostenible. Lanzarote.
- Consell de Mallorca. (2004). Plan Territorial Mallorca consultado el mes de marzo 2014 en http://www.conselldemallorca.net/index.php?id_section=6973&id_parent=444&id_class=532 consultado marzo 2014.
- Consell Econòmic i Social de les Illes Balears. (2012). Dictamen núm. 3/2012, relatiu a l'Avantprojecte de llei de turisme de les Illes Balears. Publicado el 04 de mayo de 2012, desde <http://www.ces.es>
- Conselleria de Turisme i Esports. Govern de les Illes Balears. (2012). Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2012-2015.
- Consorci Platja de Palma (2009). Informes técnicos de las bases para la Revalorización integral de la Platja de Palma.
- Consorci Platja de Palma (2009). Platja de Palma. Un reto de futuro. Una oportunidad única. Un sueño realizable.
- Consorci Platja de Palma (2013), Plan de reconversión integral Platja de Palma. Memoria de ordenación. Apobación inicial.
- Decreto 103/1987, de 2 de octubre, sobre medidas transitorias de ordenación de los establecimientos hoteleros y alojamientos turísticos, BOCAIB nº 144 (1987).
- Decreto 127/2001, de 9 de noviembre, por el que se declaran el parque natural de la península de Llevant y las reservas naturales de Cap Farrutx y Cap des Freu. BOIB nº 140 (2001).

- Decreto 14/2000, de 4 de febrero, de modificación del Decreto 54/1995, de 6 de abril, mediante el cual se aprueba el Plan de Ordenación de la Oferta Turística de la Isla de Mallorca (POOT).
- Decreto 30/1984, de 10 de mayo, sobre medidas de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamientos turísticos, BOCAIB (1984).
- Decreto 54/1995, de 6 de abril, por el que se aprueba definitivamente el Plan de ordenación de la oferta turística de la isla de Mallorca. BOCAIB nº 69 (1995).
- Decreto Ley 1/2009, de 30 de enero, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en las Illes Balears. BOIB nº 17 ext. (2009).
- Decreto Ley 1/2013, de 7 de junio, de medidas urgentes de carácter turístico y de impulso de las zonas turísticas maduras. BOIB nº 82 (2013).
- Decreto Ley 8/2012, de 13 de julio, de medidas urgentes para la Platja de Palma. BOIB nº 101 (2012).
- Dierssen, M. (2009). Política espacial ante el paradigma territorial de crecimiento urbanístico: evaluación de la ordenación territorial pública, actual en la isla de Mallorca. *Estudio de casos sobre planificación regional* (p. 75-111). Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Dubón, M. (2009). Ordenación y gestión del territorio en Baleares. Fórum de Sostenibilidad 2009. p. 27-36.
- Europa Press (2014). Más crítica que la Ley de Turismo de Baleares fomenta la estacionalización. Publicada el 16 de agosto de 2013, en <http://www.europapress.es/illes-balears/noticia-mes-critica-ley-turismo-beneficia-tan-solo-parte-sector-hotelero-fomenta-estacionalizacion-20130816123930.html>
- Ferrer, J. L. (2013) Ley General Turística: una puerta abierta a todos los excesos. Publicada el 15 de abril de 2013, en <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2013/04/12/ley-general-turistica-puerta-abierta-excesos/614365.html>
- Gill, A., Williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities. *Tourism Management*. p. 212-220
- GOB. (2012). El CES critica durament la Llei de Turisme i adverteix que no es pot fer servir per derogar tàcitament normativa d'ordenació del territori. Publicado el 03 de mayo de 2012, en <http://www.gobmallorca.com/notes-informatives/territori-i-urbanisme/437-03052012>
- GOB. (2012). El GOB titlla la Llei Delgado de llei a la carta dels interessos turístics. Publicado el 17 de julio de 2012, en <http://www.gobmallorca.com/notes-informatives/territori-i-urbanisme/736-17072012>
- Greenpeace (2012). Destrucción a toda costa 2012: Informe sobre la situación económica y ambiental del litoral. 113-125.
- Gunn, G. A. (1993) *Tourism Planning: basics, concepts, cases*. London. Taylor & Francis.
- Hosteltur (2013) “Baleares no cambiará la ley en relación al alquiler turístico” publicado el 26 de agosto de 2013 en <http://www.hosteltur.com>.
- <http://www.balearsnatura.com>

