



Turisme i sostenibilitat. Una proposta metodològica per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal

Anna Torres Delgado

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.



UNIVERSITAT DE BARCELONA



Tesi Doctoral

TURISME I SOSTENIBILITAT.
UNA PROPOSTA METODOLÒGICA PER A
L'ESTUDI DE LA SOSTENIBILITAT
TURÍSTICA A ESCALA MUNICIPAL

Anna Torres Delgado

Barcelona 2012

UNIVERSITAT DE BARCELONA

Facultat de Geografia i Història

Departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfica Regional

Programa de doctorat en Geografia. Planificació Territorial i Gestió Ambiental

Tesi Doctoral

**TURISME I SOSTENIBILITAT.
UNA PROPOSTA METODOLÒGICA PER A
L'ESTUDI DE LA SOSTENIBILITAT
TURÍSTICA A ESCALA MUNICIPAL**

Anna Torres Delgado

Dirigida per: Dr. Francesc López Palomeque

Vist-i-plau,

Barcelona 2012

*A la meva família,
font d'inspiració i suport*

A. AGRAÏMENTS

Durant els quatre anys en què he estat treballant en aquesta Tesi Doctoral m'he format com a investigadora, però també he crescut com a persona. He acumulat coneixement sobre la recerca, en general, i sobre el turisme i la seva gestió i planificació en relació a la sostenibilitat, en concret. Però això no hagués estat possible sense l'ajuda inestimable de professors i companys de recerca de la Universitat de Barcelona. Precisament a tots ells és a qui vull agrair inicialment que la Tesi hagi arribat a bon port. Especialment ha estat important el meu director de Tesi, el Dr. Francesc López Palomeque, a qui agraeixo l'entusiasme i capacitat crítica que han forjat la meva aproximació a aquesta disciplina i els consells i directrius que m'han guiat en l'investigació. També al Dr. Jarkko Saarinen per haver-me acollit i dirigit durant la meva estada de recerca a la Universitat d'Oulu (Finlàndia), al Dr. Joan Albert López Bustins i al Dr. Javier Martín Vide pel seu suport en el tractament estadístic de dades, i a la Dra. Dolores Sánchez Aguilera i el Dr. Joan Tort Donada pels seus valuosos consells. Així com als companys i amics amb els que he viscut el dia a dia del doctorant, aprenent, rient i compartint experiències i coneixements. Gràcies la Berezi Elorrieta, la Pilar Leal, l'Alexis Sancho, el Josep Coma, l'Alfonso Martínez, el Carlos Guardia, la Roser Rodríguez, i molts més, pel seu suport i ànims.

Vull fer esment també al Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional (ANTERRIT), 2009SGR 253, i en especial als integrants del Projecte d'Investigació CSO2008-03315 i CSO2011-27230 dels quals he après a treballar en equip i a reflexionar des de diferents disciplines i àmbits professionals. Sense oblidar, l'oportunitat d'haver col·laborat amb el professor Xavier Font Urgell en la docència de l'assignatura "Turisme i Territori a Catalunya" de la Llicenciatura de Geografia.

La investigació també ha comptat amb la col·laboració de tècnics dels Ajuntaments i Oficines de Turisme dels municipis d'estudi, així com d'altres organismes de gestió i planificació turística. Agraeixo també els coneixements aportats pel Sr. Enric González Milà, cap del Servei de Planificació Turística de la Direcció General de Turisme, i el suport documental de la Sra. Montserrat Llopis i Sra. Conxa González de la Biblioteca de Turisme del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Finalment, agraeixo a tots els meus amics el seu suport incondicional. I dedico expressament aquesta Tesi a la meva família, que m'ha guiat i inspirat per ser el que avui sóc. Perquè m'han ajudat a avançar, decidir i superar, però sobretot per haver-hi estat quan els he necessitat.

B. ÍNDEX

A. AGRAÏMENTS.....	I
B. ÍNDEX.....	III
C. ÍNDEX DE FIGURES, TAULES I IMATGES.....	IX
D. GLOSSARI ACRÒNIMS.....	XV
E. PREÀMBUL.....	XIX
CAPÍTOL 1. PLANTEJAMENT DE LA RECERCA.....	1
1.1. PRESENTACIÓ.....	2
1.2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS DE L'ESTUDI.....	5
1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓ.....	7
1.3.1. El mètode i els instruments.....	7
1.3.1.1. La recerca bibliogràfica.....	7
1.3.1.2. L'estudi de casos.....	7
1.3.2. L'àmbit territorial d'aplicació.....	9
1.3.3. El desenvolupament de les fases d'investigació i estructura de la Tesis.....	10
1.4. FONTS D'INFORMACIÓ.....	13
CAPÍTOL 2. TURISME I SOSTENIBILITAT.....	15
2.1. EL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE I EL TURISME.....	16
2.2. DEFINICIONS I CONSIDERACIONS SOBRE EL TURISME SOSTENIBLE.....	22
2.3. LES TRES DIMENSIONS DEL TURISME SOSTENIBLE.....	30
2.3.1. Dimensió social.....	30
2.3.2. Dimensió econòmica.....	34
2.3.3. Dimensió ambiental.....	37
2.4. CREACIÓ I ÚS INSTITUCIONAL DEL CONCEPTE DE TURISME SOSTENIBLE.....	42
2.4.1. Àmbit internacional.....	42

2.4.2. Àmbit europeu.....	57
2.4.3. Àmbit espanyol.....	73
2.4.4. Àmbit català.....	81
2.4.5. Valoració de l'aportació de les iniciatives institucionals al concepte de turisme sostenible.....	88
2.5. APLICACIÓ DELS PRINCIPIS DE SOSTENIBILITAT A ACTIVITATS TURÍSTIQUES: CASOS SELECCIONATS.....	91
2.5.1. Certificacions ambientals.....	93
2.5.2. Productes turístics.....	95
2.5.2.1. <i>Multiactivitat al camp de neu de la Rabassa (Andorra)</i>	95
2.5.2.2. <i>Agroturisme a la serra de Castelltallat (Catalunya).....</i>	96
2.5.3. Empreses turístiques.....	98
2.5.3.1. <i>Operador turístic TUI.....</i>	98
2.5.3.2. <i>Agències de viatges: viajesresponsables.com i Rainforest Expeditions.....</i>	99
2.5.3.3. <i>Cadena hotelera Sol Meliá.....</i>	100
2.5.3.4. <i>Companyia àrea KLM.....</i>	101
2.5.4. Xarxes de coneixement i cooperació.....	102
2.5.4.1. <i>ECOTRANS, Xarxa Europea per al Desenvolupament del Turisme Sostenible.....</i>	102
2.5.4.2. <i>REDTURS, Xarxa de Turisme Comunitari a Amèrica Llatina.....</i>	103
2.5.4.3. <i>Xarxa SOLC - Associació Municipi, Turisme i Paisatge (Catalunya).....</i>	104
2.5.5. Valoració de l'aplicació de la sostenibilitat al sector turístic.....	105
CAPÍTOL 3. INSTRUMENTS D'IDENTIFICACIÓ I QUANTIFICACIÓ DE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA.....	109
3.1. CONSIDERACIONS TEÒRIQUES SOBRE ELS INDICADORS EN RELACIÓ A LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA.....	110
3.1.1. Definició i caracterització dels indicadors.....	110
3.1.2. Models d'organització d'indicadors.....	114
3.1.2.1. <i>Model d'organització segons els medis.....</i>	115

3.1.2.2. Model d'organització segons els sectors.....	116
3.1.2.3. Model d'organització segons les dimensions.....	116
3.1.2.4. Model d'organització segons els àmbits temàtics i subtemes.....	117
3.1.2.5. Model d'organització sistèmic.....	118
3.1.2.6. Model d'organització causal.....	122
3.1.3. Els sistemes d'indicadors.....	125
3.1.4. Els indicadors complexos o índexs.....	128
3.1.5. La construcció d'índexs.....	131
3.2. L'ÚS D'INDICADORS PER A LA MEDICIÓ DEL DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE: ESTAT DE LA QÜESTIÓ.....	137
3.3. VALORACIÓ DEL SIGNIFICAT I APORTACIÓ DELS INDICADORS.....	142
CAPÍTOL 4. PROPOSTA DE SISTEMA D'INDICADORS PER A L'AVAUACIÓ DE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA A ESCALA MUNICIPAL.....	145
4.1. ELS INSTRUMENTS: INDICADORS I SISTEMA D'INDICADORS PROPOSAT.....	146
4.1.1. La selecció d'indicadors.....	147
4.1.2. El model d'organització d'indicadors.....	157
4.1.3. Ajust del sistema d'indicadors a través del mètode Delphi.....	160
4.1.3.1. La construcció de l'Enquesta Delphi i la seva aplicació.	160
4.1.3.2. Els resultats de l'Enquesta Delphi.....	167
4.1.3.3. Els ajustos introduïts segons la valoració de resultats..	175
4.2. EL PROCEDIMENT METODOLÒGIC: RECOLLIDA I TRACTAMENT DE DADES.....	178
4.2.1. La recollida sistemàtica de dades i l'aplicació del sistema d'indicadors.....	178
4.2.2. El tractament i representació de la informació.....	181
4.3. L'ÀMBIT D'ESTUDI: CATALUNYA.....	182
4.3.1. Apunts històrics sobre el turisme a Catalunya.....	183
4.3.2. El territori i el turisme: una relació causa-efecte.....	190

4.3.2.1. Turisme en àrees litorals.....	190
4.3.2.2. Turisme en àrees de muntanya.....	192
4.3.2.3. Turisme en àrees urbanes.....	193
4.3.2.4. Turisme en àrees rurals o d'interior.....	195
4.3.3. Trets bàsics dels components del turisme.....	196
4.3.4. La planificació i gestió turística actual.....	203
4.3.4.1. Òrgans de gestió turística autonòmica.....	204
4.3.4.2. Legislació i planificació vigent en matèria de turisme..	205
4.3.5. La selecció dels casos d'estudi.....	207
CAPÍTOL 5. APLICACIÓ DEL SISTEMA D'INDICADORS: ESTUDI DE CASOS.....	215
5.1. CARACTERITZACIÓ BÀSICA DELS MUNICIPIS D'ESTUDI.....	216
5.1.1. Els municipis d'estudi de la marca turística Catalunya Central...	218
5.1.1.1. Piera.....	219
5.1.2. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa Brava.....	220
5.1.2.1. Roses.....	222
5.1.2.2. Castelló d'Empúries.....	223
5.1.2.3. L'Escala.....	224
5.1.2.4. Torroella de Montgrí.....	225
5.1.2.5. Girona.....	226
5.1.2.6. Lloret de Mar.....	227
5.1.3. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa Daurada.....	228
5.1.3.1. El Vendrell.....	230
5.1.3.2. Tarragona.....	231
5.1.3.3. Salou.....	232
5.1.4. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa de Barcelona.	233
5.1.4.1. Calella.....	234
5.1.4.2. Sitges.....	235

5.1.4.3. <i>Mediona</i>	237
5.1.5. Els municipis d'estudi de la marca turística Pirineus.....	238
5.1.5.1. <i>Alp</i>	239
5.1.5.2. <i>Llívia</i>	240
5.1.5.3. <i>Camprodon</i>	241
5.1.5.4. <i>La Vall de Boí</i>	242
5.1.6. Els municipis d'estudi de la marca turística Terres de l'Ebre.....	244
5.1.6.1. <i>L'Ampolla</i>	245
5.1.6.2. <i>Alcanar</i>	246
5.1.7. Els municipis d'estudi de la marca turística Vall d'Aran.....	247
5.1.7.1. <i>Naut Aran</i>	248
5.2. APLICACIÓ DEL SISTEMA D'INDICADORS.....	250
5.2.1. Indicadors de sostenibilitat sociocultural.....	251
5.2.2. Indicadors de sostenibilitat econòmica.....	270
5.2.3. Indicadors de sostenibilitat ambiental.....	300
5.3. DISCUSSIÓ DEL SISTEMA D'INDICADORS.....	327
CAPÍTOL 6. PROPOSTA D'ÍNDIX DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA (ISOST).....	329
6.1. LA CONSTRUCCIÓ DE L'ÍNDIX DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA (ISOST)	330
6.1.1. La selecció dels indicadors simples.....	330
6.1.2. La fórmula de l'índex ISOST.....	336
6.2. APLICACIÓ DE L'ÍNDIX ISOST.....	339
6.2.1. Rànquing dels municipis d'estudi segons el grau de sostenibilitat turística.....	339
6.2.2. L'índex ISOST municipi a municipi.....	342
6.2.2.1. <i>Municipis més sostenibles turísticament</i>	344
6.2.2.2. <i>Municipis sostenibles turísticament</i>	352
6.2.2.3. <i>Municipis poc sostenibles turísticament</i>	366
6.2.2.4. <i>Municipis molt poc sostenibles turísticament</i>	376

6.3. DISCUSSIÓ DE L'ÍNDIX ISOST.....	384
CAPÍTOL 7. CONCLUSIONS.....	387
7.1. CONCLUSIONS SOBRE EL TURISME SOSTENIBLE I LES METODOLOGIES D'ESTUDI RELACIONADES.....	388
7.2. CONCLUSIONS SOBRE LA PROPOSTA METODOLÒGICA PER A L'ESTUDI DE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA A ESCALA MUNICIPAL.....	391
7.3. CONCLUSIONS SOBRE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA DELS MUNICIPIS D'ESTUDI.....	393
7.4. DISCUSSIÓ DE LES HIPÒTESIS INICIALS.....	397
7.5. CONSIDERACIONS FINALS.....	399
G. FONTS D'INFORMACIÓ.....	XXI
H. ANNEXOS.....	XXXIX

C. ÍNDEX DE FIGURES, TAULES I IMATGES

FIGURES

Figura 1. Fases del procés d'investigació.....	12
Figura 2. Model conceptual del turisme sostenible.....	24
Figura 3. El turisme sostenible i la quàdruple evolvent de la sostenibilitat.....	25
Figura 4. El territori, suport de l'activitat i part del producte turístic.....	38
Figura 5. Models d'explotació dels recursos turístics.....	39
Figura 6. Eixos clau d'actuació del <i>Plan del Turismo Español horizonte 2020...</i>	80
Figura 7. Eixos i programes del <i>Plan del Turismo Español 2008-2012.....</i>	81
Figura 8. Iniciatives institucionals clau en el desenvolupament del concepte de turisme sostenible.....	89
Figura 9. Procés d'elaboració d'índexs.....	113
Figura 10. Model d'organització d'indicadors proposat per Meadows (1998)....	120
Figura 11. Model d'organització d'indicadors proposat per Bossel (1999).....	121
Figura 12. Model d'organització d'indicadors de la BADESALC.....	121
Figura 13. Model d'organització d'indicadors PSR.....	122
Figura 14. Model d'organització d'indicadors DPSIR.....	123
Figura 15. Model DPSIR utilitzat en el cicle de vida polític.....	124
Figura 16. Cicle de l'indicador.....	125
Figura 17. Esquema conceptual del procés de construcció d'índexs.....	132
Figura 18. Procediment per a construir el sistema d'indicadors proposat.....	147
Figura 19. Fases del mètode Delphi.....	161
Figura 20. Enquesta Delphi sobre la quantificació de la sostenibilitat turística a escala municipal (2011).....	162
Figura 21. Número d'experts segons la fase de l'Enquesta Delphi (2011).....	165
Figura 22. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 1: Quants indicadors considera òptims per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal?.....	167
Figura 23. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 2: Quins considera que són els 4 criteris més importants alhora de seleccionar els indicadors per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal?.....	168
Figura 24. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 3: Quin model per organitzar els indicadors seleccionats considera més adient per a estructurar el sistema d'indicadors de sostenibilitat turística?.....	169

Figura 25. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 4: Quina aproximació creu que és més correcta per a definir els límits de referència per a la sostenibilitat turística?.....	170
Figura 26. Enquesta Delphi (2011). Dimensió social: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.....	172
Figura 27. Enquesta Delphi (2011). Dimensió econòmica: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.....	173
Figura 28. Enquesta Delphi (2011). Dimensió ambiental: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.....	174
Figura 29. Procediment esquemàtic de l'aplicació del sistema d'indicadors en els municipis d'estudi.....	180
Figura 30. Model de Fitxa a desenvolupar per a cada indicador.....	181
Figura 31. Evolució del turisme i fites destacades del seu desenvolupament a Catalunya.....	189
Figura 32. Evolució de turistes a Catalunya segons procedència (2000-10).....	198
Figura 33. Procedència dels turistes que visiten Catalunya (2010).....	198
Figura 34. Turistes segons procedència i destinació (2010).....	199
Figura 35. Estacionalitat de viatges d'estrangers a Catalunya (2001-2010).....	200
Figura 36. Allotjament turístic convencional segons marques turístiques (2011).....	202
Figura 37. Segones residències segons marques turístiques (2001).....	203
Figura 38. Identificació dels quatre entorns geoturístics de Catalunya.....	211
Figura 39. Grau d'especialització turística dels municipis de Catalunya (2011).	211
Figura 40. Pes de l'allotjament turístic en els municipis respecte la comarca (2011).....	212
Figura 41. Pes de l'allotjament turístic en els municipis respecte Catalunya (2011).....	212
Figura 42. Municipis d'estudi seleccionats segons entorns geogràfics.....	213
Figura 43. Marques turístiques de Catalunya (2012).....	217
Figura 44. Localització de la marca turística de Catalunya Central i els municipis d'estudi.....	219
Figura 45. Localització de la marca turística de la Costa Brava i els municipis d'estudi.....	221
Figura 46. Localització de la marca turística de la Costa Daurada i els municipis d'estudi.....	229
Figura 47. Localització de la marca turística de la Costa de Barcelona i els municipis d'estudi.....	234

Figura 48. Localització de la marca turística de Pirineus i els municipis d'estudi.....	238
Figura 49. Localització de la marca turística de les Terres de l'Ebre i els municipis d'estudi.....	244
Figura 50. Localització de la marca turística de la Vall d'Aran i els municipis d'estudi.....	248
Figura 51. Municipis d'estudi segons grau de sostenibilitat turística.....	341
Figura 52. Model de Fitxa per a l'anàlisi de l'índex ISOST en cada municipi.....	343

TAULES

Taula 1. Justificacions teòriques que exigeixen el principi de sostenibilitat en tot procés de desenvolupament.....	28
Taula 2. Etapes de relació turista-resident (Doxley, 1975) versus Etapes d'evolució de la destinació turística (Butler, 1980).....	32
Taula 3. Impactes socioculturals del turisme.....	34
Taula 4. Impactes econòmics del turisme.....	36
Taula 5. Impactes ambientals del turisme.....	41
Taula 6. Iniciatives institucionals en l'àmbit internacional que incorporen el concepte de turisme sostenible.....	43
Taula 7. Objectius per al desenvolupament sostenible del sector turístic segons l'A21 per a la Indústria de Viatges i Turisme (1996).....	46
Taula 8. Accions prioritàries pel desenvolupament sostenible del turisme segons l'A21 per a la Indústria de Viatges i Turisme (1996).....	47
Taula 9. Resum dels principis recollits a la Declaració de Calvià (1997).....	48
Taula 10. Resum de les mesures proposades a l'epígraf 43 del Pla d'Aplicació de les Decisions de la CMDS de Johannesburg (2002).....	53
Taula 11. Resum de les recomanacions presentades al Full de Ruta per a la Recuperació (2008).....	57
Taula 12. Iniciatives institucionals en l'àmbit europeu que incorporen el concepte de turisme sostenible.....	58
Taula 13. Resum dels eixos estratègics presentats al Pla d'Accions Comunitàries a Favor del Turisme (1993-1995).....	60
Taula 14. Objectius clau per a un turisme europeu sostenible segons l'A21-Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa (2002).....	65
Taula 15. Resum d'orientacions recollides al document d'Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu (2003).....	67
Taula 16. Aspectes centrals de la Política turística europea renovada proposada a la comunicació Una Nova Política Turística a la UE (2006).	70
Taula 17. Iniciatives institucionals en l'àmbit espanyol que incorporen el concepte de turisme sostenible.....	73

Taula 18. Mesures per a integrar el desenvolupament sostenible en les polítiques turístiques segons la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (2003).....	79
Taula 19. Iniciatives institucionals en l'àmbit català que incorporen el concepte de turisme sostenible.....	82
Taula 20. Resum dels punts recollits en Un Decàleg per al Segle XXI (2001)...	84
Taula 21. Principals magnituds de sostenibilitat de Sol Meliá (2009).....	101
Taula 22. Condicions generals dels bons indicadors.....	112
Taula 23. Model d'organització d'indicadors de BADEIMA.....	116
Taula 24. Model d'organització d'indicadors de la CDS.....	118
Taula 25. Criteris de selecció d'indicadors simples per a la construcció d'un sistema d'indicadors.....	127
Taula 26. Passos clau per a la construcció d'un indicador complex.....	133
Taula 27. Mètodes de normalització.....	134
Taula 28. Alguns índexs de desenvolupament sostenible i els seus principals atributs d'elaboració.....	136
Taula 29. Principals fortaleses i debilitats dels indicadors.....	144
Taula 30. Indicadors per a quantificar la sostenibilitat turística, a partir de la revisió bibliogràfica inicial.....	148
Taula 31. Objectius del turisme sostenible.....	149
Taula 32. Indicadors seleccionats per a mesurar la sostenibilitat turística, segons els objectius específics del turisme sostenible.....	151
Taula 33. Indicadors seleccionats per a mesurar la sostenibilitat turística i els seus aspectes metodològics i conceptuals.....	153
Taula 34. Sistema inicial d'indicadors de sostenibilitat turística.....	158
Taula 35. Experts que han participat en l'Enquesta Delphi (2011).....	166
Taula 36. Enquesta Delphi (2011). Nous indicadors proposats pels experts enquestats.....	170
Taula 37. Sistema definitiu d'indicadors de sostenibilitat turística.....	177
Taula 38. Variables simples per al càlcul dels indicadors proposats.....	179
Taula 39. Allotjament turístic convencional a Catalunya (2000-2011).....	201
Taula 40. Municipis d'estudi seleccionats per aplicar el sistema d'indicadors....	214
Taula 41. Municipis turístics d'estudi segons marca turística.....	218
Taula 42. Indicadors de sostenibilitat sociocultural.....	251
Taula 43. Indicadors de sostenibilitat econòmica.....	270
Taula 44. Indicadors de sostenibilitat ambiental.....	300
Taula 45. Indicadors simples escollits per a l'elaboració de l'ISOST.....	333

Taula 46. Coeficients absoluts de correlació de Pearson entre els indicadors seleccionats per a construir de l'ISOST.....	335
Taula 47. Indicadors simples definitius per a l'elaboració de l'ISOST.....	335
Taula 48. Indicadors i pesos per la construcció de l'índex ISOST.....	338
Taula 49. Els principals atributs d'elaboració del ISOST.....	338
Taula 50. Rànquing dels municipis d'estudi segons l'ISOST.....	340
Taula 51. Els líndars de sostenibilitat turística de l'índex ISOST.....	341
Taula H1. Fitxers continguts en el CD d'annexos.....	XXXIX

IMATGES

Imatge E1. Portada de l'Atles del Turisme a Catalunya.....	XX
Imatge E2. Portada del Pla d'implementació dels recursos turístics intangibles de Catalunya.....	XX
Imatge 1. Portada del document Codi Ètic Mundial per al Turisme.....	51
Imatge 2. Portada de la guia Per un Turisme Més Sostenible.....	55
Imatge 3. Portada del document Agenda Insular Europea.....	61
Imatge 4. Portada del document Turisme Sostenible i Xarxa Natura 2000.....	62
Imatge 5. Portada de l'informe Medi Ambient a Europa. Tercera Avaluació.....	68
Imatge 6. Portada del document Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Espanyol.....	76
Imatge 7. Activitats turístiques al camp de neu de la Rabassa.....	96
Imatge 8. Rutes amb caravana i cavall per la serra de Castelltallat.....	97
Imatge 9. Cartells de promoció turística editats per l'Oficina del Turisme de Catalunya i el Patronato Nacional de Turismo a principis del segle XX...	184
Imatge 10. Portades de la revista mensual de promoció turística editada per la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona: Barcelona Atracción..	185
Imatge 11. La diversitat morfològica i paisatgística del litoral català: Sitges i Calella de Palafrugell.....	191
Imatge 12. Cases senyorials de Piera.....	220
Imatge 13. La Ciutadella de Roses.....	222
Imatge 14. Canal de la Marina residencial d'Empúriabrava a Castelló d'Empúries.....	223
Imatge 15. Ruïnes d'Empúries a L'Escala.....	224
Imatge 16. Port nàutic de L'Estartit.....	226
Imatge 17. Catedral de Santa Maria de Girona.....	227
Imatge 18. Front marítim de Lloret de Mar.....	228
Imatge 19. Vil·la Casals (Museu Pau Casals) de El Vendrell.....	230

Imatge 20. Amfiteatre romà de Tarragona (Patrimoni Mundial per UNESCO)...	231
Imatge 21. Platja de Llevant de Salou.....	233
Imatge 22. Front marítim de Calella.....	235
Imatge 23. Casa Manuel Planas Carbonell a Sitges.....	236
Imatge 24. Castell de Mediona.....	237
Imatge 25. Urbanització a peu de pista de l'estació de La Molina.....	239
Imatge 26. Museu de la farmàcia de Llivia.....	241
Imatge 27. Ca l'Oliveda, casa dels primers estiuejants de Camprodon.....	242
Imatge 28. Església de St. Climent de Taüll a la Vall de Boí (Patrimoni Mundial per UNESCO).....	243
Imatge 29. Senyalització de La bassa de les Olles al Parc Natural Delta de l'Ebre a l'Ampolla.....	245
Imatge 30. Parc arqueològic de la Moleta del Remei a Alcanar.....	246
Imatge 31. Urbanitzacions de Vaquèira (Naut Aran).....	249

D. GLOSSARI ACRÒNIMS

ACA	Agència Catalana de l'Aigua
ACEM	Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya
AEMA	Agència Europea del Medi Ambient
ANG	Associació de Naturalistes de Girona
ARC	Agència de Residus de Catalunya
BADEIMA	Base de Dades d'Estadístiques i Indicadors Ambientals
BADESALC	Base de Dades d'Indicadors de Desenvolupament Sostenible
CAT	Centres d'Acollida Turística
CCE	Comissió de les Comunitats Europees
CDS	Comissió de Desenvolupament Sostenible
CE	Comissió Europea
CEEAT	Centre Europeu per l'Eco-Agro Turisme
CEDSI	Conferència Europea sobre Desenvolupament Sostenible de les Illes
CEPAL	Comissió Econòmica per a l'Amèrica Llatina
CIMMABT	Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme
CITDSM	Conferència Internacional sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible en el Mediterrani
CITTIB	Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears
CMAPTMA	Conferència de Ministres de l'Àsia i el Pacífic sobre Turisme i Medi Ambient
CMDS	Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible
CME	Cimera Mundial de l'Ecoturisme
CMTS	Conferència Mundial de Turisme Sostenible
CMVT	Consell Mundial de Viatges i Turisme
CNUMAD	Conferència de les Nacions Unides sobre Medi Ambient i Desenvolupament
CRT	Comitè de Reactivació del Turisme
CTC	Congrés de Turisme de Catalunya
CTS	Comitè de Turisme Sostenible
CUE	Consell de la Unió Europea
DCTC	Departament de Comerç, Turisme i Consum
DGCA	Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental
DGT	Direcció General de Turisme

DPSIR	Model Driving forces–Pressure–State–Impact–Response
DSCWG	Douglas Shire Community Working Group
DSR	Model Driving forces–State–Response
EC	Conferència Euromeeting
ECOTRANS	Xarxa per al Turisme Sostenible a Europa
EMAS	Sistema Comunitari de Gestió i Auditoria Mediambientals
ERC	Esquerra Republicana de Catalunya
FET	Fòrum Europeu del Turisme
FOMIT	Fons financer per la Modernització d'Infraestructures Turístiques
FUC	Fòrum Universal de les Cultures
GST	Grup per a la Sostenibilitat del Turisme
IATA	Associació Internacional de Transport Aeri
ICAEN	Institut Català de l'Energia
ICC	Institut Cartogràfic de Catalunya
ICLEI	Consell Internacional per les Iniciatives Ambientals Locals
ICO	Institut de Crèdit Oficial
ICV	Iniciativa per Catalunya Verds
IDESCAT	Institut d'Estadística de Catalunya
IDH	Índex de Desenvolupament Humà
IMD	Intensitat Mitjana Diària
INE	Institut Nacional d'Estadística
IPH	Índex de Pobresa Humana
IPT	Índex de Penetració Turística
IPV	Índex del Planeta Viu
IRS	Índex de Rendiment Sostenible
ISA	Índex de Sostenibilitat Ambiental
ISG	Índex Sintètic Global
ISOST	Índex de Sostenibilitat Turística
MEH	Ministeri d'Economia i Hisenda
MITYC	Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç
MMA	Ministeri de Medi Ambient
MFQ	Model-Flux-Qualitat
NCST	Xarxa de Ciutats per un Turisme Sostenible
NECSTouR	Xarxa de Regions Europees per a un Turisme Sostenible i Competitiu

NU	Nacions Unides
OCDE	Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic
OMT	Organització Mundial del Turisme
OT	Oficina de Turisme
OTC	Observatori de Turisme de Catalunya
PDT	Pla de Dinamització Turística
PE	Parlament Europeu
PET	Pla d'Excel·lència Turística
PETC	Pla Estratègic del Turisme a Catalunya
PIB	Producte Interior Brut
PICTE	Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol
PNUD	Programa de Nacions Unides per al Desenvolupament
PNUMA	Programa de les Nacions Unides pel Medi Ambient
PTE	Població Turística Equivalent
PTP	Població Total Present
PSC	Partit dels Socialistes de Catalunya
PSR	Model Pressure–State–Response
RLTMEST	Reunió de Líders del Turisme Mundial sobre els Efectes Socials del Turisme
SGA	Sistemes de Gestió Ambiental
SIG	Sistemes d'Informació Geogràfica
ST INDEX	Índex de Turisme Sostenible
TOI	Iniciativa dels Tour Operadors
UE	Unió Europea
UICN	Unió Mundial per a la Naturalesa
UNESCO	Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura
WCED	Comissió Mundial sobre Medi Ambient i Desenvolupament
WWF	Fons Mundial per la Natura

E. PREÀMBUL

La present Tesi Doctoral s'ha desenvolupat en el marc del Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional (ANTERRIT) 2009SGR 253 de la Generalitat de Catalunya, i ha estat finançada per una beca APIF (Ajuts de Personal Investigador en Formació) de la Universitat de Barcelona (UB) adscrita al programa de doctorat H0H01 - Geografia Aplicada i Recerca Avançada. S'ha realitzat en el Departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfica Regional de la UB en el període comprès entre Octubre 2008 i Setembre 2012.

La recerca s'ha inclòs en els següents projectes:

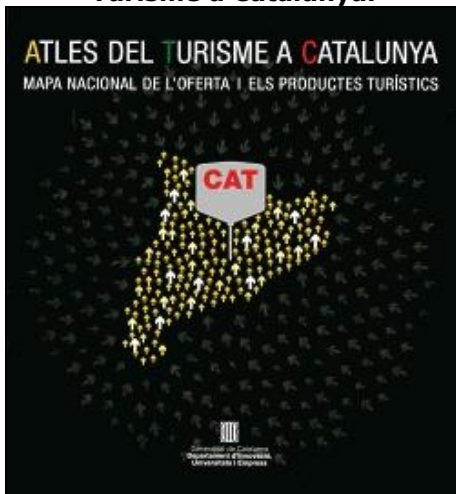
- 2012-2014. Projecte finançat pel Ministerio de Ciencia e Innovación a la UB: "Nuevos turismos y desarrollo territorial en un contexto de cambio. Experiencias y oportunidades de los espacios turísticos de interior en España". Referència: CSO2011-27230. Programa de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada.
- 2009-2011. Projecte finançat pel Ministerio de Educación y Ciencia a la UB: "Nuevo turismo y desarrollo territorial sostenible: análisis y evaluación de la intensificación y extensión espacial del turismo en la Cataluña interior". Referència: CSO2008-03315/GEOG. NIFU-Programa Nacional de Investigación Fundamental.

Paral·lelament a l'activitat investigadora també he participat en diversos projectes amb l'administració pública:

- "Atlas de Turismo de Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics de Catalunya", Universitat de Barcelona (UB) i Departament d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.
- "Directrius per l'articulació d'una oferta turística integral vinculada al riu Llobregat (comarques del Berguedà, Bages i Baix Llobregat)", Universitat de Barcelona (UB) i Departament d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.
- "Pla d'implementació dels recursos turístics intangibles de Catalunya", IBERTUR-Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible i Dept. d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

Poder combinar la investigació bàsica i aplicada ha resultat en una clara retroalimentació entre els projectes. Els conceptes teòrics apresos en la recerca bàsica s'han aplicat a projectes concrets, revertint en benefici de la societat. I viceversa, l'enfocament pragmàtic requerit pels projectes ha fet que la investigació fos més realista, i propera a la seva aplicació pràctica.

Imatge E1. Portada de l'Atles del Turisme a Catalunya.



Font: Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya

Imatge E2. Portada del Pla d'implementació dels recursos turístics intangibles de Catalunya.



Font: Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya

CAPÍTOL 1

PLANTEJAMENT DE LA RECERCA

Aquest capítol és una introducció al contingut de la Tesi Doctoral i presenta un esbós general del seu plantejament i desenvolupament metodològic. Es tracta d'una breu exposició del que es farà a llarg de la investigació i de la justificació del perquè i el com. Així, doncs, es formula primer de tot l'interès científic que té l'estudi per a seguidament presentar-ne els objectius i les hipòtesis de partida. D'acord amb aquestes premisses, es desenvolupa la metodologia genèrica que ha de permetre complir les fites plantejades i les fonts d'informació necessàries per a establir l'estat de la qüestió i realitzar el tractament estadístic.

1.1. PRESENTACIÓ

Avui en dia ningú posa en dubte que l'activitat turística ha de ser una pràctica sostenible que contribueixi al desenvolupament econòmic, l'equitat social, la revalorització cultural i la preservació de l'entorn. Tanmateix, aconseguir un turisme sostenible no és fàcil, sobretot tenint en compte que la imprecisió del concepte dificulta la seva aplicació. De fet, aquesta vaguetat és la principal raó de la difusió i acceptació del terme en general, però també del seu ús retòric i pèrdua de significat (López Palomeque, 2007). La marca de "turisme sostenible" ha passat a adjectivar moltes pràctiques turístiques que difícilment compleixen els principis del desenvolupament sostenible, o bé que ho fan de manera parcial per una de les seves dimensions (econòmica, social o ambiental). Cal doncs, aclarir el concepte i dotar-lo d'instruments que permetin transformar la idea teòrica en valor pràctic, és a dir, en una sèrie de paràmetres identificables i quantificables. Amb aquest pas el turisme sostenible ha de deixar de ser una estratègia general, amb moltes possibles interpretacions i actuacions, i convertir-se una realitat assolible i adaptada a les circumstàncies específiques de cada lloc. És necessari desenvolupar metodologies d'identificació i quantificació d'impactes del turisme per a facilitar la incorporació de la sostenibilitat en els processos de decisió i gestió.

Des del moment en què la sostenibilitat esdevé un objectiu primordial en el sector turístic, sorgeix la necessitat de quantificar les variables del turisme, doncs sense un coneixement i una disponibilitat d'instruments de control i supervisió el terme "sostenible" esdevé buit de significat. Fa anys que nombrosos documents institucionals de política turística insisteixen en la necessitat de desenvolupar instruments per a mesurar la sostenibilitat del sector. En *Agenda 21 per a la Indústria de Viatges i Turisme* de 1996 s'establia com a prioritat "establir indicadors realistes de desenvolupament turístic sostenible, aplicables a nivell local i nacional, a partir dels quals el progrés es pogués monitoritzar i avaluar" (Organització

Mundial del Turisme -OMT-, 1996:51); i, anys després, el document *Orientacions bàsiques per a la sostenibilitat del turisme europeu* reiterava que "es necessiten de forma urgent tècniques viables d'anàlisi de la capacitat d'acollida, mecanismes d'informació sobre sostenibilitat fàcils de manejar per als usuaris, i millors sistemes estadístics de supervisió i indicadors que proporcionin informació per gestionar l'oferta i la demanda del sector turístic" (Comissió de les Comunitats Europees - CCE-, 2003:14). En l'àmbit estatal l'*Estrategía Española de Desarrollo Sostenible*, en l'apartat dedicat a turisme sostenible, especificava que una de les línees d'actuació clau era la "*Realització d'estudis i investigacions sobre sostenibilitat del turisme i construcció d'un sistema d'indicadors*" (Ministeri de Medi Ambient -MMA-, 2003a:185). També el món acadèmic ho reclamava, tal i com Butler comenta "*la necessitat de recerca més important és el desenvolupament de mesures de sostenibilitat i l'aplicació d'aquestes a les formes existents i noves de desenvolupament turístic per a ajudar a determinar com s'afecta a la sostenibilitat i com aquesta es pot aconseguir, és a dir, per a posar en pràctica el concepte i avaluar la seva operativitat*" (Butler, 1999:20). I Ko (2005:432) ho justifica dient que "*si el desenvolupament sostenible es un dels objectius actuals més importants de la indústria del turisme, llavors la indústria necessita poder mesurar el seu rendiment i impacte en aquesta àrea*".

Així, la voluntat de desenvolupar un sistema fiable per a mesurar la sostenibilitat turística respon a un doble objectiu: el de facilitar la transferència de coneixement i el de monitoritzar el procés de desenvolupament turístic. Pel que fa a la transferència de coneixement, Miller (2001) afirma que encara que sembli paradoxal intentar quantificar el turisme sostenible quan encara no hi ha una definició satisfactòria pel concepte, el procés d'elaboració de metodologies per a identificar i quantificar els impactes contribueix a determinar els aspectes clau de l'activitat. En definitiva, el desenvolupar aquestes metodologies materialitza el concepte, generant dades objectives que ajuden a entendre el fenomen en un territori concret. D'altra banda, l'objectiu de monitoritzar l'activitat sorgeix de la necessitat de mesurar el nivell de sostenibilitat d'una destinació per a, si cal, traçar estratègies de reconversió o reorientació turística que esmenin les deficiències.

Però si la definició de sostenibilitat turística implica dificultats pràctiques i conceptuals importants, no és menys la seva quantificació. A part de les dificultats que sorgeixen pel que fa a la disponibilitat o generació de dades, que com bé diu White et al. (2006a:7) fa que "*valorem el que podem mesurar, en comptes de mesurar el que valorem*", l'entrebanc més important és establir uns llindars clars a partir dels quals una activitat es considera sostenible o no sostenible. Aquesta

reflexió es complica en pensar la diversitat de territoris, actors, recursos, interessos, etc. que conflueixen en una activitat tan transversal i polifacètica com el turisme; sense menystenir també que com a sector dinàmic en canvi constant requereix d'un seguiment continu dels seus impactes. No hi ha un únic model de desenvolupament turístic universalment correcte, sinó que cada àmbit té unes necessitats socials, qualitats territorials i objectius econòmics diferents que cal tenir en compte alhora de construir col·lectivament alternatives sostenibles. Per això, no es pot parlar en termes de sostenibilitat absoluta sinó de tendència a partir d'un equilibri entre la diversitat de situacions locals i uns referents (comparatius, temporals o científics) que orientin l'activitat sota criteris de sostenibilitat.

A més, el turisme és una indústria amb trets propis que la diferencien de la resta d'activitats econòmiques, i que s'han de tenir en compte quan es treballa en la seva sostenibilitat. Schianetz et al. (2007) descriu tres particularitats de les destinacions turístiques: 1) les destinacions acostumen a localitzar-se en zones ecològicament fràgils o culturalment sensibles, per la qual cosa són més vulnerables a la pressió que poden exercir les activitats humanes; 2) les destinacions es caracteritzen per ser dinàmiques i el desenvolupament sostenible per ser inestable i imprevisible; i 3) la naturalesa complexa del turisme suposa que les destinacions siguin un conglomerat de diversos negocis independents però alhora connectats i interdependents, sent necessari aproximar-se al fenomen des d'una visió sistèmica per a poder avaluar-ne les relacions causa-efecte. Aquests aspectes singulars, que condicionen la sostenibilitat de l'activitat, esdevenen premisses importants per a plantejar una metodologia que identifiqui i quantifiqui els impactes del turisme.

Per tant, la complexitat de la sostenibilitat turística dificulta que hi hagi una metodologia per a la seva quantificació universal i unànimement acceptada. Tot i que es disposa de diverses propostes d'indicadors, la majoria són d'aplicació pràctica molt limitada i només admeten les comparacions parcials –variable a variable- o indicador a indicador. Encara no s'ha establert una metodologia homogènia, sintètica i global que pugui extrapolar-se a diferents territoris o economies, ni tampoc s'han dissenyat indicadors que agreguin les variables que determinen la sostenibilitat en un únic índex (Pulido Fenández, 2007).

Precisament en aquesta mancança és en la que s'inspira aquesta investigació: en la necessitat de crear una metodologia aplicable a escala local que orienti els municipis en la consecució d'un major grau de sostenibilitat turística. No hi ha dubte que el paradigma de la sostenibilitat és consistent en el discurs i, fins i tot, en la planificació, però manca d'acció. Per a fer front a això es proposarà una

metodologia basada en indicadors. La identificació i quantificació d'impactes del turisme s'abordarà a dos nivells complementaris: el primer amb l'aplicació d'un Sistema d'Indicadors de sostenibilitat social, econòmica i ambiental en l'àmbit turístic a diversos casos d'estudi de Catalunya; i el segon amb la construcció d'un Índex de Sostenibilitat Turística, elaborat a partir de l'anàlisi empíric i amb vocació d'ús general. El procediment metodològic proporcionarà un marc operatiu als gestors turístics per a facilitar la incorporació de la sostenibilitat en processos de decisió i gestió.

1.2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS DE L'ESTUDI

En el marc de l'estudi de la sostenibilitat en relació amb el turisme, la present Tesi doctoral planteja quatre objectius generals i nou objectius específics.

Objectiu 1. Aprofundir en el coneixement del turisme sostenible i les metodologies d'estudi relacionades.

- Objectiu 1.1. Estudiar el turisme sostenible delimitant el marc teòric i fenomenològic i la seva evolució conceptual.
- Objectiu 1.2. Analitzar l'aplicació pràctica de la sostenibilitat al sector turístic a través de l'anàlisi d'activitats documentades.
- Objectiu 1.3. Profunditzar en les metodologies desenvolupades per a l'estudi de la sostenibilitat turística, i en especial dels indicadors i índexs.

Objectiu 2. Elaborar un procediment metodològic concret per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal.

- Objectiu 2.1. Proposar un sistema d'indicadors aplicable a escala municipal que permeti la identificació i quantificació d'impactes relacionats amb el turisme.
- Objectiu 2.2. Proposar un índex sintètic que representi un resum estadístic i un resultat únic i simplificat de la sostenibilitat turística municipal.

Objectiu 3. Estudiar el fenomen turístic a Catalunya. Aproximació a la regió turística i profundització en l'àmbit local.

- Objectiu 3.1. Contextualitzar el turisme a Catalunya com a marc general d'estudi i de selecció de casos.
- Objectiu 3.2. Identificar els municipis turístics de Catalunya, seleccionar una mostra representativa i estudiar-ne la seva sostenibilitat turística.

Objectiu 4. Definir uns límits empírics que permetin la classificació de municipis en funció del grau de sostenibilitat turística.

- Objectiu 4.1. Determinar una categorització genèrica i extrapolable per a la classificació dels municipis turístics en funció del seu nivell de sostenibilitat turística.
- Objectiu 4.2. Establir el rànquing de sostenibilitat turística entre els municipis turístics d'estudi i identificar-ne els aspectes en els que caldria incidir per a adequar el desenvolupament turístic als principis de sostenibilitat.

Com a hipòtesis d'estudi, la Tesi parteix de les següents premisses que caldrà validar o rebutjar a la fi de la investigació:

Hipòtesis 1. Hi ha una abundant producció bibliogràfica sobre el concepte de turisme sostenible i les metodologies per a la seva quantificació. Tanmateix, la vaguetat en la seva definició genera una ampla disparitat d'opinions sobre com aplicar-lo al sector. Això determina que el tractament sigui principalment teòric i la seva aplicació real de diferents intensitats i orientacions i limitada per la manca d'informació bàsica sobre el comportament de les variables que condicionen el paradigma de la sostenibilitat.

Hipòtesis 2. La majoria de les metodologies d'estudi de la sostenibilitat turística desenvolupades fins al moment s'han basat en escales territorials àmplies, cosa que limita substancialment la utilitat real de les mateixes. L'escala municipal és el nivell més adequat per a l'estudi de la sostenibilitat turística, doncs és l'àmbit en què tenen lloc els processos de producció i consum turístic i, alhora, el territori delimitat administrativament que sota una autoritat local planifica i gestiona el turisme.

Hipòtesis 3. Un anàlisi dels impactes socials, econòmics i ambientals generats pel turisme a escala local permet identificar tendències i variables significatives en l'equilibri del binomi turisme-sostenibilitat. A partir de l'estudi comparatiu de municipis representatius de diferents realitats turístiques es pot proposar un índex que estableixi límits de sostenibilitat turística extrapolables.

1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓ

En moltes ocasions la investigació en turisme ha estat mancada de bases metodològiques i sotmesa a una escassa revisió científica (Sancho -dir.-, 2001), degut a què el caràcter multidisciplinar i la transversalitat del fenomen ha dificultat el seu estudi. És essencial, doncs, que aquesta recerca es fonamenti en una visió holística que integri tant coneixements teòrics com pràctics. En aquest sentit, la investigació s'aborda des d'una doble perspectiva: 1) la recerca conceptual i fenomenològica, i 2) la recerca aplicada. La primera genera coneixements a partir de la cerca bibliogràfica i d'experiències documentades; mentre que la segona es basa en l'observació i/o aplicació pràctica.

Com s'ha explicat anteriorment, la sostenibilitat turística s'estudiarà a través d'un Sistema d'Indicadors, i posteriorment amb un Índex agregat, que s'aplicarà a un conjunt de municipis d'estudi de Catalunya. A aquests efectes, el contingut d'aquest apartat exposarà el marc metodològic general desenvolupat a la Tesi, presentant el mètode i instruments utilitzats, l'àmbit territorial d'estudi i, finalment, la concreció de cada una de les fases d'investigació. Cal tenir en compte, però, que la fita final de la investigació és una proposta metodològica per a la identificació i quantificació de la sostenibilitat turística a escala municipal, per la qual cosa les explicacions sobre processos metodològics concrets seran recurrents al llarg de tot l'estudi.

1.3.1. El mètode i els instruments

En la present investigació s'ha optat per aplicar el mètode hipotètic-deductiu, en tant que es considera el més complet i adient per a assolir els objectius establerts. El mètode parteix de la formulació d'una o diverses hipòtesis que s'analitzen inductivament i a través de l'experimentació. D'aquesta manera, el procediment combina la reflexió teòrica o moment racional (formació d'hipòtesis i marc teòric) amb l'observació de la realitat o moment empíric (experimentació i verificació). Les lògiques de la inducció es basen en la generalització a partir dels resultats registrats en casos particulars, els quals es generen a partir de l'experimentació científica. Aquests submètodes han de servir per a validar o rebutjar les hipòtesis formulades inicialment. D'acord amb això, la investigació utilitza bàsicament dos instruments en el desenvolupament del mètode exposat: la recerca bibliogràfica i l'estudi de casos.

1.3.1.1. La recerca bibliogràfica

La recerca bibliogràfica és la eina necessària per a descriure els principis teòrics i conceptuals a partir dels quals desenvolupar un estudi i les seves hipòtesis. Aquest procés permet establir l'estat de la qüestió del tema concret que es vol investigar i adquirir-ne un coneixement global per elaborar un discurs coherent i argumentat que fonamenti la recerca i el seu valor. Es tracta de situar la investigació dins el conjunt de teories i procediments científics desenvolupats fins al moment, i poder així assentar uns precedents i apreciar les principals aportacions i novetats al respecte. En el present estudi el turisme sostenible i les metodologies d'identificació i quantificació d'impactes són els conceptes principals que cal contextualitzar, i la seva aplicació pràctica obliga a introduir breument el turisme a Catalunya i a definir els municipis turístics d'estudi.

Segons Reboratti i Castro (1999) la cerca bibliogràfica s'inicia a partir de la consulta de tres tipus de materials: bibliografia general, manuals i catàlegs temàtics. Aquestes tres aproximacions diferents són consecutives i confluents, i permeten extreure una primera llista bibliogràfica general a partir de la que començar a treballar. A partir d'aquí es procedeix a una revisió sistemàtica de la informació recopilada que serveix per identificar les obres de referència sobre el tema d'estudi i que, a la vegada, a través de la seva bibliografia condueixen a altres documents interessants. Tot aquest procés facilita la identificació i comparació de les diferents línies d'investigació existents sobre el tema, i permet definir un punt de partida per començar a treballar.

1.3.1.2. L'estudi de casos

L'estudi de casos és una eina d'investigació de caràcter empíric que, en aquest cas, es basa en una anàlisi quantitativa de variables. El procediment consisteix en una anàlisi estadística de diversos municipis per quantificar la seva realitat socioeconòmica i ambiental, les relacions causals i la seva intensitat. Això permetrà analitzar el fenomen de la sostenibilitat turística en diferents àmbits territorials i, mitjançant la comparació, identificar diferències i similituds a partir de les quals extreure conclusions generalitzables.

La comparació de casos suposa una recerca interrelacionada i una interpretació del fenomen en diversos contextos (Pearce, 1993). Es tracta d'un procediment amb un

alt valor pràctic, que facilita la transferència d'experiència, i el desenvolupament d'una teoria establint normes de valoració i distingint el que és essencial del que és trivial (Masser, 1981). Aquest mètode doncs, té el valor d'induir a generalitzacions així com de permetre construir i testar teories. Precisament aquestes qualitats són les que el fan idoni per a aquesta investigació, tenint en compte la voluntat d'identificar les variables que determinen la sostenibilitat turística i proposar una metodologia per a quantificar-la.

L'anàlisi comparatiu de casos pot ser temporal (un mateix àmbit territorial en diferents períodes de temps) o bé espacial (entre diferents àmbits territorials). En aquest estudi s'opta preferentment per les comparacions espacials, concretament entre diferents municipis turístics de Catalunya. Tot i això, també es fan algunes comparacions temporals per a aquelles variables turístiques l'evolució de les quals és considera rellevant en el procés de desenvolupament turístic.

Hi ha tres aproximacions a la investigació comparativa en turisme (Pearce, 1993):

- a) Comparació de casos d'estudi: Els casos seleccionats formen part de un procés comparatiu estructurat, analitzat i interpretat com a part d'una investigació més general amb uns objectius comuns i interrelacionats.
- b) Comparació element a element: Una variable de diferents àmbits és examinada i comparada de manera bidireccional. Es poden comparar moltes variables, però la generalització de les conclusions extretes és limitada.
- c) Anàlisi quantitatiu i gràfic: Les dades disponibles permeten utilitzar tècniques quantitatives i gràfiques per a l'anàlisi dels casos, cosa que facilita considerablement la comparació.

Aquestes aproximacions no són excloents, sinó que es poden combinar i aprofitar les virtuts que presenten cada una per separat alhora que es contraresten les deficiències. La Tesi treballa en aquesta línia i aplica els tres tipus d'investigació comparativa als casos d'estudi seleccionats.

1.3.2. L'àmbit territorial d'aplicació

La sostenibilitat turística és l'objecte principal d'estudi i el nivell municipal és l'escala de treball que es mostra més adient per al tractament de la informació corresponent. Aquesta escala reconeix més fidelment els impactes econòmics,

ambientals i socioculturals del turisme, alhora que defineix de manera més apropiada els interessos i les aspiracions de la societat local, avalua millor el comportament de la demanda turística i el seu grau de satisfacció, i és d'aplicació directe d'instruments de planificació i gestió (Vera -dir.-, 2001). L'àmbit local és concret i tangible i, per tant, és de més fàcil planificar, dissenyar, gestionar i controlar (OMT, 1999a).

El marc territorial de referència en què es desenvolupa la Tesi és Catalunya, i les unitats espacials operatives són els seus municipis turístics. Fruit del procés històric del desplegament del turisme i de una geografia diversa i contrastada, la projecció territorial del turisme ha propiciat que Catalunya s'hagi convertit en un escenari que acull una gran varietat d'activitats turístiques a on es dibuixen diversos models territorials turístics. És, per tant, un interessant laboratori d'investigació a on es poden trobar mostres representatives de diferents realitats turístiques. Per aquest motiu la investigació es centra en aquest àmbit territorial, a on l'aplicació pràctica de la metodologia proposada permetrà calcular el grau de sostenibilitat turística d'una selecció de municipis turístics.

1.3.3. El desenvolupament de les fases d'investigació i estructura de la Tesis

Després del present capítol que exposa el plantejament de la recerca (capítol 1), l'estudi s'inicia amb una recerca bibliogràfica en profunditat sobre el concepte de turisme sostenible i els instruments d'identificació i quantificació d'impactes. Aquest marc teòric i fenomenològic constitueix l'estat de la qüestió de la investigació i, donat que la Tesi pretén desenvolupar un procés metodològic, es desagrega en dos capítols (capítol 2 i 3) atorgant-li la importància i profunditat necessària per assentar la base sobre la que fonamentar tot l'estudi. L'anàlisi bibliogràfic que es realitza en cada un dels capítols es centra tan en els elements teòrics i constitutius dels conceptes com en les experiències pràctiques que se n'han derivat. Aquesta doble aproximació facilita la comprensió dels termes, i permet discernir entre el que hauria de ser i la materialització del que s'ha fet en una realitat complexa.

A partir de la recerca realitzada es generen els coneixements necessaris per a desenvolupar la primera part del procediment metodològic per a estudiar la sostenibilitat turística (capítol 4). D'acord amb la base teòrico-pràctica, es proposa un Sistema d'Indicadors adaptat a la identificació i quantificació d'impactes turístics a escala municipal. Aquest Sistema d'Indicadors es nodreix d'estudis previs i es

constata a partir d'una consulta a experts amb el mètode Delphi. En aquest mateix capítol s'explica com es recollirà i tractarà la informació i es presenta l'àmbit d'estudi en què s'aplicarà la metodologia per a testar la bondat del procediment. La introducció territorial requereix també d'una fase de recerca bibliogràfica per a contextualitzar el desplegament del turisme a Catalunya: l'evolució històrica del fenomen, distribució territorial, trets bàsics dels components, i planificació i gestió turística. L'anàlisi general de Catalunya com a regió turística dóna una visió de conjunt del context històric i territorial del fenomen, i determina les estructures i dinàmiques preexistents que cal considerar alhora de concretar l'estudi en els municipis turístics. A més, aquesta caracterització facilita la identificació i posterior selecció dels casos d'estudi a Catalunya.

L'aplicació pràctica del procediment metodològic (capítol 5) significa analitzar l'adequació de cada cas d'estudi als principis de sostenibilitat. Es parteix de la descripció de cada municipi, en base a la selecció d'unes variables que dibuixen el perfil turístic bàsic, que proporciona informació contextual per entendre els indicadors que es calculen posteriorment. L'aplicació del Sistema d'Indicadors requereix de la recollida sistematitzada d'informació municipal significativa, que posteriorment es tracta a través de gràfics i taules estadístiques que faciliten la lectura i interpretació dels resultats.

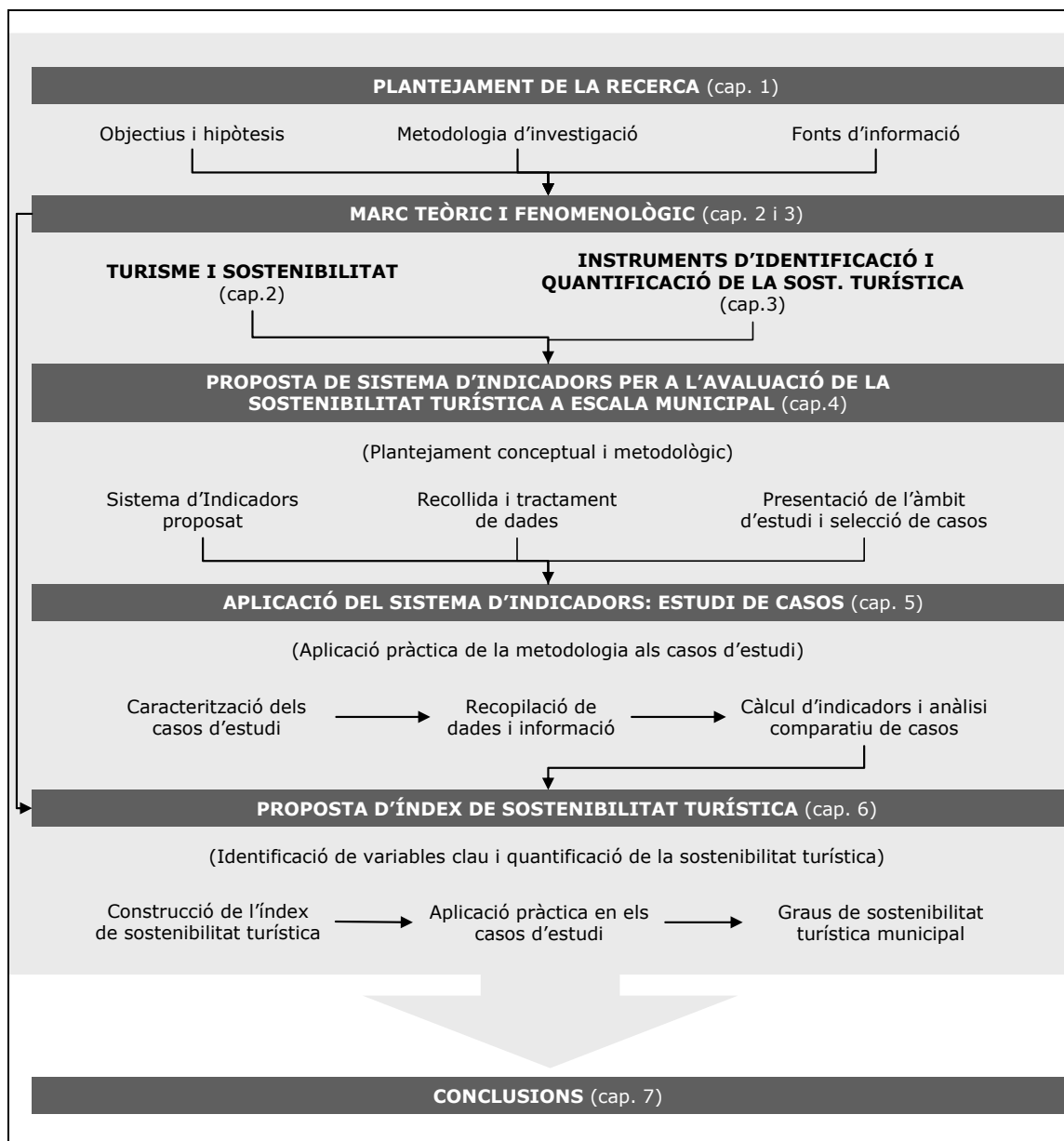
L'anàlisi comparatiu entre els resultats dels diferents casos d'estudi i la seva valoració conjunta permet identificar quines són les variables clau per aproximar la sostenibilitat turística municipal. Considerant els resultats del Sistema d'Indicadors i els fonaments teòrics sobre l'elaboració d'índexs, es proposa un Índex de Sostenibilitat Turística (capítol 6). Aquest Índex permet obtenir un valor únic assimilable al grau de sostenibilitat turística de cada municipi concret a partir de l'agregació de diferents variables. L'Índex és el resultat final de la investigació sobre la sostenibilitat turística a escala municipal, doncs s'elabora a partir del coneixement teòric i pràctic adquirit tant de la realitat turística a Catalunya i els seus municipis, com de les metodologies d'identificació i quantificació d'impactes. L'Índex neix amb vocació de ser aplicable per la qual cosa es prima una metodologia senzilla però consistent, que utilitzi dades realment disponibles en els organismes estadístics i apliqui procediments matemàtics simples. A més, ha de facilitar la presa de decisions i la planificació turística als gestors municipals.

Finalment, la Tesi recull les conclusions obtingudes al llarg de tot l'estudi (capítol 7). En aquest capítol es dialoga amb els objectius plantejats inicialment valorant-ne

la seva consecució; i també es revisen les hipòtesis per tal de validar-les o rebutjar-les raonadament.

A la Figura 1 es mostra un esquema sintètic de la metodologia general utilitzada en la Tesi i exposada al llarg d'aquest apartat.

Figura 1. Fases del procés d'investigació.



Font: Elaboració pròpia.

1.4. FONTS D'INFORMACIÓ

Segons els objectius de la Tesi i el mètode i instruments escollits per a la seva consecució, les fonts d'informació utilitzades al llarg de la investigació han estat de cinc tipus:

- Bibliografia especialitzada. La informació recopilada i treballada en el marc teòric de la investigació prové majoritàriament de revistes científiques, llibres o capítols de llibres, informes, actes de congressos, tesis doctorals, etc. Aquests documents permeten una revisió dels coneixements científics generats sobre el tema fins al moment, i fonamenten una base de referència a partir la qual construir l'estudi. La presentació de l'àmbit territorial d'estudi, Catalunya com a context i cada un dels municipis d'estudi, també ha requerit d'una recerca bibliogràfica concreta.

- Institucions governamentals. El paper de iniciatives institucions en la creació i difusió del concepte de turisme sostenible ha estat valorat com a context fenomenològic de la Tesi, per la qual cosa ha estat necessària la consulta d'estudis i informes elaborats per les principals institucions governamentals en matèria turística i de sostenibilitat (OMT, Nacions Unides -NU-, Unió Mundial per a la Naturalesa -UICN-, Comissió Europea -CE-, etc.)

- Organismes oficials estadístics i d'informació sectorial. L'estudi comparatiu de casos ha necessitat d'una sistematització d'informació i de dades territorials i turístiques que s'han obtingut de bases estadístiques d'organismes oficials de diferent naturalesa (Agència Catalana de l'Aigua -ACA-, Institut Català de l'Energia -ICAEN-, Institut Cartogràfic de Catalunya -ICC-, Instituto Nacional de Estadística -INE-, Oficines de Turisme -OT-, etc.) i nivell administratiu (Ajuntaments, Generalitat de Catalunya, Gobierno de España etc).

- Consulta a experts. A llarg de tota la Tesi s'han realitzat diverses consultes a experts per tal de constatar el procediment metodològic que s'ha anat seguint i també per a enriquir-ne el procés de reflexió. L'evidència més clara en aquest sentit ha quedat recollida en l'ajust que s'ha realitzat a través d'una enquesta Delphi en el Sistema d'Indicadors proposat. També el càlcul concret d'alguns indicadors ha exigint de l'entrevista amb experts (per exemple, la reunió mantinguda amb el cap i les tècniques del Servei de Planificació Turística de la Direcció General de Turisme (DGT). Generalitat de Catalunya), així com el procediment estadístic i tractament de dades necessari per a compondre l'Índex de Sostenibilitat Turística.

- Elaboració pròpia. El desenvolupament conceptual i metodològic, així com el tractament de dades realitzat al llarg de l'estudi, han requerit de la generació pròpia d'informació ja sigui a través de l'expressió gràfica de dades i procediments o de la sistematització de variables i material fotogràfic. Aquest tipus d'informació, més enllà de facilitar la lectura i interpretació del que s'està explicant, té el valor afegit de produir nou coneixement a partir de l'expressió de variables amb la intencionalitat de mostrar determinats fenòmens.

CAPÍTOL 2

TURISME I SOSTENIBILITAT

En aquest capítol s'exposarà una aproximació als conceptes i a la relació turisme-sostenibilitat a partir de diferents anàlisis, començant per una breu descripció de la relació entre desenvolupament sostenible i turisme per a després profunditzar en la creació i ús del propi concepte de turisme sostenible. Aquest aprofundiment es realitza a tres nivells: acadèmic, institucional i pràctic. Un primer repàs de les aportacions en el coneixement científic i les teories que s'ha generat al voltant del paradigma del turisme sostenible permet esbossar un estat de la qüestió, que posteriorment es complementa amb un estudi en profunditat de les iniciatives institucionals que s'han desenvolupat a l'entorn del concepte en els diferents àmbits territorials (internacional, europeu, espanyol i català), comprnent així el paper determinant que han tingut els agents institucionals en el seu acotament, difusió i l'aplicació. Finalment, un estudi de casos seleccionats permet constatar com s'estan aplicant els principis de sostenibilitat a les activitats turístiques i valorar-ne la seva efectivitat.

2.1. EL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE I EL TURISME

El turisme i el creixement que aquest ha experimentat han estat un dels fenòmens econòmics i socials de major rellevància en el segle XX i continua sent-ho avui en dia. El turisme constitueix actualment una part considerable de l'economia global i determina una part molt important de la mobilitat a arreu del món. Aquesta realitat i la creixent consciència ambiental de la societat, fruit del debat iniciat al voltant del desenvolupament sostenible, ha propiciat l'acceptació i difusió del paradigma de la sostenibilitat en el sector turístic, fet que sens dubte ha quedat palès en les diverses iniciatives institucionals que s'han desenvolupat al voltant del turisme sostenible i que tot seguit es presentaran.

La relació existent entre el turisme i el paradigma de la sostenibilitat és anterior al reconeixement i definició del concepte de desenvolupament sostenible, si bé es centrava preferentment en la vessant ambiental. Ja des de mitjans dels anys setanta, amb els primers estudis de la Unió Internacional d'Organitzacions Oficials de Turisme (precedent de l'actual OMT), s'identificava la dependència del turisme vers la conservació dels recursos naturals com a atractius i factors de producció. A la vegada també es constataren els impactes negatius que el sector els hi generava i el risc que aquests empitjessin amb el previsible increment de l'activitat turística (Vera -dir.-, 2001). La mateixa Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) vaticinava que el manteniment de un bon medi ambient era essencial per al creixement turístic, i que l'activitat podia generar

degradació ambiental portant al declivi les destinacions turístiques o, per contra, contribuir a la millora del medi ambient (OCDE, 1980). Així doncs, la necessitat de sostenibilitat en el turisme no és una aportació innovadora en l'àmbit de la planificació turística, però sí que ho és el cohesionar els seus principis socials, ambientals i econòmics en el concepte integrador de desenvolupament sostenible.

El concepte de desenvolupament sostenible apareix per primera vegada a la llei de política ambiental de Estats Units durant la dècada dels anys 60. Això marca el tret de sortida per a la l'elaboració d'altres documents relacionats amb el concepte, com el *Programa Intergovernamental de la UNESCO sobre l'home i la biosfera* (1970), o diversos programes de conservació i desenvolupament iniciats per les NU a llarg dels anys 80, entre els quals es troba l'*Informe Brundtland* (1987). Aquest informe va ser publicat per la Comissió Mundial sobre Medi Ambient i Desenvolupament (WCED) sota el títol "Our Common Future" (El nostre futur comú), tot i que va passar a ser conegut pel cognom de la presidenta de la comissió que l'elaborà: Gro Harlem Brundtland (ex-primera ministra noruega). Aquest document formalitza per primera vegada el concepte de desenvolupament sostenible com a "*aquell que satisfà les necessitats del present sense comprometre les necessitats de les futures generacions*" (WCED, 1987:43). Aquesta definició entén que la satisfacció de les necessitats humanes significa equitat o justícia en l'accés a béns i en la distribució de beneficis i costos del desenvolupament. Aquesta equitat, per tant, es refereix tan a la justícia social actual (equitat intrageneracional) com a la justícia entre les generacions presents i futures (equitat intergeneracional). Amb aquest objectiu es fonamentar les tres dimensions del desenvolupament sostenible (Fullana i Ayuso, 2002):

- La sostenibilitat social i cultural: Ha de garantir que el desenvolupament contribueixi a millorar la qualitat de vida dels individus i que sigui compatible amb la cultura, els valor de les persones i la identitat de la comunitat.
- La sostenibilitat econòmica: Ha d'assegurar que el creixement econòmic sigui eficient, beneficiï a tots els agents, i que els recursos siguin gestionats localment perquè es conservin per a les generacions futures.
- La sostenibilitat ambiental: Ha de garantir que el desenvolupament sigui compatible amb el manteniment dels processos ecològics essencials i la diversitat biològica i dels recursos.

El desenvolupament sostenible ha d'aconseguir l'equilibri òptim entre els requeriments de les seves tres dimensions, assegurant la interdependència entre el

creixement econòmic, la conservació ambiental i la equitat social en la distribució dels beneficis.

El turisme sostenible va aparèixer íntimament lligat al concepte de desenvolupament sostenible i, per tant, a la tendència ecologista de finals de segle, però també responia a les noves necessitats del sector turístic en un context socioeconòmic canviant que reclamava un nou de model. Fins als anys 90 el turisme de masses va ser el model de desenvolupament turístic hegemònic, del qual la modalitat de sol i platja era el màxim exponent. Tanmateix, a partir d'aquesta dècada el sector experimentà un punt d'inflexió important motivat pel canvi en els processos de producció i consum turístic; es dona una segona revolució turística, després de la democratització del turisme dels anys 60. Aquest nou turisme es desenvolupa en un mercat més globalitzat, caracteritzat per avenços importants en noves tecnologies d'informació i comunicació i en la mobilitat en general. A més, a diferència del turisme de masses que va créixer en un entorn altament regulat per les autoritats governamentals que estimulaven el creixement de les infraestructures turístiques a través de subvencions, el nou turisme respon a una progressiva desregularització de molts sectors amb la intenció d'estimular la competència i la millora de qualitat dels serveis. A la vegada, l'increment en la conscienciació pública en qüestions ambientals i socioculturals, contribueix de manera notable a aquesta nova realitat.

El nou context turístic dona lloc a noves pràctiques turístiques i a la incorporació al mercat de destinacions exòtiques, cosa que genera noves ofertes i demandes. Els consumidors, ja experimentats, diversifiquen les seves motivacions turístiques i exigeixen una alta qualitat i singularitat en l'experiència, de manera que el model turístic tradicional entra en crisi. La demanda rebutja la massificació i l'estandarització característica del turisme convencional, i les tendències de mercat evolucionen per a donar resposta a aquest nou perfil a través de la segmentació i diversificació de l'oferta. La cerca de noves experiències també posa en valor nous recursos i el turisme de natura i patrimoni cultural esdevé un sector en expansió. Aquesta nova fase postfordista comporta a la fi importants canvis estructurals en el turisme: les destinacions tradicionals es veuen forçades a reestructurar-se i diversificar l'oferta, el creixement turístic s'estén més enllà de les zones pioneres, i la sostenibilitat pren importància i es situa en el nucli de la qualitat i competitivitat turística.

La millora de les comunicacions i dels mitjans de transport en general també va ser un factor decisiu en la generalització espacial del turisme, ja que va permetre

descobrir nous escenaris per la nova oferta turística. En aquest sentit, l'aparició de les companyies de *low cost* marca una diferència significativa en l'evolució del mercat turístic. El 1997 la CE impulsa la creació d'un mercat interior en la Unió Europea (UE) per a un lliure accés i establiment de rutes, freqüències, capacitats i preus per part de qualsevol companyia aèria registrada en qualsevol estat membre (Rodríguez Herráez et al., 2008). Sens dubte això suposa una obertura i modificació del mercat de transport aeri europeu que passa a oferir vols directes de curta i mitjana durada a preus reduïts. La competència que es genera llavors entre aerolínees tradicionals i de baix cost fa que apareguin noves rutes nacionals i internacionals que incrementen l'oferta de destinacions turístiques. A més, l'estratègia de *low cost* es trasllada a la resta del sector turístic i apareixen noves opcions per aquest segment específic de demanda (per exemple hotels *low cost*).

En l'àmbit ambiental són uns anys molt prolífics, tant pel que fa a la conscienciació social com a la regulació i gestió de polítiques. Com evidencien les diverses fites que se succeeixen i que condicionen bona part de les polítiques turístiques actuals: la sostenibilitat ha de ser un aspecte ineludible de tot desenvolupament econòmic. El concepte de desenvolupament sostenible es consolida en la Conferència de les NU sobre Medi Ambient i Desenvolupament (CNUMAD) a Río de Janeiro el 1992, i en el *V Programa d'Acció Mediambiental de la Unió Europea* (1993-2000).

La CNUMAD que va tenir lloc a Río de Janeiro (Brasil) del 3 al 14 de juny de 1992, també coneguda com la Cimera de la Terra, va significar una fita clau en la consolidació del concepte de desenvolupament sostenible i, per tant, del turisme sostenible. Des de la primera Conferència Internacional sobre el Medi Humà (Estocolm, 1972) es venia alertant de la degradació ambiental que generaven les activitats humanes; tanmateix la Cimera de la Terra va marcar un punt d'inflexió al centrar l'atenció mundial en la idea que els problemes mediambientals del planeta estaven íntimament relacionats amb les condicions econòmiques i els problemes de la justícia social. Dit d'una altra manera, defensava que les necessitats socials, mediambientals i econòmiques s'havien d'equilibrar les unes amb les altres per a obtenir resultats sostenibles a llarg termini; recollint així en essència la definició de desenvolupament sostenible formulat a l'*Informe Brundtland* (1987). La Cimera també va donar importància a la repercussió de les accions a diferents escales i a la necessitat de coordinar-les per aconseguir un èxit prolongat en el temps. D'acord amb això, va introduir un programa extens i un pla nou per l'acció internacional en temes de medi ambient i de desenvolupament que havien d'ajudar a guiar la cooperació internacional i el desenvolupament de programes en el futur.

L'èxit més important de la CNUMAD va ser el *Programa 21*, o *Agenda 21*, que recollia una sèrie d'accions per a materialitzar el fins aleshores teòric concepte de desenvolupament sostenible. Les recomanacions anaven des de nous mètodes educatius a noves formes de preservar els recursos naturals o el disseny d'una economia sostenible. Les referències al turisme eren puntuals i principalment referides a l'activitat com a instrument complementari de reforç a mesures de gestió i protecció d'espais i recursos naturals (capítols 11, 13, 14 de la secció II, o capítol 36 de la secció IV). Tanmateix, en el mateix document i en relació als ecosistemes marins s'apuntava l'amenaça que podia suposar el turisme per al desenvolupament sostenible (capítol 17 de la Secció II); per tant es concedia una certa importància al sector en la consecució dels objectius.

Altres resultats de la Cimera van ser (NU, 1992) *La Declaració sobre Medi Ambient i Desenvolupament*, el *Conveni sobre Diversitat Biològica*, la *Convenció Marc sobre el Canvi Climàtic*, i la *Declaració de Principis Forestals*.

El desembre del mateix any es va crear la Comissió sobre el Desenvolupament Sostenible (CDS), que havia d'assegurar un seguiment efectiu de la CNUMAD i controlar i informar sobre l'execució dels acords a escala local, nacional, regional i internacional. La voluntat de la CNUMAD va ser ratificada posteriorment a l'Assemblea General de NU Río+5 el 1997, i la Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible (CMDS) de Johannesburg el 2002.

El 1993 la CE posa en marxa el *V Programa Comunitari de Política i Actuació en Matèria de Medi Ambient i Desenvolupament Sostenible (1993-2000)*, titulat "Cap a un desenvolupament sostenible". L'objectiu d'aquest programa era transformar el model de creixement per a fomentar el desenvolupament sostenible, i d'acord amb això establí la necessitat de compromís de totes les polítiques comunitàries. Entre els cinc sectors en els que es centrava l'acció es trobava el turisme, cosa li atorgava la qualitat d'àmbit decisiu en la consecució del desenvolupament sostenible. El turisme es presentava com un sector en plena expansió, que provocava el deteriorament de les zones de muntanya i les regions costaneres. Les mesures proposades estaven encaminades a millorar la gestió del turisme de masses i la qualitat dels serveis turístics, així com a promoure formes alternatives de turisme i campanyes d'informació i sensibilització (CE, 1993). Així doncs, aquest programa perfilava el concepte de turisme sostenible necessàriament lligat al desenvolupament sostenible. A partir d'aquí les relacions entre turisme i desenvolupament sostenible es van fer cada vegada més notables en diferents iniciatives, i es va gestar el concepte aglutinador de turisme sostenible.

Una altra fita cabdal és l'aprovació del Protocol de Kyoto el 11 desembre 1997, el qual es converteix en un dels instruments jurídics internacionals més importants destinats a lluitar contra el canvi climàtic. El Protocol conté els compromisos assumits pels països industrialitzats de reduir les emissions d'alguns gasos d'efecte hivernacle com a mínim en un 5% respecte als nivells de 1990 durant el període 2008-2012. Això afecta a tots els sectors econòmics, entre ells el turisme que comença a dotar-se d'iniciatives institucionals per regular la seva contribució al canvi climàtic.

A Espanya i Catalunya la tendència sostenibilista en el sector turístic arriba amb retard i principalment lligada a processos de recuperació de la competitivitat en destinacions madures. El model de desenvolupament turístic tradicional està fortament arrelat al país i l'aplicació de criteris de sostenibilitat en el sector s'enfronten no només a limitacions físiques importants sinó també conceptuals. Els agents turístics són conscients de la necessitat de canvi del model, i ja ningú dubte que aquest ha de passar per fer l'activitat ambientalment respectuosa, socialment justa, i econòmicament viable; tanmateix, la manera de com dur això a la pràctica esdevé una veritable dificultat fruit de l'ambigüitat i imprecisió del propi concepte de turisme sostenible. Tot i això, són nombroses les iniciatives desenvolupades des dels poders públics que intenten contribuir al desenvolupament sostenible de l'activitat, des de plans estratègics o plans sectorials fins a manuals d'experiències per als gestors turístics o fons per a la modernització de les instal·lacions.

Malgrat la bona predisposició que augura la nova era del turisme per a la sostenibilitat del sector, la tendència del mercat portfordista i la instrumentalització de l'activitat com a mesura de reequilibri territorial han determinat una progressiva turistificació del territori. La intensificació del fenomen del lleure-turístic de proximitat i la necessitat de reestructuració dels espais litorals tradicionals a través de la incorporació del traspais han contribuït també a consolidar aquesta tendència. Així, la difusió territorial del fenomen ha iniciat un nou debat entorn la idoneïtat del desenvolupament turístic arreu i el perill d'una urbanització extensiva que promogui nous models turístics insostenibles. Certament la bonança econòmica dels darrers anys ha propiciat el creixement del sector immobiliari i del turisme residencial, però el desenvolupament s'ha centrat principalment en la rendibilitat econòmica i ha obviat moltes vegades els aspectes ambientals i socials, cosa que evidentment ha desembocat en conflictes territorials importants. Tot i les nombroses i constants iniciatives a tots els nivells, des del internacional fins al local, encara no s'ha observat una modificació significativa dels models de consum i de producció insostenibles en el turisme. Aparentment, no hi ha ni informació ni incentius

suficients per a portar a la pràctica aquestes iniciatives. A més, el comportament del consum sorgeix individualment i l'escenari turístic és local, de manera que les polítiques de turisme sostenible s'han de crear i aplicar a aquest nivell. En conseqüència, l'èxit de les iniciatives i contribucions per a un desenvolupament sostenible de l'activitat es decideixen principalment a nivell de les PIME i de les destinacions locals.

Actualment, en el nou context de crisi econòmica mundial, el turisme es troba davant d'un nou escenari. Tot i que els primers símptomes de la recessió es van notar a partir del 2007, no és fins el 2009 que fluxos turístics comencen a disminuir, sobretot els internacionals, així com els dies d'estada i la despesa en destí. Segons dades de l'OMT, en el conjunt de l'any 2009 l'activitat turística va patir una caiguda del 4% en arribades i un 6% en ingressos internacionals turístics. Així doncs ens trobem davant un futur incert pel que fa a l'evolució del sector, però que sens dubte obligarà a replantejar l'estratègia turística per a fer front als nous reptes i garantir la viabilitat de l'activitat a llarg termini.

D'acord amb les previsions del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç (MITYC) del govern d'Espanya, de cara als propers anys el turisme haurà de fer front no només a una difícil situació econòmica sinó també a una realitat marcada per la globalització econòmica, la desregulació dels mercats, les tendències ambientals i els desenvolupaments tecnològics. El sector registrarà un increment de la competència internacional que pot crear una situació de sobrecapacitat per determinats segments, i contemplarà noves tipologies de clients en els mercats tradicionals així com oportunitats d'atracció en els nous. La incorporació de criteris ambientals en la pràctica turística es continuarà promovent amb una agenda de mesures polítiques i econòmiques al voltant dels compromisos d'adaptació i mitigació del canvi climàtic, i les noves tecnologies marcaran, no només la manera de comercialització del turisme, sinó la configuració dels propis productes.

2.2. DEFINICIONS I CONSIDERACIONS SOBRE EL TURISME SOSTENIBLE

El concepte de turisme sostenible s'ha consolidat en la literatura, científica i no científica, dels darrers anys com a peça bàsica en el debat sobre la gestió dels recursos turístics. Les seves definicions són diverses, però totes coincideixen en parlar de 3 dimensions (social, ambiental i econòmica), l'equilibri dinàmic de les quals determina el grau de sostenibilitat d'un model turístic.

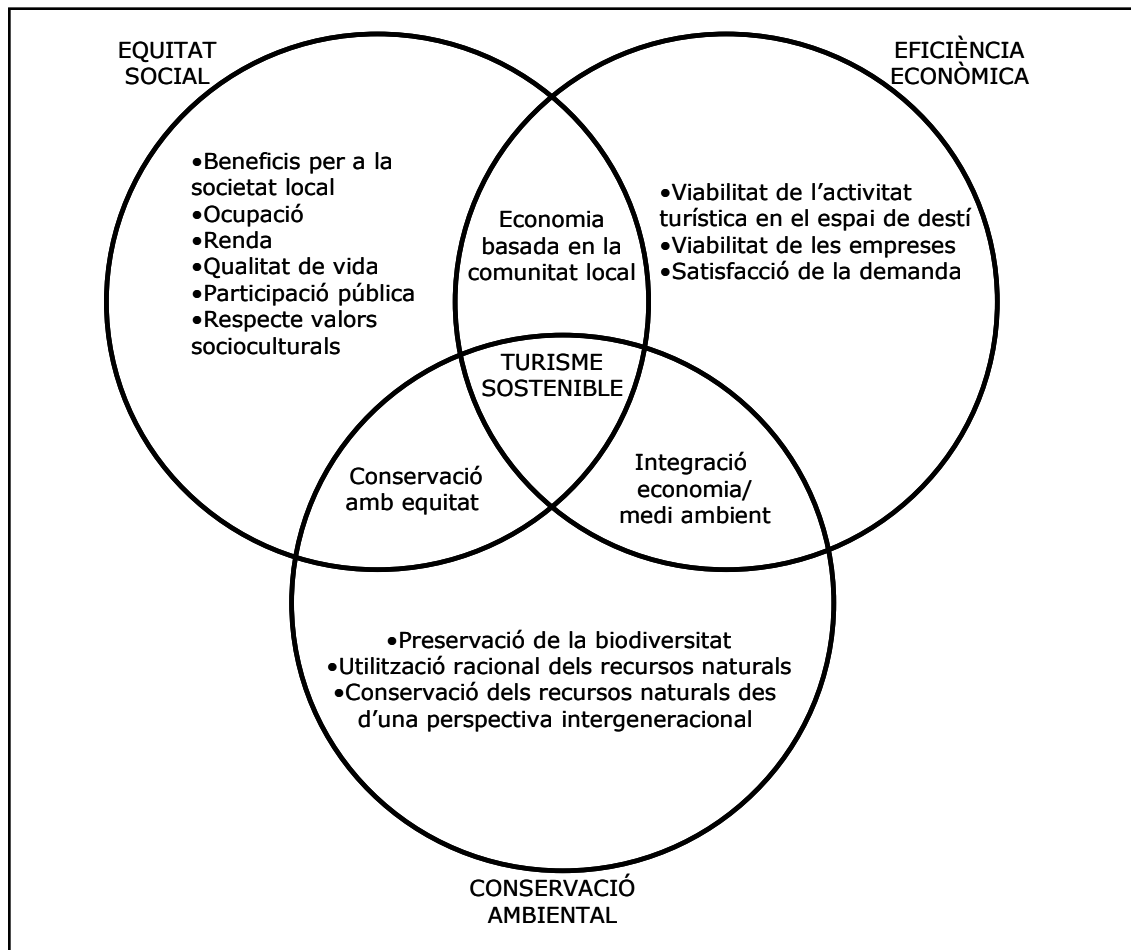
L'OMT, en base a l'Informe Brundtland, defineix turisme sostenible com "el desenvolupament que respon a les necessitats dels turistes i de les regions amfitriones presents, a la vegada que protegeix i millora les oportunitats del futur. Està enfocat cap a la gestió de tots els recursos de manera que satisfacin totes les necessitats econòmiques, socials i estètiques, i alhora respectin la integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i els sistemes de suport de la vida" (OMT, 1993:7). D'acord amb això, i en consonància amb les tres dimensions del desenvolupament sostenible, el turisme sostenible ha de (Fullana i Ayuso 2002):

- 1) Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones, conservar els seus actius culturals arquitectònics i vius i els seus valors tradicionals, i contribuir a l'enteniment i a la tolerància intercultural.
- 2) Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini, que reportin a tots els agents uns beneficis socioeconòmics ben distribuïts, entre els quals es comptin oportunitats d'ocupació estable i d'obtenció d'ingressos i serveis socials per a les comunitats amfitriones, i que contribueixin a la reducció de la pobresa.
- 3) Donar un ús òptim als recursos ambientals, que són un element fonamental del desenvolupament turístic, mantenint els processos ecològics essencials i ajudant a conservar els recursos naturals i la diversitat biològica.

Aquests eixos constitueixen el marc conceptual del turisme sostenible que es poden representar visualment com la interacció de tres esferes: equitat social, eficiència econòmica i conservació ambiental (vegeu Figura 2).

En la mateixa línia, Sabaté -coord.- (2007:143) defineix turisme sostenible com a "l'enfocament positiu que pretén reduir les tensions i la fricció creades per les complexes interaccions entre la indústria turística, els visitants, el medi ambient i les comunitats que acullen els turistes. És un enfocament que comporta treballar per la viabilitat i la qualitat a llarg termini dels recursos naturals i humans. No està en contra del creixement però accepta que aquest té límits". Aquesta definició recull els principis de sostenibilitat turística de l'OMT i posa èmfasi en el turisme sostenible com una manera d'entendre i projectar el sector turístic. El turisme sostenible no és una activitat productiva sinó un enfocament, i com a tal esdevé una fita apte per a qualsevol desenvolupament turístic.

Figura 2. Model conceptual del turisme sostenible.

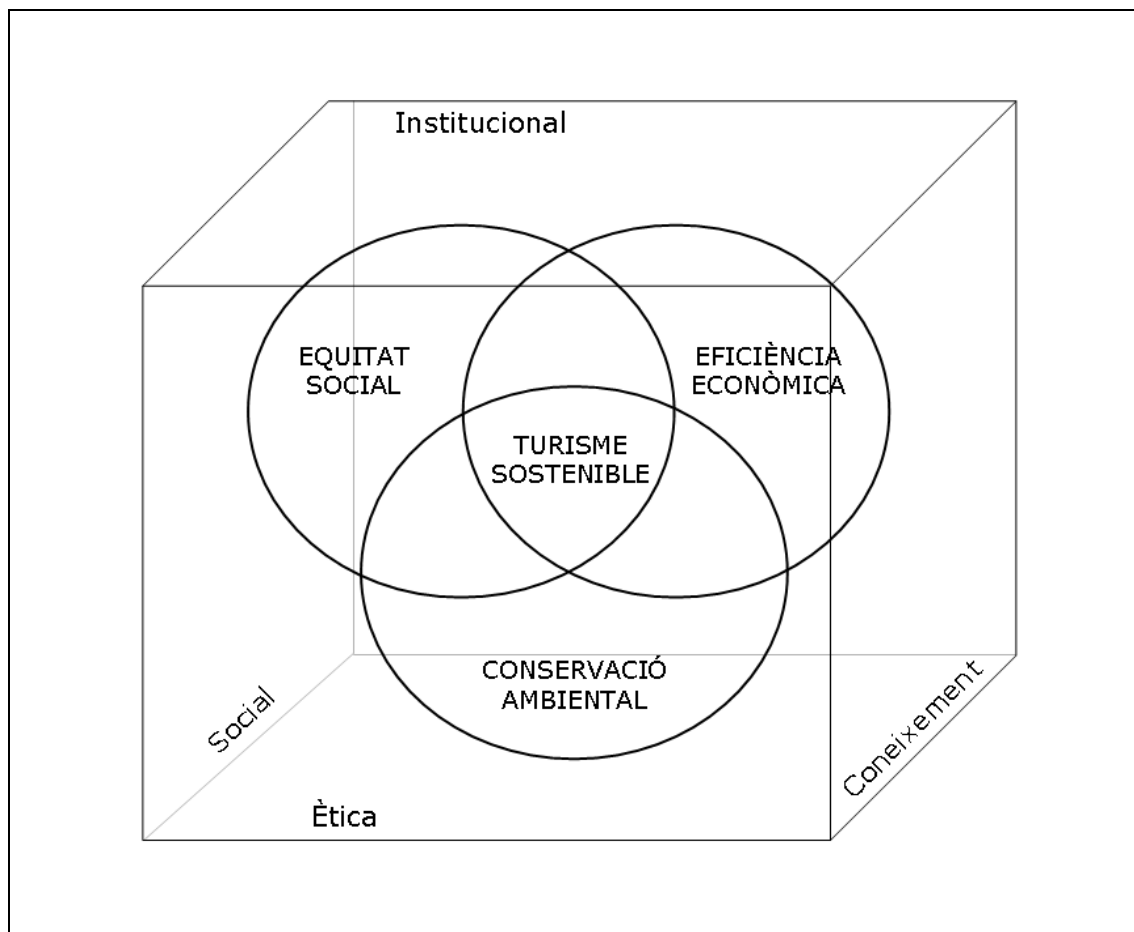


Font: Vera -dir.- (2001).

Noves visions més recents del concepte (Sánchez Rivero i Pulido Fernández, 2008) reconeixen que per a què l'equilibri dinàmic entre les tres dimensions de la sostenibilitat es mantingui estable a llarg del temps cal un ambient propici. Aquest ambient és el que denominen com la quàdruple evolvent de la sostenibilitat: institucional, social, ètica i de coneixement (vegeu Figura 3). L'evolvent institucional remarca la necessitat que els governs, de qualsevol nivell administratiu, assumeixin la responsabilitat de proporcionar un marc de referència per a la transició cap a models de consum i producció sostenible. L'evolvent social fa referència a la necessitat d'involucrar a la societat, tant visitants com residents, en un procés participatiu que converteixi la sostenibilitat en una exigència ineludible per a l'ús racional i equitatiu de recursos. L'evolvent ètica requereix que tots els agents comparteixin un conjunt de valors que superin el caràcter hedonista, utilitarista i materialista del consum turístic, així com un elevat grau de compromís per combatre pràctiques il·legals. I per últim, l'evolvent de coneixement que, en el

context actual, esdevé una avantatge competitiva de primer ordre. En resum, la quàdruple evolvent de la sostenibilitat fa referència a la necessitat de tenir un marc consistent que legitimi i exigeixi la sostenibilitat de l'activitat turística.

Figura 3. El turisme sostenible i la quàdruple evolvent de la sostenibilitat.



Font: Sánchez Rivero i Pulido Fernández (2008).