- <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/planificacion-destinos-turisticos-necesidad-planificar/planificacion-destinos-turisticos-necesidad-planificar.pdf>
- IBANAT (2014) el Parque natural de la Península de Llevant <http://www.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M34&lang=ES&cont=21675> consultado Abril 2014.
- IBESTAT consultado el 10 de marzo de 2014 en <http://ibestat.caib.es/ibestat/inici>.
- Inskip, E. (1988) Tourism Planning: An Emerging Especialization. *Journal of the American Planning Association*, 54: 360-372.
- Inskip, E., (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. Van Nostrand Reinhold. Nueva York.
- Ley 1/1991, de 30 de enero, de espacios naturales y de régimen urbanístico de las áreas de especial protección de las Illes Balears. BOIB nº 31 (1991).
- Ley 12/1988, de 17 de noviembre, de campos de golf. BOCAIB nº 145 (1988).
- Ley 13/2000 de 21 de diciembre, del Camí de Cavalls de Menorca. BOIB nº 157 Ext. (2000).
- Ley 2/1999, de 24 de marzo, general turística de las Illes Balears. BOCAIB nº 41 (1999).
- Ley 2/2013, de 29 de mayo, de protección y uso sostenible del litoral y de modificación de la Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas. BOE nº 129 (2013).
- Ley 4/2010, de 16 de junio, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en las Illes Balears, BOIB nº 94 (2010).
- Ley 6/1990, de 6 de junio, de modificación de la Ley 12/1988 de campos de golf. BOCAIB nº 78 (1990).
- Ley 6/1999, de 3 de abril, de las directrices de ordenación territorial y medidas tributarias. BOCAIB nº 48 (1999).
- Ley 7/1988, de 1 de junio, de medidas transitorias de ordenación de establecimientos hoteleros y de alojamientos turísticos. BOCAIB nº 76 (1988).
- Ley 7/2012, de 13 de junio, de medidas urgentes para la ordenación urbanística sostenible. BOIB nº 91 (2012).
- Ley 8/1987, de 1 de abril, de Ordenación territorial de las Illes Balears. BOCAIB nº 51 (1987).
- Ley 8/2010, de 27 de julio, de medidas para la revalorización integral de la Platja de Palma, BOIB nº 112 (2010).
- Ley 8/2012, de 19 de julio, del turismo de las Illes Balears, BOIB nº 106 (2012).
- Ley 9/1988, de 21 de septiembre, de declaración de Sa Canova de Arta como área natural de especial interés. BOIB nº 120 (1988).
- Ley 9/1999, de 6 de octubre, de medidas cautelares y de emergencias relativas a la ordenación del territorio y el urbanismo en las Illes Balears. BOCAIB nº 128 (1999).
- Mallorca Confidencial (2012). El CES coincide con el GOB: No se puede usar la Ley de turismo para derogar, tácitamente normativa de ordenación del territorio. Publicada el 03 de mayo de 2012, en

<http://mallorcaconfidencial.com/el-ces-coincide-con-el-gob-no-se-puede-usar-una-ley-de-turismo-para-derogar-tacitamente-normativa-de-ordenacion-del-territorio>

- Melià Hotels International (2012), Calvià beach resort by Sol Hotels – Un mar de posibilidades.
- Minguell, L., Montero de Amezaga, K., Rossell, C., Ruiz, M^a B. (2014). Seguiment de la diagnosi socioambiental del Camí de Cavalls: sector nord-est. Universitat Autònoma de Barcelona.
- OMT (2013). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2013.
- OMT, Consejo Mundial de Viajes y Turismo y Consejo de la Tierra. (1996). Agenda 21 para la Industria Turística: hacia un Desarrollo Sostenible.
- OMT. (1999). Código ético mundial para el turismo. Santiago de Chile.
- OMT. Definición de turismo sostenible. Consultada el 23 de febrero de 2014 en <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
- Ortigón, E., Pacheco, J. F., Prieto, A. (2005). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Santiago de Chile. ILPES
- Picornell, C. (1986). Turismo y paisaje en las Islas Baleares (España). Contemporany ecological-geographical problems of the Mediterranean. p. 51-59.
- PNUMA, UICN, WWF. (1980). Estrategia Mundial para la Conservación.
- Rullan, O. (2007). *L'ordenació territorial a les Balears (segles XIX-XX)*. Quaderns d'història contemporània de les Balears, nº 53. Palma: Edicions Documenta Balear.
- Rullan, O. (2011) Las Políticas Territoriales de las Islas Baleares. Cuadernos Geográficos, 47, p. 403-428.
- Saavedra Guzmán, R. (1993). Planificación participativa: ¿un desafío? Revista Interamericana de Planificación, 26 (104), 90-99.
- Saavedra Guzmán, R., Castro Zea, L.E., Restrepo Quintero, O., Rojas Rojas, A. (2001). Planificación del desarrollo (2^a edición). Colección Estudios de Economía. Bogotá. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Santamarta, J. (2000). Turismo y medio ambiente. World Watch, 52-55.
- Valls, J.F., (1996): Las Claves del Mercado Turístico, Ediciones Deusto, S.A.
- Vera, F. (2002) “Estrategias de diversificación en destinos turísticos litorales. En Pardellas X. Estratgias turísticas urbanas. AEER. Vigo.