Evidentment, el turisme sostenible ha de ser entès com un paradigma adaptable a les circumstàncies específiques de cada lloc; tal i com diu Hunter (1997: 859) "la manera més apropiada de percebre el turisme sostenible no és com un concepte limitat i dependent de la cerca d'equilibri, sinó com un paradigma global amb diferents maneres de desenvolupar-se segons les circumstàncies". Així doncs, les decisions que s'hauran de prendre per a assolir un turisme sostenible són diferents en funció de les característiques i situació de cada destinació turística particular però l'estratègia comú ha de ser la participació de tots els agents implicats en el procés turístic: administració local, empreses turístiques, poblacions residents i

visitants. Farrell i Twining-Ward (2005) afegeixen a aquesta concepció la visió de sistema complex, destacant que cada destinació és única en la seva combinació, organització i expressió de característiques, les quals estan íntimament connectades de manera que la variació d'un component pot afectar a tota la resta. El turisme deixa d'entendre's com una ciència lineal (causa-efecte) per a acceptar que la complexitat del sistema requereix d'una visió pluridisciplinària i d'entendre la sostenibilitat com un procés canviant.

El concepte de turisme sostenible està àmpliament acceptat i difós en el sector, tanmateix, el seu significat real moltes vegades és menystingut fruit de la pròpia vaguetat en el concepte de sostenibilitat (Butler, 1999; Donaire, 2005; López Palomeque, 2007; Vera -dir.-, 2001) . Aquesta greu indefinició ha portat a que les bones intencions que se'n desprenen quedin en simples gestos buits que no contribueixen a reconvertir la societat sobre bases més sostenibles; el contingut del concepte no respon a definicions explícites sinó al sistema del raonament que s'aplica al referir-se a ell (Naredo, 1996). Aquest fet és la clau de l'èxit, i alhora la causa de la incorrecta apropiació i de la dificultat real de desenvolupament operatiu del concepte. El turisme sostenible no és una modalitat turística, com molta bibliografia apunta erròniament confonent-lo amb l'ecoturisme o turisme rural, sinó l'objectiu al que han de tendir totes les formes de turisme i tots els actors implicats en la indústria turística (Pérez de las Heras, 2004). Per tant, el turisme massiu i el turisme sostenible no són realitats irreconciliables, doncs els principis de sostenibilitat han de guiar qualsevol espai o producte turístic independentment dels seus estats evolutius (Vera -dir.-, 2001).

Hunter (1997) també reconeix aquesta dificultat conceptual i redefineix el concepte com la contribució del turisme al desenvolupament sostenible, principalment des de la seva vessant ambiental. D'acord amb això formula quatre possibles interpretacions teòriques del turisme sostenible: Turisme imperatiu, Turisme orientat al producte, Turisme orientat al medi ambient i Turisme neotènue. Cada una d'aquestes aproximacions al concepte de turisme sostenible es formula dins l'àmpli espectre d'accepcions del desenvolupament sostenible, des de la interpretació dèbil del concepte, que considera que la pèrdua dels recursos naturals pot compensar-se amb noves tecnologies i mecanismes de substitució, fins a la més forta, que des d'una visió conservacionista considera els recursos naturals insubstituïbles.

- Turisme sostenible imperatiu. Relacionat amb la interpretació més dèbil del desenvolupament sostenible, el turisme imperatiu es centra en satisfer les

necessitats i desitjos dels turistes i tour operadors. Des del punt de vista del turisme sostenible aquesta aproximació només es justifica en tres escenaris: 1) àrees a on la pobresa està relacionada amb la degradació ambiental, de manera que el turisme com a font de riquesa comportaria una millora ambiental i social evident; 2) àrees amb activitats econòmiques que degraden l'entorn i tenen poc benefici per a les comunitats locals, a on el turisme suposaria una millora comparativament; i 3) àrees a on el desenvolupament turístic s'anticiparia a altres activitats més degradants. Així, aquesta interpretació entén el turisme sostenible com a activitat que millora l'entorn (incloent la comunitat local), reduint la pèrdua de recursos naturals en termes de qualitat i quantitat.

- Turisme sostenible orientat al producte. També proper a la interpretació més dèbil del desenvolupament sostenible, aquest turisme suposa incorporar criteris de sostenibilitat en l'activitat sempre que això permeti desenvolupar nous productes turístics i/o mantenir els ja existents. Aquesta aproximació es justifica en destinacions turístiques madures, especialment en aquelles en què el turisme domina l'economia local i a on l'ambient ja ha estat alterat irreversiblement. En aquests casos, les accions s'orienten a embellir l'entorn local i mantenir o millorar les infraestructures existents, de manera que es millori la imatge turística de la destinació.
- Turisme sostenible orientat al medi ambient. En aquesta aproximació el medi ambient és el centre de les decisions del sector turístic. Més aplicable en aquelles àrees a on el turisme és inexistent o relativament nou, l'objectiu és promoure activitats turístiques en entorns d'alta qualitat natural i/o cultural. Es pretén aconseguir un lligam tan fort entre èxit turístic i qualitat ambiental que sigui evident per a tots els agents turístics la necessitat de no sobrepassar la capacitat de càrrega de l'entorn. Aquest turisme prioritza la consciència ambiental per sobre les oportunitats de comercialització, però sense que això impedeixi el desenvolupament econòmic local.
- Turisme sostenible neotènue. Aquest turisme es relaciona amb la interpretació més forta del desenvolupament sostenible, entenent que en determinades circumstàncies el turisme s'ha d'evitar amb fins ecològics. S'entén que el turisme mai no pot estar exempt de causar impactes en el medi, raó per la qual s'ha d'aplicar el principi de precaució i protegir l'entorn de manera que es garanteixi la integritat funcional del ecosistemes naturals de la destinació turística. Evidentment, aquesta interpretació només es pot aplicar en àrees

sense turisme a on l'activitat es pot limitar des dels seus estadis més inicials. Cal entendre aquest turisme com la forma inversa del turisme sostenible imperatiu, de manera que la contribució que fa el turisme al desenvolupament sostenible és precisament inhibir-se en favor del manteniment d'un entorn singular. El turisme neotènue és el desenvolupament desitjable en les destinacions a on el sector econòmic presenta millors oportunitats de progrés a través de la protecció ambiental i el benestar de la comunitat.

Les raons que justifiquen la necessitat d'un turisme sostenible són moltes, i tenen relació amb les implicacions de la sostenibilitat en qualsevol procés de creixement o desenvolupament: la de ser permanent en el temps, entenent l'activitat com estructural i no simplement circumstancial; i la de ser respectuós amb la conservació i manteniment del caràcter i valors del recurs (Figuerola, 2002). Així, cal definir una manera d'interactuar en el territori que no generi una pertorbació excessiva, que tingui capacitat de ser modular davant els canvis dinàmics de la natura, i que alhora reparteixi els beneficis i càrregues per assegurar la riquesa i estabilitat de les poblacions sense malmetre el recurs (Mayor Farguell -dir.-, 2010).

A la Taula 1 es recullen de manera esquemàtica les principals justificacions teòriques que requereixen del principi de sostenibilitat en tot procés de desenvolupament.

Taula 1. Justificacions teòriques que exigeixen el principi de sostenibilitat en tot procés de desenvolupament.

Justificació	Significat
Moral	S'han de complir determinades condicions de vida que obliguin a preservar i mantenir els béns rebuts per a permetre gaudir-ne als descendents
Ètica	La concepció humana en la seva cerca de la perfecció no és compatible amb comportaments destructors de l'ordre natural i de concessió de prioritat a l'egoisme individual
Filosòfica	S'han d'evitar les actituds insolidàries i oportunistes que porten a ignorar la conservació dels valors i recursos naturals i la seva prolongació en el temps
Científica	Els estudis científics demostren que els models turístics tradicionals, caracteritzats per la insostenibilitat, no són perdurables en el temps
Social	No s'ha d'alterar els equilibris ambientals i culturals d'un àmbit ja que poden causar la pèrdua de l'essència de la vida de les poblacions receptores
Econòmica	El creixement no ha de ser desendregat, immediat i conjuntural ja que pot malmetre l'estructura productiva i laboral de l'àmbit hipotecant el seu futur. A més, l'ambientalització d'espais i establiments turístics suposa a la llarga un estalvi econòmic considerable
Ecològica	S'han de controlar, regular i limitar l'ús i consum dels recursos naturals per tal d'evitar la pertorbació d'ecosistemes i l'amenaça a la flora i fauna
Estètica	L'harmonia i l'art han de ser el fonament de tot allò permanent i, per tant, s'han d'evitar aquells creixements contraris al principi de la bellesa

Font: Elaboració pròpia a partir de Figuerola (2002) i Pérez de las Heras (2004) .

La sostenibilitat en el sector turístic implica un canvi de paradigma en l'aprofitament turístic dels recursos, que garanteix una millora de la qualitat de vida dels residents i dels visitants alhora que en redueix el consum material. D'acord amb això, hi ha una sèrie de principis bàsics que ha de complir l'activitat (Fraguell Sansbelló -coord.-, 1998):

- Turisme planificat: La planificació turística implica una diagnosi del present, de les perspectives de futur i, conseqüentment, una presa de decisions. Així doncs, és un pas indispensable en l'elaboració de l'estratègia de sostenibilitat.
- Turisme integrat i diversificat: El turisme ha de ser un element integrat en la riquesa cultural i econòmica del lloc.
- Turisme obert: El turisme ha d'estar obert al seu territori i incloure el seu ampli ventall de recursos en l'oferta turística.
- Turisme dimensionat: El turisme ha d'estar dimensionat en l'espai i temps, de manera que es limiti l'afluència de turistes segons la capacitat d'acollida del territori i es fomenti la desestacionalització.
- Turisme participatiu: El consens i la democràcia activa són principis del model de turisme sostenible i, per tant, es requereix de la participació activa de tots els agents que intervenen en el procés turístic.
- Turisme durador: El turisme ha de tenir en compte els efectes a mig i llarg termini del model turístic adoptat.
- Turisme viable econòmicament: No s'ha de renunciar al guany de beneficis però aquests han de contribuir al benestar de la comunitat local.

En el context social i econòmic actual, caracteritzat per un canvi en les motivacions i pautes de consum turístic i per una forta competència entre destinacions, el turisme sostenible es postula com a una estratègia clau; en tant que promou la revitalització de destinacions turístiques madures i el desenvolupament equilibrat d'aquelles emergents. La nova orientació del turisme es dirigeix cap a formes diferents d'organització i gestió, per aconseguir una major productivitat i efectivitat, a través dels principis de qualitat, flexibilitat, desenvolupament integrat en l'entorn, atenció personalitzada al client, innovació i integració diagonal (Sancho -dir.-, 1998). A més, davant del més que probable creixement futur del turisme, cal establir filtres racionals, a través de mecanismes correctius i preventius, que evitin els problemes i les conseqüències negatives de desenvolupaments incontrolats. No

hi ha dubte que l'origen d'aquests són fruit de la manca de planificació o definició prèvia d'un model que, des de la política econòmica regional, permeti la inserció afortunada del turisme en el territori (Vera, 1992). És necessària doncs una vertadera estratègia de desenvolupament turístic fonamentada en criteris de sostenibilitat per a garantir el futur de l'activitat.

2.3. LES TRES DIMENSIONS DEL TURISME SOSTENIBLE

Com s'ha comentat anteriorment, que l'activitat turística sigui sostenible depèn de l'equilibri entre l'equitat social, eficiència econòmica i conservació ambiental. Així doncs, és important conèixer l'impacte que el turisme genera en cada una de les tres dimensions, ja que precisament aquest determina el grau de sostenibilitat turística d'una destinació. Alhora d'estudiar els impactes del turisme s'ha de tenir en compte que hi ha diferents nivells de desenvolupament, que varien segons els seus components (demanda, oferta, intermediació, territori), i que inclús processos de desenvolupament turístic similars poden donar lloc a impactes molt diferents si un element del conjunt difereix (Picornell, 1993).

Mathieson i Wall (1982) definien en el marc conceptual del turisme tres elements bàsics: l'element dinàmic (estructura i característiques de la demanda turística i les formes de viatge), l'element estàtic (característiques del turista i les destinacions, i la seva capacitat de càrrega) i, finalment de les interaccions dels dos anteriors, l'element conseqüencial (impactes del turisme). Els impactes del turisme els desagregaven en tres subsistemes, coincidents amb les 3 dimensions de la sostenibilitat: impactes socioculturals, impactes econòmics i impactes ambientals. D'acord amb aquesta estructura, el present apartat exposa els principals efectes positius i negatius que té el turisme en la societat, l'economia i l'entorn.

2.3.1. Dimensió social

La dimensió social és segurament l'aspecte de la sostenibilitat més difícil d'estudiar perquè incorpora processos complexos, fruit de la seva naturalesa canviant i de les relacions socials que s'hi estableixen. Tanmateix, com a principis ineludibles la sostenibilitat social ha de contemplar el benestar de la població resident i turista, i el respecte i la preservació de la cultura i el patrimoni de la regió amfitriona.

El fenomen social del turisme està caracteritzat per la seva capacitat dinamitzadora, que posa en funcionament diferents sistemes de relació i intercanvi des del moment en que s'inicia l'activitat. El turisme s'emplaça entre dues societats, la receptora i l'emissora, que estableixen una interacció social permanent a on es donen una sèrie d'intercanvis socioculturals, depenent dels models turístics que la planificació turística estableixi. La societat emissora és la que emet els visitants que es desplacen a una destinació a on entren en contacte amb la seva vida i cultura, coneixent i gaudint dels recursos turístics disponibles. La societat receptora, en canvi, rep en aquesta interacció les actituds i comportaments dels turistes que obeeixen a un sistema normatiu estructurat pels valors socials de les societats de procedència i la seva cultura (Díaz Martínez i Martínez Quintana, 2002). Així doncs, el turisme constitueix un marc en el que entren en contacte persones de bagatges culturals i socioeconòmics molt diferents. De manera que els impactes socioculturals en una destinació turística són el resultat de les relacions socials mantingudes entre turistes i residents, la intensitat i duració de les quals es veuen afectats per factors espacials i temporals restringits (Sancho -dir.-, 1998).

El perfil del turista determina en gran mesura les formes de relació. Dins un ampli ventall d'interaccions possibles, el "turista de masses" i el "turista alternatiu" constitueixen dos models extrems i contraposats. El turista de masses es segrega dels residents perquè no té interès en conèixer la cultura local i sovint crea ghettos aïllats, mentre que el turista alternatiu cerca adaptar-se a les costums locals. Igualment determinant és la magnitud dels fluxos turístics que rep una destinació que, segons Doxley (1975), determina una sèrie d'etapes de relació:

- 1) Etapa d'eufòria: La població local percep el turisme com una oportunitat de desenvolupament.
- 2) Etapa d'apatia: El contacte es formalitza i el turisme es percep com un negoci.
- 3) Etapa d'irritació: S'assoleixen nivells de saturació i als residents els hi costa més acceptar l'activitat turística.
- 4) Etapa d'antagonisme: El turisme es percep com la causa de tots els mals de la destinació.
- 5) Etapa final: La destinació perd els atractius que tenia a conseqüència de tot el procés anterior.

Aquestes etapes tenen molt a veure amb el model del "Cicle d'evolució de la destinació turística" de Butler (1980), a on es pot identificar per a cada una de les fases d'evolució (exploració, compromís, desenvolupament, consolidació i estancament) una interacció social pròpia (vegeu Taula 2). Tanmateix, cal tenir en compte que la seqüència no té perquè complir-se en totes les destinacions turístiques ni ser completament lineal, es pot aturar en un pas entremig o inclús revertir el sentit.

Taula 2. Etapes de relació turista-resident (Doxley, 1975) versus Etapes d'evolució de la destinació turística (Butler, 1980).

Etapes de relació turista-resident (Doxley, 1975)	Etapes d'evolució de la destinació turística (Butler, 1980)
Etapa d'eufòria	Etapa d'exploració: prospecció de nous espais i relació dels turistes amb la població local.
Etapa d'apatia	Etapa de compromís: s'aposta pel desenvolupament turístic i s'inverteix en infraestructura i serveis.
Etapa d'irritació	Etapa de desenvolupament: augmenta el núm. de visitants i el control de les empreses passa a mans foranes i tour operadors. Es dona especulació del sòl, comercialització intensiva de la destinació turística i processos migratoris intensos.
Etapa d'antagonisme	Etapa de consolidació: comença a descendir el nombre de turistes. La destinació forma part de la indústria turística.
Etapa final	Etapa d'estancament: s'arriba al límit màxim i es percep cert cansament en els turistes. El producte turístic és repetitiu i no s'ha creat oferta complementària.

Font: Elaboració pròpia a partir de Doxley (1975) i Butler (1980).

També el diferent poder adquisitiu entre locals i forans és un element condicionant de les relacions socials que s'estableixen. Així quan el nivell econòmic és molt diferent augmenta la delinqüència en els espais més turísticats i es solen crear enclavament turístics segregats i descontextualitzats de la realitat territorial immediata, cosa que moltes vegades crea un ambient de tensió i ressentiment cap als turistes.

Altres disfuncions socials es poden derivar de la distribució temporal dels fluxos turístics, que generen una congestió dels espais públics i una competència entre residents i turistes per l'accés a serveis i infraestructures en determinades èpoques de l'any. Al contrari, durant la temporada baixa molts municipis turístics es

converteixen en "pobles fantasma" a on l'oferta d'oci i comerç es redueix substancialment per als residents.

Pel que fa als efectes culturals derivats de l'activitat, un turisme mal gestionat pot conduir a una "desculturalització" de la destinació, cosa que té múltiples manifestacions com la mercantilització extrema de les tradicions locals que provoca una pèrdua de significat de les mateixes, la creació d'una imatge turística falsa o estereotipada, i "l'efecte demostració" que resulta de la desaparició de la cultura local per aprehensió d'una forana (Pearce, 1989). Tot i que aquests impactes negatius són fàcilment identificables en moltes de les destinacions turístiques actuals, també es pot donar la situació inversa en què el turisme ajuda a estimular la pròpia cultura, recuperant tradicions, costums i patrimoni històric que s'inclou en l'experiència turística. El propi "efecte demostració" pot tenir una lectura positiva si actua com a factor accelerador de canvis socials positius, en termes de major tolerància i benestar.

El turisme també ha tingut efectes molt positius pel que fa a la recuperació demogràfica d'àrees en procés de despoblament, a on ha actuat com a factor revitalitzador i fixador de població. D'acord amb les característiques intrínseques de l'activitat, el turisme genera canvis en les característiques demogràfiques pel que fa al volum de població, a la dinàmica demogràfica, a la composició per edats i naturalesa de la població, i a l'estructura d'ocupació dels habitants (Sánchez Aguilera, 2009). El desenvolupament turístic d'una zona sol comportar un creixement demogràfic important fruit de fluxos migratoris intensos, ja sigui per motius laborals o per raons turístiques i residencials.

En resum es pot afirmar que el turisme genera indubtablement efectes en la societat en que es desenvolupa, i que la magnitud i qualitat de l'impacte és variable en funció de les característiques de l'activitat i les relacions socials que s'estableixen. En la Taula 3 es sintetitzen els impactes socioculturals (positius i negatius) que genera el turisme.

Segons els efectes socioculturals descrits i els principis de la sostenibilitat, el turisme sostenible en relació a la dimensió social ha de contribuir a: l'intercanvi cultural entre locals i turistes de manera que ambdós col·lectius s'enriqueixin i fomentin el respecte i la tolerància intercultural; millorar la qualitat de vida i la renda de les regions amfitriones; involucrar els residents en el procés de planificació turística per legitimar el model turístic de la destinació i fixar els seus límits; i fer el turisme accessible per a tothom.

Taula 3. Impactes socioculturals del turisme.

Factors	Impactes positius	Impactes negatius
Perfil del turista	El turista alternatiu s'adapta a les costums locals i afavoreix l'intercanvi cultural	El turista de masses es segrega i crea ghettos
Afluència de visitants	Una afluència moderada genera oportunitats de desenvolupament i negoci	Una afluència massiva genera irritació i malestar social
Poder adquisitiu turista-resident	Un poder adquisitiu similar permet una convivència sense tensió social	Un poder adquisitiu molt diferent genera augment de delinqüència, creació de ghettos i ressentiment
Distribució temporal de visitants	La desestacionalització permet mantenir els beneficis del turisme durant tot l'any	L'estacionalització genera congestió d'espais públics i competència per serveis i infraestructures
Ús de la cultura	La revalorització cultural permet recuperar tradicions, costums i patrimoni històric	La desculturalització provoca la mercantilització de tradicions locals, una creació d'imatge turística falsa, i l'efecte demostració
Efecte demogràfic	L'augment i fixació de població permet la revitalització demogràfica	Els fluxos migratoris intensos poden generar conflictes en la comunitat

Font: Elaboració pròpia.

2.3.2. Dimensió econòmica

Durant molt de temps el turisme ha estat valorat molt positivament pels beneficis econòmics que aporta en el seu desenvolupament, tant en el propi sector i l'àmbit concret d'implantació com en la inducció a altres activitats. Per aquesta raó la viabilitat econòmica és un aspecte àmpliament estudiat en el turisme. Tanmateix, la dimensió econòmica de la sostenibilitat ha d'anar més enllà i considerar conjuntament la rendibilitat econòmica i l'equitat en la distribució i la repercussió local dels beneficis.

Es indubtable que l'activitat turística és un veritable àmbit productiu en els sistemes econòmics, i que es projecta com una condició del procés de creixement del sector dels serveis. Entre les nombroses manifestacions o repercussions de caràcter econòmic que presenta el turisme, potser la seva contribució a accelerar el desenvolupament és la més transcendent; doncs l'activitat aporta al sistema econòmic un impuls que per a molts territoris pot significar la transformació de l'estructura productiva (Figuerola, 2002).

El turisme és una activitat generadora de riquesa, com bé indica la seva contribució al Producte Interior Brut (PIB), i també un instrument de desenvolupament local i regional per la seva condició de nova activitat econòmica inductora d'altres sectors productius i pel seu efecte multiplicador (Majoral -coord.-, 2002). L'efecte en el desenvolupament o en el creixement econòmic es deriva del procés immediat de

consum de béns i serveis dels turistes. Els turistes gasten els seus diners en el país o regió que visiten produint dos tipus d'ingressos: ingressos directes, despesa realitzada directament en infraestructura turística (allotjaments, restaurants, etc.), i ingressos indirectes, despesa que es filtra en la resta de sectors de l'economia (proveïdors, importació de productes, etc.) (Pérez de las Heras, 2004). A part del benefici econòmic que suposa la despesa dels turistes en el territori concret, el desenvolupament turístic en un àmbit requereix d'una inversió en infraestructures i serveis de la que es beneficien tant turistes com residents. A més, l'activitat obté impostos que augmenten la capacitat econòmica de l'administració i crea llocs de treball que majoritàriament es concentren en mitjanes i petites empreses. Mathieson i Wall (1982) distingeixen tres tipus d'ocupació generada pel turisme:

- Ocupació directa, relacionada pròpiament amb les instal·lacions i serveis turístics.
- Ocupació indirecta, relacionada amb altres sectors econòmics que es beneficien del turisme.
- Ocupació induïda, relacionada amb la despesa dels residents gràcies als ingressos procedents del turisme.

El coeficient multiplicador del turisme en els llocs de treball indirectes es considera com a un dels més elevats en relació a altres activitats: de 2 a 3 llocs per cada lloc de treball directe (Picornell, 1993).

En termes generals es pot dir que el turisme suposa una oportunitat de millora de la qualitat de vida pels residents, ja que augmenta i redistribueix la renda, i un motor de l'activitat empresarial, en tant que crea una xarxa heterogènia d'empreses que es proveeixen les unes a les altres.

Durant molts anys el turisme ha estat avalat pels beneficis econòmics que genera amb el seu desplegament però, tot i que tradicionalment s'ha posat èmfasi en aquest fet, actualment s'ha evidenciat que l'activitat també comporta una sèrie de costos per la destinació a on es desenvolupa. Com a impactes negatius del turisme en la dimensió econòmica destaquen la precarietat laboral, la inflació de preus, la dependència econòmica, i altres distorsions de l'economia local. L'ocupació en el sector turístic és principalment eventual, d'acord amb la naturalesa estacional de l'activitat, i el tipus de contractació sol ser temporal o de jornades parcials, cosa que normalment va associada a salaris baixos i un perfil de treballador poc qualificat (Claveria González, 2009).

D'altra banda, les dinàmiques de creixement turístic moltes vegades provoquen un augment dels preus en general a la destinació turística i els seus voltants. Els turistes normalment tenen un poder adquisitiu important que els hi permet afrontar la pujada de preus dels productes i serveis de la destinació (Sancho -dir.-, 1998), o bé la eventualitat de la situació els fa estar disposats a pagar més. Tanmateix, la població local no té elecció i es veu obligada a viure quotidianament amb uns preus superiors. Aquesta situació pren la seva màxima expressió en els processos especulatius derivats de la disponibilitat limitada de sòl, que sovint acaben expulsant els residents amb menor capacitat econòmica i desplaçant activitats tradicionals menys lucratives. A la fi tot això comporta una distorsió important de l'economia local que, en limitar la seva diversificació, pot convertir-se en excessivament dependent del turisme i, conseqüentment, ser feble en condicions de crisi del sector. No s'ha d'oblidar que el turisme, tot i que ser un sector en expansió, pot veure's sèriament afectat per qüestions no controlables com desastres naturals, atemptats terroristes, conflictes bèl·lics, o simplement la competència amb altres destinacions més barates o noves; és a dir, el turisme és un sector fràgil amb una evolució altament imprevisible.

D'acord amb el que s'ha exposat, queda clar que el turisme genera efectes en l'economia de la destinació en la que es desenvolupa, la magnitud i qualitat dels quals depèn de com es desenvolupi l'activitat. En la Taula 4 es sintetitzen els impactes econòmics (positius i negatius) que genera el turisme.

Taula 4. Impactes econòmics del turisme.

Factors	Impactes positius	Impactes negatius
Despesa turística	S'augmenta la renda i millora la seva distribució	La inflació de preus afecta a la població local (processos especulatius, etc.)
Infraestructura i serveis	S'inverteix en millorar i incrementar les infraestructures i serveis	La inversió pública es pot reduir en d'altres sectors importants
Impostos	El cobrament d'impostos augmenta la capacitat econòmica de l'administració	L'administració pot dependre excessiva del impostos obtinguts del turisme
Ocupació	Es creen nous llocs de treball	Hi ha precarietat laboral (salaris baixos, contractació temporal o de jornades parcials, etc.)
Teixit empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es fomenta el treball en xarxa d'empreses heterogènies ▪ Es potencia la mitjana i petita empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es pot crear dependència excessiva del turisme ▪ El turisme pot entrar en competència amb d'altres sectors econòmics

Font: Elaboració pròpia.

Finalment, és important destacar que l'eficiència econòmica és la màxima que ha de complir l'activitat turística per a contribuir a la sostenibilitat de la dimensió econòmica. Això significa garantir la viabilitat econòmica de l'activitat turística, satisfent la demanda i potenciant el sector empresarial, però també que els beneficis econòmics estiguin ben distribuïts i que repercutixin en la població local. Tot això s'ha d'assegurar a llarg termini, motiu pel qual s'ha d'invertir en millorar la formació, l'especialització i les condicions laborals dels treballadors per a oferir una vertadera qualitat del servei turístic i una millor experiència turística.

2.3.3. Dimensió ambiental

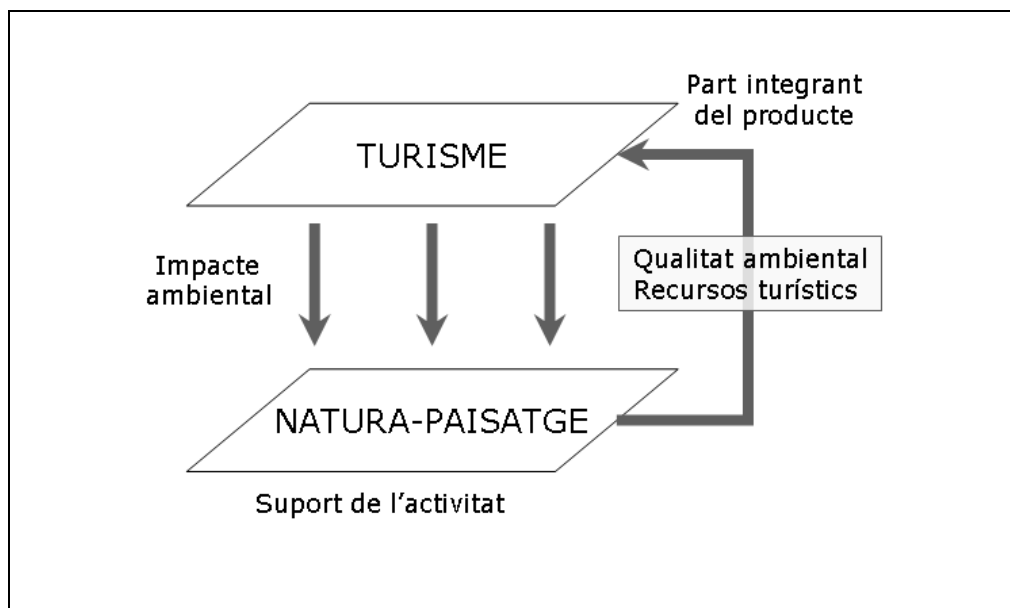
L'entorn és un aspecte clau en el turisme en tant que és l'àmbit geogràfic sobre el que es projecta l'activitat i la infraestructura turística, però també la font de recursos i el receptor dels residus i emissions. Aquest fet determina que la dimensió ambiental de la sostenibilitat sigui difícilment dissociable del conjunt de processos econòmics i socials que es donen en un àmbit; raó per la qual ha de considerar tots aquells aspectes que condicionen la salut ambiental de l'entorn, l'ús dels recursos i la preservació dels ecosistemes.

L'estudi dels efectes del turisme sobre el medi ambient és relativament recent, doncs l'activitat s'ha qualificat durant molt de temps com a "indústria neta" en contraposició a la indústria convencional. Tanmateix, la crisi del model turístic tradicional de finals dels 80 va emfatitzar les deficiències del sector i, en particular, la congestió i degradació ambiental. Aquest nou context apostava per una reconversió del model turístic que, en essència, implicava l'assumpció del paradigma ambiental en els desenvolupaments turístics (Such Climent, 1995). La major conscienciació ambiental de la societat exigia un anàlisi en profunditat de les repercussions del turisme en l'entorn, convertint-lo en un factor determinant de la qualitat del producte turístic. Tant és així que la integració del medi ambient en el producte esdevé una de les claus de competitivitat i desenvolupament equilibrat de les destinacions turístiques. De fet, el consumidor turístic percep la major o menor qualitat ambiental de la destinació, assimilant en conjunt els valors ecològics, paisatgístics i culturals, amb a la qualitat global del producte turístic (Vera, 1996).

Parlar de la dimensió ambiental del turisme és parlar necessàriament del caràcter dual del territori. El territori és un aspecte clau en el turisme en tant que és l'àmbit en el que es desenvolupa l'activitat i també un recurs turístic en si mateix (vegeu Figura 4). Aquesta naturalesa atorga una funció dual a l'espai: objecte de consum i

factor de producció (Donaire, 2005), cosa que fa evident la necessitat d'aconseguir una sostenibilitat real de l'activitat per a garantir-ne la viabilitat a llarg termini. En el mateix sentit ja s'havien pronunciat Mathieson i Wall (1982) al afirmar el caràcter ambivalent de la relació entre turisme i medi ambient, en tant que el turisme podria deteriorar els recursos naturals en que es fonamenta i alhora afavorir l'adopció de mesures de conservació dels mateixos.

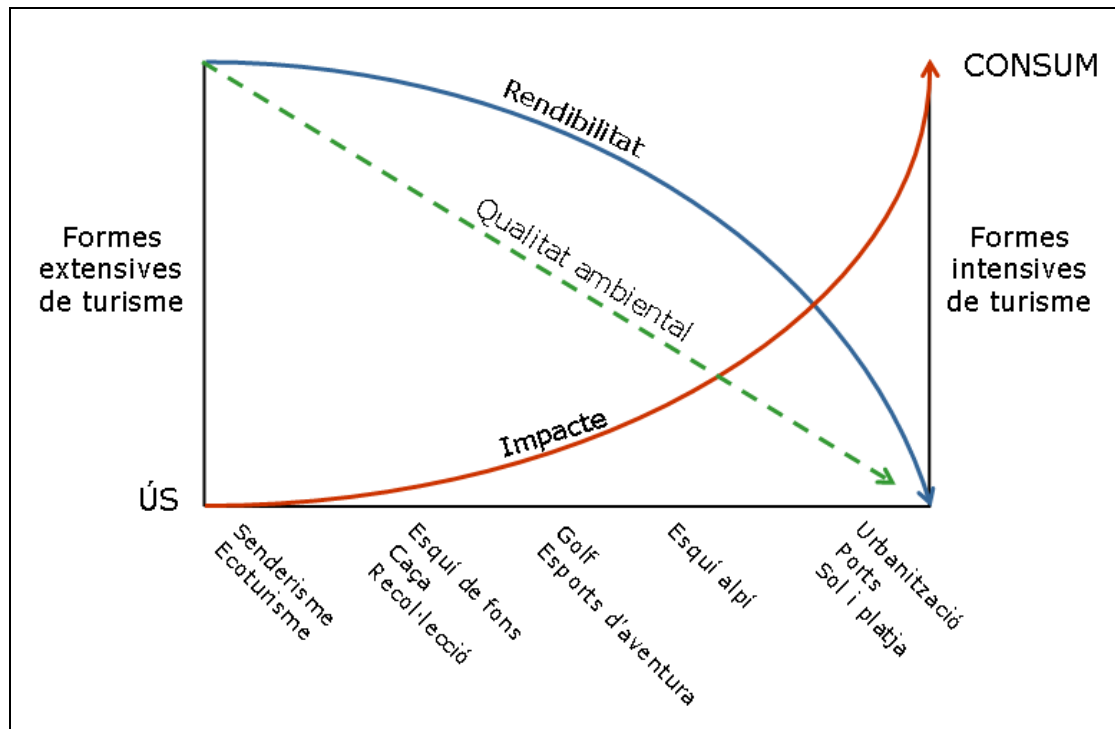
Figura 4. El territori, suport de l'activitat i part del producte turístic.



Font: Campillo i Font (2004).

D'acord amb Campillo Besses i Font Ferrer (2004), hi ha dos models d'explotació dels recursos turístics (naturals o culturals): el turisme d'ús i el turisme de consum. El turisme d'ús, o formes extensives de turisme, explota el recurs turístic sense alterar la seva naturalesa intrínseca, és a dir, que els recursos naturals i culturals s'utilitzen d'una manera sostenible sense transformar-los essencialment. Pel contrari el turisme de consum, o formes intensives de turisme, suposa una transformació intensa dels recursos que sovint pot arribar a ser irreversible. El turisme d'ús permet una explotació indefinida dels recursos turístics, mentre que el turisme de consum no. Entre aquests dos extrems hi ha un ampli ventall de situacions intermèdies que determinen impactes de diferent qualitats i magnituds en l'entorn (vegeu Figura 5).

Figura 5. Models d'exploració dels recursos turístics.



Font: Campillo Besses i Font Ferrer (2004).

El turisme pot ser un element de revalorització de l'entorn que generi sinèrgies positives per a la conservació i millora del medi ambient. En aquest sentit, el turisme ha potenciat la declaració d'espais naturals com a mesura de protecció i gestió del patrimoni natural (Torres Delgado, 2009); i també ha estat un element clau en la recuperació d'espais degradats a través de projectes de regeneració de centres històrics o de reestructuració urbana en estacions turístiques tradicionals. D'altra banda, l'activitat pot ajudar a la sensibilització ambiental en sentit ampli. El turisme pot donar a conèixer els valors intrínsecs de la natura i conscienciar el turista sobre la importància de la seva preservació. Els codis ètics en les infraestructures turístiques i les iniciatives ambientals voluntàries (certificacions ambientals, premis, etc.) també contribueixen a aquesta sensibilització (Pérez de las Heras, 2004). De fet, el medi ambient ha passat a ser determinant en la qualitat de l'experiència i del producte turístic, cosa que ha facilitat l'establiment d'estàndards ambientals en les destinacions i la introducció d'iniciatives de planificació per part de l'administració. Malauradament els impactes negatius del turisme en el medi ambient són molt més coneguts. A grans trets s'identifiquen quatre tipus d'efectes negatius: l'impacte paisatgístic, la contaminació (emissions i residus), el consum de recursos (territori, aigua i energia), i l'alteració d'ecosistemes naturals.

El paisatge, com a resultat de la transformació col·lectiva del territori, rep una contribució molt important del turisme i és alhora un recurs turístic estratègic. La percepció que obtenen els visitants del paisatge és un factor clau en el manteniment i la millora de l'activitat econòmica en el sector, doncs determina la imatge de la destinació que a la fi és el que atrau al turista o no. L'impacte paisatgístic que genera l'activitat és evident si es pensa en el desenvolupament turístic de sol i platja tradicional, caracteritzat per una urbanització densificada a primera línia de mar. Però els efectes també es fan palesos en altres territoris d'interior a on el creixement turístic ha generat una urbanització difosa i descontextualitzada del paisatge preexistent. Actualment la diversitat paisatgística, font de recursos turístics en les tendències de la nova demanda, està amenaçada pels processos d'homogeneització i banalització del paisatge que provoca la urbanització extensiva (Pintó Fusalba, 2009). La manca d'integració dels projectes urbanístics en un imaginari paisatgístic identificat prèviament, els patrons constructius repetitius, la despersonalització, i els estils de construcció d'estètica kitsch o tematitzada són alguns dels factors explicatius d'aquests processos. El paisatge és dinàmic i la seva preservació no significa fossilitzar-lo sinó fer compatibles les activitats amb la seva integritat i autenticitat (Fraguell Sansbelló - coord.-, 1998).

En quant a la contaminació generada pel turisme, la mobilitat és la font principal d'emissions contaminants. El transport que utilitzen els turistes per a arribar a una destinació i recorre-la emet un volum considerable de gasos d'efecte hivernacle, fins al punt que pot arribar a representar el 75% del impacte turístic total (Prats, 2008). Cal tenir en compte la contribució que això suposa a l'escalfament global, i que porta a alguns autors a apuntar que si bé els esforços per reduir els impactes ambientals en les destinacions són desitjables, pot ser que resultin estèrils en el còmput global dels impactes si s'afegeix el transport d'anada i tornada (Antón Clavé i González Reverté -coord.-, 2007). Les activitats turístiques a més poden causar contaminació acústica o vessaments d'aigües residuals, olis, petroli, etc. D'altra banda, l'activitat genera uns residus que, a part de l'impacte que suposen *per se*, es caracteritzen per concentrar-se en determinades èpoques de l'any i per una producció més elevada del normal.

La concentració espacial i temporal de l'activitat també afecta al consum d'energia i aigua, obligant a sobredimensionar les infraestructures elèctriques i els sistemes d'abastament i sanejament d'aigua (Boada i Pujantell, 2009). A més, en el cas de l'aigua els períodes de màxima explotació sovint coincideixen amb l'estiu, època de l'any amb baixa disponibilitat de recursos hídrics. Això es veu agreujat per la

relaxació dels hàbits de consum que caracteritza al turista que, pel fet d'estar fora de la seva quotidianitat i/o per la fugacitat de l'experiència turística, consumeix més que els residents. Pel que fa al consum de territori associat al turisme, es deriva de la urbanització d'allotjaments i altres equipaments turístics. Tot plegat genera una sobreexplotació dels recursos naturals que pot portar a un esgotament dels mateixos.

Finalment, l'alteració d'ecosistemes naturals i la conseqüent pèrdua de biodiversitat són impactes negatius que es poden derivar dels efectes comentats anteriorment, però que també responen de manera directa a algunes modalitats turístiques. Les estacions d'esquí, per exemple, requereixen de pistes lliures d'obstacles i de pendents determinades cosa que obliga a desforestar i modificar el relleu natural de la muntanya; la proliferació d'activitats esportives en espais naturals també és un focus de pertorbació per hàbitats i espècies i ocasiona problemes d'erosió.

D'acord amb el que s'ha exposat, és evident que el turisme genera efectes aparents en l'entorn en què es desenvolupa. La qualitat d'aquests efectes és majoritàriament negativa per la naturalesa de l'activitat, que implica necessàriament consumir territori i recursos, però el grau de severitat depèn de les característiques físiques i ecològiques de la zona i de l'afluència turística que es registri (Bengochea et al., 2006). En la Taula 5 es sintetitzen els impactes ambientals (positius i negatius) que genera el turisme.

Taula 5. Impactes ambientals del turisme.

Factors	Impactes positius	Impactes negatius
Paisatge	Es recuperen espais degradats	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es genera impacte paisatgístic ▪ La urbanització excessiva provoca homogeneització i banalització del paisatge
Contaminació	Es promouen codis ètics i iniciatives per a reduir la contaminació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El transport turístic emet gasos d'efecte hivernacle ▪ Es generen més residus del normal i es concentren la temporada alta ▪ Es poden donar vessaments residuals i generar contaminació acústica
Recursos	Es promouen codis ètics i iniciatives per un consum responsable	Es dóna un consum elevat d'aigua, energia i territori que esgota els recursos disponibles
Entorn	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es protegeixen espais naturals ▪ Es sensibilitza donant a conèixer valors naturals 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'alteren ecosistemes naturals i es perd biodiversitat ▪ Es modifica el substrat físic del territori i es donen processos erosius

Font: Elaboració pròpia.

El turisme ha de contribuir de forma positiva a la conservació ambiental per a avançar cap a un desenvolupament sostenible de l'activitat. Això implica fer un ús racional dels recursos naturals per garantir la viabilitat de l'activitat a llarg termini, preservar la biodiversitat fent del turisme un factor constructiu positiu que integri i compatibilitzi les activitats amb la conservació de l'entorn i, finalment, augmentar la sensibilització ambiental.

2.4. CREACIÓ I ÚS INSTITUCIONAL DEL CONCEPTE DE TURISME SOSTENIBLE

El paper dels agents institucionals ha estat determinant en el procés de creació i ús del concepte de turisme sostenible. Les diverses iniciatives institucionals desenvolupades a diferents nivells territorials han consensuat i generalitzat el seu significat i la seva aplicació. Aquest apartat analitza el naixement i l'evolució del concepte des del punt de vista institucional, tenint en compte que precisament aquesta perspectiva és la que ha acabat perfilant i determinant la concepció actual de turisme sostenible; i ho fa a quatre nivells (internacional, europeu, espanyol i català), considerant el marc territorial de la Tesi i la coherència i interdependència de les diferents escales de política turística relacionades.

2.4.1. Àmbit internacional

Al parlar de l'evolució del concepte de turisme sostenible en l'àmbit internacional és obligada la referència a la Cimera de la Terra de Río de Janeiro que, tal com s'ha comentat anteriorment, suposa la consolidació del concepte desenvolupament sostenible i el punt de partida per diverses iniciatives de turisme sostenible. Així, a partir de l'any 1992 es comença a desenvolupar un ampli marc institucional pel turisme sostenible i s'elaboren nombrosos documents relacionats, les principals referències dels quals es recullen cronològicament a la Taula 6.

Taula 6. Iniciatives institucionals en l'àmbit internacional que incorporen el concepte de turisme sostenible.

Any	Principals referències
1992	<p>Cimera de la Terra (CNUMAD, Río de Janeiro (NU):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Agenda 21</i> ▪ <i>Declaració sobre Medi Ambient i Desenvolupament</i> ▪ <i>Conveni sobre Diversitat Biològica</i> ▪ <i>Convenció Marc sobre el Canvi Climàtic</i> ▪ <i>Declaració de Principis Forestals</i> <p>Creació de la Comissió de Desenvolupament Sostenible (CDS) de les NU</p>
1993	<p>1a Conferència Ministerial sobre Turisme i Desenv. Sostenible, Hyeres-les Palmiers</p> <p>OMT:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Turisme per a l'Any 2000 i Més Enllà: Aspectes Qualitatius</i>
1995	<p>1a Conferència Mundial de Turisme Sost., Lanzarote (OMT, PNUMA, UNESCO i UE):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Carta del Turisme Sostenible</i> <p>Programa de les NU per al Medi Ambient (PNUMA):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Guia per a un Turisme Ambientalment Responsable</i> <p>2a Conferència Ministerial sobre el Turisme Mediterrani i Desenv. Sost., Casablanca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Carta del Turisme del Mediterrani</i> ▪ Creació de la Comissió Mediterrània per al Desenvolupament Sostenible
1996	<p>OMT, Consell Mundial de Viatges i Turisme (CMVT) i Consell de la Terra:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Agenda 21 per a la Indústria de Viatges i Turisme</i>
1997	<p>Conferència de Ministres d'Àsia i Pacífic sobre Turisme i Medi Ambient, Malé (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Malé sobre Desenvolupament Sostenible</i> <p>Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme, Berlín (NU):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Berlín sobre Diversitat Biològica i Turisme Sostenible</i> <p>Conferència Internacional sobre Turisme i Desenv. Sost. en el Mediterrani, Calvià:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Calvià sobre Turisme i Desenv. Sostenible en el Mediterrani</i> <p>Reunió de Líders del Turisme Mundial sobre els Efectes Socials del Turisme (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Manila sobre l'Impacte Social del Turisme</i>
1998	<p>Congrés Internacional de Turisme Sostenible en el Mediterrani. La Participació de la Societat Civil, St. Feliu de Guíxols (Projecte Ulixes 21, MED-Forum):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de les ONGs del Mediterrani sobre el Turisme Sostenible y la Participació de la Societat Civil</i> <p>V Fòrum Ambiental del Mediterrani, Barcelona (MED-Forum):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Programa de les ONGs del Mediterrani per a un Desenvolupament Sostenible</i>
1999	<p>Creació del Comitè de Turisme Sostenible (CTS) de les NU</p> <p>7a Sessió de la CDS, Nova York (NU):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>La Importància Global del Turisme</i> ▪ <i>El Turisme Sostenible: una Perspectiva Local</i> ▪ <i>El Turisme Sostenible: una Perspectiva No Governamental</i> ▪ <i>Treballadors i Sindicats en la Xarxa del Turisme</i> ▪ <i>Decisió 7/3 sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible</i> <p>13a Assemblea General de l'OMT, Santiago de Xile (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Codi Ètic Mundial per al Turisme</i>

Any	Principals referències
2000	<p>Conferència Internacional d'Hotels Sostenibles per a Destinacions Sostenibles (UNESCO i OMT)</p> <p>Creació de la Iniciativa dels Tour Operadors (TOI) per al Desenvolupament Sostenible del Turisme, Maspalomas (OMT, PNUMA i UNESCO)</p>
2001	<p>Cimera Mundial sobre el Desenvolupament Sostenible (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>El Desenvolupament Sostenible del Turisme</i> (document preparatori) <p>Conferència Internacional sobre Turisme Sostenible, Rímini (PNUMA):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Carta de Rímini</i> ▪ Xarxa de Ciutats per un Turisme Sostenible (NCST)
2002	<p>Cimera Mundial d'Ecoturisme, Quebec (OMT i PNUMA):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Quebec sobre Ecoturisme</i> <p>CMDS, Johannesburg (NU):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Iniciativa ST-EP ▪ <i>Pla d'Aplicació de Decisions de la Cimera</i>
2003	<p>1a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme, Djerba (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Djerba sobre Turisme i Canvi Climàtic</i> <p>V Congrés Mundial de Parcs, Durban (UICN):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Recomanacions del V Congrés Mundial de Parcs</i>
2004	<p>Fòrum Universal de les Cultures (FUC), Barcelona:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Turisme per a Tots</i>
2005	<p>Reunió de l'OMT (vigília de la reunió especial de l'Assemblea General de les NU), Nova York (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració del Turisme al Servei dels Objectius del Mil·lenni</i> <p>PNUMA i OMT:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Per un Turisme Més Sostenible. Guia per a Responsables Turístics</i>
2007	<p>2a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme, Davos (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Declaració de Davos</i>
2008	<p>Creació del Comitè de Reactivació del Turisme (CRT) de l'OMT</p>
2009	<p>1a Reunió del CRT, Madrid (OMT)</p> <p>2a Reunió del CRT, Berlín (OMT)</p> <p>3a Reunió del CRT, Astana (OMT)</p> <p>4a Reunió del CRT, Berlín (OMT)</p> <p>18a Assemblea General de l'OMT, Astana (OMT):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Full de Ruta per a la Recuperació</i>
2012	<p>Rio+20 - CMDS, Brasil (NU)</p>

Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts documentals.

El setembre de 1993 s'inicia el procés d'aplicació de la *Agenda 21* i de la sostenibilitat a l'àmbit turístic del Mediterrani amb la celebració de la 1a Conferència Ministerial sobre Turisme Mediterrani i Desenvolupament Sostenible a Hyeres-les Palmiers (França). El mateix any l'OMT publica el document titulat

Tourism to the Year 2000 and Beyond: Qualitative Aspects (Turisme per a l'Any 2000 i Més Enllà: Aspectes Qualitatius) a on defineix oficialment el concepte de Turisme Sostenible.

Una de les fites clau per al desenvolupament del concepte de turisme sostenible és la 1a Conferència Mundial per al Turisme Sostenible celebrada a Lanzarote el 1995, que va ser organitzada per institucions internacionals (OMT, Programa de les NU pel Medi Ambient -PNUMA-, Organització de les NU per a l'Educació, la Ciència i la Cultura -UNESCO- i UE) i diverses administracions de l'Estat espanyol. Aquest esdeveniment va concloure amb l'anomenada *Carta del Turisme Sostenible* que estableix un marc de referència ampli per al desenvolupament sostenible del turisme a escala local.

La carta puntualitza que "*essent el turisme un potent instrument de desenvolupament, pot i ha de participar activament en l'estratègia del desenvolupament sostenible*" (Conferència Mundial de Turisme Sostenible -CMTS-, 1995:2). D'acord amb això enumera 18 objectius referents a diferents aspectes de la sostenibilitat social, econòmica i ambiental del turisme; entre els que destaquen la necessària planificació integral del turisme, la participació i sensibilització de tots els actors implicats (tan públics com privats), la cooperació a tots els nivells (local, nacional, regional i internacional), el repartiment equitatiu de beneficis i costos, la promoció de formes alternatives de turisme, o el foment de la investigació en matèria turística. Finalment, la carta recomana als governs estatals i regionals la formulació de plans d'acció turística que incorporin aquests criteris.

El mateix any el PNUMA publica la *Guia per a un Turisme Ambientament Responsable*, un estudi pràctic sobre com compatibilitzar el turisme amb la conservació de l'entorn, i també es celebra la 2a Conferència Ministerial sobre el Turisme Mediterrani i Desenvolupament Sostenible a Casablanca (Marroc). En la conferència s'adopta la *Carta del Turisme del Mediterrani* que reconeix la importància del turisme basat en la seva identitat i autenticitat i insta als estats a solidaritzar-se per aconseguir una harmoniosa evolució del turisme amb una ètica compartida. També es crea la Comissió Mediterrània per al Desenvolupament Sostenible per a garantir l'aplicació de la *Agenda 21* en aquest àmbit geogràfic.

El 1996 l'OMT, el Consell Mundial de Viatges i Turisme (CMVT) i Consell de la Terra realitzen una declaració conjunta titulada *Agenda 21 per a la Indústria de Viatges i Turisme*. Aquest document, que havia estat inspirat en l'*Agenda 21* de la Cimera de Río de Janeiro, és el primer pla de acció sectorial que determina aspectes bàsics per a la integració del turisme i el medi ambient.

Taula 7. Objectius per al desenvolupament sostenible del sector turístic segons l'A21 per a la Indústria de Viatges i Turisme (1996).

- Els viatges i el turisme han d'ajudar a que la gent porti una vida sana i productiva en harmonia amb la natura.
- Els viatges i el turisme han de contribuir a la conservació, protecció i restauració de l'ecosistema terrestre.
- Els viatges i el turisme s'han de basar en models sostenibles de producció i consum.
- Els viatges i el turisme, la pau, el desenvolupament i la protecció ambiental són interdependents.
- El proteccionisme en la comercialització dels serveis de viatges i turisme s'ha de detenir o revertir.
- La protecció ambiental ha de constituir una part integral del procés de desenvolupament turístic.
- El desenvolupament turístic s'ha de gestionar amb la participació de ciutadans, i les decisions de planificació s'han de prendre a nivell local.
- Les nacions s'han de prevenir mútuament sobre els desastres naturals que poden afectar als turistes o les àrees turístiques.
- Els viatges i el turisme han d'utilitzar la seva capacitat per a crear llocs de treball per a les dones i pobles indígenes en la seva màxima expressió.
- El desenvolupament turístic ha de reconèixer i donar suport a la identitat, cultura i interessos dels pobles indígenes.
- Les lleis internacionals que protegeixen l'ambient han de ser respectades per la indústria turística.

Font: OMT (1996).

L'agenda reconeix l'especial interès que tenen les indústries de viatges i el turisme en general per a protegir els recursos naturals i culturals com a base de la seva activitat, i pretén assegurar el desenvolupament a llarg termini a través d'accions concertades entre governs i tots els sectors industrials (OMT, 1996). Enumera un conjunt d'objectius que configuren el marc general per al desenvolupament sostenible del sector turístic (vegeu Taula 7), i descriu les accions prioritàries que han de seguir els actors per a assolir-los (vegeu Taula 8).

El repte de complir les fites de la sostenibilitat turística suposen una profunda reorientació del sector, però l'Agenda 21 remarca la necessitat de treballar en aquesta direcció alertant dels greus costos que pot tenir la no actuació.

Taula 8. Accions prioritàries pel desenvolupament sostenible del turisme segons l'A21 per a la Indústria de Viatges i Turisme (1996).

Accions dept. governamentals, associacions nacionals de turisme i d'empresarials
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaluar la capacitat del marc existent legal, econòmic i voluntari per promoure el turisme sostenible ▪ Avaluar les implicacions econòmiques, socials, culturals i ambientals de les operacions de les organitzacions ▪ Formació, educació i conscienciació pública ▪ Planificació per a un desenvolupament turístic sostenible ▪ Facilitar l'intercanvi d'informació, habilitats i tecnologies relacionades amb el turisme sostenible entre països desenvolupats i països en vies de desenvolupament ▪ Mantenir la participació en tot els sectors de la societat ▪ Disseny de nous productes turístics amb la sostenibilitat com a part integral del seu procés de desenvolupament ▪ Medició del progrés d'assolir el desenvolupament sostenible en l'àmbit local ▪ Cooperació per el desenvolupament sostenible
Accions companyies de viatges i turisme
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Minimització de residus, reutilització i reciclatge ▪ Eficiència, estalvi i gestió energètica ▪ Gestió dels recursos aquàtics ▪ Gestió d'aigües residuals ▪ Substàncies tòxiques ▪ Transport ▪ Planificació i gestió de l'ús de territori ▪ Implicar a empleats, clients, comunitats locals en aspectes ambientals ▪ Disseny per la sostenibilitat ▪ Cooperació per al desenvolupament sostenible

Font: OMT (1996).

L'any 1997 va ser especialment prolífer pel que fa a les declaracions sobre turisme sostenible. Concretament se'n van elaborar quatre fruit de diverses conferències i reunions:

- La *Declaració de Malé sobre Desenvolupament Sostenible* va sorgir de la Conferència de Ministres de l'Àsia i el Pacífic sobre Turisme i Medi Ambient (CMAPTMA), celebrada a Malé (Illes Maldives). La Declaració pren com a model els principis establerts en l'*Informe Brundtland* (1987), l'*Agenda 21* de la Cimera de la Terra (1992), l'*Agenda 21 de la Indústria de Viatges i Turisme* (1996), i la Conferència Mundial de Turisme i Gestió de patrimoni, per a proposar una sèrie de directrius per aconseguir un turisme sostenible. Com per exemple l'ètica en el turisme, la reducció en el consum i la despesa, la promoció de l'economia local, la participació de la comunitat o la conservació de la diversitat cultural, social i natural (CMAPTMA, 1997).
- La *Declaració de Berlín sobre la Diversitat Biològica i Turisme Sostenible* va sorgir de la Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme (CIMMABT), celebrada a Berlín (Alemanya). La Declaració expressa la voluntat de treballar conjuntament en l'elaboració de

“regles internacionals que harmonitzin els interessos de la conservació de la natura i el turisme, orientant cap el desenvolupament sostenible del turisme i, també, contribuint a la implementació de la Convenció sobre Diversitat Biològica i els objectius de l’Agenda 21” (CIMMABT, 1997:1). Amb aquest objectiu acorda una sèrie de principis generals i específics que principalment s’orienten a la minimització dels impactes socials i ambientals del turisme, i a la protecció de la natura i conservació de la diversitat biològica.

- La *Declaració de Calvià sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible en el Mediterrani* va sorgir de la Conferència Internacional sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible en el Mediterrani (CITDSM), celebrada a Calvià (Mallorca). El mateix any el municipi de Calvià va ser guardonat amb el Premi Europeu de Ciutat Sostenible. La Declaració fa referència als greus desafiaments socials i ambientals que afronta la Mediterrània i reclama la modificació de les pautes de desenvolupament imperants del moment. Amb l’objectiu de ser una fita per al desenvolupament sostenible en la Mediterrània, exposa set principis bàsics que emfatitzen la necessitat de treballar conjuntament entre tots els actors sent conscients de la limitació dels recursos (vegeu Taula 9).

Taula 9. Resum dels principis recollits a la *Declaració de Calvià (1997)*.

- | |
|--|
| <p>I. El Turisme, motor del desenvolupament Mediterrània: El Mediterrani és la primera destinació turística del món. El turisme és una oportunitat, però també pot ser una amenaça si no es gestiona apropiadament.</p> <p>II. Situacions diferents i metes comunes: A les zones més desenvolupades cal renunciar al creixement il·limitat i rehabilitar el patrimoni natural i edificat. En canvi, a les zones emergents cal desenvolupar iniciatives sostenibles que evitin el deteriorament dels seus recursos i garanteixin la viabilitat del seu futur.</p> <p>III. El desenvolupament sostenible, repte de futur: Només es pot assegurar un desenvolupament sostenible en una regió i per a futures generacions si s’assumeix la necessitat d’un canvi cultural en relació als models de desenvolupament.</p> <p>IV. Integrar la sostenibilitat en el comportament: Avançar cap a la sostenibilitat exigeix canviar formes de pensar, actuar, produir i consumir.</p> <p>V. Participar activament: Les autoritats locals, com a instància més propera als ciutadans, són actors clau en la solució de problemes i en la democratització i participació ciutadana. Cal fomentar les campanyes de sensibilització sobre el turisme sostenible i integrat en el territori.</p> <p>VI. Iniciar Agendes Locals 21: L’Agenda local 21 permet desenvolupar models de gestió local sostenibles a llarg termini, consensuats i amb una visió de futur comú entre tots els sectors de la comunitat.</p> <p>VII. Impulsar la cooperació: S’ha d’aspirar a la cooperació treballant en direcció a unes estructures sostenibles i a la conservació dels recursos limitats.</p> |
|--|

Font: CITDSM (1997).

- La *Declaració de Manila sobre l'Impacte Social del Turisme* va ser el resultat de la Reunió de Líders del Turisme Mundial sobre els Efectes Socials del Turisme (RLTMEST), celebrada a Manila (Filipines). Amb l'objectiu de plantejar formes per maximitzar els efectes positius del turisme i amb la determinació d'eliminar els abusos socials i l'explotació associada o ocasionada per l'activitat, la Declaració formula deu compromisos. Aquests compromisos, de caràcter eminentment social, destaquen la necessitat d'involucrar a les comunitats en els processos turístics, millorar el nivell de vida, conservar els recursos culturals i socials, desenvolupar el turisme en el context de l'Agenda 21 i treballar per aconseguir un codi ètic mundial per al turisme (RLTMEST, 1997).

Durant el 1998, amb el Congrés Internacional de Turisme Sostenible en el Mediterrani (St. Feliu de Guíxols) i V Fòrum Ambiental del Mediterrani (Barcelona), va agafar embranzida el sector no governamental de l'àmbit de la Mediterrània sota el lideratge de la xarxa MED-Forum. La xarxa MED-Forum s'havia creat el 1995 i tenia com a objectiu coordinar les ONGs de la conca mediterrània dedicades a promoure la defensa i la protecció del medi ambient en un marc de desenvolupament sostenible per permetre una gestió integrada i solidària del Mediterrani. En el marc d'aquesta xarxa i centrat en el sector turístic s'havia desenvolupat el projecte Ulixes 21, que pretenia difondre els valors del litoral mediterrani i els problemes ambientals generats per un model turístic insostenible.

El Congrés Internacional de Turisme Sostenible en el Mediterrani, avalat pel projecte Ulixes 21, va donar lloc a *Declaració de les ONGs del Mediterrani sobre el Turisme Sostenible i la Participació de la Societat Civil*. Aquesta declaració enumera diverses accions prioritàries que es poden agrupar en quatre línees estratègiques: 1) Promoure un nou model de turisme, 2) Generar polítiques reals per a la sostenibilitat, 3) Fomentar la informació i participació de tots els agents, i 4) Aconseguir consens i concertació entre les part implicades d'una mateixa regió turística.

D'altra banda, uns mesos més tard en el V Fòrum Ambiental es va presentar el *Programa de les ONGs del Mediterrani per a un Desenvolupament Sostenible*. Aquest estableix l'estratègia de les ONG de la Mediterrània per al proper segle de cara a fer front als problemes del Mediterrani i la seva zona costanera. Entre el conjunt de directrius prioritàries del programa es recull la necessitat d'assolir un turisme sostenible en la conca Mediterrània. Es reconeix la Mediterrània com la destinació turística principal a nivell mundial i, per tant, la necessitat de garantir un

model turístic sostenible que a més de ser econòmicament viable sigui també socialment just (Caramanzana Santos, 1999). Amb aquesta intenció es proposen accions concretes com: evitar la massificació, reestructurar i diversificar els espais turístics, desestacionalitzar, fomentar la participació, potenciar la sensibilització, etc.; que han de ser desenvolupades en un marc de cooperació mediterrània.

El 1999 va ser un any especialment significatiu pel que fa al turisme sostenible en l'àmbit internacional. Les NU van crear el Comitè de Turisme Sostenible (CTS) amb l'objectiu de generar diàleg entre els governs i els representants del sector turístic i així identificar directrius polítiques per reforçar la sostenibilitat del turisme. El CTS es va reunir per primera vegada a Nova York en el marc de la 7a Sessió de la CDS. Per la sessió es van generar diversos documents de treball elaborats per diferents actors turístics:

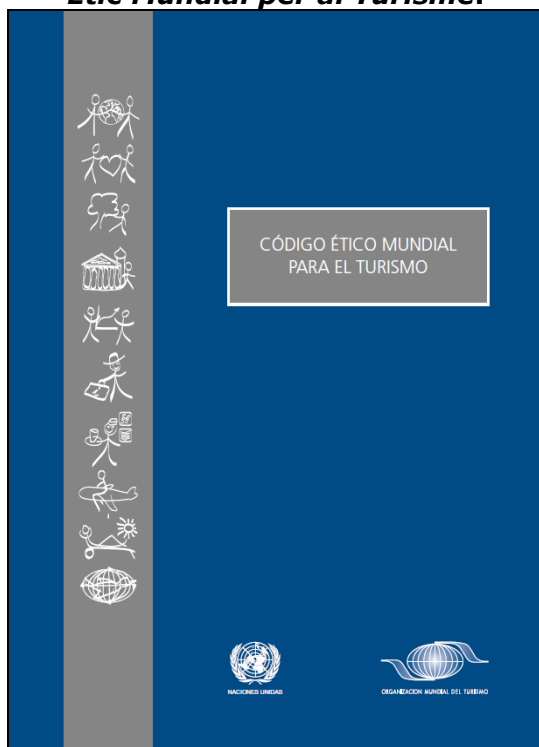
- *La Importància Global del Turisme* del CMVT, i l'Associació Internacional d'Hotels i Restaurants.
- *El Turisme Sostenible: una Perspectiva Local* del Consell Internacional per les Iniciatives Ambientals Locals (ICLEI).
- *El Turisme Sostenible: una Perspectiva No Governamental* de les ONGs representades a la CDS.
- *Treballadors i Sindicats en la Xarxa del Turisme* de la Confederació Internacional de Sindicats.

Els documents exposen la particular visió de cada un dels agents sobre el turisme i com aquest s'ha d'orientar cap el paradigma de la sostenibilitat. La consideració conjunta de les propostes i la seva discussió va motivar la *Decisió 7/3 sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible*, la qual recull una sèrie de recomanacions per a què tots els agents contribueixin a afavorir la sostenibilitat en el sector turístic i els insta a mantenir informada la CDS dels resultats i avenços realitzats al respecte (CDS, 1999).

També durant el mateix any es va celebrar a Santiago de Xile la 13a Assemblea General de l'OMT, que va donar lloc al *Codi Ètic Mundial per al Turisme* (vegeu Imatge 1). Aquest codi consta de deu articles que s'enuncien com els principis que han d'orientar el desenvolupament turístic, estructurant així un marc de referència per als diferents actors involucrats. Es tracta d'un acord voluntari a escala global per a l'aplicació de pràctiques responsables en el sector turístic. L'article 3 titulat "El turisme, factor de desenvolupament sostenible" és l'únic que parla explícitament

del concepte de sostenibilitat, i ho fa des de la seva vessant ambiental (OMT, 1999b). Tanmateix, la resta d'articles també recullen criteris de sostenibilitat social, econòmica i ambiental relacionats amb el turisme. Aquest document és rellevant en tant que constitueix un codi deontològic per al sector turístic que, si bé feia anys que se'n parlava, encara no s'havia materialitzat formalment.

Imatge 1. Portada del document *Codi Ètic Mundial per al Turisme*.



Font: OMT (1999b).

L'any 2000 pren especial importància el sector privat gràcies a la Conferència Internacional d'Hotels Sostenibles per a Destinacions Sostenibles, celebrada a Maspalomas (Gran Canaria), i a la creació de la Iniciativa dels Tour Operadors (TOI) per al desenvolupament sostenible del turisme. La Conferència emfatitzava la idea que aconseguir uns hotels sostenibles contribuïa a fer les destinacions més sostenibles i, per tant, a l'èxit empresarial dels hotels. D'acord amb això, es demanava als actors del sector turístic, en general, i de l'hoteler, en concret, que desenvolupessin un

espai i una cultura de cooperació per a fer la indústria més sostenible (Marin i Jafari, 2002). D'altra banda, la TOI es va crear com una iniciativa voluntària, sense ànim de lucre, i oberta a tots els operadors turístics, amb independència de la seva grandària i ubicació geogràfica. Tot i que promoguda per l'OMT, PNUMA i UNESCO, la TOI està creada per operadors turístics i destinada a operadors turístics. Pretén ajudar a avançar cap a un turisme sostenible a través del compromís de les empreses adherides de fer del desenvolupament sostenible la seva filosofia, i aspira a treballar coordinadament per a promoure i difondre mètodes i pràctiques turístiques sostenibles.

Amb vistes a la propera CMDS, l'OMT elaborava l'any 2001 un document que feia un balanç del desenvolupament sostenible del turisme des de la Cimera de Río de Janeiro. L'informe conclou que el creixement del turisme en el futur obliga a "*intensificar els esforços per a aconseguir la sostenibilitat del desenvolupament*

turístic” i que per evitar els impactes socials i ambientals significatius “s’ha de desenvolupar una planificació turística integrada i conscient en el pla ambiental i cultural” (OMT, 2001:5).

Durant el juny de 2001 va tenir lloc a Rímini (Itàlia) una Conferència Internacional sobre Turisme Sostenible, organitzada per la PNUMA i emmarcada en el projecte LIFE de la UE *Estratègies i Implementació d’Accions Orientades al Turisme Sostenible en Zones Costeres de la Mediterrània (2000-2003)*. La Conferència es centrava en el concepte de sostenibilitat aplicat a la modalitat turística de sol i platja i els resultats es van plasmar en la *Carta de Rímini* i en la creació de la Xarxa de Ciutats per un Turisme Sostenible (NCST). La *Carta de Rimini* és un manifest d’adopció voluntària de bones pràctiques adreçat al conjunt del sector turístic i dissenyat especialment per a les destinacions de sol i platja. El seu objectiu principal és difondre i divulgar diferents maneres d’entendre el turisme per a generar models de menor impacte territorial; per tant, no està basada en una acció directa sinó en la difusió d’un missatge que produeixi millores en el sector a llarg termini (Sabaté -coord.-, 2007). Pel que fa a la NCST, està formada per ciutats europees o de l’àrea mediterrània a on el turisme de masses és la principal font d’ingressos. El seu objectiu és identificar els projectes i programes que les ciutats membres poden fer conjuntament per promoure el turisme sostenible. En aquest sentit ha desenvolupat, entre d’altres eines i metodologies, un pla de treball que inclou temes com la compra verda, la capacitat de càrrega o l’Agenda 21 local.

L’any 2002 van tenir lloc dos esdeveniments internacionals destacables: la Cimera Mundial d’Ecoturisme i la CMDS. La Cimera Mundial d’Ecoturisme es va celebrar a Quebec (Canadà) tot coincidint amb la celebració de l’Any Internacional de l’Ecoturisme. Aquesta Cimera, que havia estat organitzada per l’OMT i el PNUMA, va aprovar l’anomenada *Declaració de Quebec sobre Ecoturisme*, la qual tenia com a principal objectiu preparar un programa preliminar i una sèrie de recomanacions per al desenvolupament d’activitats d’ecoturisme (Cimera Mundial de l’Ecoturisme - CME-, 2002). La *Declaració de Quebec* reconeix que l’ecoturisme ha liderat la introducció de pràctiques sostenibles en el sector, i exposa la necessitat que continuï treballant per incrementar els beneficis econòmics i socials per a les comunitats amfitriones a la vegada que contribueix activament a la conservació dels seus recursos naturals i la seva integritat cultural. Amb aquesta intenció formula recomanacions per als governs, sector privat, organitzacions no governamentals, associacions comunitàries, institucions acadèmiques i investigadores, organitzacions intergovernamentals, institucions financeres internacionals, organismes d’assistència per al desenvolupament i comunitats

indígenes i locals. També afegeix un paràgraf final en què insta a la CMDS a aplicar els principis de desenvolupament sostenible i de l'ecoturisme.

Uns mesos més tard es va celebrar la CMDS a Johannesburg (Sud-àfrica). Per a aquesta Cimera l'OMT havia preparat, en col·laboració amb la Conferència de les NU sobre el Comerç i Desenvolupament, una iniciativa anomenada "Turisme Sostenible per a l'Eliminació de la Pobresa" (Iniciativa ST-EP) que va presentar juntament amb la *Declaració de Quebec sobre Ecoturisme*. La iniciativa proposava utilitzar el turisme com a eina per eradicar la pobresa, i es centrava en enfortir les accions i projectes turístics dirigits a estimular el desenvolupament i la creació d'ocupació per als més desfavorits. D'altra banda, la CMDS va donar lloc a un Pla d'acció propi en què es recollia en un epígraf sencer la importància del turisme i la seva sostenibilitat. Aquest fet constata la creixent rellevància del turisme en relació a la desenvolupament sostenible, sobretot comparant amb la CNUMAD precedent en què les referències al sector eren puntuals. Concretament dins el *Pla d'Aplicació de les Decisions de la CMDS*, a l'apartat "IV. Protecció i gestió de la base de recursos naturals del desenvolupament econòmic i social", l'epígraf 43 especifica que s'ha de "*Promoure el desenvolupament sostenible del turisme, inclòs el turisme no consumptiu i el turisme ecològic, (...) per tal d'augmentar els beneficis que les comunitats receptores obtenen dels recursos que aporta el turisme, mantenint al mateix temps la integritat cultural i ambiental d'aquestes comunitats i augmentant la protecció de les zones ecològicament delicades i del patrimoni natural*" (NU, 2002:36) i amb aquesta finalitat enumera diverses mesures que s'han d'adoptar en tots els plans (vegeu Taula 10).

Taula 10. Resum de les mesures proposades a l'epígraf 43 del Pla d'Aplicació de les Decisions de la CMDS de Johannesburg (2002).

- Augmentar la cooperació internacional, les inversions estrangeres directes i les associacions amb el sector privat i el sector públic a tots els nivells.
- Formular programes, fins i tot en matèria d'educació i capacitació, que fomentin la participació en l'ecoturisme.
- Prestar assistència tècnica als països en desenvolupament i els països amb economies en transició per tal de donar suport al desenvolupament d'empreses de turisme sostenible.
- Ajudar a les comunitats locals a administrar les visites als seus atractius turístics per a obtenir el major benefici possible amb un mínim de riscos i d'efectes negatius en les seves tradicions, cultura i medi ambient.
- Promoure la diversificació de les activitats econòmiques i la participació de les empreses locals incipients, especialment les petites i mitjanes.

Font: NU (2002).

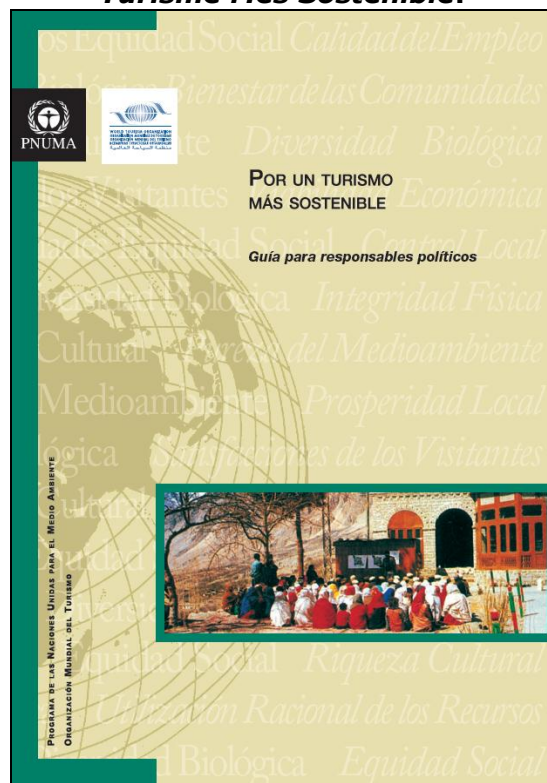
La creixent preocupació pel fenomen del canvi climàtic també es va plasmar en el sector turístic, i l'any 2003 l'OMT va convocar la 1a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme a Djerba (Tunísia). En aquesta Conferència es va firmar la *Declaració de Djerba sobre Turisme i Canvi Climàtic*, que pretenia respondre de manera oportuna i equilibrada als imperatius del canvi climàtic en el sector del turisme. La Declaració recull deu acords que han de contribuir a mitigar els efectes del turisme en els processos del canvi climàtic i, alhora, reduir els impactes negatius del propi canvi climàtic en les destinacions turístiques. En general els acords fan referència a subscriure el *protocol de Kioto*, investigar les implicacions recíproques del turisme i el canvi climàtic, aplicar mesures d'adaptació i mitigació dels efectes específics del canvi climàtic, utilitzar tecnologies i logístiques més netes, aplicar polítiques de gestió sostenible per als recursos hídrics, sensibilitzar els turistes, i cooperar amb l'OMT en l'intercanvi d'informació a nivell internacional (OMT, 2003).

El mateix any es va celebrar el V Congrés Mundial de Parcs, organitzat a Durban (Sud-àfrica) per la UICN, que entre els seus resultats tenia un document de recomanacions amb un capítol titulat "El turisme com a instrument de conservació i suport per a les àrees protegides". En aquest capítol s'exposen les virtuts del turisme com a eina per a valorització i protecció del patrimoni natural i cultural, alhora que s'alerta dels perills de no planificar, desenvolupar i gestionar l'activitat adientment. D'acord amb això, s'enumeren diverses recomanacions per a la cooperació efectiva entre els gestors i les comunitats de les àrees protegides a fi de desenvolupar correctament el turisme, aprofitant els beneficis econòmics locals que genera i reduint els impactes negatius a través del foment de les bones pràctiques socials i ambientals (UICN, 2003).

L'any 2004 va tenir lloc el Fòrum Universal de les Cultures (FUC) a Barcelona, durant el qual es va convocar el "Diàleg sobre turisme, la diversitat cultural i el desenvolupament sostenible" que va tenir com a resultat la declaració titulada *Turisme per a Tots*. La declaració constata la importància del turisme sostenible i el reconeix com a "*espai existent capaç de sustentar un gran diàleg sobre la diversitat cultural, la pau i el desenvolupament sostenible (...), en definitiva, el nou mirall d'un món que vol basar-se en l'enteniment i en el respecte i admiració del llegat comú de tots i cadascun dels pobles*" (FUC, 2004:2). A partir d'aquí estableix diverses premisses actuació i instruments de seguiment per als governs, organitzacions internacionals, autoritats locals i organitzacions i entitats de la indústria turística.

El 2005, en la vigília de la reunió especial de l'Assemblea General de les NU, l'OMT va reunir a Nova York un grup representatiu de líders de governs, de la indústria turística, d'organismes especialitzats de les NU i de la societat civil. El resultat de la reunió va ser l'adopció de la *Declaració del Turisme al Servei dels Objectius del Mil·lenni*, que reconeix l'efectiva contribució del turisme per a assolir els objectius de desenvolupament del mil·lenni; especialment els relatius a la mitigació de la pobresa, la conservació del medi ambient i la creació d'oportunitats d'ocupació per a les dones, les comunitats indígenes i els joves (OMT, 2005a). D'altra banda, també admet que el potencial de l'activitat per a generar beneficis econòmics, ambientals i socials encara no ha estat prou explotat, per la qual cosa insta als actors a seguir una sèrie de consideracions per avançar cap els objectius del mil·lenni a través d'un desenvolupament sostenible del turisme. També durant el mateix any l'OMT juntament amb el PNUMA van editar la guia *Per un Turisme Més Sostenible. Guia per a Responsables Turístics* (vegeu Imatge 2), en la qual s'estableixen 12 objectius per al turisme sostenible i les seves implicacions per a la política. Alhora es descriuen les estructures i estratègies de col·laboració que es necessiten en l'àmbit nacional i local, i s'identifiquen les formes d'influir en el desenvolupament i operació de les empreses turístiques i en les activitats dels turistes. Es tracta d'una guia que presenta un conjunt complet d'instruments per a l'ús dels governs, que considera desreglamentacions de planificació a instruments econòmics, i l'aplicació de certificacions i indicadors (PNUMA i OMT, 2005).

Imatge 2. Portada de la guia *Per un Turisme Més Sostenible*.



Font: PNUMA i OMT (2005).

El 2007 es va celebrar a Davos (Suïssa) la 2a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme que va donar lloc a la *Declaració de Davos*. Aquesta declaració segueix la línia de la de Djerba del 2003 però recull mesures més específiques que es classifiquen segons quatre tipus d'actors turístics: 1) Governos i organitzacions internacionals, 2) Sector turístic i destinacions, 3) Consumidors, i 4) Xarxes

d'investigació i comunicació; als que convida a dur a la pràctica les recomanacions mitjançant compromisos i plans d'acció concrets. També destaca el paper de la OMT com a plataforma d'intercanvi d'informació entre els diferents agents i reitera el seu lideratge en el procés d'intervenció i definició de necessitats i accions (OMT, 2007).

Durant el 2008 es comencen a evidenciar els primers símptomes d'una crisi econòmica mundial, i l'OMT respon creant el Comitè de Reactivació del Turisme (CRT). El CRT té com a objectius recollir i analitzar dades econòmiques i de la indústria per a supervisar el mercat en temps real, així com fomentar l'intercanvi d'informació, experiències i bones pràctiques. La 1a Reunió del CRT va tenir lloc el gener del 2009 a Madrid, en el marc de la fira de turisme FITUR, i el principal tema tractat va ser la crisi econòmica i el turisme. La Reunió va servir per a presentar el nou Comitè i per elaborar una diagnosi de la situació econòmica del moment, amb especial atenció a l'impacte en el turisme i a les accions i mesures que s'estaven adoptant al respecte. El mateix any es van realitzar fins a tres reunions més del CRT, cada una de les quals profunditzava sobre el mateix tema complementant amb més informació i nous punts de vista. La 2a Reunió del CRT es va realitzar a Berlín (Alemanya) i, a part de compartir informació actualitzada i exemples dels estímuls realitzats pel sector públic i privat en el turisme, es va presentar l'esbós del *Full de Ruta per a la Recuperació*. El projecte mostra com el sector turístic pot ajudar a afrontar la crisi econòmica mitjançant la creació d'ocupació, la promoció del comerç i el foment del desenvolupament. Es tracta d'un conjunt de directrius estratègiques que, amb un fons sostenibilista, donen suport a l'economia mundial i al sector turístic centrant-se en tres camps d'acció interrelacionats: capacitat de recuperació, estímul i economia verda (vegeu Taula 11).

En aquest projecte el Comitè conclouïa que si el sector turístic treballava conjuntament, el turisme podia ser un dels principals motors de la recuperació econòmica. Després d'aquest anunci el CRT va treballar intensament per a elaborar la versió final del document que, coincidint amb la 3a Reunió del CRT, es va presentar oficialment a la 18a Assemblea General de l'OMT a Astana (Kazakhstan). Durant la 3a Reunió del CRT es va fer una revisió de la feina feta fins al moment i es van definir les estratègies que havien de guiar les activitats futures; mentre que a l'Assemblea es va adoptar el contingut del *Full de Ruta per a la Recuperació* en una resolució específica orientada a la promoció i aplicació del projecte en tots els estats membres (OMT, 2009b). Finalment la 4a Reunió del CRT va fer un balanç del turisme l'any 2009 i una prospectiva pel 2010, alhora que va valorar la implementació del *Full de Ruta per a la Recuperació* a través de les primeres experiències desenvolupades en diferents països.

Taula 11. Resum de les recomanacions presentades al *Full de Ruta per a la Recuperació (2008)*.

I. Capacitat de recuperació
<ol style="list-style-type: none"> 1. Centrar-se en la conservació dels llocs de treball i en el suport al sector 2. Entendre el mercat i reaccionar amb rapidesa 3. Impulsar les associacions i la «competència cooperativa» 4. Fomentar les innovacions i l'ús de la tecnologia 5. Enfortir el suport regional i interregional
II. Estímul
<ol style="list-style-type: none"> 6. Crear nous llocs de treball, en particular en PIME's 7. Integrar el turisme en els programes d'estímul i d'infraestructura 8. Replantejar els obstacles fiscals i de visats que dificulten el creixement 9. Millorar la promoció del turisme i capitalitzar els grans esdeveniments 10. Incloure el turisme en l'ajuda al comerç i el suport al desenvolupament
III. Economia verda
<ol style="list-style-type: none"> 11. Fomentar la creació de llocs de treball i la capacitació per una economia verda 12. Respondre amb eficàcia al canvi climàtic 13. Incloure el turisme en totes les estratègies de l'economia verda 14. Incentivar la inversió en infraestructura turística verda 15. Promoure una cultura de turisme verd entre proveïdors, consumidors i comunitats

Font: OMT (2009a).

El 20-22 de juny de 2012 es va celebrar la CMDS de Rio+20 a Brasil, i el turisme va tornar a tenir un paper destacat com a sector econòmic clau per a assolir un desenvolupament sostenible global. Aquesta vegada el protagonisme es va materialitzar clarament en dos esdeveniments oficials organitzats per l'OMT en què es va parlar sobre la innovació verda en turisme, i sobre els reptes i la direcció que havia de seguir el sector per a incrementar i/o millorar la seva sostenibilitat, així com contribuir eficientment als objectius globals de desenvolupament preestablerts.

2.4.2. Àmbit europeu

La incorporació de la sostenibilitat en turisme en l'àmbit europeu respon inicialment a la seva dimensió ambiental, cosa que posteriorment es completa al mateix nivell amb la social i l'econòmica. Des de les primeres accions en matèria de turisme de la CE que s'ha fet al·lusió a la protecció del medi ambient, reconeixent la seva contaminació i deteriorament com un dels obstacles més importants que ha d'afrontar el turisme, i considerant la concentració espacial i temporal de l'oferta i la demanda com el principal problema estructural del sector (Antón Clavé, 1992). A principis dels 90 es comencen a elaborar a Europa un gran nombre de documents sobre el turisme i el desenvolupament sostenible, que encara estaven impregnats d'una visió conservacionista però progressivament van anar incorporant la resta de dimensions. Cal recordar que els documents de la UE no són vinculants ja que no té competències en matèria turística. En la Taula 12 es fa un recull cronològic de les

principals referències a nivell europeu que han contribuït al desenvolupament del concepte de turisme sostenible.

Taula 12. Iniciatives institucionals en l'àmbit europeu que incorporen el concepte de turisme sostenible.

Any	Principals referències
1990	Parlament Europeu (PE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Resolució sobre les Mesures Necessàries per a Protegir el Medi Ambient del Possible Deteriorament Causat pel Turisme de Masses</i>
1992	Consell de la Unió Europea (CUE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Pla d'Accions Comunitàries a Favor del Turisme (1993-1995)</i>
1993	Comissió Europea (CE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>V Programa Comunitari de Política i Actuació en Matèria de Medi Ambient i Desenvolupament Sostenible (1993-2000)</i>
1995	Comissió de les Comunitats Europees (CCE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Llibre Verd de la Comissió. El Paper de la Unió Europea en Matèria de Turisme</i>
1997	Conferència sobre Ocupació i Turisme, Luxemburg (CE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creació del Grup d'Alt Nivell sobre Turisme i Ocupació <p>1a Conferència Europea sobre Desenvolupament Sostenible de les Illes, Menorca (UNESCO-INSULA-Consell Insular de Menorca): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Agenda Insular Europea</i> </p>
1999	Federació Europarc: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Carta Europea del Turisme Sostenible en els Espais Naturals Protegits</i>
2001	CE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Turisme Sostenible i Xarxa Natura 2000</i> <p>CCE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Un Marc de Cooperació per al Futur del Turisme Europeu</i> ▪ Creació del Fòrum Europeu del Turisme (FET) </p>
2002	PE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Resolució sobre un Marc de Cooperació per el Futur del Turisme Europeu</i> <p>CUE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Resolució sobre el Futur del Turisme Europeu</i> <p>1r FET, Brussel·les (CE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Agenda 21- Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa</i> </p> </p>
2003	CCE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu</i> <p>Informe d'estat del medi amb. 3/2003 de l'Agència Europea de Medi Ambient (AEMA): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Medi Ambient Europeu: la Tercera Avaluació</i> </p>
2004	Constitució del Grup per a la Sostenibilitat del Turisme (GST)
2005	PE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Resolució sobre Turisme i Desenvolupament</i> ▪ <i>Resolució de Noves Perspectives i Nous Reptes per a un Turisme Europeu Sostenible</i>

Any	Principals referències
2006	CCE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Una Nova Política Turística a la UE: Cap a una Major Col·laboració en el Turisme Europeu</i>
2007	Informe del GST: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Acció per a un Turisme Europeu Més Sostenible i Competitiu</i> CCE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Agenda per a un Turisme Europeu Sostenible i Competitiu</i> 5a Conferència Euromeeting (EC), Florència: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cap a una Xarxa Europea de Turisme Sostenible i Competitiu</i> ▪ <i>Constitució de la Xarxa de Regions Europees per a un Turisme Sostenible i Competitiu (NECSTouR)</i>
2009	8é FET, Brussel·les (CE): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Turisme a la Unió Europea i Recessió Econòmica: Noves Oportunitats per a un Futur Sostenible i Pròsper?</i>
2010	CE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Europa, primera destinació turística del món: un nou marc polític per el turisme europeu</i>
2012	CE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Pla d'Implementació de la comunicació en turisme (COM (2010) 352/3)</i>

Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts documentals.

El 1990 es va celebrar l'Any Europeu del Turisme, iniciant un debat al voltant de la necessitat de reorientar l'activitat turística cap a un model més respectuós amb l'entorn. En aquest marc es va aprovar la *Resolució del Parlament Europeu (PE) sobre les Mesures Necessàries per a Protegir el Medi Ambient del Possible Deteriorament Causat pel Turisme de Masses*, que feia èmfasi en emprendre accions urgents per a afrontar les amenaces que el turisme massiu suposava per l'equilibri dels ecosistemes naturals.

Dos anys més tard el Consell de la Unió Europea (CUE) va aprovar el *Pla d'Accions Comunitàries a Favor del Turisme (1993-1995)*, que tenia com a objectiu promocionar Europa com a destinació turística procurant un desenvolupament de l'activitat més sostenible social i ambientalment (CUE, 1992). En l'annex d'aquest pla es recollien una sèrie de mesures concretes que s'estructuraven en onze eixos estratègics i que s'havien d'aplicar d'acord amb un calendari de prioritats establert (vegeu Taula 13).

Taula 13. Resum dels eixos estratègics presentats al *Pla d'Accions Comunitàries a Favor del Turisme (1993-1995)*.

- 1. Millora del coneixement de l'àmbit del turisme i consolidació de la coherència de les accions:** Mesures encaminades a estudiar l'activitat turística (estadístiques, estudis turístics, consulta d'experts).
- 2. Esplaonament de les vacances:** Mesures de suport a l'intercanvi d'informació i la utilització de les infraestructures i instal·lacions turístiques fora de temporada.
- 3. Accions transnacionals:** Mesures per promoure iniciatives transnacionals de desenvolupament i cooperació turística i tècnica.
- 4. Els turistes com a consumidors:** Mesures per millorar la informació destinada als turistes, així com la seva protecció.
- 5. Turisme cultural:** Mesures per a revaloritzar, amb fins turístics, el patrimoni cultural i fomentar un major coneixement de les cultures, tradicions i formes de vida dels europeus.
- 6. Turisme i medi ambient:** Mesures per sensibilitzar als turistes i empresaris (premis, xarxes d'intercanvi d'informació, etc.), i de suport a accions pilot innovadores encaminades a conciliar turisme i protecció de la natura a escala local o regional.
- 7. Turisme rural:** Mesures per desenvolupar el turisme en el medi rural, en particular l'agroturisme, la petita hoteleria familiar o les activitats associatives, municipals o locals.
- 8. Turisme social:** Mesures per facilitar l'accés al turisme a grups de persones que per diverses raons els resulta difícil anar de vacances.
- 9. Turisme juvenil:** Mesures per fomentar que els joves viatgin i tinguin millor coneixement de les cultures i formes de vida existents en els Estats membres.
- 10. Formació:** Mesures de suport a la consolidació de la professionalitat del sector turístic comunitari per a fer-lo més competitiu.
- 11. Promoció en tercers països:** Mesures per destacar l'atractiu d'Europa com a destí turístic per als turistes de països llunyans.

Font: CUE (1992).

El 1993 es posa en marxa el *V Programa Comunitari de Política i Actuació en Matèria de Medi Ambient i Desenvolupament Sostenible (1993-2000)*, en el qual s'introdueix per primera vegada el turisme com a un dels cinc grans sectors econòmics (al costat de indústria, agricultura, energia i transports) decisius en el desenvolupament sostenible. El Programa pretenia transformar el model de creixement comunitari, fomentant la sostenibilitat a través de la solució de problemes mediambientals però també establint noves relacions entre els agents que intervenen en el sector. Els àmbits d'actuació prioritaris eren la gestió durable dels recursos naturals (sòls, aigües, espais naturals i de costa), la lluita contra la contaminació i residus, la reducció del consum d'energia no renovable, l'eficiència en la mobilitat, la qualitat del medi urbà i la millora en la salut i seguretat relativa a als riscos industrials, nuclears i radioprotecció. En el cas del turisme com a sector d'intervenció, les mesures proposades consistien en millorar la gestió del turisme de masses i la qualitat dels serveis turístics, així com promoure formes alternatives de turisme i campanyes d'informació i sensibilització (CE, 1993). Aquestes mesures es van complementar el 1995 amb l'anomenat *Llibre Verd de la Comissió. El Paper de la Unió Europea en Matèria de Turisme*, que insistia en la necessitat de diversificar l'oferta turística per "afavorir un millor repartiment de les activitats i

ocupació en el territori de la Unió, contribuint així al desitjat reequilibri entre les regions de la Comunitat" (CCE, 1995:14).

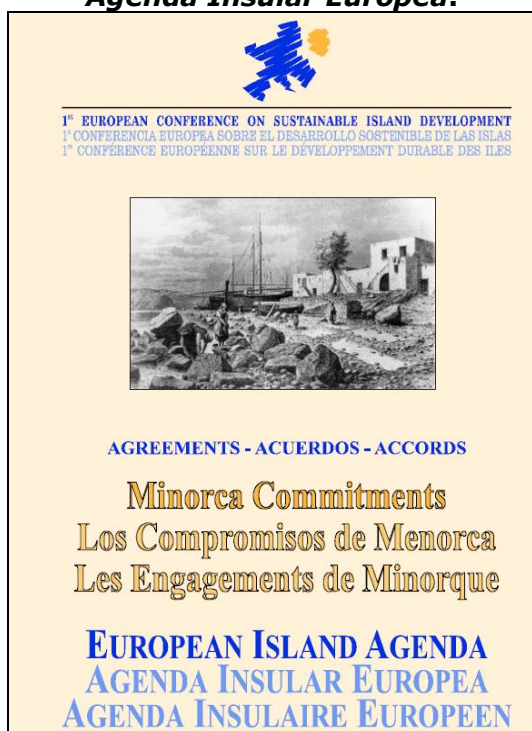
Durant el 1997 la Conferència sobre Ocupació i Turisme, celebrada a Luxemburg, va donar lloc a la creació del Grup d'Alt Nivell sobre Turisme i Ocupació. Aquest un any més tard va presentar un recull de condicions per a fomentar el creixement i l'ocupació, entre les que es contemplava la necessitat de promoure el desenvolupament sostenible del turisme com a mesura de creació de nous llocs de treball (CE, 1998). Una altra conferència celebrada el mateix any va ser la 1a Conferència Europea sobre Desenvolupament Sostenible de les Illes (CEDSI), que va tenir lloc a Menorca. Un dels resultats d'aquest esdeveniment va ser l'*Agenda Insular Europea* (vegeu Imatge 3), la qual reconeixia que el desenvolupament sostenible de les illes implicava una estratègia d'integració en els mercats europeus i globals a través del manteniment de les identitats locals i d'un equilibri entre

l'eficàcia econòmica, la igualtat social i la conservació del medi ambient. D'acord amb això, plantejava vuit grans camps d'actuació un dels quals era "Avançar cap a una nova cultura del turisme", conscients que l'activitat turística podia ser el gran aliat per a la sostenibilitat de les illes però també el major risc pels seus recursos (CEDSI, 1997).

El 1999 la Federació Europarc publicava la *Carta Europea del Turisme Sostenible en els Espais Naturals Protegits*. La Carta es presenta com un mètode i un compromís voluntari per aplicar els principis de turisme sostenible a través d'una aproximació estratègica, és a dir, fer un diagnòstic, consultar i

implicar els col·laboradors, fixar objectius estratègics, assignar els mitjans necessaris, dur a terme un programa d'accions i avaluar els resultats (EUROPARC, 1999). Aquest procediment es planteja a tres nivells complementaris i necessàriament col·laboratius: l'espai protegit, l'empresa turística i l'agència de

Imatge 3. Portada del document *Agenda Insular Europea*.

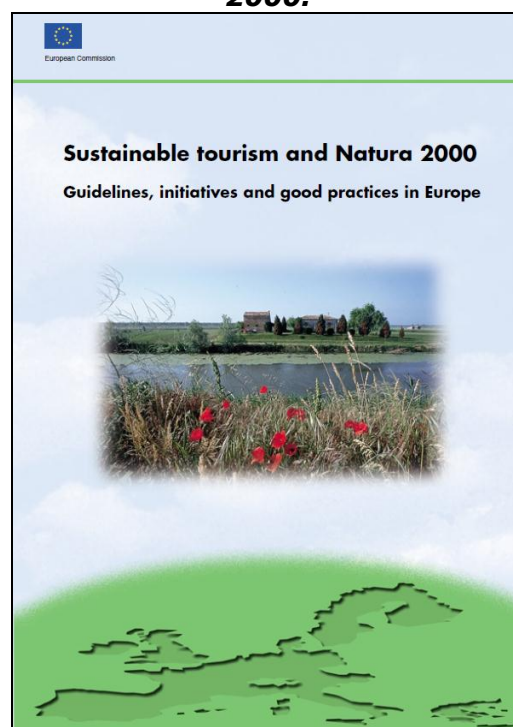


Font: CEDSI (1997).

viatges. A partir del 2001 es va posar en marxa la Fase-I del projecte en la qual l'espai protegit, amb l'acord i compromís dels empresaris turístics i altres actors locals, demana l'adhesió i el territori rep l'acreditació de la CETS durant un període de cinc anys. Posteriorment, amb la versió actualitzada de la CETS al 2007, entra en funcionament la Fase-II en què el sistema d'adhesió distingeix en els espais ja acreditats a aquelles empreses que més i millor s'esforcen per fer sostenible la seva activitat i col·laborar amb els gestors de l'espai.

Seguint en la línia d'espais protegits i desenvolupament turístic sostenible, el 2001 la CE publica el document *Turisme Sostenible i Xarxa Natura 2000* (vegeu Imatge 4). L'objectiu era reforçar les iniciatives anteriors centrant-se en la seva aplicació en els espais de la Xarxa Natura 2000, i per això s'anàlitzaven els problemes del turisme en aquests espais i s'especificaven diverses directrius en relació al turisme sostenible. El document s'estructurava en dos volums; el primer dels quals, després de descriure els requeriments i beneficis de la Xarxa Natura 2000, exposava 17 iniciatives rellevants de turisme sostenible en espais protegits. D'acord amb aquest anàlisis, presentava una llista de prioritats i principis generals per aplicar en les zones Natura 2000 i, finalment, ho concretava en consells i recomanacions específiques per als agents dels espais. El segon volum contenia 21 exemples de bones pràctiques que il·lustraven les recomanacions exposades (CE, 2001).

Imatge 4. Portada del document *Turisme Sostenible i Xarxa Natura 2000*.



Font: CE (2001).

El mateix any la CCE emet la comunicació *Un Marc de Cooperació per al Futur del Turisme Europeu*, que defineix una estratègia per al seguiment de les polítiques i activitats turístiques en la UE. Aquest marc s'associa a una sèrie de mesures que han de posar en pràctica els diferents agents interessats i que han de permetre incrementar els coneixements del sector turístic, la competitivitat de les seves empreses, el desenvolupament sostenible del turisme i la creació de llocs de treball (CCE, 2001). Per a fomentar la interrelació dels agents amb aquests fins es creava

el Fòrum Europeu del Turisme (FET), que reuniria una vegada a l'any a responsables d'alt nivell dels mitjans professionals, de la societat civil i de les autoritats europees, nacionals i regionals encarregades de turisme per a debatre temes prioritaris per a la professió. En relació al turisme sostenible, es reconeixia la necessitat d'establir una estratègia de desenvolupament sostenible per al turisme en forma de programa global d'acció o, el que és el mateix, d'Agenda 21. Per tant, es proposava definir i aplicar una Agenda 21 en el sector turístic per l'àmbit europeu. L'agenda havia d'abordar la protecció dels recursos naturals, la integració en la política de turisme dels problemes ambientals i la pobresa, la millora en la participació dels agents i el seguiment de l'aplicació i la responsabilitat social de les empreses.

El maig de 2002 el PE i el Consell de Ministres van aprovar les seves respectives resolucions en referència al futur del turisme europeu. La resolució del Parlament insistia en la necessitat que la CE adoptés un enfocament integrat per a totes les mesures polítiques que afectessin al turisme. Alhora instava a les direccions generals implicades (transport, política regional, ocupació, educació i cultura, etc.) a esforçar-se per eliminar la fragmentació de la programació actual i orientar i integrar millor els programes comunitaris destinats a garantir el desenvolupament sostenible del sector, així com la cohesió vertical entre les regions, governs i institucions (PE, 2002). El document també es mostrava molt favorable a la creació d'un FET, com a mitjà per a fomentar la cooperació entre els diferents actors, i subratllava la necessitat de disposar d'informació turística de qualitat i comparable entre els membres de la UE. Pel que fa al turisme sostenible, els aspectes més rellevants que assenyalava eren: la importància de desenvolupar xarxes d'informació per a l'intercanvi de coneixements i bones pràctiques, la necessitat de planificar turísticament les destinacions d'acord amb les estructures preexistents i les potencialitats del territori, el desenvolupament d'infraestructures de transport eficaçes i sostenibles, l'impuls de la iniciativa d'Agenda 21 en el sector turístic, i la promoció d'iniciatives concretes com l'ecoetiquetatge, les mesures fiscals, la gestió integrada en zones sensibles, etc.

D'altra banda, la resolució del Consell de Ministres de la UE també destacava la importància de cooperar entre els diferents actors turístics, i insistia en la necessitat de disposar d'estadístiques del sector per a millorar els anàlisis i la comprensió dels efectes de l'activitat. El document afegia que s'havia de millorar la imatge de la UE en el món, i promoure la dimensió ètica del turisme. Amb aquests objectius es convidava novament a la CE a promoure el FET, per a fomentar el diàleg entre el sector públic, la indústria turística i altres agents; així com a crear

xarxes de cooperació i d'informació estandarditzades, i a impulsar l'Agenda 21 del turisme europeu. Es demanava també que els estats membres col·laboressin calculant i facilitant dades, i participant de la cooperació (CUE, 2002).

Finalment, el desembre de 2002 va tenir lloc a Brussel·les el 1r FET. Amb motiu d'aquest esdeveniment es va preparar el document *l'Agenda 21- Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa*, que estava format per dos textos, un de referència i un altre de debat, que havien de servir com a punt de partida per a un futur document polític de la Comissió sobre el desenvolupament d'un turisme europeu sostenible. El "Document de referència" proporcionava informació de base per al debat a l'entorn de l'Agenda 21 – Sostenibilitat durant el FET. Es centrava concretament en l'anàlisi del context polític i econòmic del turisme europeu, fixava els objectius clau d'una agenda 21 per a un turisme europeu sostenible i definia els enfocaments actuals per a la consecució d'aquests. El document reconeixia que era necessari un canvi d'orientació del turisme europeu, excessivament concentrat en determinades àrees i amenaçat per la massificació i deteriorament dels seus recursos. D'acord amb això, definia els reptes econòmics, ambientals i socials que havia d'afrontar el turisme europeu per a ser sostenible (CE, 2002):

- Caràcter estacional i competitivitat global: L'estacionalitat de l'activitat turística afecta a la rendibilitat i competitivitat del sector, a més els beneficis econòmics s'obtenen a expenses de l'equilibri ambiental i social. Un enfocament més adequat passaria per aconseguir una major competitivitat a través de la sostenibilitat, de manera que l'oferta turística internalitzés els costos i responsabilitats que se'n deriven.
- Creixement en el transport i les infraestructures: La indústria del turisme depèn del transport, el qual contribueix de forma significativa a l'augment del tràfic i a l'empitjorament de la qualitat de l'aire. Són necessaris canvis radicals en la distribució en el espai i el temps dels viatges per a què el transport a Europa pugui absorbir les previsions de creixement turístic.
- Desenvolupament de les destinacions turístiques: La destinació és el producte turístic i alhora el lloc a on es desenvolupa l'activitat. Per a minimitzar-ne la degradació ambiental i social s'ha de desvincular l'ús dels recursos i el desenvolupament del sòl dels interessos creats pel turisme.
- Experiència, satisfacció i comportament dels visitants i grau de sensibilització dels agents: La percepció del turista respecte la correspondència entre les expectatives i l'experiència real defineix la qualitat del producte turístic.

Aconseguir un canvi en la demanda per incloure la sostenibilitat en les expectatives dels turistes suposaria unir la qualitat del producte turístic i la satisfacció del visitant a la sostenibilitat.

El propòsit general per a la futura Agenda 21 era garantir que tots els agents turístics actuessin de forma sostenible, i que el sector contribuís de forma significativa a generar un marc ampli per abordar la qüestió de la sostenibilitat. Així es formulaven una sèrie d'objectius clau per assolir un turisme europeu sostenible (vegeu Taula 14). La consecució d'aquests objectius dependria dels enfocaments, instruments i bones pràctiques específiques ja desenvolupades en el sector, així com de les sinèrgies que es poguessin generar entre les polítiques i els programes existents en la UE.

**Taula 14. Objectius clau per a un turisme europeu sostenible segons l'A21-
Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa (2002).**

<p>1) Revisió de la demanda turística: com els consumidors practiquen el turisme.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Una proporció adequada entre el volum de turistes i mitjans per al seu transport, en concret dels mitjans de transport contaminants i que consumeixen molta energia.▪ Un repartiment més equilibrat del turisme europeu al llarg de l'any. <p>2) Desenvolupament de l'oferta turística europea i agents que contribueixen a la creació.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Una indústria turística europea competitiva i responsable.▪ La satisfacció del client en el centre del turisme europeu.▪ Ocupació i creació de treball: mà d'obra sostenible i condicions laborals de qualitat.▪ Un producte turístic que es crea i del que es gaudeix sense esgotar els recursos i sense generar masses residus ni aigües residuals.▪ Beneficis generats per a les poblacions residents en les destinacions turístiques. <p>3) Destinacions turístiques europees sostenibles.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Una intensitat i creixement del volum del turisme en les destinacions europees que no sobrepassi la seva capacitat de càrrega.▪ Destinacions turístiques europees econòmicament sanejades: una competitivitat turística equilibrada i varietat de l'oferta turística europea.▪ Destinacions turístiques europees de qualitat que satisfacin als clients.▪ Cohesió econòmica i social regional i desenvolupament rural i cultural a Europa a través del desenvolupament turístic.
--

Font: CE (2002).

D'altra banda, el "Document de debat" de l'A21- *Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa* feia un resum de tot el presentat en el document previ, fixant com a desafiament principal la gestió del creixement turístic de manera que el seu desenvolupament qualitatiu fos avantatjós econòmicament i no afectés als valors ambientals i socioculturals. Seguidament, formulava com posar en marxa el turisme sostenible a través de l'assignació de rols a cada un dels agents turístics. A més, també establí línees estratègiques sobre com avançar en matèria de sostenibilitat

turística a diferents escales (mundial, nacional, regional i local); i instava a la pròpia CE a què, tot i no tenir competències en turisme, fomentés que les iniciatives normatives i les polítiques comunitàries tinguessin en compte els possibles impactes en el desenvolupament del turisme sostenible.

El 2003 la CCE va emetre el document titulat *Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu*, el qual havia estat prèviament sotmès a consulta pública. El document considerava que el major repte de la indústria del turisme era gestionar l'activitat respectant els límits dels recursos i la capacitat de regeneració tot mantenint la seva rendibilitat econòmica. "*Atès que el producte es basa fonamentalment en la qualitat mediambiental, cultural i social, si el sector no es gestiona de manera sostenible, corre el risc de deteriorar o fins i tot esgotar la seva pròpia base de recursos generadors d'ingressos, per la qual cosa seria econòmica i socialment insostenible*" (CCE, 2003:5). D'acord amb aquesta màxima, es formulaven reptes específics i fonamentals per a la sostenibilitat del turisme: la qualificació laboral, la minimització dels impactes del transport, la desestacionalització, la millora de la competitivitat i de l'articulació turística, i la protecció del patrimoni natural i cultural. També s'analitzava la situació turística del moment, descrivint els models de consum i de producció turística així com les iniciatives i els avenços realitzats. Però el gruix del document es centrava en portar a la pràctica la sostenibilitat del turisme, i per a això es definien unes orientacions bàsiques per a un enfocament comunitari estructurades en quatre apartats: l'actuació futura, l'aportació comunitària, els plans de la Comissió i la contribució de la resta dels agents (vegeu Taula 15).

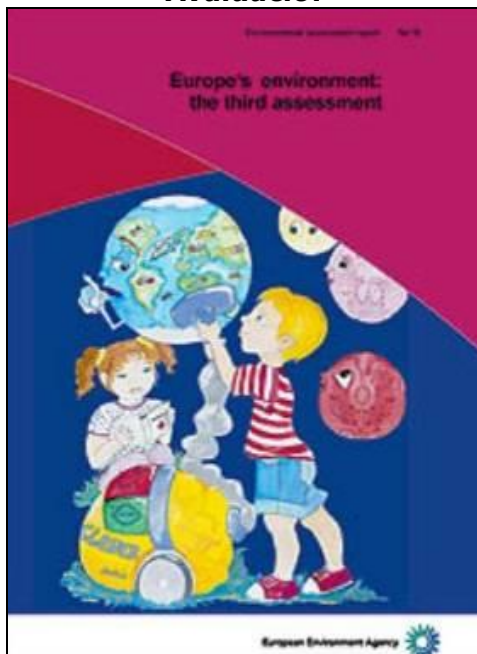
Taula 15. Resum d'orientacions recollides al document d'Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu (2003).

Actuació futura de la CE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribució coherent i eficaç de polítiques comunitàries i de mesures complementàries en matèria de turisme. ▪ Participació activa en processos internacionals. ▪ Pràctica i foment dels principis de bona governança. ▪ Suport als agents nacionals, regionals i locals per assumir responsabilitats en matèria de sostenibilitat turística.
Aportació de la CE
<p><i>En el context internacional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Continuar amb la política actual en relació al comerç sostenible de serveis, gestió internacional del medi ambient i sinergies positives entre liberalització comercial, creixement econòmic, protecció ambiental i el desenvolupament social. ▪ Unir esforços d'org. internacionals per avançar en iniciatives de turisme sostenible. <p><i>En Europa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilització del consumidor. ▪ Associacions i xarxes entre tots els agents participants. ▪ Governança i integració de la política als diferents nivells. ▪ Desenvolupament de capacitats, bones pràctiques i compromís dels agents. ▪ Sistemes de supervisió i informació.
Plans de la Comissió
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilitzar l'avaluació de l'impacte per a integrar les exigències de la sostenibilitat en polítiques i iniciatives comunitàries relacionades amb el turisme europeu. ▪ Elaborar i aplicar un programa intern de treball per augmentar l'efecte de les diferents polítiques comunitàries sobre el turisme europeu. ▪ Cooperar amb l'OMT en matèria de turisme sostenible. ▪ Crear un grup per a la sostenibilitat del turisme format per representants dels diferents agents del sector. ▪ Promocionar models de consum i producció turística sostenible, i una millor transferència d'enfocaments, iniciatives, instruments i bones pràctiques als agents.
Contribució de la resta dels agents
<p><i>Ciudadans i turistes europeus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Escollir productes i serveis de turisme sostenible. <p><i>Empreses del sector privat i interlocutors socials</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internalització de costos ambientals i socials en el preu del producte turístic. ▪ Utilitzar instruments i sistemes de gestió, auditoria, certificació i etiquetatge de productes sostenibles. ▪ Participar en procediments d'A21, gestió integrada de la qualitat de les destinacions i protecció del patrimoni. ▪ Augment d'oportunitats i millora de la qualitat de treball. <p><i>Destinacions turístiques i autoritats públiques europees</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar l'Agenda 21 local. ▪ Impulsar principis de bona governança i enfocaments interdisciplinaris i integrats. ▪ Crear polítiques per afrontar l'impacte turístic de les 2ns residències, els visitants d'un dia i qüestions relacionades amb el cicle de vida de les destinacions turístiques. ▪ Fomentar instruments de mercat, acords voluntaris i sistemes d'etiquetatge i certificació per a la sostenibilitat. ▪ Aplicar mesures de tipus organitzatiu, promocional o d'incentius per a millorar els models de consum dels turistes. <p><i>Organitzacions internacionals i governs nacionals</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Participar activament en iniciatives que promoguin la sostenibilitat del turisme. ▪ Promoure els principis de governança i la utilització de procediments d'avaluació d'impacte i de sistemes de supervisió i indicadors. ▪ Compartir bones pràctiques entre estats membre i regions. <p><i>Grups de la societat civil</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentar la sensibilització dels consumidors i el coneixement de la sostenibilitat per part des professionals del turisme. ▪ Generar solucions, innovació i coneixement sobre el turisme sostenible.

Font: CCE (2003).

El mateix any l'Agència Europea del Medi Ambient (AEMA) presentava el seu informe *Medi Ambient a Europa. Tercera Avaluació* (vegeu Imatge 5), a on dedicava tot un apartat al turisme (apartat 2.7). En aquest es feia un anàlisi de la situació

**Imatge 5. Portada de l'informe
Medi Ambient a Europa. Tercera
Avaluació.**



Font: AEMA (2003).

turística del moment, així com de les tendències esperades per als propers anys, i s'indicava el transport turístic com el factor amb més impacte ambiental. Concretament, s'esmentava que els viatges fins a les destinacions turístiques suposaven el 90% de l'energia utilitzada en el sector, i que les tendències de la demanda apuntaven a un creixement dels desplaçaments associats al cotxe i avió, els modes ambientalment més contaminants. D'altra banda, també es destacava l'impacte social i ambiental de l'estacionalitat turística en les destinacions, associant-la a l'ús intensiu d'aigua i energia, modificació del paisatge, contaminació de l'aire, residus, compactació de sòls i pertorbació dels ecosistemes i dels residents. Respecte les polítiques de gestió,

l'informe conclouia que la reorientació cap a un desenvolupament més sostenible del turisme s'estava fent principalment des del nivell de la destinació i a través d'acords voluntaris i programes d'etiquetatge ecològic. També es reconeixen algunes col·laboracions destacades entre el sector privat i públic, com l'adhesió de 13 parcs naturals a la *CETS en els Espais Naturals Protegits*, i la utilització d'instruments econòmics com les ecotaxes (AEMA, 2003).

Tal i com s'havia demanat entre les *Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu* (CCE, 2003), a finals del 2004 es va constituir el Grup per a la Sostenibilitat del Turisme (GST). El GST tenia com a objectiu generar inputs per a avançar en la sostenibilitat del turisme europeu, i estava constituït per 22 membres de la indústria turística, destinacions i societat civil així com per administracions estatals i organismes internacionals (OMT i PNUMA). Les tasques principals del grup eren:

- Esbossar, discutir i presentar un marc d'acció detallat que assignés activitats específiques per a cada grup d'interès, incloent un calendari convingut per a l'aplicació.

- Avaluar periòdicament l'aplicació de les mesures previstes en el marc de l'acció.
- Proporcionar valor afegit per als actors que treballen sobre el terreny.

El 2005 el PE va emetre dues resolucions relatives al turisme i el desenvolupament sostenible. La primera resolució, *Turisme i desenvolupament*, exposava la importància del turisme en els països en vies de desenvolupament com a motor de creixement econòmic i benefici social, però també de protecció ambiental i conservació patrimonial. A aquests efectes es feien una sèrie de recomanacions per a garantir-ne la sostenibilitat, assenyalant la necessitat que els guanys econòmics generats per l'activitat s'invertissin en el desenvolupament local. Es sol·licitava que totes les inversions europees de caràcter turístic en els països en desenvolupament estiguessin subjectes a les mateixes condicions que la concessió de finançament comunitari a inversions dins de la UE, de manera que no es recolzés cap inversió que atemptés contra el medi ambient, els drets humans, les condicions mínimes de treball, la manera de vida de les poblacions indígenes i autòctones o el patrimoni històric o cultural del país de destinació. El Parlament també proposava introduir una etiqueta europea certificada de turisme just amb la finalitat de promoure normes ètiques en el turisme (PE, 2005a). D'altra banda, la segona resolució sobre *Noves Perspectives i Nous Reptes per a un Turisme Europeu Sostenible* recollia la postura del Parlament i les seves exigències sobre els diferents aspectes d'una política europea del turisme. En aquests aspectes s'inclouïen: a) competitivitat i qualitat dels serveis; b) seguretat del turisme; c) noves iniciatives de turisme sostenible, d) coneixement i promoció del turisme europeu; e) turisme i transport; f) coneixement i promoció del turisme a nivell comunitari; g) coordinació de les disposicions jurídiques (PE, 2005b).

El 17 de març de 2006 la CE va publicar la comunicació *Una Nova Política Turística a la UE: Cap a una Major Col·laboració en el Turisme Europeu*, en la que s'exposaven els reptes que afrontava el sector i es declarava la intenció de posar en marxa una política turística europea renovada per respondre-hi. S'instava a Europa a centrar els seus esforços en donar resposta als canvis demogràfics, la competència externa, la necessitat de sostenibilitat i la demanda de modalitats específiques de turisme a través de la competitivitat; "*una indústria turística més competitiva amb destinacions sostenibles contribuiria també a l'èxit de l'estratègia de Lisboa renovada, a la satisfacció dels propis turistes i a assegurar la posició d'Europa com a destinació turística número 1 del món*" (CCE, 2006:4). Amb aquesta intenció la Comissió formulava una política turística europea renovada que

es basava en documents previs però incloïa nous elements, en particular relatius a una utilització òptima dels instruments financers disponibles a Europa, la revisió de les disposicions jurídiques vigents, el foment de la sostenibilitat del turisme i la millora del coneixement i visibilitat de l'activitat (vegeu Taula 16).

Taula 16. Aspectes centrals de la Política turística europea renovada proposada a la comunicació *Una Nova Política Turística a la UE (2006)*.

1. Integració de les mesures relacionades amb el turisme

- Millora de la legislació
- Coordinació de les polítiques econòmiques
- Ús més encertat dels instruments financers disponibles a Europa

2. Foment de la sostenibilitat del turisme

- Una Agenda 21 europea per al turisme
- Suport específic d'accions per la sostenibilitat del turisme europeu

3. Conèixer millor el turisme i potenciar la seva visibilitat

- Conèixer millor el turisme europeu
- Suport a la promoció de les destinacions turístiques europees
- Millorar la visibilitat del turisme

Font: CCE (2006).

El GST, que havia començat la seva feina durant el 2005, va formular les seves propostes i recomanacions en un informe que va concloure el 2007. El document, titulat *Acció per a un Turisme Europeu Més Sostenible i Competitiu*, tenia com a propòsit estimular l'acció per a fer el turisme europeu més sostenible i mantenir-ho com un procés continu, i estava dirigit als organismes públics, empreses privades i altres organitzacions en l'àmbit europeu, nacional, regional i local. L'informe contenia els següents apartats (GST, 2007):

- "La importància del turisme en la cerca del desenvolupament sostenible i els objectius per a fer el turisme europeu més sostenible". En tant que el turisme és un important sector econòmic dependent de la qualitat ambiental i social de la destinació, el desenvolupament sostenible esdevé una necessitat. A aquest efecte es remetia als 12 objectius per a un desenvolupament sostenible del turisme identificats en la guia *Per un Turisme Més Sostenible. Guia per a Responsables Turístics* (PNUMA i OMT, 2005).
- "Els principals reptes del turisme europeu per a complir els objectius per a fer el turisme europeu més sostenible". Concretament s'enumeraven 8 reptes: 1) Reduir l'estacionalitat de la demanda; 2) Redreçar l'impactes del transport turístic; 3) Millorar les condicions de treball en el sector turístic; 4) Garantir la

prosperitat de la comunitat i la qualitat de vida; 5) Minimitzar l'ús de recursos i la producció de residus; 6) Conservar i posar en valor el patrimoni natural i cultural; 7) Fer les vacances accessibles a tothom; i 8) Utilitzar el turisme com a eina per al desenvolupament sostenible global.

- "Processos recomanats per treballar conjuntament per afrontar els reptes". Es valorava com s'haurien d'implementar les accions als processos turístics per aconseguir destinacions sostenibles, empreses viables i turistes responsables.
- "Un marc d'acció a diferents nivells i per diversos agents". Es definien les responsabilitats per a les accions encaminades a fer el turisme més sostenible segons diferents escales i per a cada un dels actors (CE, governs estatals, autoritats locals/gestors de destinacions turístiques, empreses turístiques, i altres organismes). Tanmateix, s'emfatitzava la necessitat de treballar conjuntament.
- "Un conjunt d'iniciatives específiques que per a adoptar a nivell europeu". Finalment, es presentaven un conjunt d'iniciatives que buscaven enfortir el coneixement i la comprensió, els mecanismes de treball, la sensibilització, la comunicació i la coordinació a tot Europa.

L'informe del GST, juntament amb els resultats derivats de la seva consulta pública, es van recollir àmpliament en la comunicació de la CCE anomenada *Agenda per a un Turisme Europeu Sostenible i Competitiu*. Aquesta comunicació suposava "el llançament i l'adopció d'una Agenda a mig i llarg termini, en el marc de la qual tots els agents del sector haurien de prendre les mesures necessàries per a reforçar la contribució de pràctiques sostenibles per tal de facilitar la competitivitat d'Europa com la destinació turística més atractiva" (CCE, 2007:11). Es preveia que aquesta Agenda guiés les futures activitats de la Comissió en l'àmbit del turisme i en tots els altres àmbits polítics que influïssin en el turisme i la seva sostenibilitat. Precisament aquesta comunicació va inspirar la creació de la Xarxa de Regions Europees per a un Turisme Sostenible i Competitiu (NECSTouR).

La NECSTouR es va crear el novembre de 2007 en el marc de la 5a Conferència Euromeeting (EC) celebrada a Florència, a on un grup de 15 regions van signar el memoràndum d'entesa *Cap a una Xarxa Europea de Turisme Sostenible i Competitiu*. En aquest document s'acordava desenvolupar i enfortir un marc coherent per a la coordinació dels programes de desenvolupament regional i la recerca sobre el turisme sostenible i competitiu; compartir i promoure formes de coordinació de projectes ja en marxa a nivell regional i que es poguessin beneficiar

de l'intercanvi d'informació i la realització d'activitats conjuntes; i operar en coherència per reforçar el diàleg social a tots els nivells i la mesurabilitat del fenomen (EC, 2007). D'acord amb això les regions de la Toscana, Catalunya i Provença- Alps-Costa Blava van prendre la iniciativa de crear la xarxa oberta de regions NECSTouR, la qual pretenia:

- Posar en pràctica la recerca aplicada en el turisme sostenible.
- Compartir i promoure formes de coordinació entre els projectes en marxa.
- Intercanviar informació i realitzar activitats conjuntes.
- Utilitzar adequadament els fons europeus.

Aquestes accions havien d'unificar les regions europees en la preparació de les decisions, execució i avaluació de la política turística, de manera que les polítiques nacionals promoguessin el desenvolupament del turisme sostenible i fomentessin la competitivitat de l'oferta europea.

El 9 d'octubre de 2009 es va celebrar a Brussel·les el 8é FET, que va tractar el tema *Turisme a la Unió Europea i Recessió Econòmica: Noves Oportunitats per a un Futur Sostenible i Pròsper?*. El Fòrum es va centrar en els impactes de la recent crisi financera i econòmica en la indústria turística europea, i va avaluar els canvis resultants en el comportament dels consumidors, en les relacions treballadors - patronal i en el marc normatiu turístic, així com la incidència a llarg termini en el turisme europeu en general. En l'informe final del Fòrum es va reconèixer que la situació d'incertesa econòmica del moment, juntament amb la reducció en el nombre de turistes d'Europa en els darrers anys, requeria ser flexible, dinàmic i creatiu en la formulació del producte i la promoció turística (CE, 2009).

El juny de 2010 la CE (CE, 2010) presentava una nova Comunicació: *Europa, primera destinació turística del món: un nou marc polític per el turisme europeu* (COM (2010) 352/3) per tal d'afavorir un enfocament coordinat de les iniciatives relacionades amb el turisme i definir un nou marc d'acció per reforçar-ne la competitivitat i la sostenibilitat. Per aconseguir aquests objectius, proposava 21 accions agrupades en quatre eixos: 1) afavorir la competitivitat, 2) promoure el turisme sostenible, responsable i de qualitat, 3) consolidar Europa com a destinació turística sostenible i de qualitat, i 4) potenciar les polítiques i instruments financers de la UE per al desenvolupament del turisme. El gener de 2012 es va publicar el Pla d'Implementació que havia de fer efectiva l'esmentada comunicació.

2.4.3. Àmbit espanyol

L'aparició i ús del concepte de turisme sostenible a Espanya és relativament nou, tenint en compte la llarga tradició turística del país, i apareix per primera vegada en el marc institucional dins els instruments de resposta a la crisi del sector a finals dels anys 80 i principis dels 90. La gestió pública del turisme va canviar fent que la planificació estructural i de caràcter físic perdés interès i operativitat en front de noves formes de planificació estratègiques més adaptables, flexibles i consensuades. Entre els nous enfocaments i plantejaments destacaven la planificació i gestió ambiental del desenvolupament turístic i, d'altra banda, la consolidació de la variable ambiental en el turisme com a factor de benefici econòmic (López Palomeque, 1999). A partir del 1992 comencen a aparèixer diversos documents institucionals que incorporen el concepte de sostenibilitat en el turisme, les principals referències dels quals es recullen cronològicament en la Taula 17.

Taula 17. Iniciatives institucionals en l'àmbit espanyol que incorporen el concepte de turisme sostenible.

Any	Principals referències
1992	Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES I) (1992-1995)</i>
1996	Ministeri de Comerç i Turisme: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES II) (1996-1999)</i>
1997	Congrés Nacional de Turisme, Madrid (Ministeri d'Economia i Hisenda -MEH-): <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan de Estrategias y Actuaciones de la Administración del Estado en Materia Turística</i>
1998	Ministeri de Medi Ambient (MMA) i MEH: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan de Turismo Sostenible</i>
1999	Assemblea General EUROPARC-Espanya, (EUROPARC): <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Español</i>
2000	Secretaria General de Turisme MEH: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan Integral de Calidad del Turismo Español. PICTE 2000/2006</i>
2003	MMA: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Estrategia Española de Desarrollo Sostenible</i>
2005	Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç (MITYC), Reial decret 721/2005: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Iniciativa de Modernización de Destinos Turísticos Maduros</i>
2007	MITYC: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan de Turismo Español Horizonte 2020</i>▪ <i>Plan de Turismo Español 2008-2012</i>
2009	MITYC: <ul style="list-style-type: none">▪ <i>Plan de Renovación de Instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo)</i>

Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts documentals.

La sostenibilitat turística a Espanya s'aborda inicialment des de la seva vessant ambiental. Prèviament a l'elaboració dels primers plans que ho recollien explícitament, diversos estudis realitzats a petició de la Secretaria General de Turisme ja expressaven la necessitat que la política turística incorporés aspectes ambientals en els seus programes i iniciatives. Ja el *Llibre Blanc del Turisme Espanyol*, concebut com a document de treball sobre la situació, les perspectives i les estratègies del turisme espanyol, exigia la integració de objectius ambientals i de qualitat de vida en els processos de desenvolupament turístic. Naturalment aquestes consideracions eren de caràcter orientatiu i la seva efectivitat real depenia dels compromisos que adquirissin els agents públics i privats implicats, i dels instruments jurídics i financers que es possessin en marxa. En aquest sentit, el *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (1992-1995)* va ser un primer avenç en la concreció de les línies d'actuació en forma d'instruments operatius de política turística i ambiental (Antón Clavé, 1992).

El 1992 el Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme elabora el *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES I) (1992-1995)*, que tenia com a objectiu la cerca de la competitivitat de l'activitat a través de la qualitat de les destinacions turístiques, implicant de manera coordinada a les diferents administracions i agents relacionats amb el sector. Aquest Pla era el primer instrument d'intervenció específica en matèria turística desenvolupat a Espanya i, tot i que vagues, ja feia algunes referències a la sostenibilitat. La seva aprovació va permetre sensibilitzar el sector turístic sobre la necessitat d'aplicar nous criteris en la gestió basats en la innovació, la qualitat i la diversificació dels productes.

Com a resultat de l'èxit en la recuperació de la competitivitat turística d'Espanya, el 1996 es va elaborar el *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES II) (1996-1999)*. Aquest Pla, que seguia la mateixa línia del seu predecessor, estimulava la millora dels serveis i productes turístics mitjançant la cultura de qualitat i sostenibilitat. Aquest segon pla contemplava específicament la sostenibilitat com a fórmula inseparable de la competitivitat.

L'estratègia competitiva d'ambdós plans FUTURES incorporava la variable ambiental com un element de la qualitat amb la que es pretenia diferenciar l'oferta turística espanyola en els mercats internacionals. Aquest plantejament havia de redreçar els models de desenvolupament turístic insostenible, mitjançant la regeneració ambiental de les destinacions turístiques tradicionals, i alhora promocionar destinacions emergents i formes alternatives de turisme per diversificar l'oferta i desestacionalitzar la demanda (Sánchez Rivero i Pulido Fernández, 2008). Les

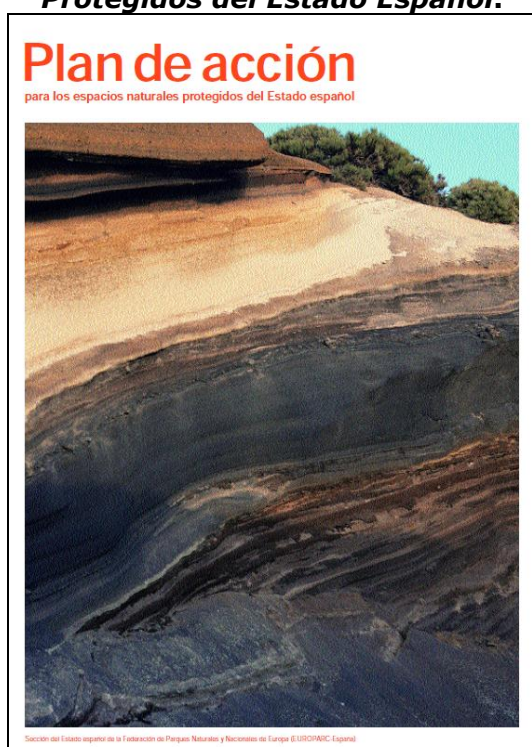
línees d'actuació es van materialitzar en els *Planes de Excelencia Turística* (PET) i *Planes de Dinamización Turística* (PDT). Els PET s'orientaven a la regeneració ambiental i la recuperació de la qualitat de destinacions madures; mentre que els PDT es dirigien a l'activació econòmica de destinacions turístiques emergents, preferentment en entorns rurals d'interior, potenciant productes turístics relacionats amb la natura i el patrimoni cultural (Brunet Estarellas et al., 2005).

El 1997 es va presentar en el marc del Congrés Nacional de Turisme el *Plan de Estrategias y Actuaciones de la Administración del Estado en Materia Turística*, el qual recollia en la seva octava estratègia que el sector turístic espanyol havia d'incorporar la conservació ambiental com a condició imprescindible per a la perdurabilitat de les destinacions i negocis turístics. Això es traduïa en treballar per una millora de la qualitat ambiental de les destinacions i empreses turístiques, així com en la formació i sensibilització dels agents del sector. Un any més tard, i seguint l'esperit del congrés, el MMA i el Ministeri d'Economia i Hisenda (MEH) van firmar un acord-marc de cooperació que va donar lloc al *Plan de Turismo Sostenible*. El Pla tenia com a objectiu la protecció dels espais naturals, l'increment de la competitivitat del sector turístic i la reducció de l'estacionalitat. Amb aquestes finalitats definia diversos programes específics:

- "Turisme i planificació": Programa per a coordinar les actuacions d'abastiment i sanejament de les poblacions d'interès turístic, establint objectius que millorin la garantia en el subministrament d'aigua i en la depuració i reutilització d'aigües residuals.
- "Turisme i gestió ambiental": Programa per a fomentar la incorporació per part de la indústria de Sistemes de Gestió Ambiental (SGA), amb mesures encaminades a una major eficiència ambiental de les instal·lacions.
- "Turisme i espais naturals protegits": Programa per a aconseguir l'equilibri entre el desenvolupament turístic i la conservació de la natura.
- "Formació en turisme sostenible": Programa per a promocionar la formació en turisme i gestió ambiental dels professionals que han d'assumir funcions de responsabilitat en la planificació dels espais turístics, en el disseny dels productes turístics i la seva comercialització.
- "Relacions internacionals": Programa per a treballar conjuntament en el camp de les relacions internacionals i de la presència d'Espanya en diversos fòrums de turisme.

Tanmateix, l'aspecte més destacat d'aquest Pla va ser el *Proyecto Municipio Verde*, més endavant anomenat *Municipio Turístico Sostenible*, desenvolupat entre la Secretaria General de Turisme i la Federació Espanyola de Municipis i Províncies. Aquest projecte defensava la importància de l'escala local per a assegurar una qualitat turística òptima i respectuosa amb l'entorn, i apel·lava a què per assolir-ho els municipis turístics definissin i implantessin SGA. Es mostrava doncs una creixent voluntat de l'administració per avançar cap a un turisme més sostenible, cosa que també va quedar palesa en la publicació *España: un turismo sostenible* (MEH i MMA,

Imatge 6. Portada del document *Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Español*.



Font: EUROPARC (2002).

1999) a on per primera vegada es difonia el missatge del turisme a Espanya en termes de sostenibilitat.

El 1999 a l'assemblea general d'EUROPARC-Espanya es va començar a gestar el *Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Español* (vegeu Imatge 6), el qual tenia com a objectiu fer un diagnòstic complet dels aspectes clau per a la planificació i gestió dels espais naturals protegits. El Pla recollia les recomanacions i accions prioritàries que s'haurien de posar en marxa en els propers anys, així com les proves pilot que es desenvoluparien com a experiències demostratives. El document, que no es va editar fins el 2002, feia recomanacions expresses al

desenvolupament sostenible del turisme en els espais naturals a fi de fer compatibles les activitats de lleure amb la protecció de l'entorn. El turisme s'interpretava com una activitat econòmica dinamitzadora i creadora de noves expectatives i llocs de treball per a les poblacions locals, però també es feia esment de les amenaces que podia comportar una gestió inadequada. A aquests efectes, el document promovia principalment la modalitat de turisme rural i destacava la *Carta Europea de Turisme Sostenible en els Espais Protegits* com a marc ampli de treball (EUROPARC, 2002).

L'any 2000 es va posar en marxa el *Plan Integral de Calidad del Turismo Español* (PICHTE) que renovava els plantejaments dels *Planes FUTURES* per al període 2000-

2006, però posant més èmfasi en la qualitat en comptes d'en la competitivitat. El Pla entenia que "*la qualitat integral estava clarament lligada al desenvolupament sostenible, cosa que implicava necessàriament el pas de la tradicional concepció de creixement quantitatiu a la de creixement i canvi qualitatiu*" (MEH, 1999:33). Es reconeixien els desequilibris en la distribució espacial del turisme i els impactes en el medi ambient que això provocava, i manifestava la necessitat de reflexionar sobre el límits del creixement en algunes zones turístiques establint una política adient i consensuada entre tots els agents del sector. El Pla definia deu programes que tenien com a objectius bàsics (Brunet Estarellas et al., 2005):

- La posada en valor i ús turístic de recursos.
- L'estudi i disseny de polítiques i estratègies de producte, preu, promoció i comercialització.
- La creació de nous productes basats en l'explotació innovadora de recursos en sintonia amb la preservació del medi.
- L'articulació dels recursos, serveis i oferta turística com a producte i la seva integració en destinació.
- L'enfortiment i integració del teixit empresarial mitjançant el foment de l'associacionisme, l'assessorament i el suport a les empreses.

Les eines per a la consecució dels objectius en les destinacions turístiques eren les mateixes que ja es venien utilitzant en els plans anteriors: *Planes de Excelencia Turística* i *Planes de Dinamización Turística* (que a partir del 2005 es van agrupar en una única tipologia -*Planes de Dinamización del Producto Turístico*-), i el *Proyecto Municipio Turístico Sostenible*. Pel que fa al sector empresarial, es potenciaven els sistemes voluntaris de qualitat i es fomentava la investigació, innovació i desenvolupament tecnològic en el camp de la millora ambiental de l'empresa. D'altra banda, també es proposava la difusió dels esforços que el sector turístic estava realitzant per a recuperar les destinacions i el seu entorn com a mesura per a millorar la imatge en general del turisme espanyol a nivell internacional. El PICTE es va prorrogar fins el 2007 a l'espera que el Consell Espanyol de Turisme elaborés un document d'anàlisi de les perspectives del model turístic espanyol per l'horitzó de 2020.

El 2003 el MMA va publicar la *Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*, document de consulta que mitjançant un procés participatiu havia d'incloure comentaris i suggerències. El document, tot i no ser de naturalesa turística, feia

al·lusió al sector en nombroses ocasions. El sector turístic es reconeixia com una de les activitats productives amb repercussions sobre la sostenibilitat i, alhora que es constata la importància del turisme en l'economia espanyola, es descrivien els impactes negatius que generava. La massificació a les platges, la congestió de les carreteres i dels serveis públics, l'escassetat d'aigua, la creixent generació de residus sòlids urbans, la contínua degradació d'ecosistemes, la pressió sobre els espais protegits i l'ocupació desordenada del sòl, eren alguns exemples de pautes insostenibles que s'esmentaven. Precisament per aquest pes relatiu en el sistema socioeconòmic espanyol, s'argumentava la necessitat d'integrar la sostenibilitat no només en les noves destinacions sinó també en les ja consolidades. Els temes identificats com a claus per al desenvolupament sostenible del turisme a Espanya eren la gestió integrada de les zones turístiques costeres, i la racionalització de l'oferta turística (MMA, 2003a:121). El document dedicava tot un apartat al "Turisme sostenible" (apartat 4.1.6.) com a una de les àrees clau en la instrumentalització de l'estratègia i proposava una sèrie de línees d'actuació encaminades a la disminució dels impactes ambientals, el dimensionament acord amb les condicions dels diferents àmbits territorials, la valorització de les potencialitats menys explotades, i la sensibilització, difusió i formació de la població cap a un turisme sostenible en un marc de cooperació internacional. A més, també es demanava que la política turística integrés el desenvolupament sostenible a través d'unes mesures recomanades (vegeu Taula 18); i amb aquesta finalitat es definien els actors, agents i responsables de les actuacions així com un conjunt d'indicadors per a garantir-ne la correcta aplicació.

El 17 de juny de 2005 es va celebrar un consell de ministres monogràfic sobre turisme, i es va aprovar el Reial decret 721/2005 pel qual es regulava la *Iniciativa de Modernización de Destinos Turísticos Maduros*. Aquesta iniciativa responia a la necessitat de renovació d'algunes de les destinacions turístiques d'Espanya a on l'activitat estava destruint l'atractiu natural i les infraestructures existents requerien de profundes millores (MITYC, 2005). Portava associada la creació del Fons financer de l'estat per la Modernització d'Infraestructures Turístiques (FOMIT), que havia de permetre que les destinacions recuperessin els estàndards de qualitat demandats pel turista actual mitjançant la participació conjunta público-privada.

Taula 18. Mesures per a integrar el desenvolupament sostenible en les polítiques turístiques segons la *Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (2003)*.

- Elaborar una proposta metodològica d'avaluació ambiental estratègica que orienti als promotors de polítiques, plans i programes.
- Impulsar la conservació i restauració de les carrerades reals, amb fins agropecuaris i d'ecoturisme.
- Promoure l'ordenació del desenvolupament urbanístic de les regions costaneres.
- Impulsar estratègies integrades de desenvolupament rural basades en les potencialitats específiques dels territoris, promovent la diversitat funcional.
- Promoure la incorporació de les oportunitats de la societat de la informació.
- Promoure models econòmics i socials que depenguin menys del consum d'energia.
- Mesures per fomentar la diversificació del turisme, la desconcentració en el sol i platja, la costa i l'estiu, a través de nous productes, noves destinacions i viatges fora de temporada, o fomentar formes incipients i alternatives de turisme: turisme rural, turisme actiu, noves formes de turisme cultural, etc.
- Promoure i incentivar l'adopció de sistemes de gestió mediambiental per a serveis públics en municipis turístics, empreses i activitats turístiques, i altres recursos objecte d'ús i consum turístics.
- Definir i introduir paràmetres de qualitat i sostenibilitat en la definició i organització de l'ús turístic dels espais naturals protegits i de l'àmbit rural.
- Realitzar cursos de formació sobre turisme sostenible per a gestors públics i privats.
- Realitzar campanyes de sensibilització sobre turisme sostenible i comportament ecològic orientades a turistes i residents.
- Reforçar la presència i iniciativa espanyola en els fòrums internacionals en què es tracta sostenibilitat i turisme, a través dels mitjans d'aplicació d'acords internacionals i la cooperació amb altres països

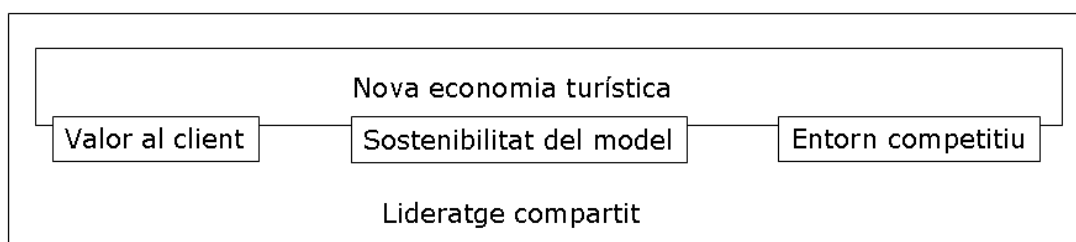
Font: MMA (2003a).

Una vegada acabada la vigència del *PICTE (2000-2006)*, prorrogat fins el 2007, es va posar en marxa el *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Aquest Pla pretenia que pel 2020 el sistema turístic espanyol fos més competitiu i sostenible i que aportés el màxim de benestar possible. D'acord amb la diagnosi, el Pla responia als principals reptes identificats a través de les següents accions (MITYC, 2007):

- Crear un nou model per a les destinacions turístiques madures, millorant el posicionament en els mercats.
- Promoure i desenvolupar productes experimentals innovadors.
- Impulsar una cultura del detall i atenció al client.
- Avançar en l'assumpció de compromisos de sostenibilitat, revaloritzant recursos que fomentin un equilibri socioterritorial del turisme.
- Aprofundir en l'àmbit del coneixement, promovent la innovació i atraient i millorant el talent.

Així es pretenia aconseguir una nova economia turística a on el coneixement, la innovació i el talent fossin components fonamentals. Aquesta economia es basaria en estratègies que aportessin valor al client, la sostenibilitat del model, un entorn competitiu i un lideratge compartit (vegeu Figura 6).

Figura 6. Eixos clau d'actuació del *Plan del Turismo Español horizonte 2020*.



Font: MITYC (2007).

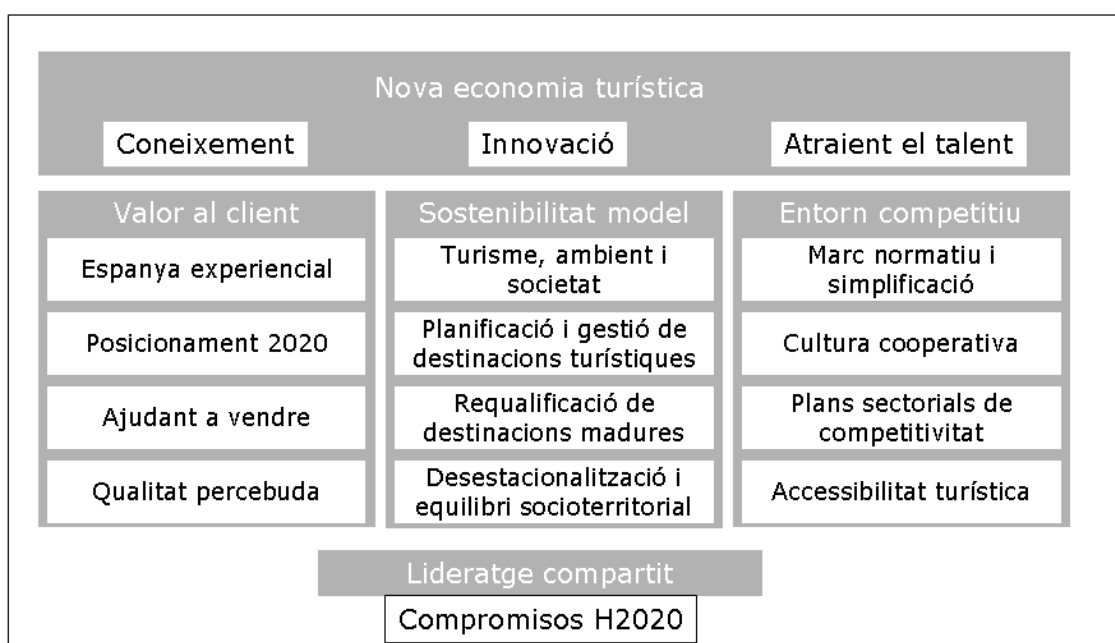
L'eix "Sostenibilitat del model" tenia com a objectiu "*millorar la sostenibilitat del model turístic espanyol, optimitzant els beneficis per unitat de capacitat de càrrega sostenible i d'inversió, garantint la qualitat de l'entorn natural i cultural de cada lloc, la integració i benestar social i el reequilibri socio-territorial*" (MITYC, 2007:35). I amb aquesta finalitat es donava suport a les destinacions en el desenvolupament d'instruments de gestió integral, s'impulsaven programes d'actuació que integressin el medi ambient i la sostenibilitat en l'oferta turística espanyola, i es promocionaven iniciatives desestacionalitzadores.

L'estratègia del *Plan del Turismo Español horizonte 2020* s'havia de posar en marxa a través del *Plan del Turismo Español 2008-2012* que determinaria un conjunt d'actuacions prioritàries que dotessin al sector turístic d'instruments que li permetessin definir un posicionament únic i diferenciat en un entorn complex i canviant. Aquest Pla s'articulava en dotze programes que seguien l'estructura d'objectius i eixos fixats en el *Plan del Turismo 2020* (vegeu Figura 7).

En el marc *Plan del Turismo Español 2008-2012*, l'any 2009 es va posar en marxa el projecte *Plan de Renovación de Instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo)* que perseguia modernitzar l'oferta turística per augmentar la competitivitat i adequar-se als requeriments de la demanda. El projecte estava especialment dirigit a les petites i mitjanes empreses i s'instrumentalitzava amb una nova línia de l'Institut de Crèdit Oficial (ICO) dotada amb 600 milions d'euros per al 2009. Es pretenia impulsar la rehabilitació dels establiments turístics amb l'objectiu que això

contribuís a la millora de la qualitat i la sostenibilitat de les infraestructures turístiques; i es finançarien aquelles inversions que contribuïssin a incrementar el valor afegit del producte, ja fos millorant la sostenibilitat dels establiments, implantant sistemes de qualitat, garantint l'accessibilitat o implementant noves tecnologies (MITYC, 2009). A part de promoure que el sistema turístic espanyol fos més competitiu i sostenible, el projecte també havia de contribuir a pal·liar les conseqüències de la crisi econòmica, incidint directament en un sector clau com el de la construcció i les seves indústries auxiliars.

Figura 7. Eixos i programes del *Plan del Turismo Español 2008-2012*.



Font: MITYC (2007).

2.4.4. Àmbit català

Fruit del traspàs de les competències en matèria de turisme a les comunitats autònomes, en aprovació dels respectius Estatuts d'Autonomia contemplats en la Constitució de 1978, comença a Catalunya un procés legislador que inicialment s'orienta excessivament a les funcions d'inspecció i sanció, allunyant-se dels problemes reals. A partir dels 90 es corregeix aquesta tendència i les noves iniciatives segueixen plantejaments que inclouen una major participació dels agents, el reconeixement del paper del sector privat i del mercat, i la incorporació d'objectius relacionats amb el foment i la promoció de l'activitat (López Palomeque,

2004a). En aquest marc van començar a aparèixer les primeres referències al desenvolupament sostenible de l'activitat. A la Taula 19 es recullen cronològicament les principals iniciatives institucionals.

Taula 19. Iniciatives institucionals en l'àmbit català que incorporen el concepte de turisme sostenible.

Any	Principals referències
1992	Departament de Comerç, Consum i Turisme: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya</i> Parlament de Catalunya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Debat de Política Turística</i>
1998	Associació de Naturalistes de Girona (ANG) (Tossa de Mar): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Carta de Tossa. Municipis Costaners Vers una Gestió Sostenible del Litoral</i>
2001	IV Congrés de Turisme de Catalunya (CTC), Tarragona: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Un Decàleg per al Segle XXI</i>
2002	Generalitat de Catalunya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Llei 13/2002 de Turisme de Catalunya</i>
2003	Iniciativa per Catalunya Verds (ICV), Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC) i Esquerra Republicana de Catalunya (ERC): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Acord per a un Govern Catalanista i d'Esquerres a la Generalitat de Catalunya</i>
2006	Departament de Comerç, Turisme i Consum (DCTC): <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (PETC) 2005-2010</i>
2007	Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible i Departament d'Innovació Universitats i Empresa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya</i>
2009	Departament de Medi Ambient i Habitatge: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>2026.CAT. Estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya</i>
2012	Departament de Territori i Sostenibilitat: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Estratègia catalana d'adaptació al canvi climàtic. Horitzó 2013-2020</i>

Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts documentals.

A principis dels 90 es dona la crisi del model turístic tradicional i en resposta el 1992 el Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya presenta l'estudi *Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya*. A més el novembre del mateix any té lloc al Parlament de Catalunya el *Debat de Política Turística*. Ambdós fets contribueixen a perfilar els objectius, programes, instruments i estratègies de la política turística catalana dels anys 90. L'estudi constava de 8 programes que s'havien de desenvolupar en un futur, entre els quals el número 2 es dedicava explícitament a la "Protecció i recuperació de

l'entorn turístic". D'altra banda, el debat va servir per a establir estratègies globals, de creixement equilibrat i de marketing per a una nova política turística del govern de la Generalitat de Catalunya que s'havia de basar en 3 objectius (Generalitat de Catalunya, 1992):

- Crear riquesa, prosperitat i reequilibri territorial.
- Garantir la competitivitat i la sostenibilitat a llarg termini de l'activitat.
- Potenciar la qualitat de l'entorn material i humà.

Aquests principis, que havien de guiar el desenvolupament turístic de Catalunya en els següents anys, incorporaven la sostenibilitat en totes les seves dimensions.

L'any 1998 es va publicar la *Carta de Tossa. Municipis Costaners Vers una Gestió Sostenible del Litoral*, fruit d'un grup de treball liderat per l'Associació de Naturalistes de Girona (ANG) que tenia la intenció d'establir una estratègia per fer front a la degradació del litoral, i estudiar diferents models d'economia basats en un turisme sostenible i en espais d'interès natural. La Carta formulava la necessitat de "*posar les bases per afavorir la progressió dels municipis costaners cap a escenaris de major sostenibilitat des del punt de vista de l'ocupació i ús del territori a partir d'una estratègia comuna en un marc d'intercanvi d'experiències i inquietuds*" (ANG, 1998); i amb aquest objectiu instava als municipis que s'adherissin a treballar a través d'una sèrie d'actuacions, entre les que destacava definir la capacitat de càrrega del territori turístic i la crear d'indicadors de sostenibilitat. Tot i que feia més referència a l'urbanisme, ordenació i gestió d'espais naturals que no pas a l'activitat turística, la Carta reconeixia que en els municipis costaners el turisme era un factor clau per a aconseguir un desenvolupament sostenible del seu territori.

Un altre fet significatiu en l'evolució del turisme català va ser el IV Congrés de Turisme de Catalunya (CTC), celebrat a Tarragona els dies 20 i 21 de febrer de 2001, les conclusions del qual van donar lloc a *Un Decàleg per al Segle XXI*. L'acte va suposar un procés de dinamització de tots els agents i un debat que va contribuir a la primera Llei de Turisme de Catalunya, aprovada en el Ple del Parlament de Catalunya un any més tard. El Decàleg constava de 10 punts que reconeixien la importància del turisme com a activitat econòmica de futur a Catalunya, així com a instrument de projecció a l'exterior, i incidien en la necessitat de reorientar-lo sota criteris de sostenibilitat i de qualitat en el servei, i en la importància de coordinar i cooperar entre els diferents agents (vegeu Taula 20).

Taula 20. Resum dels punts recollits en *Un Decàleg per al Segle XXI (2001)*.

1. El turisme és un instrument per projectar la imatge de Catalunya al món.
2. La qualitat del servei i el tracte personalitzat ha de permetre a Catalunya presentar-se en el mercat com una destinació amb valor afegit.
3. La transversalitat del turisme comporta la coordinació de tots els àmbits de l'activitat administrativa i la cooperació de totes les administracions.
4. És necessari que les administracions públiques destinin els recursos necessaris per a dotar les zones turístiques d'infraestructures i serveis d'alt nivell.
5. El turisme aporta uns especials valors socials, i per això esdevé una garantia per propiciar el respecte a la diversitat, la tolerància i la convivència.
6. La configuració, promoció i comercialització del producte turístic català requereix de la col·laboració entre la Generalitat, les administracions locals, les cambres de comerç i el sector empresarial.
7. La qualitat només és possible amb un personal motivat i amb una sòlida formació.
8. El desenvolupament turístic del futur s'ha de fer sota criteris de sostenibilitat, considerant la capacitat de càrrega del territori i la protecció del medi ambient.
9. S'ha d'aprofundir en la segmentació de l'oferta, la recerca de nous mercats i la consolidació dels tradicionals, i en la millora dels canals de comercialització; i tot obtenint el màxim rendiment de les noves tecnologies.
10. Cal establir una continuïtat en el debat i a aquest efecte la convocatòria del proper Congrés de Turisme de Catalunya ha de ser en un termini no superior a tres anys.

Font: CTC (2001).

La *Llei 13/2002 de Turisme de Catalunya*, que es va aprovar el 21 juny de 2002, va crear un nou marc per a la gestió pública del turisme. S'esperava que la Llei incorporés com a premisses de referència en la intervenció de l'administració pública l'adaptació a les necessitats del sector i del territori, així com el disseny de noves polítiques i instruments per optimitzar la intervenció i fer les destinacions més competitives considerant els principis del desenvolupament sostenible. Tanmateix, la Llei va ser aprovada amb un contingut mínim, ja que es limitava a recollir i recopilar normatives anteriors sense considerar a fons temes importants, i va resultar no ser suficientment idònia per a fer front a les necessitats del sistema turístic català. Entre altres deficiències, no incorporava el territori com a variable estructural del turisme (López Palomeque, 2004b), cosa que suposava obviar com a mínim la sostenibilitat ambiental de l'activitat. De fet, a l'article 13 es definia el *Pla de Turisme de Catalunya* com l'instrument bàsic de planificació turística de la Generalitat, que havia d'especificar criteris per a una avaluació d'impactes del turisme sobre els recursos i definir les mesures necessàries per a la millora de la qualitat i competitivitat, però en cap cas no es feia esment específic a la sostenibilitat del turisme (Llei, 2002:8). La Llei, que no havia estat majoritàriament avalada al Parlament, va ser controvertida i va generar nombrosos actes i reunions de debat al seu entorn.

El 2003, amb l'entrada al govern de la Generalitat de Catalunya del tripartit ICV-PSC-ERC, els partits que havien criticat durament la Llei van intentar fer front a les

limitacions detectades a través de l'*Acord per a un Govern Catalanista i d'Esquerreres a la Generalitat de Catalunya*. Aquest Acord contemplava específicament un programa d'actuacions en matèria de turisme que tenia com a principis a desenvolupar (Acord, 2003): 1) La remodelació de la política de promoció dels recursos turístics i les demarcacions turístiques de Catalunya; 2) La planificació del desenvolupament de les infraestructures turístiques amb el fi de fer compatibles el potencial creixement econòmic, l'equilibri territorial i la sostenibilitat ambiental de les activitats; i 3) La configuració d'una administració turística i un sistema de finançament dels recursos públics que permetin el desenvolupament d'activitats turístiques en condicions de qualitat i de futura viabilitat.

Posteriorment, l'any 2006 el Departament de Comerç, Turisme i Consum (DCTC) de la Generalitat de Catalunya va publicar el *Pla Estratègic del Turisme a Catalunya 2005-2010* (PETC), tal com es requeria a la *Llei 13/2002*. El PETC pretenia conèixer la realitat existent, identificant les fortaleses i debilitats, per a incorporar els elements diferenciadors de Catalunya a l'oferta i a la política turístiques mitjançant un Pla d'Acció operatiu que seguís els criteris de sostenibilitat, identitat cultural, qualitat, innovació, orientació de la demanda, competitivitat, turisme al servei del ciutadà, equilibri territorial, desestacionalització, i col·laboració, cooperació i coordinació. Així el Pla havia de servir com a instrument de coordinació i de govern a la Generalitat de Catalunya, oferir fórmules de cooperació i optimització de l'ús dels recursos al sector públic, i ser un marc de referència en el sector privat per a la presa de decisions (DCTC, 2006). El PETC era la primera acció de planificació estratègica del turisme a Catalunya realitzada des de l'Administració pública, i el seu caràcter innovador quedava palès en la importància atorgada al binomi territori-turisme. Entre els elements que definien la visió global del model turístic del Pla es feia referència explícita a "*la sostenibilitat com a eix vertebrador i el respecte al paisatge i els recursos naturals i patrimonials tangibles i intangibles*", i en els 10 objectius genèrics que es formulaven quedaven implícits criteris de desenvolupament turístic sostenible.

El Pla d'Acció del PETC es desenvolupava en 10 programes, entre els quals destacaven dos en relació a la sostenibilitat del sector: "Programa 1. Territori, paisatge i societat" i "Programa 6. Qualitat". El Programa 1 tenia com a objectius ordenar i integrar el desenvolupament turístic, incrementar la competitivitat del sector turístic, augmentar la qualitat i la diversitat de l'oferta turística, i impulsar la transició cap a un model de turisme ambientalment sostenible. Amb aquestes finalitats establia com a accions estratègiques aspectes d'integració paisatgística de projectes turístics i d'embelliment de paisatge urbà i periurbà, i l'elaboració d'una

planificació estratègica per l'ús turístic del territori. D'altra banda el Programa 6, tot i que tenia un enfocament de la qualitat des de la prestació dels serveis, equipaments i administració, mostrava un caràcter transversal en l'elaboració i promoció d'instruments específics dirigits a l'assoliment d'una gestió sostenible. Com a accions estratègiques proposava l'establiment de criteris de qualitat i d'estàndards propis en les administracions públiques i les empreses del sector, l'elaboració i promoció d'instruments adreçats a la millora de la qualitat, i la realització d'accions específiques de comunicació per a la promoció de l'oferta de qualitat.

Una nova mostra de la voluntat de l'administració pública per implementar un model de turisme sostenible a Catalunya va ser l'estudi *Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya*, encarregat pel Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible i el Departament d'Innovació, Universitat i Empresa. El document era un recull de bones pràctiques de turisme sostenible en l'àmbit europeu que podrien ser aplicables a Catalunya. Es responia així a la recomanació europea del GST d'identificar i avaluar possibles experiències d'arreu d'Europa, per a crear un marc de referència per a nous projectes i orientar el camí cap al desenvolupament sostenible de l'activitat. Les experiències documentades abastaven diferents aspectes de la cadena de valor del negoci turístic (creació del producte, certificació o comercialització) amb el fil conductor de la potenciació de la identitat com a factor de diferenciació, especialització i qualitat turística (Sabaté - coord.-, 2007). El document constava de 26 pràctiques de turisme sostenible classificades en: sistemes de certificació (11 iniciatives), productes turístics (9 iniciatives), operadors turístics (2 iniciatives), i instruments legislatius i administratius (4 iniciatives); i es tancava amb les conclusions dels experts sobre les claus de l'èxit d'una iniciativa de turisme sostenible i el futur del turisme sostenible a Catalunya.

El 2009 el Departament de Medi Ambient i Habitatge va presentar la iniciativa *2026.CAT. Estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya*, que pretenia ser un full de ruta per establir objectius quantificats i línies d'actuació prioritàries que garantissin l'evolució de Catalunya cap a escenaris de major sostenibilitat social, econòmica i ambiental, prenent com a horitzó l'any 2026 (Generalitat de Catalunya, 2009). En el marc de l'Estratègia es van presentar els reptes i les diagnosis de la situació de diferents sectors econòmics claus (indústria, turisme, energia, construcció, mobilitat, agricultura i comerç i consum), identificant impactes positius i negatius actuals i futurs de cada sector, i es van proposar les mesures a desenvolupar. Amb això, entre el maig de 2009 i el febrer de 2010, es

va realitzar un procés de participació orientat als diferents sectors econòmics, professionals i a la ciutadania en general, que es resoldria amb un conjunt de mesures que contribuirien a la redacció final de l'Estratègia. Tot i que la iniciativa no era exclusivament per l'activitat turística, sí que reconeixia el turisme com un dels sectors econòmics clau en el desenvolupament sostenible de Catalunya, fet pel qual li dedicava document de debat sectorial propi.

Fruit del document inicial i dels diversos debats i sessions de treball sectorials, el 25 de febrer de 2010 es va presentar una proposta per a l'*Estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya*. La proposta recollia de forma estructurada i prioritzada 50 reptes de sostenibilitat, entre les quals en destacava especialment 26 per la seva incidència diversa i múltiple en els àmbits sectorials analitzats. La incidència del sector turístic es va identificar com a molt alta en els següents reptes (Generalitat de Catalunya, 2009):

- Minimitzar la superfície de sòl urbanitzada, valoritzar el sòl rural i fomentar l'ús eficient del sòl.
- Regular la implantació de funcions i activitats en el territori, facilitant la dotació d'infraestructures de serveis i optimitzant els fluxos ambientals per tal de garantir la cohesió territorial.
- Valoritzar els serveis socioambientals i les funcions protectores i productives dels sistemes naturals, inclosos els agraris i els forestals.
- Promoure sistemes de producció de productes agraris, béns i serveis amb criteris de sostenibilitat.
- Internalitzar els costos socioambientals en el balanços econòmics del país per identificar les disfuncions i orientar les estratègies de prevenció i de correcció.
- Augmentar la població ocupada en activitats d'alt valor afegit i produir béns i serveis més eficients.
- Establir i implementar estratègies d'adaptació al canvi climàtic.
- Promoure l'aplicació pràctica dels principis de "bona governança" per a la implementació de les polítiques del Govern.

En la mateixa línia, la Oficina Catalana del Canvi Climàtic (Departament de Territori i Sostenibilitat) va presentar el 2012 *Estratègia catalana d'adaptació al canvi climàtic. Horitzó 2013-2020*, a on s'identificava el turisme com un sector molt

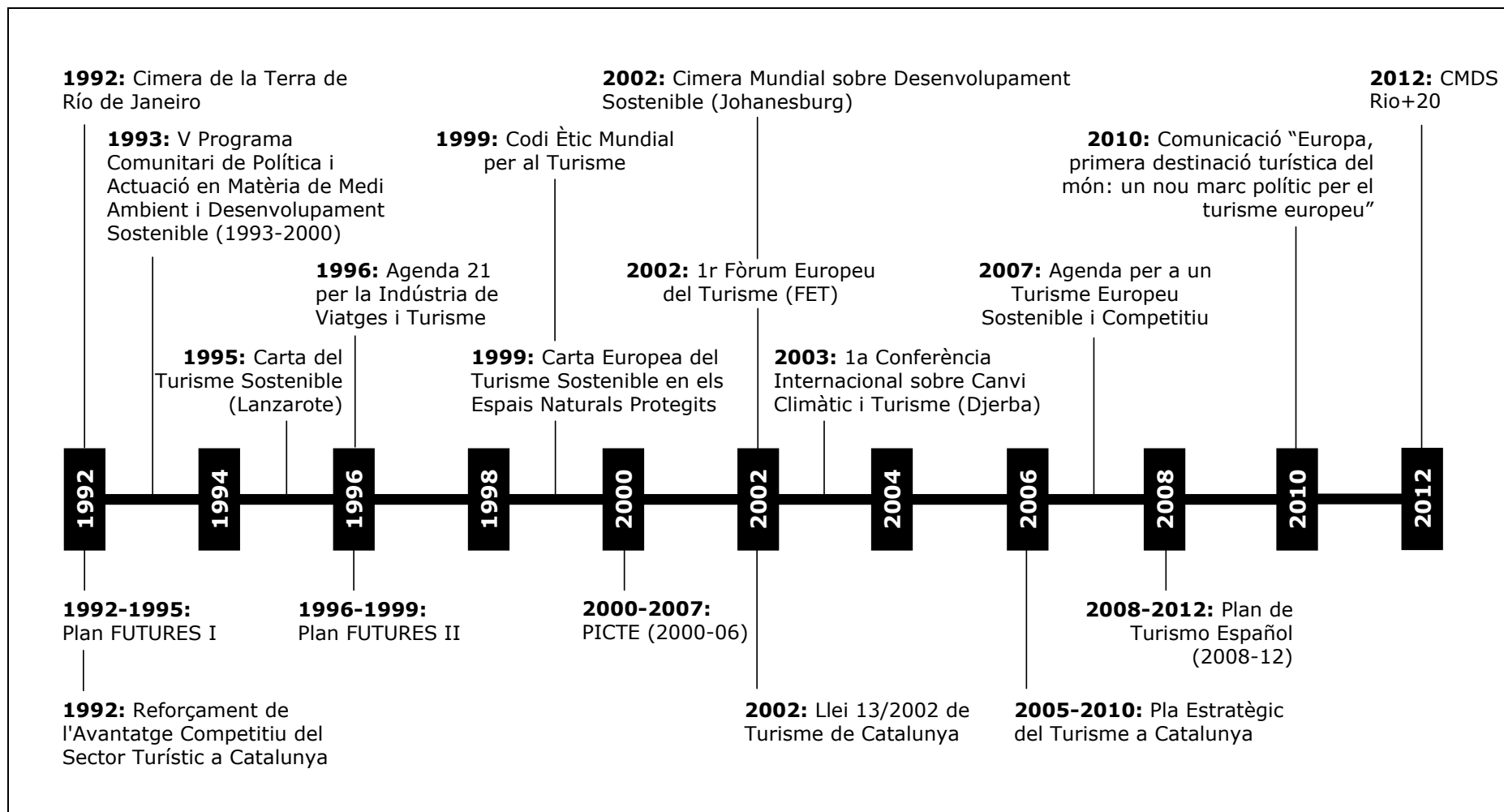
vulnerable als impactes climàtics amb variacions del confort tèrmic, afectacions de la cota de neu o disponibilitat de recursos hídrics, i es proposaven diverses mesures per a adaptar-se als possibles canvis.

2.4.5. Valoració de l'aportació de les iniciatives institucionals al concepte de turisme sostenible

La identificació i anàlisi de les iniciatives institucionals que han incorporat el concepte turisme sostenible en els darrers anys ha posat de manifest l'estreta relació entre la formulació de les polítiques turístiques i la sostenibilitat; i ha constatat el paper important de la institucionalització del concepte en el procés general de formació i difusió del mateix. Com a primera valoració del protagonisme de les diverses iniciatives institucionals, s'adjunta la Figura 8 que recull la selecció de les iniciatives i esdeveniments que han estat més determinants en el procés de formació i difusió del concepte turisme sostenible.

L'aparició de nous elements en l'escena del turisme, principalment de naturalesa ambiental i sociocultural, ha obligat a reformular la planificació i gestió turística. En les darreres dos dècades la sostenibilitat ha irromput en el turisme, revaloritzant i reorientant la política turística, i manifestant-se en la institucionalització del concepte turisme sostenible. Les iniciatives i les polítiques que hi fan referència han proliferat considerablement definint un marc per al desenvolupament del concepte, tan a nivell teòric com pràctic. Aquesta evolució ha estat estretament lligada a la formalització del concepte de desenvolupament sostenible i al canvi en les pautes i motivacions del consum turístic dels anys 90. La comunió d'aquests dos fets és clau en la progressiva incorporació del paradigma de la sostenibilitat en el sector turístic.

Figura 8. Iniciatives institucionals clau en el desenvolupament del concepte de turisme sostenible.



Font: Elaboració pròpia.

La relació turisme-sostenibilitat exposada en els documents institucionals no ha estat idèntica al llarg del temps, sinó que s'ha passat d'una visió més aviat conservacionista a una més holística que advoca per un equilibri dinàmic entre societat, economia i ambient. Aquest canvi en la manera d'entendre el turisme sostenible ha impregnat les polítiques turístiques a totes les escales territorials, difonent el concepte i atorgant-li significat i valor. De fet, el concepte ha estat àmpliament investigat i debatut, i s'ha arribat a aquest consens respecte la seva definició teòrica. Tanmateix, si bé és cert que la majoria de les iniciatives contempen la triple dimensió de la sostenibilitat en sentit teòric, rarament es consideren per igual les tres alhora de proposar orientacions estratègiques o instruments específics d'aplicació. Hi ha una clara tendència a relacionar la sostenibilitat turística amb la dimensió ambiental, cosa que evidencia la gènesis ecologista del mot "sostenibilitat" i determina que la majoria de les iniciatives proposin més directrius de millora o preservació del medi ambient.

Aquesta deficiència en la correcta formulació pràctica de l'equilibri entre les tres dimensions de la sostenibilitat turística respon a la naturalesa imprecisa de la sostenibilitat que impregna el concepte de turisme sostenible i l'avoca a un ús excessivament retòric que condueix a interpretacions múltiples i, per tant, a aplicacions de diferent intensitat i orientació. L'amplia escala territorial d'aplicació d'algunes iniciatives i el seu caràcter no impositiu també han contribuït a la indefinició, doncs s'ha deixat un ampli marge per a materialitzar les directrius que a la llarga han de determinar les normatives i lleis vinculants en el sector. A nivell internacional i europeu s'han desenvolupat un gran nombre de documents expositius, acords, conclusions, recomanacions o directrius; és a dir, documents indicatius que no contempen instruments concrets per a l'aplicació de la sostenibilitat turística sinó que proporcionen orientacions sobre com ha d'actuar i evolucionar el sector. A nivell espanyol i català, en canvi, fruit d'un àmbit d'aplicació real més pròxim, les iniciatives contempen accions més específiques.

Malgrat tot, l'aplicació de la sostenibilitat continua depenent del sistema de raonament aplicat (Naredo, 1996; Hunter, 1997), i del context territorial i social en qüestió. Aquesta limitació es tradueix en polítiques i iniciatives turístiques estratègiques que poques vegades incorporen accions específiques per a l'aplicació pràctica del concepte, o que quan ho fan es centren en la dimensió ambiental. A més, massa sovint són documents reiteratius i solapats en el seu afany per d'adaptar-se a les condicions pròpies de cada cas.

També es constata que la gran proliferació de documents relacionats amb el turisme sostenible no ha significat una evolució teòrica i pràctica proporcional del concepte. La participació i cooperació entre els agents, el problema de la mobilitat turística i l'estacionalitat, la necessitat d'indicadors com a eines de gestió i decisió per als gestors, o la importància de l'escala local són algunes de les idees recurrents en les diverses iniciatives analitzades; idees que es troben tan en iniciatives antigues i noves (des de la Agenda 21 per a la Indústria de Viatges i Turisme de 1996 fins a la Declaració del Turisme al Servei dels Objectius del Mil·lenni de 2005) com en diferents àmbits territorials (l'Agenda 21- Sostenibilitat del Sector Turístic a Europa de 2002, o el Plan de Turismo Sostenible d'Espanya de 1997).

Després de dues dècades de treballar en la conceptualització i delimitació del turisme sostenible es continuen recollint les mateixes idees que als anys 90, derivades del concepte de desenvolupament sostenible aplicat al turisme, i s'ha avançat relativament poc pel que fa a resultats remarcables en la seva aplicació pràctica.

Tot i això, no es pot negar que la sostenibilitat està àmpliament acceptada en el turisme, essent una condició indissociable del nou turisme contemporani. Tant és així, que tota iniciativa per orientar el turisme en el context actual ha de considerar la sostenibilitat com a vector per assolir el model de turisme desitjat. Aquesta és, doncs, la principal fita aconseguida en els darrers anys i que sens dubte suposa una diferència qualitativa en la manera d'entendre l'activitat fins al moment.

2.5. APLICACIÓ DELS PRINCIPIS DE SOSTENIBILITAT A ACTIVITATS TURÍSTIQUES: CASOS SELECCIONATS

Després d'aprofundir en els fonaments teòrics del turisme sostenible, des de la seva modelització institucional fins a les definicions i consideracions més acadèmiques, es necessari reflexionar sobre la transferència real dels seus principis a la pràctica turística. En l'actualitat el sector turístic està experimentant canvis estructurals importants, i la sostenibilitat s'ha convertit en un aspecte clau i ineludible en tot procés de la planificació i gestió turística. Així, l'imperatiu real de la sostenibilitat turística s'ha plasmat en nombrosos instruments i productes que proposen noves formes de gestió i aprofitament turístic.

Aquest apartat analitza una sèrie de casos seleccionats que es consideren paradigmàtics i rellevants per plantejar nous formats turístics que incorporen

critèris de sostenibilitat. El seu anàlisi constata la progressiva implementació pràctica d'aquests criteris en tot el conjunt del fenomen turístic, ja sigui a nivell d'activitat turística (empresa, producte i xarxa) o a nivell de protocols d'actuació (certificacions ambientals). Tot seguit s'exposen les experiències que es presentaran:

- Certificacions ambientals: Bandera Blava, Green Globe 21, Etiqueta Ecològica de la UE, Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental (DGQA), ISO 14001, i EMAS (Sistema Comunitari de Gestió i Auditoria Mediambientals).
- Productes turístics: Multiactivitat al camp de neu de la Rabassa (Andorra) i Agroturisme a la serra de Castelltallat (Catalunya).
- Empreses turístiques: Operador turístic TUI, Agències de viatges: viajesresponsables.com i Rainforest Expeditions, Cadena hotelera Sol Meliá, i Companyia àrea KLM.
- Xarxes de coneixement i cooperació: ECOTRANS (Xarxa Europea per al Desenvolupament de Turisme Sostenible), Xarxa SOLC (Associació Municipi, Turisme i Paisatge de Catalunya), i REDTURS (Xarxa de Turisme Comunitari a Amèrica Llatina).

Tot i que s'ha profunditzat en aquests casos concrets, no s'han d'oblidar altres elements institucionals, tals com l'Agenda 21, les Ecotaxes o l'experiència "Municipio verde", entre d'altres, que també treballen en aquesta línia.

Alhora d'interpretar i valorar les iniciatives presentades cal tenir en compte la dificultat pràctica que introdueix la vaguetat de la definició de turisme sostenible. Tal com ja s'ha comentat, la sostenibilitat és un concepte imprecís que respon en bona part a la interpretació subjectiva que se'n faci, per aquest motiu no és estrany identificar un cert biaix en la pràctica fruit de la complexitat en el procés de transferència de coneixement.

Aquesta dificultat s'ha fet palesa durant el procés de selecció de casos, doncs s'han identificat nombroses iniciatives que es qualificaven de turisme sostenible però que es centraven excessivament en una de les dimensions de la sostenibilitat, normalment l'ambiental. Els casos seleccionats no estan mancats d'aquest biaix, tanmateix, el seu interès respon a enfocaments innovadors en la millora de la pràctica turística sota criteris de sostenibilitat.

2.5.1. Certificacions ambientals

La certificació ambiental d'espais i establiments està creixent any rere any en el sector turístic, i molts agents ho perceben com un aspecte clau en la seva activitat. Es distingeixen dos tipus d'instruments: les Ecoetiquetes i els SGA, que permeten la identificació pública d'empreses, organitzacions, productes i serveis que mitjançant instruments voluntaris procuren la preservació ambiental. La implementació d'aquestes certificacions suposa una millora en la gestió ambiental de l'empresa, doncs el consum de recursos (aigua i energia) i la producció de residus es minimitzen i, un cop s'ha amortitzat la inversió inicial en l'adequació de les instal·lacions, els costos associats també es redueixen.

Les ecoetiquetes identifiquen i certifiquen de forma oficial que certs productes o serveis compleixen una sèrie de criteris ambientals que els fan menys perjudicials per al medi ambient, comparativament amb d'altres que compleixen la mateixa funció. Els criteris es desenvolupen tenint en compte les especificacions de cada producte i servei i es revisen periòdicament. En l'àmbit turístic les ecoetiquetes s'apliquen majoritàriament a establiments turístics. Només a Europa l'any 2004 ja hi havia més de 40 sistemes de reconeixement ambiental, segons la Xarxa Europea per al Desenvolupament de Turisme Sostenible ECOTRANS. Alguns dels exemples més destacats d'ecoetiquetes es presenten tot seguit.



El Programa Bandera Blava és un símbol reconegut internacionalment que s'atorga a aquelles platges i ports que compleixen uns alts nivells sanitaris i ambientals. Els criteris que s'han de complir per a obtenir-lo tenen a veure amb la qualitat de les aigües de bany, la informació i educació ambiental, la gestió mediambiental, i la seguretat i serveis. Segons la Fundació Europea d'Educació Ambiental-Blue Flag, l'any 2010 hi havia 2.949 platges i 662 ports certificats amb aquest programa en més de 40 països de tot el món.



La iniciativa internacional Green Globe 21 es basa en indicadors per a mesurar l'impacte del turisme sobre el medi ambient i la societat. Amb els resultats s'elabora un informe de referència per impulsar actuacions de millora a les organitzacions. L'objectiu és la posada en comú i el reconeixement de bones pràctiques en la sostenibilitat orientat als tour-operadors i al client. Segons Green Globe Certification, l'any 2010 s'havien atorgat 135 ecoetiquetes a hotels de més de 30 països.



L'Etiqueta Ecològica de la UE és concedida a aquells productes i serveis que minimitzen els impactes ambientals al llarg del seu cicle de vida, és a dir, a aquells que minimitzen l'impacte des de l'extracció dels recursos fins a la seva gestió final com a residu. En el sector turístic l'adquisició de béns per proveir el servei i la gestió dels residus generats són els aspectes ambientals que determinen la concessió d'aquesta ecoetiqueta. Segons la CE de Medi Ambient, l'any 2010 la ecoetiqueta s'havia atorgat a 401 allotjaments turístics de 26 països europeus.



El DGCA de la Generalitat de Catalunya promou el disseny, la producció, la comercialització, l'ús i el consum de productes i de serveis que afavoreixin la minimització de residus, l'estalvi d'aigua, energia i recursos, o bé la recuperació, reciclatge i reutilització de productes. En el sector turístic s'aplica als allotjaments turístics i, segons el Departament de Medi Ambient, l'any 2010 se n'havien atorgat un total de 158.

D'altra banda, els SGA consisteixen en un cercle continu de planificació, acció, revisió i millora del comportament ambiental de les organitzacions en relació amb el tipus, magnitud i impacte ambiental de les seves activitats, productes i serveis. És a dir, és un instrument estructurat i sistemàtic per a incorporar la variable ambiental en la gestió de l'empresa d'acord amb la legislació vigent. La implantació d'un SGA permet a les empreses obtenir les avantatges pròpies de tot sistema de gestió sumades als beneficis ambientals, cosa que millora la seva imatge i competitivitat. Actualment hi ha dues normes de caràcter voluntari per dissenyar o implantar un SGA: la norma d'àmbit internacional ISO 14001 i el reglament europeu EMAS.



La norma ISO 14001 especifica els requisits per a un SGA. Permet a l'organització formular la seva política i els seus objectius, tenint en compte els requisits legals i la informació relativa als seus impactes ambientals significatius. S'aplica a aquells aspectes ambientals que l'organització pot controlar o tenir influència. La certificació la realitzen diverses empreses privades per la qual cosa no hi ha un registre unitari i oficial de les empreses i serveis que compleixen la norma.



L'EMAS és un sistema que promou la millora contínua del comportament ambiental de les organitzacions mitjançant la implantació d'un SGA (remetent-se a la norma ISO 14001), l'avaluació d'aquest sistema, la formació i implicació activa dels treballadors, i la informació al públic i a les parts interessades. Segons la CE de Medi Ambient, l'any 2010 aquesta norma s'havia aplicat a 230 allotjaments turístics d'Europa.

2.5.2. Productes turístics

Els productes turístics articulen els recursos i l'oferta turística d'un territori a fi de vendre conjuntament una experiència turística singular. El fet que el producte turístic combini diferents serveis del viatge (allotjament, transport, activitats, etc.) fa especialment important la incorporació de criteris de sostenibilitat, ja que es facilita la seva difusió a diferents components del sector. En aquest apartat es presenten alguns exemples de productes turístics que es consideren innovadors i que estan basats en el desenvolupament sostenible de l'activitat.

2.5.2.1. Multiactivitat al camp de neu de la Rabassa (Andorra)

El camp de neu de la Rabassa es situa a l'entitat de Sant Julià de Lòria, al principat d'Andorra. Aquesta entitat és la primera que es troba quan s'entra al país des d'Espanya, i potser per això, o per la manca d'un referent turístic propi, havia estat tradicionalment només un lloc de pas de turistes. Per tal d'estimular turísticament la zona es va obrir un concurs d'idees per a explotar el camp de neu de la Rabassa que va donar lloc el 1993 a l'aprovació d'un pla director per la zona. L'objectiu del pla era trobar una alternativa diferencial a les estacions d'esquí alpí tradicionals i per això es va proposar oferir un conjunt d'activitats esportives i d'aventura al bosc de la Rabassa que aprofitessin el recurs neu a l'hivern i la natura a l'estiu.

L'estació disposa de 15 km de pistes d'esquí nòrdic i ofereix la possibilitat de gaudir en un mateix àmbit de diferents activitats respectuoses amb l'entorn, com l'esquí de fons, els tobogans de neu, els trineus de gossos o les raquetes de neu (vegeu Imatge 7). A més, les mateixes infraestructures i equipaments s'aprofiten per a realitzar altres activitats esportives durant l'estiu. La iniciativa s'ha consolidat i ja té

una demanda considerable, que en la millor temporada d'hivern (2005-2006) va arribar a 50.000 forfaits i 30.000 activitats venudes, mentre que a l'estiu es van vendre 48.000 activitats. Des del 2007 l'oferta turística de la Rabassa s'ha ampliat gràcies a la creació de Naturalandia, l'anomenat "Eco parc temàtic dels Pirineus", que manté l'estació oberta els 365 dies de l'any.

Imatge 7. Activitats turístiques al camp de neu de la Rabassa.



Font: Portal turístic d'Andorra.

La iniciativa, a part dels evidents beneficis econòmics directes que ha generat a la regió, ha creat llocs de treball en la comunitat local a través d'una borsa de treball específica. El seu producte està orientat principalment a famílies i a grups escolars, però les seves instal·lacions estan adaptades per a persones de la 3ra edat i discapacitats facilitant així l'accés de les activitats a segments de la demanda tradicionalment desatesos. A més, bona part de l'oferta està basada en l'educació ambiental i el descobriment del territori, cosa que contribueix a crear consciència ambiental entre els turistes. Aquest producte turístic és una alternativa a la clàssica estació d'esquí alpí i per la seva escala més reduïda i la naturalesa de les seves activitats turístiques té un menor impacte ambiental negatiu en el territori.

2.5.2.2. Agroturisme a la serra de Castelltallat (Catalunya)

L'agroturisme és una modalitat turística que es caracteritza per ser un conjunt d'activitats turístiques i d'oci proposades i realitzades per titulars o responsables agraris, actius o jubilats, que tenen alguna relació amb l'explotació agrària. A

Catalunya l'impuls d'aquest turisme es produeix durant els anys 90, coincidint amb el canvi en les preferències i hàbits de consum de la demanda turística i l'existència d'una normativa específica que regula l'allotjament turístic vinculat (Cors Iglesias, 2007).

La serra de Castelltallat està situada a la comarca del Bages i pertany al municipi de Sant Mateu de Bages. La seva població viu disseminada en masies i l'economia ha estat tradicionalment basada en l'explotació forestal i l'agricultura de secà, sectors en declivi des dels anys 50. Durant la dècada dels 90 es van produir grans incendis forestals a la zona, cosa que va contribuir a accentuar la crisi que es vivia al camp. En aquest context, el turisme es va erigir com una nova possibilitat econòmica que havia de permetre fixar la població i assegurar el manteniment de les explotacions agràries. Considerant com a principals recursos turístics disponibles el paisatge, la natura i el patrimoni agrícola, es va optar per promoure l'agroturisme. Amb aquest objectiu es va crea l'Associació Serra Castelltallat, que es configurava com un nucli sòlid i singular de desenvolupament agroturístic basat en la coordinació i cooperació dels actors del territori. El producte turístic es va crear a partir d'iniciatives privades i combinava un turisme actiu, basat en rutes de caravanes i cavall per la serra (vegeu Imatge 8), amb l'allotjament en cases de pagès i altres ofertes complementàries com l'observatori astronòmic.

Imatge 8. Rutes amb caravana i cavall per la serra de Castelltallat.



Font: Empresa de turisme actiu Paisatge i Aventura.

L'èxit de la iniciativa va ser inqüestionable i aviat els veïns de la zona van imitar el model. Les activitats van resultar tenir una demanda considerable que va fer el negoci rentable i va permetre mantenir les activitats agrícoles i forestals

tradicionals. A més va revitalitzar i fixar la població, així com facilitar la incorporació de la dona al mercat laboral ja que era l'encarregada de gestionar el negoci turístic mentre l'home feia les feines del camp. També es va recuperar bona part del patrimoni rural construït, principalment masies o dependències agràries que es transformaren en allotjaments rurals. Pel que fa a l'impacte ambiental, l'activitat s'havia integrat completament en l'estructura preexistent i havia aprofitat els recursos natural i patrimonials del territori, minimitzant així l'alteració de paisatge i usos del sòl. Aquest producte turístic doncs, aconseguia un bon equilibri entre les tres dimensions de la sostenibilitat, maximitzant els efectes positius del turisme en l'economia, societat i entorn de la serra de Castelltallat.

2.5.3. Empreses turístiques

L'aplicació de criteris de sostenibilitat en la gestió empresarial es realitza a diferents nivells i intensitats segons el tipus d'empresa. Així els operadors turístics, o agències majoristes, en controlar els principals fluxos de turisme massiu internacional tenen més capacitat d'influir en empreses proveïdores i destinacions alhora de confeccionar els seus paquets (Vera -dir.-, 2001). Això els hi permet exigir uns estàndards mínims de sostenibilitat que impregnin els seus productes i que, de manera indirecta, contribueixin a conscienciar el sector. D'altra banda, les agències minoristes que volen incorporar criteris de sostenibilitat sovint opten per especialitzar-se i singularitzar la seva oferta seleccionant aquells proveïdors i destinacions que els hi permeten vendre viatges més sostenibles. Pel que fa a altres empreses turístiques, com els allotjaments turístics o les companyies d'aviació, la sostenibilitat sovint es tradueix en la declaració d'uns codis de bona conducta, la implementació d'algun sistema de gestió ambiental o l'obtenció d'una certificació ambiental. Seguidament es presenten alguns exemples d'empreses turístiques que han incorporat la sostenibilitat en la seva estratègia empresarial.

2.5.3.1. Operador turístic TUI

L'operador turístic alemany ha tingut un paper especialment actiu pel que fa a la gestió mediambiental del turisme des de fa més de dues dècades. TUI desenvolupa una estratègia corporativa d'ambientalització basada en el foment intern de les bones pràctiques ambientals. La seva acció té efectes multiplicatius beneficiosos en el sector turístic ja que la gestió no només inclou la millora ambiental dels propis

departaments i empreses, sinó també la d'empreses associades, proveïdors i destinacions. El sistema de gestió ambiental de TUI s'estructura al voltant de 7 línees estratègiques (Sabaté -coord.-, 2007):

1. Impulsar una política de sostenibilitat destinada al conjunt de treballadors i d'empreses del grup, incorporant criteris de sostenibilitat establerts en fòrums internacionals.
2. Incidir en la qualitat ambiental de les destinacions, cooperant a diferents nivells amb la destinació, i actuant com a grup de pressió per fomentar-hi un turisme sostenible.
3. Cooperar amb els agents locals i especialment participar de manera activa en projectes que vinculin el turisme amb el desenvolupament sostenible.
4. Impulsar el treball en xarxa i coordinar les accions en matèria de sostenibilitat dels hotels, companyies aèries i altres empreses afiliades al grup.
5. Certificar voluntàriament les companyies del grup.
6. Realitzar seguiments ambientals sistemàtics entre les companyies del grup.
7. Redactar informes sobre la sostenibilitat del grup, tant per a empreses com per a destinacions, i fer difusió dels resultats.

Tot i que TUI no ven paquets turístics sostenibles com a tals, sí que té en compte els criteris ambientals incorporats als establiments d'allotjament turístic i a les destinacions, així com l'avaluació periòdica dels turistes que els visiten, per a seleccionar els que inclou en els seus catàlegs. Considerant que aquest operador turístic és líder a Europa i un dels més importants al món, amb 14.000 milions d'euros de beneficis l'any 2005 i uns 63.000 treballadors, és evident l'efecte catalitzador que pot tenir en el conjunt de l'oferta turística.

*2.5.3.2. Agències de viatges: viajesresponsables.com i *Rainforest Expeditions**

Actualment hi ha un gran nombre d'agències de viatges que s'han especialitzat en oferir viatges sostenibles o responsables. Aquestes empreses han aprofitat els canvis en la motivació i hàbits de consum de la demanda actual per a oferir una nova experiència turística basada en la sostenibilitat. El portal d'Internet viajesresponsables.com, per exemple, és una agència de viatges especialitzada en

turisme responsable. Des d'aquesta web es pot consultar una àmplia gamma de paquets turístics, classificats segons modalitat turística i país de destinació, que ofereixen activitats i visites fora dels circuits turístics convencionals, i contempnen la convivència i allotjament en comunitats locals. L'agència treballa amb ONG's, comunitats i empreses locals certificades, de manera que els viatges asseguruen una experiència genuïna al turista i, a la vegada, contribueixen al desenvolupament econòmic local millorant el nivell de vida i el repartiment dels beneficis en les comunitats receptores.

Un altre exemple més centrat en la vessant ambiental de la sostenibilitat és l'agència peruana Rainforest Expeditions, que està especialitzada en oferir propostes d'ecoturisme relacionades amb investigacions científiques. L'agència es va crear a arrel del "projecte Guacamayo", desenvolupat per científics a la reserva de Tambopata (selva amazònica), per a oferir estades al Centre d'Investigacions Tambopata. Tanmateix, aviat va ampliar el seu mercat oferint excursions d'ecoturisme per Perú, Bolívia i altres països de la zona. Actualment l'agència opera a tres albergs de l'Amazònia que ofereixen un ampli ventall d'experiències a l'entorn de la natura i la cultura de la selva tropical. A més encara manté l'activitat científica que s'integra com una activitat més a on el turista pot participar.

2.5.3.3. Cadena hotelera Sol Meliá

Des de 1992 l'organització "International Hotels Environmental Initiative" està contribuint a millorar la situació ambiental del sector hotelier promovent bones pràctiques, creant xarxes de coneixement, produint informació ambiental específica sobre hotels, i creant sinèrgies amb d'altres entitats. Les grans cadenes hoteleres han estat dels primers allotjaments turístics en incorporar mesures de sostenibilitat, ja que tenen una estructura financera suficientment estable com per a poder invertir en canvis tecnològics.

La companyia hotelera Sol Meliá és una de les primeres cadenes espanyoles que ha començat a implementar bones pràctiques ambientals en els seus establiments i a desenvolupar els seus propis manuals corporatius. Entre els compromisos adoptats vers la sostenibilitat destaca la certificació Biosphere Hotel Company, única certificació hotelera que inclou requisits socials, mediambientals i culturals i que s'aplica de manera global a tota l'empresa (corporatius i unitats hoteleres).

L'any 2009 Sol Meliá es va convertir en la primera cadena d'hotels que rebia aquesta certificació, cosa que reconeixia la voluntat de l'empresa per contribuir al desenvolupament sostenible de les comunitats en què estava present. A més, la companyia està adherida a la iniciativa internacional Global Compact (Pacte Mundial) de les NU, comproment-se voluntàriament a adoptar i implantar deu principis fonamentals relatius als drets humans, el medi ambient, les normes laborals i la lluita contra la corrupció. També publica periòdicament una memòria de sostenibilitat per a fer un seguiment dels avenços realitzats, i està inclosa en l'índex FTSE4Good Ibex que identifica aquelles empreses que compleixen pràctiques de responsabilitat social corporativa. Totes aquestes eines mostren la voluntat activa de Sol Meliá per incorporar criteris de sostenibilitat en les seves pràctiques. A la Taula 21 es poden observar alguns dels seus resultats.

Taula 21. Principals magnituds de sostenibilitat de Sol Meliá (2009).

Valor Sociocultural
385.292 € invertits en acció social
94 nacionalitats en l'equip humà
1.190 col·laboracions en projectes d'organitzacions socials
409.425 hores de formació a treballadors
Valor Econòmic
33.378 ocupats
1.064 MM € en creació de riquesa
1.148 MM € d'ingressos
Valor Ambiental
29 establiments certificats ambientalment
3,3% de Kg de CO ₂ menys per estada ^[1]
7,3% de m ³ de consum d'aigua menys per estada ^[1]
32.282 kg de residus de promig reciclats per hotel
10.596 clients implicats en activitats de protecció a la biodiversitat

^[1] Segons promig de referència del 2004 a 2006 en 95 hotels..

Font: Sol Meliá (2009).

2.5.3.4. Companyia àrea KLM

El transport aeri de passatgers ha revolucionat l'activitat turística, augmentant considerablement les possibilitats de visitar llocs d'arreu del món. Tanmateix, des del punt de vista de la sostenibilitat turística s'ha convertit en un dels components amb més impacte ambiental negatiu, sobretot pel que fa a la seva contribució al canvi climàtic. Conscient d'aquest fet, l'Associació Internacional de Transport Aeri (IATA), que agrupa 230 aerolínes que representen el 93% del trànsit aeri mundial, treballa per a reduir les emissions a través de quatre estratègies: la inversió tecnològica per a millorar aparells i adoptar biofuels, l'eficiència en les operacions

aèries, la construcció d'infraestructures eficients, i els incentius econòmics. La companyia KLM és una de les empreses membres de l'associació que més ha invertit en aquestes millores en els darrers anys.

KLM entén el medi ambient com una part de la seva responsabilitat social corporativa, i a tal efecte aplica una sèrie de mesures encaminades principalment a reduir les emissions de CO₂. La companyia ha optat per invertir en una flota d'avions més eficients energèticament i per introduir combustibles menys contaminants en els vehicles de terra (biodièsel). A més, el 2007 va adquirir un compromís amb la ONG Worldwide Fund for Nature (WWF) per a compensar les emissions de CO₂ resultants del seu creixement en el tràfic aeri. A part d'aquesta compensació, pròpia de l'empresa i els seus treballadors, també ofereix als seus passatgers la possibilitat de compensar les emissions a través del servei CO₂ZERO, el qual inverteix directament en projectes d'energies renovables. D'altra banda, KLM també ha introduït innovacions en el manteniment dels avions que li ha permès obtenir la certificació ambiental ISO 14001, i ha aplicat una política de reducció i separació de residus.

2.5.4. Xarxes de coneixement i cooperació

Les xarxes de coneixement i cooperació es basen en establir sinèrgies positives entre els agents turístics de manera que aquests es beneficiïn de l'intercanvi d'informació i/o de la comercialització conjunta de productes i serveis turístics. Es tracta d'una eina que aprofita la naturalesa transversal i complementària del turisme per a optimitzar els recursos invertits i aconseguir una gestió més eficient i coordinada de l'activitat. Tot seguit es presenten alguns exemples de xarxes col·laboratives en què els seus membres intercanvien informació o venen productes i serveis relacionats amb el turisme sostenible.

2.5.4.1. ECOTRANS, Xarxa Europea per al Desenvolupament del Turisme Sostenible

ECOTRANS és una xarxa europea d'experts i organitzacions en turisme, medi ambient i desenvolupament regional que té com a objectiu crear coneixement i fomentar les bones pràctiques de turisme sostenible. La xarxa està formada per ONG's i experts de 12 països europeus que s'encarreguen de establir i promoure els principis bàsics per al desenvolupament del turisme sostenible a Europa. La xarxa proporciona als seus membres directius i informació d'interès per a desenvolupar

un turisme d'alta qualitat així com avantatges competitius en el mercat internacional. La xarxa desenvolupa quatre projectes:

- **Projecte Visit:** Projecte que pretén promoure la certificació ambiental en el sector turístic europeu i que publica periòdicament els seus resultats donant exemples i idees d'accions individuals i conjuntes. La publicació mostra com les ecoetiquetes poden contribuir a fer avançar l'activitat turística cap a la sostenibilitat, i permet tenir un millor coneixement de la iniciativa i identificar les oportunitats i beneficis de sumar-s'hi.
- **Tourbench:** Eina on-line per a monitoritzar l'impacte ambiental dels allotjaments turístics. L'aplicació permet determinar i controlar les dades de consum i els costos d'energia, aigua, residus i productes de neteja de l'establiment i comparar-ho amb la mitjana d'empreses afins a nivell nacional i europeu. D'aquesta manera s'estableix un rànquing d'empreses segons el seu impacte ambiental i es faciliten propostes per a reduir-lo i adquirir una ecoetiqueta.
- **Àrees d'aprenentatge:** Projecte per a crear espais de formació turística que millorin les competències laborals i la gestió organitzativa per fomentar la qualitat empresarial, la innovació, la competitivitat i la sostenibilitat. Es basa en posar en contacte a un ampli ventall d'agents clau a nivell regional que col·laborin i intercanviïn informació entre ells, creant un conjunt d'oportunitats d'aprenentatge holístic.
- **DestiNet:** Observatori de turisme dirigit principalment a les destinacions turístiques que actua com a portal d'informació i comunicació sobre turisme sostenible proporcionant informes i articles, consells sobre les millors pràctiques en gestió de recursos, i enllaços a llocs web d'interès.

2.5.4.2. REDTURS, Xarxa de Turisme Comunitari a Amèrica Llatina

REDTURS és una xarxa de comunitats camperoles i indígenes, institucions de suport i de recursos humans que fomenten el desenvolupament sostenible en el sector turístic. El principal objectiu és el generar oportunitats de negocis en les comunitats d'Amèrica Llatina per a millorar les seves condicions de vida i de treball. Es pretén donar suport als processos d'enfortiment i desenvolupament de les xarxes de turisme comunitari a nivell local, nacional i regional, per tal de diversificar les fonts d'ocupació i ingrés, revaloritzar la cultura i afavorir la cohesió social. Per a fer front

a aquests reptes REDTURS fomenta el diàleg social i les aliances entre organitzacions comunitàries, empreses privades, ONG, universitats, entitats públiques i agències de cooperació; i proveeix d'assistència tècnica i suport institucional per facilitar l'accés dels petits negocis rurals a serveis de desenvolupament empresarial i a nous mercats.

La xarxa ofereix diversos serveis als seus membres, entre els que destaquen la guia turística electrònica "Portal de las Culturas Vivas" que actua com a plataforma de venda de productes i serveis turístics al consumidor promocionant diverses opcions de turisme comunitari classificades segons països de l'Amèrica Llatina. Per a que un negoci turístic formi part d'aquesta guia cal que compleixi una sèrie requisits que van des de garantir que la comunitat indígena o camperola participi directament en tot el procés turístic (disseny, operació, autogestió, capacitat de decisió i percepció de beneficis), fins a proporcionar al consumidor una informació veraç i concreta sobre l'activitat turística ofertada. Actualment a través d'aquest portal es promocionen més de 200 destinacions comunitàries. També s'ha desenvolupat un programa de capacitació, anomenat "Manual de Negocis Turístics per a Comunitats", destinat a enfortir les competències tècniques dels recursos humans comunitaris en negocis turístics i a promoure el turisme sostenible amb equitat de gènere i ètnia. A més REDTURS ha creat una marca col·lectiva per donar suport a les estratègies de competitivitat de les empreses comunitàries, i publica el "Butlletí de Turisme Comunitari d'Amèrica Llatina" per difondre notícies, articles, opinions i esdeveniments d'interès en relació al turisme sostenible.

2.5.4.3. Xarxa SOLC - Associació Municipi, Turisme i Paisatge (Catalunya)

La xarxa SOLC és una associació de micromunicipis (pobles de dimensions demogràfiques, administratives i pressupostàries reduïdes) que s'uneixen per millorar el seu desenvolupament econòmic mitjançant l'explotació turística sostenible del seu paisatge. La iniciativa va ser impulsada l'any 2009 per l'ajuntament de Riudecanyes (Baix Camp) i, tot i que és molt recent, ja compta amb 11 municipis associats.

La xarxa actua com a plataforma de cooperació i intercanvi a on els membres poden discutir els seus problemes i necessitats i rebre suport tècnic i científic. A més, el SOLC treballa per a posicionar estratègicament els municipis en els mercats turístics com a referents d'un model de turisme de qualitat i sostenible basat en valors d'identitat, territori, cultura i paisatge. Amb aquesta finalitat desenvolupa

estratègies conjuntes per a implementar nous models de desenvolupament i de turisme sostenible, contribueix a dissenyar i crear productes i serveis turístics basats en el paisatge, fa difusió i promoció a través de diferents canals (e-butlletí, web, fires, premsa, etc.), capta fons de finançament i col·labora amb entitats diversa naturalesa (administracions públiques, empreses, universitats, centres de recerca, etc.) per aprofitar-ne les sinèrgies. D'altra banda, la xarxa també vol ser un lobby de micromunicipis units que representi els interessos dels associats davant la resta d'administracions públiques, procurant que s'incorporin les seves demandes i interessos en l'elaboració d'estratègies, plans i programes d'òrgans d'àmbit territorial superior.

2.5.5. Valoració de l'aplicació de la sostenibilitat al sector turístic

En el context social i econòmic actual, caracteritzat per un canvi en les motivacions i pautes de consum turístic i per una forta competència entre destinacions, la sostenibilitat es postula com l'estratègia clau per a qualsevol desenvolupament turístic. El nou paradigma turístic pretén evitar els problemes i impactes negatius que generen els models turístics incontrolats i aconseguir un desenvolupament sostenible i integrat en el territori, alhora que es respon a un perfil de demanda que busca noves experiències en entorns singulars. Evidentment, aquestes fites són de més fàcil assolir en les noves destinacions, doncs permeten planificar i gestionar el fenomen des d'un principi evitant deficiències estructurals heretades de desenvolupaments turístics previs. Tanmateix, aquesta constatació no limita els esforços que algunes destinacions turístiques tradicionals estan realitzant per a reorientar-se sota criteris de sostenibilitat. Ans el contrari, doncs moltes veuen en la sostenibilitat l'aposta de futur necessària per a garantir la viabilitat de la seva activitat; tal i com es constata, per exemple, en les estratègies d'ambientalització d'espais i establiments turístics o de revalorització d'entorns naturals que s'estan desenvolupant en aquests àmbits (Torres Delgado, 2009). Així els exemples de pràctiques turístiques que incorporen criteris de sostenibilitat es troben en tot tipus de destinacions, indiferentment de l'àmbit territorial o la fase de desenvolupament turístic.

Els casos seleccionats que s'han presentat en els apartats anteriors responen a diferents nivells d'aproximació al fenomen de la sostenibilitat turística: a nivell de protocols d'actuació s'han analitzat les certificacions ambientals com a instrument voluntari de gestió ambiental, mentre que a nivell d'activitat turística l'anàlisi s'ha

centrat en els productes, empreses i xarxes de coneixement i cooperació com a elements decisius en el procés de producció i comercialització turística.

La certificació ambiental que s'aplica a espais o establiments turístics contribueix no només a optimitzar el consum de recursos i minimitzar la producció de residus sinó també a atorgar valor afegit al producte, ja que el consumidor ho veu com una garantia de qualitat ambiental (Torres Delgado, 2008). L'adequació ambiental de la infraestructura turística i la protecció de l'entorn són qualitats demandades i, per tant, tota estratègia en aquest sentit crea avantatges competitius que valoritzen el producte turístic. Les ecoetiquetes i els SGA són instruments que contribueixen a aquesta adequació i, com a mecanismes de qualificació voluntària, s'identifiquen amb una consciència ambiental dels agents turístics, per la qual cosa sovint es solen utilitzar per a crear una imatge d'oferta turística sostenible i destinació de qualitat. Les certificacions ambientals presentades han permès constatar la generalització de les ecoetiquetes a diferents escales territorials, tan internacionals (Bandera Blava i Green Globe 21) com europea (Etiqueta Ecològica de la UE) i catalana (DGQA). La presència destacada de les ecoetiquetes en nombroses destinacions de tot el món evidencia una progressiva conscienciació ambiental en el sector turístic. Pel que fa als SGA, els seus requeriments més estrictes fan que el nivell d'implantació sigui potencialment menor.

Els productes turístics són un element clau en el desenvolupament de l'activitat, en tant que articulen diversos recursos i infraestructures sota una mateixa oferta. Precisament aquesta naturalesa, que obliga a combinar diferents serveis del viatge (allotjament, transport, activitats, etc.), fa que la incorporació de criteris de sostenibilitat sigui especialment important ja que en facilita la difusió als diversos components del sector. L'agroturisme a la serra de Castelltallat és un exemple de pràctica turística implantada ex-novo en un territori eminentment agrícola, mentre que la multiactivitat al camp de neu de la Rabassa respon a una necessitat de revitalització pròpia d'un àmbit turístic més consolidat. En ambdós casos s'aconsegueix de manera satisfactòria un model de desenvolupament i gestió turística més sostenible; si bé en el cas del camp de neu de la Rabassa respon a la voluntat de les administracions públiques per incrementar l'aprofitament turístic de l'àmbit i, en canvi, en la serra de Castelltallat sorgeix de la necessitat de l'organització de la gent del territori per a fer front a una crisi social i econòmica. Els casos seleccionats representen dues maneres de contribuir a la sostenibilitat turística des de realitats contrastades, i confirmen la tendència actual a la diversificació i segmentació de l'oferta.

La incorporació de criteris de sostenibilitat en la gestió empresarial és potser l'àmbit més conegut i en el que s'ha treballat més, ja sigui per tradició com per voluntat de crear una imatge corporativa diferenciada. Els casos seleccionats són empreses que treballen en diferents etapes de la comercialització turística, des de grans tour operadors fins a agències de viatges minoristes passant per companyies aèries i cadenes hoteleres. La disparitat entre aquests casos permet copsar novament una voluntat empresarial generalitzada per contribuir a una pràctica turística més sostenible, tot i que evidentment la manera de fer-ho respon a procediments i intensitats diferenciades. Grans tour operadors com TUI tenen força suficient com per induir a les seves empreses associades, proveïdors i destinacions a seguir directrius de sostenibilitat; mentre que les agències minoristes han d'especialitzar-se en segments específics de la demanda si volen competir en el mercat del turisme sostenible. Així doncs, per a les agències de viatges la capacitat d'incorporar criteris de sostenibilitat en la seva oferta turística depèn del pes específic en el mercat i de la seva capacitat d'incidir en les tendències convencionals. Pel que fa a altres empreses com les cadenes hoteleres o les companyies aèries, la seva estructura financera estable els hi permet invertir en canvis tecnològics, per la qual cosa la contribució a la sostenibilitat es fa principalment a través de la millora de les instal·lacions o de la inversió en noves infraestructures més eficients.

Finalment, les xarxes de coneixement i cooperació actuen com a mecanismes de comercialització i intercanvi d'informació entre els agents turístics i els seus productes i serveis, de manera que la sostenibilitat s'introdueix a través d'experiències compartides i/o objectiu comuns. Les xarxes presentades actuen en diferents àmbits territorials però amb una mateixa filosofia: la creació de coneixement i el foment de bones pràctiques en l'activitat turística. En el cas d'ECOTRANS, aquesta filosofia es vehicula a través de la creació de diverses eines (Visit, Tourbench i Destinia) que faciliten i informen sobre els procediments per a incorporar criteris de sostenibilitat en els establiments o destinacions turístiques. Mentre que en REDTURS i xarxa SOLC es potencia la unió d'empreses i organismes que ja treballen per la sostenibilitat turística amb l'objectiu de maximitzar-ne el seu impacte. Els casos seleccionats són una mostra de xarxes que aposten per un treball conjunt i coordinat entre els actors clau de l'activitat, i tenen la clara vocació d'enfortir aquelles organitzacions que aposten per la millora de la sostenibilitat turística.

Les maneres d'incorporar la sostenibilitat en el sector turístic responen a diverses interpretacions i voluntats i, per tant, a iniciatives de qualitat i intensitat diferents. No obstant això, el fet significatiu i diferencial que es dona en l'actualitat és la

voluntat d'avançar cap a un turisme sostenible aplicat. Encara manca un consens clar sobre com aconseguir-ho, però des del sector ja s'està avançant si més no per a incorporar i/o seguir parcialment els principis de sostenibilitat.

CAPÍTOL 3

INSTRUMENTS D'IDENTIFICACIÓ I

QUANTIFICACIÓ DE LA

SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

Aquest capítol constitueix el marc teòric fonamental de la investigació, doncs es centra en una recerca bibliogràfica exhaustiva sobre els instruments d'identificació i quantificació de la sostenibilitat turística. L'aproximació s'ha fet a tres nivells, començant per un primer apartat conceptual i metodològic dels indicadors, que exposa la seva definició i principals característiques, l'organització en sistemes i l'agregació en índexs; per a posteriorment concretar-ne l'ús que es fa en l'àmbit turístic i, concretament, en la medició del desenvolupament sostenible del sector. Finalment, es fa una valoració crítica del significat i les aportacions dels indicadors a la generació de coneixement sobre la sostenibilitat turística.

El capítol 3 de la investigació, per tant, és una radiografia del què s'ha fet en l'àmbit del desenvolupament sostenible sobre indicadors i índexs en general, però també en la seva aplicació al sector turístic i la seva utilitat real per a avançar cap a escenaris més sostenibles.

3.1. CONSIDERACIONS TEÒRIQUES SOBRE ELS INDICADORS EN RELACIÓ A LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

En els següents apartats es presenten les principals característiques conceptuals dels indicadors, així com dels seus processos d'agrupació (sistemes d'indicadors) i agregació (índexs), amb especial atenció a la seva contribució al desenvolupament sostenible i, més concretament, a la sostenibilitat turística. Es pretén, doncs, entendre pas a pas les diferents opcions metodològiques que ofereixen els indicadors. A partir de la definició i descripció de la unitat més bàsica: l'indicador simple, es construeix un discurs que evoluciona a través de l'organització d'indicadors simples en sistemes i acaba amb l'elaboració índexs o indicadors complexos.

3.1.1. Definició i caracterització dels indicadors

L'OMT defineix un indicador com *"aquell instrument quantitatiu i sintètic que facilitaria l'anàlisi i avaluació de la informació de manera que, juntament amb qualsevol altre tipus d'instruments, els actors decisors redueixin la probabilitat d'adoptar inadvertidament decisions desafortunades"* (OMT, 1995). Aquesta definició, que destaca clarament la importància dels indicadors des del punt de vista de la gestió pública, emfatitza el principi de prevenció atribuint-los la funció d'alertar sobre possibles impactes negatius. Altres accepcions, en canvi,

reivindiquen els indicadors com a instruments per a descriure els processos i la seva evolució; tals com la de Crabtree i Bayfield "*els indicadors quantifiquen el canvi, identifiquen els processos i proporcionen un marc per a l'establiment d'objectius i supervisió del rendiment*" (Crabtree i Bayfield, 1998: 1), o la de Gahin et al. "*Els indicadors ofereixen informació crítica sobre les tendències i condicions actuals i ajuden a seguir l'avenç cap als objectius determinats*" (Gahin et al., 2003:662). D'acord amb aquesta diversitat de definicions, Stoeckl et al. (2004) classifica els indicadors en funció de si: a) avaluen el passat i la situació actual amb la intenció de contribuir al progrés cap a la sostenibilitat; b) fan prediccions sobre el que podria succeir en el futur, avaluant l'ús dels recursos en relació a la sostenibilitat; o c) condicionen l'evolució futura de la sostenibilitat al desenvolupament de polítiques destinades a promoure el canvi de comportament. Cada un d'aquests objectius requereix d'un tipus d'indicadors diferents, per la qual cosa és necessari tenir clar quin aspecte de la sostenibilitat es vol estudiar abans de seleccionar indicadors.

En general, però, es pot dir que la virtut dels indicadors consisteix en descriure mitjançant paràmetres objectius la realitat d'un àmbit concret, facilitant el coneixement del territori i els elements i processos que hi tenen lloc. Això fa que siguin bàsics en tot procés de decisió turística, cosa que constata James (2004) puntualitzant que "*permeten als gestors de les destinacions turístiques avaluar la sostenibilitat del mateix, coneixent quins són els atributs clau, quina la seva evolució, i quins són els riscos que els afecten o podrien arribar a afectar*". D'altra banda, la guia *Projecte en plan* (Garbelli, 2004), que formalitza el procediment per a l'avaluació ambiental de plans i programes, també fa èmfasi en la importància dels indicadors com a eina de decisió en el procés de planificació. La guia reconeix la necessitat de integrar criteris de sostenibilitat (econòmics, socials i ambientals) en la formulació de plans i programes des de les fases inicials, i reconeix el valor dels indicadors com a eina d'estudi del funcionament del sistema.

Així, els indicadors juguen un paper clau en qualsevol procés de gestió i planificació territorial o sectorial, és per això que han de complir les premisses fonamentals de generar informació, ser consistents metodològicament, vàlids científicament, i de fàcil aplicació i comunicació. Smeets i Weterings (1999) destaquen especialment la comunicació com a principal funció dels indicadors, ja que han de facilitar i promoure l'intercanvi d'informació sobre al tema que aborden. White et al. (2006a) complementa aquesta idea afegint que, malgrat la complexitat de les qüestions i processos que sorgeixen en l'elaboració d'indicadors i la necessitat de transparència i detall suficient en el procés, és necessari aconseguir un resultat simple; és a dir,

els indicadors han de ser comprensibles i manipulables per tothom i no només per experts. En la Taula 22 es concreten les condicions generals que han de complir els bons indicadors d'acord amb les premisses esmentades.

Taula 22. Condicions generals dels bons indicadors.

Característica	Significat
Pertinença	Relació amb la temàtica d'estudi
Rigor científic	Basat en fonaments científics sòlids
Rellevància	Capacitat de representar problemàtiques
Materialització/Mesurabilitat	Disponibilitat de dades fiables per al càlcul
Transparència	Claredat en la metodologia i selecció de paràmetres
Adaptació	Capacitat d'adaptar-se a l'especificitat de l'àrea d'estudi
Comparabilitat	Possibilitat de comparar els resultats
Actualització	Possibilitat de disposar de nous valors de la mateixa sèrie històrica per l'actualització
Equilibri entre costos i eficàcia	Relació apropiada entre els recursos necessaris per a la recollida de dades i la informació final obtinguda
Representació territorial	Possibilitat de representar la distribució espacial de valors sobre el territori mitjançant dades georeferenciades
Representativitat temporal	Alguns indicadors requereixen de dades estadístiques per a un període de temps suficientment significatiu
Sensibilitat als canvis	Identificació de canvis tan espacials com temporals
Comunicabilitat	Senzilla en la exposició de resultats, sent comprensibles entre públic especialitzat i no especialitzat
Participació	Capacitat de donar resposta i despertar l'interès dels agents implicats

Font: Elaboració pròpia a partir de White et al. (2006a), Garbelli (2004) i Vera (-dir.-, 2001).

La mesurabilitat és la característica per excel·lència de tot indicador, doncs és essencial que sigui calculable per a què la seva formulació no es quedi en una simple proposta teòrico-científica. Per tant, s'ha de garantir la seva aplicació pràctica comprovant que hi ha dades disponibles per a la seva construcció. Tanmateix, en l'àmbit de la sostenibilitat s'ha de tenir especialment en compte que els models de governança no estan dissenyats per a desenvolupar estructures econòmiques de convergència cap al desenvolupament sostenible, cosa que limita la disponibilitat d'informació bàsica sobre el comportament de les principals variables que condicionen el paradigma.

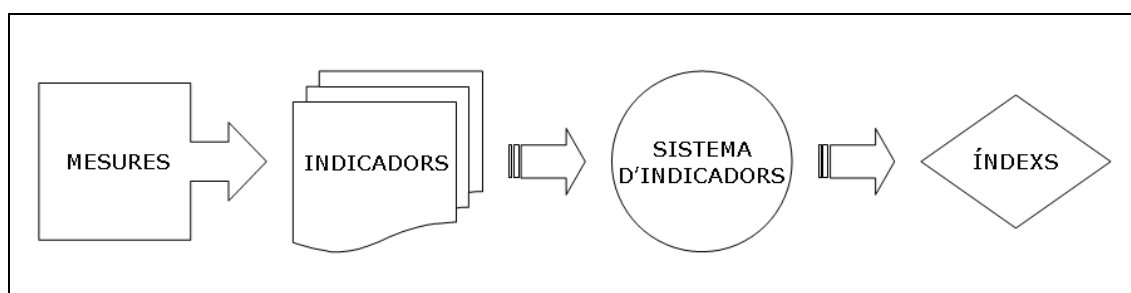
Alhora d'interpretar correctament els resultats dels indicadors és necessari fixar alguna condició de referència que estableixi uns límits de sostenibilitat per a les variables. Tanmateix, tal com apunta Vera -dir.- (2001), la delimitació de valors de referència que configuren l'estat desitjable és complex a causa de la situació objectiva de les condicions i de la percepció dels problemes. White et al. (2006a) destaca que quan la legislació no marca uns límits de referència clars és

inevitable introduir una certa subjectivitat alhora de valorar els resultats, de manera que cada investigador ha d'escollir i concretar els valors que consideri adequats segons el seu objecte d'estudi. Amb aquesta voluntat, Bell i Morse (2003) proposen quatre possibles aproximacions per a fixar lílindars de referència per a la sostenibilitat:

1. Utilitzar dades o tendències històriques, assumint que el passat era més sostenible que la situació actual.
2. Utilitzar dades actuals, assumint la sostenibilitat per comparació.
3. Utilitzar una aproximació teòrica, proposant una condició de referència a partir de principis conceptuals.
4. Utilitzar processos participatius, establint els millors i pitjors escenaris possibles.

Tradicionalment es distingeixen dos tipus d'indicadors: a) els indicadors simples i b) els complexos, sintètics o índexs (Sánchez Rivero i Pulido Fernández, 2008). Aquesta distinció té a veure amb la informació més o menys elaborada i combinada que conté cada indicador (vegeu Figura 9). En el primer cas es presenten estadístiques que s'han obtingut directament de la realitat o amb un tractament de dades simple, mentre els índexs són mesures adimensionals que sorgeixen de combinar diversos indicadors simples mitjançant un sistema de ponderació que jerarquitzza els components.

Figura 9. Procés d'elaboració d'índexs.



Font: Castro (2004).

La informació que proporciona cada tipus d'indicador és diferent i la seva utilitat depèn del nivell en què es treballi. Mentre que els indicadors simples són útils per

detectar impactes concrets i aplicar solucions parcials, els indicadors complexos proporcionen una comprensió del sistema més global i integrada, encara que això suposa en molts casos una interpretació dels resultats més complicada i amb més restriccions. Entre els dos tipus d'indicadors comentats es troba una situació intermèdia: el sistema d'indicadors, que consisteix en un recull d'indicadors simples el resultat dels quals s'interpreta de manera conjunta.

La multidimensionalitat de la sostenibilitat (social, econòmica i ambiental) comporta que la seva quantificació es plantegi a través d'una ampla varietat de metodologies (específicament desenvolupades des de cada dimensió), utilitzant diferents escales de mesura i unitats (Castellani, 2010). Per aquest motiu, per a garantir que tots els aspectes de la sostenibilitat siguin considerats i analitzats amb l'apropiada metodologia, moltes vegades la sostenibilitat es avaluada a través de sistemes d'indicadors, que posteriorment es poden agregar en un índex. Els sistemes d'indicadors i els índex són utilitzats pels actors turístics, tan per a gestionar de manera eficient com per planificar adientment. Es tracta de dos instruments que, tot i les diferències de procediment i interpretació, poden ser complementaris. Els índex, en tant que agreguen diversos indicadors, permeten una interpretació més quantitativa i global dels fenòmens; mentre que els sistemes d'indicadors superen el biaix de la pèrdua d'informació derivada de l'agregació, i presenten un llistat d'indicadors que permet una interpretació més qualitativa (Mayer, 2008). D'aquesta manera, treballar conjuntament amb índexs i sistemes d'indicadors sobre un mateix fenomen permet identificar-ne les tendències sense deixar de reconèixer aquells aspectes que les determinen.

3.1.2. Models d'organització d'indicadors

L'organització d'un conjunt d'indicadors pot respondre a diferents models en funció del propòsit o finalitat de medició (sectors econòmics, objectius, recursos, escales espacials, etc.). De fet, es poden pensar tantes formes d'organització dels indicadors com finalitats tenen. Tanmateix, la selecció d'una organització o altra no és banal sinó que ajuda a garantir que els indicadors siguin adequats pels objectius fixats i puguin donar suport en la presa de decisions (Blackstock et al., 2006). D'acord amb això, Gallopin (2006) exposa que els marcs d'organització són útils per:

- Organitzar els indicadors de forma coherent.

- Compatibilitzar els indicadors.
- Guiar la recollida d'informació.
- Comunicar una síntesis als agents decisors.
- Suggerir agrupaments lògics per a integrar informació relacionada.
- Identificar buits d'informació.
- Distribuir la càrrega de generació d'informes.

Per tal de sistematitzar les múltiples opcions d'organització, Sureda i Felipe (2010) estableixen com a principals criteris per a estructurar els sistemes d'indicadors els Medis, Sectors, Dimensions, Temes i subtemes, Sistemes, i Causes. Aquests marcs conceptuals no són exclusius, sinó que es poden combinar entre ells. De fet, Bofill et al. (2009) considera que de vegades pot ser convenient o, fins i tot aconsellable, aplicar un model combinat. Sobretot quan és la primera vegada que es realitza un estudi, ja que permet disposar de visions diferents i complementàries sobre un mateix fenomen. A més, sovint els límits entre uns models i altres no són clars, de manera que es poden combinar fàcilment responent a diverses voluntats.

3.1.2.1. Model d'organització segons els medis

Aquest model consisteix en organitzar els indicadors segons els diferents elements del medi ambient, és a dir, classificar-los en funció de si fan referència a l'aire, aigua, terra, biodiversitat, etc. Un model com aquest està enfocant a la sostenibilitat ambiental, en tant que es centra específicament en mesurar els impactes d'una activitat en l'entorn. Un dels exemples més significatius d'aquest sistema d'organització és la Base de Dades d'Estadístiques i Indicadors Ambientals (BADEIMA) que manté la Divisió d'Estadística i Projeccions Econòmiques de la Comissió Econòmica per a l'Amèrica Llatina (CEPAL) de les NU. Els indicadors d'aquesta base són el resultat d'un esforç orientat a seleccionar estadístiques sobre les àrees temàtiques de recursos naturals i del medi ambient rellevants per a la regió, i s'han estructurat seguint un patró simplificat. A la Taula 23 es presenten les àrees i subàrees temàtiques en què BADEIMA organitza els indicadors.

Taula 23. Model d'organització d'indicadors de BADEIMA.

Àrea principal	Subàrea
Aire	Consum de substàncies que afecten la capa d'ozó
	Emissions de gasos d'efecte hivernacle
	Concentració de partícules, gasos i metalls pesants
Aigües	Qualitat de l'aigua
	Aigües residuals
Mars i Litoral	Pesca
	Aqüicultura
Terres i Sòls	General
	Ús de la terra
	Bosc
	Agropecuària
Biota	Àrees protegides
	Flora
	Fauna
Energia	Producció i consum
	Cobertura de xarxa elèctrica
Desastres	Desastres naturals
Medi Ambient Urbà	Assentaments humans
	Transport
	Residus
Gestió Mediambiental	Gestió mediambiental

Font: Elaboració pròpia a partir de www.eclac.org.

3.1.2.2. Model d'organització segons els sectors

L'organització dels indicadors en aquest cas és sectorial, composant un sistema estadístic propi per a cada un dels sectors econòmics considerats (agricultura, transport, indústria, mineria, turisme, etc.). La proposta determina el desenvolupament de línies de base per donar resposta a les demandes creades pels sectors econòmics i socials (Sureda Carbonell, 2007). Es tracta d'avaluar el grau de desenvolupament dels sistemes productius i l'ús de pràctiques i tecnologies per a la transformació de la natura en benefici econòmic i social, quantificant la relació dels beneficis-costos ambientals en relació als residus i degradacions que afecten la productivitat dels ecosistemes naturals.

3.1.2.3. Model d'organització segons les dimensions

Es tracta d'una organització basada en les dimensions del desenvolupament sostenible i, per tant, considera necessàriament variables socials, ambientals i econòmiques. L'estructuració dels indicadors permet obtenir una visió multidisciplinària d'un mateix fenomen, però requereix d'una interpretació conjunta per a donar sentit als impactes identificats.

Seguint aquest model, l'Observatori de la Sostenibilitat a Espanya, per exemple, proposa 165 indicadors organitzats en 6 blocs corresponents a les següents dimensions de la sostenibilitat: Dimensió econòmica, Dimensió social, Dimensió ambiental-territorial, Dimensió institucional, Dimensió cultural i Dimensió global. L'avaluació integrada de les dimensions suposa analitzar les interrelacions entre els indicadors, completant un anàlisi individual que per si sol no permetria valorar la influència de processos més complexos que impliquen les diferents dimensions (Jiménez Herrero -dir.-, 2009).

Una altra proposta específica per a avaluar la sostenibilitat turística es planteja a Torres Delgado (2010), a on els indicadors s'estructuren seguint les tres dimensions bàsiques de la sostenibilitat: Sociocultural, Econòmica i Ambiental. En aquest cas es disposa de 22 indicadors, aplicables a escala local, que s'han seleccionat a partir d'un procés de recerca bibliogràfica i de testeig pràctic.

3.1.2.4. Model d'organització segons els àmbits temàtics i subtemes

El model d'organització d'indicadors en temes i subtemes és el més utilitzat per organismes estatals, en tant que permet relacionar directament els indicadors amb la monitorització d'estratègies polítiques, i a la vegada és suficientment flexible com per a ajustar-se a noves prioritats i objectius polítics al llarg del temps. Aquest model proporciona una missatge clar i directe als agents decisors i facilita la comunicació. Per aquestes raons, la major part dels països i regions del món que han elaborat indicadors de desenvolupament sostenible s'han basat en aquest marc conceptual.

El paradigma d'aquest model és el sistema d'indicadors proposat per la CDS de les NU el 1995, el qual s'ha convertit en la referència per a la selecció d'indicadors en molts països. Els indicadors proposats consideren variables rellevants per a la sostenibilitat, proporcionen informació crítica no contemplada en els sistemes estadístics tradicionals, i poden ser calculats amb dades que normalment els països ja tenen o que poden tenir en un període de temps i amb uns costos raonables (NU, 2007).

En la Taula 24 es recull la classificació dels indicadors proposats per la CDS com a exemple de model d'organització segons temes i subtemes.

Taula 24. Model d'organització d'indicadors de la CDS.

Tema	Subtema
Pobresa	Pobresa d'ingrés (monetària)
	Desigualtat d'ingrés
	Serveis sanitaris
	Aigua potable
	Accés a l'energia
	Condicions de vida
Governança	Corrupció
	Crim
Salut	Mortalitat
	Oferta de serveis de salut
	Estat nutricional
	Estat de salut i riscos
Educació	Nivell educatiu
	Alfabetisme
Demografia	Població
	Turisme
Riscos naturals	Vulnerabilitat a riscos naturals
	Prevenió i resposta a desastres
Atmosfera	Canvi climàtic
	Esgotament de la capa d'ozó
	Qualitat de l'aire
Oceans, costes i mars	Zona de costes
	Pesca
	Ambient marí
Sòls	Estat i ús de sòl
	Desertificació
	Agricultura
	Bosc
Aigua dolça	Quantitat d'aigua
	Qualitat de l'aigua
Biodiversitat	Ecosistemes
	Espècies
Desenvolupament econòmic	Atur macroeconòmic
	Finances públiques sostenibles
	Ocupació
	Tecnologies de la informació i comunicació
	Investigació i desenvolupament
	Turisme
Associacions econòmiques globals	Comerç
	Finançament extern
Patrons de consum i de producció	Consum de material
	Ús d'energia
	Generació i gestió de residus
	Transport

Font: Elaboració pròpia a partir de NU (2007).

3.1.2.5. Model d'organització sistèmic

Aquest model estructura els indicadors en sistemes i subsistemes interrelacionats, de manera que l'anàlisi es realitza segons les interaccions que es donen entre ells. S'identifiquen els sistemes individualment, per a posteriorment establir les seves pròpies interaccions i les relacions amb altres sistemes i els seus subsistemes i

suprasistemes. Bossel (1999) considera els següents tipus de relacions entre sistemes, la comprensió de les quals és essencial per a la definició d'indicadors:

- Tots els sistemes depenen en certa mesura de la provisió de recursos i de la capacitat del seu entorn d'absorbir els residus.
- La majoria dels sistemes tenen interaccions amb d'altres sistemes, cosa essencial per a la seva viabilitat.
- Moltes interaccions són jeràrquiques, amb subsistemes que contribueixen al funcionament d'un sistema el qual a la seva vegada contribueix al bon funcionament d'un suprasistema, i així successivament.
- La viabilitat del sistema total depèn de la viabilitat de molts, però no necessàriament de tots els seus subsistemes.

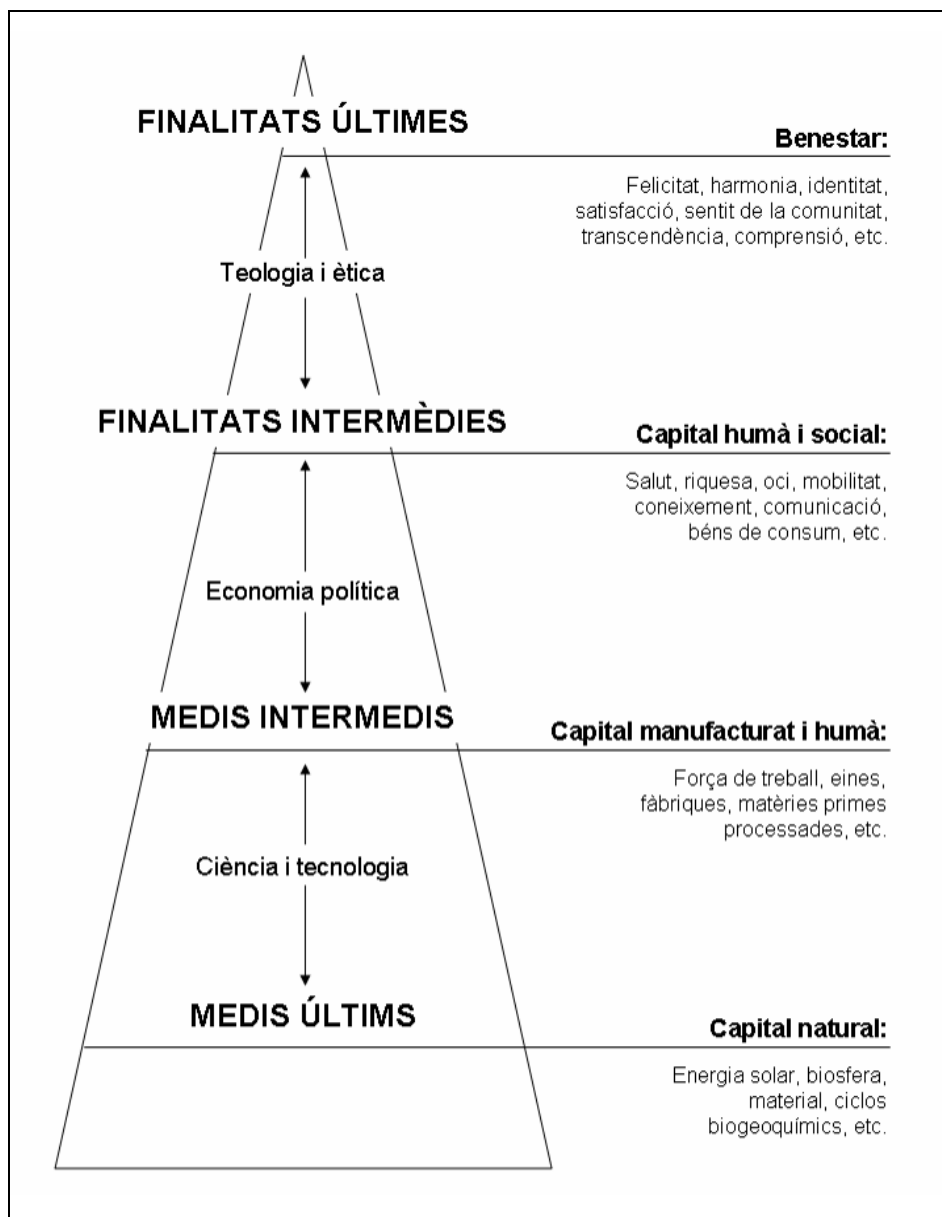
La Xarxa Internacional de Centres de Recursos de la Informació, més conegut com "El Grup de Balaton", treballa amb un model d'organització d'indicadors sistèmic. Concretament, Meadows (1998) (vegeu Figura 10) proposa un marc que estableix la relació entre l'economia humana i l'entorn de manera lògica, sistèmica i clarificadora. La proposta, de marcat caràcter economicista, presenta un sistema jerarquitzat en piràmide a la base de la qual hi ha el "capital natural", en què es sustenta la vida i totes les transaccions econòmiques, que deriva en una sèrie d'estats intermedis que constitueixen la capacitat productiva de l'economia. A la part superior del triangle hi ha la satisfacció plena de les necessitats humanes cosa que, tot i ser imprecisa i altament subjectiva, fa referència a la qualitat del sistema en conjunt.

Poc després Bossel (1999), també en el context del Grup Balaton, presenta una altra proposta que estructura el desenvolupament sostenible en tres sistemes (humà, suport i natura) que a la seva vegada es desagreguen en diversos subsistemes relacionats (desenvolupament individual, sistema social, sistema de govern, sistema econòmic, sistema d'infraestructura, medi ambient i sistema de recursos) (vegeu Figura 11). Cada subsistema requereix d'un conjunt d'indicadors per a monitoritzar els aspectes de la seva viabilitat i sostenibilitat, així com la seva contribució a la viabilitat i sostenibilitat total del sistema.

Una de les iniciatives regionals que també utilitza aquest marc conceptual és la Base de Dades d'Indicadors de Desenvolupament Sostenible (BADESALC), corresponent al projecte d'Avaluació de la Sostenibilitat en Amèrica Llatina i el Carib dut a terme per la Divisió de Desenvolupament Sostenible i Assentaments Humans

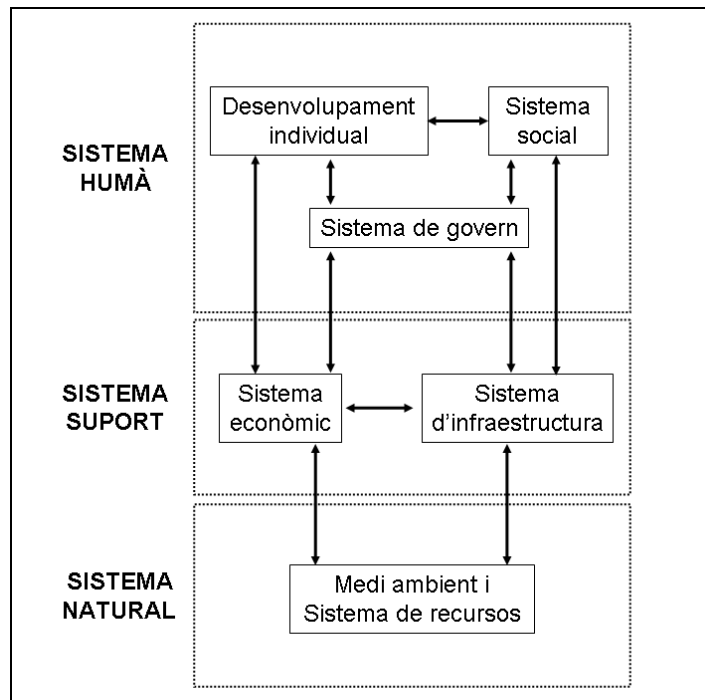
de la Comissió Econòmica per a Amèrica Llatina i el Carib. La BADESALC presenta un sistema d'indicadors organitzat en un marc sistèmic i integrat basat en el concepte de sistema socio-ecològic (Schuschny i Soto, 2009). Es plantegen quatre sistemes principals: el social, l'econòmic, l'institucional i l'ambiental, i s'identifiquen les relacions que s'estableixen entre ells. A partir d'aquí es determinen subsistemes combinats, cada un dels quals té la seva pròpia llista d'indicadors (vegeu Figura 12).

Figura 10. Model d'organització d'indicadors proposat per Meadows (1998).



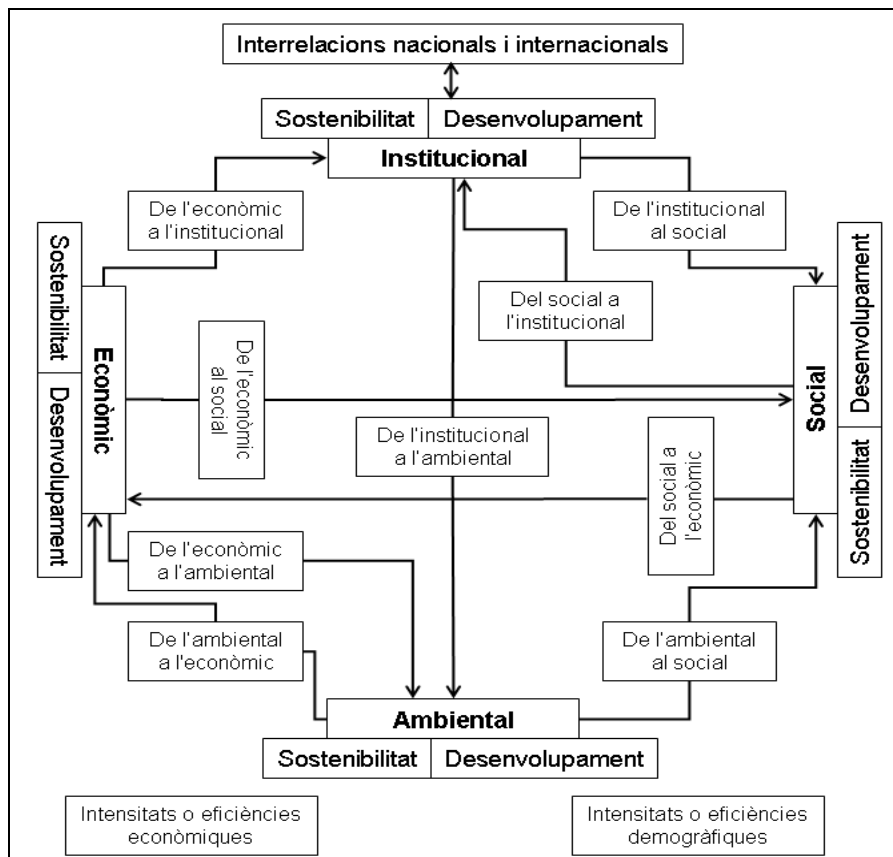
Font: Meadows (1998).

Figura 11. Model d'organització d'indicadors proposat per Bossel (1999).



Font: Bossel (1999).

Figura 12. Model d'organització d'indicadors de la BADESALC.



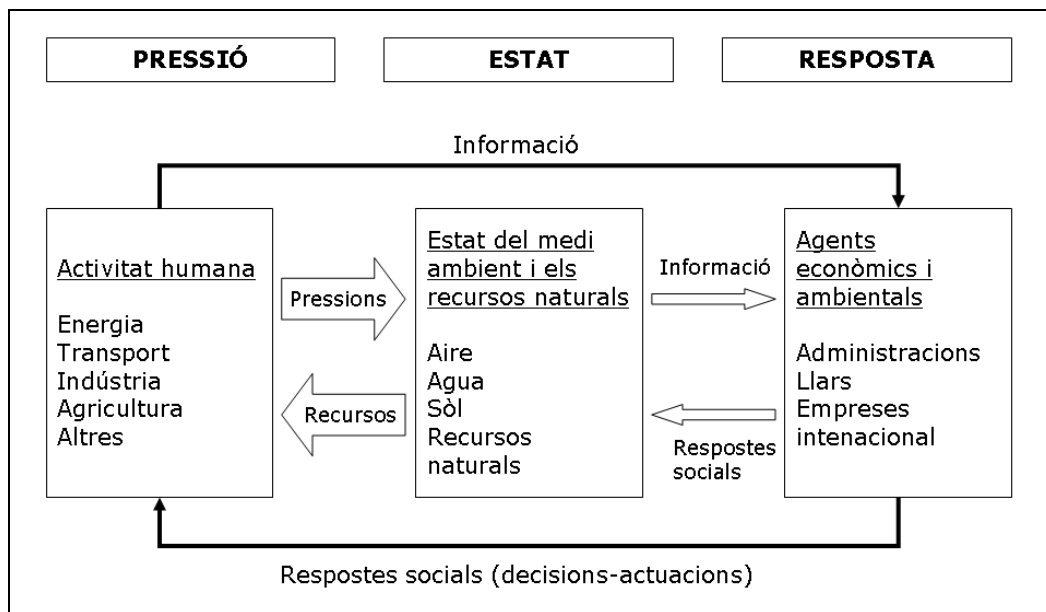
Font: Schuschny i Soto (2009).

3.1.2.6. Model d'organització causal

En la bibliografia científica destaquen principalment dos tipus de models d'organització causals: *Pressure-State-Response* (PSR) i *Driving forces-pressure-state-impact-response* (DPSIR). Ambdós sistemes van ser pensats inicialment per a l'avaluació d'impactes ambientals, tanmateix, aplicacions posteriors han incorporat la resta de dimensions de la sostenibilitat (social i econòmica).

El model PSR desenvolupat per l'OCDE, es basa en la causalitat i mostra les relacions entre les pressions antròpiques sobre el medi (*Pressure*), les transformacions generades (*State*) i les respostes dels agents per a contrarestar l'efecte (*Response*). Es tracta d'un bucle que es retroalimenta cercant l'equilibri entre les activitats humanes i l'entorn (vegeu Figura 13).

Figura 13. Model d'organització d'indicadors PSR.



Font: Vera -dir.- (2001).

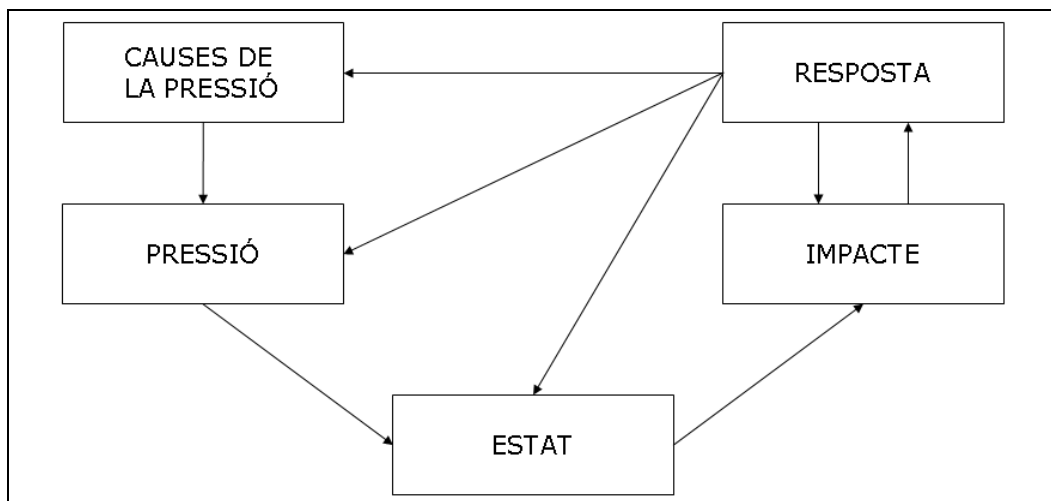
Així doncs, el sistema d'indicadors basat en el model PSR s'organitza en tres tipus d'indicadors: Indicadors de pressió, d'estat i de resposta. Com és d'esperar, cada tipus d'indicador monitoritza una de les etapes del model:

- a) Els indicadors de pressió quantifiquen les tensions directes o indirectes que les activitats antròpiques provoquen en l'entorn.

- b) Els indicadors d'estat descriuen les condicions ambientals i la quantitat i qualitat dels recursos per a un moment donat.
- c) Els indicadors de resposta reflexen l'actitud social davant els canvis ambientals, observant les estratègies escollides pels diferents agents per a pal·liar o prevenir els impactes negatius.

El model PSR va aparèixer durant la dècada dels noranta en resposta a una lògica de raonament que s'ajustava al pensament seqüencial i lineal. Tanmateix, aquest model no responia de manera efectiva a les condicions d'incertesa, funcionament sistemàtic, i perspectiva holística pròpies en el desenvolupament sostenible (Pino Neculqueo, 2001; Bossel, 1999). Per això van començar a aparèixer altres models que milloraven aquests aspectes incorporant nous elements a la lògica original. El model DPSIR va ser proposat per l'AEMA com una versió ampliada del model PSR (vegeu Figura 14), incorporant les causes de la pressió antròpica (*Driving forces*) i els impactes resultants de les modificacions de l'estat de l'entorn o la salut humana (*Impact*). Aquest model és cíclic, en tant que l'activitat humana per diversos motius genera pressions en l'entorn comportant un canvi en el seu estat que afecta a la salut humana i els ecosistemes, cosa que indueix a una resposta en forma d'accions correctives o canvis d'hàbits que condueixen a futures activitats i, consegüentment, a noves pressions i canvis d'estat (Smeets i Weterings, 1999).

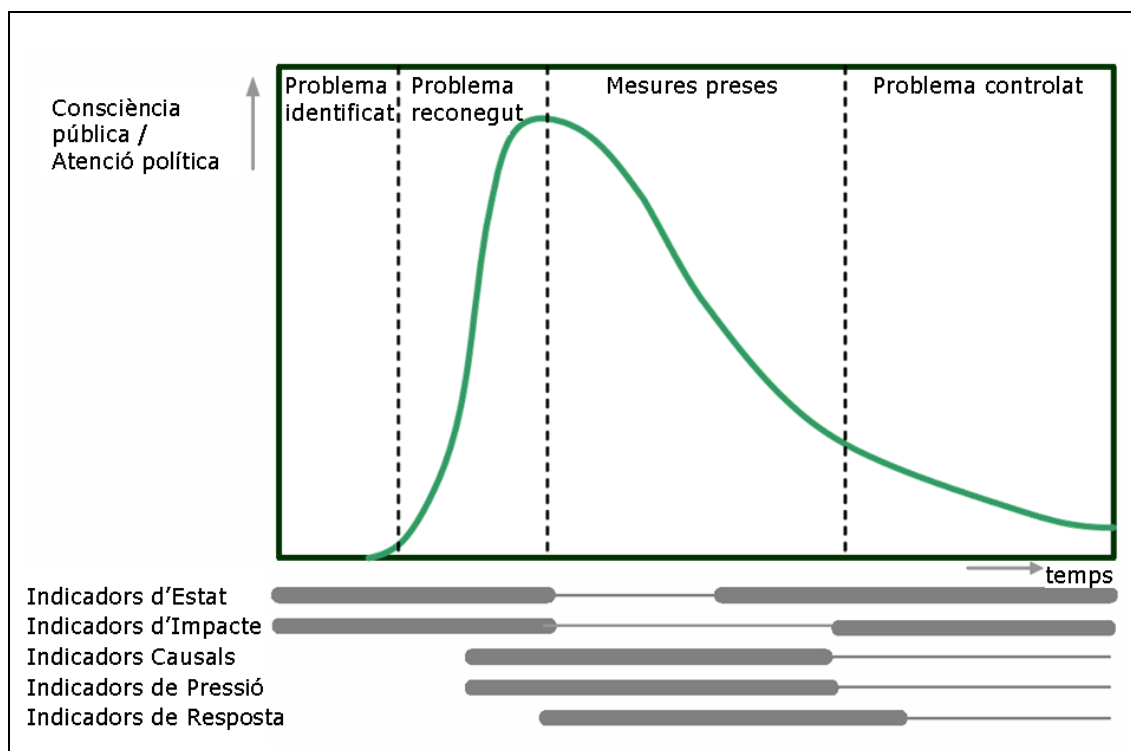
Figura 14. Model d'organització d'indicadors DPSIR.



Font: Vera -dir.- (2001).

Gabrielsen i Bosch (2003) relacionen el model DPSIR amb el cicle de vida polític, constatant la importància dels indicadors com a instruments útils en la formulació i monitorització de polítiques públiques. La Figura 15 mostra com els indicadors d'estat i els d'impacte poden identificar i quantificar un problema que requereix d'una actuació política. En aquest context es combinen els indicadors causals, de pressió i resposta per a orientar les mesures de prevenció i/o correcció necessàries. El cicle es tanca tornant a aplicar els indicadors d'estat i impacte que permeten ratificar la millora introduïda per les mesures o bé constatar la seva deficiència i, per tant, la necessitat de reformulació de les accions aplicades.

Figura 15. Model DPSIR utilitzat en el cicle de vida polític.



Font: Gabrielsen i Bosch (2003).

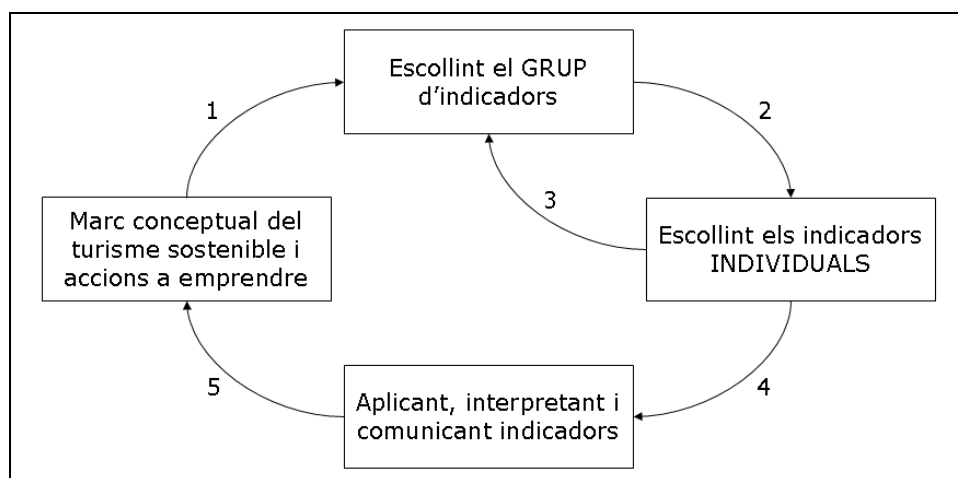
La majoria de les propostes d'indicadors que s'han desenvolupat tenen en compte el model d'organització PSR o el DPSIR, tanmateix, també hi ha altres propostes a cavall entre aquests dos models. Les NU partint del model PSR proposen el model *Driving forces-state-response* (DSR), el qual substitueix el concepte de "pressió" pel de "forces motrius" eliminant així les connotacions negatives del primer. L'objectiu del model és mesurar el desenvolupament sostenible, motiu pel qual s'incorpora al model anterior (PSR) la dimensió social i econòmica. També l'AEMA

proposa una altra organització d'indicadors anomenada *Model-Flux-Qualitat* (MFQ). Aquest model, centrant-se en el nivell municipal, estructura els indicadors en tres grans grups: indicadors de model, de flux i de qualitat. Els indicadors de model descriuen processos o fenòmens d'incidència multifactorial i es relacionen directament amb el model bàsic municipal; els de flux aborden els cicles de matèria i energia des del punt de vista de la producció, distribució, tractament i reutilització, reconeixent els municipis com a sistemes complexos; i els de qualitat es refereixen a l'estat del medi municipal i la seva evolució espai-temps.

3.1.3. Els sistemes d'indicadors

Els sistemes d'indicadors són un recull d'indicadors simples que s'estructuren en un model d'organització concret, segons la finalitat de medició i els objectius d'estudi, de manera que generen una realitat nova i diferent a partir de la que estudiar un fenomen. Tal i com apunta Castro (2004), un sistema d'indicadors és més que la simple suma d'indicadors doncs respon a un interès genèric i de conjunt que fa que la informació proporcionada sigui major i diferent a la que oferiria cada una de les seves parts. En la mateixa línia, Blackstock et al. (2006:5) argumenta que "*qualsevol indicador individual ha de ser vist com un component d'un grup més ampli d'indicadors amb identitat pròpia*", de manera que la construcció d'un sistema d'indicadors forma part del que anomena "Cicle de l'indicador" (vegeu Figura 16).

Figura 16. Cicle de l'indicador



Font: Blackstock et al. (2006).

Aquest cicle consta bàsicament de quatre etapes interrelacionades, la primera de les quals té a veure amb el marc conceptual de l'estudi (en aquest cas la sostenibilitat turística) que determina un grup ampli d'indicadors adients per a la seva medició. Els indicadors simples seleccionats per a la construcció del sistema s'extreuen d'aquest grup ampli (2a etapa) i s'estructuren novament en grups segons el model d'organització triat (3a etapa). Es tracta doncs, d'un procediment de selecció i revisió que es retroalimenta i permet la creació del sistema d'indicadors que posteriorment s'aplicarà (4a etapa) i contribuirà a definir accions de millora (5a etapa), les quals podran ser novament avaluades seguint el mateix procediment.

Una de les virtuts del sistema d'indicadors és organitzar la informació, de manera que es puguin establir les relacions causals entre les variables i facilitar la interpretació conjunta i la comunicació; però també ho és seleccionar les variables rellevants, doncs un fenomen té múltiples maneres de ser abordat i, per tant, molts indicadors simples a partir dels que ser estudiat. Tanmateix, no hi ha un consens clar sobre el número d'indicadors que ha de tenir un sistema d'indicadors, si bé diversos autors coincideixen en què la selecció ha de ser prou àmplia com per a què es pugui avaluar correctament la multidimensionalitat del fenomen, i alhora prou simplificada com per a què sigui manejable (Bossel, 1999; Sirakaya et al., 2001; González González i Lázaro Torres, 2005; White et al., 2006a; Schianetz i Kavanagh, 2008).

Aquesta ambigüitat suposa una important dificultat metodològica, en tant que correspon al criteri de cada investigador el determinar el número "suficient" d'indicadors per a parametritzar un fenomen. No són poques les propostes que s'han elaborat per tal d'objectivar i facilitar aquest procés; principalment llistes de criteris per a discriminar els indicadors adients i suficients en la construcció d'un sistema. La majoria d'aquests criteris tenen molt a veure amb les característiques generals d'un bon indicador, però també estableixen regles de prioritització per exemple en funció de la voluntat política o la viabilitat del fet d'estudi (vegeu Taula 25).

L'aplicació dels criteris de selecció d'indicadors no estan exempts d'una certa subjectivitat, doncs la manera d'interpretar-los depèn de la formació, coneixement i experiència de l'investigador. Per aquesta raó es convenient que el sistema d'indicadors estigui contrastat a través de processos participatius amb els agents del territori i/o enquestes pluridisciplinars a experts.

Taula 25. Criteris de selecció d'indicadors simples per a la construcció d'un sistema d'indicadors.

Criteri de selecció	Significat
Representació	Seleccionar indicadors que proporcionin informació fiable i creïble sobre el conjunt del fenomen.
Condensació	Seleccionar indicadors que representin la causa última d'un problema de viabilitat, sense considerar indicadors per als sistemes intermedis.
Comparació	Seleccionar indicadors que permetin la comparació amb altres territoris i/o en el temps.
Rellevància	Seleccionar indicadors que siguin significatius per als gestors públics i contemplin temes de prioritat política.
Disponibilitat de dades	Seleccionar indicadors amb dades disponibles per al seu càlcul i que puguin mesurar els progressos del fenomen considerat.
Punts febles	Seleccionar indicadors que monitoritzin els punts febles del fenomen. No cal escollir components vitals que no constitueixen cap amenaça per a la viabilitat en circumstàncies normals.
Variables mitjanes	Seleccionar un indicador que proporcionï una lectura mitjana quan hi hagi diversos indicadors diferents sobre un mateix aspecte.
Variables limitants	Seleccionar l'indicador més restrictiu quan hi hagi un aspecte explicable a partir de diversos indicadors similars.

Font: Elaboració pròpia a partir de Bossel (1999), Blackstock et al. (2006), White et al. (2006a), i GST (2007).

El mètode Delphi és sovint una de les tècniques de participació més utilitzades en tant que aconsegueix un consens entre diferents experts, complementant i legitimant científicament el sistema proposat. Bermejo i Nebreda (1998) van més enllà i plantegen la necessitat d'un procés de discussió pública a diferents nivells, seguint com a possible seqüència lògica:

- 1) Reunió inicial àmplia (assemblea, plenari o jornada) en la que es discuteix el marc conceptual i pràctic de la sostenibilitat i la primera llista d'indicadors proposats, i es creen grups de treball.
- 2) Grups de treball que segons el seu àmbit temàtic proposen millores per als indicadors proposats.
- 3) Reunions entre els grups de treball per a tenir en compte les interaccions dels diferents àmbits i aconseguir una visió integral del procés.
- 4) Ampliació del debat a altres zones o col·lectius a través de sessions informatives, mitjans de comunicació, etc.

Malgrat la varietat d'opinions sobre com construir un sistema d'indicadors, en l'àmbit acadèmic hi ha un consens generalitzat sobre la seva idoneïtat com a eina

per a orientar l'activitat turística sota criteris de sostenibilitat (Miller, 2001; Sirakaya et al., 2001; Vera -dir.-, 2001; Sancho i Ruíz, 2004; Chris Choi i Sirakaya, 2006; Schianetz et al., 2007; Blancas et al., 2010; Torres Delgado, 2010). De fet, aquest convenciment no ha de sorprendre si es té en compte que la naturalesa transversal del turisme requereix necessàriament d'una avaluació holística i, per tant, d'un conjunt d'indicadors pluridisciplinars per a la quantificació i monitorització dels seus impactes.

Ja des de principis dels 90 diferents institucions acadèmiques, organitzacions internacionals, governs i empreses privades han treballat per a definir sistemes d'indicadors de turisme sostenible. D'acord amb els diversos estudis realitzats, Blancas et al. (2010) constata que els sistemes estan formats per tres tipus d'indicadors: Indicadors clau de turisme sostenible, Indicadors complementaris per a ecosistemes específics i Indicadors propis de l'àmbit. Els indicadors clau proporcionen la informació bàsica per a la gestió del turisme sostenible en qualsevol destinació (estacionalitat, residus generats, consum energètic, etc.), mentre que els indicadors per a ecosistemes específics inclouen factors característics de l'entorn físic (zones de costa, illes, muntanya, etc.), i els indicadors propis de l'àmbit aspectes relacionats amb la política i gestió turística. És clar doncs, que tota proposta de sistema d'indicadors respon a les especificitats pròpies de l'àmbit d'estudi en que s'aplicarà, cosa que condiona que no hi hagi un únic sistema d'indicadors vàlid per a estudiar la sostenibilitat turística.

3.1.4. Els indicadors complexos o índexs

Els indicadors complexos o índexs sorgeixen de la necessitat d'interpretar de manera global i integrada un fenomen, és a dir, de la voluntat de valorar conjuntament les seves característiques multidimensionals. D'acord amb això, Mayer (2008:279) defineix Índex com "*l'agregació quantitativa de diversos indicadors que proporciona una visió simplificada, coherent i multidimensional d'un sistema*". L'interès dels índexs rau en el resum de qüestions complexes, la generació d'una imatge general, el poder d'atreure l'atenció pública, i la contribució a reduir les llistes d'indicadors simples (Saltelli, 2007). No és estrany, doncs, que aquest instrument cada vegada sigui més reconegut i utilitzat com a eina útil en els processos de planificació i gestió pública, però també en els de comunicació i conscienciació social.

Els índexs es construeixen a partir de diversos indicadors simples que s'agreguen segons un sistema de ponderació que jerarquitzza els components. L'índex per excel·lència és el PIB, àmpliament conegut i utilitzat per a mesurar en termes monetaris la riquesa i el desenvolupament d'un país. Però també n'hi ha d'altres molt coneguts com l'Índex de Desenvolupament Humà (IDH), que valora el desenvolupament d'un país en funció de l'esperança de vida al néixer, o la Petjada Ecològica que sintetitza l'impacte de l'activitat humana sobre el medi calculant la superfície necessària per a mantenir un determinat nivell de vida tenint en compte la disponibilitat de recursos naturals, els fluxos de matèria i energia del sistema, i els residus generats.

Així doncs, la virtut principal dels índexs és presentar la informació d'una manera simplificada i de fàcil interpretació, de manera que per al públic en general és més fàcil comprendre indicadors compostos que identificar tendències generals a través d'indicadors simples (Saltelli, 2007). Tanmateix, els índexs no estan lliures de crítiques, doncs la simplificació que suposa l'agregació d'indicadors pot encobrir determinats fenòmens significatius, i a més requereix d'una elevada dosis de subjectivitat alhora de ponderar els components. Hi ha clarament un debat obert pel que fa a la idoneïtat d'agregar indicadors en un sol valor i, segons Sharpe (2004), bàsicament dos posicions al respecte: a) els que consideren que els índexs són necessaris com a resum estadístic que captura la realitat i el seu significat, cosa que atrau l'interès dels medis de comunicació i, per tant, dels responsables polítics; i b) els que creuen que els esforços s'ha de concentrar en generar un sistema d'indicadors apropiat i prescindir de qualsevol tipus d'índex, en tant que consideren que el procés d'agregació és de naturalesa arbitrària alhora de jerarquitzar les variables. Malgrat aquestes dues visions contraposades, els sistemes d'indicadors i els índexs es poden entendre com a eines complementàries que es supleixen mútuament les deficiències per a aconseguir una valoració conjunta molt més sòlida i acurada.

Els principals índexs construïts fins al moment en relació al desenvolupament sostenible es poden classificar en tres grans grups, en funció del nombre de dimensions de la sostenibilitat que consideren (Sureda Carbonell, 2007):

- Els índexs que consideren una sola dimensió del desenvolupament sostenible, que bàsicament són índexs ambientals. Hi destaquen l'Índex del Planeta Viu (IPV), proposat per la WWF per a mesurar els canvis en la salut dels ecosistemes naturals del món; l'Índex de Sostenibilitat Ambiental (ISA), iniciativa de *Global Leaders for Tomorrow Environmental Task Force del World Economic Forum* en

col·laboració amb *Yale Center for Environmental Law and Policy* i la Universitat de Colúmbia, que mesura la sostenibilitat ambiental a partir de cinc grans components: estat dels sistemes ambientals, riscos i estrès del medi, vulnerabilitat humana davant eventuais impactes ambientals, capacitat social i institucional, i nivell de govern; o l'anteriorment comentada Petjada Ecològica desenvolupada per Wackernagel i Rees (1996).

- Els índexs que consideren dues dimensions del desenvolupament sostenible. Principalment són índexs socioeconòmics, entre els que destaquen els elaborats pel Programa de NU per al Desenvolupament (PNUD): el ja esmentat IDH i l'Índex de Pobresa Humana (IPH). Aquests dos índex estan estretament relacionats en tant que el IPH mesura la distribució de les privacions en els aspectes mesurats per l'IDH, i són efectius per a quantificar els aspectes socials del desenvolupament, particularment aquells relacionats amb la pobresa i el gènere.
- Els índexs que consideren les tres dimensions de la sostenibilitat (social, econòmica i ambiental), complint la màxima de l'Informe Brundtland. Dins d'aquest grup es troben, entre d'altres, l'Indicador de Progrés Genuí, que va ser platejat per l'organització *Redefining Progress* per tal de corregir el PIB tradicional tot introduint variables socials i ambientals per a mesurar els nivells de benestar de la població d'un país al llarg del temps; l'Índex de Rendiment Polític desenvolupat per la CE amb l'objectiu de descriure les accions necessàries políticament en temes socials, econòmics i ambientals; i l'Índex Sintètic Global (ISG) elaborat per González Laxe et al. (2004) per a mesurar el desenvolupament sostenible i realitzar un anàlisi regional de les comunitats autònomes espanyoles.

La majoria dels índexs internacionals per a mesurar la sostenibilitat no realitzen un aproximació integral al fenomen, és a dir, no tenen en compte conjuntament aspectes socials, econòmics i ambientals sinó que es centren més aviat en només un d'aquests aspectes (Kumar Singh et al., 2009). Aquest fet té molt a veure amb l'ambigüitat en la definició de desenvolupament sostenible que indueix a interpretacions diverses, moltes vegades parcials, així com a dificultats pràctiques importants. Precisament aquesta és una de les causes a què, juntament amb la insuficiència de dades disponibles per al càlcul d'indicadors i la manca de seguiment polític, Wilson et al. (2007) atribueix el fracàs en l'ús dels índexs per assolir una sostenibilitat real. Tot i això, no es pot negar que s'han fet avenços importants en

la concreció del concepte de sostenibilitat, i que s'ha generat i recopilat una bona quantitat d'informació que de ben segur contribuirà a millorar-ne la interpretació.

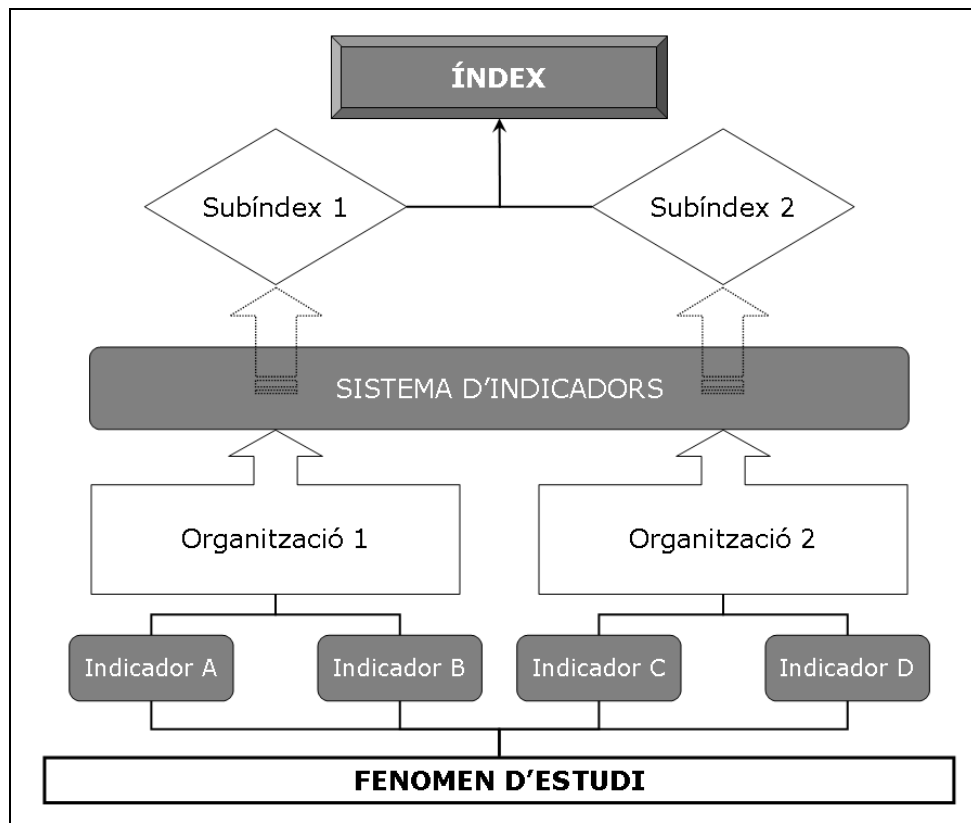
En relació a la sostenibilitat turística, els índex permeten sistematitzar la informació sobre els factors que condicionen la sostenibilitat d'un destí turístic i, a la vegada, facilitar la comparació entre destins a fi d'identificar, en termes comparats, aquells aspectes en què cal incidir per avançar cap a un model més sostenible. Val a dir que si bé hi ha nombrosos estudis sobre metodologies per a la construcció d'indicadors complexos en l'àmbit del desenvolupament sostenible, així com diverses propostes al respecte, el coneixement generat no s'ha transferit com caldria esperar al sector turístic.

Hi ha una clara voluntat de generar indicadors complexos per a valorar conjuntament les variables que condicionen i determinen la sostenibilitat de les destinacions turístiques. Tanmateix, les diverses propostes s'enfronten amb dubtes i incerteses fruit de la manca de consens sobre la metodologia més adient per a la construcció d'índexs, tant pel que fa a la selecció d'indicadors simples com en la ponderació dels mateixos en el moment d'agregar-se. A més, la naturalesa multidimensional de la sostenibilitat i la transversalitat del fenomen turístic suposa una dificultat afegida.

3.1.5. La construcció d'índexs

Alhora de plantejar la construcció de qualsevol tipus d'índex cal preguntar-se inicialment quin fenomen es vol mesurar. Aquesta premissa ha de permetre assegurar que el fenomen tingui una definició clara que proporcioni un suport conceptual vàlid, i que hi hagi informació disponible i fiable per a la seva medició (Schuschny i Soto, 2009). A partir d'aquí el procés de construcció parteix necessàriament d'un procés de selecció d'indicadors simples que, de manera organitzada, estructurin un sistema d'indicadors rellevants pel fenomen. Posteriorment, aquests indicadors simples es normalitzen de manera que se n'obté una mesura adimensional susceptible de ser ponderada i agregada conjuntament generant així un sol valor per l'índex. A grans trets es pot parlar de dues fases diferenciades en el procés d'elaboració d'índexs: a) la fase de selecció i organització d'indicadors, i b) la fase de normalització, ponderació i agregació d'indicadors (vegeu Figura 17).

Figura 17. Esquema conceptual del procés de construcció d'índexs.



Font: Elaboració pròpia.

Més concretament, el *Manual per a la construcció d'indicadors complexos* de l'OCDE (2008) determina 10 passos clau (vegeu Taula 26) que han de guiar el desenvolupament d'un indicador complex, el seguiment curós dels quals ha d'evitar errors de manipulació i malinterpretació tot garantint la transparència del procediment metodològic. Aquests passos es presenten com una seqüència ideal en que tan important és cada pas com la coherència total del procés, és a dir, cada pas en si mateix té valor en tant que pot tenir implicacions en els següents i alhora es requereix d'una visió global del sistema per assegurar que encaixin correctament.

La majoria dels índexs de sostenibilitat construïts fins al moment utilitzen aquest procediment metodològic general. A més, molts incorporen les mateixes dades en el seu càlcul, a causa del nombre reduït de bases de dades disponibles sobre variables de la sostenibilitat (Mayer, 2008). Tot i això, la varietat de criteris alhora d'aplicar alguns dels passos comporta diferències importants entre els índexs.

Taula 26. Passos clau per a la construcció d'un indicador complex.

Passos	Procediment
1. Marc teòric	S'ha de definir clarament el fenomen a ser mesurat i els seus subcomponents, i s'han d'identificar els indicadors simples adients per a la seva quantificació.
2. Selecció de dades	S'han de seleccionar les dades/indicadors segons criteris de solidesa analítica, mesurabilitat i rellevància respecte l'àmbit territorial i el fenomen d'estudi.
3. Imputació de dades perdudes	S'han de tenir en compte aquelles dades que no s'han pogut aconseguir, i considerar-ho en el procés analític i en la interpretació dels resultats.
4. Anàlisis multivariant	S'han d'identificar similituds estadístiques entre les variables i organitzar els indicadors simples en grups, creant un sistema d'indicadors.
5. Normalització	S'han de representar les variables en una mateixa unitat, a través d'un procés que respecti el marc teòric i les propietats de les dades, permetent la seva comparació.
6. Ponderació i agregació	S'han de jerarquitzar les variables aplicant pesos i agregant-les d'acord amb el marc teòric definit prèviament.
7. Anàlisis d'incertesa i de sensibilitat	S'han de desenvolupar mecanismes per a valorar la fortalesa de l'indicador compost, que permetin identificar les fonts d'incertesa i com afecten a la seva construcció i els resultats.
8. Revisar les dades	S'han de poder identificar els principals indicadors simples que tenen una major influència en el rendiment de l'índex.
9. Relació amb altres indicadors	S'ha de poder establir una correlació entre l'índex generat i altres indicadors (simples o compostos), que permeti una més àmplia comprensió del fenomen i les seves implicacions.
10. Visualització de resultats	S'han de comunicar correctament els resultats en funció de l'interlocutor al que es dirigeixen i, alhora que es proporciona el màxim d'informació possible, facilitar-ne la seva interpretació i comprensió.

Font: Elaboració pròpia a partir d'OCDE (2008).

El marc teòric és l'element que més condiona les diferències entre índexs, donat que no només determina els matisos sota els que s'analitza un mateix fenomen sinó que també justifica l'elecció dels indicadors simples per al seu estudi i, per tant, està definint les variables més bàsiques sobre les que es fonamenta l'índex. Això, a la vegada, determinarà el sistema d'indicadors generat, el qual s'estructura segons el sistema de raonament que se li apliqui i pot ser molt diferent en funció del model d'organització triat (vegeu apartat 3.1.2.). D'altra banda, els processos matemàtics que implica pròpiament la creació de l'índex, és a dir, la normalització, ponderació i agregació d'indicadors, introdueixen també un ampli ventall de variacions.

La normalització de les dades és necessària per tal de poder comparar diversos indicadors que s'expressen en unitats diferents. Alguns dels mètodes de normalització més comuns es presenten a la Taula 27, la selecció dels quals depèn de la consideració de les propietats de les dades tractades i dels objectius que es persegueixen.

Taula 27. Mètodes de normalització.

Mètode	Equació
Rànquing	Rank (X_{qc}^t)
Estandarització	$\frac{X_{qc}^t - \bar{X}_q^t}{\sigma_q^t}$
Mínim- Màxim	$\frac{X_{qc}^t - \min_c (X_q^{t_0})}{\max_c (X_q^{t_0}) - \min_c (X_q^{t_0})}$
Distància a referència de país	$\frac{X_{qc}^t}{X_{qc=\bar{c}}^{t_0}} \quad \text{ó} \quad \frac{X_{qc}^t - X_{qc=\bar{c}}^{t_0}}{X_{qc=\bar{c}}^{t_0}}$
Escala de categories	Exemple: $\begin{cases} 0 & \text{si } X_{qc}^t < M^{15} \\ 20 & \text{si } M^{15} \leq X_{qc}^t < M^{25} \\ 40 & \text{si } M^{25} \leq X_{qc}^t < M^{65} \\ 60 & \text{si } M^{65} \leq X_{qc}^t < M^{85} \\ 80 & \text{si } M^{85} \leq X_{qc}^t < M^{95} \\ 100 & \text{si } M^{95} \leq X_{qc}^t \end{cases}$
Indicadors per sobre o sota d'un valor	$\begin{cases} 1 & \text{si } W > (1+S) \\ 0 & \text{si } (1-S) \leq W \leq (1+S) \\ -1 & \text{si } W < (1-S) \end{cases} \quad \text{a on} \quad W = \frac{X_{qc}^t}{X_{qc=\bar{c}}^{t_0}}$
Indicadors cíclics	$\frac{X_{qc}^t - E_t (X_{qc}^t)}{E_t (X_{qc}^t - E_t (X_{qc}^t))}$
Balanç d'opinions	$100/p \sum_1^p \text{sgn} (X_{qc}^t - X_{qc}^{t-1})$
Percentatge de diferències anuals en anys consecutius	$\frac{X_{qc}^t - X_{qc}^{t-1}}{X_{qc}^t}$

X_{qc}^t = Valor de l'indicador "q" en l'àmbit territorial "c" en un moment "t"
 \bar{X} = Valor de mitjana de l'indicador "q"
 \bar{c} = Valor de referència de l'àmbit territorial "c"
 σ = Desviació estàndard de l'indicador "q"
M = Percentil de la distribució de l'indicador
S = Llindar arbitrari sobre el tema
p = Número de variables que intervenen

Font: OCDE (2008:30).

Pel que fa a la ponderació, suposa jerarquitzar les variables analitzades a través de l'assignació de pesos que reflecteixen la contribució de cada indicador a l'índex final. No hi ha un consens clar sobre els instruments més adients per a determinar aquests pesos, tot i que els models estadístics, mètodes participatius o opinions

d'experts són els més utilitzats malgrat els judicis de valor que impliquen. Molts índexs atorguen pesos iguals a les seves variables, cosa que no s'ha de confondre amb la "no ponderació" sinó que significa que tenen la mateixa importància en la dinàmica del fenomen estudiat, o bé que no hi ha suficients evidències estadístiques o empíriques que permetin la seva ponderació.

Finalment, l'agregació d'indicadors s'aconsegueix principalment a través de tres mètodes estadístics: aritmètic, geomètric i multicriteri. El mètode aritmètic i el geomètric permeten compensacions entre els indicadors agregats, de manera que les variables amb una puntuació menor queden compensades a través d'aquelles millor puntuades. La diferència entre ambdós sistemes d'agregació és que el aritmètic manté constant la compensació, mentre que el geomètric penalitza els valors menors. Si pel contrari es vol mantenir pesos diferencials entre els indicadors a agregar, llavors el mètode multicriteri és el més adient. Aquest darrer mètode s'utilitza normalment quan les variables a agregar són suficientment diferents com per a que no sigui correcte compensar-se mútuament. Els índexs de desenvolupament sostenibles són un bon exemple d'aquesta voluntat doncs, tal com OCDE (2008:33) comenta, un *"augment en el rendiment econòmic no pot compensar la pèrdua de la cohesió social o un empitjorament en el medi ambient"*.

Per a constatar aquesta disparitat d'opcions metodològiques i, conseqüentment, la diversitat d'índexs, a la Taula 28 es presenten alguns dels índexs de desenvolupament sostenible comentats i les condicions que s'han seguit per a la seva elaboració.

Hi ha diversos manuals sobre el procediment que s'ha de seguir en l'elaboració d'indicadors complexos (Saisana i Tarantola, 2002; Sharpe, 2004; OCDE, 2008), així com diversos estudis específics per a índexs de desenvolupament sostenible (CDS, 2001; Mayer, 2008; Kumar Singh et al., 2009; Schuschny i Soto, 2009). La recent proliferació d'aquest tipus d'estudis constata una vegada més l'interès que la quantificació de la sostenibilitat desperta en l'àmbit acadèmic, i també molt especialment en el de la gestió pública.

Taula 28. Alguns índexs de desenvolupament sostenible i els seus principals atributs d'elaboració.

Índex	Ind. simples	Normalització	Ponderació	Agregació
IPV	1100	$\frac{X_{qc}^t - X_{qc}^{t-1}}{X_{qc}^t}$	Pesos iguals	Geomètrica $\sqrt[p]{\prod_1^p Y_{qc}^t}$
ISA	76	$\frac{X_{qc}^t - \bar{X}_q^t}{\sigma_q^t}$	Pesos iguals	Aritmètica $1/p \sum_1^p Y_{qc}^t$
Petjada Ecol.	6	Transformació en Km ²	Pesos iguals	Aritmètica $\sum_1^p Y_{qc}^t$
IDH	3	$\frac{X_{qc}^t - \min_c(X_q^{t_0})}{\max_c(X_q^{t_0}) - \min_c(X_q^{t_0})}$	Pesos iguals	Aritmètica $1/3 \sum_1^3 Y_{qc}^t$
IPH	3	No cal, ja tenen les mateixes unitats (%)	Pesos iguals	Aritmètica $[1/3 (X_{qc}^t + X_{q2c}^t + X_{q3c}^t)^3]^{1/3}$
ISG	78	$\frac{X_{qc}^t - \bar{X}_q^t}{\sigma_q^t}$	Percentils normals estàndards (0-100)	Multicriterial $\frac{\sum_1^p \omega_q Y_{qc}^t}{\sum_1^p \omega_q}$
IPT	3	$\frac{X_{qc}^t - \min_c(X_q^{t_0})}{\max_c(X_q^{t_0}) - \min_c(X_q^{t_0})}$	Pesos iguals	Aritmètica $\sum_1^p Y_{qc}^t$
ST INDEX	14	$\frac{X_{qc}^t - \min_c(X_q^{t_0})}{\max_c(X_q^{t_0}) - \min_c(X_q^{t_0})}$	Anàlisi factorial	Multicriterial $\sum_1^p \omega_q Y_{qc}^t$
IRS	20	$\frac{X_{qc}^t - \min_c(X_q^{t_0})}{\max_c(X_q^{t_0}) - \min_c(X_q^{t_0})}$	Pesos iguals o diferents segons prioritats locals	Aritmètica / Multicriterial $\sum_1^p Y_{qc}^t$ / $\sum_1^p \omega_q Y_{qc}^t$

X_{qc}^t = Valor de l'indicador "q" en l'àmbit territorial "c" en un moment "t"
 Y_{qc}^t = Valor de l'indicador "q" normalitzat en l'àmbit territorial "c" en un moment "t"
 \bar{X} = Valor de mitjana de l'indicador "q"
 \bar{c} = Valor de referència de l'àmbit territorial "c"
 σ = Desviació estàndard de l'indicador "q"
 p = Número de variables que intervenen
 ω = Pes atorgat a la variable

Font: Elaboració pròpia a partir de McElroy i Albuquerque (1998), González Laxe et al. (2004), Sánchez Rivero i Pulido Fernández (2008), Schuschny i Soto (2009), Kumar Singh et al. (2009), Castellani i Sala (2010).

3.2. L'ÚS D'INDICADORS PER A LA MEDICIÓ DEL DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE: ESTAT DE LA QÜESTIÓ

En la Cimera de la Terra de 1992 es va reconèixer la necessitat d'establir un sistema d'indicadors a escala internacional per informar sobre els aspectes que afectaven al desenvolupament sostenible i, amb aquest objectiu, es va adoptar l'estratègia global que es va recollir en l'Agenda 21. Des de llavors nombroses organitzacions internacionals i nacionals, així com ONGs, han desenvolupat iniciatives d'indicadors de sostenibilitat: l'OCDE, les NU, el Banc Mundial, la CE, l'AEMA, l'ICLEI, l'OMT, WWF, l'Institut Internacional del Desenvolupament Sostenible, etc. (Vera i Ivars, 2003). Actualment, la voluntat de quantificar les variables que condicionen el desenvolupament sostenible s'ha traslladat a tots els sectors econòmics, entre ells el turístic, però la seva materialització ha estat desigual.

L'ús dels indicadors en els processos de gestió i planificació turística ha estat present des dels inicis de l'activitat, si bé la concepció i finalitat ha variat notablement amb els anys. S'ha evolucionat d'indicadors purament econòmics que valoraven el balanç benefici-cost en sentit ampli a indicadors multidimensionals, fruit d'una nova mentalitat postfordista, que contempen el turisme des d'una visió social, econòmica i ambiental integrada. L'aparició del concepte de desenvolupament sostenible va marcar un punt d'inflexió, en tant que proposava una nova manera d'entendre l'activitat i, per tant, de valorar-la i en definitiva de quantificar-la. No obstant això, la dimensió ambiental ha estat la que tradicionalment s'ha associat més clarament al desenvolupament sostenible, motiu pel qual els avenços més significatius s'ha produït en aquest sentit. Tanmateix, el desenvolupament sostenible exigeix indicadors adaptats al caràcter integral i multidimensional dels processos de desenvolupament (Bermejo i Nebreda, 1998), i per tant, les propostes d'indicadors han d'evolucionar necessàriament en aquesta direcció.

Entre els primers treballs que tracten el turisme des de la perspectiva de la sostenibilitat incloent una proposta d'indicadors destaca el projecte ECOMOST, publicat el 1994 per la Federació Internacional de Tour Operadors. Aquest projecte aplicava un conjunt d'indicadors econòmics, turístics, socioculturals i ambientals amb l'objectiu de detectar els punts crítics de la destinació de Mallorca. A partir d'aquí, i contrastant amb el cas de la illa de Rodas, es definien actuacions per assolir majors cotes de sostenibilitat (Hughes, 1994). Poc després al 1995 l'OMT va publicar la guia *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el*

desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible (OMT, 1995); document que ha orientat bona part de les propostes d'indicadors que s'han generat posteriorment, i que va ser actualitzat l'any 2005 en el document *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica* (OMT, 2005b).

En general, la definició d'indicadors de sostenibilitat turística s'ha convertit en una estratègia de treball comuna entre les institucions d'arreu d'Europa. Així, el 2001 l'Agència Federal Alemanya de Medi Ambient va publicar un document sobre *Indicadors per al desenvolupament sostenible del turisme a la regió del Mar Bàltic*, i el 2002 el Consell Anglès de Turisme va presentar un conjunt d'indicadors nacionals de turisme sostenible amb l'objectiu de: 1) Protegir i millorar l'entorn natural i construït, 2) Donar suport a les comunitats locals i a la seva cultura, i 3) beneficiar les economies de les destinacions turístiques (White et al., 2006b). També Institut Francès de Medi Ambient va crear un conjunt d'indicadors d'àmbit nacional organitzats en funció del tipus de destinació (litoral, muntanya, rural i urbà) amb la finalitat de contribuir a la integració del medi ambient en la política turística (Céron i Dubois, 2000). D'altra banda, l'AEMA va elaborar indicadors sectorials específics per al turisme que van servir de base a l'OCDE per a proposar un sistema d'indicadors per Espanya, el qual fou recollit el 2003 en la publicació *Sistema español de indicadores ambientales de turismo* (MMA, 2003b) que es va convertir en un referent en el sector.

També des de l'àmbit acadèmic s'han generat propostes, entre les que destaquen la de White et al. (2006a) a on l'autor fa una cerca exhaustiva de diferents propostes d'indicadors en l'àmbit de la sostenibilitat i el turisme, o l'article de Castellani i Sala (2010) que és un intent innovador per avaluar la sostenibilitat de manera integral. A partir del mètode Delphi s'han elaborat altres propostes tan interessants com la de Miller (2001), a on l'autor pretén promoure formes de turisme més sostenibles a través de desenvolupar indicadors que els consumidors puguin utilitzar alhora d'escollir les seves vacances; o la contribució de Chris Choi i Sirakaya (2006) que proposa indicadors per a contribuir al desenvolupament d'un turisme comunitari que millori la qualitat de vida dels residents, optimitzant els beneficis econòmics a través de la protecció ambiental i la generació d'experiències d'alta qualitat per als visitants. A nivell espanyol destaca especialment l'estudi de Vera -dir.- (2001), que planteja una proposta per a l'aplicació d'un sistema d'indicadors de sostenibilitat en els processos de desenvolupament turístic amb l'objectiu d'aportar una visió global e interrelacionada dels components; o el de Blancas et al. (2010) que crea un sistema d'indicadors per evaluar la sostenibilitat en destinacions turístiques madures de la costa.

Pel que fa als indicadors complexos o índexs, la recerca bibliogràfica en metodologies d'identificació i quantificació d'impactes ha constatat el dèficit d'índexs especialment construïts per a mesurar la sostenibilitat turística. El més comú és trobar propostes que apliquin índexs de desenvolupament sostenible al sector turístic, tals com Garrigós Simón et al. (2004) que al·lega que la Capacitat de Càrrega és un instrument clau per a planificar els processos turístics i preservar l'entorn; o Hunter i Shaw (2007) que proposen la Petjada Ecològica com a eina d'anàlisi ambiental que proporciona una perspectiva única i global de la sostenibilitat del turisme. Però això no ha de menystenir els esforços fets en aquest sentit, doncs no es pot negar que hi ha la voluntat de generar índexs propis per al sector turístic. Alguns índexs que cal esmentar són l'Índex de Competitivitat Turística de Gooroochurn i Sugiyarto (2005), que mesura la competitivitat d'una destinació combinant 8 components clau: tecnologia, indicador social, indicador humà, preu, grau d'obertura, infraestructura, indicador de turisme i indicador de medi ambient; o l'Índex d'Imatge de Valera Mallou et al. (2006), que a partir d'enquestes a turistes espanyols proposa una metodologia per quantificar el valor de la imatge de diferents destinacions turístiques. Cap d'aquests índexs, però, és específic per a la quantificació i valoració de la sostenibilitat turística.

Una de les primeres experiències en l'elaboració d'indicadors complexos de sostenibilitat turística és l'Índex de Penetració Turística (IPT), proposat per McElroy i Albuquerque (1998). Els autors havien detectat que el desenvolupament turístic de masses estava amenaçant la sostenibilitat de les illes petites del Carib i, a partir d'aquest cas, volien construir un índex que mesurés el grau de penetració econòmica, sociocultural i ambiental del turisme. Tot i l'esforç conceptual realitzat, la voluntat de simplificar el càlcul i la manca de dades disponibles en les destinacions estudiades van condicionar l'elaboració de l'índex, que va quedar reduït a la combinació de tres indicadors: arribada de turistes, despesa turística i número d'habitacions d'hotel. Posteriorment Sánchez Rivero i Pulido Fernández (2008) presenten l'Índex de Turisme Sostenible (ST INDEX), que calcula la sostenibilitat turística a partir de la suma ponderada d'índexs sintètics generats per a cada component del model d'organització DPSIR a partir de 14 indicadors del *Sistema Español de Indicadores Ambientales de Turismo* (MMA, 2003b). D'altra banda, Castellani i Sala (2010) també proposa l'Índex de Rendiment Sostenible (IRS) que integra 20 indicadors relacionats amb les dinàmiques demogràfiques, les condicions econòmiques i socials de les comunitats locals, els factors ambientals, i les característiques turístiques de les regions. Els indicadors de sostenibilitat seleccionats resulten d'un procés d'anàlisi i consulta amb els agents locals, així com

de l'anàlisi de la situació de l'àrea i del seu planejament turístic, i s'agreguen per tal de facilitar als agents decisors l'orientació de les polítiques locals.

Tanmateix, la majoria de les propostes s'han desenvolupat des del punt de vista teòric, menystenint les dificultats pràctiques que poden sorgir al intentar aplicar-les a una situació real. Aquesta disfunció es fa evident en llistes interminables d'indicadors que exigeixen el càlcul de variables amb dificultats tècniques o econòmiques considerables. Però la transferència de coneixement a la realitat és indispensable si vertaderament es vol avançar cap a una major sostenibilitat de l'activitat (OMT, 1996; Blackstock et al., 2006; Sanchez Rivero i Pulido Fernández, 2008; Blancas et al., 2010). Per això cada vegada hi ha més estudis de casos pràctics que treballen en aquesta línia. L'anàlisi d'algunes d'aquestes experiències constata la necessitat de treballar amb sistemes tancats, o territoris ben delimitats, en tant els indicadors han de poder identificar els recursos i processos d'un àmbit per a quantificar i monitoritzar els impactes. Per aquest motiu, els parcs naturals i les illes són alguns dels escenaris més comuns en què s'experimenten els indicadors de sostenibilitat turística.

Pel que fa a parcs naturals, per exemple, Sancho i Ruíz (2004) presenten un plantejament metodològic basat en enquestes per a l'ús d'indicadors en la gestió turística dels espais naturals protegits, i la posen en pràctica als parcs de l'Albufera de València i la Badia de Cadis amb l'objectiu d'identificar-ne el desenvolupament turístic, valorar els impactes que genera i, de manera comparativa, millorar-ne la gestió. En la mateixa línia les autoritats del Parc Nacional Cairngorms (Regne Unit), en coordinació amb l'Institut Macaulay, van desenvolupar un sistema d'indicadors per monitoritzar la transformació i l'impacte del turisme al parc i contribuir així a reorientar el turisme cap a formes més sostenibles (Blackstock et al., 2006). D'altra banda, i en relació a les illes, l'any 2000 el Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (CITTIB) presentava l'estudi *Indicadors de sostenibilitat del turisme a les Illes Balears* (CITTIB, 2000), que definia indicadors com a referents clau per analitzar l'evolució de l'activitat turística i la seva repercussió a l'arxipèlag balear. Poc després, Twining-Ward i Butler (2002) proposaven indicadors de turisme sostenible per l'arxipèlag de Samoa partint de les premisses d'adoptar una perspectiva interdisciplinària, promoure la participació dels agents i assegurar la representativitat local dels resultats. La proposta era una revisió d'estudis previs que adaptava els indicadors a les noves necessitats i els avenços actuals, amb una clara voluntat de monitoritzar el desenvolupament sostenible del turisme.

A nivell d'administracions locals també hi ha experiències interessants en la utilització d'indicadors de sostenibilitat turística per a la gestió pública municipal. Un dels casos paradigmàtics és el municipi turístic de Calvià (Mallorca), que a finals dels 80 ja mostrava símptomes evidents d'un deteriorament ambiental i social important que posava en perill el futur turístic i el desenvolupament local. Davant aquesta greu situació l'ajuntament va apostar per reorientar el seu model turístic massiu cap a formes més sostenibles, aprovant el 1994 l'estratègia Calvià+10 que va obtenir el reconeixement europeu per la seva política decidida en vers el turisme sostenible. El Pla es va desplegar a través d'una Agenda Local 21 que contenia fins a 270 indicadors de sostenibilitat. Tot i que les agendes 21 no estan concedides específicament per a contribuir a la sostenibilitat turística, en aquest cas Calvià cercava explícitament la sostenibilitat del sector turístic, doncs és principal activitat econòmica del municipi, i per aquesta raó els indicadors s'orientaven necessàriament a la sostenibilitat turística. En la mateixa línia, Lloret de Mar va desenvolupar el 1998 la seva Agenda Local 21, que tenia com a principal repte fer compatible el turisme amb el desenvolupament sostenible. En aquest cas es va comptar amb un sistema de 15 indicadors generals, seleccionats a partir de processos participatius, que monitoritzarien l'evolució de la destinació cap a escenaris de desenvolupament sostenible i qualitat ambiental.

També la Federació Andalusista de Municipis i Províncies desenvolupa una experiència notable amb el portal "E-Local Turisme Sostenible", el qual parteix de la premissa que el turisme sostenible és un valor local i sector estratègic dins de l'economia andalusista. Aquest projecte ha de garantir l'encaix de l'activitat turística amb el respecte a la identitat local i al patrimoni natural i cultural d'Andalusia a través de les agendes polítiques locals. Per això, entre d'altres instruments, s'ha creat un sistema de 13 indicadors que han de facilitar el disseny, la planificació i l'execució de projectes turístics sostenibles en clau local. Els indicadors s'inscriuen dins d'un Sistema d'Informació Geogràfica que permet la seva representació i localització territorial, facilitant l'anàlisi espacial i temporal de la informació.

El principal repte que té el turisme sostenible actualment és anar més enllà de les orientacions metodològiques, propostes de política turística i de coneixement tècnic, per a aconseguir una aplicació pràctica adient en el desenvolupament de les destinacions turístiques. En aquest sentit, els indicadors són un instrument clau doncs, com diversos autors destaquen, permeten 1) avaluar les polítiques i monitoritzar-ne els rendiments; 2) definir estratègies per al desenvolupament i establir objectius numèrics; i 3) comunicar la situació actual i els escenaris de futur

a totes les parts implicades (Crabtree i Bayfield, 1998; Smeets & Weterings, 1999; CCE, 2003; Gahin et al., 2003; Castellani i Sala, 2010).

3.3. VALORACIÓ DEL SIGNIFICAT I APORTACIÓ DELS INDICADORS

La important aportació que fan els indicadors als processos de decisió, tant en la fase de planificació com en la de gestió pública, és inqüestionable. Els indicadors permeten descriure i quantificar mitjançant paràmetres objectius la realitat d'un àmbit concret, facilitant el coneixement del territori i els elements i processos que hi tenen lloc. Així doncs, el seu valor rau en què tant poden caracteritzar la situació present com monitoritzar-ne l'evolució o, el que és el mateix, des d'identificar problemes i virtuts d'un model actual fins a traçar-ne estratègies de reconversió o reorientació per al futur. A més Bermejo i Nebreda (1998) destaquen la importància que té la informació quantitativa en les decisions actuals, reafirmant així la transcendència dels indicadors en la definició d'estratègies de desenvolupament. En el cas del sector turístic, a aquestes qualitats s'hi suma la idoneïtat de l'instrument per a mesurar fenòmens de naturalesa transversal, que a través de bateries d'indicadors pluridisciplinars en faciliten l'avaluació holística.

Conscients de la utilitat d'aquesta eina, i amb la voluntat d'avançar cap a un nou turisme, molts agents del sector han elaborat diverses propostes d'indicadors de sostenibilitat turística. Els sistemes d'indicadors han estat tradicionalment els instruments més utilitzats, afavorits normalment per una simplicitat metodològica que permet detectar impactes concrets i aplicar solucions parcials. Tanmateix, cada vegada hi ha més propostes d'indicadors complexos que proporcionen una comprensió més global i integrada del fenomen. Tal i com Schuschny i Soto (2009) defensen, els índexs generen una imatge de context i són fàcils d'interpretar per la seva capacitat de síntesi que redueix una llista d'indicadors a un sol valor comparable entre diferents àmbits territorials i períodes temporals. Els resultats reals d'aquestes propostes però han estat més aviat deslluïts, sobretot degut a les dificultats tècniques i conceptuals que implica la seva aplicació a la realitat.

En efecte, les principals febleses dels indicadors deriven del seu càlcul i del component subjectiu que impregna tot el procés, des de la selecció i combinació d'indicadors fins a la interpretació de resultats. Pel que fa al càlcul, el principal problema és la mesurabilitat, que està directament relacionada amb la disponibilitat i qualitat de les dades. En relació a la sostenibilitat turística, i com s'ha comentat anteriorment, els models de governança no estan dissenyats per a desenvolupar

estructures econòmiques de convergència cap al desenvolupament sostenible. Això fa que la recopilació d'informació i les estadístiques confeccionades per organismes oficials no siguin sempre adients per a l'estudi d'aquest paradigma. Sovint informació i dades bàsiques sobre el comportament de les principals variables que determinen la sostenibilitat no estan disponibles, o bé la seva escala o nivell de desagregació no és suficient. A aquest problema es sumen d'altres com la deficient actualització de les dades o biaixos introduïts per errors en les mostres. El conjunt d'aquestes dificultats obliga en la majoria dels casos a treballar només amb aquells indicadors que disposen de dades suficients per al seu càlcul, obviant d'altres també importants.

D'altra banda, la definició ambigua de desenvolupament sostenible i, per extensió de turisme sostenible, també introdueix la subjectivitat com a font de controvèrsia. Així, Matthews et al. (2006) addueix que la selecció d'uns indicadors o altres pot estar influenciat per la perspectiva particular de l'investigador, de manera que si la selecció dels indicadors no és satisfactòria la informació obtinguda serà insuficient i difícilment contribuirà eficientment a orientar l'activitat sota els criteris de sostenibilitat. A més Schuschny i Soto (2009) i Sureda Carbonell (2007) també argumenten que quan els indicadors s'agreguen en índexs, s'incorre en biaixos resultants d'una simplificació excessiva i d'un sistema de ponderació personal. És per aquest motiu que, per tal de consensuar i reforçar conceptualment la proposta d'indicadors, l'elecció de les variables requereix de l'aplicació acurada de principis estadísticament fonamentats i de procediments quantitius transparents, combinats amb processos participatius amb els agents del territori i/o enquestes pluridisciplinars a experts.

Altres dificultats sorgeixen d'una tradició diferenciada en la caracterització de les dimensions de la sostenibilitat turística, doncs si bé la dimensió ambiental i econòmica gaudeixen d'un ampli marc teòric i pràctic per a la seva quantificació, no succeeix el mateix amb la dimensió social. L'estudi dels processos socials ha respost tradicionalment a anàlisis qualitius, per la qual cosa intentar quantificar-los suposa un repte difícil d'assolir o uns resultats decebedors. Però malgrat les seves deficiències i subjectivitats, no s'ha d'infravalorar la contribució dels indicadors socials ja que *"els indicadors purament objectius no reflecteixen els nostres valors, sentiments o percepcions i, tanmateix, aquests són les majors motivacions per a les nostres accions"* (Douglas Shire Community Working Group - DSCWG-, 2001:210).

En resum, treballar amb indicadors suposa haver d'afrontar qüestions i processos complexos, però això no ha de restar valor a la seva utilitat final. Cal superar les dificultats aportant detall i transparència suficient a tot el procés d'elaboració d'indicadors i aconseguir una metodologia ben argumentada i fàcilment comprensible. Identificar les fortaleses i debilitats de l'instrument serà important per a poder interpretar correctament els resultats i contribuir de manera encertada a les decisions (vegeu Taula 29).

Taula 29. Principals fortaleses i debilitats dels indicadors.

FORTALESES
<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionen informació quantitativa sobre la realitat - Monitoritzen l'evolució de variables d'interès - Permeten la comparació d'informació territorial i temporal - Faciliten els processos de decisió - Faciliten la compressió i comunicació amb el públic en general - Permeten l'avaluació holística de fenòmens de naturalesa transversal
DEBILITATS
<ul style="list-style-type: none"> - Poden tenir dificultats per obtenir les dades adients per al seu càlcul, i introduir així biaixos en els resultats (dades no disponibles, escala o nivell de desagregació insuficient, actualització deficient, etc.) - Depenen de la subjectivitat de l'investigador alhora de ser seleccionats i agregats - Tenen dificultats per a parametritzar variables qualitatives - Poden induir a interpretacions simplistes d'un fenomen i amagar-ne aspectes importants

Font: Elaboració pròpia.

Però a part d'aconseguir una proposta d'indicadors conceptualment sòlida, també s'ha d'advocar per una proposta aplicable a la realitat per a contribuir eficaçment al desenvolupament sostenible de les destinacions turístiques. És per això que el coneixement teòric ha de ser transferit als gestors i decisors, i alhora ha d'adaptar-se a les circumstàncies específiques de cada àmbit. No s'ha d'oblidar que els indicadors són una eina per a simplificar i representar un sistema de relacions complexes i, per tant, la seva finalitat última és proporcionar informació d'interès coherent que sigui comprensible per una àmplia majoria i permeti orientar adientment l'estrategia turística sota criteris de sostenibilitat.

CAPÍTOL 4

**PROPOSTA DE SISTEMA
D'INDICADORS PER A L'AVAUACIÓ
DE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA A
ESCALA MUNICIPAL**

A partir del marc teòric que s'ha desenvolupat en els capítols anteriors, el capítol 4 presenta una proposta metodològica basada en un sistema d'indicadors per a valorar la sostenibilitat turística a escala municipal. D'acord amb això el capítol exposa inicialment el desenvolupament lògic de la metodologia, des de la construcció del sistema d'indicadors a partir de la selecció i organització d'indicadors simples, fins al procediment per a la recollida d'informació i tractament de resultats. Una vegada introduïts els instruments i la manera d'aplicar-los es procedeix a contextualitzar l'àmbit d'estudi en què s'aplicarà el sistema d'indicadors, en aquest cas Catalunya.

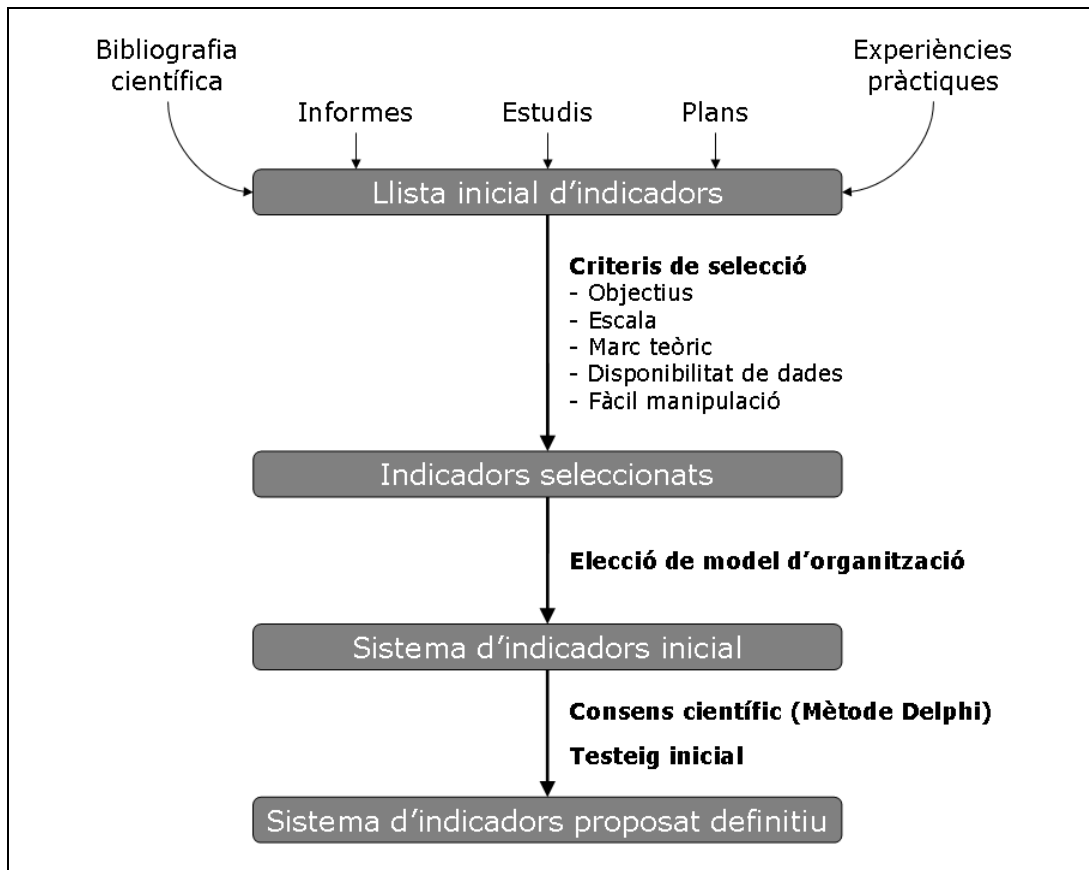
A través d'una introducció històrica i d'un anàlisi estructural de components i d'instruments de planificació i gestió turística, es fa una presentació de Catalunya a través del prisma del fenomen turístic per a posteriorment seleccionar els casos d'estudi en què s'aplicarà el sistema d'indicadors proposat. La voluntat de desenvolupar una metodologia que sigui aplicable a escala local justifica que les unitats d'estudi siguin els municipis turístics de Catalunya, els quals són seleccionats segons criteris de lògica territorial i significació turística.

4.1 ELS INSTRUMENTS: INDICADORS I SISTEMA D'INDICADORS PROPOSAT

L'objectiu d'aquest apartat és seleccionar un conjunt d'indicadors i estructurar-los seguint un model conceptual concret per a configurar un sistema d'indicadors coherent i argumentat que permeti quantificar la sostenibilitat turística a escala municipal. Amb aquesta voluntat, i a partir de la recerca bibliogràfica i de l'anàlisi d'experiències realitzada en el capítol anterior, s'exposen cada una de les etapes del procés d'elaboració del sistema procurant aportar detall i transparència suficient com per a aconseguir una metodologia ben justificada i fàcilment comprensible. El plantejament de cada una de les fases ha tingut en compte en tot moment la sostenibilitat turística com a marc conceptual i l'escala local com a marc operatiu d'aplicació.

La Figura 18 mostra de manera esquemàtica la seqüència lògica que s'ha seguit per a construir el sistema d'indicadors proposat, permetent així entendre cada un dels passos que posteriorment es desenvolupen en aquest apartat.

Figura 18. Procediment per a construir el sistema d'indicadors proposat.



Font: Elaboració pròpia.

4.1.1. La selecció d'indicadors

A partir de l'exhaustiva revisió bibliogràfica realitzada inicialment s'ha elaborat un primer llistat d'indicadors per a quantificar la sostenibilitat turística, el qual es considera especialment interessant a tenir en compte per a la present proposta i en constitueix el punt de partida (vegeu Taula 30). Cal esmentar que aquest llistat ja ha estat treballat mínimament, s'han simplificat i agregat alguns indicadors per a tenir una idea més global del seu significat i que ordenat segons temes per a facilitar la seva lectura.

Òbviament, no té cap sentit intentar utilitzar tota la llista d'indicadors de la Taula 30 per a valorar la sostenibilitat turística d'un determinat àmbit territorial, sobretot tenint en compte la voluntat final d'aconseguir una proposta fàcilment utilitzable i comprensible. És per això que, com s'ha comentat en el capítol anterior, és necessari fer una selecció justificada d'indicadors que sigui prou àmplia com per a què es pugui avaluar correctament la multidimensionalitat del fenomen i alhora prou simplificada com per a què sigui manejable.

Taula 30. Indicadors per a quantificar la sostenibilitat turística, a partir de la revisió bibliogràfica inicial.

RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitat d'atracció dels recursos turístics ▪ Diversificació dels atractius i recursos turístics ▪ Accessibilitat turística ▪ Grau de preservació dels recursos turístics ▪ Monuments i edificis històrics protegits ▪ Consum d'energia ▪ Consum i qualitat d'aigua ▪ Energia renovable consumida ▪ Espècies de flora i fauna en perill d'extinció
OFERTA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferta d'allotjament turístic ▪ Presència de segones residències ▪ Empreses turístiques de no allotjament ▪ Estacionalitat d'oferta turística ▪ Ocupació en allotjaments turístics ▪ Espais i establiments turístics certificats ambientalment ▪ Productes turístics aptes per a discapacitats ▪ Posicionament de preus respecte competidors
DEMANDA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Població turística ▪ Capacitat d'absorció de la demanda turística ▪ Procedència de la demanda turística ▪ Estada mitjana en destinació ▪ Variació interanual de l'afluència de turistes ▪ Distribució modal de l'arribada de turistes ▪ Mobilitat turística ▪ Grau de satisfacció dels turistes ▪ Fidelització del turista
PROMOCIÓ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imatge transmesa a través de materials promocionals ▪ Presència en les xarxes socials ▪ Oficines de turisme ▪ Senyalèptica turística de la destinació
POBLACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Població resident ▪ Qualitat de vida percebuda pels residents ▪ Participació ciutadana en processos de decisió ▪ Grau de satisfacció dels residents respecte el turisme ▪ Mobilitat de treballadors en hostaleria
ECONOMIA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Despesa turística ▪ Població local activa i ocupada en el sector turístic ▪ Població ocupada no resident ▪ Estabilitat i estacionalitat laboral ▪ Taxa d'atur ▪ Renta familiar ▪ Distribució de la riquesa ▪ Preu de l'habitatge ▪ Utilització de productes i serveis locals ▪ Inversió pública, impostos i subvencions en matèria turística i medi ambient ▪ Inversió privada en matèria turística i medi ambient
TERRITORI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribució dels usos del sòl ▪ Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans ▪ Factor d'antropització turística ▪ Conservació paisatgística

PLANEJAMENT I GESTIÓ PÚBLICA

- Qualificació urbanística del sòl
- Superfície protegida per figures de planejament
- Tipus i abast de la planificació turística vigent
- Organismes encarregats de la gestió turística
- Campanyes de sensibilització social
- Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística
- Equipaments i serveis bàsics
- Projectes de rehabilitació de patrimoni històric i/o cultural
- Platges amb bandera blava

RESIDUS

- Contaminació atmosfèrica
- Contaminació acústica
- Intensitat Mitjana Diària (IMD) de les principals vies de comunicació
- Tractament d'aigües residuals
- Reciclatge d'aigua
- Generació de residus
- Recollida selectiva de residus

Font: Bermejo i Nebreda (1998), CIITTIB (2000), MMA (2003b), Vera (-dir.-, 2001), CEEAT i ECOTRANS (2004), OMT (2005b), Sancho i García (2005), White et al.(2006b), i GST (2007).

Els aspectes que s'han tingut en compte per a seleccionar els indicadors de la proposta metodològica han estat

- L'objecte d'estudi. El sistema d'indicadors ha de descriure i interpretar la realitat i els seus processos, per la qual cosa s'ha de desenvolupar al voltant del tema d'estudi i en coherència amb els objectius que es persegueixen. En aquesta investigació l'objecte d'estudi és el turisme sostenible, o la sostenibilitat social, econòmica i ambiental de l'activitat turística; de manera que la definició de turisme sostenible de l'OMT (1993) facilita els objectius específics als que han de contribuir el sistema d'indicadors (vegeu Taula 31). Conseqüentment, per a cada un dels objectius del turisme sostenible s'han d'associar indicadors que permetin quantificar i valorar-ne la seva consecució.

Taula 31. Objectius del turisme sostenible.

Objectius socioculturals: Compatibilitat sociocultural

- Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones.
- Conservar els actius culturals arquitectònics i vius i els valors tradicionals.
- Contribuir a l'enteniment i a la tolerància intercultural.

Objectius econòmics: Eficiència econòmica

- Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini.
- Distribuir beneficis socioeconòmics entre tots els agents: ocupació estable, obtenció d'ingressos i serveis socials per a les comunitats amfitriones.

Objectius ambientals: Preservació ambiental

- Optimitzar l'ús dels recursos ambientals.
- Mantenir els processos ecològics essencials i ajudar a conservar els recursos naturals i la diversitat biològica.

Font: Adaptació de la definició de turisme sostenible de l'OMT (1993).

- L'escala local. Alhora de seleccionar els indicadors cal tenir en compte l'àmbit territorial en què s'aplicaran, i molt especialment, l'escala en la que es treballarà doncs els indicadors han de ser aplicables i comprensibles en aquest marc. En aquest cas la voluntat és que el sistema d'indicadors proposat sigui útil per als gestors municipals, motiu pel qual l'escala preminent serà la local prescindint així dels macroindicadors.
- El marc teòric. El capítol 3 de la present Tesi es dedica íntegrament a l'estudi dels instruments d'identificació i quantificació de la sostenibilitat turística. S'exposen les principals característiques conceptuals dels indicadors, així com dels seus processos d'agrupació (sistemes d'indicadors) i agregació (índexs), amb especial atenció a la seva contribució al desenvolupament sostenible i, més concretament, a la sostenibilitat turística. És per això que cal remetre's en tot moment a aquesta informació alhora d'elaborar el sistema d'indicadors; i en el cas de la selecció d'indicadors considerar especialment la informació relativa a les característiques dels bons indicadors (Taula 22) i la referent als criteris de selecció d'indicadors simples per a la construcció d'un sistema d'indicadors (Taula 25).
- La disponibilitat de dades per al càlcul. El sistema proposat ha de ser efectiu i aplicable a la realitat, per la qual cosa els indicadors seleccionats han de poder ser calculats fàcilment. Així s'estableix com una de les condicions necessàries per a escollir un indicador el que hi hagi dades disponibles per al seu càlcul. Tenint en compte la voluntat d'aconseguir una metodologia pràctica i simple d'aplicar, es donarà preferència a aquells indicadors que disposin de dades oficials o que siguin de fàcil obtenció. En cas que no hi hagi dades per a algun indicador decisiu es recorrerà a avaluacions indirectes a través d'altres variables relacionades.
- La facilitat en el tractament. El tractament efectiu dels indicadors per part dels gestors i planificadors turístics és també un dels criteris que ha de guiar la selecció dels indicadors. Els indicadors han de ser comprensibles pel públic en general, cosa que ha de permetre no només estendre el seu ús sinó també contribuir a la comunicació dels seus resultats.

D'acord amb aquests aspectes de selecció, la llarga llista elaborada inicialment s'ha reduït a 30 indicadors clau que es consideren òptims i suficients per a l'avaluació de la sostenibilitat turística en els casos d'estudi. Els indicadors seleccionats es

presenten tot seguit en la Taula 32, estructurats en coherència amb el tema d'estudi i els objectius específics que es persegueixen. Cal tenir en compte que s'hi recullen dos tipus d'indicadors: Indicadors específics per a l'activitat turística; i Indicadors generals que, tot i no estar directament relacionats amb el turisme, són susceptibles d'afectar o modificar-se en funció d'aquesta activitat.

Taula 32. Indicadors seleccionats per a mesurar la sostenibilitat turística, segons els objectius específics del turisme sostenible.

Objectiu: Compatibilitat sociocultural	Indicadors
Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones	- Població turística
	- Població resident
	- Imatge transmesa a través de materials promocionals
Conservar els actius culturals arquitectònics i vius i els valors tradicionals	- Diversificació dels atractius i recursos turístics
	- Monuments i edificis històrics protegits
Contribuir a l'enteniment i a la tolerància intercultural	- Procedència de la demanda turística
	- Productes turístics aptes per a discapacitats
	- Grau de satisfacció dels turistes
Objectiu: Eficiència econòmica	Indicadors
Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini	- Oferta d'allotjament turístic
	- Estacionalitat de l'oferta turística
	- Presència de segones residències
	- Accessibilitat turística
	- Despesa turística
Distribuir beneficis socioeconòmics entre tots els agents	- Inversió pública en matèria turística
	- Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria
	- Població ocupada en el sector turístic
	- Taxa d'atur en el sector turístic
Objectiu: Preservació ambiental	- Equipaments i serveis bàsics
	- Consum d'energia
	- Consum d'aigua
	- Generació de residus
	- Recollida selectiva de residus
	- Espais i establiments turístics certificats ambientalment
	- Factor d'antropització turística
	- Distribució dels usos del sòl
	- Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans
	- IMD de les principals vies de comunicació
- Contaminació acústica	
- Contaminació atmosfèrica	
- Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística	

Font: Elaboració pròpia.

S'ha de tenir en compte que cada indicador té una o més avaluacions possibles, és a dir, l'indicador és un instrument que dóna significat a la mesura obtinguda a través d'una o diverses fórmules. Així, per exemple, per a quantificar el consum de recursos dels turistes en un territori un dels indicadors utilitzats seria el consum d'energia, i l'avaluació o fórmula utilitzada podria ser els Kw/hora consumits per turista. Aquesta condició metodològica dels indicadors fa que sigui important tant tenir un indicador consistent en el seu significat com una fórmula adient per al seu càlcul. La Taula 33 especifica per a cada un dels indicadors seleccionats la seva avaluació suggerida o càlcul, i alhora justifica el seu interès i tendència desitjada des del punt de vista de la sostenibilitat turística.

Taula 33. Indicadors seleccionats per a mesurar la sostenibilitat turística i els seus aspectes metodològics i conceptuals.

Indicador	Avaluació suggerida	Interès de l'indicador	Tendència desitjada
Població turística	- Població Turística Equivalent (PTE) - Població Total Present (PTP) - % de PTE	La PTE i la PTP permeten avaluar, amb independència de l'estacionalitat, la pressió que poden exercir els turistes sobre el territori, els recursos i la comunitat local	La població turística no ha de ser molt superior a la resident per evitar disfuncions socials i territorials importants
Població resident	- Població censada - Evolució demogràfica	En els municipis turístics l'evolució de la població és susceptible d'estar relacionada amb la importància i consolidació del sector turístic	El turisme ha de permetre establir i incrementar la població en les àrees deprimides, i minimitzar els desequilibris territorials i els impactes socioculturals
Imatge transmesa a través de materials promocionals	- Anàlisi global del contingut dels materials promocionals	Permet identificar la imatge volguda i potencialment creada de la destinació per part dels agents turístics, i dóna una idea del que busca el turista en comprar el viatge	La imatge creada de la destinació ha de ser fidedigna a la realitat i promocionar el patrimoni sociocultural i ambiental de l'àmbit
Diversificació dels atractius i recursos turístics	- Inventari dels principals recursos i atractius turístics que apareixen als materials promocionals	Permet identificar i caracteritzar els recursos a partir dels quals es desenvolupa el turisme i valorar-ne la potencialitat i l'ús	És desitjable que una destinació presenti diversitat de recursos i atractius turístics, ja que això permet arribar a més segments de demanda i evitar la sobreexplotació
Monuments i edificis històrics protegits	- % de monuments i edificis històrics protegits	La protecció de patrimoni històric identifica la voluntat política de preservar actius culturals, que poden ser revaloritzats a través del turisme	La protecció de monuments i edificis històrics és desitjable ja que suposa conservar el patrimoni i, alhora, millorar els recursos turístics culturals
Procedència de la demanda turística	- % de turistes estrangers, espanyols i catalans - % de turistes estrangers segons el seu origen - % de turistes espanyols segons el seu origen	La comparació entre les proporcions de turistes estrangers, espanyols i catalans indica cap a quin mercat s'orienta l'oferta. I l'origen dels turistes permet intuir el perfil de visitant i els possibles impactes socioculturals associats	No hi ha tendència desitjada
Productes turístics aptes per a discapacitats	- Inventari de productes turístics ofertats per a discapacitats	L'oferta de productes turístics per a discapacitats promou un model turístic inclusiu	És desitjable que l'oferta d'aquest tipus de productes augmenti per a donar resposta a un segment de la demanda existent
Grau de satisfacció dels turistes	- Anàlisi d'estudis de satisfacció de la demanda	El grau de satisfacció del turista és una mesura subjectiva molt lligada a la qualitat del servei i del producte turístic d'una destinació. També es pot relacionar indirectament amb la convivència que percep el turista amb els residents	Quan el grau de satisfacció és elevat hi ha més possibilitats que els turistes es fidelitzin a la destinació i/o la recomanin.

Indicador	Avaluació suggerida	Interès de l'indicador	Tendència desitjada
Oferta d'allotjament turístic	<ul style="list-style-type: none"> - Establiments i places d'allotjament turístic segons tipologia - % establiments i places segons tipologia - Places per habitant - Evolució de places d'allotjament 	Permet conèixer l'estructura empresarial de l'allotjament turístic, i és una aproximació al grau de concentració-dispersió del sector. L'evolució de les places indica la tendència del sector en els darrers anys i, per tant, la seva dinàmica i el grau de consolidació	La tendència desitjada és un volum suficient de places i, si cal, un creixement equilibrat que permeti el desenvolupament econòmic de l'àmbit però sense massificar-lo
Estacionalitat de l'oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> - Places d'allotjament turístic segons mesos i mitjana anual 	Identifica de manera indirecta l'estacionalitat de l'activitat turística i permet observar si el turisme està vinculat a determinades estacions o, si pel contrari, es manté més o menys estable al llarg de l'any	Es considera desitjable desestacionalitzar l'activitat turística per a evitar les disfuncions que genera un increment notable de la població durant uns pocs mesos, i per distribuir els beneficis al llarg de l'any
Presència de segones residències	<ul style="list-style-type: none"> - % d'habitatges secundaris respecte el total d'habitatges del municipi - Habitatges secundaris per cada 100 ha - Evolució dels habitatges de segona residència 	La proporció de segones residències indica el pes que té el turisme en l'àmbit. Aquest d'allotjament condiona un determinat model de desenvolupament turístic, caracteritzat per una elevada estacionalitat i un impacte reduït en l'economia local	És desitjable que la proporció de segones residències sigui moderada, per garantir l'equilibri social i territorial de l'àmbit
Accessibilitat turística	<ul style="list-style-type: none"> - Distància als aeroports - Inventari d'infraestructures viàries d'accés, de transport públic i ports esportius i turístics 	Les infraestructures de transport determinen potencialment l'accessibilitat interna i externa de la destinació i, per tant, és un factor que condiona l'arribada de turistes	La lògica singular que determina la mobilitat turística fa que per a una destinació sigui desitjable la major accessibilitat possible per a facilitar l'arribada de turistes
Despesa turística	<ul style="list-style-type: none"> - Despesa total realitzada pels turistes - Despesa per habitant 	Quantifica la riquesa directa que genera el turisme en l'àmbit d'estudi	L'activitat turística ha de contribuir positivament a l'economia de l'àmbit, per la qual cosa es desitjable que la despesa turística sigui elevada i estigui ben distribuïda
Inversió pública en matèria turística	<ul style="list-style-type: none"> - % diners destinats a turisme respecte el total del pressupost municipal - Pressupost municipal per càpita 	Identifica la inversió que realitza l'administració municipal en matèria de turisme, i valora de manera indirecta la importància que li dona al sector i la voluntat de desenvolupar-lo	És desitjable que hi hagi una partida pressupostaria suficient per a promocionar el turisme, però sense que això vagi en detriment d'altres inversions bàsiques per a la qualitat de vida i la protecció de l'entorn
Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria	<ul style="list-style-type: none"> - % de viatges generats per l'hostaleria - % de viatges generats per l'hostaleria de dins el municipi - % de viatges generats per l'hostaleria de fora el municipi 	Analitza els fluxos laborals que genera el sector turístic, representat majoritàriament per l'hostaleria, i identifica la procedència dels seus treballadors amb la voluntat de saber si els llocs de treball es generen en el mateix municipi	És desitjable que els treballadors siguin del municipi, ja que així els beneficis del sector milloren les rendes de la població local. A més, la mobilitat dins el mateix municipi suposa un menor consum d'energia i un menor volum d'emissions contaminants

Indicador	Avaluació suggerida	Interès de l'indicador	Tendència desitjada
Població ocupada en el sector turístic	- % Població ocupada en el sector d'hostaleria i restauració	La relació entre la població activa local i l'ocupada en el sector turístic, representat per la branca d'activitat d'hostaleria i restauració, indica el pes que té el turisme en el mercat de treball del municipi	La generació d'ocupació és un dels impactes positius més notables de l'activitat turística. Per això és desitjable que en generi el màxim possible, però evitant la monopolització del mercat de treball i la dependència econòmica del turisme
Taxa d'atur en el sector turístic	- % d'atur registrat corresponent al sector de l'hostaleria	L'atur indica la dinàmica econòmica del municipi, i en posar-ho en relació a l'hostaleria permet deduir el pes del turisme en el mercat laboral local	És desitjable que l'atur sigui el mínim possible
Equipaments i serveis bàsics	- Núm. de serveis i equipaments del municipi - Serveis o equipaments per cada 1.000 habitants	Identifica les diferències d'accés a serveis bàsics i equipaments en els municipis d'estudi i valora la competència que es pot generar entre turistes i residents	És desitjable que cada municipi tingui un mínim de serveis bàsics, i que en els municipis turístics es tingui en compte la població estacional alhora de projectar-los
Consum d'energia	- Energia consumida per habitant i dia - Consum d'energia atribuïble al turisme	Estableix una aproximació al grau de pressió que l'activitat turística exerceix sobre els fluxos d'energia	El consum energètic no pot créixer indefinidament. S'ha d'invertir en mecanismes d'estalvi i eficiència energètica, incrementar el pes de les renovables i reorientar el model energètic actual cap a un consum més responsable
Consum d'aigua	- Aigua consumida per habitant i dia - Consum d'aigua atribuïble al turisme	Quantifica el ritme d'explotació dels recursos hídrics d'un territori	L'aigua és un recurs escàs en els països mediterranis, per la qual cosa és desitjable que el consum sigui responsable i eficient
Generació de residus	- Residus generats per habitant i dia - Residus atribuïbles al turisme - Evolució dels residus municipals	La producció de residus indica la manera de consumir recursos en un àmbit determinat	Quan més baixa sigui la producció de residus més eficient serà el consum dels recursos
Recollida selectiva de residus	- % de recollida selectiva - Recollida selectiva per habitant i dia - Evolució de la recollida selectiva	La recollida selectiva indica el reciclatge de materials, de manera que part del que era residu pot tornar a entrar en el procés de producció tot reduint el consum de recursos	La recollida selectiva suposa revaloritzar residus, de manera que s'afavoreix la recirculació de materials es redueix el consum de recursos i els residus finalistes. Quan més elevada sigui la recollida selectiva més eficient serà el consum dels recursos
Espais i establiments turístics certificats ambientalment	- Espais i establiments turístics amb certificats ambientals - % d'establiments d'allotjament turístic certificats	L'adquisició d'aquestes certificacions indica la voluntat dels agents turístics per millorar la gestió ambiental del turisme en general	Les certificacions garantitzen l'aplicació d'una sèrie de criteris de millora ambiental i de qualitat en els establiments o espais turístics, per la qual cosa és desitjable tenir el major nombre possible

Indicador	Avaluació suggerida	Interès de l'indicador	Tendència desitjada
Factor d'antropització turística	- % de superfície ocupada per infraestructures turístiques (camps de golf, parcs temàtics, zoo, etc.)	És una aproximació a l'artificialització del paisatge generada pels grans equipaments turístics.	És desitjable un factor baix, ja que significa una menor artificialització del territori. Tanmateix, l'activitat turística requereix d'una infraestructura mínima per a garantir la qualitat en el servei i el producte.
Distribució dels usos del sòl	- Usos del sòl actuals - Evolució dels usos del sòl	Els canvis en la coberta del sòl són un reflex dels processos socioeconòmics que tenen lloc en un determinat territori	La varietat d'usos contribueix a la biodiversitat, però l'augment de població comporta necessàriament un increment en la superfície urbanitzada. El creixement ha de ser contingut, gradual i compacte per a evitar la fragmentació d'ecosistemes i la sobreexplotació de recursos
Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans	- Turistes per hectàrea protegida per la figura del PEIN - Turistes per hectàrea de sòl urbà	Permet quantificar la pressió potencial a la que estan sotmesos els espais naturals i urbans dels municipis turístics	Quan més turistes hi ha per hectàrea més riscos d'hiperfreqüentació turística es donen i, per tant, més gran és la necessitat de protecció i control. És desitjable que la pressió potencial humana no sigui molt elevada, especialment en els espais vulnerables
IMD de les principals vies de comunicació	- Vehicles per dia a les principals carreteres que travessen el municipi	La IMD es relaciona amb els fluxos de circulació, i dóna una aproximació plausible a l'accessibilitat i freqüentació de l'àmbit	És desitjable una IMD moderada, ja que una elevada freqüentació de les vies de comunicació genera problemes de congestió, de contaminació atmosfèrica i acústica, i de fragmentació del territori en general
Contaminació acústica	- Nivell sonor a les principals carreteres que travessen el municipi segons la IMD	La contaminació acústica suposa una font de perturbació important per als ecosistemes, i també per a la qualitat de vida de les persones	Els nivells sonors admissibles per a la salut humana estan regulats legalment. Tot i això, és desitjable la menor contaminació acústica possible
Contaminació atmosfèrica	- Emissions de CO ₂ emeses segons origen i mitjà de transport dels turistes	La contaminació atmosfèrica contribueix al canvi climàtic, un dels grans riscos ambientals a escala global	Els nivells de contaminació atmosfèrica admissibles per a la salut humana estan regulats legalment. Tot i això, és desitjable la menor contaminació atmosfèrica possible
Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística	- Inventari de plans turístics amb incidència en els municipis d'estudi i que incorporin criteris ambientals	Identifica el grau de resposta legislativa, normativa i planificadora per a la integració d'aspectes ambientals en el desenvolupament turístic	És desitjable que la planificació turística tingui en compte criteris ambientals per a garantir l'encaix territorial de l'activitat i la seva viabilitat a llarg termini

Font: Elaboració pròpia.

4.1.2. El model d'organització d'indicadors

A partir de la llista d'indicadors presentada anteriorment, el model d'organització d'indicadors ha de garantir la coherència lògica i la interpretació sistèmica del conjunt. És a dir, el model d'organització d'indicadors proporciona un marc conceptual estructurat en el que situar els indicadors individuals de manera que sigui més fàcil la seva interpretació i valoració conjunta. Així, el resultat d'aquesta organització és el sistema d'indicadors que, com bé apunta Castro (2004), fa que la informació proporcionada sigui major i diferent a la que oferia cada una de les seves parts.

D'acord amb la informació recollida en el capítol 3, s'ha optat per combinar dos models d'organització d'indicadors: el model segons les dimensions del desenvolupament sostenible (social, econòmica i ambiental) i el model causal DPSIR. Doncs, tal i com destaca Bofill et al. (2009), aplicar un model combinat permet disposar de visions diferents i complementàries sobre un mateix fenomen. En aquest cas, el Model d'organització segons les dimensions pren com a punt de partida els objectius del turisme sostenible i permet tenir una visió multidisciplinar del fenomen; mentre que el Model d'organització causal DPSIR identifica les relacions causa-efecte que s'estableixen en l'activitat, atenent al funcionament sistèmic i perspectiva holística pròpies en el desenvolupament sostenible (Pino Neculqueo, 2001; Bossel, 1999), i facilita la formulació i monitorització de polítiques públiques (Gabrielsen i Bosch, 2003).

A la Taula 34 es presenta el sistema d'indicadors proposat per a mesurar la sostenibilitat turística, estructurat en les tres dimensions de la sostenibilitat i alhora seguint la seqüència lògica DPSIR. Val a dir que la distribució dels 30 indicadors inicials en aquesta estructura podria acceptar altres possibilitats, doncs altres interpretacions són possibles per a un mateix indicador. A més, en alguns casos és difícil discernir el tipus d'indicador que es considera segons el model DPSIR o la dimensió a la qual pertany.

Taula 34. Sistema inicial d'indicadors de sostenibilitat turística.

	A. Indicadors de causa de la pressió	B. Indicadors de pressió	C. Indicadors d'estat	D. Indicadors d'impacte	E. Indicadors de resposta
1. Dimensió sociocultural	A.1.1. Població turística A.1.2. Procedència de la demanda turística	B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals	C.1.1. Població resident C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics	D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes	E.1.1. Monuments i edificis històrics protegits E.1.2. Productes turístics aptes per a discapacitats
2. Dimensió econòmica	A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística	B.2.1. Oferta d'allotjament turístic B.2.2. Presència de segones residències	C.2.1. Accessibilitat turística C.2.2. Equipaments i serveis bàsics	D.2.1. Despesa turística D.2.2. Població ocupada en el sector turístic D.2.3. Taxa d'atur en el sector turístic D.2.4. Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria	E.2.1. Inversió pública en matèria turística
3. Dimensió ambiental	A.3.1. Consum d'energia A.3.2. Consum d'aigua A.3.3. Generació de residus	B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans B.3.2. IMD de les principals vies de comunicació	C.3.1. Distribució dels usos del sòl	D.3.1. Factor d'antropització turística D.3.2. Contaminació acústica D.3.3. Contaminació atmosfèrica	E.3.1. Recollida selectiva de residus E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística

Font: Elaboració pròpia.

Les dimensions de la sostenibilitat que es presenten a l'eix de les files de la Taula 34 responen als objectius del turisme sostenible presentats anteriorment (vegeu Taula 31). D'aquesta manera, els indicadors seleccionats per a mesurar l'objectiu de "Compatibilitat sociocultural" s'han assimilat a la dimensió sociocultural, els "d'Eficiència econòmica" a la dimensió econòmica i els de "Preservació ambiental" a la dimensió ambiental. Pel que fa a l'eix de les columnes de la mateixa Taula 34, s'han estructurat els indicadors seguint el model DPSIR que considera cinc categories possibles d'indicadors: els de causa de la pressió, els de pressió, els d'estat, els d'impacte i els de resposta. Cada grup d'indicadors es relacionen segons la causalitat, de manera que estableixen una seqüència lògica i temporal que es retroalimenta cercant l'equilibri entre l'activitat turística i els seus impactes.

Els indicadors de causa de la pressió fan referència als factors primaris del turisme que determinen pressions en un entorn determinat. Aquestes tensions generades, ja siguin directes o indirectes, són quantificades pels indicadors de pressió. D'altra banda, els indicadors d'estat descriuen les condicions per a un moment donat, de manera que es poden entendre com una situació de partida que variarà en funció de les pressions que s'hi exerceixin. La modificació d'aquest estat suposarà un impacte que serà mesurat pels indicadors d'impacte. Finalment, en funció dels impactes detectats, però també considerant la resta de factors, s'emprendran accions per a pal·liar o prevenir els efectes negatius del turisme cosa que serà identificable a partir dels indicadors de resposta. Així doncs, els indicadors estructurats segons el model DPSIR mostren una relació causa-efecte cíclica que obliga a concebre el fenomen turístic com un sistema en equilibri dinàmic.

El valor del sistema d'indicadors de sostenibilitat turística proposat rau tant en la seva simplicitat i transparència metodològica com en la seva fortalesa conceptual. El sistema d'indicadors és fruit d'una àmplia recerca bibliogràfica i d'anàlisi d'experiències (recollits en els capítols anteriors) que ha permès elaborar un marc conceptual sòlid a partir del qual desenvolupar la proposta pròpia. També ha jugat un paper molt important la vocació pràctica amb què des d'un principi s'ha volgut dotar la metodologia. Això ha suposat tenir sempre present la voluntat de generar un sistema d'indicadors útil per als gestors del territori i aplicable a escala local. A aquests efectes s'han seleccionat indicadors de tractament senzill i principalment amb dades locals fàcilment disponibles i, alhora, s'ha optat per una organització dels mateixos sistèmica i multidimensional per a facilitar la identificació dels efectes negatius del turisme i la presa de decisions als gestors. Tanmateix, l'aplicació dels criteris de selecció i l'organització d'indicadors no estan exempts d'una certa subjectivitat, doncs la manera d'interpretar-los depèn de la formació, coneixement i

experiència de l'investigador. És per aquesta raó que, tal i com en el següent apartat es presentarà, es considera convenient contrastar la proposta amb enquestes a experts segons el mètode Delphi.

4.1.3. Ajust del sistema d'indicadors a través del mètode Delphi

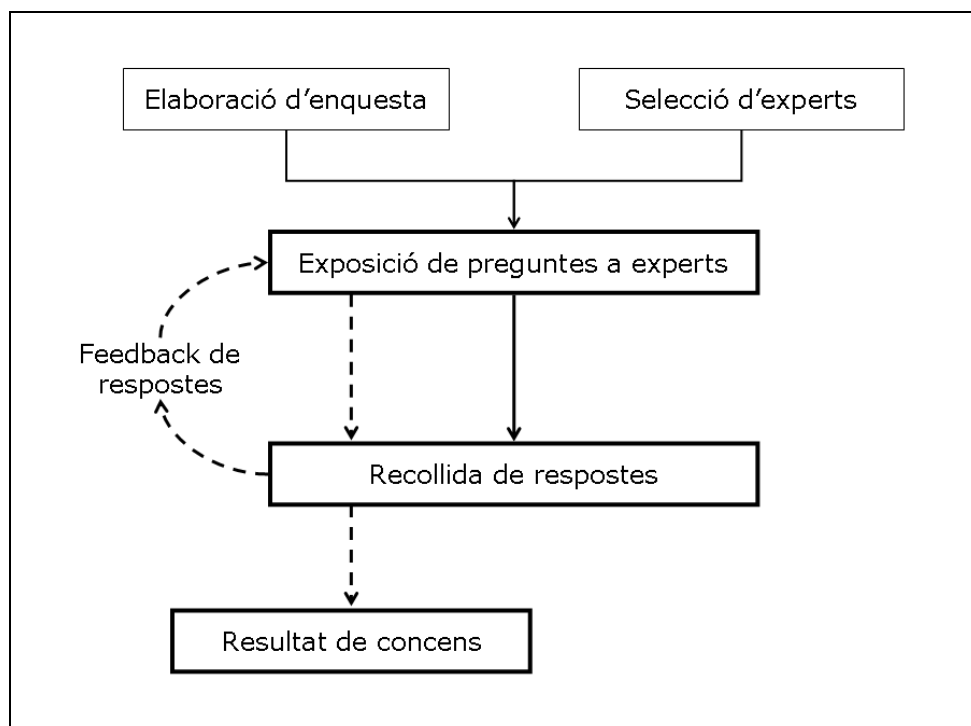
Kaynak i Macauley (1984) consideren que la tècnica Delphi és un mètode útil quan un coneixement no és exacte, ja que permet obtenir una valoració sobre el fenomen consensuada i basada en els judicis racionals d'un grup d'experts. El mètode Delphi ha estat tradicionalment utilitzat com a eina de predicció, tanmateix, Miller (2001) destaca que pot ser adaptada per a generar opinió i consens sobre qualsevol tema que requereixi l'opinió d'experts. Partint de la base que el concepte de turisme sostenible és imprecís i requereix d'una valoració participativa i integrada, sembla pertinent utilitzar la tècnica Delphi per a consensuar quins són els millors indicadors per a la seva quantificació.

L'objectiu de sotmetre la proposta del Sistema d'Indicadors a una valoració Delphi respon a l'interès d'obtenir un consens científic sobre la seva idoneïtat com a eina per a la quantificació de la sostenibilitat turística a escala local. La proposta sorgeix d'una base teòrica argumentada però no està exempta d'una certa subjectivitat, motiu pel qual es pretén contrastar l'opinió de l'investigador amb la d'experts per a complementar i millorar el sistema.

4.1.3.1. La construcció de l'Enquesta Delphi i la seva aplicació

El mètode Delphi parteix de la premissa d'obtenir un consens entre experts a partir d'una enquesta que es respon de manera anònima, evitant d'aquesta manera possibles pressions derivades de la influència "experts reconeguts", de modificar punts de vista expressats públicament o d'escollir punts de vista només per obtenir un consens fàcil (Sancho -dir.-, 2001). A més el mètode suposa una interacció i feedback controlat en les respostes, a partir de diverses rondes de preguntes que es recirculen amb les respostes anònimes fins arribar a un consens majoritari. Finalment, els resultats s'expressen de manera estadística, obtenint així un resultat quantitatiu per a tot el procés (vegeu Figura 19).

Figura 19. Fases del mètode Delphi.



Font: Elaboració pròpia.

El primer pas en l'aplicació del mètode Delphi és la construcció de l'enquesta que es presentarà als experts. L'estructura de l'Enquesta Delphi que es proposa consta bàsicament de dues parts diferenciades, una primera part introductòria que explica breument l'estudi que s'està realitzant i el perquè de l'Enquesta als experts, i una segona part que recull el conjunt de preguntes de la pròpia Enquesta.

La introducció a l'Enquesta Delphi presenta el context en què es desenvolupa la investigació i exposa l'objecte d'estudi. A partir d'aquí presenta les consideracions sobre el sistema d'indicadors de sostenibilitat turística que es vol valorar i justifica la necessitat de fer-ho a través de l'Enquesta Delphi. Seguidament es planteja un total de 7 preguntes semitancaades i un apartat final destinat a comentaris que els experts vulguin afegir. Les primeres quatre preguntes plantejades fan referència a la construcció i interpretació del sistema d'indicadors (número d'indicadors, criteris de selecció, model d'organització i límits de sostenibilitat), mentre que les tres següents són específiques per als 30 indicadors proposats prèviament. A continuació es presenta a la Figura 20 l'Enquesta Delphi que s'ha utilitzat per a discutir el sistema d'indicadors inicial.

Figura 20. Enquesta Delphi sobre la quantificació de la sostenibilitat turística a escala municipal (2011).

INFORMACIÓ PRÈVIA PER A L'EXPERT ENQUESTAT

Marc de la investigació

Aquesta Enquesta Delphi forma part de la Tesi doctoral *Turisme i sostenibilitat. Una proposta metodològica per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal*, que està essent realitzada per la doctorand Anna Torres Delgado i dirigida pel Dr. Francesc López Palomeque, en el marc del Programa de Doctorat de Geografia, Planificació Territorial i Gestió Ambiental de la Universitat de Barcelona.

Objecte d'estudi

La investigació que s'està realitzant pretén contribuir a identificar i quantificar la sostenibilitat turística per a millorar la planificació i gestió del turisme en l'àmbit municipal. Amb aquesta finalitat s'elabora un sistema d'indicadors de sostenibilitat turística que és precisament el que es vol contrastar a través d'aquesta Enquesta Delphi.

Consideracions sobre el sistema d'indicadors de sostenibilitat turística

El sistema d'indicadors que es proposa és fruit d'una àmplia recerca bibliogràfica i d'experiències, que ha permès elaborar un marc conceptual sòlid a partir del qual desenvolupar la proposta. Tanmateix, des d'un principi s'ha treballat amb vocació pràctica, per la qual cosa s'ha primat la utilitat de la proposta per als gestors del territori i, especialment, per a la seva aplicabilitat a escala municipal. Així, s'han seleccionat indicadors de tractament senzill i principalment amb dades locals fàcilment disponibles.

Per què una enquesta Delphi?

Malgrat que s'ha intentat elaborar un sistema d'indicadors de sostenibilitat turística objectiu, qualsevol procés de selecció i d'organització de variables depèn del criteri del propi investigador i, per tant, pateix d'una certa subjectivitat. És per aquesta raó que es pretén validar i/o millorar el sistema d'indicadors proposat a partir de la seva discussió a través d'enquestes a experts segons el mètode Delphi.

A qui es fa l'Enquesta Delphi?

El panell seleccionat està format per experts en turisme sostenible que provenen tan d'àmbits de la recerca, com de la planificació i gestió turística.

PREGUNTES

1. Quants indicadors considera òptims per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> < 10 indicadors | <input type="checkbox"/> 30-50 indicadors |
| <input type="checkbox"/> 10-30 indicadors | <input type="checkbox"/> > 50 indicadors |

2. Quins considera que són els 4 criteris més importants alhora de seleccionar els indicadors per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal¹?

- La pertinència: tenir relació amb la temàtica d'estudi
- L'adaptació: adaptar-se a escala territorial de l'àrea d'estudi
- La mesurabilitat: disposar de dades per al càlcul actualitzades periòdicament
- El rigor científic: estar ben argumentat científicament
- La rellevància: representar problemàtiques
- El fàcil tractament i càlcul: ser clar en la metodologia
- La comunicabilitat: ser comprensible pel públic en general
- La comparabilitat: poder comparar els seus resultats
- La participació: despertar l'interès dels agents implicats
- Altres:.....

3. Quin model per organitzar els indicadors seleccionats considera més adient per a estructurar el sistema d'indicadors de sostenibilitat turística²?

- Organització segons els medis (aigua, aire, terra, biota, etc.)
- Organització segons les dimensions de la sostenibilitat (social, econòmica i ambiental)
- Organització segons àmbits temàtics i subtemes (demografia, salut, atmosfera, biodiversitat, governança, desenvolupament econòmic etc.)
- Organització segons sistemes i subsistemes (per exemple: sistema humà, sistema suport i sistema natural)
- Organització segons relacions causals (model PSR: pressió-estat-resposta; o model DPSIR: causes-estat-impacte-resposta)
- Altres:.....

4. Quina aproximació creu que és més correcta per a definir els límits de referència per a la sostenibilitat turística³?

- Utilitzar dades o tendències històriques, assumint que el passat era més sostenible que la situació actual.
- Utilitzar dades actuals, assumint la sostenibilitat per comparació.
- Utilitzar una aproximació teòrica, proposant una condició de referència a partir de principis conceptuals.
- Utilitzar processos participatius, establint els millors i pitjors escenaris possibles.
- Altres:.....

5. Seleccioni per a cada dimensió els 3 indicadors que considera claus per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal

Dimensió social	Població turística
	Població resident
	Imatge transmesa a través de materials promocionals
	Diversificació dels atractius i recursos turístics
	Monuments i edificis històrics protegits
	Procedència de la demanda turística
	Productes turístics aptes per a discapacitats
	Grau de satisfacció dels turistes
Dimensió econòmica	Oferta d'allotjament turístic
	Estacionalitat de l'oferta turística
	Presència de segones residències
	Accessibilitat turística
	Despesa turística
	Inversió pública en matèria turística
	Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria
	Població ocupada en el sector turístic
	Taxa d'atur en el sector turístic
Equipaments i serveis bàsics	
Dimensió ambiental	Consum d'energia
	Consum d'aigua
	Generació de residus
	Recollida selectiva de residus
	Espais i establiments turístics certificats ambientalment
	Factor d'antropització turística (ha ocupades per infraestructura turística)
	Distribució dels usos del sòl
	Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans
	IMD de les principals vies de comunicació
	Contaminació acústica
	Contaminació atmosfèrica
Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística	

6. Afegiria algun indicador que no s'ha tingut en compte?

- No
 Sí Quin?.....

7. Seleccioni per a cada dimensió els 3 indicadors que considera menys significatius per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal

Dimensió social	Població turística
	Població resident
	Imatge transmesa a través de materials promocionals
	Diversificació dels atractius i recursos turístics
	Monuments i edificis històrics protegits
	Procedència de la demanda turística
	Productes turístics aptes per a discapacitats
	Grau de satisfacció dels turistes
Dimensió econòmica	Oferta d'allotjament turístic
	Estacionalitat de l'oferta turística
	Presència de segones residències
	Accessibilitat turística
	Despesa turística
	Inversió pública en matèria turística
	Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria
	Població ocupada en el sector turístic
	Taxa d'atur en el sector turístic
	Equipaments i serveis bàsics
Dimensió ambiental	Consum d'energia
	Consum d'aigua
	Generació de residus
	Recollida selectiva de residus
	Espais i establiments turístics certificats ambientalment
	Factor d'antropització turística (ha ocupades per infraestructura turística)
	Distribució dels usos del sòl
	Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans
	IMD de les principals vies de comunicació
	Contaminació acústica
	Contaminació atmosfèrica
	Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística

Vol afegir algun comentari respecte l'objecte d'estudi?

.....

Gràcies per la seva col·laboració.

Referències

¹ Llistat de criteris basat en White et al. (2006a), Garbelli (2004), Vera (-dir.-, 2001), Bossel (1999), Blackstock et al. (2006), i GST (2007).

² Opcions d'organització proposades per Sureda i Felipe (2010).

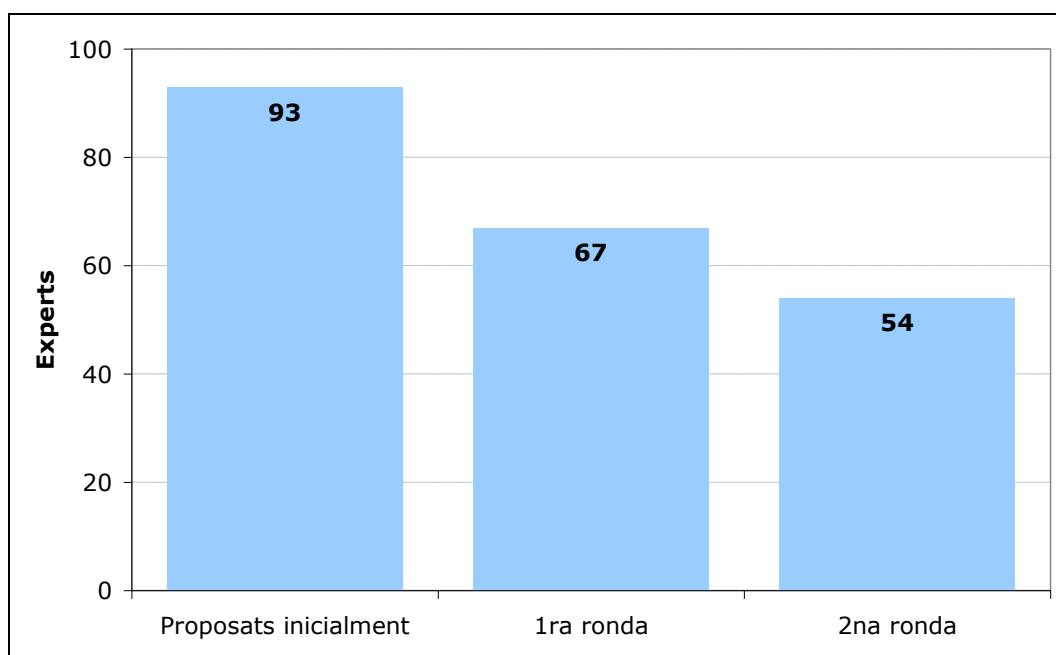
³ Aproximacions proposades per Bell i Morse (2003).

Font: Elaboració pròpia.

D'acord amb l'objecte d'estudi de l'Enquesta, el panell d'experts seleccionat ha d'estar especialitzat en temes de desenvolupament sostenible del turisme i ser alhora divers i equilibrat en la seva composició, és a dir, procedir tan d'àmbits de la recerca com de la planificació i gestió turística. A més, considerant l'especificitat territorial de la sostenibilitat, s'han prioritzat els experts familiaritzats amb l'àmbit territorial d'estudi, en aquest cas Catalunya. A partir d'aquestes premisses s'han proposat inicialment un total de 93 experts per a participar en l'Enquesta Delphi, dels quals finalment han completat el procés 54 experts (vegeu Taula 35).

Per a realització de les enquestes s'ha enviat inicialment un correu electrònic a cada un dels 93 experts seleccionats, a on se'ls ha explicat l'estudi i convidat a participar en l'Enquesta. La primera ronda s'ha realitzat a través d'un formulari on-line generat amb el programari *google documents*. A partir de les respostes recollides s'han elaborat uns resultats estadístics preliminars que s'han recirculat de nou entre els experts que havien respost a la primera ronda, concretament 67 experts, als quals se'ls hi ha demanat que contrastessin les seves respostes inicials amb els resultats globals de manera que si ho creien convenient podien modificar-les. En aquesta segona ronda han participat 54 experts i s'ha assolit un nivell de consens suficient com per a que no calgui més *feedback* de respostes (vegeu Figura 21). La totalitat del procés s'ha dut a terme durant els mesos de setembre i octubre de 2011.

Figura 21. Número d'experts segons la fase de l'Enquesta Delphi (2011).



Font: Elaboració pròpia.

Taula 35. Experts que han participat en l'Enquesta Delphi (2011).

Entitat	Experts
Universitats	
Universitat de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Martí Cors Iglesias ▪ Jaume Font Garolera ▪ Belén Gómez Martín ▪ Francesc López Palomeque ▪ Llorenç Prats Canals
Universitat Autònoma de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Joan Carles Llurdés Coit ▪ Gerda K. Priestley ▪ David Saurí Pujol
Universitat de Girona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rosa Maria Fraguell Sansbelló ▪ Núria Galí Espelt ▪ Lluís Mundet Cerdan
Universitat Rovira i Virgili (Tarragona)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salvador Anton Clavé ▪ Josep Oliveras Samitier
Universitat Oberta de Catalunya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Francesc González Reverté
Universitat de les Illes Balears	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Macià Blazquez Salom ▪ Onofre Rullan Salamanca
Universitat d'Alacant	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jorge Olcina Cantos ▪ José Fernando Vera Rebollo
Universitat Jaume I (Castelló)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diego López Olivares
Universitat de València	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amparo Sancho Pérez
Universidad de Jaén	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Juan Ignacio Pulido Fernández
Universidad de Santiago de Compostela	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruben Camilo Lois González ▪ Xose Manuel Santos Solla
Universidad Complutense de Madrid	<ul style="list-style-type: none"> ▪ María Isabel del Río Lafuente ▪ María García Hernández ▪ Miguel Ángel Troitiño Vinuesa
Universidad Autónoma de Madrid	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diego Barrado Timón
Universidad de La Laguna (Tenerife)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ José Ramón Vera Galván
Universidad de Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manuel Marchena Gómez ▪ Enrique Luís Santos Pavón
Administració pública	
Diputació de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Xavier Font Urgell ▪ Damià Serrano Miracle
Patronat de Turisme Costa Brava Girona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ramon Ramos Argimón
Generalitat de Catalunya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beatriu Aguer Bayarri ▪ Enric González Milà
Turisme de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Joana Homs Ros
Parcs Naturals de la Diputació de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ramon Espinach Grau
Consell Assessor pel Desenvolupament Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Xavier Cazorla Clarisó
TURESPAÑA	
Ajuntament de Roses	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montserrat Mindan Cortada
Ajuntament de Torroella de Montgrí	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Genís Dalmau Burgués
Ajuntament de Santa Susanna	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Joan Campolier Montsant
Ajuntament de Salou	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benet Presas Sureda
Ajuntament de La Vall de Boí	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meritxell Ramon Bisen
Ajuntament de Castellolí	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sergi Vila Martínez
Ajuntament de Tarragona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carles Sanz Laborel
Empreses privades	
Estudi Xavier Mayor Farguell et al.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Júlia Barba Miralpeix ▪ Xavier Mayor Farguell
Inèdit innovació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ramon Farreny Gaya ▪ Jordi Oliver Solà
Estudi X3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Xavier Basora Roca ▪ Xavier Sabaté Rotés
Agrícola Regional SA (ARSA)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Josep Altayó Agustí
STOA. Patrimoni Turisme i museografia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manel Miró Alaix

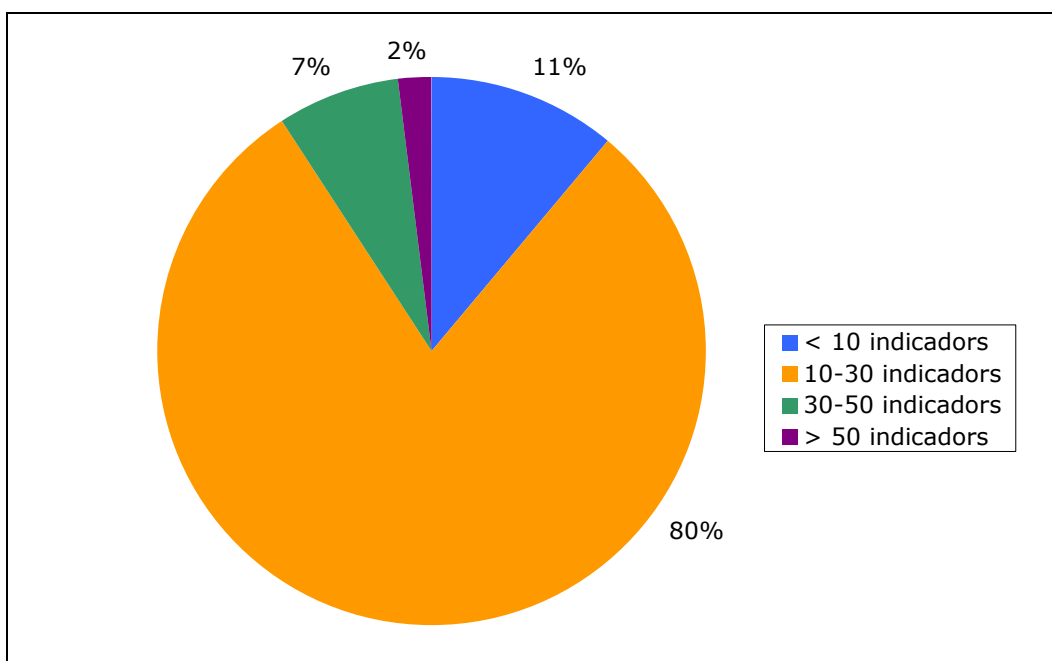
Font: Elaboració pròpia.

4.1.3.2. Els resultats de l'Enquesta Delphi

Els resultats de l'Enquesta Delphi s'han tractat amb el programa *Excel*, generant dades percentuals per a cada una de les respostes possibles (vegeu Taula 1 dels Annexos) i creant gràfics per a facilitar-ne la seva interpretació i comunicació.

La primera pregunta que es formulava era relativa al número d'indicadors que es considera òptim per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal. En aquest cas hi ha hagut un ampli consens (80%) sobre que un sistema d'entre 10-30 indicadors seria suficient (vegeu Figura 22). La relació de percentatges en les respostes també denota una clara preferència per sistemes amb poques variables, doncs el 91% de les respostes es concentren en bateries de menys de 30 indicadors.

Figura 22. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 1: *Quants indicadors considera òptims per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal?*

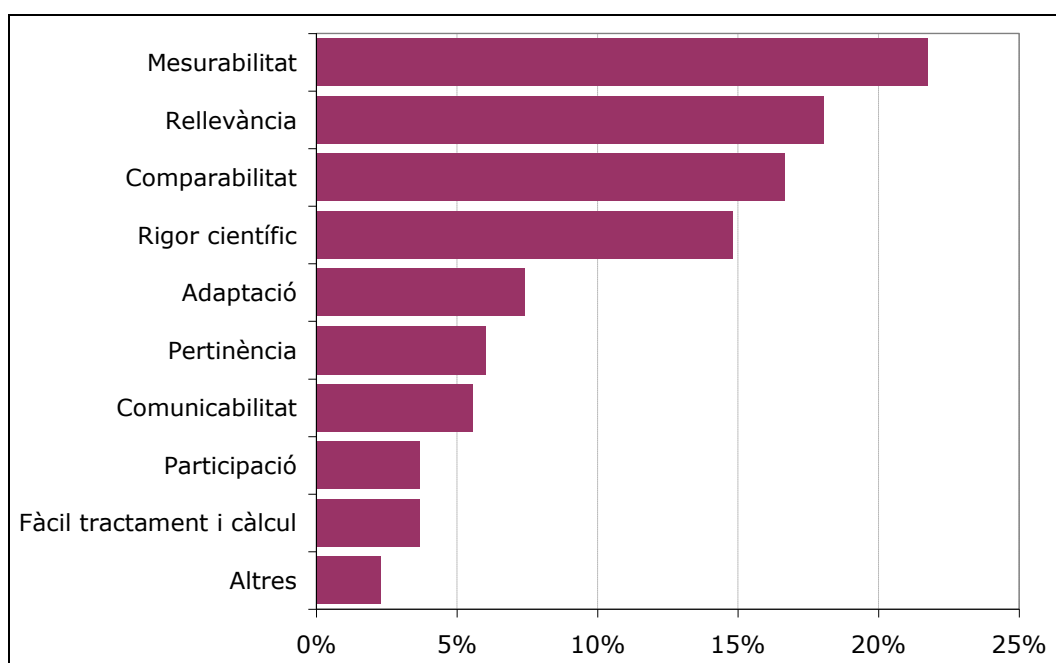


Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la segona pregunta, es demanava que entre una llista de 10 criteris s'escollissin els 4 més importants per seleccionar els indicadors de sostenibilitat

turística. Les respostes han identificat com a criteris més significatius la mesurabilitat, la rellevància, la comparabilitat i el rigor científic (vegeu Figura 23). Novament s’ha aconseguit un consens força clar en aquesta qüestió, doncs aquests 4 criteris han estat escollits en el 71% de les respostes. El fet que la mesurabilitat sigui el criteri més escollit (22%) evidencia la vocació pràctica d’aquests instruments, així com la rellevància, la comparabilitat i el rigor científic denoten la seva pertinença en els processos de planificació i gestió.

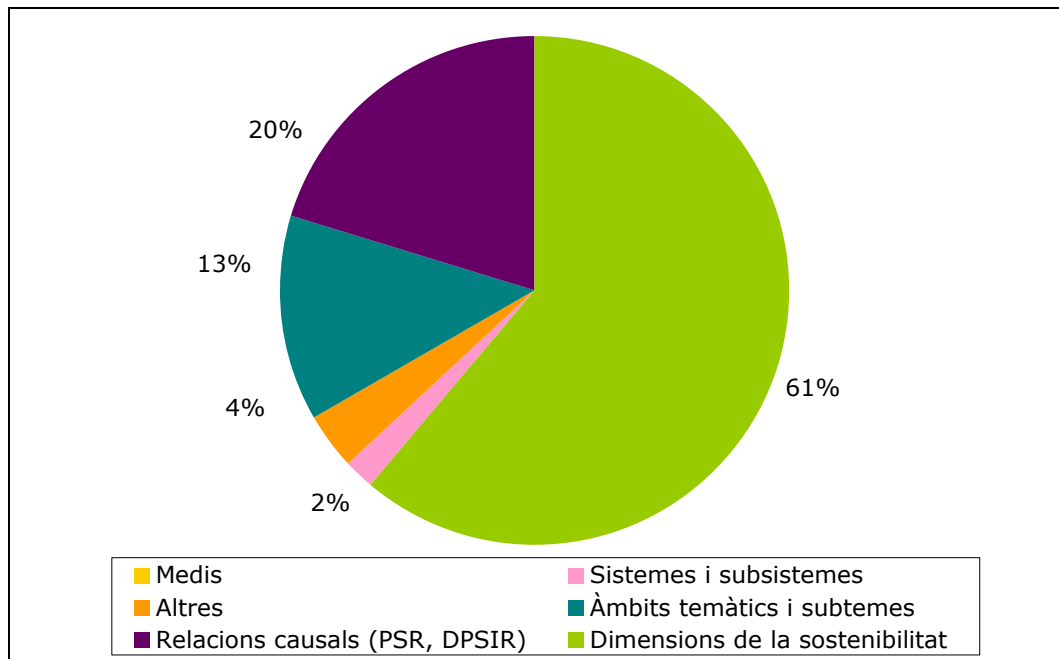
Figura 23. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 2: Quins considera que són els 4 criteris més importants alhora de seleccionar els indicadors per a mesurar la sostenibilitat turística a escala municipal?



Font: Elaboració pròpia.

La tercera pregunta es centrava en l’organització del sistema d’indicadors, formulant 6 models conceptuals entre els que escollir. El 61% dels experts enquestats han considerat que l’organització en les tres dimensions de la sostenibilitat (social, econòmica i ambiental) és el model més adient per a un sistema d’indicadors de sostenibilitat turística (vegeu Figura 24). Tanmateix, una estructuració segons relacions causals o àmbits temàtics també s’han seleccionat en molts casos.

Figura 24. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 3: Quin model per organitzar els indicadors seleccionats considera més adient per a estructurar el sistema d'indicadors de sostenibilitat turística?



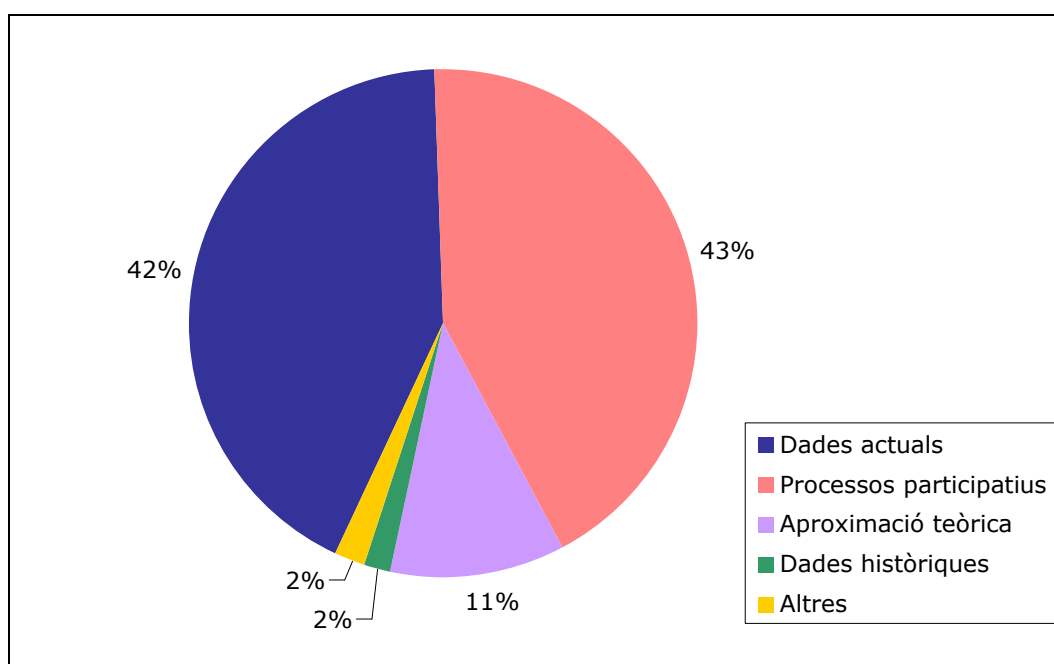
Font: Elaboració pròpia.

La darrera pregunta abans d'entrar a valorar pròpiament el sistema d'indicadors fa referència a la manera més adient de valorar la sostenibilitat, és a dir, com fixar llimdars que permetin identificar quan l'activitat deixa de ser sostenible turísticament. En aquest cas hi ha hagut més de disparitat d'opinions, identificant-se un empat entre les aproximacions d'establir llimdars de referència a través de dades actuals, assumint la sostenibilitat per comparació, i utilitzar processos participatius establint els millors i pitjors escenaris possibles (vegeu Figura 25). El que sembla clar però, és que es dona un sentit contemporani al concepte de sostenibilitat atribuint-li la seva interpretació a valoracions actuals, ja sigui a través de dades estadístiques o lectures subjectives.

Finalment es formulaven tres preguntes relatives al sistema d'indicadors proposat. Concretament es demanava que del llistat seleccionat prèviament s'escollissin aquells 3 indicadors clau per a cada dimensió de la sostenibilitat turística (social, econòmica i ambiental), així com els 3 menys significatius (vegeu Figures 26, 27 i 28). En el cas que es considerés necessari, també es donava l'opció a proposar nous indicadors d'interès (vegeu Taula 36). Alhora d'interpretar els resultats dels indicadors clau és tan important remarcar els més escollits com aquells que no han rebut cap vot i que, segons la lògica, haurien de coincidir amb els considerats

menys significatius. D'aquesta manera es poden identificar els indicadors negligibles.

Figura 25. Enquesta Delphi (2011). Respostes a la Pregunta 4: Quina aproximació creu que és més correcta per a definir els límits de referència per a la sostenibilitat turística?



Font: Elaboració pròpia.

Taula 36. Enquesta Delphi (2011). Nous indicadors proposats pels experts enquestats.

- Anàlisi dels fluxos de materials importats directes
- Capacitat d'absorció de turistes
- Fragmentació d'hàbitats naturals
- Gentrificació
- Grau de satisfacció de la població resident
- Impacte ambiental global d'una nit d'allotjament (kg CO2 eq / persona i nit)
- Percepció dels turistes del deteriorament/manteniment ambiental
- Pèrdua biodiversitat
- Petjada ecològica
- Ús públic del patrimoni natural i/o cultural
- Rehabilitacions, millores urbanístiques i ambientals promogudes pel turisme
- Relacions de poder als enclavaments turístics
- Tipologia de llocs de treball
- Volum de comerç i oci

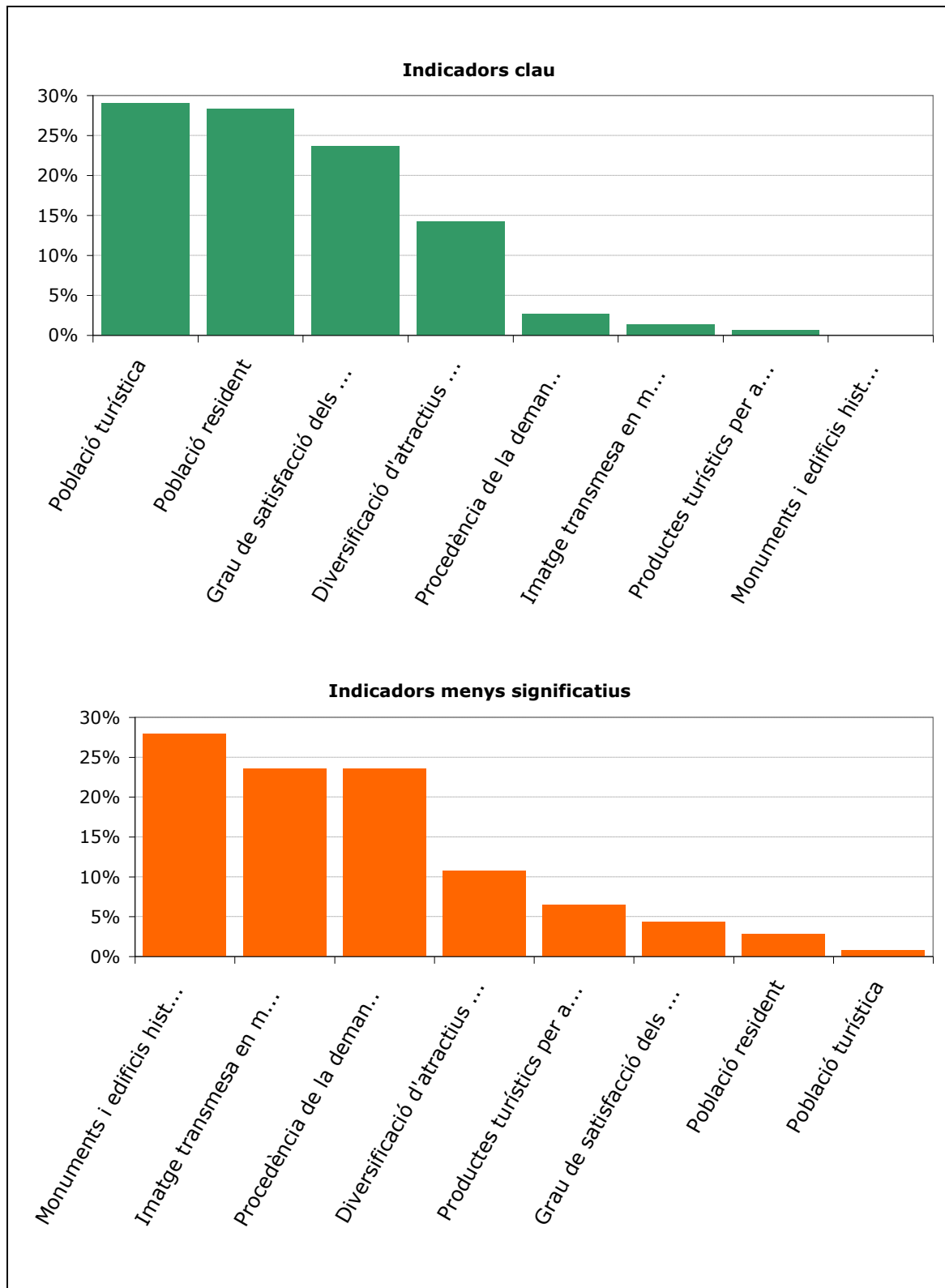
Font: Elaboració pròpia

Respecte la dimensió social de la sostenibilitat turística, hi ha clarament 4 indicadors que es consideren bàsics: la població turística, la població resident, el grau de satisfacció dels turistes i la diversificació d'atractius i recursos turístics (vegeu Figura 26). Per tant, és evident que en aquesta dimensió el pes de la sostenibilitat recau en les relacions turista-resident, tot i que també es destaca el component cultural i patrimonial de l'activitat. D'altra banda, els indicadors que es consideren menys significatius són: els monuments i edificis històrics protegits, la imatge transmesa en materials promocionals, i la procedència de la demanda turística. Val a dir que els dos darrers indicadors han estat valorats com a claus en algunes respostes, per la qual cosa només hi ha unanimitat en que l'indicador *Monuments i edificis històrics protegits* és prescindible.

Pel que fa a la dimensió econòmica, els indicadors millor valorats han estat: la despesa turística, la població local activa i ocupada en turisme, l'oferta d'allotjament turístic i la seva l'estacionalitat (vegeu Figura 27). Aquesta selecció fa palesa la importància dels indicadors econòmics tradicionals, basats en la capacitat de generar llocs de treball i ingressos directes, però també atorga importància a la infraestructura turística i la seva amortització. En canvi, els indicadors destacats com a menys significatius han estat: la mobilitat dels treballadors de l'hostaleria, els equipaments i serveis bàsics, i l'accessibilitat turística. D'aquests només l'indicador: mobilitat dels treballadors de l'hostaleria, sembla completament negligible donat que els altres indicadors també han estat valorats com a clau per alguns experts.

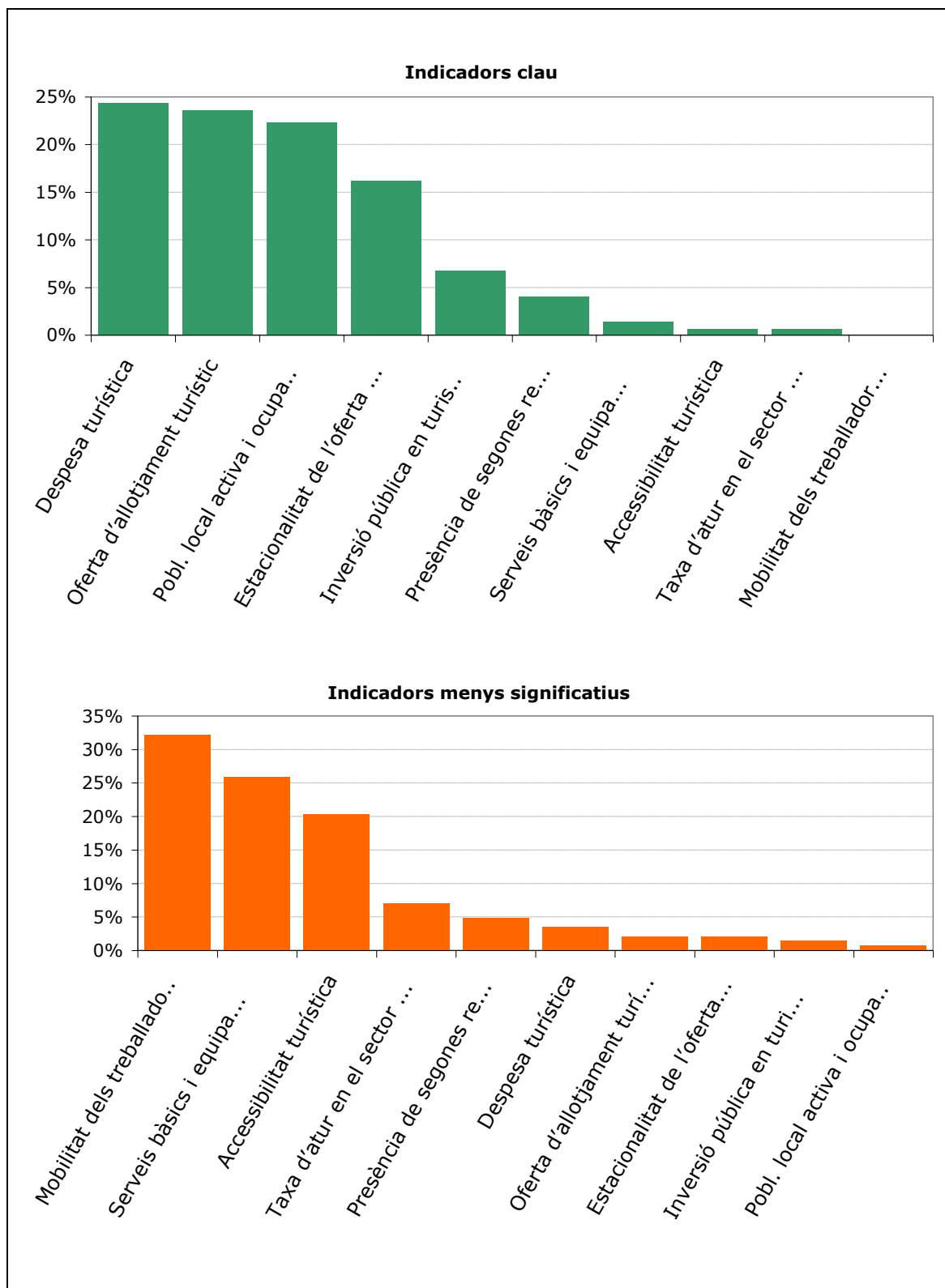
La dimensió ambiental és potser la que presenta major disparitat en les respostes (vegeu Figura 28). Els indicadors seleccionats com a clau han estat: el consum d'aigua, el consum d'energia, i la incorporació de criteris ambientals en la planificació. Per tant, sembla correcte afirmar que el que s'ha valorat com a decisiu en la sostenibilitat ambiental del turisme ha estat el consum de recursos en general i la regulació que se'n fa des de la planificació sectorial. Val la pena destacar que els indicadors referits a la contaminació acústica, contaminació atmosfèrica i IMD no s'han valorat en cap cas com a claus en el procés de sostenibilitat turística. Com és d'esperar, aquests tres indicadors han estat escollits com a menys significatius, especialment la IMD. També, hi ha diversos indicadors que es troben en una situació intermèdia, és a dir, que s'han escollit com a claus i no significatius en proporcions similars (per exemple el Factor d'Antropització Turística, la distribució d'usos del sòl, els espais i establiments turístics certificats ambientalment, etc.).

Figura 26. Enquesta Delphi (2011). Dimensió social: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.



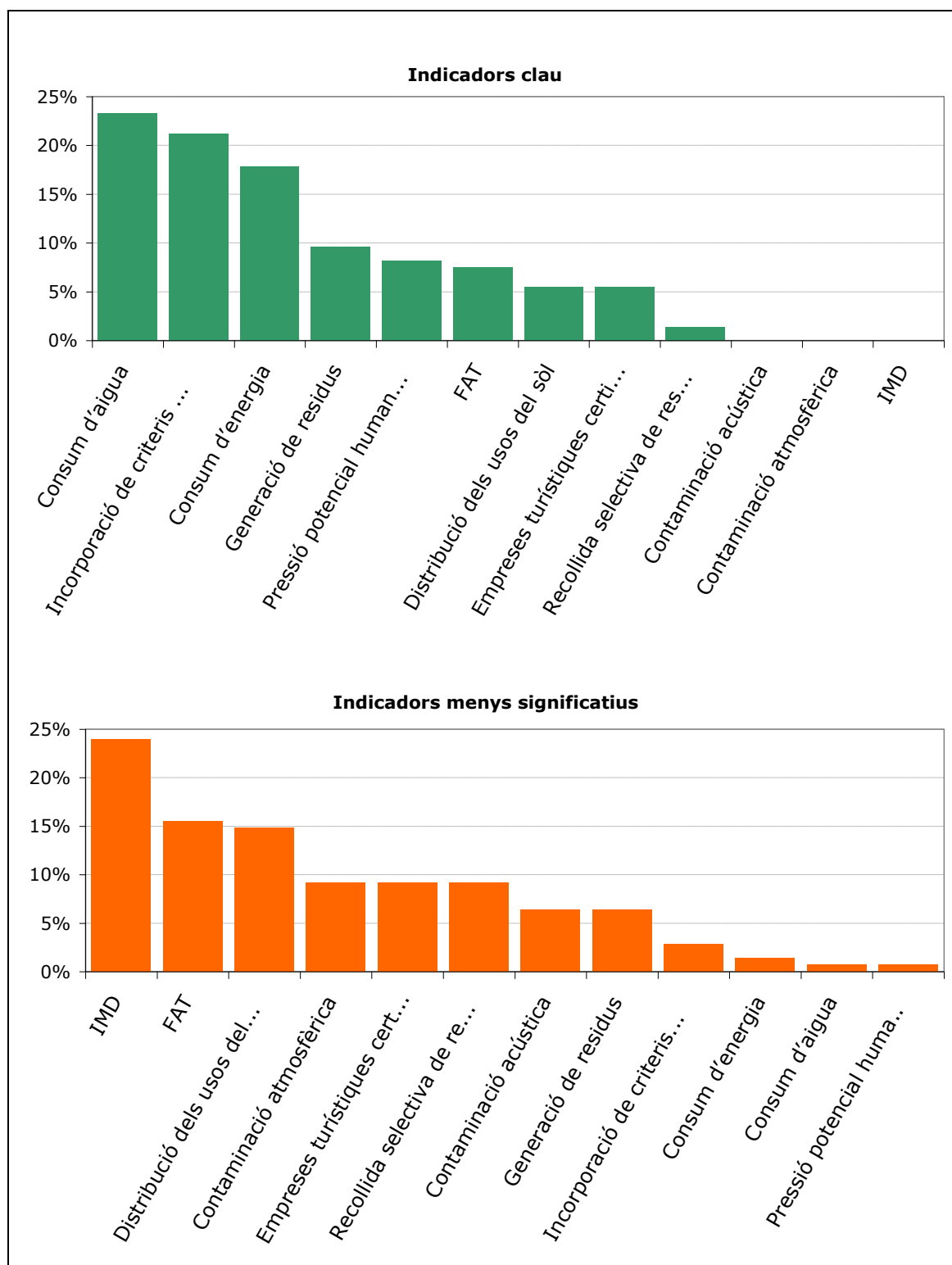
Font: Elaboració pròpia.

Figura 27. Enquesta Delphi (2011). Dimensió econòmica: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 28. Enquesta Delphi (2011). Dimensió ambiental: identificació dels indicadors clau i dels menys significatius en l'estudi de la sostenibilitat turística.



Font: Elaboració pròpia.

4.1.3.3. Els ajustos introduïts segons la valoració de resultats

Tal i com s'ha comentat en apartats anteriors, l'objectiu de realitzar aquesta Enquesta Delphi és qüestionar el sistema inicial d'indicadors proposat (vegeu Taula 34.) per tal de contrarestar el component subjectiu inherent de l'investigador. Així, el següent pas és valorar a partir dels resultats obtinguts la idoneïtat dels criteris i passos seguits per a elaborar el Sistema.

Aspectes funcionals i d'estructura, tals com el nombre d'indicadors i el seu model d'organització, han estat àmpliament avalats. En aquest sentit cal recordar que inicialment s'havien proposat 30 indicadors organitzats segons un model combinat a partir de les dimensions de la sostenibilitat (social, econòmica i ambiental) i les relacions causals DPSIR. L'Enquesta Delphi ha constatat en un 80% de les respostes que un sistema d'entre 10-30 indicadors és òptim, i alhora els models d'organització més votats han estat els basats en les dimensions de la sostenibilitat (61%) i les relacions causals (20%).

Pel que fa als criteris de selecció d'indicadors també hi ha hagut coincidència amb els experts, especialment en la necessitat de disposar d'indicadors calculables (mesurabilitat) i d'un marc teòric que els avaluï (rigor científic), però també en la importància que siguin significants en el territori i pels objectius d'estudi (rellevància). Potser la comparabilitat ha estat un criteri que no s'ha expressat tan clarament com els altres en la formulació inicial del sistema, tot i que evidentment estava implícit en la voluntat d'aplicar el sistema d'indicadors a diferents casos d'estudi. D'altra banda, el fàcil tractament i càlcul dels indicadors sembla ser un criteri poc important pels experts enquestats. Tanmateix, la vocació pràctica que es vol atribuir a la proposta metodològica fruit d'aquesta investigació obliga a considerar-ho com a un aspecte clau.

Alhora de valorar la sostenibilitat turística, el plantejament inicial era aplicar el sistema d'indicadors a diferents casos d'estudi i valorar-ne els resultats comparativament. L'Enquesta estableix que els llistats de referència de la sostenibilitat turística s'han de basar en dades comparatives, assumint la sostenibilitat per comparació, o bé en processos participatius establint els millors i pitjors escenaris possibles. Així doncs, es pot donar com a vàlid el plantejament inicial, i esmentar que en tot cas el desenvolupament de processos participatius implicaria una estructura organitzativa molt més complexa i un horitzó temporal més ampli del que es disposa en aquest estudi.

La contrastació d'opinions respecte els indicadors seleccionats, en canvi, suposa repensar la inclusió d'alguns indicadors suggerits pels experts, així com eliminar-ne d'altres clarament identificats com a prescindibles. Segons les respostes recollides a l'Enquesta Delphi, els indicadors no significants en la valoració de la sostenibilitat turística són:

- Monuments i edificis històrics protegits
- Mobilitat dels treballadors de l'hostaleria
- IMD de les principals vies de comunicació
- Contaminació acústica
- Contaminació atmosfèrica

Donat que s'ha aconseguit un elevat grau de consens al respecte, es considera adient eliminar aquests cinc indicadors del sistema proposat. D'altra banda, dels nous indicadors proposats pels experts (vegeu Taula 36), s'opta per incorporar aquell que permet la valoració d'aspectes que no s'havien tingut en compte i que no es poden englobar en cap altre indicador preexistent:

- Volum de comerç i oci

L'interès de l'indicador *Volum de comerç i oci* és valorar la contribució del turisme a la creació de teixit empresarial, i per a constatar-ho s'identifiquen les empreses relacionades amb l'oci i la comercialització turística. La situació òptima en aquest cas és que efectivament el turisme contribueixi a crear i fer créixer l'estructura empresarial però de manera equilibrada amb altres sectors, evitant d'aquesta manera una dependència excessiva de l'activitat.

Considerant els arguments presentats i les modificacions introduïdes, la Taula 37 presenta el Sistema d'Indicadors de sostenibilitat turística definitiu que s'aplicarà en diversos casos d'estudi en l'àmbit territorial de Catalunya.

Taula 37. Sistema definitiu d'indicadors de sostenibilitat turística.

	A. Indicadors de causa de la pressió	B. Indicadors de pressió	C. Indicadors d'estat	D. Indicadors d'impacte	E. Indicadors de resposta
1. Dimensió sociocultural	A.1.1. Població turística A.1.2. Procedència de la demanda turística	B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals	C.1.1. Població resident C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics	D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes	E.1.1. Productes turístics aptes per a discapacitats
2. Dimensió econòmica	A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística	B.2.1. Oferta d'allotjament turístic B.2.2. Presència de segones residències	C.2.1. Accessibilitat turística C.2.2. Equipaments i serveis bàsics C.2.3. Volum de comerç i oci	D.2.1. Despesa turística D.2.2. Població ocupada en el sector turístic D.2.3. Taxa d'atur en el sector turístic	E.2.1. Inversió pública en matèria turística
3. Dimensió ambiental	A.3.1. Consum d'energia A.3.2. Consum d'aigua A.3.3. Generació de residus	B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans	C.3.1. Distribució dels usos del sòl	D.3.1. Factor d'antropització turística	E.3.1. Recollida selectiva de residus E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística

Font: Elaboració pròpia.

4.2. EL PROCEDIMENT METODOLÒGIC: RECOLLIDA I TRACTAMENT DE DADES

Una vegada definit el Sistema d'Indicadors que ha de permetre avaluar la sostenibilitat turística a escala municipal, el següent pas és aplicar la metodologia als casos d'estudi. A tal efecte, cal reflexionar sobre la millor manera de recollir les dades necessàries per al càlcul dels indicadors, especialment si es treballa amb un volum important d'informació com és en aquest cas, i sobre el seu tractament i representació per a facilitar-ne la comprensió i interpretació.

Una recollida sistemàtica i organitzada de dades és el procediment més adient per a facilitar el càlcul dels indicadors, doncs garanteix una certa homogeneïtat en la informació recopilada i alhora una transparència i estructura que contribueix a una millor aplicació. Pel que fa al tractament de les dades, més enllà del càlcul numèric de cada indicador, utilitzar diverses opcions de representació (gràfics i taules) proporciona una manera diferent i complementària d'entendre els resultats generant nova informació i interpretacions sobre el mateix fenomen. Considerant aquestes premisses, els següents apartats presenten el procediment metodològic que es seguirà per a aplicar el Sistema d'Indicadors proposat als casos d'estudi.

4.2.1. La recollida sistemàtica de dades i l'aplicació del sistema d'indicadors

L'aplicació del sistema d'indicadors en els casos d'estudi requereix inicialment de la recollida sistemàtica i organitzada de les dades necessàries per al càlcul de cada un dels seus indicadors. Això suposa fer una revisió de cada un d'ells per a determinar-ne quines són les variables desagregades més simples que intervenen en la seva fórmula. D'acord amb això, a la Taula 38 s'enumeren les dades bàsiques que cal obtenir per a cada un dels municipis d'estudi per a calcular els indicadors proposats. Tenint en compte el model conceptual en el que s'estructura el sistema d'indicadors, és a dir les tres dimensions de la sostenibilitat, aquestes dades s'han organitzat segons la seva naturalesa social, econòmica i ambiental, i s'ha afegit una quarta categoria de variables generals.

La majoria de la informació està disponible en fonts d'informació pública (INE, Institut d'Estadística de Catalunya -IDESCAT-, Departaments de la Generalitat, Ministeris, Ajuntaments, etc.). Tanmateix, les dades poden variar significativament en funció de l'organisme consultat, perquè els instruments de medició o les

metodologies de càlcul són diferents. Per aquest motiu, per tal de minimitzar els errors derivats de la transferència i manipulació d'informació entre organismes, es prioritzarà sempre la font més directa a l'àmbit territorial i temàtic que es tracta. Així, sempre que es pugui s'ha d'optar per utilitzar fonts locals ja que disposen de dades més fiables i actualitzades (Bofill et al., 2009).

Taula 38. Variables simples per al càlcul dels indicadors proposats.

Dades generals	
▪ Nom municipi	▪ Província
▪ Superfície municipal	▪ Marca turística
▪ Comarca	▪ Modalitat turística predominant
Dades socioculturals	
▪ Població actual censada	▪ Opinió de la destinació
▪ Població censada en diferents anys	▪ Turistes estrangers
▪ Recursos i activitats turístiques	▪ Turistes espanyols
▪ Recursos i activitats turístiques per discapacitats	▪ Turistes catalans
▪ Imatge de la destinació	▪ Turistes estrangers segons origen
	▪ Turistes espanyols segons origen
Dades econòmiques	
▪ Hotels	▪ Grau d'ocupació anual mitjana de segones residències
▪ Places d'hotels	▪ Distància a l'aeroport
▪ Places d'hotels per mesos	▪ Vies de comunicació d'accés
▪ Places d'hotels per a diferents anys	▪ Transport públic disponible
▪ Establiments de turisme rural	▪ Despesa mitjana turista per dia
▪ Places d'establiments de turisme rural	▪ Pressupost municipal en turisme
▪ Places d'establiments de turisme rural per mesos	▪ Pressupost municipal total
▪ Places d'establiments de turisme rural per a diferents anys	▪ Població ocupada en hostaleria
▪ Càmpings	▪ Atur total
▪ Places de càmping	▪ Atur en hostaleria
▪ Places càmpings per mesos	▪ Centres d'ensenyament
▪ Places càmping per a diferents anys	▪ Centres hospitalaris
▪ Segones residències	▪ Centres d'atenció primària
▪ Total d'habitatges	▪ Centres de dia per a gent gran
▪ Segones residències per a diferents anys	▪ Biblioteques
▪ Grau d'ocupació anual mitjana d'hotels	▪ Equipaments culturals ¹
▪ Grau d'ocupació anual mitjana de càmping	▪ Equipaments esportius ²
▪ Grau d'ocupació anual mitjana d'establiments de turisme rural	▪ Empreses turístiques
	▪ Bars i restaurants
Dades ambientals	
▪ Consum anual total d'energia	▪ Superfície de zoo
▪ Consum anual total d'aigua	▪ Superfície de platges equipades
▪ Residus generats	▪ Superfície d'estacions d'esquí
▪ Residus generats per a diferents anys	▪ Superfície actual segons usos del sòl
▪ Recollida selectiva anual	▪ Superfície segons usos del sòl per diferents anys
▪ Recollida selectiva per a diferents anys	▪ Superfície de PEIN
▪ Espais i establiments turístics certificats ambientalment	▪ Superfície urbana
▪ Superfície de camps de golf	▪ Planificació turística amb criteris ambientals
▪ Superfície de parcs temàtics	

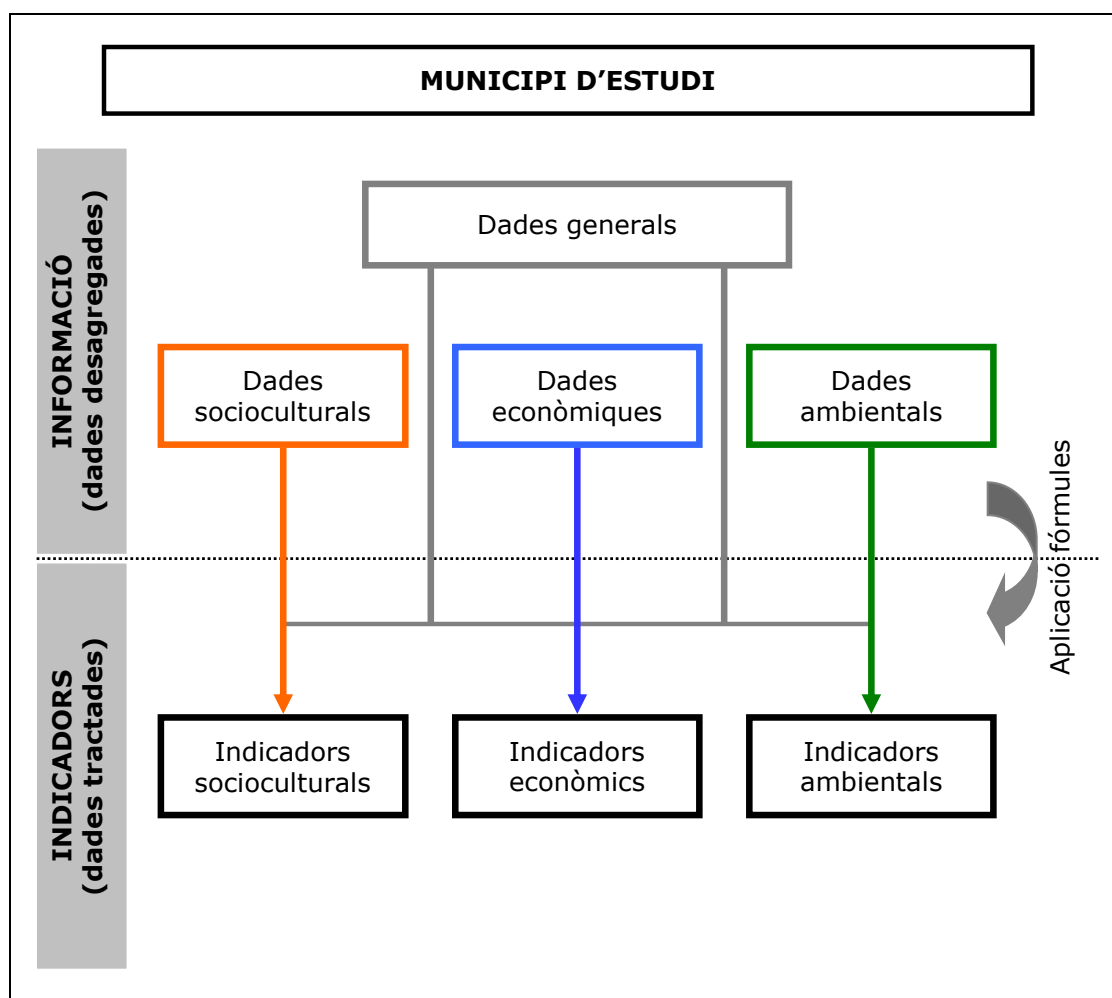
Font: Elaboració pròpia.

¹ Arxius, museus, sales de cinema, teatres i auditoris

² Pistes esportives, pistes de tennis, piscines, camps de golf, pistes esquí, camps de futbol/rubbie, etc.

Per a recopilar les dades necessàries s'han utilitzat fulls de càlcul del programa *Microsoft Office Excel* per la seva agilitat i facilitat d'ús. Aquest software compleix diverses funcions a la vegada: base de dades adequada per a emmagatzemar informació de manera estructurada, instrument matemàtic per al càlcul de les fórmules dels indicadors, i eina per a la representació de resultats (gràfics i taules). Una vegada recollides les dades bàsiques generals, socioculturals, econòmiques i ambientals per a cada municipi d'estudi, les variables es combinen entre elles tot seguint la fórmula suggerida per a cada indicador (vegeu Figura 29), de manera que s'obté una mesura concreta que permet la valoració del fenomen en clau de sostenibilitat. Per cada municipi es calculen els 26 indicadors de sostenibilitat turística, permetent la posterior valoració comparativa entre ells.

Figura 29. Procediment esquemàtic de l'aplicació del Sistema d'Indicadors en els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

Per a facilitar la comprensió i la comparació dels indicadors entre els diferents casos d'estudi s'ha optat per recollir els resultats en fitxes (vegeu Figura 30). Per a cada indicador s'elabora una Fitxa amb sis apartats que desenvolupen la informació general de l'instrument i els resultats obtinguts per a cada municipi. Inicialment es presenta la fórmula, la font de les dades per al càlcul, l'interès de l'indicador i la tendència desitjada des del punt de vista de la sostenibilitat; per a posteriorment mostrar els resultats i la seva valoració. D'aquesta manera la Fitxa presenta la informació de manera sistematitzada, ordenada i simplificada, cosa que permet una lectura fàcil i ràpida del significat de cada indicador i de la seva rellevància per a la sostenibilitat segons la comparació de resultats entre els casos d'estudi analitzats.

Figura 30. Model de Fitxa a desenvolupar per a cada indicador.

Indicador	Nom de l'indicador
Càlcul	<i>Fórmula o explicació del tractament de dades</i>
Font de les dades	<i>D'on s'han extret les dades pel càlcul</i>
Interès de l'indicador	<i>Quina informació significant aportarà l'indicador</i>
Tendència desitjada	<i>Quina evolució seria la desitjable des del punt de vista de la sostenibilitat</i>
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts	<i>Expressió gràfica, estadística o descriptiva dels resultats de l'indicador per a cada municipi</i>
Valoració i comentaris sobre els resultats	<i>Explicació dels resultats mostrats a l'apartat anterior</i>

Font: Elaboració pròpia.

4.2.2. El tractament i representació de la informació

El càlcul dels indicadors de sostenibilitat turística suposa la producció de nova informació, la qual cal interpretar i comunicar adientment per a que es tradueixi en una millora real en l'estratègia de desenvolupament turístic cap a la sostenibilitat. En altres paraules, la manera de presentar un indicador no és trivial ja que ha de

comunicar una imatge que faciliti la seva visualització ràpida i precisa mostrant situacions extraordinàries i identificant les possibles àrees d'intervenció (Schuschny i Soto, 2009). A aquests efectes, el tractament dels resultats obtinguts en aplicació del Sistema d'Indicadors es resol en gràfics i taules estadístiques.

Els gràfics i les taules són la representació més bàsica i necessària dels indicadors, doncs proporciona una revisió ràpida dels valors i permet identificar tendències i punts crítics. Aquestes representacions de la informació es faran a través del programa Excel que, com s'ha comentat anteriorment, permet un tractament estadístic fàcil de les dades i suficientment rigorós. En funció de la qualitat dels resultats obtinguts i dels aspectes que es vulguin destacar es poden elaborar diferents tipus de gràfics (columnes, línees, cercles, etc.) i/o taules estadístiques.

És previsible que la investigació acumuli un gran volum d'informació, per la qual cosa serà necessari realitzar un tractament exhaustiu de les dades però una representació seleccionada i simplificada dels resultats. Això vol dir que caldrà limitar el nombre de figures presentades, de manera que es prioritzin les taules resum amb la informació estadística més rellevant i els gràfics que facilitin visualment la interpretació de resultats.

4.3. L'ÀMBIT D'ESTUDI: CATALUNYA

Una vegada explicats els instruments (indicadors i sistema d'indicadors) i el procediment per a la recollida i tractament de dades, cal definir l'àmbit d'estudi en què s'aplicarà la metodologia. A través d'una introducció històrica i de la caracterització estructural de components i d'instruments de planificació i gestió del turisme a Catalunya, es contextualitza l'àmbit d'on es seleccionen els casos d'estudi en què s'aplicarà el sistema d'indicadors proposat.

Catalunya és una destinació turística destacada a nivell mundial, rebent una quota propera al 2% dels fluxos turístics internacionals, i es postula com la primera destinació turística de l'Estat espanyol i la cinquena d'Europa. Aquest fet es tradueix en un pes considerable de l'activitat en l'economia catalana, arribant a representar el 11% del PIB i el 11,7% de la seva ocupació laboral (Observatori de Turisme de Catalunya -OTC-, 2010a). En aquest apartat es fa una caracterització de la realitat turística de Catalunya com a contextualització necessària per a seleccionar i presentar els casos d'estudi en que posteriorment s'aplicaran el Sistema d'Indicadors. Així, seguidament s'exposen uns breus apunts històrics sobre

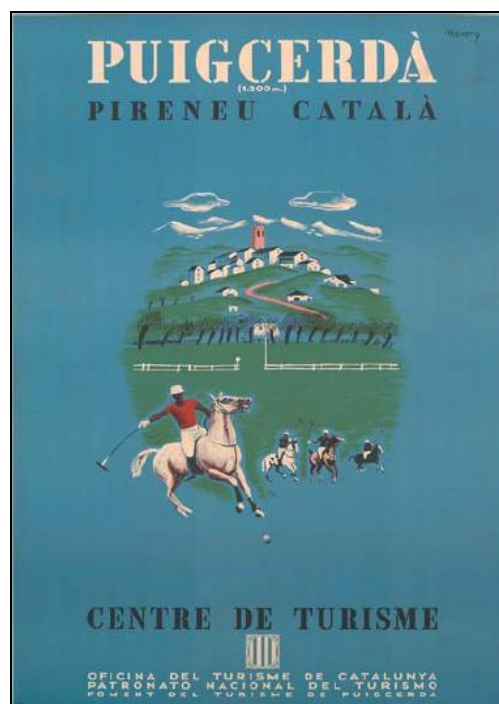
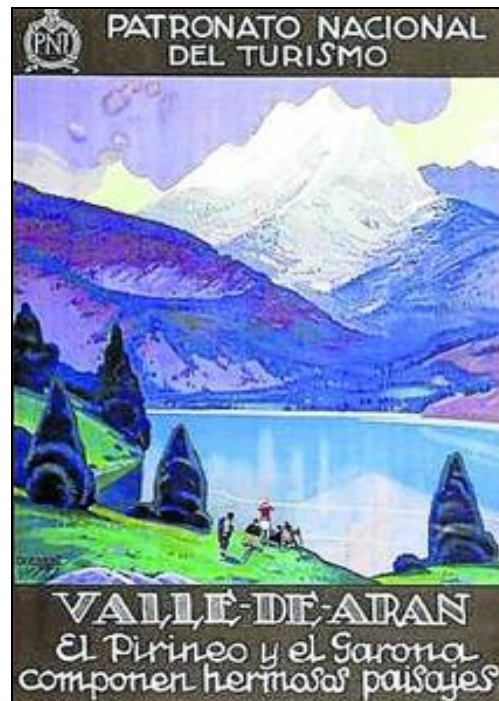
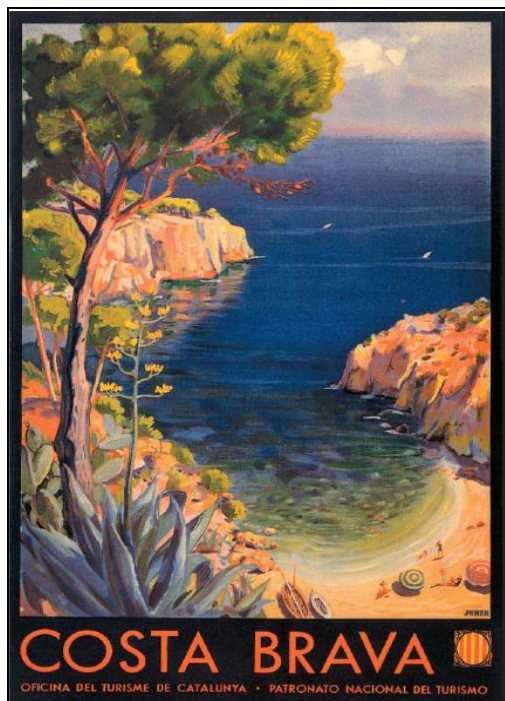
el seu desenvolupament, es profunditza en les seves implicacions territorials, s'analitza els seus principals components estructuradors i es presenta la seva planificació i gestió actual. Finalment, en el marc d'aquest univers turístic es determinen aquells casos d'estudi més adients per als objectius de la investigació.

4.3.1. Apunts històrics sobre el turisme a Catalunya

Els primers viatgers estrangers i espanyols comencen a arribar a Catalunya a finals del s.XVIII, principalment per motius científics (estudis econòmics o socials) o polítics (diplomàcia). Aquests pioners són els responsables de crear una primera imatge de la destinació fora de les seves fronteres, a partir d'una valoració subjectiva del paisatge i el patrimoni català. Així es difon una imatge pintoresca de Catalunya que posteriorment és explotada pels romàntics, cosa que converteix la cultura en el principal motor d'evolució prototurística (Garay i Cànoves, 2009). Aquesta tendència es consolida durant la segona part del segle XIX i principis del XX, període en el que el turisme també pren importància lligat a l'estiueig de les classes benestants. Aquest estiueig responia moltes vegades a motius terapèutics, associats als beneficis del mar o de les aigües termals, i es manifesta a través de les primeres construccions vacacionals en municipis de costa (Salou, Sitges, etc.) i en el balnearisme que desenvolupa les principals estacions termals del país (Caldes de Montbui, La Garriga, etc.). També la muntanya es va convertir en escenari turístic, sobretot a partir de la fundació el 1876 del Centre Excursionista de Catalunya que, des d'un vessant catalanista, va impulsar un turisme intern interessat per visitar i descobrir el propi territori i el seu patrimoni natural o artístic.

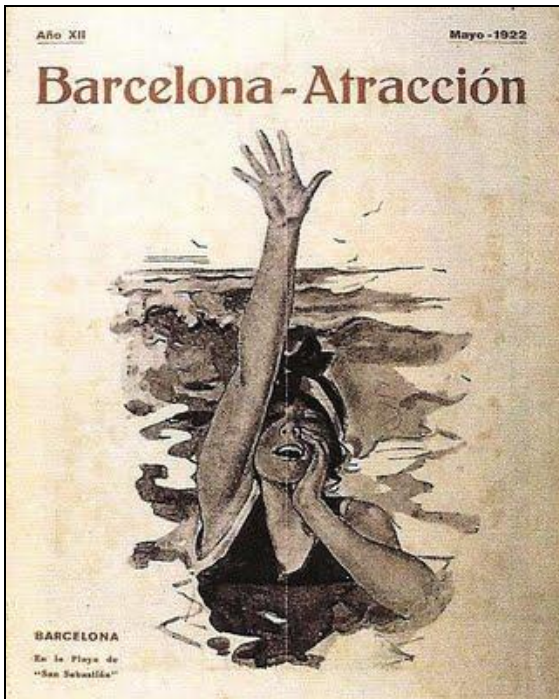
Però el fet clau que consolida el turisme a Catalunya és l'Exposició Universal de 1888, la qual suposa donar projecció internacional a la imatge de Barcelona i, per extensió a Catalunya, i alhora obliga a replantejar la xarxa d'allotjaments turístics i de transports (Garay i Cànoves, 2009). A partir de llavors el turisme es professionalitza i l'administració pública s'implica en la seva promoció. D'aquesta etapa és la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona (1908-1936), organització de foment i promoció del turisme de la Ciutat Comtal i del Principat. També destaca el Patronato Nacional de Turismo (1928-1939), creat per la República Espanyola per a donar a conèixer el patrimoni espanyol, i del qual el conjunt dels serveis turístics que la Generalitat tenia al seu càrrec s'englobaven en l'Oficina de Turisme de Catalunya (vegeu Imatge 9 i 10). L'Exposició Internacional de 1929 també va suposar un nou avenç en el sector, i durant aquests anys es van fundar les primeres agències de viatges, com Marsans (1928) o Viatges Catalònia (1929).

Imatge 9. Cartells de promoció turística editats per l'Oficina del Turisme de Catalunya i el Patronato Nacional de Turismo a principis del segle XX.

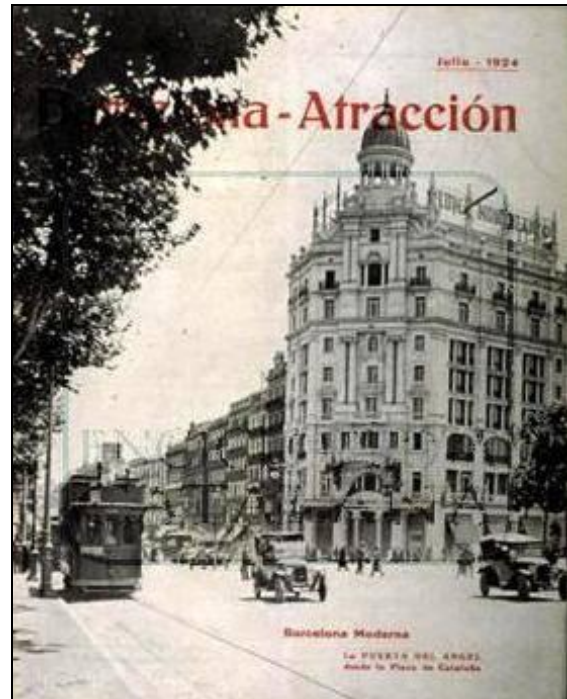


Font: Oficina del Turisme de Catalunya i Patronato Nacional del Turismo.

Imatge 10. Portades de la revista mensual de promoció turística editada per la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona: *Barcelona Atracción*.



Font: Revista Barcelona-Atracción, maig 1922, Barcelona.



Font: Revista Barcelona-Atracción, estiu 1924, Barcelona.

La Guerra Civil va truncà la indústria turística florent, que durant la postguerra va topar amb importants dificultats per a desenvolupar-se, tals com les restriccions de moneda, la Segona Guerra Mundial i, posteriorment, l'aïllament internacional. Això va provocar que les activitats turístiques, gestionades durant el franquisme pel Ministerio de Información y Turismo (1951-1977), pràcticament es limitessin al turisme intern fins als anys 50. A partir de llavors la situació va millorar i començà un intens desenvolupament turístic a les costes catalanes, propiciat per l'atractiu de les seves platges, els preus baixos i la proximitat a mercats emissors de turistes. A partir de 1960, es donen dos fets que determinen el que alguns autors anomenen com la primera revolució turística de masses (Antón Clavé, 2002): l'assumpció del dret a les vacances pagades i els avenços en matèria de transport. Aquests dos factors marquen un punt d'inflexió en la història del turisme i inicien la practica tal com es coneix actualment.

El turisme massiu a Catalunya s'inicia amb l'arribada d'estrangers procedents del nord d'Europa que busquen el gaudir del sol i la platja. En poc temps el principat esdevé una destinació destacada a nivell europeu i desenvolupa un turisme de tipus fordista que dominarà l'escena turística catalana fins a l'actualitat. L'administració

permissiva de l'època i uns agents marcadament especulatius inicien un procés lineal extraordinàriament ràpid d'urbanització del litoral català, i desenvolupen processos comercials i operacionals per a crear paquets vacacionals estandarditzats. Durant aquesta fase inicial el desplegament turístic es sustenta en diversos nuclis pioners com Cadaqués, Begur, Calella de Mar, Sitges o Salou, entre d'altres. Els espais rurals i urbans preexistents al litoral es transformen amb l'objectiu de facilitar la implantació turística. Progressivament, durant els anys setanta i vuitanta, aquesta dinàmica es consolida gràcies a una demanda espanyola i catalana creixent i es generalitza el fenomen de la segona residència (Jiménez i Prats, 2006). Aquesta consolidació s'identifica amb l'expansió a d'altres zones litorals menys denses (Roses, L'Escala, Lloret, Tossa, Cambrils, etc.) i apunta al creixement turístic en les zones de muntanya (Vall d'Aran i Cerdanya).

La restauració de la Generalitat de Catalunya entre 1977-1980 i el traspàs de competències turístiques van ser fets clau per al turisme, doncs a partir de llavors Catalunya disposava d'autonomia suficient per a gestionar i planificar l'activitat (exceptuant la promoció exterior i la xarxa de paradors nacionals que continuava en mans del govern central). Amb la Generalitat provisional de Josep Tarradellas, la DGT va estar integrada al Departament de Presidència, però a partir de 1980 l'Administració Turística catalana s'ubicà al Departament de Comerç, Consum i Turisme (López Palomeque, 2004a). El 1986 el Departament creà el Consorci de Promoció Turística de Catalunya, organisme publico-privat que executava accions de promoció turística i prestava assistència tècnica en aquesta matèria als ens que la sol·licitessin.

El turisme sol i platja va ser hegemònic fins a la dècada dels noranta en que es dona una segona revolució turística, aquesta vegada motivada pel canvi en els processos de producció i de consum turístic. Les noves tecnologies, el boom del sector aeri, les noves destinacions i mercats, i la major facilitat de moviments entre països són factors que modifiquen l'escenari turístic. El sector experimenta un canvi de paradigma, passant d'una situació de demanda en la que els turistes venien amb facilitat, a una situació d'oferta en la que cal atraure als turistes (Duro -dir.- 2011). Apareixen noves pràctiques turístiques i s'incorporen al mercat destinacions exòtiques, cosa que genera noves ofertes i demandes. Els consumidors, ja experimentats, diversifiquen les seves motivacions turístiques i exigeixen una alta qualitat i singularitat en l'experiència, de manera que el model turístic tradicional entra en crisi (Donaire, 2005). Això no significa que el turisme massiu i estandarditzat de sol i platja es redueixi dràsticament, ja que es manté en actualitat i encara continua sent la pràctica predominant al territori català (Antón

Clavé, 2002), però sí que passa a coexistir amb una oferta turística molt més àmplia. A aquests aspectes s'afegeix l'important impacte turístic que van tenir els Jocs Olímpics de Barcelona celebrats el 1992 que, segons Garay i Cànoves (2009), va ser fonamental en el trànsit entre l'etapa fordista anterior i una nova etapa postfordista. L'èxit d'aquest esdeveniment va consolidar definitivament Barcelona, i Catalunya per extensió, com a una de les destinacions turístiques internacionals capdavanteres.

Aquests canvis estructurals també es tradueixen en una ràpida adaptació i desenvolupament de l'administració turística, que es diversifica i especialitza a diferents nivells. Així el 1993 es crea l'Agència Catalana de Tecnologia Turística (1993-1997) per a afrontar les noves necessitats del sector relacionades amb el coneixement i la innovació; i el 1997 el Consorci de Promoció Turística de Catalunya passa a denominar-se Turisme de Catalunya (López Palomeque, 2004a) per al 2007 dissoldre's i constituir l'Agència Catalana de Turisme, tot ampliant la seva participació privada. A més cada vegada apareixen més ens gestors turístics a diferents escales territorials (diputacions, consells comarcals, patronats, consorcis, etc.); i s'aprova la *Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya*, encara vigent avui en dia. També les reestructuracions de l'administració pública i els canvis de govern varien la ubicació de la DGT, que finalment al 2011 s'ubica en el Departament d'Empresa i Ocupació.

La nova fase postfordista ha comportat canvis estructurals en el turisme, doncs les destinacions tradicionals es reestructuren i diversifiquen l'oferta, i el creixement turístic s'estén més enllà de les zones pioneres cap als Pirineus i les comarques d'interior. Així les noves tendències de la oferta i la demanda indueixen a noves espacialitats del turisme, el resultat de les quals és la generalització espacial del fenomen o turistificació del territori (Majoral -coord.-, 2002). Aquesta turistificació respon a tres focus genèrics (López Palomeque, 1997):

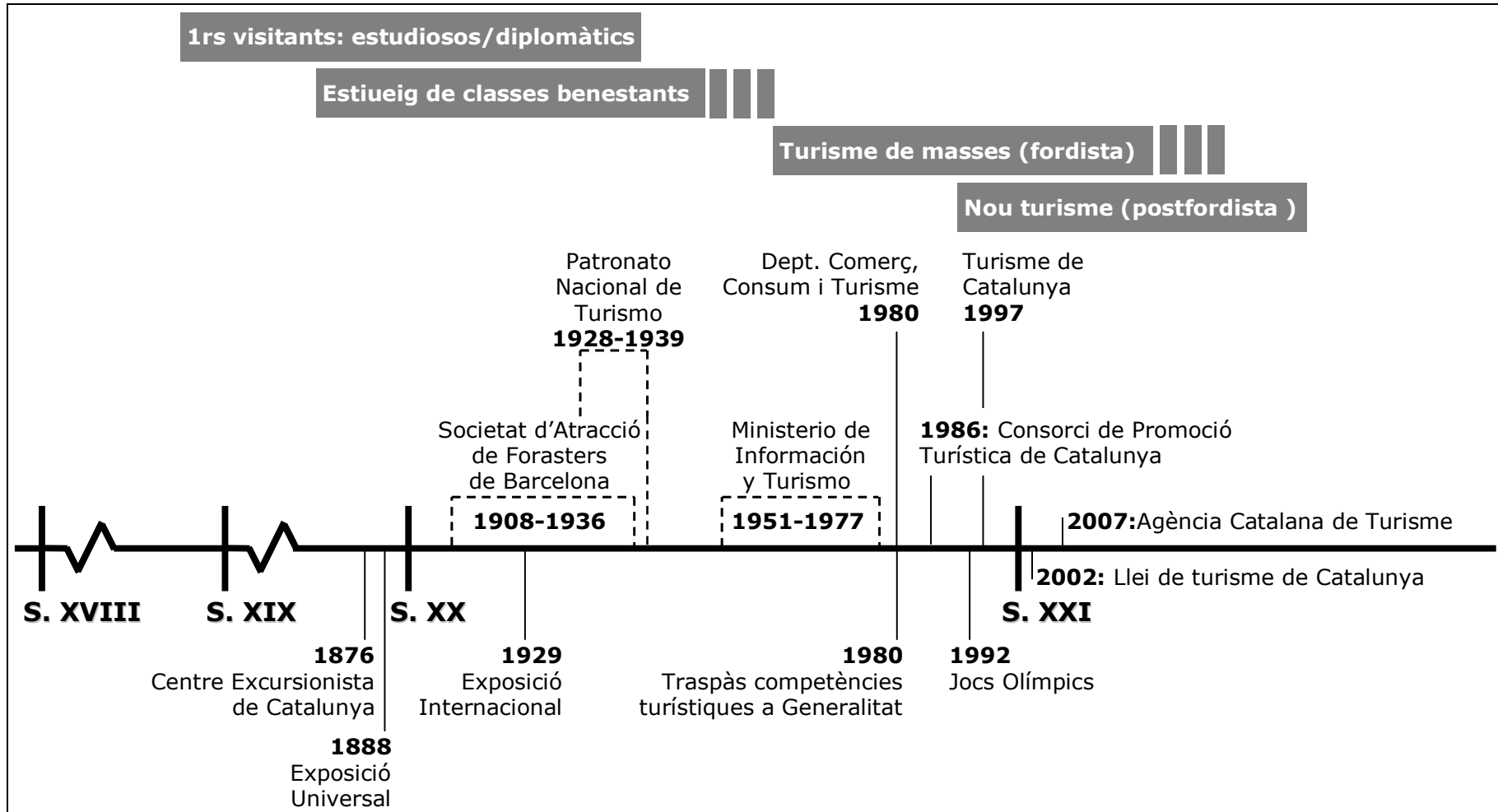
- La intensificació del fenomen del lleure-turístic de proximitat, generat per la metròpoli Barcelonina.
- La conceptualització i la instrumentalització del turisme com a estratègia de desenvolupament i dinamització socioeconòmica de les zones d'interior.
- La necessitat de reestructuració dels espais litorals tradicionals a través de dos estratègies: la incorporació del traspaís i la articulació entre els diferents espais litorals.

Aquests processos contemporanis confereixen a l'activitat turística un caràcter estructural que es manifesta tan en la configuració del territori com en l'economia de Catalunya. Així, l'etapa turística actual es caracteritza per la coexistència de realitats turístiques contrastades que van des de destinacions madures necessitades de reestructuració i revitalització, fins a destinacions incipients que tot just comencen a experimentar processos d'expansió i creixement turístic.

El turisme a Catalunya va assolir xifres històriques d'afluència turística l'any 2007. Tanmateix, la crisi financera global, com era d'esperar, també va afectar al turisme provocant una davallada en el nombre de turistes durant el bienni 2008 i 2009, arribant a recular en el darrer any un 9,5%. Però el turisme, com a sector dinàmic i innovador, ha superat les dificultats a través de la gestió dinàmica dels preus i les polítiques de màrqueting i comercialització, aconseguint un increment del 4,5% per l'any 2010 (Duro -dir.-, 2011), cosa que l'ha col·locat entre els pocs sectors econòmics en creixement en aquest difícil context.

La Figura 31 que tot seguit es presenta recull de manera resumida i esquemàtica l'evolució històrica de l'activitat turística a Catalunya, destacant-ne els principals processos i fites que han condicionat l'escenari actual.

Figura 31. Evolució del turisme i fites destacades del seu desenvolupament a Catalunya.



Font: Elaboració pròpia.

4.3.2. El territori i el turisme: una relació causa-efecte

La realitat turística de Catalunya respon a la seva configuració geogràfica en tant que és la font principal de recursos turístics. Precisament els atributs diferencials del territori són els que determinen els diversos escenaris turístics. Així, la distribució espacial del fenomen turístic posa de manifest una relació causa-efecte entre territori i turisme i, en particular, l'existència d'uns factors singulars que expliquen la localització de l'activitat (Majoral -coord.-, 2002). Aquest fet té a veure amb la naturalesa geogràfica del turisme que es justifica per la condició inherent de l'activitat que implica un desplaçament entre origen i destí, i per les funcions bàsiques que compleix l'espai en el procés de producció i consum turístic (suport físic, recurs turístic, producte, destí i factor). Així, la localització del turisme respon a factors espacials, factors ambientals (naturals i culturals) i factors dinàmics que es deriven de les qualitats geogràfiques del territori, i que determinen la capacitat d'un lloc concret per desenvolupar-se turísticament i, per tant, la distribució diferencial del turisme en el territori.

Aquesta espacialització ha provocat la creació d'una tipologia d'espais turístics que són reflex de les diferents manifestacions turístiques en el territori. Les condicions geonaturals de Catalunya determinen bàsicament quatre entorns geogràfics a on es desenvolupa el turisme: litoral, muntanya, urbà i rural/interior. Cada entorn té associat un tipus de turisme característic, la projecció territorial del qual es tradueix en diverses modalitats turístiques. Val a dir que la majoria de les modalitats turístiques no són exclusives, sinó que sovint es desenvolupen en més d'un entorn geogràfic. D'acord amb aquesta categorització, tot seguit es presenten els diferents tipus de turisme específics de Catalunya.

4.3.2.1. Turisme en àrees litorals

El turisme litoral és la forma més comú i diferencial de desenvolupament turístic i la que genera la majoria dels moviments turístics internacionals (Vera -coord.-, 2011). Aquest tipus de turisme, i en particular la seva modalitat més estesa: el turisme de "sol i platja", és el tipus hegemònic a Catalunya i el que més clarament s'associa a una pràctica turística massiva.

L'espai litoral català està caracteritzat per la seva diversitat geogràfica, morfològica i paisatgística que fa que en una costa de 826 km s'alternin penya-segats i petites cales amb extenses platges de sorra fina (vegeu Imatge 11). Diversos nuclis de la

Costa Brava (S'Agaró, Tossa de Mar, Begur), el Maresme (Calella) i la Costa Daurada (Salou, Sitges) van ser els pioners en el desenvolupament del turisme litoral (Majoral -coord.-, 2002). Aquests municipis van actuar com a articuladors de l'activitat turística al litoral català i la van estendre als municipis veïns. Actualment molts d'ells continuen sent pols d'atracció, tot i que amb la crisi del model tradicional s'ha vist obligats a iniciar processos de reestructuració.

Imatge 11. La diversitat morfològica i paisatgística del litoral català: Sitges i Calella de Palafrugell.



Font: ICC.

El litoral és l'entorn geogràfic turístic per excel·lència, que acumula la major part de l'allotjament turístic de Catalunya (hotels, càmpings, segones residències) i també presenta una elevada especialització en l'oferta recreativa (parcs aquàtics, restaurants, ports esportius, camps de golf, etc.). El desenvolupament turístic a la costa catalana ha estat lligat a la construcció, seguint un model d'urbanització intensiu a tocar de platja i extensiu en la segona línia de mar. A més el turisme tradicional de masses ha caracteritzat l'activitat en aquest entorn per un increment de visitants independentment de la capacitat d'acollida del territori, la prioritització dels beneficis a curt termini, la creació d'una oferta homogènia i estandarditzada, l'escassa presència de cultura i tradicions locals en la configuració de l'oferta i, en general, una forta pressió ambiental (Donaire, 2005). Això ha provocat que la major part de la costa catalana estigui urbanitzada i modificada per diverses infraestructures turístiques. Alhora, la flora i fauna també s'han vist malmeses per

l'ocupació o pertorbació d'espais d'alt valor ecològic, i sovint han quedat relegades a illes naturals aïllades sense connectivitat entre elles.

Els impactes socials i ambientals del model són evidents però, tot i el canvi de paradigma actual, el turisme de sol i platja encara representa avui en dia la motivació principal de la majoria dels moviments turístics de Catalunya. A tall d'exemple, la Costa Brava i la Costa Daurada, marques clarament lligades a aquest tipus de turisme, van rebre l'any 2009 segons l'OTC el 41% del total de turistes estrangers, el 37% d'espanyols i el 42% de catalans. El pes econòmic doncs d'aquest tipus de turisme és encara molt important.

4.3.2.2. Turisme en àrees de muntanya

Les àrees de muntanya disposen d'un patrimoni natural i cultural divers que constitueix una font de recursos turístics considerables. Tanmateix, tradicionalment no han estat escenaris turístics molt desenvolupats, llevat de casos concrets associats a recursos singulars com per exemple la neu (Vera -coord.-, 1997).

Històricament s'han identificat amb un entorn natural poc alterat, tot i que el cert és que la diversitat en l'explotació de recursos ha determinat que en un mateix entorn geogràfic hagin conviscut modalitats turístiques fonamentades en la valoració de la natura amb modalitats sovint agressives amb el medi cultural i natural i més properes conceptualment a el model turístic convencional. Així, les modalitats turístiques que es poden desenvolupar en aquest àmbit són múltiples i sovint també factibles en altres entorns geogràfics, com l'ecoturisme, el termalisme, la pesca o el turisme d'esports d'aventura. Tanmateix, hi ha una modalitat que és exclusiva de les àrees de muntanya: el turisme de neu.

El turisme de muntanya a Catalunya s'origina a partir de la tasca divulgativa del Centre Excursionista de Catalunya creat el 1876. Aquest organisme va impulsar el coneixement de la muntanya i dels indrets més emblemàtics del territori català, i va popularitzar l'alpinisme i els esports de neu. Però aquestes motivacions inicials disten molt de la concepció actual del turisme de muntanya, que respon a necessitats d'oci de la població urbana i no a un interès específic pel territori. Així, fins els anys 60 l'activitat turística a les àrees de muntanya es basava en excursionisme i esports tècnics (escalada, esquí de muntanya, espeleologia, alpinisme en gel, etc.), però a partir del 1964 amb l'obertura de Baqueira-Beret (Naut Aran) el turisme de neu pren protagonisme i la pràctica es popularitza. Així,

arriba el turisme de masses als Pirineus, tot i que caracteritzat per un creixement desequilibrat que es concentra en zones de característiques alpines a on es poden construir pistes d'esquí, mentre que la resta del territori entra en un procés de marginació territorial i decadència econòmica i demogràfica (Font Garolera, 2012).

El turisme de neu es va desenvolupar amb posterioritat al boom turístic del litoral, tot i que en dimensió més reduïda i basant-se fonamentalment en un turisme autòcton (Jiménez i Prats, 2006). Inicià el seu desplegament a les comarques de la Vall d'Aran i la Cerdanya, i les condicions d'extensió, altitud i innivació dels Pirineus van permetre el desenvolupament de un sistema turístic de neu de caràcter regional (López Palomeque, 1996). El desenvolupament d'aquesta pràctica turística al Pirineu ha estat ràpid, doncs a nivell europeu és una de les serralades destacades, i actualment és la modalitat turística de més magnitud a les àrees de muntanya de Catalunya. Tanmateix, el canvi en les motivacions i processos turístics propis del turisme postfordista ha portat a una major diversificació de l'oferta en aquest àmbit, i a partir dels anys 90 la muntanya catalana ha experimentat un nou impuls amb la incursió de noves pràctiques com l'ecoturisme, els esports d'aventura o l'allotjament rural.

El turisme ha estat un factor de creació de riquesa i de revitalització a l'alta muntanya catalana. Es calcula que només el turisme de neu va generar una afluència de més de dos milions de turistes la temporada 2010-11 (dades de l'Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya -ACEM-). Però l'activitat també ha comportat impactes negatius, entre els que destaquen la sobreexplotació de recursos, el creixement immobiliari o la progressiva substitució de les pràctiques tradicionals de muntanya per activitats turístiques més lucratives.

4.3.2.3. Turisme en àrees urbanes

L'atracció de visitants a les ciutats té una llarga tradició per la seva condició de centres econòmics i financers i llocs monumentals. De fet, l'origen del turisme urbà és previ a l'eclosió del turisme de sol i platja, tot i que estava bàsicament restringit a una élite erudita. El turisme en àrees urbanes entès com un fenomen estès a grans capes de la societat és relativament nou, i s'ha associat a la transformació de les motivacions i de les pràctiques espacials de la demanda i a l'interès l'administració pública, que ha vist en el seu desenvolupament una manera de revitalitzar i de donar a conèixer la ciutat. Si abans els visitants acudien a les ciutats per les seves condicions intrínseques, actualment és la ciutat la que adapta

el seu escenari per a l'atracció de turistes. El turisme esdevé un instrument de dinamització econòmica i fomenta la recuperació d'espais urbans degradats i la visibilitat i posicionament internacional de la ciutat.

Així, en un context de terciarització i reestructuració productiva, les ciutats s'estan convertint en entorns privilegiats per a l'oci i el turisme (Vera -coord.-, 1997). De fet, el turisme metropolità combina els productes i motivacions del turisme de ciutat tradicional (la ciutat com a destinació cultural), i les noves formes de turisme associades als nous paisatges i funcions (productives, recreatives i simbòliques) dels entorns urbans postindustrials (Marchena Gómez, 1995).

Les ciutats i àrees metropolitanes són espais de concentració creativa, simbòlica i productiva, cosa que atorga a l'entorn una gran quantitat de recursos potencials que permeten multiplicitat de productes, serveis i funcions per a satisfer les més variades motivacions. La elevada densitat i complexitat d'aquests atractius turístics comporta l'aparició de modalitats turístiques molt diverses que sovint es combinen entre elles; les principals són: el turisme cultural (basat en la visita de monuments, museus, exposicions, etc.), el turisme recreatiu (inclou compres, gastronomia, vida nocturna, etc.) i el turisme de negocis o de professionals (congressos, fires, seminaris, etc.).

A Catalunya la modalitat turística més comú en l'entorn urbà és el turisme cultural. En aquest sentit, Catalunya ha fet valer el seu ampli patrimoni històric i arquitectònic, però també la cultura i tradicions pròpies diferenciades de la resta de l'Estat promovent diferents productes turístics com: rutes temàtiques, museus, centres culturals, monuments, esdeveniments musicals, patrimoni industrial, artesanía, festes tradicionals, etc.

Tanmateix, el turisme urbà a Catalunya no està molt desenvolupat degut al dinamisme del turisme litoral i a la polaritat turística de Barcelona (Donaire, 2009), essent normalment una activitat econòmica complementària. La capacitat que tenen les ciutats per a captar fluxos laborals, però, fa que el turisme de negocis estigui prenent importància. Ciutats com Barcelona, Sitges o Lleida han pres una estratègia decidida en vers a la seva promoció i dotació d'infraestructura per a atreure esdeveniments internacionals, congressos i fires. I és que esdeveniments com aquests, a part de comportar una despesa turística elevada, permeten el desenvolupament turístic de zones perifèriques a les grans ciutats (per exemple Hospitalet del Llobregat) i el posicionament de ciutats de menor rang (Sitges o Lleida). Segons dades del Catalunya Convention Bureau, l'any 2010 Catalunya va

acollir més de 5.500 reunions amb més d'un milió de participants i es van generar uns ingressos de més de 1.300 milions d'euros.

Cada ciutat presenta una realitat urbana i unes necessitats de turisme urbà diferents, cosa que fa que el desenvolupament de l'activitat i la gestió dels seus fluxos siguin desiguals. Així el turisme també ha generat impactes negatius en les ciutats, sobretot en relació a la superació de la seva capacitat de càrrega o bé a conflictes sorgits entre les seves diverses funcions (espai de producció, residència, recreació i turisme).

4.3.2.4. Turisme en àrees rurals o d'interior

El turisme en les àrees rurals es va iniciar al segle XIX com una reacció a l'estrès i la pol·lució de les ciutats industrials en expansió. Tanmateix, aquest turisme s'ha reprès a l'actualitat gràcies a la crisi de l'agricultura, la progressiva conscienciació ambiental de la població i el rebuig de les pràctiques massives, (Cànoves i Villarino, 2000; Vera -coord.-, 2011). D'altra banda, l'activitat també s'ha potenciat des de l'administració pública com a mesura de reequilibri territorial (Cànoves et al., 2006), concebin-la com a component clau per al desenvolupament local d'àrees deprimides. Aquest turisme es basa en recursos naturals i pràctiques tradicionals de les àrees rurals, per la qual cosa se l'associa amb una activitat que combina la revitalització econòmica i social de l'àmbit amb la preservació de l'entorn.

A Catalunya el turisme rural presenta una demanda heterogènia formada en un 80% per turistes catalans, i l'oferta està majoritàriament mercantilitzada per circuits de comercialització turística no convencional. A més a més, l'activitat no presenta una estacionalització tan marcada com altres tipus de turisme i és de caràcter dispers. Aquestes característiques han afavorit el desenvolupament d'un turisme de caràcter local amb un fort arrelament territorial, cosa que ha permès recuperar àmbits que fregaven l'abandonament a través de la creació de petites empreses turístiques, i el manteniment de l'activitat agrícola i forestal. La recuperació del patrimoni rural i natural, així com el manteniment i la millora dels serveis i activitats locals, també han estat alguns dels beneficis generats per aquesta pràctica. Tanmateix, també es poden identificar impactes negatius com l'excessiva dependència econòmica del turisme, processos especulatius que expulsen la població tradicional, la museïtzació de nuclis rurals o el consum de recursos i la contaminació d'entorns fràgils.

Les projeccions territorials, o modalitats turístiques, d'aquest tipus de turisme són diverses i només han de complir la condició de desenvolupar-se en entorn rural i a l'escala apropiada. Algunes de les activitats més comuns emmarcades en l'oferta són l'agroturisme, l'ecoturisme, els esports d'aventura, la caça, la pesca, etc. Tot i que la majoria d'activitats de turisme rural estan basades en el gaudir de l'entorn i els elements tradicionals, també hi ha altres reclams importants tals com el patrimoni immaterial, en què el visitant esdevé un agent interpretatiu actiu, o les festes locals, que proporcionen exclusivitat en l'experiència turística pel fet de ser un esdeveniment efímer.

A l'origen d'aquest turisme cal destacar la modalitat d'agroturisme, entès com el desenvolupament turístic d'un espai agrari en el qual els turistes es barregen amb els treballadors del món rural. Aquest model tenia com a objectiu complementar les rendes agràries, que eren cada vegada més minses, i consolidar un nou model econòmic que permetés a les famílies de l'àmbit rural quedar-se al lloc on vivien (Calabuig Serra, 2009; Cànoves et al., 2005). Actualment però, s'estan desenvolupant amb més força les modalitats d'allotjament en establiments rurals i la pràctica d'esports d'aventura. Ambdues activitats són bastant novedoses, doncs no és fins a mitjans dels 90 que els establiments de turisme rural comencen a proliferar, i els esports d'aventura no aconsegueixen noció legal fins 1991 (decret 81/1991 del 25 de març). A tall d'exemple, val a dir que només l'allotjament en establiments de turisme rural va generar l'any 2010 més de 900.000 pernoctacions (dades de l'IDESCAT). La crisi del model de turisme convencional, amb els canvis de preferències i d'hàbits dels consumidors propis del postfordisme, ha afavorit el desenvolupament d'aquest tipus de pràctiques (Bonaventura, 1992).

4.3.3. Trets bàsics dels components del turisme

El desenvolupament turístic ha comportat una transformació física i funcional del territori català. El turisme a Catalunya ha suposat un creixement urbanístic considerable, especialment al litoral però també més recentment a l'interior, arribant a motivar aproximadament 1/3 de l'espai urbà. Els beneficis econòmics directes que aporta l'activitat són innegables (ocupació, despesa turística, inversions, impostos, etc.), i encara són més importants si es considera l'efecte inductor en d'altres sectors productius i el seu efecte multiplicador. A més també ha actuat com a instrument de reequilibri territorial, permetent la recuperació econòmica i social d'àrees marginals.

Tanmateix, aquest desenvolupament no està exempt de problemes, la majoria dels quals es deriven de la seva pràctica temporal i espacialment intensiva. El consum de recursos (territori, aigua, energia, etc.) i la generació de residus són els impactes negatius més coneguts, però també se'n deriven conflictes socials importants que repercuteixen tant en els turistes com en la població resident. Cal caracteritzar doncs els components de l'activitat per a poder orientar les estratègies de desenvolupament segons criteris de sostenibilitat adaptats a les diferents realitats i necessitats territorials.

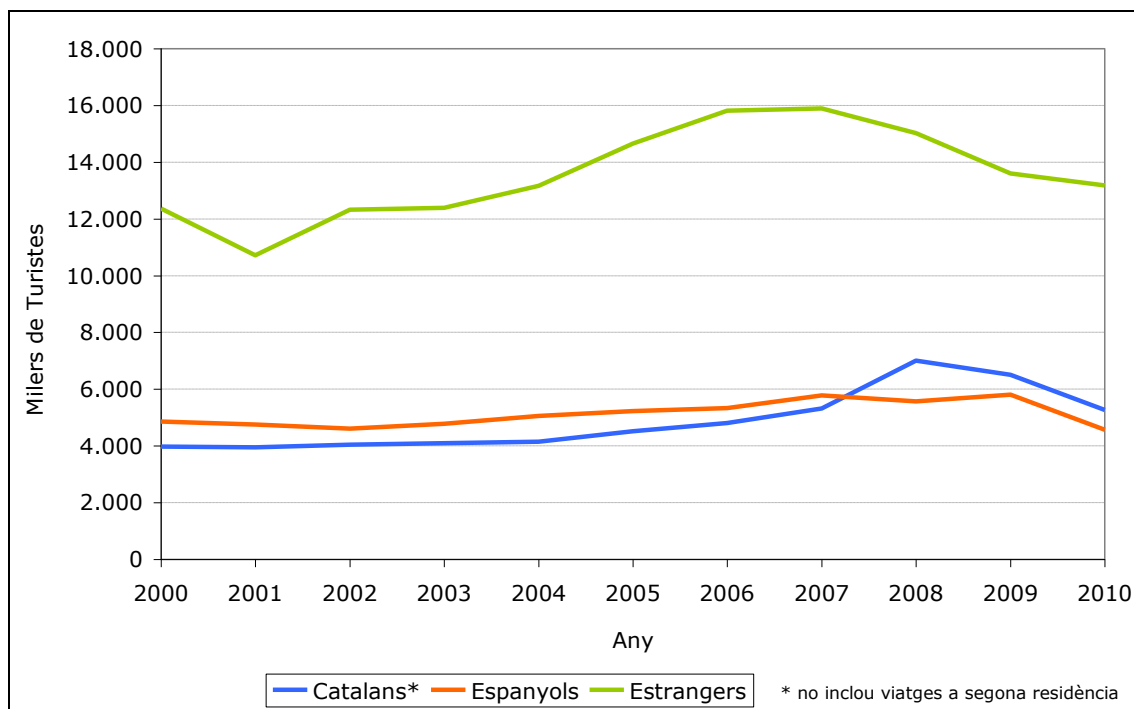
El turisme representa un impacte anual considerable sobre l'economia catalana, doncs segons l'OTC l'any 2010 només el turisme estranger va ascendir a una despesa turística de 10.517 milions d'euros i hi havia 345.000 persones ocupades directament en el sector (11% del mercat de treball). La repercussió de l'activitat és molt major si es considera la seva naturalesa transversal que indueix al desenvolupament d'altres sectors productius. Aquestes dades evidencien la importància del sector turístic a Catalunya i justifiquen que s'hagi convertit en una prioritat estratègica per al país.

L'arribada de turistes a Catalunya no ha parat de créixer en els darrers anys (vegeu Figura 32), registrant la màxima afluència l'any 2007 just abans de la crisi global financera que va frenar dràsticament la dinàmica. Durant el període 2008-2009 el sector es va veure afectat de manera considerable, amb una disminució en el total de turistes d'un 9,5% (Duro -dir.-, 2011). Però la recessió econòmica a Europa va generar dues dinàmiques oposades: per un costat va provocar una desacceleració dels viatges a l'estranger, i per l'altre un augment en el turisme domèstic en els països emissors (Serrano Miracle, 2010). Per tant, a Catalunya durant aquest període el volum de turistes catalans va augmentar fins a establir-se mentre que l'estranger va disminuir. Tanmateix, a partir de l'any 2010 es comencen a identificar els primers símptomes de recuperació i l'arribada de turistes a Catalunya es situa en 13.177.000 turistes estrangers, 4.574.000 turistes espanyols i 5.270.000 turistes catalans (sense incloure desplaçaments a segones residències). La magnitud del fenomen posiciona Catalunya com la principal destinació turística de l'estat.

La procedència dels turistes estrangers és principalment del nord d'Europa, concretament la majoria són de França i Regne Unit que junts representen el 35% del total de turistes, tot i que en els darrers anys s'ha observat una tendència a la diversificació en l'origen. Els turistes procedents de la resta d'Espanya són

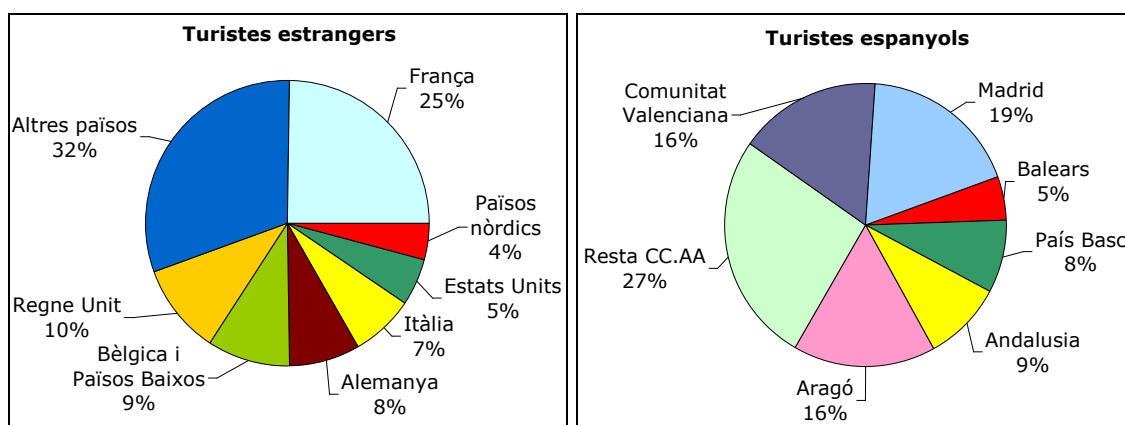
majoritàriament de les comunitats de Madrid, València i Aragó, representant conjuntament el 51% del mercat espanyol (vegeu Figura 33).

Figura 32. Evolució de turistes a Catalunya segons procedència (2000-10).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT i l'OTC.

Figura 33. Procedència dels turistes que visiten Catalunya (2010).

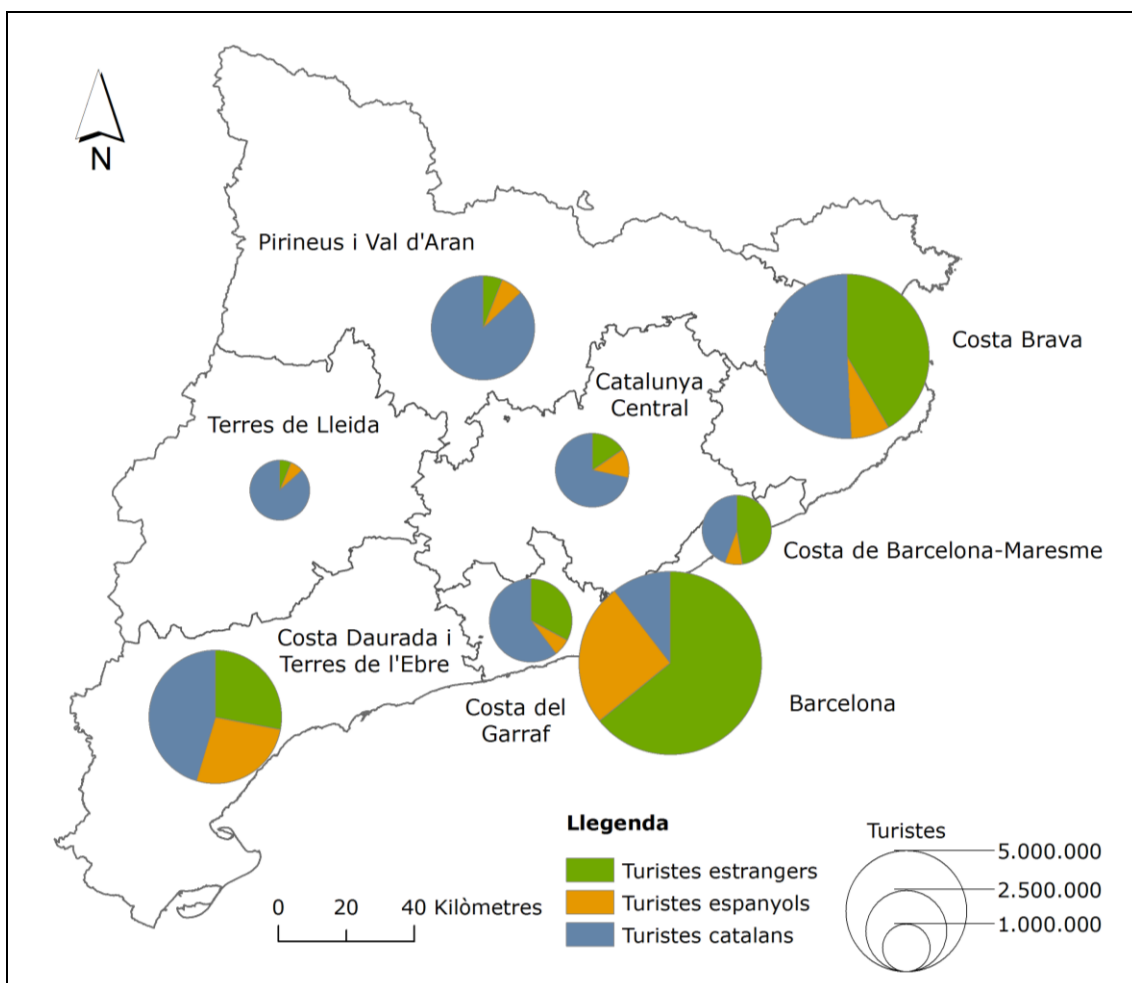


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC.

Pel que fa a la destinació dels turistes, les marques turístiques de costa, principalment Costa Brava, Costa Daurada, Terres de l'Ebre i Barcelona, són les que

concentren la majoria dels fluxos turístics. Tant turistes estrangers, espanyols com catalans visiten aquestes marques, si bé hi ha un contrast significatiu en la composició de la ciutat de Barcelona que majoritàriament rep turistes estrangers. Concretament, el 46% dels estrangers va a la ciutat de Barcelona, el 25% a la Costa Brava i el 12% a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre; mentre que els catalans i espanyols es concentren en un 35% en les mateixes marques de litoral (Duro - dir.-, 2011). La resta de marques de Catalunya reben un volum de visitants molt menor i amb una proporció de turistes catalans superior, especialment en aquelles marques d'interior (vegeu Figura 34). Aquesta distribució territorial diferenciada evidencia la polaritat turística que exerceix Barcelona en l'escenari turístic de Catalunya, i també destaca el pes que encara té el turisme de sol i platja. L'interior de Catalunya es postula encara com un territori poc explorat pel turisme exterior o, si més no, com un escenari turístic secundari i de magnitud inferior al litoral.

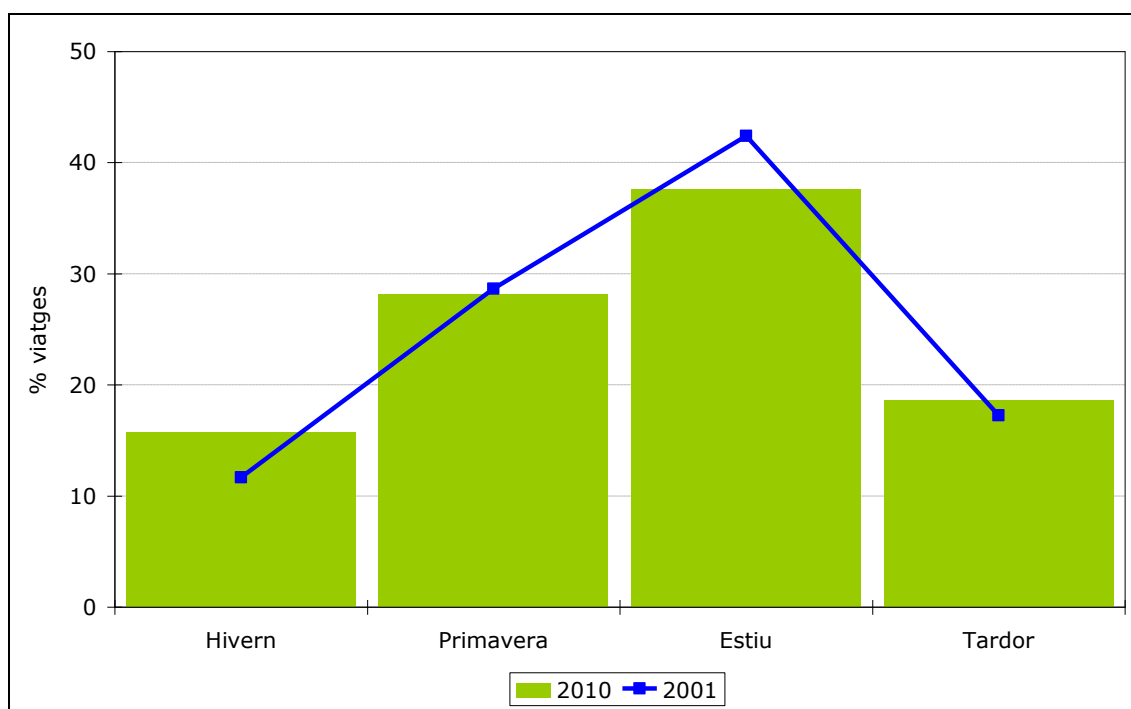
Figura 34. Turistes segons procedència i destinació (2010).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT i l'OTC.

Així, un dels atractius de les destinacions de Catalunya és el litoral, a on el turisme de sol i platja pren la seva màxima expressió durant l'època estival. Aquest fet, juntament amb el model d'organització del temps de treball i de vacances, determina que el fluxos turístics siguin de caràcter estacional i concentrats a l'estiu (Majoral -coord.-, 2002). Tanmateix, en els darrers anys, tot i que es manté la tendència estacional, s'ha registrat un millor repartiment dels visitants al llarg de l'any (vegeu Figura 35). Sens dubte la progressiva diversificació de l'oferta turística, les estratègies de moltes de les destinacions madures per desestacionalitzar la demanda, i l'important pol d'atracció que suposa la ciutat de Barcelona durant tot l'any han contribuït a aquesta dinàmica.

Figura 35. Estacionalitat de viatges d'estrangers a Catalunya (2001-2010).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

En quant a l'allotjament turístic, Catalunya disposa d'una àmplia i variada oferta que va de dels albergs juvenils més senzills als hotels més glamurosos. Els hotels, càmpings i establiments de turisme rural configuren l'oferta d'allotjament turístic més comú i suposen conjuntament més de 580.000 places l'any 2011 (vegeu Taula 39). Els hotels i càmpings són els allotjaments que ofereixen més places, si bé la

seva dimensió es marcadament diferent, doncs la mitjana de les places per càmping és set vegades superior a la d'hotels. Els establiments de turisme rural, en canvi, es caracteritzen per oferir un nombre de places considerablement menor, en concordança amb una filosofia més local i no massificada. L'evolució històrica d'aquests tres tipus d'allotjaments ha estat desigual, els hotels i càmpings tenen el seu origen en el boom turístic de masses mentre que el turisme rural respon a les noves motivacions i hàbits del turisme postfordista. Aquest desenvolupament diferencial ha condicionat que en els darrers anys el turisme rural hagi crescut exponencialment, arribant a una variació de places entre 2000-2011 del 189%, mentre que els hotels i càmpings han entrat en un procés de reestructuració i diversificació de la seva oferta que ha significat creixements més moderats.

Taula 39. Allotjament turístic convencional a Catalunya (2000-2011).

Tipus d'allotjament	Establiments		Places		Places/establiment		% variació (2000-2011)	
	2000	2011	2000	2011	2000	2011	Estab.	Places
Hotels	2.557	2.836	231.938	291.777	91	103	10,91	25,80
Càmpings	370	354	256.767	278.188	694	786	-4,32	8,34
Establiments turisme rural	645	2.064	5.558	16.059	9	8	220,00	188,93
Total	3.572	5.254	494.263	586.024	138	112	47,09	18,57

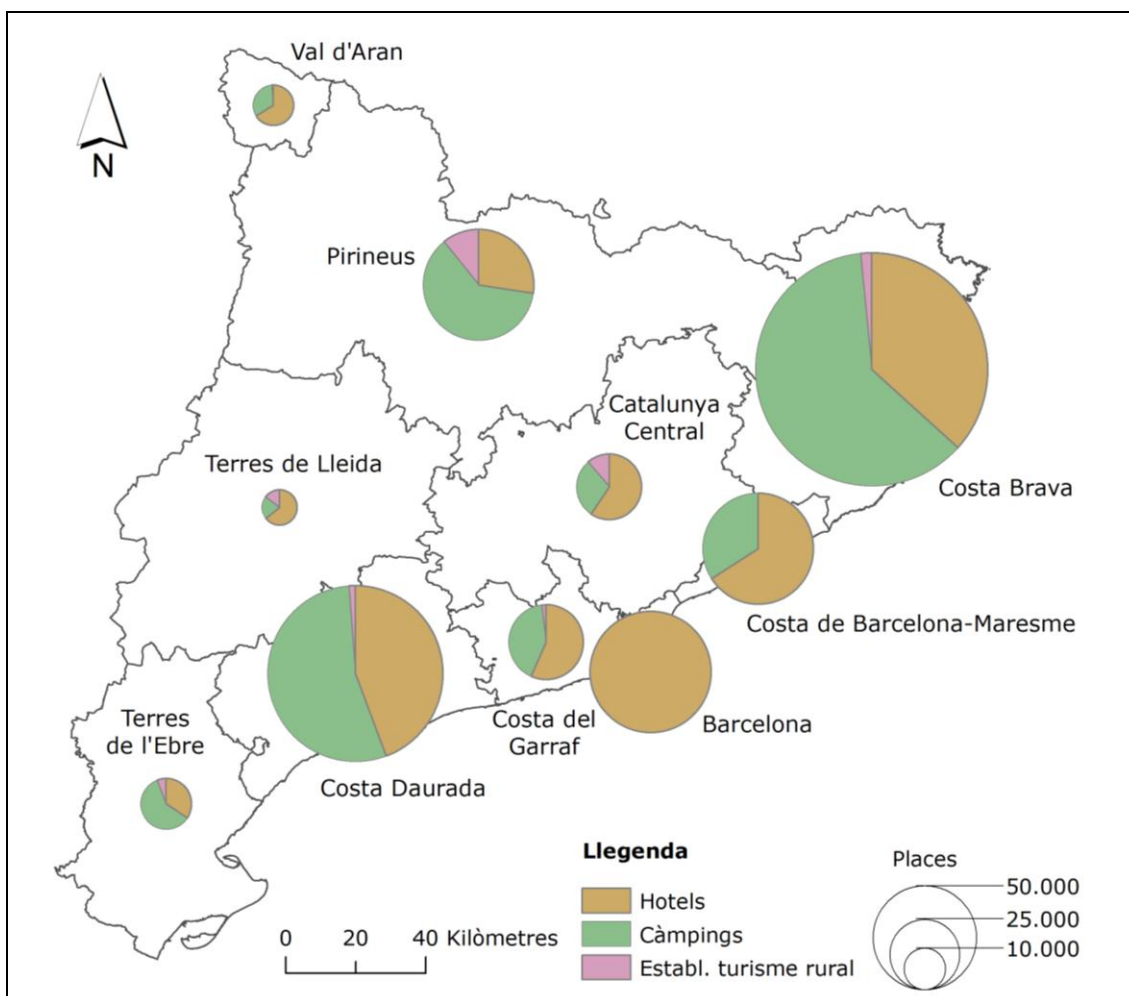
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC i IDESCAT.

La localització dels recursos turístics ha determinat la presència de visitants i, per tant, la creació d'infraestructures per al desenvolupament de l'activitat. Novament el paper preponderant del litoral a Catalunya evidencia aquest fet, de manera que la majoria de places d'allotjament es concentren a les marques turístiques de costa (vegeu Figura 36); només les marques de Costa Brava i Costa Daurada ja acumulen el 56% del total de places turístiques comercialitzables. Tanmateix, la distribució territorial ha estat diferent en cada tipus d'allotjaments, doncs els establiments de turisme rural es concentren a l'interior de Catalunya, seguint una lògica d'ocupació d'acord amb el seu principal recurs turístic: l'espai rural i natural; mentre que els càmpings tenen un caràcter exclusivament turístic, motiu pel qual es concentren principalment al litoral i als Pirineus. Els hotels són allotjaments més versàtils ja que responen tant a la demanda turística com a la no turística, cosa que els ha generalitzat per tot el territori català.

Les segones residències també són allotjaments turístics amb un pes considerable a Catalunya, doncs representen el 40% dels desplaçaments dels catalans, i estan

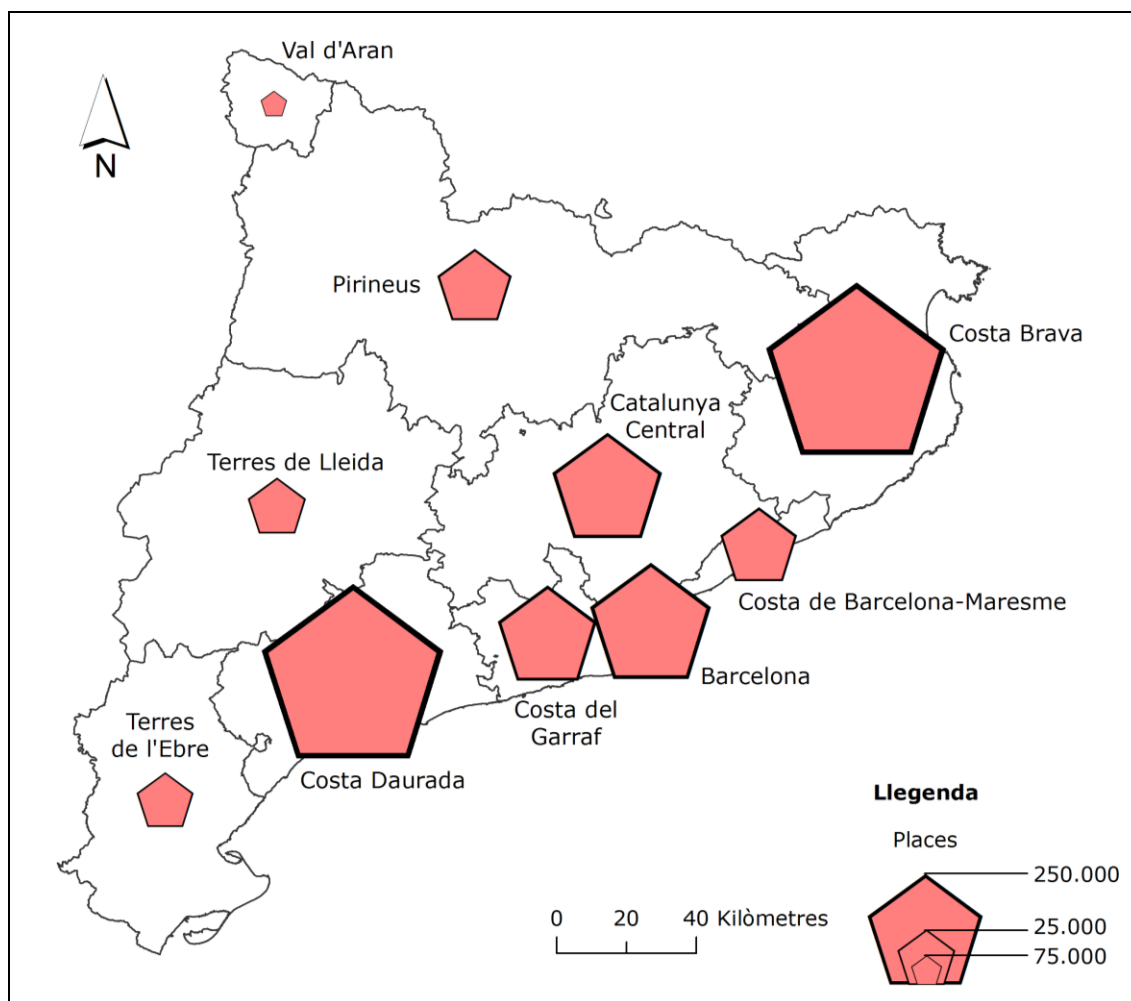
l·ligats a un turisme intern amb un fort arrelament al territori a causa d'una pràctica turística recurrent i de llarga durada (Sánchez Aguilera i Torres Delgado, 2009). La segona residència ha crescut en els darrers anys, sobretot pel boom immobiliari dels anys 80 a la costa, arribant a un increment del 55% durant el període 1981-2001 segons dades de l'INE. De fet, les places de segona residència superen de llarg l'oferta d'allotjament turístic convencional, tot i que la seva estacionalitat és molt més marcada (al voltant de 30 dies l'any). La distribució territorial es concentra al litoral, amb especial importància a les marques de Costa Brava i Costa Daurada (vegeu Figura 37). Tanmateix, aquest tipus de residència es pot trobar a gairebé tots els municipis de Catalunya, doncs la lògica d'ocupació no és només turística sinó que també pot respondre a un component familiar o emocional.

Figura 36. Allotjament turístic convencional segons marques turístiques (2011).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC.

Figura 37. Segones residències segons marques turístiques (2001).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE.

4.3.4. La planificació i gestió turística actual

La Constitució espanyola de 1978 atorga a les comunitats autònomes les competències referents a l'ordenació i promoció del turisme en el seu àmbit territorial, disposició que l'Estatut d'autonomia de Catalunya recull i atribueix a la Generalitat en el seu article 9.12. Així Catalunya disposa d'independència alhora de gestionar i planificar el turisme, exceptuant la promoció exterior i la xarxa de paradors nacionals que continuen en mans del govern central.

Tot seguit es fa un repàs dels òrgans de gestió i de la legislació i planificació vigent en matèria turística en l'àmbit català.

4.3.4.1. Òrgans de gestió turística autonòmica

La gestió pública del turisme a Catalunya es desenvolupa en l'àmbit municipal, comarcal, provincial i del conjunt de la comunitat autònoma. Cada escala territorial disposa dels seus propis òrgans de gestió que es coordinen i col·laboren entre ells. La Generalitat de Catalunya, a través de la DGT, s'encarrega de la millora del producte turístic i la promoció i adaptació de l'oferta turística en el conjunt de la comunitat autònoma. Des de la DGT es desenvolupa el *PETC 2005-2010*, i destaquen les actuacions en matèria de subvencions i ordenació turística de caire general.

Pel que fa a les administracions locals (municipi, comarca i província), tot i que no tenen competències normatives directes sobre el turisme, sí que poden intervenir en la promoció turística i en l'estructuració de l'oferta des dels ajuntament a través de regulacions i controls que el municipi estableixi sobre urbanisme, construcció, establiments, sanitat, seguretat, senyalització, etc. (Font Urgell, 2002). Les Diputacions Provincials es centren en el desenvolupament social i econòmic dels diversos territoris de la província, procurant el reequilibri territorial, el desenvolupament de models de turisme sostenible, la millora de la competitivitat i la qualitat del producte turístic i serveis. Amb aquests objectius recolzen les iniciatives en matèria de turisme de les entitats locals a través de l'aportació de mitjans materials i humans, concretament amb la realització de treballs, assessoraments, inversions i altres aportacions econòmiques. D'altra banda, la majoria dels Consells Comarcals tenen OTs que s'encarreguen de la promoció turística de la comarca, inventariant els recursos presents en el seu territori i potenciant el teixit empresarial tot difonent els seus productes i serveis turístics. Finalment, els municipis turístics gestionen les seves competències en matèria de promoció i informació turística a través de les regidories de turisme i les OTs, tot i que també és freqüent la creació de patronats o consorcis (administració no territorial) en els que intervenen tant el sector públic com el privat sumant esforços i interessos. Sovint aquests patronats o consorcis agrupen el territori de més d'un municipi, especialment en zones turístiques homogènies, i compten amb la participació d'administracions públiques d'àmbit superior (López Palomeque, 2004a).

El sector privat (allotjaments, operadors turístics, restauració, empreses d'activitats, etc.) també té un paper important en els processos de decisió i gestió turística. Segons ROS D&P (2008), el sector privat respon a 4 nivells de participació: 1) Consultiu, quan la participació es limita a donar l'opinió; 2)

Minoritari, quan està integrat en òrgans de representació i de govern però amb una participació minoritària; 3) Paritari, quan participa de manera equitativa en la presa de decisions; i 4) Majoritari, quan lidera l'organisme de gestió pública del turisme. Bona part del sector privat a Catalunya està organitzat en gremis i associacions que actuen com a lobbies de pressió en la planificació i gestió turística, i a més cada vegada tenen més pes en els organismes constituïts segons models híbrids publico-privats.

Hi ha doncs una gran fragmentació i solapament de funcions i competències entre territoris, administracions i altres organismes i entitats involucrades en la gestió turística. La tasca de gestió doncs, no és senzilla i sovint es troba amb importants dificultats fruit de la disparitat d'objectius, visions i cultura organitzativa i de gestió entre els agents implicats, així com diferències en la capacitat econòmica, reticències a compartir el poder de decisió i inèrcies administratives de l'administració pública (Vera -coord.-, 2011).

4.3.4.2. Legislació i planificació vigent en matèria de turisme

Actualment està vigent la *Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya* que constitueix un marc jurídic per al desenvolupament del sector i una ordenació general, tot recollint les recomanacions i directives internacionals i comunitàries en aquesta matèria. Es tracta de la principal eina de regulació de l'activitat que té en compte "la repercussió i les oportunitats econòmiques que una activitat d'aquest tipus té sobre el progrés i el desenvolupament social del país, però no defuig la responsabilitat de preservar els valors naturals, històrics, culturals i ambientals dels recursos" (Llei, 2002:1). Destaca l'esperit descentralitzador de la llei que atribueix competències turístiques a les administracions locals per tal d'unir esforços i compartir responsabilitats tot reforçant la coordinació, la col·laboració i la cooperació entre els ens. L'articulat fa referència bàsicament a tres components turístics: els recursos, els turistes i les administracions competents. Els recursos turístics es classifiquen per a posteriorment definir mecanismes per a la seva promoció, els turistes es defineixen i se'n regulen els drets i obligacions essencials, i finalment es tracten les competències i l'organització de les administracions turístiques i l'exercici de les seves potestats inspectores i sancionadores. Alguns dels instruments més destacats que s'han derivat d'aquesta llei són el *Pla de turisme de Catalunya*, la declaració de municipis turístics, la declaració de comarques o altres àrees d'interès turístic, o les denominacions geoturístiques.

Tot i que l'esmentada Llei és la principal eina normativa per a la regulació del turisme a Catalunya, cal esmentar que hi ha altres lleis que tot i no ser estrictament turístiques sí que tenen una incidència més o menys directa en el sector. Aquest és el cas de lleis com la *Llei 12/1985 d'espais naturals*, la *Llei 8/2005 de protecció, gestió i ordenació del paisatge*, la *Llei 22/1988 de costes*, o la *Llei 2/1983 d'alta muntanya*, entre d'altres.

El *PETC 2005-2010* és l'instrument bàsic de planificació turística de la Generalitat, i és especialment interessant pel fet d'haver estat concebut per a fer front als reptes del context internacional, als canvis en els hàbits de consum i al sorgiment de noves destinacions competidores (DCTC, 2006); és a dir, per adaptar-se a una nova realitat postfordista. El Pla es centra en l'estudi de l'oferta i la demanda turística, l'inventari de recursos turístics essencials, els impactes de l'activitat, i les mesures per millorar la qualitat i la competitivitat turística. Així el document constitueix un marc d'actuació i un full de ruta per als diferents agents del sector, servint al govern de la Generalitat com a instrument de coordinació i de govern, al sector públic per a generar fórmules de cooperació i optimització de l'ús dels recursos, i al sector privat com a referència per a prendre decisions. El Pla d'accions que se n'ha derivat ha guiat bona part de la gestió turística dels darrers anys a Catalunya creant grans rutes nacionals, com per exemple el camí de Sant Jaume; generant estudis com el *Mapa nacional de l'oferta i dels productes turístics* que, a part de ser un inventari exhaustiu dels recursos i productes turístics de Catalunya, permet identificar mancances i àrees d'oportunitats; fomentant el desplegament de la xarxa de Centres d'Acollida Turística (CAT's) de Catalunya; o constituint l'Agència Catalana de Turisme, entre d'altres.

A part d'aquesta planificació turística per al conjunt de Catalunya, des de les administracions locals també es produeixen una gran quantitat de documents de la mateixa naturalesa. Els Consells Comarcals són especialment prolífics en aquest sentit, especialment pel que fa als plans de foment turístic articulats en recursos concrets, però també en els plans estratègics i de dinamització per al conjunt de la comarca. D'altra banda, els municipis sovint vinculen la seva planificació turística als PET o els PDT, línees d'actuació dels plans FUTURES i PICTE de l'Estat espanyol. Els PET es centren en la regeneració ambiental i la recuperació de la qualitat de destinacions turístiques madures; mentre que els PDT promouen l'activació econòmica de destinacions turístiques emergents, preferentment en entorns rurals d'interior. Tanmateix, els municipis també desenvolupen les seves pròpies figures com plans estratègics, plans de foment o plans de dinamització, entre d'altres. A més, cal tenir en compte que els Plans d'Ordenació Urbanística Municipal, les

Agendes 21 o Plans Estratègics Municipals, són instruments que tot i no ser estrictament turístics també planifiquen i gestionen el turisme, sobretot quan els municipis són turístics.

També cal fer esment a altres tipus planificació que no estan associades tan clarament a una divisió administrativa com les comarques o els municipis. Es tracta de territoris que tot i no tenir una entitat administrativa pròpia, sí que responen a qualitats turístiques similars, per la qual cosa sovint es generen entitats per a la seva gestió conjunta. Aquest és el cas de les marques turístiques, unitats geoturístiques definides per la Generalitat, o les àrees territorials com les Valls d'Àneu, el Lluçanès o el Moianès, entre d'altres. En aquests casos la planificació turística sovint és assumida per entitats públic-privades (consorcis i patronats) que elaboren plans concrets i adaptats als objectius, qualitats i recursos del territori que representen.

4.3.5. La selecció dels casos d'estudi

Una vegada contextualitzat l'àmbit d'estudi, cal definir la unitat bàsica de treball en què s'aplicarà el sistema d'indicadors i que en aquest cas és el municipi turístic. Els processos de producció i consum turístic es manifesten a escala local (López Palomeque, 2004b), motiu pel qual aquest nivell sembla adient per a identificar i quantificar els impactes del turisme. A més, cal considerar que avaluar la sostenibilitat a partir d'escala superiors (comarques, comunitats autònomes o països) pot ser problemàtic donat que les característiques són massa diverses i complexes (Lee, 2001), mentre que si es treballa amb àmbits massa petits (llocs turístics, hotels, resorts, etc.) els resultats no inclouran tots els aspectes necessaris i, per tant, l'anàlisi dels impactes del turisme serà parcial. Schianetz et al. (2007) també afegeix que l'escala adient per a una valoració integral de la sostenibilitat turística és la destinació sota una autoritat local o un municipi, doncs és el nivell en que es desenvolupa el planejament, gestió i regulació regional. A Catalunya el municipi és la figura administrativa d'intervenció i gestió més directa en el territori, de manera que és en aquest nivell en el que les polítiques turístiques envers la sostenibilitat són més efectives. Així, estudiar la sostenibilitat turística a escala municipal té la virtut d'identificar els problemes i oportunitats de l'activitat turística en el territori concret i en relació a les comunitats locals en que es desenvolupa (Vera i Ivars, 2003; Chris Choi i Sirakaya, 2006), i alhora garanteix una millor i més fàcil aplicació de les estratègies de sostenibilitat gràcies al seu nivell administratiu més directe.

Alhora de seleccionar els casos d'estudi, la primera pregunta que cal resoldre és com definir un municipi turístic, és a dir, quines característiques ha de complir o quins barems s'estableixen per a discernir entre municipis turístics i no turístics. Segons López Palomeque (2004b:44) el municipi turístic s'ha d'entendre com "*una realitat territorial integrada marcada per la seva funció-condició turística, condició que determina la seva estructura territorial i impregna la seva estructura productiva i social*". La materialització d'aquesta premissa és abordada per la *Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya*, que estipula en el seu article 18 que "*Poden tenir la consideració de municipi turístic els municipis que compleixin almenys una de les condicions següents: a) Que la mitjana ponderada anual de població turística sigui superior al nombre de veïns i el nombre de places d'allotjament turístic i de places de segona residència sigui superior al nombre de veïns. b) Que el terme municipal inclogui una àrea territorial que tingui la qualificació de recurs turístic essencial*" (Llei, 2002:5). Si s'analitzen els punts que identifiquen els municipis turístics segons la llei és fàcil adonar-se de la gran quantitat de municipis que es poden incloure en aquesta categoria, donat el gran parc d'habitatge secundari repartit per tota Catalunya (514.943 habitatges l'any 2001 segons IDESCAT) i l'amplia consideració de recurs turístic essencial (béns culturals protegits per declaracions d'organismes internacionals, béns culturals d'interès nacional, espais d'interès natural, el conjunt del litoral i el domini esquiable, etc.) que fa que més del 60% dels municipis de Catalunya siguin susceptibles de ser turístics (Font Urgell, 2003). Tanmateix, els dos criteris estipulats en la Llei catalana són dues màximes que es repeteixen en diverses legislacions autonòmiques. De fet, en la majoria de normatives la declaració de "municipi turístic" sol vincular-se a tres factors (Menéndez et al 2004):

- La relació entre la població turística i els residents i/o entre els allotjaments turístics i els habitatges principals.
- L'existència d'un producte o servei turístic que generi gran afluència turística.
- El compliment de paràmetres qualitius: protecció de l'entorn, programes de qualitat en l'oferta turística, polítiques de promoció turística del municipi, etc.

A Catalunya la generalització espacial del fenomen o turistificació del territori és tal que difícilment es pot parlar d'àmbits no turístics segons aquests factors; per tant, la selecció dels casos d'estudi no és senzilla. D'acord amb això, i per tal de sistematitzar l'elecció, s'ha optat per aplicar un mostreig de judici (mostreig no probabilístic), segons el qual l'elecció de la mostra respon a criteris preestablerts a priori per l'investigador (Sancho -dir.-, 2001). Aquests tipus de mostreig es

considera òptim quan es vol comparar característiques entre diferents casos d'estudis, cosa que concorda amb la voluntat de l'investigació de valorar la sostenibilitat turística municipal de manera comparada doncs, tal i com apunta Bell i Morse (2003), assumir la sostenibilitat per comparació a partir de dades actuals és una de les possibles aproximacions per a fixar llinars de referència per a la sostenibilitat.

Per a establir els criteris d'elecció s'han tingut en compte els factors considerats en la legislació per a la declaració de municipi turístic, però també s'ha atorgat especial importància a la naturalesa geogràfica de l'activitat i a la realitat territorial resultant. No només s'ha buscat incloure aquells municipis amb una estructura turística més desenvolupada i consolidada, sinó també l'equilibri territorial entre les diverses regions turístiques de Catalunya així com la varietat en les modalitats que s'hi projecten. En definitiva, la voluntat és que en les casos d'estudi s'hi reflecteixi la riquesa i diversitat turística de Catalunya. D'acord amb això, els criteris que s'han establert per a seleccionar els casos d'estudi són:

1. L'entorn geogràfic. El territori i els seus atributs geogràfics són aspectes clau en qualsevol desplegament turístic, ja que determinen la disponibilitat de recursos turístics, cosa que argumenta la localització espacial de l'activitat i alhora condicionen el seu aprofitament segons les estructures preexistents. La relació causa-efecte entre territori i turisme (suport físic-recurs turístic, producte-destí) respon a l'existència d'uns factors singulars (espacials, ambientals i dinàmics) que determinen la capacitat d'un lloc concret per a desenvolupar-se turísticament (Majoral -coord.-, 2002). A Catalunya els atributs diferencials del territori determinen bàsicament quatre entorns geogràfics a on es desenvolupa el turisme: litoral, muntanya, urbà, rural/interior (vegeu Figura 38). Aquests escenaris no tenen una delimitació ben definida i moltes vegades es poden solapar, tanmateix, a nivell conceptual expliquen la geografia turística de Catalunya. Per aquest motiu, un important criteri a tenir en compte es disposar de municipis d'estudi representatius de diferents entorns geogràfics, tenint en compte que a la vegada hauran d'estar repartits homogèniament per tot el territori català.

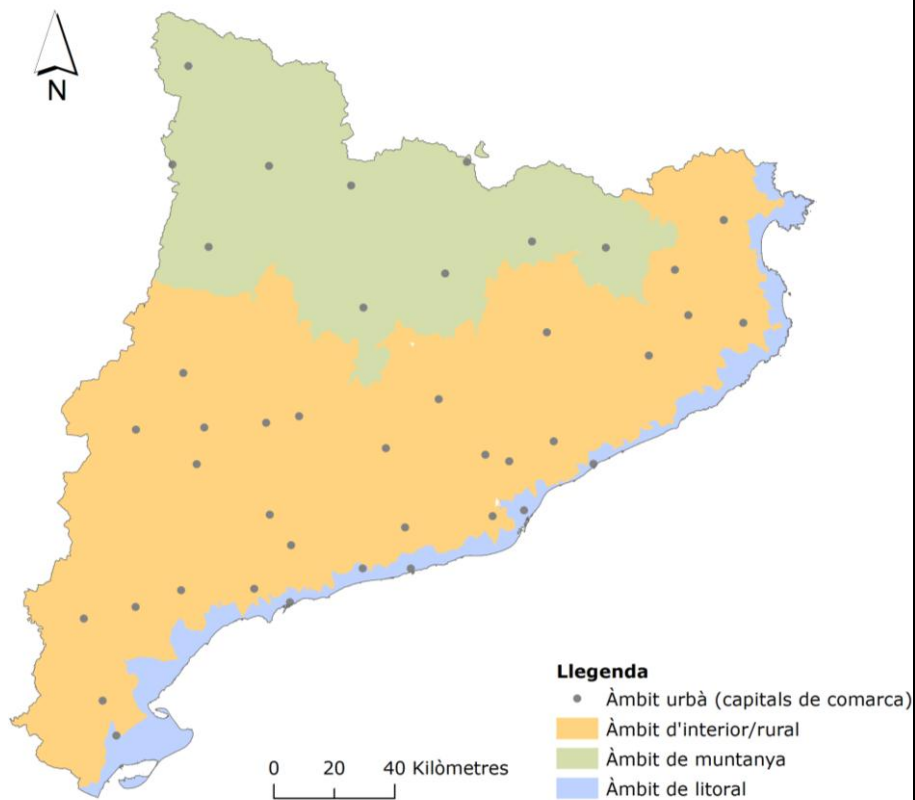
2. El grau d'especialització turística. El grau d'especialització turística és l'aspecte que tradicionalment s'ha utilitzat en la legislació per a definir un municipi turístic. Es tracta de proporcionar informació, normalment estadística, en relació a les variables més bàsiques del turisme de manera que a través d'aquestes es justifiqui la importància de l'activitat per a un àmbit concret. Els indicadors que normalment es consideren són les places d'allotjament turístic respecte les d'habitatge principal,

i/o la població turística en relació a la resident. Tanmateix, també es podria considerar qualsevol altra informació significativa tal com el grau de promoció turística, la planificació turística específica, la qualitat dels productes i serveis turístics o, en definitiva, qualsevol dada que deixi constància del pes econòmic i la voluntat administrativa envers el turisme. Per a simplificar l'ampli ventall de possibilitats, i coincidint parcialment amb el recollit a la *Llei de turisme de Catalunya* (Llei, 2002), s'adoptarà com a criteri de selecció que els municipis d'estudi tinguin més places d'allotjament turístic i de segona residència que població censada (vegeu Figura 39).

3. La significació del fenomen. També cal que els casos d'estudi siguin significatius turísticament en el context socioeconòmic i territorial en el que es troben, és a dir, és necessari constatar que els municipis escollits són nuclis que contribueixen efectivament al desenvolupament turístic a escala regional. Per tant, el nivell d'especialització que justifica la importància del turisme com a activitat econòmica dins el municipi ha de ser contrastat amb el pes específic en una escala superior. Amb aquest objectiu s'estableix com a criteri de selecció que les places d'allotjament turístic (hotels, càmpings, establiments de turisme rural i segones residències) en el municipi turístic representin el 10% o més del total de places de la seva comarca, i com a mínim el 0,1% del total de Catalunya (valor significatiu tenint en compte que Barcelona representa el 11% del total de places comercialitzables de Catalunya, i Salou -el segon municipi en nombre de places turístiques comercialitzables - el 3,4%) (vegeu Figura 40 i 41).

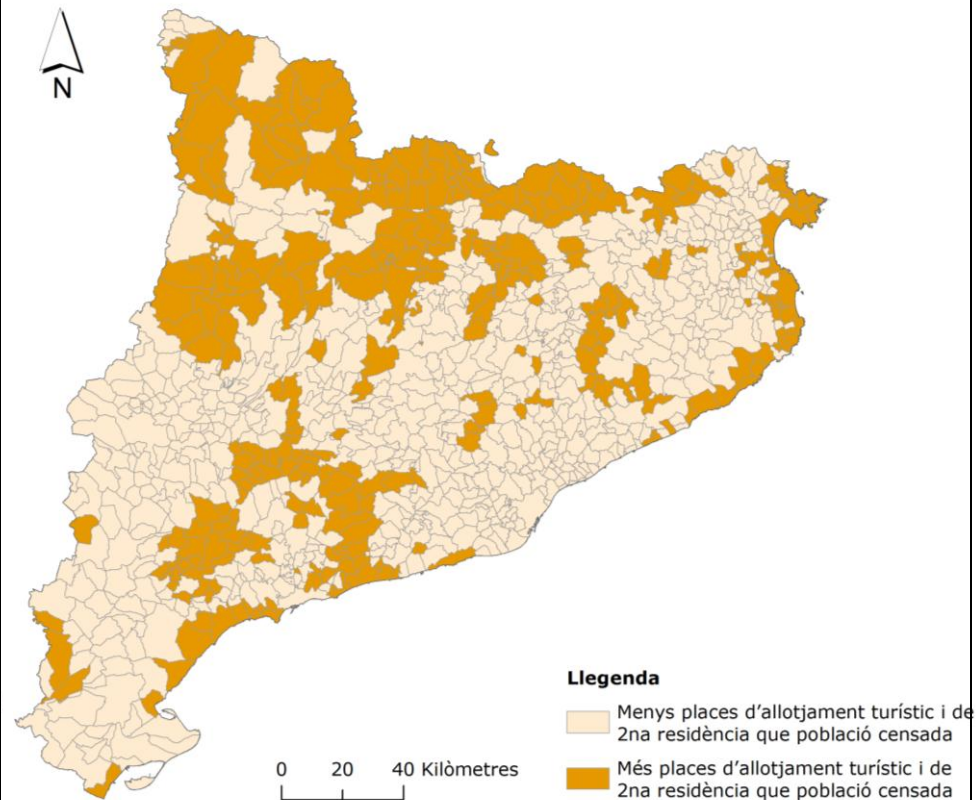
4. La diversitat en les pràctiques turístiques. La projecció territorial del turisme en diferents entorns geogràfics genera diverses modalitats turístiques (ecoturisme, turisme cultural, turisme d'aventura, etc.). Aquestes modalitats no són excloents ja que sempre hi ha més d'una en cada entorn geogràfic, ni tampoc són úniques o exclusives doncs sovint es poden desenvolupar en diversos entorns (p.ex. ecoturisme al Delta de l'Ebre o a Aiguestortes i Estany de Sant Maurici), a excepció d'aquelles que depenen de recursos concrets com la neu (modalitat turisme de neu) o el mar (modalitat de sol i platja). Així doncs, la diversitat d'entorns geogràfics de Catalunya genera un ampli ventall de possibles modalitats que caldrà tenir en compte en els casos d'estudi. Com a criteri de selecció es prioritzaran municipis representatius de diferents modalitats turístiques.

Figura 38. Identificació dels quatre entorns geoturístics de Catalunya.



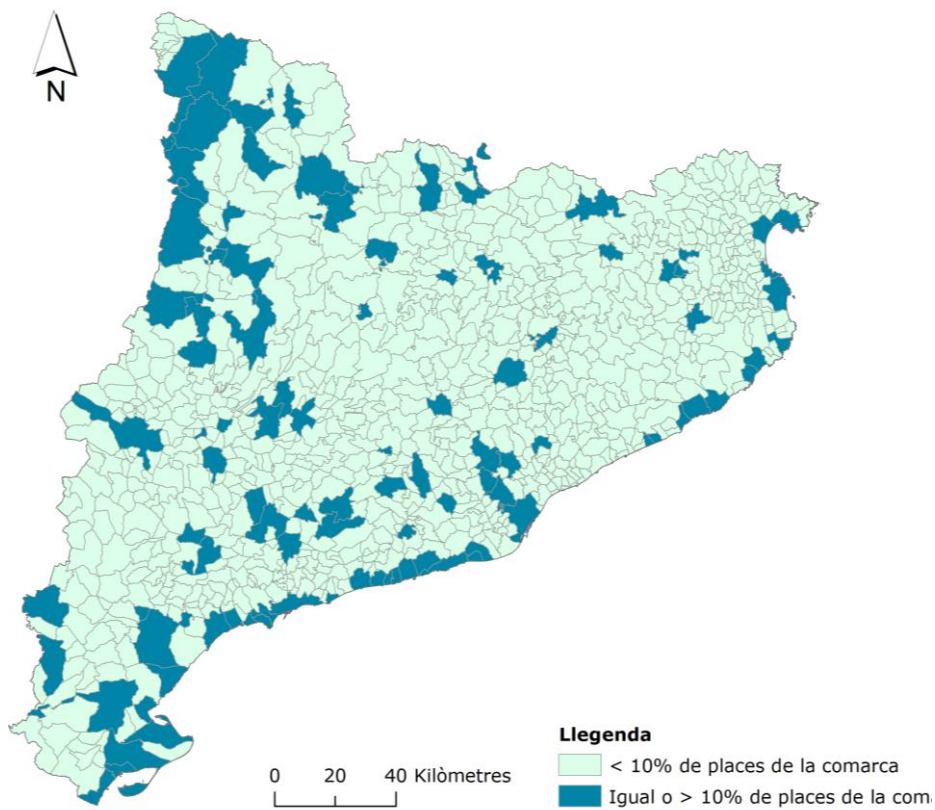
Font: Elaboració pròpia a partir de López Palomeque -dir.- (2009).

Figura 39. Grau d'especialització turística dels municipis de Catalunya (2011).



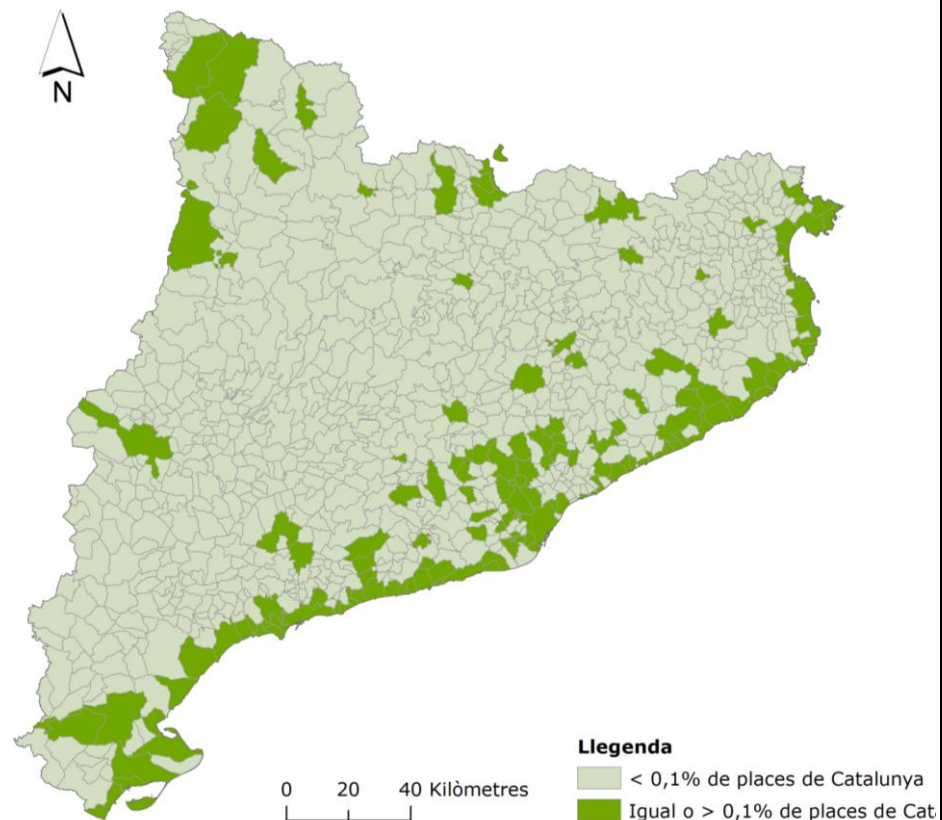
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC i INE.

Figura 40. Pes de l'allotjament turístic en els municipis respecte la comarca (2011).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC i INE.

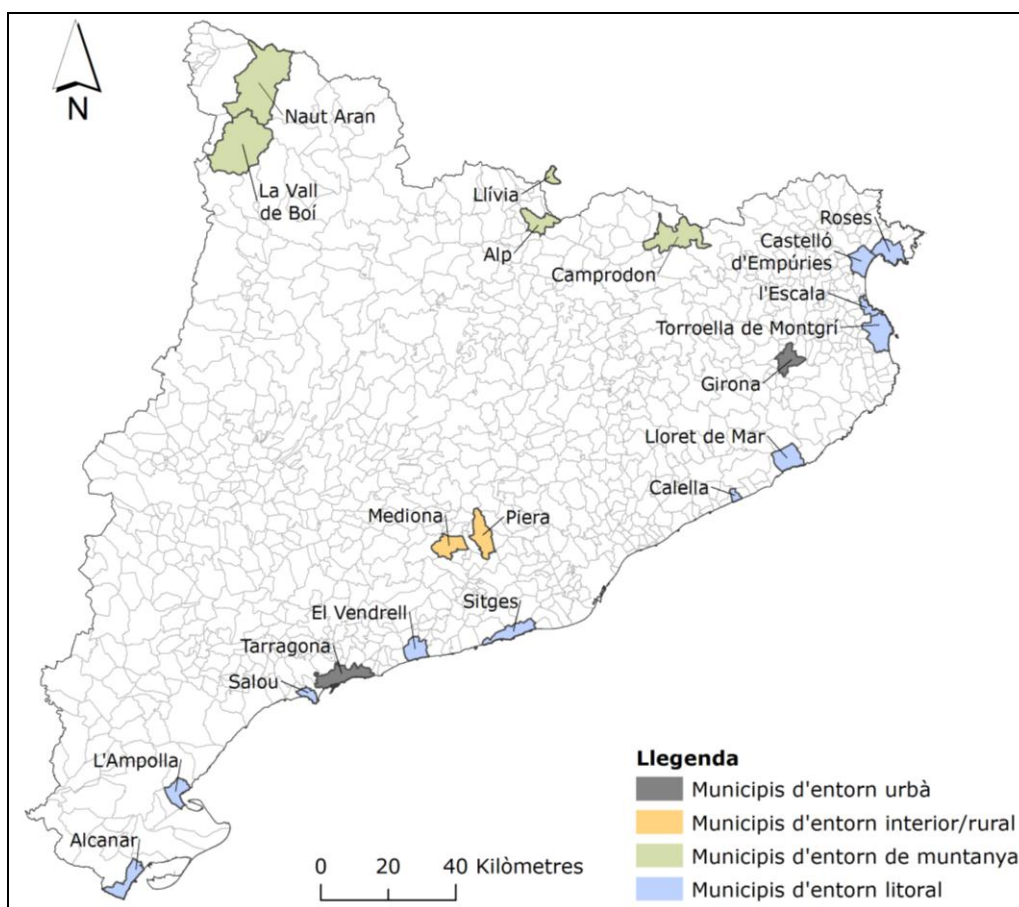
Figura 41. Pes de l'allotjament turístic en els municipis respecte Catalunya (2011).



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC i INE.

L'aplicació dels criteris 2 i 3 redueix l'univers dels 947 municipis de Catalunya a 34 municipis turístics. Tanmateix, la importància de disposar de municipis de diferents entorns geogràfics (criteri 1) obliga a flexibilitzar aquesta selecció, doncs no hi ha cap municipi d'àmbit urbà representat. La manca de representació d'aquest entorn respon a què, tot i que hi ha nombroses ciutats amb una activitat turística considerable, les dinàmiques urbanes que determinen una elevada població censada dilueixen el fenomen turístic. Així, a aquesta primera selecció s'afegeixen dos municipis urbans propers a complir els criteris 2 i 3. A partir d'aquesta mostra de 36 municipis turístics, es seleccionen 20 casos d'estudi tenint en compte el criteri 4, és a dir, escollint municipis representatius de diferents modalitats turístiques, tot procurant una distribució equitativa en el territori (vegeu Figura 42 i Taula 40). El número de casos d'estudi resultant de l'aplicació dels criteris preestablerts es considera adient i suficient per a explicar les hipòtesis d'investigació plantejades, i alhora s'ajusta a la limitació temporal requerida en el pla de treball de la Tesi.

Figura 42. Municipis d'estudi seleccionats segons entorns geogràfics.



Font: Elaboració pròpia.

Taula 40. Municipis d'estudi seleccionats per aplicar el sistema d'indicadors.

Entorn/Municipi	Comarca	Recursos turístics principals	Població (2010)	Places d'allotjament turístic (2011)*	Places turístiques/hab.	% places de la comarca	% places de Catalunya
Litoral							
Castelló d'Empúries	Alt Empordà	Litoral, natura	12.220	36.861	3,02	14,76	1,33
L'Escala	Alt Empordà	Litoral, cultura	10.387	48.250	4,65	19,32	1,74
Roses	Alt Empordà	Litoral, natura, negocis	20.418	82.056	4,02	32,86	2,96
L'Ampolla	Baix Ebre	Litoral, natura	3.540	10.229	2,89	22,89	0,37
Torroella de Montgrí	Baix Empordà	Litoral, natura	11.522	40.503	3,52	15,13	1,46
El Vendrell	Baix Penedès	Litoral, cultura	36.068	72.630	2,01	35,42	2,62
Sitges	Garraf	Litoral, cultura, negocis	28.130	29.883	1,06	36,14	1,08
Calella	Maresme	Litoral	18.625	24.305	1,30	13,85	0,88
Alcanar	Montsià	Litoral	10.545	11.386	1,08	37,42	0,41
Lloret de Mar	Selva	Litoral, negocis	39.794	64.600	1,62	34,35	2,33
Salou	Tarragonès	Litoral	27.016	95.128	3,52	34,50	3,43
Muntanya							
La Vall de Boí	Alta Ribagorça	Cultura, neu	1.076	3.921	3,64	52,93	0,14
Alp	Cerdanya	Neu	1.733	9.630	5,56	20,74	0,35
Llívia	Cerdanya	Natura, cultura	1.608	6.570	4,09	14,15	0,24
Camprodon	Ripollès	Natura, cultura	2.479	6.233	2,51	25,06	0,22
Naut Aran	Val d'Aran	Neu	1.729	14.074	8,14	49,65	0,51
Rural/interior							
Mediona	Alt Penedès	Natura, vi	2.363	3.107	1,31	13,05	0,11
Piera	Anoia	Gastronomia, tradicions	14.576	14.633	1,00	40,76	0,53
Urbà							
Girona	Gironès	Cultura, negocis	96.236	23.159	0,24	71,58	0,84
Tarragona	Tarragonès	Cultura, litoral, negocis	140.184	39.695	0,28	14,40	1,43

* Inclou places d'hotel, càmping, establiments de turisme rural i segones residències (dades de segona residència per l'any 2001).

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OTC i INE.

CAPÍTOL 5

APLICACIÓ DEL SISTEMA

D'INDICADORS: ESTUDI DE CASOS

Aquest capítol pretén testar el Sistema d'Indicadors de sostenibilitat turística proposat anteriorment en una sèrie de casos d'estudi seleccionats segons la rellevància de la seva activitat turística en el context català. Així doncs, el capítol consta de dos grans apartats: una primera presentació dels municipis d'estudi, i un segon recull de fitxes que sintetitzen l'aplicació del Sistema d'Indicadors en cada un d'aquests casos.

La caracterització dels municipis d'estudi s'ha fet en base a la selecció d'unes variables que permeten dibuixar el perfil turístic bàsic de cada cas, proporcionant informació contextual per entendre els indicadors que s'apliquen posteriorment. Es tracta doncs, d'una presentació no exhaustiva de components del turisme que serveix de referència per introduir els diferents àmbits i interpretar-ne més adientment els resultats.

Pel que fa a l'aplicació dels indicadors, s'ha realitzat a partir de fitxes sintètiques que organitzen els resultats de manera que es facilita la seva visualització, comprensió i comparació entre municipis. La informació tractada ha estat molt més àmplia que la que es presenta en les fitxes, però la voluntat pràctica de l'estudi requereix de l'expressió simplificada i entenedora de les dades. Per aquest motiu s'han evitat llistats extensos de dades intermèdies i s'ha optat per expressar els resultats finals. Tanmateix, en els annexos (vegeu *Base de dades Sistema d'Indicadors*) es faciliten totes les dades utilitzades en el càlcul dels indicadors.

5.1. CARACTERITZACIÓ BÀSICA DELS MUNICIPIS D'ESTUDI

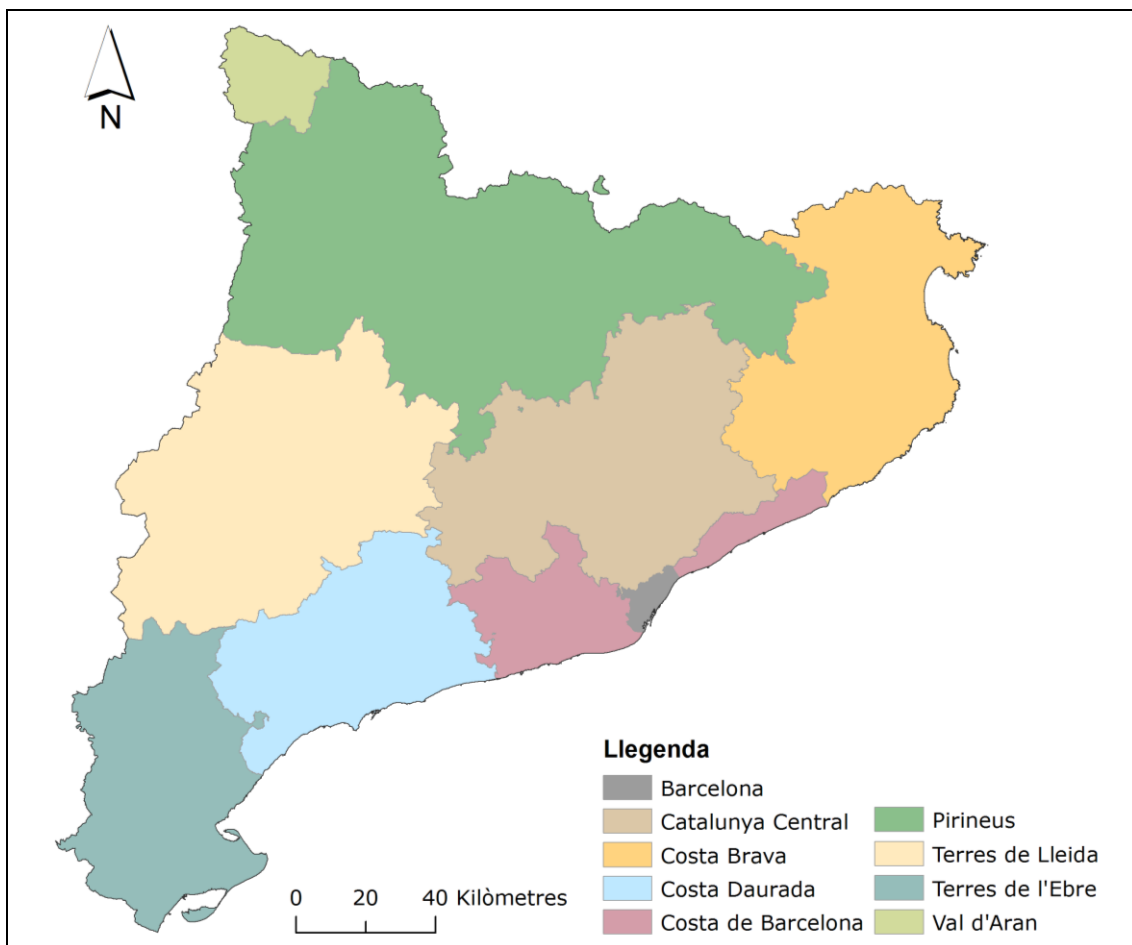
La caracterització de l'activitat turística catalana (vegeu capítol 4, apartat 4.3.3.), i per extensió el seu estudi, es realitza principalment a través de zones geoturístiques consolidades o marques turístiques. Actualment a Catalunya hi ha 9 marques turístiques que abracen tot el territori: Terres de l'Ebre, Costa Daurada, Costa de Barcelona (antiga Costa del Garraf i Costa del Maresme), Barcelona, Costa Brava, Pirineus, Vall d'Aran, Catalunya Central i Terres de l'Ebre; que s'articulen sota el paraigües general de la marca Catalunya (vegeu Figura 43).

Aquestes unitats operatives han estat els referents de la política turística catalana dels darrers anys, per la qual cosa la descripció dels municipis d'estudi hi ha de fer referència necessàriament. Així doncs, aquest apartat s'organitza a partir de les marques turístiques a què pertanyen els casos d'estudi, permetent comparar el seu desenvolupament turístic amb escales regionals superiors de característiques

similars. La Taula 41 presenta la llista de municipis que es caracteritzaran en els apartats següents, i es complementa amb la Taula 40 (Capítol 4) que informa, entre d'altres coses, de la població censada i la dimensió de l'oferta per a cada cas.

Les dades introductòries que es donen en els apartats següents provenen de fonts d'informació oficials. De l'IDESCAT s'han extret les dades de 2010 d'afluència de visitants a les marques turístiques, i la població i superfície els municipis; de l'INE el total d'habitatges de segona residència per l'any 2001 i la seva proporció en el total del parc de l'habitatge; i de l'OTC les variables econòmiques del turisme del 2010 i la informació de places i establiments turístics per l'any 2011. En quant a la tipologia d'allotjaments turístics, es diferencia entre l'oferta comercialitzable, que correspon als allotjaments turístics que es venen per canals convencionals (hotels, càmpings i establiments de turisme rural), de les segones residències que segueixen pautes de consum clarament diferenciades.

Figura 43. Marques turístiques de Catalunya (2012).



Font: Elaboració pròpia.

Taula 41. Municipis turístics d'estudi segons marca turística.

Marca turística	Municipis d'estudi
Catalunya Central	Piera
Costa Brava	Roses
	Castelló d'Empúries
	L'Escala
	Torroella de Montgrí
	Girona
	Lloret de Mar
Costa Daurada	El Vendrell
	Tarragona
	Salou
Costa de Barcelona	Calella
	Sitges
	Mediona
Pirineus	Alp
	Llívia
	Camprodon
	La Vall de Boí
Terres de l'Ebre	L'Ampolla
	Alcanar
Vall d'Aran	Naut Aran

Font: Elaboració pròpia.

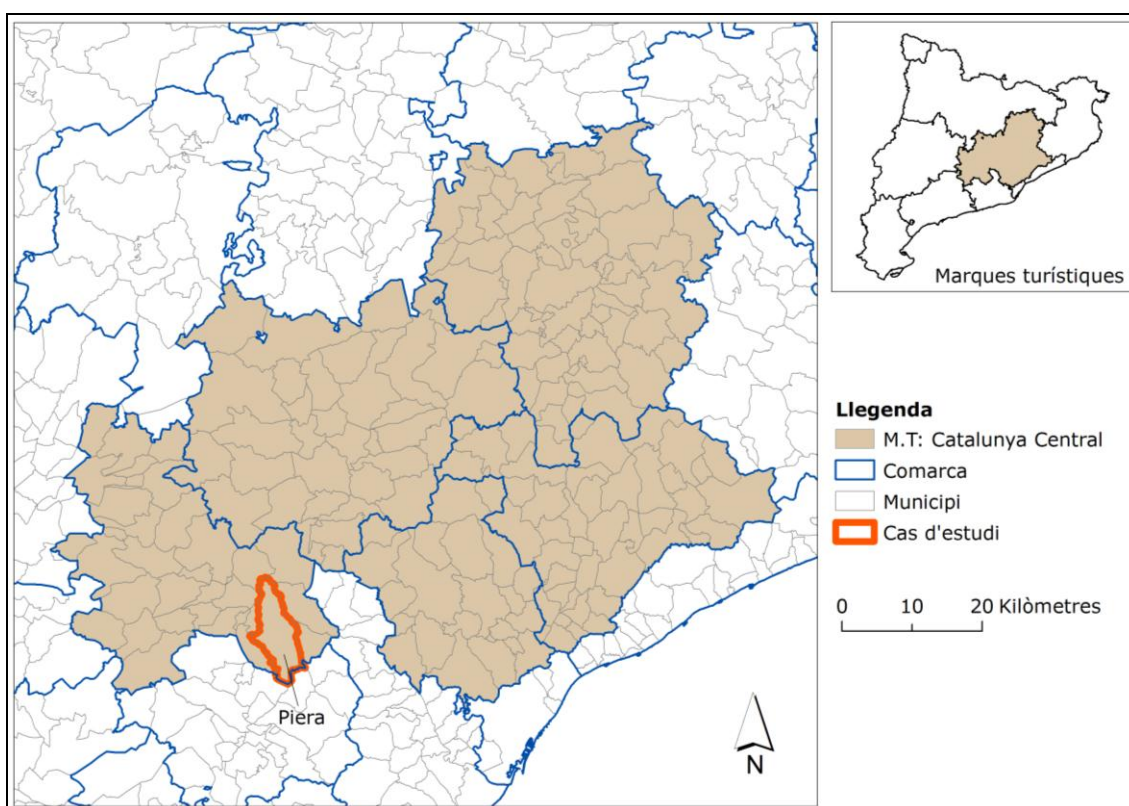
5.1.1. Els municipis d'estudi de la marca turística Catalunya Central

La marca turística de Catalunya Central s'ubica al centre-est de Catalunya i inclou les comarques de Osona, Bages, Vallès Oriental, Vallès Occidental i l'Anoia (vegeu Figura 44). La seva superfície és de 4.860 Km² i la població s'hi distribueix amb una densitat de 358 hab./Km². El sector turístic en l'economia de la marca representa el 8% del PIB, el valor més baix de Catalunya, i ocupa a 9.800 persones (OTC, 2010b). La seva riquesa natural i la història i monuments de les seves ciutats són els principals atractius turístics. També destaca una arrelada tradició industrial que permet oferir un productes turístics singulars, tant de patrimoni històric com d'indústria viva, i el termalisme i la gastronomia acaben de complementar l'oferta de la regió. La demanda és principalment interior, concretament l'any 2010 va rebre un total de 2.098.421 amb un 72% de catalans (dades IDESCAT i OTC, 2010).

Tanmateix, es tracta d'una zona poc desenvolupada turísticament a on l'activitat ha tingut un escàs impacte en l'estructuració del territori. Disposa d'una infraestructura d'allotjament turístic més aviat minsa si es compara amb altres zones de Catalunya i de categoria mitjana-baixa (més del 70% dels hotels són

d'entre 1 i 3 estrelles). L'oferta d'allotjament comercialitzable compta amb un total de 22.144 places, el 59% de les quals corresponen a establiments hotelers. Els càmpings acumulen el 30% d'aquestes places i els establiments de turisme rural el 11% (dades OTC, 2011). A més les segones residències representen el 35% del total del parc d'habitatge i suposen un volum d'unes 228.574 places turístiques més (dades de l'IDESCAT, 2001). El municipi d'estudi que s'inclou en aquesta comarca és Piera.

Figura 44. Localització de la marca turística de Catalunya Central i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

5.1.1.1. Piera

El municipi de Piera, situat al sud-est de la comarca de l'Anoia, té una extensió de 57,2 Km² i una població de 14.576 habitants (dades IDESCAT, 2010). La infraestructura d'allotjament turístic està únicament representada per segones residències, les quals representen el 40% del parc d'habitatge i suposen unes

14.633 places (dades INE, 2001). Tanmateix, en el conjunt de la comarca aquesta oferta representa el 40% del total de places i en relació a Catalunya el 0,50%.

El turisme a Piera és un reflex de les dinàmiques rurals succeïdes durant els anys 50-60. La industrialització de les ciutats va generar una demanda de mà d'obra que es va traduir en l'emigració de molta població rural cap a aquests centres. De manera que les zones de l'àrea d'influència de Barcelona, com el cas de Piera, van començar a rebre fluxos importants de treballadors que hi establien una segona residència. Aquests processos, i la manca d'una planificació territorial clara, es van traduir en diverses grans urbanitzacions desvinculades del nucli de la vila i sense serveis i infraestructures mínimes, que no van ser regularitzades fins més endavant.

El caràcter rural de Piera continua sent avui en dia el seu principal atractiu. La ceràmica i l'elaboració de productes locals constitueixen un ric patrimoni artesanal i

Imatge 12. Cases senyorials de Piera.



Font: A. Torres Delgado (2012).

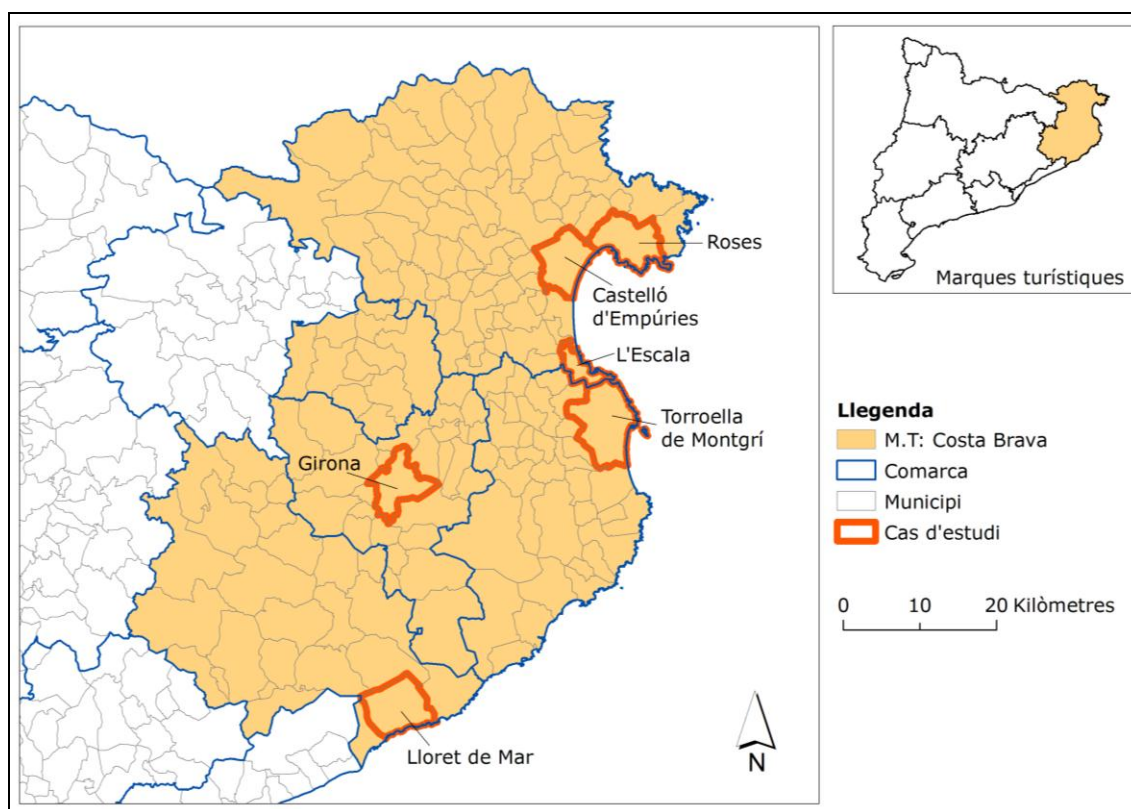
els boscos de pins i alzines, així com diverses formacions geològiques singulars, configuren un paisatge natural d'interès. Repartides pel territori municipal a més també hi ha diverses mostres d'arquitectura religiosa dels segles XII-XIII, entre d'altres elements destacats com el castell o diverses cases senyorials (vegeu Imatge 12).

5.1.2. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa Brava

La marca turística de la Costa Brava es situa al nord-est de Catalunya i inclou les comarques de l'Alt Empordà, Baix Empordà, Gironès, Pla de l'Estany i La Selva (vegeu Figura 45). La seva superfície ocupa 3.893 Km² i la població s'hi distribueix amb una densitat de 169 hab./Km². Es tracta de l'àmbit amb més tradició turística de Catalunya a on pes econòmic del turisme és força significatiu, representant un 17,2% del seu PIB i ocupant a un total de 39.100 persones (OTC, 2010b). No és estrany doncs, que l'activitat hagi estat un factor rellevant en l'estructuració del territori, condicionant de manera decisiva la urbanització intensiva de la primera línia de costa en un principi, i de la incorporació difosa del rere país anys després.

Els seus principals atractius turístics rauen en les platges de contorn escarpat i les diverses viles marineres que encara conserven el seu antic encant. També els nombrosos parcs naturals protegits, el patrimoni medieval i romànic, o l'art surrealista són fonts de recursos turístics inigualables. Gràcies a aquesta riquesa d'atractius, la Costa Brava ha aconseguit ser una de les marques que rep més turistes a Catalunya. Concretament l'any 2010 en va rebre 8.537.478 (dades IDESCAT i OTC, 2010), i només va ser superada pels 10 milions que va rebre Barcelona. La procedència d'aquests turistes va ser majoritàriament catalana i estrangera, en aproximadament un 40% i un 50% respectivament.

Figura 45. Localització de la marca turística de la Costa Brava i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la infraestructura d'allotjament turístic comercialitzable, el càmping hi té un pes destacat representant el 62% del total de les 203.792 places. Els hotels acumulen el 37% de les places i els establiments de turisme rural, d'acord amb una molt menor capacitat per establiment, un escàs 1% (dades OTC, 2011). La segona residència també té un pes significatiu i representa el 35% del parc de l'habitatge.

Es tracta d'una de les regions de Catalunya que n'acumula més, concretament 127.363 que suposen unes 541.293 places (dades INE, 2001).

Per la tradició turística i el desenvolupament assolit a la Costa Brava, aquesta marca és la que acumula més municipis turístics d'estudi. Els casos que es consideren són: Castelló d'Empúries, L'Escala, Roses, Torroella de Montgrí, Girona i Lloret de Mar.

5.1.2.1. Roses

El municipi de Roses es situa a l'est de la comarca de l'Alt Empordà i ocupa una superfície de 45,9 Km² amb una població de 20.418 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable es compon d'un total de 9.287 places, repartides en un 73% en establiments hotelers i un 27% en càmpings (dades OTC, 2011). La segona residència també és una modalitat d'allotjament destacada, doncs representa el 75% del parc de l'habitatge i un total de 72.654 places addicionals (dades INE, 2001). En conjunt el municipi acumula el 33% de les places turístiques de la comarca i el 2,96% de Catalunya.

L'activitat econòmica tradicional de la població és la pesca i no va ser fins a finals del segle XIX, quan el turisme va deixar d'estar reservat per una minoria benestant i es va generalitzar a capes més àmplies de la població. El desplegament de l'activitat durant el *boom* turístic va determinar el desenvolupament urbà en general del municipi, proliferant de manera rellevant les urbanitzacions per tot el seu territori. A partir dels anys seixanta, la necessitat de mà d'obra del sector turístic va suposar un creixement progressiu de la població i de l'oferta de serveis complementaris, tals com

Imatge 13. La Ciutadella de Roses.



Font: A. Torres Delgado (2012).

restaurants i bars, agències de viatges, immobiliàries, botigues, etc. Avui en dia el turisme en general, i especialment la segona residència, l'estiueig i les empreses de

serveis, determinen l'economia del municipi. L'activitat combina recursos tradicionals com les platges i una petita marina residencial amb espais naturals protegits, patrimoni arquitectònic singular (sepulcres megalítics, ciutadella, cases modernistes, etc.) (vegeu Imatge 13) i una gastronomia de qualitat, de la qual el restaurant "El Bulli" de Ferran Adrià és el màxim exponent. Recentment també s'ha incorporat a l'oferta un palau de congressos que ha permès posicionar la vila com a destinació de turisme de negocis.

5.1.2.2. Castelló d'Empúries

Castelló d'Empúries es situa a l'est de la comarca de l'Alt Empordà i ocupa un territori de 42,3 Km² a on viuen 12.220 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable destaca per estar composta per càmpings de gran capacitat, doncs només 5 càmpings acumulen 9.777 places que representen el 87% del total del municipi. Els hotels disposen de 1.418 places i els establiments de turisme rural de només 47 places (dades OTC, 2011). Pel que fa a la segona residència, el 44% del parc d'habitatge correspon a aquesta categoria, afegint unes 25.598 places més a l'oferta d'allotjament (dades INE, 2001). Així doncs, en total el municipi representa el 15% de les places de la comarca i el 1,30% de Catalunya.

El desplegament turístic del municipi, tal i com es coneix avui en dia, té molt a veure amb el turisme de masses dels anys 60. La qualitat de les seves platges i el seu entorn d'aiguamolls va posicionar el municipi com a destinació de sol i platja destacada a la Costa Brava. A més, aquesta tendència es va consolidar quan l'any 1967 es va construir una de les marines més grans del món: la marina

Imatge 14. Canal de la Marina residencial d'Empúriabrava a Castelló d'Empúries.



Font: A. Torres Delgado (2012).

residencial d'Empúriabrava, una xarxa de canals navegables (vegeu Imatge 14) que sumen més de 30 km amb més de 5.000 amarradors i aeròdrom propi. Aquest desenvolupament urbanístic va condicionar de manera decisiva el creixement econòmic de la vila, i va generar un nou nucli de població dissenyat exclusivament

com a lloc de vacances i de segona residència. Posteriorment, el 1983 es va declarar bona part del territori municipal com a paratge natural d'interès nacional de reserves integrals zoològiques i botàniques dels Aiguamolls de l'Empordà, valoritzant així un altre important recurs turístic.

D'aquesta manera Castelló d'Empúries es configura com un municipi dual o contrastat, compartint en un mateix territori pràctiques turístiques tradicionals de litoral amb activitats basades en el gaudir de la natura. També cal afegir que disposa d'una àmplia infraestructura complementària (pitch & putt, museus, restaurants i bars, discoteques, etc.) i d'un patrimoni arquitectònic rellevant fruit principalment d'una època medieval esplendorosa.

5.1.2.3. L'Escala

L'Escala es situa al sud-est de la comarca de l'Alt Empordà i ocupa una extensió de 16,3 Km² a on viuen 10.387 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable es compon d'un total de 7.152 places, el 89% de les quals correspon a 5 càmpings. Es tracta doncs d'un municipi altament especialitzat en aquest tipus d'allotjament; tot i que també disposa de 17 hotels de baixa capacitat amb un total de 789 places i de 2 establiments de turisme rural (dades OTC, 2011). La segona residència també és una modalitat d'allotjament abundant, representada per 9.670 habitatges que suposen un pes molt significatiu en el total del parc de l'habitatge, concretament un 73% que correspon a 41.097 places turístiques addicionals (dades INE, 2001). En conjunt el municipi acumula el 19% de les places disponibles a la comarca i el 1,74% del total de Catalunya.

Imatge 15. Ruïnes d'Empúries a L'Escala.



Font: A. Torres Delgado (2012).

El turisme és l'activitat econòmica primordial del municipi i el motor de la profunda transformació urbanística durant els anys del boom turístic amb la construcció d'establiments d'allotjament i urbanitzacions repartides pel territori. El descobriment dels jaciments arqueològics al nucli d'Empúries van propiciar-ne el desplegament turístic (vegeu Imatge 15), situant-se un

dels primers hotels del municipi en les immediacions de les ruïnes. Progressivament, i gràcies al turisme de sol i platja dels anys 60, el municipi es va anar consolidant com a destinació turística i incrementant la seva oferta complementaria amb un port esportiu, establiments comercials, discoteques, agències turístiques, restaurants, etc. Actualment, l'activitat continua fonamentant-se en les seves platges i el seu ric patrimoni arqueològic, però s'ha diversificat notablement l'oferta promocionant la seva gastronomia, el seu entorn natural i les instal·lacions per a congressos i reunions.

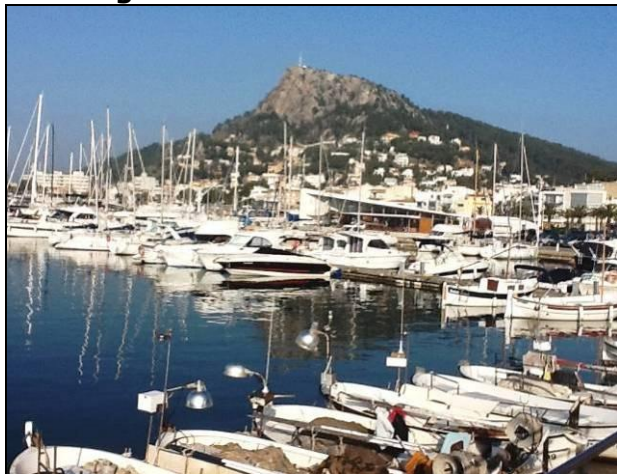
5.1.2.4. Torroella de Montgrí

Torroella de Montgrí s'ubica al nord-est de la comarca del Baix Empordà i disposa d'un territori de 65,9 Km² a on viuen 11.522 habitants (dades IDESCAT, 2010). El municipi presenta un dualisme molt marcat entre el nucli antic de Torroella situat a l'interior, i el nucli de costa de l'Estartit a on s'acumula la major part de l'activitat i la infraestructura turística. La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable consta d'un total de 17.000 places distribuïdes en un 90% en 10 càmpings. Els hotels també estan ben representats amb 20 establiments, tanmateix la seva capacitat és menor i representen un total de 1.713 places. D'altra banda, només hi ha 2 establiments de turisme rural que sumen 11 places més (dades OTC, 2011). Pel que fa a la segona residència, suposa el 50% del parc d'habitatge amb un total de 23.503 places addicionals (dades INE, 2001). En conjunt el municipi acumula el 15% del total de places de la comarca i el 1,46% del Catalunya.

A inicis del s.XX el municipi ja era freqüentat per famílies benestants que van establir-hi les primeres residències d'estiueig per aprofitar les qualitats terapèutiques del mar. Però no va ser fins els anys 50-60 que, amb l'arribada dels primers turistes europeus, Torroella de Montgrí es va sumar al boom turístic de masses. El desenvolupament va ser especialment notori al nucli mariner de l'Estartit, a on la popularització del turisme de sol i platja va comportar la progressiva substitució de les cases de pescadors per hotels. A més el mercat laboral associat al turisme es va enfortir considerablement, amb uns fluxos migratoris que van incrementar la població en general, i la construcció va esdevenir un sector a l'alça que va transformar significativament el territori amb la proliferació d'urbanitzacions. Durant els anys 90 el model turístic tradicional va entrar en crisi i el municipi va decidir reorientar la seva activitat aprofitant la potencialitat del seu entorn natural.

Actualment, la qualitat i singularitat del seu entorn és un recurs turístic important de Torroella de Montgrí. De fet bona part del seu territori municipal està protegit sota la figura de PEIN i destaquen també especialment les illes Medes, que és una

Imatge 16. Port nàutic de L'Estartit.



Font: A. Torres Delgado (2012).

de les reserves de flora i fauna marina més importants del Mediterrani Occidental. Les platges continuen sent un reclam important però l'oferta s'ha diversificat considerablement a partir de recursos culturals (museus i festivals), patrimonials (castells, ermites, nuclis, etc.) i equipaments esportius (port nàutic, hípica, minigolf, tennis, etc.) (vegeu Imatge 16).

5.1.2.5. Girona

El municipi de Girona és capital de província i es troba a nord de la comarca del Gironès i ocupa una extensió de 39,1 Km² amb una població de 96.236 habitants (dades IDESCAT, 2010). L'allotjament turístic comercialitzable està únicament representat per 22 hotels que disposen d'un total de 2.028 places, doncs les dinàmiques urbanes pròpies d'una capital limiten la presència de càmpings o establiments de turisme rural (dades OTC, 2011). Precisament per aquesta mateixa raó també el pes de la segona residència és marcadament menor en comparació amb d'altres municipis turístics, tan sols un 12% del parc de l'habitatge; tot i que el volum de places turístiques addicionals que representa no és gens menyspreable: unes 21.131 places (dades INE, 2001). En el conjunt de la comarca Girona acumula el 71% del total de les places turístiques ofertades, i en relació a Catalunya el 0,83%.

El turisme a Girona s'ha desenvolupat a mesura que els seus recursos culturals i patrimonials han esdevingut atractius turístics per a la demanda. És per això que el fenomen és relativament nou i associat a les motivacions del turista postfordista. Tanmateix, la ciutat no ha desaprofitat les avantatges que el turisme li ofereix i ha invertit esforços en promocionar-se per a aconseguir visibilitat i posicionament.

El patrimoni arquitectònic i la cultura amb les seves diverses manifestacions (patrimoni immaterial, festivitats, museus, etc.) són els principals atractius turístics de Girona. La seva naturalesa urbana no desmereix l'essència acollidora de poble que encara manté, sobretot en el seu casc antic a on les restes del seu passat medieval són ben paleses. Destaca especialment l'arquitectura religiosa, que compta amb elements tan importants com la catedral gòtica de Santa Maria (vegeu Imatge 17) o el monestir de Sant Pere de Galligants, així com diverses mostres d'arquitectura civil de diverses èpoques (banys àrabs, cases modernistes, etc.). A més la ciutat de Girona també ha optat per promoure el turisme de negocis dotant-se d'un palau de congressos de disseny futurista.

Imatge 17. Catedral de Santa Maria de Girona.



Font: A. Torres Delgado (2012).

5.1.2.6. Lloret de Mar

Lloret de Mar és un dels municipis turístics més importants de Catalunya i es situa al sud-est de la comarca de la Selva i ocupa una extensió de 48,7 Km² amb una població de 39.794 habitants (dades IDESCAT, 2010). Disposa d'una de les ofertes d'allotjament turístic comercialitzable més grans de Catalunya, només superada per Barcelona i Salou, amb un total de 34.153 places que corresponen en un 88% a 129 hotels i en un 12% a 4 càmpings (dades OTC, 2011). La segona residència també és una modalitat d'allotjament comú i representa el 42% del total del parc d'habitatge, cosa que equival a unes 30.430 places turístiques més (dades INE, 2001). En total el municipi acumula el 34% de les places de la comarca i el 2,33% del conjunt de Catalunya.

El turisme a Lloret de Mar va començar a principis del s.XX quan van arribar estiuejants que començaren a aixecar els primers xalets l'estiu de 1918. Poc després, l'any 1920 es va obrir el primer hotel anomenat "Costa Brava". La guerra civil va ser un període d'estancament que va ser superat ràpidament amb l'arribada dels estiuejants de Barcelona, generalment fabricants de tèxtil ben situats o d'ocupacions similars. Però no va ser fins el 1950 que el desplegament turístic va transformar profundament l'estructura urbanística del municipi. Les antigues cases

senyorials es van enderrocar o convertir en hotels o instal·lacions de serveis, i els camps de vinyes i boscos es van començar a urbanitzar. Durant la dècada dels 60 i 70 es van aprovar 34 urbanitzacions i l'any 1975 el municipi ja comptava amb 203 establiments hotelers, 421 bars i restaurants, 53 discoteques i 21 agències de viatges. El boom turístic amb l'arribada dels primers turistes estrangers va irrompre amb força, primer a la línia de costa i progressivament cap a l'interior, fins arribar a configurar l'actual paisatge urbà (vegeu Imatge 18). Avui en dia el turisme de masses i les empreses de serveis configuren la part més important de l'economia del municipi.

Els productes turístics de Lloret continuen fonamentant-se en el seu litoral, si ve s'ha fet un esforç notable per a diversificar l'oferta i millorar la imatge per a adaptar-se a les noves tendències del mercat.

S'ha dotat d'una bona oferta complementària amb parc recreatiu, un casino i instal·lacions esportives, i ha promociat el seu patrimoni cultural i històric (festivals, museus, rutes,



Font: A. Torres Delgado (2012).

gastronomia, etc.), i els elements singulars del seu entorn natural (jardins botànics, miradors, etc.). També ha apostat per especialitzar-se en turisme de negocis dotant-se d'infraestructures per a la realització d'esdeveniments, reunions i congressos.

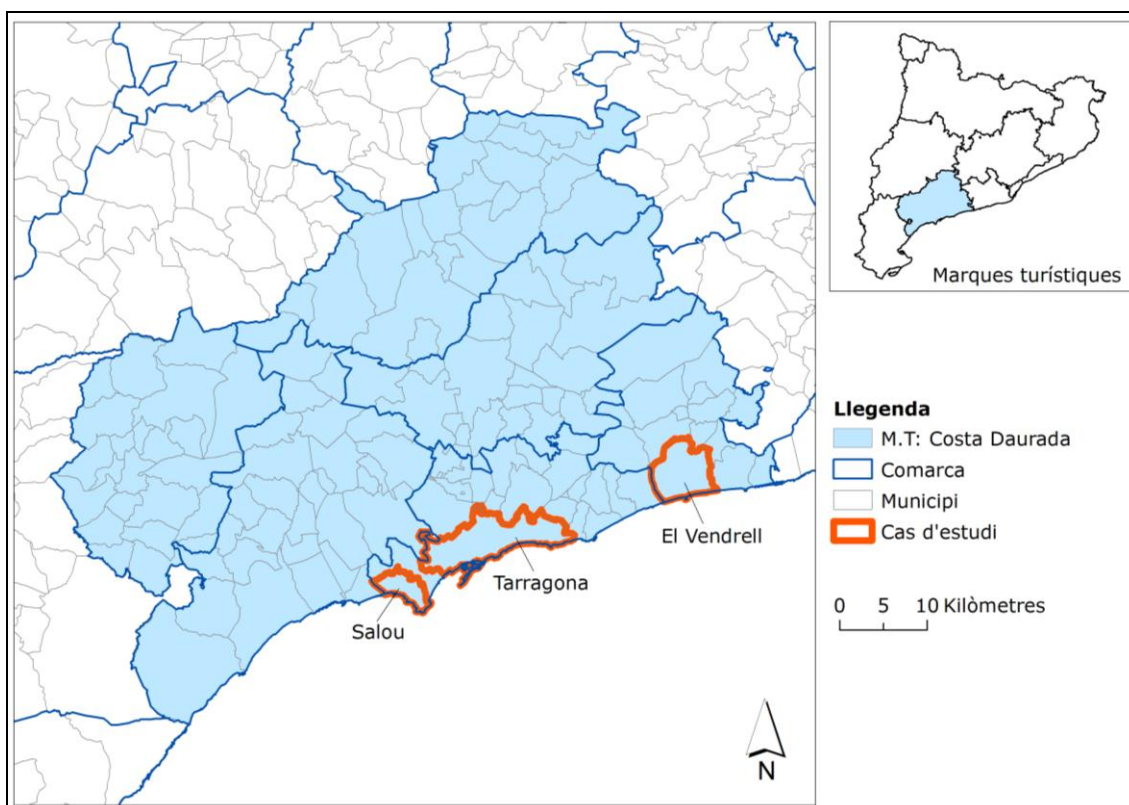
5.1.3. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa Daurada

La marca turística de la Costa Daurada es situa al sud de Catalunya i conté les comarques del Baix Camp, Priorat, Conca de Barberà, Alt Camp, Baix Penedès i Tarragonès (vegeu Figura 46). El seu territori és de 2.999 Km² i la població es reparteix en una densitat de 206 hab/km². L'activitat turística representa el 13% del seu PIB i ocupa a 33.000 persones (OTC, 2010b). L'oferta es fonamenta principalment en un turisme tradicional de sol i platja vehiculitzat a través dels nuclis de litoral, tot i que el turisme cultural i altres modalitats com l'enoturisme o

l'ecoturisme també s'han desenvolupat més recentment amb força. L'any 2010 la marca, juntament amb la de les Terres de l'Ebre, va rebre un total de 5.894.663 de turistes, la majoria dels quals van ser catalans (45%) (dades IDESCAT i OTC, 2010). El turisme en aquesta marca turística es va desenvolupar poc després del boom de la Costa Brava, però ràpidament s'incorporà a la dinàmica massiva urbanitzant intensivament la línia de costa.

Pel que fa a l'allotjament turístic comercialitzable, té un total de 124.493 places entre les que destaquen l'oferta en establiments hotelers (55.149 places) i en càmpings (67.825 places) (dades OTC, 2011). La segona residència representa el 38% del parc d'habitatge i es concentra al Tarragonès i Baix Penedès (dades de l'IDESCAT, 2001). Precisament en el litoral d'aquestes dues comarques és a on s'ubiquen els tres municipis d'estudi seleccionats en aquesta marca: El Vendrell (Baix Penedès) i Salou i Tarragona (Tarragonès).

Figura 46. Localització de la marca turística de la Costa Daurada i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

5.1.3.1. El Vendrell

El municipi de El Vendrell es situa al sud de la comarca del Baix Penedès i té una població de 36.068 habitants repartits en un territori de 36,8 Km² (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable està representada per un total de 6.326 places, repartides en 14 hotels (2.595 places), 3 càmpings (3.726 places) i 1 establiment de turisme rural (5 places) (dades OTC, 2011). Pel que fa a la segona residència, té un pes important en el conjunt del municipi, a on representa el 58% del parc d'habitatges i suposa un total d'unes 66.257 places turístiques més (dades INE, 2001). L'oferta d'allotjament a El Vendrell es corresponen al 35,42% de les places de la comarca i al 2,62% del total de Catalunya.

L'activitat turística al municipi s'inicia al segle XX principalment lligada al litoral. Les seves platges eren un reclam turístic per a les classes benestants de Barcelona fins els anys cinquanta, quan va experimentar un creixement del turisme important amb l'arribada de visitants estrangers. El desenvolupament de l'activitat es va basar en un model tradicional de sol i platja, esperonat per l'èxit que ja s'havia assolit en els municipis propers, fins que les noves tendències de la demanda van obligar a diversificar l'oferta. Així en els darrers anys l'oferta tradicional s'ha complementat amb altres pràctiques com el termalisme, la gastronomia, el senderisme o les activitats culturals. Aquesta voluntat s'ha traduït la recuperació i posada en valor del patrimoni cultural del municipi, així com en l'adequació de

camins i la consolidació dels títols de vila termal i destí turístic de salut.

Tanmateix, les platges continuen sent el recurs turístic per excel·lència de El Vendrell, i se n'ha potenciat el seu ús i la seva bona imatge amb el guardó de la Bandera Blava, l'habilitació d'equipaments i l'organització d'activitats esportives. La cultura, tot i que més recentment, també és un

Imatge 19. Vil·la Casals (Museu Pau Casals) de El Vendrell.



Font: A. Torres Delgado (2012).

reclam important sobretot per les figures d'Àngel Guimerà i Pau Casals que hi van viure (vegeu Imatge 19).

5.1.3.2. Tarragona

Tarragona és capital de província i s'ubica al sud de la comarca del Tarragonès amb una població total de 140.184 habitants i una superfície municipal de 65,2 Km² (dades IDESCAT, 2010). L'oferta d'allotjament turístic comercialitzable consta d'un total de 25 hotels amb 2.381 places i 7 càmpings amb 7.942 places (dades OTC, 2011); mentre que la segona residència suposa un 12% del parc total d'habitatge, concretament 6.884 habitatges (dades INE, 2001). El conjunt de places turístiques representa el 14% del total de la comarca del Tarragonès i el 1,43 % de Catalunya. Alhora d'estudiar Tarragona com a destinació turística cal tenir en compte que és capital de província, cosa que li confereix una dinàmica específica que determina funcions i processos urbans que distorsionen el fet turístic.

El Tarragonès era una zona que tradicionalment atreia turistes per les seves platges. Durant els anys seixanta amb el boom turístic la comarca va prendre una destacada posició i el turisme esdevingué una activitat econòmica important. Tanmateix, al començament dels anys setanta la determinació industrial de la comarca va fer que alguns municipis com Tarragona patissin una gran transformació urbana i física, cosa que va repercutir en el turisme pel deteriorament de les platges. El desenvolupament industrial i petroquímic de Tarragona limità l'activitat turística lligada a la platja que s'havia desenvolupat fins al moment (Margalef, 1979). Bona part de les platges de Tarragona esdevingueren platges urbanes i progressivament els habitatges secundaris de la zona passaren a ser residència permanent. Aquesta situació obligà a replantejar l'estratègia municipal en vers el turisme, i finalment Tarragona va decidir bolcar els seus esforços en treure el màxim profit del seu abundant patrimoni històrico-cultural, convertint la cultura en l'eix vertebrador i dinamitzador de l'activitat.

Imatge 20. Amfiteatre romà de Tarragona (Patrimoni Mundial per UNESCO).



Font: A. Torres Delgado (2008).

El municipi disposa de nombrosos elements patrimonials que van des de l'època romana fins a la contemporània, passant per testimonis destacables medievals i del modernisme. Però el reclam turístic més important són les restes romanes de Tàrraco (vegeu Imatge 20), que l'any 2000 van rebre la distinció de Patrimoni Mundial de la UNESCO. El litoral continua essent un recurs significatiu tot i que ha perdut part de l'atractiu que tenia originalment, i el turisme de negocis és una modalitat que s'està desenvolupant amb força gràcies a les nombroses infraestructures adients de què disposa.

5.1.3.3. Salou

Salou es situa a l'extrem sud-oest de la comarca del Tarragonès, i té una població de 27.016 habitants que es distribueixen en una superfície total de 15,10 Km² (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable és de 38.356 places, de les quals 31.948 corresponen a 70 hotels i 6.408 a 3 càmpings (dades OTC, 2011). Pel que fa a la segona residència, representa un 46% del total del parc d'habitatge del municipi, cosa que afegeix unes 56.674 places més a la capacitat d'allotjament (dades INE, 2001). Representa el 34,5% del total de places de la comarca del Tarragonès i el 3,4% de Catalunya. Es tracta d'un dels municipis amb més oferta d'allotjament turístic de Catalunya que, gràcies a les sinèrgies generades pel parc temàtic de Port Aventura, ha aconseguit recentment superar la capacitat de Lloret de Mar (34.153 places).

Salou és un dels centres turístics especialitzats en turisme de sol i platja més importants de Catalunya. El seu desenvolupament turístic fou pioner al país i es pot considerar que s'inicià l'any 1863 quan es van autoritzar les primeres casetes de bany a la platja per als estiuejants de la zona. Entre 1900 i 1920 es van edificar les primeres construccions turístiques i als anys seixanta Salou es va sumar al boom turístic de masses. A partir de llavors el creixement urbanístic fou espectacular i es van edificar massivament apartaments i hotels a primera línia de mar. Als anys 70, un ampli moviment popular va promoure el procés de segregació del nucli de Salou del municipi de Vila-seca, aconseguint la independència administrativa el 1989. A partir de llavors, Salou va viure una important transformació urbana i social, amb un impuls de reequipament i renovació de serveis, i de creixement demogràfic. A més, l'arribada al municipi de l'autopista A7 també va contribuir a enfortir aquest procés. Tanmateix, aquesta dinàmica es frena sobtadament a principis dels anys 90 amb la crisi del model turístic tradicional. Davant d'això Salou inicia un procés de reestructuració i dinamització del sector, l'oferta es diversifica i es posen en valor

recursos naturals, històrics, arquitectònics i monumentals, creant una gran varietat de serveis i activitats complementàries o alternatives a la platja. A més, progressivament Salou esdevé una destinació residencial important, sobretot gràcies als avenços en la mobilitat, a la proximitat a la capital de província i a diverses polítiques públiques de l'ajuntament dirigides a generar habitatges de primera residència.

Tot i les transformacions dels darrers anys, el principal recurs turístic del municipi continua sent el seu litoral (vegeu Imatge 21), a on destaquen quatre platges i diverses cales petites equipades. A més, també acull un agent dinamitzador molt important de la Costa Daurada: el Parc temàtic Port Aventura.

Imatge 21. Platja de Llevant de Salou.



Font: A. Torres Delgado (2008).

5.1.4. Els municipis d'estudi de la marca turística Costa de Barcelona

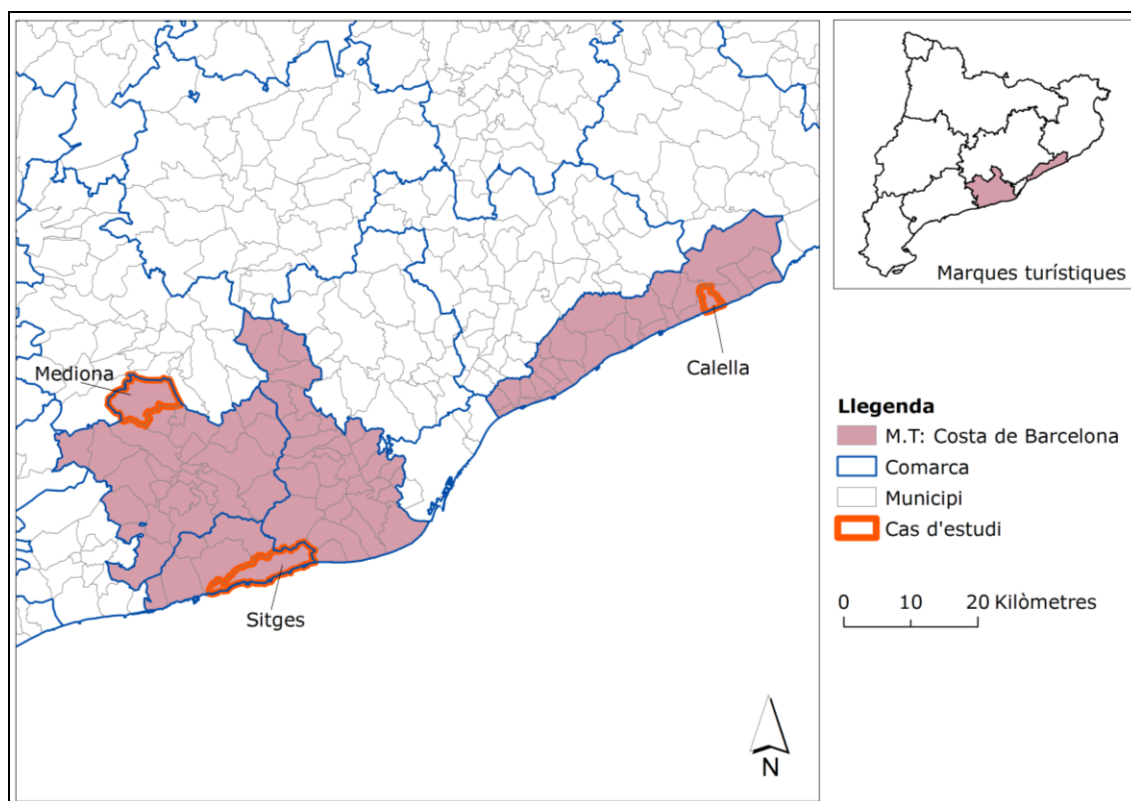
La marca turística de la Costa de Barcelona es situa a l'est de Catalunya i inclou les comarques del Maresme, el Garraf, el Baix Llobregat i l'Alt Penedès (vegeu Figura 47). La marca és relativament nova, doncs es va presentar el novembre de 2011 a la fira *World Travel Market* de Londres, i agrupa les antigues marques de Costa del Maresme-Barcelona i Costa del Garraf. Es va crear per facilitar la promoció internacional aprofitant el posicionament turístic de la marca Barcelona.

La nova marca ocupa 1.663 Km² i la seva població es distribueix amb una densitat de 889 habitants/km². L'any 2010 el turisme representava aproximadament un 11% del seu PIB i ocupava a 69.200 persones (OTC, 2010b), a més es va erigir com la tercera destinació turística catalana amb més d'1,7 milions de turistes estrangers (el 12% del total de Catalunya). El turisme ha estat un factor destacat en l'estructuració del territori, especialment pel que fa a la urbanització intensiva de la primera línia de costa a partir dels anys 60. Disposa d'atractius variats entre els quals destaquen els espais naturals, un ric patrimoni cultural, platges, gastronomia i una alta concentració de serveis i activitats tant d'oci com de negoci.

Pel que fa a l'oferta d'allotjament turístic comercialitzable, té un total de 83.442 places que corresponen en un 63% a hotels, un 36% a càmpings i un 1% a establiments de turisme rural (dades OTC, 2011). El fenomen de la segona residència suposa un volum de places turístiques addicionals d'aproximadament 313.000 places, tot i que el seu pes en relació al parc d'habitatge total es reduït (12,6%) principalment degut a la proximitat de Barcelona (dades IDESCAT, 2001).

Els municipis d'estudi situats en aquesta marca turística són Calella, Sitges i Mediona, els quals són representatius de cada una de les antigues marques turístiques de Costa del Maresme-Barcelona i Costa del Garraf.

Figura 47. Localització de la marca turística de la Costa de Barcelona i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

5.1.4.1. Calella

Calella es situa al nord-est de la comarca del Maresme i ocupa una superfície de 8 Km² a on viuen 18.625 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament comercialitzable està representada per 13.671 places, que es

distribueixen en un 84% en 51 hotels i la resta en 3 càmpings (dades OTC, 2011). Malgrat el marcat caràcter turístic de municipi, la segona residència tan sols representa un 28% del parc de l'habitatge (dades INE, 2001), cosa que té a veure amb la proximitat a Barcelona i a les bones comunicacions que permeten més mobilitat laboral. La capacitat total d'allotjament turístic a Calella (oferta comercialitzable i segona residència) representa aproximadament el 14% del total de places del Maresme i el 0,88% de Catalunya.

Calella va ser un municipi pesquer, de comerç marítim i d'indústria tèxtil fins a la guerra civil espanyola, moment en que la davallada d'aquests sectors va donar pas a un espectacular desenvolupament del turisme, sobretot durant els anys seixanta-setanta. A partir de llavors el municipi experimentà una transformació radical, amb una forta immigració que suposà un augment de la població molt significatiu i una urbanització densificada d'hotels i apartaments de segona residència. A més Calella va ser un nucli pioner i precursor del desplegament turístic a la comarca, propiciant el turisme també en els municipis veïns. El model de desenvolupament va respondre a la mentalitat fordista del moment, basant-se en una oferta estandaritzada i massificada estructurada al voltant del recurs sol i platja (vegeu Imatge 22).

Actualment el litoral continua sent el recurs turístic principal de Calella, tot i que el nou escenari turístic ha obligat a diversificar l'oferta amb activitats complementàries

Imatge 22. Front marítim de Calella.



Font: A. Torres Delgado (2012).

com esports aquàtics, itineraris culturals o en espais naturals, festivals, etc.

5.1.4.2. Sitges

Sitges es situa al sud-est de la comarca del Garraf amb un territori de 43,8 km² i una població de 28.130 habitants (dades IDESCAT, 2010). La infraestructura d'allotjament turístic comercialitzable està formada per 49 hotels i 2 càmpings amb un total de 7.056 places, de les quals el 68% són dels establiments hotelers (dades

OTC, 2011). Mentre que la segona residència representa el 33% del parc de l'habitatge i suposa unes 22.763 places addicionals (dades INE, 2001). En conjunt l'allotjament turístic del municipi representa el 36% de les places de la comarca i el 1,08% de Catalunya.

El turisme a Sitges començà a finals del s.XIX per raons medicinals, inicialment associat a balnearis i posteriorment a la platja. El municipi es va convertir en la seu d'estiueig de molts *Americanos*, sitgetans que havien emigrat a Amèrica i que enriquits tornaven al poble a on compraven o arreglaven les antigues cases. L'arribada del ferrocarril al 1881 afavorí la comunicació amb la capital catalana i Sitges es convertí en focus cultural de modernistes, amb figures tan destacades com Santiago Rusiñol. L'ambient cultural i el paisatge de la vila crearen l'ambient propici per a l'arrelament del fenomen turístic i el 1902 es va obrir el primer establiment hotelier. Poc després Francesc Armengol va donar un nou impuls a l'activitat amb la construcció de la urbanització Terramar Parc (1918-1919). El 1928 el turisme s'institucionalitzà amb la creació de la Societat d'Atracció de Forasters de Sitges, i el 1934 s'obrí la Oficina de Turisme. A partir de llavors Sitges esdevingué una destinació turística de referència a Europa i es consolida com a tal després de la guerra civil amb el boom turístic dels seixanta.

Imatge 23. Casa Manuel Planas Carbonell a Sitges.



Font: A. Torres Delgado (2012).

Actualment Sitges ha diversificat la seva oferta i, a part de les seves platges que encara continuen sent un reclam important, ha fomentat especialment els productes turístics entorn la seva història i patrimoni arquitectònic modernista (vegeu Imatge 23). També ha promogut d'activitats efímeres (fires i festes), entre les que destaquen el Carnaval o el Festival Internacional de Cinema Fantàstic, que han donat a conèixer la vila i contribuït a desestacionalitzar el turisme. En la mateixa línia, l'organització reunions i congressos s'ha convertit en una estratègia primordial, convertint Sitges en una de les

ciutats de referència del turisme de negocis a Catalunya.

5.1.4.3. Mediona

Mediona es situa al nord de la comarca de l'Alt Penedès i ocupa una superfície de 47,6 Km² a on hi viu una població de 2.363 habitants (dades IDESCAT, 2010). Tot i que el municipi es situa a la marca Costa de Barcelona, la dinàmica turística és pròpia d'un municipi rural d'interior i, per tant, és marcadament diferent a la que es pot identificar en la resta de municipis de litoral de la mateixa marca. El municipi no disposa d'allotjament turístic comercialitzable (hotels, càmpings i establiments de turisme rural), sinó que tota la seva capacitat turística es limita a segones residències. En aquest sentit Mediona tenia l'any 2001 731 habitatges secundaris (dades INE, 2001), que equivaldrien aproximadament a unes 3.017 places d'allotjament. Tot i que pot semblar un volum de places més aviat reduït, cal tenir en compte que aquest tipus d'habitatge representava el 54% del parc de l'habitatge del municipi, el 13% del total de places turístiques de la comarca i el 0,11% de les places de Catalunya.

L'entorn rural en el que es troba immers afavoreix les activitats turístiques lligades a la natura, les pràctiques tradicionals (principalment la producció de vi) i el patrimoni històric-cultural (vegeu Imatge 24). Així un ric paisatge agroforestal amb diverses mostres d'arquitectura tradicional són els seus principals recursos turístics, que es complementen amb la gastronomia pròpia de la zona i diversos serveis i equipaments esportius.

Tanmateix, de l'evolució històrica del turisme al municipi poca cosa es pot dir ja que és una activitat nova, poc desenvolupada i lligada a les urbanitzacions de segona residència repartides pel territori. Per aquest motiu, i perquè els sectors econòmics amb més pes continuen sent el conreu de cereals i vinya i la ramaderia, l'oferta està poc estructurada, amb serveis i productes turístics escassos, i es nodreix de la marca Penedès per a la promoció.

Imatge 24. Castell de Mediona.

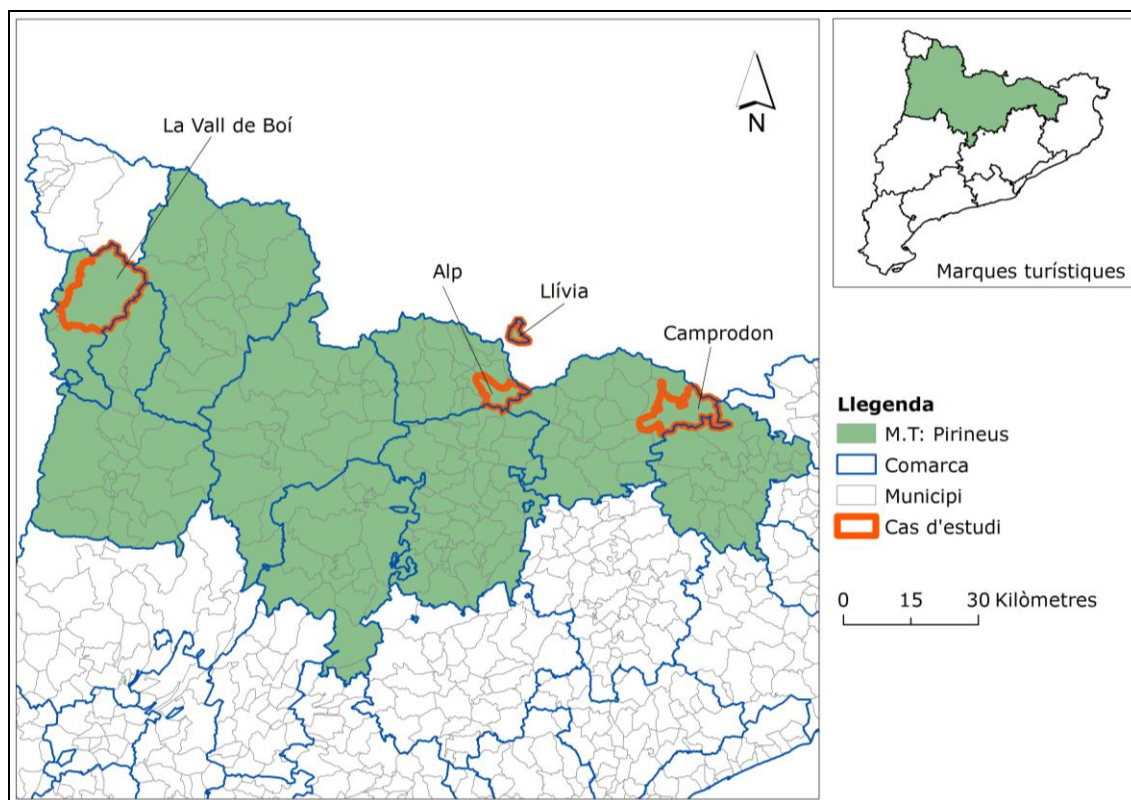


Font: A. Torres Delgado (2012).

5.1.5. Els municipis d'estudi de la marca turística Pirineus

La marca turística de Pirineus es situa al nord de Catalunya i inclou les comarques de Alta Ribagorça, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Alt Urgell, Cerdanya, Solsonès, Berguedà, Ripollès i Garrotxa (vegeu Figura 48). Es tracta de la marca més extensa de Catalunya (9.020 Km²) i presenta una de les densitats de població més baixes (23 hab./ Km²). Les diferents realitats territorials que s'agrupen sota aquest mateix paraigües determinen una diversitat de recursos i atractius turístics considerable i contrastada, tal i com correspon a un entorn de muntanya a on es combinen des d'activitats en entorns naturals o rurals fins a pràctiques de neu en espais més massificats, passant per nuclis de termalisme, patrimoni arquitectònic i industrial, etc. Aquesta potencialitat encara està relativament poc explotada i el turisme és principalment interior. L'any 2010 la marca, juntament amb la de la Vall d'Aran, va rebre un total de 3.820.864 de turistes, la majoria dels quals eren catalans (87%) (dades IDESCAT i OTC, 2010). Tanmateix, l'activitat ha estat molt important en la recuperació demogràfica i econòmica d'aquests territoris. En conjunt el turisme representa el 13,9% del PIB i ocupa a un total de 9.800 persones (OTC, 2010b).

Figura 48. Localització de la marca turística de Pirineus i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

La infraestructura d'allotjament turístic comercialitzable disposa de 55.755 places i es caracteritza per la importància dels càmpings, que acumulen aproximadament el 62% de les places ofertades. Els establiments de turisme rural també tenen un pes significatiu (11% de les places), sobretot si es té en compte que la mitjana a Catalunya és del 3% (dades OTC, 2011). Pel que fa a les segones residències, amb un total de 27.251 habitatges suposen el 24% del parc total de l'habitatge tot i que cal destacar que la seva distribució en el territori és molt desigual. Així, per exemple, a la comarca de la Cerdanya la proporció creix fins a un 57% mentre que a la Garrotxa és de tan sols un 7% (dades IDESCAT, 2001).

Els municipis d'estudi que es localitzen en aquesta marca són la Vall de Boí, Alp, Llívia i Camprodon, i són representatius dels àmbits més turístics d'aquest territori tan heterogeni que engloba els "Pirineus".

5.1.5.1. Alp

Alp es situa a l'est de la comarca de la Cerdanya i ocupa una superfície de 44,3 Km² a on es reparteixen 1.733 habitants (dades IDESCAT, 2010). El seu allotjament turístic està representat principalment per segona residència (vegeu Imatge 25), que suposa un 78% del parc total d'habitatge i un total de 8.674 places (dades INE, 2001); mentre que l'oferta comercialitzable consta de 956 places repartides en 12 hotels i 1 establiment de turisme rural (dades OTC, 2011). En el conjunt de la comarca Alp acumula el 21% de les places d'allotjament turístic, i en relació a Catalunya el 0,35%. El principal recurs turístic és la neu, i més concretament l'estació de la Molina, tot i que en els darrers anys s'han potenciat altres aspectes del territori que també tenen una demanda potencial considerable, com és el patrimoni històric i cultural, els espais naturals o els congressos.

Imatge 25. Urbanització a peu de pista de l'estació de La Molina.



Font: A. Torres Delgado (2012).

L'evolució turística de municipi està estretament associada al desenvolupament del turisme de neu. Els primers esquiadors documentats són de l'any 1908, tot i que no va ser fins el 1911 que es celebrà la primera competició oficial d'esquí a l'estació de la Molina. L'estació, però, no es va popularitzar fins a la temporada d'esquí de 1923-1924, gràcies a l'arribada del primer tren l'any 1922. La Molina va ser pionera a Espanya en la instal·lació de telesquí (1943) i telecadires (1946), cosa que li va permetre ampliar considerablement l'àrea esquiable i la van convertir en un referent per al món de l'esquí al disposar d'algunes de les infraestructures més modernes de l'època. El 1967 es va inaugurar l'estació de neu de la Masella, que posteriorment s'unificà a la Molina a través del projecte Alp2500 creant un domini conjunt de 113 km esquiables amb 115 pistes de diferents nivells (dades Alp2500, 2010). El 1984 amb l'obertura del túnel del Cadí el sector turístic va experimentar un nou impuls amb canvis profunds en la comarca en general. Malgrat tot, les empreses propietàries de l'estació van cedir el 1985 la seva gestió a la Generalitat de Catalunya a través de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya. Actualment la Molina-Masella ha aconseguit certa notorietat gràcies a l'organització de grans esdeveniments esportius com la Copa del Món Femení d'Esquí Alpí, la Copa del Món de Discapacitats i la Copa del Món de Snowboard. A més ha aconseguit desestacionalitzar-se en part a través de l'obertura de l'estació a l'estiu amb l'anomenat "Molina bike park", que manté un telecabina en funcionament per a pujar a cotes superiors i fer descensos amb BTT o excursions, entre d'altres activitats esportives.

5.1.5.2. Llivia

El municipi de Llivia és un enclavament en territori francès que pertany a la comarca de la Cerdanya. La seva superfície és de 12,9 Km² i hi viu una població de 1.608 habitants (dades IDESCAT, 2010). La capacitat d'allotjament turístic del municipi es fonamenta bàsicament en segones residències, que representen un 73% del parc d'habitatge i 6.447 places (dades INE, 2001), doncs l'oferta comercialitzable només està representada per 6 hotels amb un total de 123 places (dades OTC, 2011). Tot i això, Llivia té un pes destacat en el conjunt de la comarca doncs acumula el 14% de les places turístiques, i en relació a Catalunya el 0,24%.

Els productes turístics del municipi es fonamenten en el seu patrimoni històrico-cultural i en l'entorn natural. A part del turisme d'aventura que es promocióna des de diverses empreses locals, l'ajuntament ha invertit esforços en recuperar i catalogar diversos recursos històrics (el museu de la farmàcia Esteva, el castell o

l'església) així com en fomentar la cultura a través de festivals de música o rutes senyalitzades (vegeu Imatge 26).

Tanmateix, el fet diferencial que va propiciar el desenvolupament turístic del municipi en el passat va ser la seva peculiar situació, la qual li permetia aprofitar

Imatge 26. Museu de la farmàcia de Llivia.



Font: A. Torres Delgado (2012).

els fluxos turístics de les pistes d'esquí de tan la Cerdanya catalana com la francesa. De fet la vila de Llivia va ser eminentment agrícola, dedicada al conreu de la patata, el blat, el prat i el farratge

fins al segle XIX en que la indústria tèxtil va irrompre amb força. Posteriorment, a mesura que el turisme de neu es va anar consolidant a la comarca, el municipi va anar evolucionant cap a un sector terciari amb més pes. Un fet destacable que va ajudar a consolidar aquest canvi va ser l'obertura del túnel del Cadí l'any 1984, que va comunicar les comarques del Berguedà i de la Cerdanya donant accessibilitat a un mercat turístic tan important com el de Barcelona. Això i la millora general de les infraestructures i mitjans de locomoció va propiciar que Llivia s'urbanitzés espectacularment, especialment en segona residència que va créixer en un 136% entre 1981 i 2001.

5.1.5.3. Camprodon

El municipi de Camprodon es troba al nord-est de la comarca del Ripollès i comprèn un territori de 103 Km² amb 2.479 habitants (dades IDESCAT, 2010). L'oferta d'allotjament turístic comercialitzable està representada principalment per 2 càmpings, que comprenen 1.194 places, ja que els 11 hotels són de baixa capacitat (331 places en total) així com els 9 establiments de turisme rural (97 places) (dades OTC, 2011). La segona residència també té un pes important, amb el 48% del parc total d'habitatge que representen unes 4.611 places més (dades INE,

2001). La capacitat d'allotjament turístic total del municipi representa el 25% de la comarca i el 0,22% de Catalunya.

El turisme al municipi es fonamenta en el seu caràcter rural i en el paisatge i qualitat ambiental del seu entorn. Així, la majoria dels productes turístics s'articulen al voltant d'espais naturals i es basen en activitats esportives a l'aire lliure. També destaca un ric patrimoni històric, principalment romànic, que li confereix una vessant turística més cultural que es complementa amb aspectes tradicionals com activitats musicals en honor al compositor originari de la vila: Isaac Albéniz o fires i festes d'artesanía i gastronomia (galetes i embotits).

El turisme a Camprodon va començar a principis del s.XIX amb l'arribada dels primers excursionistes i persones importants de la burgesia barcelonina, però no va ser fins el s.XX que es va construir la primera colònia d'estiueig. L'anomenada "Suïssa dels barcelonins" experimentà un fort creixement urbanístic, amb l'aparició d'immobles d'arquitectura modernista (vegeu Imatge 27). El mateix alcalde de la ciutat de Barcelona, Bartomeu Robert, va ser un dels turistes pioners al municipi. A més la proximitat al ferrocarril de Sant Joan de les Abadesses augmentà la potencialitat de la vila. Tanmateix, la guerra civil va aturar el desenvolupament turístic fins que el boom turístic de neu tornà a dinamitzar la zona.

Progressivament l'activitat es va desplegar de nou en el territori, i Camprodon es va consolidar com a destinació de muntanya, tan d'estiu com d'hivern, aprofitant les sinèrgies que es derivaven de la proximitat de l'estació de neu de Vallter2000, situada al municipi de Setcases i inaugurada al 1975.

Imatge 27. Ca l'Oliveda, casa dels primers estiuejants de Camprodon.



Font: A. Torres Delgado (2012).

5.1.5.4. La Vall de Boí

La Vall de Boí es situa al nord de la comarca de l'Alta Ribagorça i ocupa una extensió de 219,5 Km² amb una població de 1.076 habitants (dades IDESCAT,

2010). Els establiments de turisme rural són l'allotjament turístic per excel·lència i el municipi és el que n'acumula més de tota Catalunya, concretament 53 establiments amb un total de 309 places. Tanmateix, el fet que aquesta modalitat d'allotjament sigui de baixa capacitat fa que els 31 hotels i els 2 càmpings la superin en nombre de places totals (1.622 i 477 places, respectivament) (dades OTC, 2011). La proporció de segona residència també és significativa i es situa al voltant del 46% del parc d'habitatge, cosa que representa unes 1.513 places addicionals (dades INE, 2001). En conjunt, el municipi acumula el 53% de les places turístiques de la comarca i el 0,14% de Catalunya.

El fet que la Vall de Boí estigui constituïda per un conjunt de valls i serralades ha fet que el municipi gaudeixi d'un entorn natural ric i divers, el qual constitueix la principal font de recursos turístics. A més, aquesta riquesa natural es complementa amb un important patrimoni històrico-cultural que engloba des de diversos nuclis històrics d'estructura arquitectònica tradicional fins al conjunt d'esglésies romàniques més important de Catalunya. La presència de l'estació d'esquí de Boí Taüll Resort i el Balneari de Caldes de Boí també ha estat un dinamitzador turístic significatiu al municipi, així com d'altres productes complementaris com les fires d'artesanía o la gastronomia.

El desenvolupament turístic al municipi és relativament recent. Tradicionalment les fonts d'ingressos havien estat l'explotació forestal i les pràctiques agràries, que

combinaven ramaderia amb la producció de pastures, cereals, patates i llegums. Tanmateix, el turisme de neu i la revalorització de l'art romànic, que va culminar amb el reconeixement del conjunt romànic format per vuit esglésies i una ermita com a patrimoni de la humanitat per la UNESCO l'any 2000 (vegeu Imatge 28), va fomentar un interès turístic creixent per la Vall de Boí. A més, el canvi en les pautes de consum i motivacions de la demanda, amb una revalorització dels espais naturals i de la ruralitat en general, també van contribuir a propiciar el desplegament

Imatge 28. Església de St. Climent de Taüll a la Vall de Boí (Patrimoni Mundial per UNESCO).



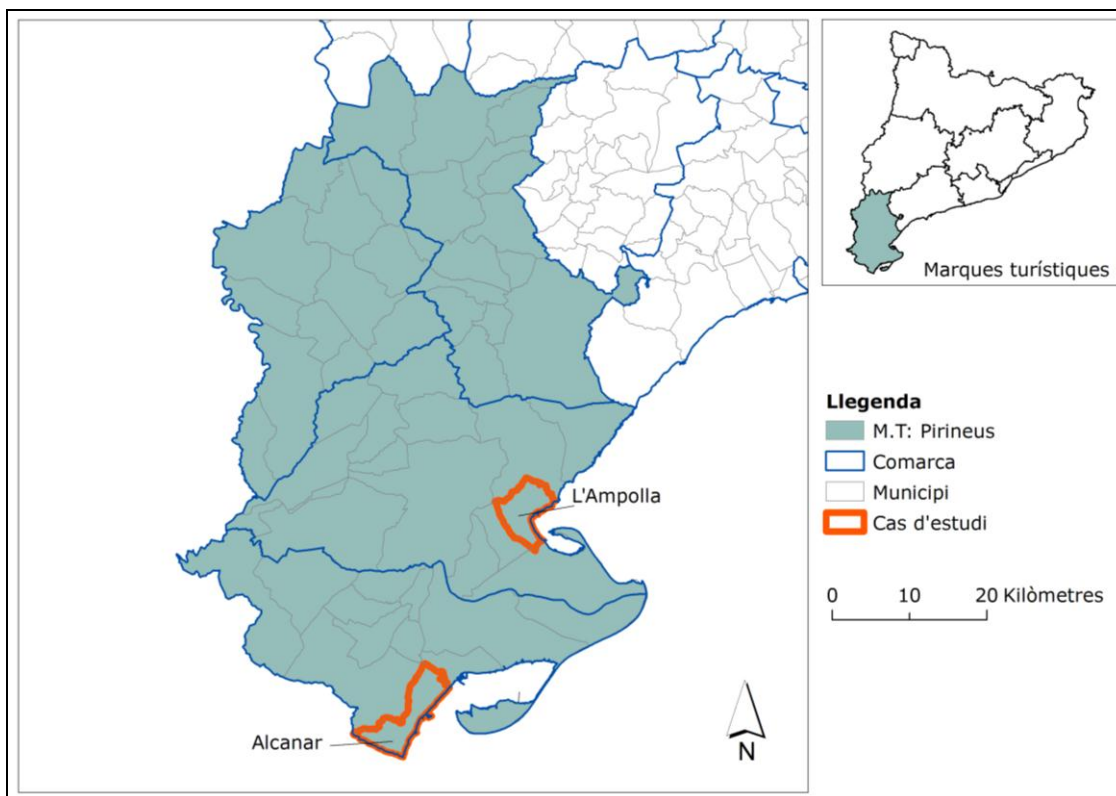
Font: A. Torres Delgado (2012).

turístic en la zona. Actualment el turisme ha esdevingut, juntament amb la indústria hidroelèctrica, el sector que aporta més riquesa al municipi.

5.1.6. Els municipis d'estudi de la marca turística Terres de l'Ebre

La marca turística de Terres de l'Ebre es localitza en la costa més meridional i càlida de Catalunya i té el riu Ebre i el seu delta com a element principal estructurador del territori. Agrupa les comarques de Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta (vegeu Figura 49), i abasta 3.309 Km² a on la població es distribueix amb una densitat de 58 hab./km². El turisme encara està relativament poc desenvolupat, sobretot en comparació amb altres marques més consolidades, doncs representa només el 8,5% del seu PIB i ocupa a 6.300 persones (OTC, 2010b). Tanmateix, l'afluència de turistes es va incrementant any rere any i el 2010 va registrar, juntament amb la Costa Daurada, un total de 5.894.663 de turistes, la majoria dels quals van ser catalans (45%) (dades IDESCAT i OTC, 2010).

Figura 49. Localització de la marca turística de les Terres de l'Ebre i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

L'activitat turística es fonamenta principalment en el seu litoral, tant en les platges com en el Parc Natural del Delta de l'Ebre, tot i que també s'intenta diversificar l'oferta a partir d'altres recursos patrimonials històrico-culturals disseminats per tot el seu territori. La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable es caracteritza pel pes destacat dels càmpings, que disposen d'aproximadament el 60% de les places disponibles, concretament 8.511 places; mentre que els hotels acumulen 34% i els establiments de turisme rural 6% (dades OTC, 2011). Pel que fa a la segona residència, tot i que suposa unes 72.815 places turístiques addicionals, només representa el 19% del parc d'habitatge total (dades IDESCAT, 2001). Els municipis d'estudi que s'inclouen en aquesta marca turística es situen en el litoral i són L'Ampolla i Alcanar.

5.1.6.1. L'Ampolla

El municipi de l'Ampolla es situa a l'est de la comarca del Baix Ebre i ocupa una superfície de 35,6 Km² a on viuen 3.540 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva infraestructura d'allotjament turístic comercialitzable està bàsicament representada per 4 càmpings que acumulen en 88% de les places. També té 3 hotels (213 places totals) i 1 establiment de turisme rural (4 places) (dades OTC, 2011). D'altra banda, la segona residència té un pes significatiu en el conjunt del parc d'habitatge (69%) i suposa unes 8.470 places addicionals (dades INE, 2001). En conjunt el municipi disposa del 23% de les places d'allotjament turístic de la comarca i el 0,37% de Catalunya.

L'Ampolla encara està molt lligat a la pesca i al cultiu d'arròs, però el turisme també constitueix una activitat econòmica molt significativa. Els primers turistes van arribar al nucli de l'Ampolla a les darreries del XIX per motius terapèutics, doncs les

Imatge 29. Senyalització de La bassa de les Olles al Parc Natural Delta de l'Ebre a l'Ampolla.



Font: A. Torres Delgado (2012).

seves platges eren força valorades per a prendre banys de mar. Aquesta tendència es va consolidar tant que fins i tot es va arribar a construir un tren especial per a portar banyistes que unia Tortosa amb la vila. El desenvolupament turístic de l'Ampolla, que era el barri marítim del municipi del Perelló, va determinar un creixement urbanístic considerable que aviat va superar el poble originari d'interior. Això va propiciar que durant el s.XX l'Ampolla pugnés per segregarse i constituir-se com a municipi independent, cosa que finalment aconseguí el 1990.

Actualment, el seu principal recurs turístic és el seu entorn natural singular, caracteritzat per platges de poca profunditat al sud i penya-segats de coloració rogenca i cales al nord. El Parc Natural del Delta de l'Ebre també és un element destacat (vegeu Imatge 29), així com la gastronomia i el caràcter tradicional del municipi que es promocionen a través de diverses fires i festes.

5.1.6.2. Alcanar

Alcanar és el municipi més meridional de Catalunya, situat al sud de la comarca del Montsià. El seu territori abasta 47,1 Km² i conté una població de 10.545 habitants (dades IDESCAT, 2010). La seva oferta d'allotjament turístic comercialitzable s'estructura en 5 hotels, 4 càmpings i 4 establiments de turisme rural. Tanmateix, la distribució de les places turístiques no és equitativa doncs, de les 1.989 places disponibles, el 88% correspon a càmpings (dades OTC, 2011). Així doncs, la resta de modalitats d'allotjament es caracteritzen per ser de baixa capacitat. Pel que fa a les segones residències, representen el 36% del parc de l'habitatge i un volum total

Imatge 30. Parc arqueològic de la Moleta del Remei a Alcanar.



Font: A. Torres Delgado (2012).

d'unes 9.397 places turístiques més (dades INE, 2001). En conjunt Alcanar acumula el 37% de les places turístiques de tota la comarca i el 0,41% de Catalunya.

Alcanar va ser un municipi principalment pesquer fins després de la guerra civil, moment en el que es va abocar al conreu de cítrics i de planter. L'activitat turística

no hi va arribar fins a mitjans dels anys 80, determinant un creixement econòmic i urbanístic significatiu que a més va ser reforçat als anys 2000 quan la crisi dels cítrics va obligar a diversificar l'economia i reorientarla cap al sector serveis. Els atractius que van propiciar el desplegament del turisme van ser les seves platges de qualitat i la gastronomia marinera tradicional. Precisament aquests recursos han condicionat que en l'actualitat la majoria de la infraestructura turística es concentri al front marítim del municipi, i molt especialment a Les Cases d'Alcanar. Els restaurants de la zona gaudeixen d'un elevat reconeixement que garanteix un volum estable de clients durant l'any, i disposa d'un port esportiu a on es poden practicar diverses activitats nàutiques. Tanmateix, també s'ha vetllat per diversificar el sector revaloritzant el patrimoni arqueològic ibèric (vegeu Imatge 30), promocionant els espais naturals i difonent les festes i fires locals.

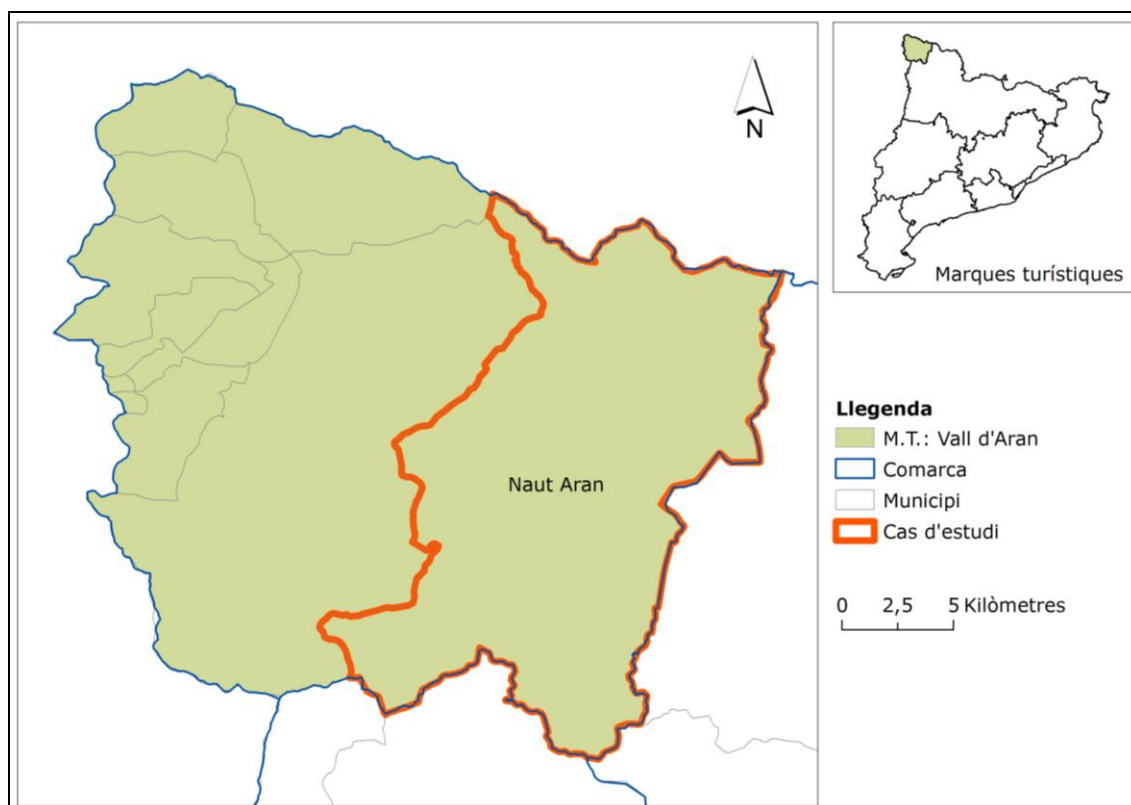
5.1.7. Els municipis d'estudi de la marca turística Vall d'Aran

La marca turística de la Vall d'Aran es situa al nord-oest de Catalunya i inclou la comarca amb el mateix nom (vegeu Figura 50). Es tracta de l'única comarca atlàntica del Pirineu català, singularitat que li dona entitat pròpia de comarca i marca turística. Presenta una superfície de 634 km² i la densitat de població més baixa del conjunt de marques turístiques de Catalunya (16 hab./Km²). El turisme ha determinat bona part de l'estructuració actual de territori, al voltant dels principals nuclis turístics, i ha permès la recuperació demogràfica i econòmica de la zona. L'activitat es basa principalment en el recurs neu i natura, i arriba a representar gairebé el 40% del PIB de la comarca i ocupa a 2.100 persones (OTC, 2010b). L'any 2010 la marca, juntament amb la dels Pirineus, va rebre un total de 3.820.864 de turistes, la majoria dels quals van ser catalans (87%) (dades IDESCAT i OTC, 2010).

En quant a l'oferta d'allotjament turístic comercialitzable, la Vall d'Aran té un total de 9.598 places amb un pes destacat dels establiments hotelers que en representen el 67% (dades OTC, 2011). La segona residència també és una modalitat d'allotjament comú que arriba al 56% del parc d'habitatge, cosa que suposa aproximadament unes 18.746 places més (dades IDESCAT, 2001).

El cas d'estudi ubicat en aquesta marca turística és Naut Aran, situat a l'est de la comarca i amb el territori més extens de tots els municipis inclosos.

Figura 50. Localització de la marca turística de la Vall d'Aran i els municipis d'estudi.



Font: Elaboració pròpia.

5.1.7.1. Naut Aran

El municipi de Naut Aran està format per nou entitats municipals: Arties, Bagergue, Garòs, Gessa, Montgarri, Salardú, Tredòs, Unha i Vaqueira, de les quals Salardú és la capital. Segons dades de l'IDESCAT de l'any 2010, té una població de 1.729 habitants en una superfície total de 256 Km². La seva capacitat d'allotjament turístic comercialitzable és de 3.113 places, de les quals 2.804 corresponen a 45 hotels, 285 a 1 càmping i 24 a 4 cases de turisme rural (dades OTC, 2011). A més a més el 80% del parc d'habitatge del municipi està format per segones residències, concretament 2.579 habitatges (dades INE, 2001). Considerant aquestes modalitats d'allotjament turístic, Naut Aran representa el 50% de les places de la comarca i el 0,51% del total de Catalunya.

Actualment la font d'ingressos més important del municipi és el turisme de neu, ja que disposa d'una de les estacions d'esquí més extenses dels Pirineus: Baqueira-Beret, inaugurada el 6 de desembre de 1964. Aquesta estació disposa de 78 pistes amb un total de 138 km esquiables i és la més freqüentada del Pirineus catalans

amb una capacitat per a 17.647 esquiadors. Es tracta d'una de les estacions d'esquí més importants per les seves condicions naturals (dimensió i qualitat dels seus dominis esquiabls), per les seves instal·lacions i pel seu nivell d'organització i gestió empresarial (López Palomeque, 1996), i gaudeix d'una bona imatge i d'un prestigi que facilita l'atracció del públic en general.

El desenvolupament turístic del municipi és indissociable de l'obertura i evolució de l'estació d'esquí de Baqueira-Beret. L'esport de neu s'introduí a la Vall d'Aran al 1919, quan la Mancomunitat de Catalunya subvencionà uns cursos d'esquiar que s'impartien a Salardú, Arties, Viella, Les Bordes, etc. Aquesta experiència es va repetir al 1947 a càrrec del Centre Excursionista de Catalunya a les, fins llavors, verges pistes de Baqueira. L'any 1962 es va constituir la societat Telecables Valle de Arán, S.A., que va ser la promotora de l'Estació Hivernal i Turística Baqueira-Beret, i l'any 1964 es van inaugurar els primers remuntadors mecànics en un emplaçament ben dotat naturalment per a la pràctica de l'esquí. L'empresa va obtenir la concessió de la muntanya de Vaquèira per 99 anys i va adquirir a particulars una extensa àrea a la cota 1.500 de la carretera al Port de la Bonaigua, a on va projectar l'àrea urbana de l'estació (López Palomeque, 1982).

Des de llavors, el municipi experimentà un creixement urbanístic extraordinari, sobretot d'urbanitzacions de segona residència disperses pel territori i a la construcció d'hotels propers a les pistes (vegeu Imatge 31). En els darrers anys l'oferta s'ha diversificat i les activitats turístiques de natura i aventura han començat a prendre protagonisme, així com el patrimoni arquitectònic que s'ha recuperat i promocionat.

Imatge 31. Urbanitzacions de Vaquèira (Naut Aran).



Font: A. Torres Delgado (2012).

5.2. APLICACIÓ DEL SISTEMA D'INDICADORS

Una vegada presentats breument els casos d'estudis, s'aplicarà el Sistema d'Indicadors seleccionat. Amb aquest objectiu, i tal i com ja s'ha exposat anteriorment en el capítol 4 (apartat 4.2.1.), es necessari recollir sistemàticament i de manera organitzada una sèrie de dades bàsiques que han de permetre el càlcul dels indicadors. Aquesta informació s'ha organitzat en una base de dades Excel recollida en els annexos (vegeu *Base de dades Sistema d'Indicadors*) que permet el tractament matemàtic dels indicadors i la representació gràfica dels seus resultats.

A causa del gran volum i de l'heterogeneïtat de la informació necessària, les dades recopilades en la base de dades procedeixen de fonts molt diverses. S'han utilitzat tant dades de centres estadístics genèrics (INE i IDESCAT) com d'organismes sectorials (ACA, ICAEN, Agència de Residus de Catalunya -ARC-, ICC, etc.). També s'ha consultat i/o contactat amb els ens públics que intervenen en la gestió i planificació turística dels casos d'estudi a diverses escales territorials (ajuntaments, patronats, consells comarcals, consorcis, diputacions, etc.).

La informació recollida a través de les fonts esmentades s'ha contrastat amb treball de camp realitzat entre els mesos d'abril a juliol de 2012. La recerca in-situ ha consistit en la observació directa del territori per a reconèixer processos i dinàmiques identificables a través dels indicadors, així com en completar la informació amb converses i consultes als ajuntaments i oficines de turisme. Visitar el territori i els seus recursos turístics més promocionats ha permès interpretar i valorar més adequadament el model turístic desenvolupat, i la consulta a les oficines d'informació i ajuntaments obtenir presencialment aquelles dades no disponibles en web i/o resoldre dubtes. El treball de camp ha estat necessari per a recopilar informació, però sobretot per a copsar dinàmiques i fenòmens que facilitin una millor interpretació integral i raonada dels resultats dels indicadors.

En els següents apartats es presentaran els resultats del sistema d'indicadors a partir de les tres dimensions de la sostenibilitat (sociocultural, econòmica i ambiental), i per cada una es diferenciaran els indicadors en funció del model causal DPSIR. Cada indicador es desenvolupa en una Fitxa resum, que recull els resultats més significatius del seu càlcul i en permet una lectura fàcil i ràpida, a més de la seva interpretació i comparació entre municipis i una valoració final en clau de sostenibilitat turística.

5.2.1. Indicadors de sostenibilitat sociocultural

El turisme constitueix un marc en el que entren en contacte persones de bagatges culturals i socioeconòmics molt diferents, a causa del desplaçament de turistes a una regió diferent a la de residència habitual. En aquest sentit, els impactes socioculturals més evidents en una destinació turística són el resultat de les relacions mantingudes entre turistes i residents, la intensitat i duració de les quals es veuen afectats per factors espacials i temporals restringits (Fullana i Ayuso, 2002). Altres dinàmiques generades pel turisme en relació a l'evolució demogràfica, els recursos i imatges turístiques o la recuperació d'espais són aspectes que, de manera més amplia, també es poden associar amb el caràcter social i cultural de la sostenibilitat turística. Els indicadors de sostenibilitat sociocultural que es presenten tot seguit (vegeu Taula 42) pretenen aproximar-se a aquesta relació resident-visitant, però també analitzar aspectes més generals dels processos socials que genera el turisme.

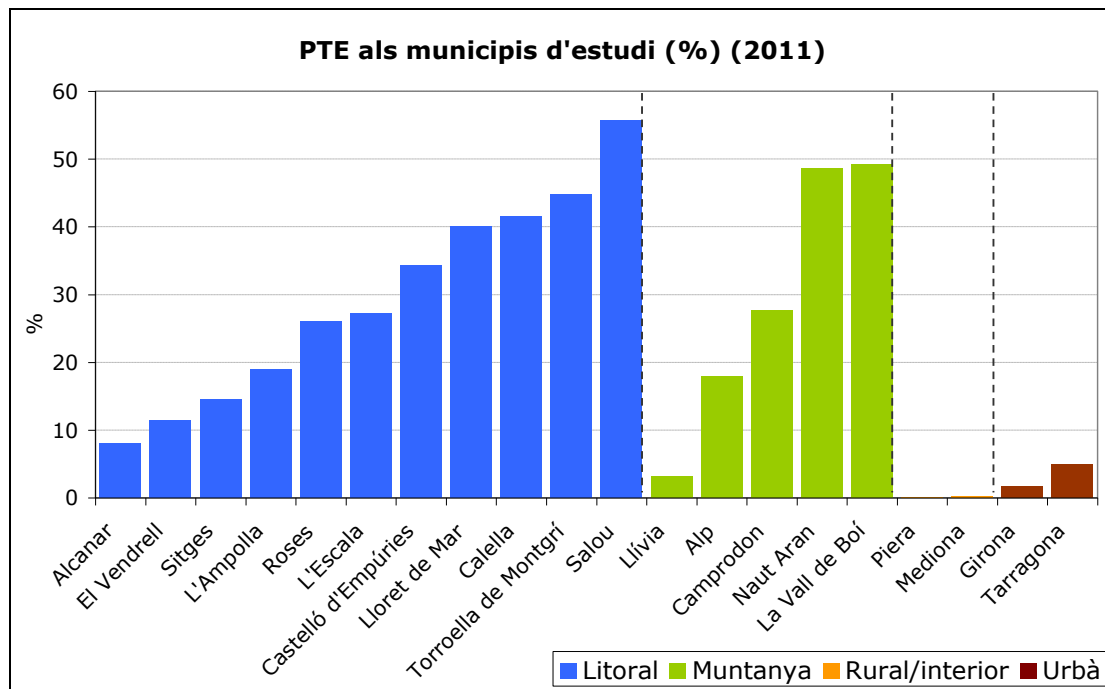
Taula 42. Indicadors de sostenibilitat sociocultural.

1. Dimensió sociocultural				
A. Indicadors de causa de la pressió	B. Indicadors de pressió	C. Indicadors d'estat	D. Indicadors d'impacte	E. Indicadors de resposta
A.1.1. Població turística A.1.2. Procedència de la demanda turística	B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals	C.1.1. Població resident C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics	D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes	E.1.1. Productes turístics aptes per a discapacitats

Font: Elaboració pròpia.

A. Indicadors de causa de la pressió

Indicador	A.1.1. Població turística			
Càlcul				
<p>- Població turística equivalent (PTE) $PTE = (Poh + Potr + Posr + Poc) * Fca$ $Fca = 1,5$ (Factor de correcció per municipis de Catalunya segons MMA, 2003b) Poh = Places d'hotels ocupades (núm. places d'hotels x grau d'ocupació anual mitjana d'hotels) Potr= Places d'establiments de turisme rural ocupades (núm. places d'establiments de turisme rural x grau d'ocupació anual mitjana d'establiments de turisme rural) Posr= Places segones residències ocupades (núm. places de segones residències x grau d'ocupació anual mitjana de segones residències a Catalunya) Poc= Places de càmpings ocupades (núm. places de càmpings x grau d'ocupació anual mitjana de càmpings)</p> <p>- Població total present (PTP) $PTP = \text{Població censada a l'àmbit} + PTE$</p> <p>- Percentatge de PTE $\% PTE = (PTE/PTP)*100$</p>				
Font de les dades OTC; INE; IDESCAT; MMA, 2003b.				
Interès de l'indicador La PTE i la PTP permeten avaluar, amb independència de l'estacionalitat, la pressió que poden exercir els turistes sobre el territori, els recursos i la comunitat local.				
Tendència desitjada La població turística no ha de ser molt superior a la resident per evitar disfuncions socials i territorials importants.				
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts				
Població turística als municipis d'estudi (2011)				
Entorn geogràfic	Municipi	PTE	PTP	% PTE
Litoral	Alcanar	919	11.520	7,98
	El Vendrell	4.675	41.128	11,37
	Sitges	4.902	33.519	14,63
	L'Ampolla	830	4.359	19,04
	Roses	6.945	26.676	26,03
	L'Escala	3.942	14.496	27,19
	Castelló d'Empúries	6.201	18.086	34,29
	Lloret de Mar	26.875	67.157	40,02
	Calella	13.304	31.998	41,58
	Torroella de Montgrí	9.233	20.618	44,78
Muntanya	Salou	32.954	59.147	55,72
	Llívia	55	1.720	3,22
	Alp	380	2.123	17,88
	Camprodon	940	3.390	27,73
	Naut Aran	1.664	3.424	48,59
Rural/interior	La Vall de Boí	1.043	2.119	49,22
	Piera	18	14.885	0,12
Urbà	Mediona	4	2.351	0,16
	Girona	1.695	98.417	1,72
	Tarragona	6.965	141.050	4,94



Valoració i comentaris sobre els resultats

El percentatge de PTE indica l'increment mitjà que durant l'any aporta el turisme a la població del municipi. En aquest sentit, quan més gran sigui el percentatge més pressió exercirà l'activitat turística a l'àmbit. Es considera que a partir d'un 10% de PTE hi ha forts condicionants en el consum de recursos, en la gestió de serveis ambientals i urbans i en l'ordenació del territori (MMA, 2003b).

La majoria dels municipis turístics d'estudi presenten valors de % PTE que fan preveure una pressió turística considerable (>10%). Salou és el municipi amb el valor més elevat, seguit de prop per la Vall de Boí i Naut Aran. Tanmateix, els valors absoluts de PTE per a aquests tres municipis són molt diferents (Salou comparativament multiplica per trenta els turistes rebuts al llarg de l'any), identificant impactes reals en el territori de magnituds marcadament diferents. Així doncs, és ben cert que percentatges elevats de PTE impliquen una distorsió significativa en la dinàmica social i ambiental d'un municipi, però els impactes totals o absoluts són molt diferents segons la dimensió de la població.

D'altra banda, Piera, Mediona i Girona són els municipis amb valors de % PTE més baixos i, per tant, els menys afectats. En aquest cas, en considerar els valors absoluts de PTE Girona presenta una població estacional molt més elevada que els altres dos municipis, però com que té un volum d'habitants considerable la pressió que poden exercir els turistes queda diluïda.

Si s'analitzen els valors de l'indicador segons entorns geogràfics, s'identifica clarament una major pressió en els municipis de litoral i de muntanya que en els d'entorns d'interior i urbans. Això té molt a veure amb el grau de desenvolupament turístic i la realitat socioeconòmica de cada municipi. Així, l'interior de Catalunya encara està relativament poc explotat turísticament, per la qual cosa els municipis d'aquest àmbit reben menys turistes i, per tant, presenten una població turística menor. En el cas dels municipis urbans la diversificació econòmica i les pròpies dinàmiques urbanes afavoreix una població resident més gran, de manera que la població turística queda difosa. Els entorns de muntanya i litoral presenten municipis amb % PTE elevats, especialment aquells que estan relacionats amb l'explotació de recursos tradicionals com poden ser el sol i platja o la neu. Es tracta de municipis amb un desenvolupament turístic consolidat i una dependència econòmica de l'activitat considerable, que reben fluxos de turistes importants que es concentren en determinades èpoques de l'any. En termes absoluts, els municipis del litoral són els que reben més turistes, destacant especialment Salou, Lloret de Mar i Calella.

Indicador**A.1.2. Procedència de la demanda turística****Càlcul**

- Turistes estrangers, espanyols i catalans (%)
- Turistes estrangers segons el seu origen (%)
- Turistes espanyols segons el seu origen (%)

Font de les dades

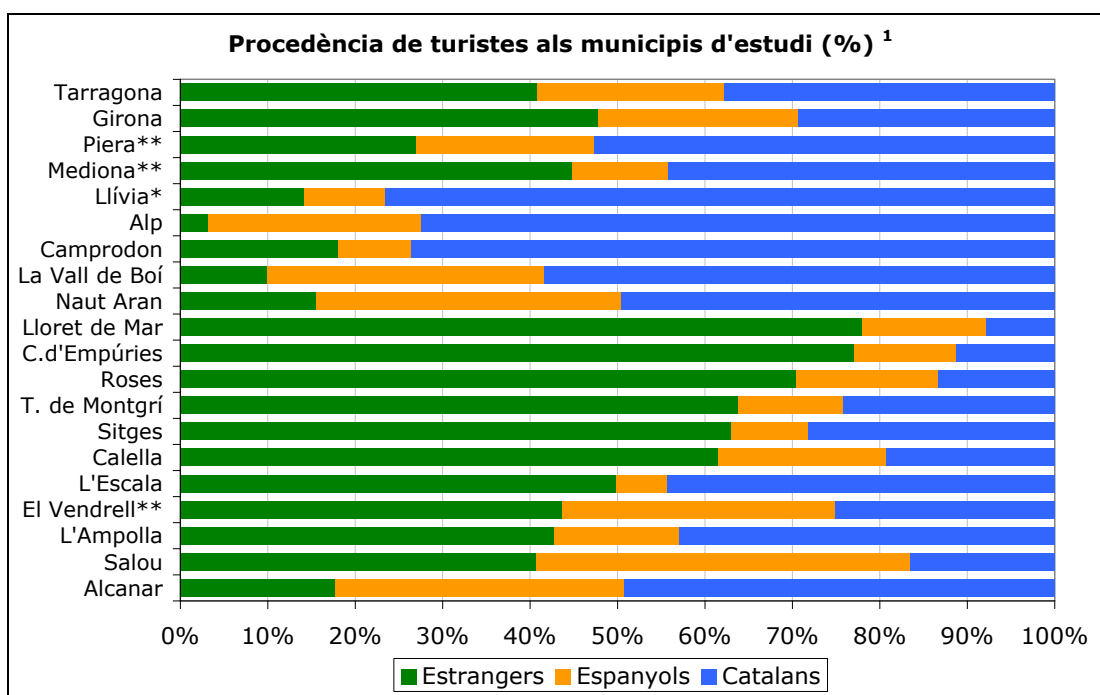
Agència de Desenvolupament Econòmic i Turístic de l'Escala, Ajuntament de Lloret de Mar, López Palomeque -dir.- (2009), Diputació de Barcelona, Observatori de Girona "Unitat Municipal d'Anàlisi Territorial", Observatori Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada, Patronat comarcal de turisme de la Cerdanya, OT d'Alcanar, OT de Camprodon, OT de l'Ampolla, OT de L'Escala, OT de l'Estartit, OT de Roses, OT de Salardú, OT d'Empuriabrava, Alp Turisme, Patronat de la Vall de Boí, Patronat Municipal de Turisme de Tarragona, Agència de Promoció Turisme de Sitges.

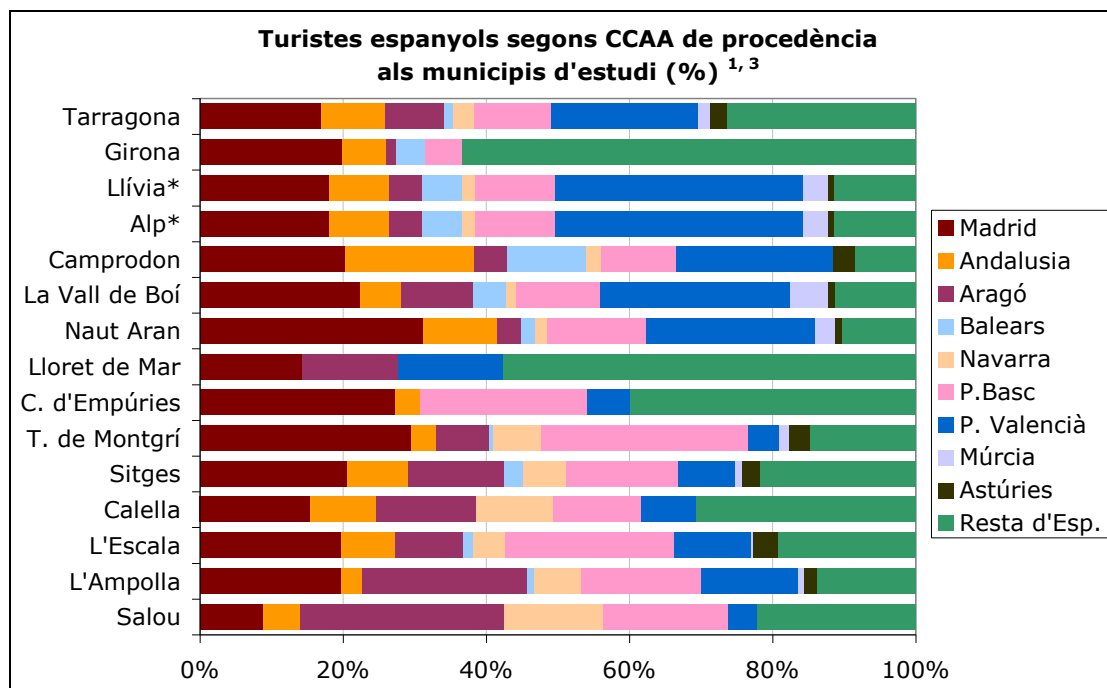
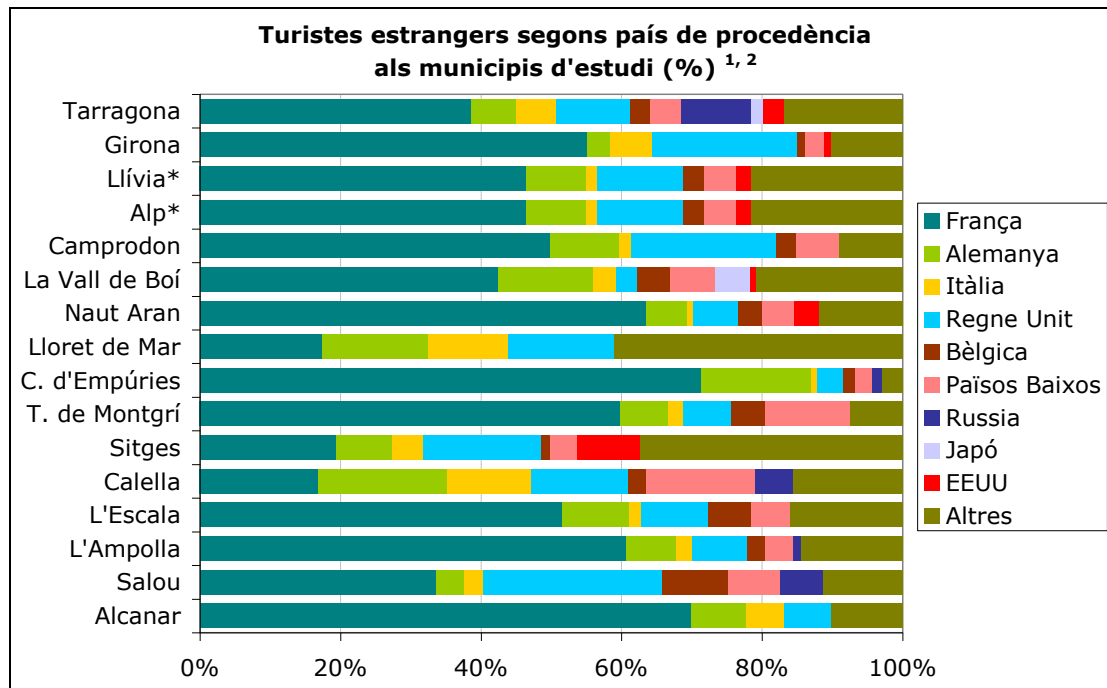
Interès de l'indicador

La comparació entre les proporcions de turistes estrangers, espanyols i catalans indica cap a quin mercat s'ha d'orientar l'oferta. I l'origen dels turistes permet intuir el perfil de visitant i els possibles impactes socioculturals associats.

Tendència desitjada

No hi ha tendència desitjada.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts



¹ Dades de diversos anys (període entre 2008-2012).

² Els municipis de Piera, Mediona, Roses i El Vendrell no tenen dades disponibles.

³ Els municipis de Alcanar, El Vendrell, Roses, Mediona i Piera no tenen dades disponibles.

* Les proporcions corresponen a les de la comarca.

** Les proporcions corresponen a les de la marca turística.

Valoració i comentaris sobre els resultats

Per a la correcta interpretació dels resultats obtinguts cal tenir en compte que les dades que s'han tractat es corresponen en la seva majoria a les consultes realitzades en les Oficines de Turisme dels municipis d'estudi. Per tant, es tracta d'una aproximació a la procedència dels turistes a partir de les visites als centres d'informació. D'altra banda, no tots els municipis disposen d'aquestes dades, per la qual cosa en alguns casos s'ha recopilat la informació d'escala territorial superior (comarca i marca turística), o sinó s'ha hagut de prescindir del càlcul corresponent.

Els resultats evidencien diferències substancials entre la procedència dels turistes segons l'entorn en el que es troba el municipi d'estudi. A grans trets al litoral la demanda és principalment estrangera (superior al 40% en la majoria dels casos), mentre que a la muntanya predomina la catalana (més del 50%). La resta d'entorns (urbà i rural/interior) presenten un repartiment més equitatiu entre els diferents perfils.

Un anàlisi en més profunditat també permet observar algunes diferències significatives en un mateix entorn. Així el litoral rep més estrangers als municipis de les marques turístiques de la Costa Brava i Costa de Barcelona que als de la Costa Daurada, a on guanya pes el mercat espanyol, o a les Terres de l'Ebre on domina el català. Tot i això, el litoral continua sent el reclam turístic internacional per excel·lència.

A la muntanya, tot i l'hegemonia dels turistes catalans, en els municipis de La Vall de Boí i Naut Aran encara s'assoleixen quotes de mercat espanyol significatives (al voltant del 30%). En el cas de les ciutats predominen els turistes estrangers, segurament perquè la capitalitat dels dos casos d'estudi els hi proporciona una certa projecció turística a l'exterior. Pel que fa als municipis rurals/interiors les proporcions considerades corresponen a la marca turística en la que es troben, de manera que la lògica en la procedència respon a dinàmiques turístiques de rang superior, associant-se la Costa de Barcelona (Mediona) a turistes estrangers i catalans en proporcions similars, i la Catalunya Central (Piera) al mercat català.

Val la pena també destacar la polarització que s'identifica en alguns municipis concrets com Lloret de Mar, a on el 78% dels turistes són estrangers, o la comarca de la Cerdanya a on els catalans representen més del 70% del mercat.

Pel que fa al país de procedència dels turistes estrangers els francesos són el segment predominant, que en la majoria dels casos representa més del 30% de la quota del mercat. Només Sitges, Lloret de Mar i Calella presenten proporcions inferiors perquè tenen una demanda més repartida entre diferents nacionalitats. Seguidament els anglesos, alemanys, italians i holandesos són els turistes més nombrosos en els municipis d'estudi. No s'identifica cap relació clara entre les nacionalitats i els entorns considerats.

La procedència dels turistes espanyols en canvi està més repartida, tot i que les CCAA de Madrid, País Basc, País Valencià, Aragó i Andalusia són les que més dominen. En aquest cas s'identifica una preferència dels turistes valencians i madrilenys pels municipis de muntanya; mentre que al litoral dominen els aragonesos, bascos i madrilenys.

B. Indicadors de pressió

Indicador	B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals												
Càlcul													
- Anàlisi global del contingut dels materials promocionals en webs turístiques													
Font de les dades													
Associació Turística de Calella, Agència de Promoció Turisme de Sitges, Ajuntament de Castelló d'Empúries, Ajuntament de l'Escala, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Torroella de Montgrí - L'Estartit, Ajuntament d'Alcanar, Ajuntament del Vendrell, Patronat de Turisme de Salou, Patronat de Turisme de l'Ampolla, Alp Turisme, Ajuntament de Camprodon, Ajuntament de Llívia, Ajuntament de Naut Aran, Patronat de la Vall de Boí, Ajuntament de Piera, Ajuntament de Mediona, Ajuntament de Girona, Ajuntament de Tarragona.													
Interès de l'indicador													
Permet identificar la imatge volguda i potencialment creada de la destinació per part dels agents turístics, i dona una idea del que busca el turista quan compra el viatge.													
Tendència desitjada													
La imatge creada de la destinació ha de ser fidedigna a la realitat i promocionar el patrimoni sociocultural i ambiental de l'àmbit.													
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts													
Anàlisi de les webs de promoció turística dels municipis d'estudi (2012)													
Municipi	Tipus web		Estructura		Llenguatge visual			Productes turístics			Perfil de turista específic ³	Presència en xarxes socials	Puntuació global del web ⁴
	Apartat ajuntament	Exclusiva en turisme	Estàtica	Interactiva ¹	Fotografies	Vídeo promocional	Imatge idealitzada ²	Informació d'empreses turístiques	Possibilitat descarregar fullatons turístics	Possibilitat contractació on-line			
Litoral													
Calella		x		x	x	x	x	x		x	x	x	9
Sitges		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	10
C. d'Empúries		x		x	x		x	x	x			x	7
L'Escala		x		x	x	x	x	x	x		x	x	9
Lloret de Mar		x		x	x	x	x	x	x		x	x	9
Roses	x			x	x		x	x	x				5
T. de Montgrí		x		x	x		x	x	x		x	x	8
Alcanar		x		x	x	x	x	x	x			x	8
El Vendrell		x		x	x	x	x	x	x			x	8
Salou		x		x	x		x	x	x		x	x	8
L'Ampolla		x		x	x	x	x	x	x				7
Muntanya													
Alp		x		x	x			x			x		5
Camprodon	x		x		x	x	x	x				x	5
Llívia	x		x		x			x					2
Naut Aran	x		x		x								1
La Vall de Boí		x		x	x		x	x	x			x	8
Rural/inter.													
Mediona	x		x		x								1
Piera	x		x		x							x	2
Urbà													
Girona		x		x	x	x	x	x	x				8
Tarragona		x		x	x	x	x	x	x		x	x	9

Indicador**B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals**

¹ Possibilitat de personalitzar la cerca segons productes o recursos turístics.

² Les fotografies i/o el vídeo promocional mostren una realitat idealitzada del municipi.

³ S'identifiquen productes/recursos específics per a un segment de la demanda concret (famílies, esportistes, professionals, etc.).

⁴ Puntuació del 0 al 10 segons ítems valorats que donen bona imatge al web. Taula de puntuació:

Tipus web	Apartat ajuntament: 0 Exclusiva en turisme: 1
Estructura	Estàtica: 0 Interactiva: 1
Llenguatge visual	Fotografies: 1 Vídeo promocional: 1 Imatge idealitzada: 1
Productes turístics	Informació d'empreses turístiques: 1 Possibilitat descarregar fulletons turístics: 1 Possibilitat contractació on-line: 1
Perfil de turista específic:	1
Xarxes socials:	1

Valoració i comentaris sobre els resultats

Una de les conclusions més clares que es pot extreure de la consulta de les webs turístiques dels casos d'estudi és la voluntat generalitzada de crear una imatge atractiva i diferenciada de la destinació. Això es materialitza en la promoció d'una oferta diversificada, i de vegades també segmentada, que aprofita les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies de la comunicació. Tots els municipis disposen de pàgina web amb alguna o altra informació turística, tanmateix, el seu desplegament és diferent.

Els municipis més desenvolupats i/o consolidats turísticament són aquells que més han invertit en transmetre una bona imatge a través de la xarxa. Aquest fet evidencia la importància de la promoció turística en l'atracció de la demanda potenciant l'elecció de la destinació en front d'altres opcions.

El primer paràmetre que s'ha valorat ha estat la localització de la informació turística, diferenciant si els municipis disposaven d'una web exclusiva per a aquesta finalitat o bé d'un apartat dins la mateixa web de l'ajuntament. En general, això acaba condicionant la resta d'aspectes considerats, doncs els municipis que disposin de web turística exclusiva seran els que més hauran desenvolupat la seva promoció. Així s'identifica una vocació turística més ferma i consolidada en els municipis de litoral i urbans, ja que l'entorn de muntanya i d'interior acostuma a tenir webs més senzilles i amb una informació turística deficient. La Vall de Boí, però, és una excepció ja que gràcies al Patronat ha aconseguit elaborar una web que es situa entre les més completes.

L'estructura de la web és un component clau en la creació d'imatge, així com el llenguatge visual utilitzat. Les webs interactives permeten personalitzar la cerca de recursos i productes turístics, de manera que el turista pot obtenir una informació ordenada i ajustada a les pròpies motivacions. Aquesta possibilitat afavoreix una millor percepció de la destinació que, tenint en compte la tendència generalitzada a la diversificació, aconsegueix ajustar-se a la demanda d'una manera més eficient. Les webs estàtiques identificades en els municipis de Camprodon, Llivia, Naut Aran, Piera i Mediona, projecten una imatge turística deficient, a on cal cercar la informació d'interès en apartats no específics o agendes d'activitats sense gaire contingut explicatiu. Aquests casos tampoc tenen un llenguatge visual potent sinó que principalment disposen de reculls fotogràfics *amateurs*. Contràriament, els municipis de litoral i les ciutats disposen de webs interactives amb un llenguatge visual ben elaborat que sovint genera una imatge idealitzada del territori i els seus recursos. Alguns dels casos més clars són Tarragona i Lloret de Mar, que a través de fotografies i vídeos promocionals aconsegueixen superar la imatge tradicional del sol i platja per a potenciar altres recursos culturals, tradicionals i naturals menys coneguts.

La manera per accedir a la informació dels productes turístics dels municipis també determina l'eficiència en la promoció. En aquest sentit, la disponibilitat de dades de contacte d'empreses turístiques a l'àmbit afavoreix l'impacte econòmic local i es pot percebre com la garantia de conèixer el mercat disponible. També la possibilitat de descarregar fulletons turístics facilita el consum dels mateixos. A més alguns municipis també permeten la contractació on-line de part de l'oferta turística (Calella, Sitges, La Vall

Indicador	B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals
	<p>de Boí i Tarragona), cosa que suposa un valor afegit per la destinació en facilitar la gestió en la compra de serveis de viatge.</p> <p>La promoció del comerç i serveis locals sembla estar ben assumit en els casos d'estudi, que en la seva majoria disposa de llistats d'empreses turístiques. Només Naut Aran, Piera i Mediona no tenen aquest tipus d'informació. En el cas dels municipis d'interior el turisme encara és molt incipient i no disposen d'una informació turística estructurada; mentre que la web de Naut Aran no té informació turística rellevant sinó que es limita a redirigir-se a altres ens turístics (Consell Comarcal de la Vall d'Aran o a l'estació de neu de Baqueira-Beret).</p> <p>Pel que fa al perfil de turista al que s'orienta la promoció, totes les webs ofereixen productes aptes per a qualsevol públic si bé hi ha alguns municipis que han volgut incidir més en algun segment concret de la demanda. Per exemple les destinacions certificades de Turisme Familiar aprofiten el reconeixement per a identificar productes concrets per aquest perfil, o les que disposen de centres de convencions es promocionen als professionals.</p> <p>Finalment les xarxes socials són una bona manera de difondre campanyes turístiques puntuals o esdeveniments destacats, i pot facilitar un coneixement actualitzat de la destinació i una certa fidelització. La utilització d'aquestes eines és encara recent, tot i que s'està generalitzant amb rapidesa. Entre els casos d'estudi els municipis de litoral són els que n'utilitzen més.</p> <p>D'acord amb la valoració exposada, la puntuació global de les webs turístiques és superior en les municipis litorals i urbans, a on la configuració del web i la informació continguda genera una imatge turística millor i uns serveis més eficients que no pas en la resta de casos. Entre tots els municipis Sitges és el que rep una puntuació més alta, tant per un llenguatge visual elaborat i atractiu com per una estructuració de l'oferta i gestió eficaç. En canvi, els municipis que obtenen una puntuació més baixa són els web de Naut Aran i Mediona, a on gairebé no hi ha informació turística i les imatges són poc suggerents.</p>

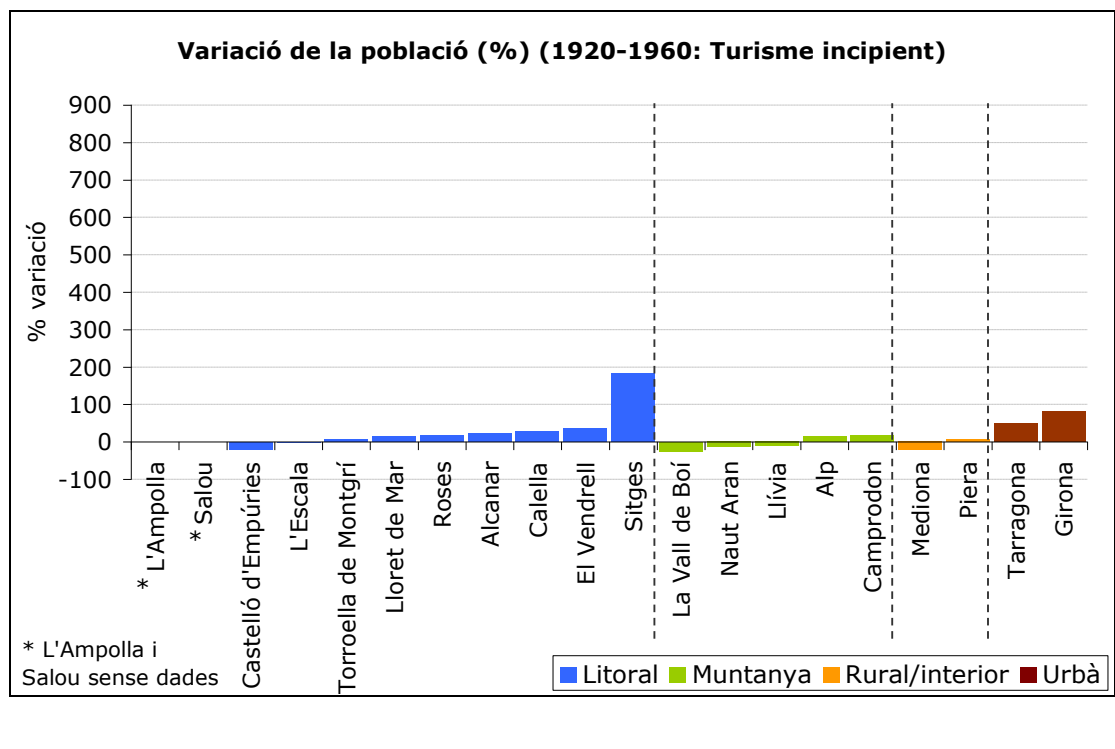
C. Indicadors d'estat

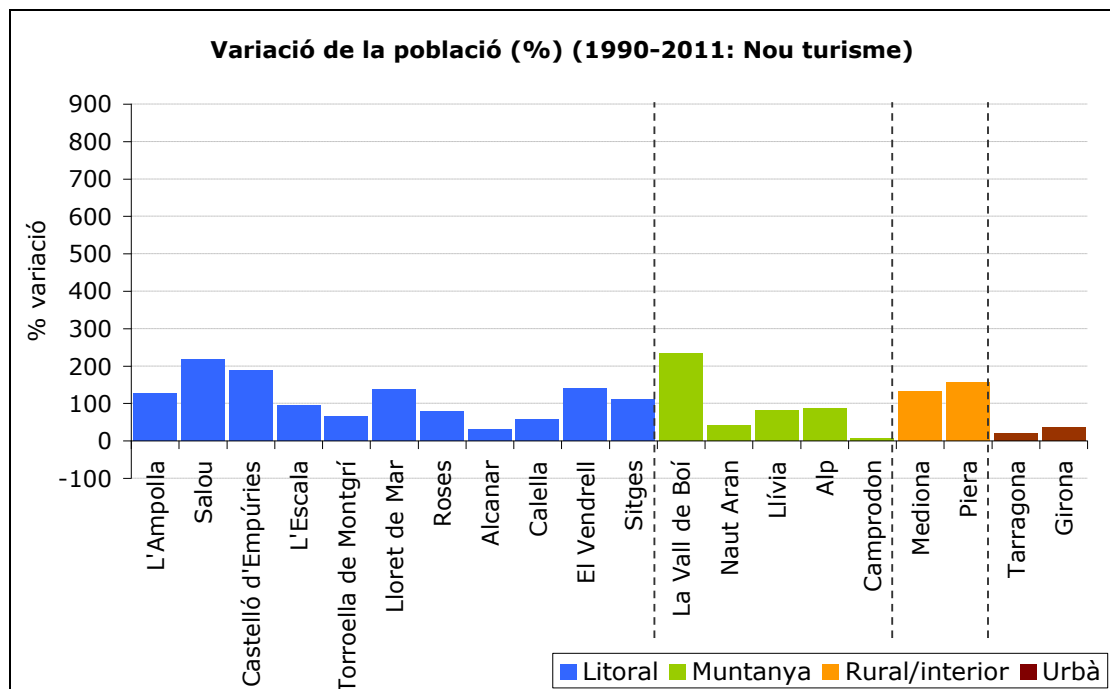
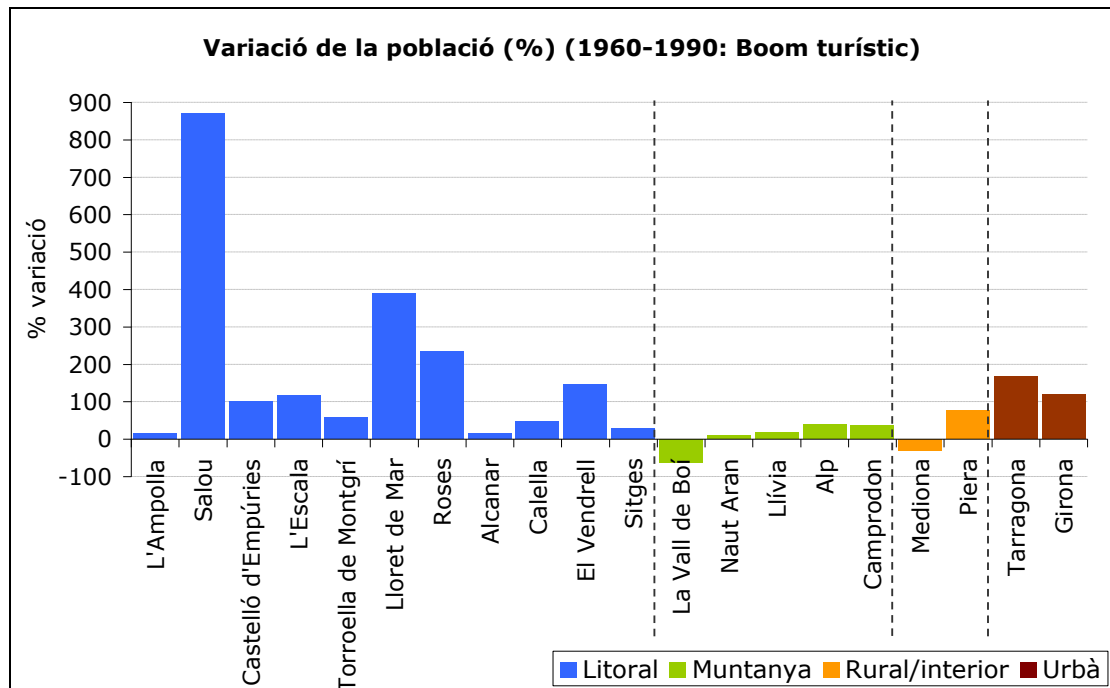
Indicador	C.1.1. Població resident							
Càlcul								
- Població censada actual (2011)								
- Sèrie cronològica de la població als municipi d'estudi (1920-2011) i variacions (%)								
Font de les dades IDESCAT i INE.								
Interès de l'indicador El turisme com a factor de desenvolupament econòmic pot incidir en la població d'un àmbit en tant que crea llocs de treball i indueix a altres activitats econòmiques. En els municipis turístics l'evolució de la població és susceptible d'estar relacionada amb la importància i consolidació del sector.								
Tendència desitjada El turisme ha de permetre estabilitzar i incrementar la població en les àrees deprimides, i mantenir un padró suficient per minimitzar els desequilibris territorials i els impactes socioculturals.								
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts								
Població censada als municipis d'estudi(1920-2011)								
Municipi	2011	2005	2000	1990	1975	1960	1940	1920
Litoral								
L'Ampolla ¹	3.529	2.518	1.831	1.558	1.284	1.341	sd	sd
L'Escala	10.554	8.311	6.285	5.406	3.547	2.494	2.500	2.529
Alcanar	10.601	9.311	7.878	8.044	8.240	7.019	6.408	5.687
Torroella de Montgrí	11.385	10.228	8.454	6.884	5.288	4.353	4.090	4.072
Castelló d'Empúries	11.885	9.167	6.266	4.098	2.111	2.036	2.168	2.552
Calella	18.694	16.927	13.055	11.817	10.088	8.019	8.212	6.188
Roses	19.731	15.535	12.857	11.003	7.145	3.287	2.915	2.776
Salou ²	26.193	20.139	13.059	8.256	3.668	851	sd	sd
Sitges	28.617	24.470	2.510	13.550	11.114	10.632	7.574	3.769
El Vendrell ³	36.453	30.225	4.343	15.161	10.571	6.176	4.467	4.518
Lloret de Mar	40.282	29.445	20.045	16.874	8.186	3.454	3.145	3.008
Muntanya								
La Vall de Boí	1.076	1.053	870	323	745	856	972	1.151
Llívia	1.665	1.252	1.013	910	796	778	735	875
Alp	1.743	1.389	1.194	930	1.070	674	578	594
Naut Aran ⁴	1.760	1.713	1.480	1.239	1.033	1.138	1.070	1.308
Camprodon	2.450	2.446	2.319	2.314	2.282	1.697	1.264	1.434
Interior								
Mediona	2.347	1.943	1.446	1.008	963	1.432	1.659	1.808
Piera	14.867	12.230	8.540	5.810	4.291	3.283	3.248	3.094
Urbà								
Girona	96.722	86.672	73.637	70.876	75.109	32.242	23.518	17.614
Tarragona ⁵	134.085	128.152	114.097	112.360	100.786	42.203	34.167	28.009
sd: Sense dades								
¹ Municipi creat a partir de la segregació de Perelló. Dades anteriors al 2000 corresponents als nomenclàtors d'entitats de població.								
² Municipi creat a partir de la segregació de Vilaseca. Dades anteriors al 2000 corresponents als Nomenclàtors d'entitats de població.								
³ Entre 1940-50 s'incorpora a El Vendrell el municipi de Sant Vicenç de Calders.								
⁴ El 1970 Artíes, Bagerque, Gessa, Salardú i Tredos s'unifiquen en Naut Aran								
⁵ Entre 1940-50 s'incorpora a Tarragona el municipi de Tamarit, i entre 1960-70 el de La Canonja.								

Variació de la població censada als municipis d'estudi segons períodes turístics

Municipi	% de variació		
	1920-1960 (Turisme incipient)	1960-1990 (Boom turístic)	1990-2011 (Nou turisme)
Litoral			
L'Ampolla	sd	16,21	126,46
L'Escala	-1,38	116,76	95,23
Alcanar	23,42	14,60	31,79
Torroella de Montgrí	6,90	58,14	65,38
Castelló d'Empúries	-20,22	101,28	190,02
Calella	29,59	47,36	58,20
Roses	18,41	234,74	79,32
Salou	sd	870,11	217,27
Sitges	182,09	27,45	111,20
El Vendrell	36,70	145,48	140,44
Lloret de Mar	14,83	388,54	138,72
Muntanya			
La Vall de Boí	-25,63	-62,27	233,13
Llívia	-11,09	16,97	82,97
Alp	13,47	37,98	87,42
Naut Aran	-13,00	8,88	42,05
Camprodon	18,34	36,36	5,88
Interior			
Mediona	-20,80	-29,61	132,84
Piera	6,11	76,97	155,89
Urbà			
Girona	83,05	119,83	36,47
Tarragona	50,68	166,24	19,34

sd: Sense dades





Valoració i comentaris sobre els resultats

El volum d'habitants en els municipis d'estudi és molt dispar i en línees generals equival als patrons generals de distribució demogràfica a Catalunya, a on es concentra la major part de la població al litoral i en les àrees urbanes. Així doncs, l'any 2011 els municipis de Girona i Tarragona són els que tenen més població entre els casos estudiats, atenent a la seva qualitat de centres urbans i capitals de província. Seguidament, els municipis de litoral són els que presenten un cens de població més elevat, donat que aquest entorn és

Indicador**C.1.1. Població resident**

el que tradicionalment ha estat més poblat i també és el que disposa d'unes millors infraestructures de comunicació. Les àrees de muntanya i d'interior, afectades per l'emigració associada als processos d'industrialització, mantenen unes poblacions més aviat reduïdes comparativament amb la resta d'entorns, tot i que en el cas de Piera la proximitat a Barcelona inverteix la dinàmica.

Pel que fa a l'evolució de la població en el període 1920-2011, les ciutats han estat els municipis que han incrementat més els seus habitants en termes absoluts, d'acord amb les dinàmiques urbanes que els hi són pròpies i que s'han comentat anteriorment. Tanmateix, es pot identificar fàcilment la relació entre el creixement demogràfic i el desenvolupament turístic en els municipis d'estudi, valorant les variacions de població per a les tres etapes turístiques principals a Catalunya: 1) Un turisme incipient i associat a les classes benestants fins els anys 50-60; 2) El boom turístic dels anys 60 amb el desenvolupament del turisme massiu de sol i platja i, tot i que de magnitud menor, el turisme de neu; i 3) El nou turisme, o turisme postfordista, que apareix a partir dels anys 90 amb el canvi en les motivacions i pautes de consum de la demanda.

De la primera etapa, a on el turisme estava restringit a l'elit social, els creixements poblacionals es poden associar a la dinàmica demogràfica natural. Tot i això, s'identifiquen processos de despoblament en alguns municipis de muntanya i d'interior; mentre que les ciutats i els municipis de litoral creixen associades als processos d'industrialització. Destaca especialment el creixement de la població de Sitges en l'època en s'obren els primers hotels i es construeix la urbanització turística Terramar Parc.

A partir dels anys 60 s'experimenta un creixement de la població molt important en els municipis turístics de litoral, màxims artífexs del model tradicional de turisme de sol i platja. Aquest increment respon a la necessitat de mà d'obra que genera el sector i que es tradueix en grans fluxos d'immigració. Els municipis de Salou, Lloret de Mar i Roses són els que experimenten els creixements més importants durant el període dels anys 60-90; tot i que tots els municipis de litoral incrementen la seva població en menor o major mesura. Pel mateix període, en canvi, els municipis de muntanya continuaven perdent població o experimentant increments molt lleus. L'activitat turística, tot i que ja estava present, era de magnitud inferior i encara molt estacional. Els municipis d'interior registren creixements diferenciats, beneficiant-se Piera de la proximitat a Barcelona i continuant perdent població Mediona. Les ciutats continuen consolidant-se com a centres econòmics i, per tant, incrementant els seus habitants.

Finalment, l'etapa des dels anys 90 a l'actualitat es caracteritza per un creixement de la població generalitzat arreu dels casos d'estudi, però amb una relativa frenada dels elevats increments registrats en els municipis de litoral pel període anterior i una recuperació significativa en els municipis de muntanya i interior. La generalització del turisme a Catalunya, fruit del turisme postfordista i del foment de l'activitat com a estratègia de redistribució territorial, facilita la recuperació de la població en municipis en retrocés. A més la millora en les comunicacions també permet viure fora de les ciutats, les quals registren creixement menors.

Indicador C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics

Càlcul
 - Inventari dels principals recursos i atractius turístics que apareixen en els materials promocionals i categorització

Font de les dades
 Informació turística dels municipis d'estudi en suport paper i digital (consulta desembre 2011): Diputació de Barcelona, Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, Associació turística de Calella, Ajuntament de Calella, Consorci de Promoció Turística de l'Alt Penedès, Ajuntament de Mediona, Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia, Consell Comarcal de l'Anoia, Ajuntament de Piera, Agència de Promoció Turisme de Sitges, Alp Turisme, Mancomunitat de la Vall de Camprodon, Consorci Ripollès Desenvolupament, Ajuntament de Camprodon, Ajuntament de Castelló d'Empúries, Ajuntament de l'Escala, Ajuntament de Girona, Ajuntament de Llívia, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Torroella de Montgrí-L'Estardit, Consell Comarcal del Baix Empordà, Turisme de Val d'Aran, Ajuntament Naut Aran, Patronat de la Vall de Boí, Patronat Comarcal de Turisme de l'Alta Ribagorça, Ajuntament d'Alcanar, Patronat Municipal de Turisme de Tarragona, Patronat Municipal de Turisme del Vendrell, Patronat de Turisme de Salou, Patronat de Turisme de l'Ampolla, Consell Comarcal del Baix Ebre.

Interès de l'indicador
 Permet identificar i caracteritzar els recursos a partir dels quals es desenvolupa el turisme en cada municipi i analitzar la diversificació de l'oferta.

Tendència desitjada
 És desitjable que una destinació presenti diversitat de recursos i atractius turístics, ja que això permet desestacionalitzar l'activitat i arribar a més segments de la demanda evitant així la sobreexplotació de recursos concrets.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Tipologies de recursos turístic als municipis d'estudi (2011)													
Municipi	Tipologia de recurs turístic ¹											Núm. de diferents categories de recursos turístics	
	Platges	Neu	Esp. naturals	Patrimoni i Museus	Gastronomia	Festes i Festivals	Negocis	Instal·lacions esportives ²	Botigues	Bars i Disco.	Parcs temàtics		Termalisme
Litoral													
Calella	x		x	x	x	x		x	x			x	8
Sitges	x		x	x	x	x	x	x	x	x			9
Castelló d'Empúries	x		x	x		x		x		x			6
L'Escala	x		x	x	x		x						5
Lloret de Mar	x		x	x	x		x	x	x	x	x	x	10
Roses	x		x	x	x		x	x		x	x		8
Torroella de Montgrí	x		x	x	x	x		x					6
Alcanar	x		x	x	x	x		x					6
El Vendrell	x			x	x	x		x			x	x	7
Salou	x			x			x	x		x	x		6
L'Ampolla	x		x		x	x		x		x			6
Muntanya													
Alp		x		x	x	x	x	x			x	x	8
Camprodon			x	x		x		x					4
Llívia				x		x							2
Naut Aran		x	x	x	x			x					5
La Vall de Boí		x	x	x		x		x				x	6
Rural/interior													
Mediona				x	x								2
Piera			x	x		x							3
Urbà													
Girona				x	x	x	x		x	x			6
Tarragona	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		10

Indicador	C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics
<p>¹ Categorització de recursos turístics identificats a través dels materials promocionals. (Vegeu <i>Base de dades Sistema d'Indicadors</i> dels annexos per a consultar el llistat concret de recursos).</p> <p>² Inclou golfs, pitch & putt, ports esportius, hípiques, etc.</p>	
<p>Valoració i comentaris sobre els resultats</p> <p>La primera valoració que es desprèn de l'anàlisi dels recursos turístics promocionats és la repetició de determinades tipologies d'atractius independentment del territori considerat. Hi ha entorns geogràfics que presenten recursos exclusius que els han permès un desenvolupament turístic destacat, com les platges en el litoral o la neu en les zones de muntanya. Tanmateix, a grans trets la resta de recursos turístics no estan associats a un territori concret sinó que són atractius generals que, gràcies a les variacions o singularitats locals, es diferencien i valoritzen per a configurar-se com a producte turístic. Un bon exemple d'aquest fet és el patrimoni arquitectònic/històric que es promociona en gairebé tots els municipis. El valor patrimonial que poden tenir les ruïnes d'Empúries o el conjunt arqueològic romà de Tarraco és diferent d'algunes esglésies parroquials, passejos o fonts que es promocionen, però cada municipi ha adaptat el recurs genèric "patrimoni" a la seva realitat, essent conscients que si no és un recurs d'atracció en si mateix, el que sí que pot ser és un element complementari a algun atractiu de més pes.</p> <p>Els espais naturals també és un recurs turístic molt important, promocionant-se específicament en la majoria dels casos amb rutes senyalitzades. Aquells municipis que disposen de Parcs naturals protegits en el seu territori els destaquen de manera primordial, mentre que els que no en tenen aprofiten elements geogràfics (rius, estanys, serres, etc.) o entorns de qualitat (jardins, parcs botànics) per a destacar els seus valors ecològics.</p> <p>Altres recursos com la gastronomia i les festes, festivals i esdeveniments són atractius promocionats freqüentment, però difícilment actuen com a elements atractors per si mateixos, sinó que la majoria de les vegades complementen algun altre recurs més significatiu. El mateix passa amb instal·lacions esportives, les botigues, els bars i discoteques, parcs temàtics i spa's o balnearis, que sovint tenen com a funció diversificar una oferta prèviament ja consolidada. Tanmateix, cal destacar que alguns elements concrets d'aquesta oferta sí que poden ser atractius especials per a determinats segments de la demanda, com determinats esdeveniments (esportius, musicals o tradicionals), golfs o ports esportius. I fins i tot hi ha alguns recursos, com el parc temàtic de Port Aventura o la Marina d'Empúriabrava, que són reconeguts internacionalment i atrauen fluxos propis.</p> <p>Finalment, el turisme de negocis és una modalitat que s'està desenvolupant principalment en aquells municipis que ja gaudeixen d'una infraestructura turística ben consolidada, com Salou, Lloret de Mar o Sitges, entre d'altres.</p> <p>D'altra banda, si es té en compte les diferents tipologies de recursos per municipi, s'identifica que les destinacions turístiques tradicionals, normalment associades a models de desenvolupament turístic massiu, presenten una major diversificació que la resta. Destaquen especialment Lloret de Mar, Calella, Sitges, Roses, Alp i Tarragona, tots amb una tradició turística que ve de lluny i que, per tant, han hagut de reorientar la seva oferta per a satisfer les motivacions actuals de la demanda. Tot i això, es pot identificar una tendència generalitzada a la diversificació de l'oferta, doncs aquesta permet arribar a més segments de la demanda i alhora desestacionalitzar l'activitat.</p>	

D. Indicadors d'impacte

Indicador	D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes																							
Càlcul																								
- Anàlisi d'estudis de satisfacció de la demanda																								
Font de les dades																								
OT de Castelló d'Empúries, OT de L'Escala, OT de l'Ampolla, Consell Comarcal del Baix Empordà, Patronat Comarcal de Turisme de la Cerdanya, Diputació de Barcelona, OT d'Alcanar, Ajuntament de Lloret de Mar, Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada.																								
Interès de l'indicador																								
El grau de satisfacció del turista és una mesura subjectiva molt lligada a la qualitat del servei i del producte turístic d'una destinació. També es pot relacionar indirectament amb la convivència que percep el turista amb els residents.																								
Tendència desitjada																								
Quan el grau de satisfacció és elevat hi ha més possibilitats que els turistes es fidelitzin a la destinació i/o la recomanin.																								
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts																								
Anàlisi de la satisfacció dels turistes en els municipis d'estudi (diversos anys ¹)																								
Municipi	Nivell territorial de l'estudi			3 aspectes millor i pitjor valorats ²													Valoració global ³							
	Municipal	Comarcal	Marca Turística	Neteja	Seguretat	Amabilitat	Allotjament	Mobilitat	Comerç	Activitats	Oci nocturn	Atenció OT	Entorn natural/paisatges	Gastronomia	Platges	Equipaments		Cultura	Soroll	Tranquil·litat	Massificació	Preu		
Litoral																								
C. d'Empúries	x																							6,7
L'Escala	x																							7,5
Roses																								
L'Ampolla			x																					9
T. de Montgrí		x																						7,9
El Vendrell																								
Sitges	x																							8,2
Calella	x																							7,6
Alcanar	x																							sd
Lloret de Mar	x																							8,1
Salou	x																							9
Muntanya																								
La Vall de Boí																								
Alp		x																						sd
Llívia		x																						sd
Camprodon																								
Naut Aran																								
Rural/inter.																								
Mediona																								
Piera																								
Urbà																								
Girona																								
Tarragona																								

sd: sense dades

Indicador	D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes
------------------	---

¹ Dades de període entre 2011-2009, excepte estudi d'Alcanar que és del 1989.

² Llegenda: ■ Millor valorats ■ Pitjor valorats

³ Puntuació del 0 al 10.

Valoració i comentaris sobre els resultats

Els resultats d'aquest indicador estan condicionats per la disponibilitat o existència d'estudis específics de satisfacció de la demanda en els municipi d'estudi. Sempre que ha estat possible s'han analitzat estudis a nivell municipal, però a falta d'aquest tipus d'informació s'han cercat dades d'escala superiors (comarca o marca turística). Tot i així, diversos municipis d'estudi no disposen de cap mena d'informe d'anàlisi de la demanda turística cosa que, tot i que és un handicap alhora d'extreure conclusions comparades, també és un resultat en si mateix en identificar els àmbits que no tenen en consideració aquest component del turisme.

Un altre aspecte que cal tenir en compte és la disparitat en la recollida de dades per a elaborar els diversos estudis de la demanda. Aquests informes han estat treballats per diferents ens, sense una metodologia de treball comú (diferents enquestes i preguntes), de manera que la comparació de resultats és inexacte i s'ha d'entendre com una aproximació.

A partir dels estudis recopilats s'han identificat els aspectes millor i pitjor valorats de cada destinació i la puntuació global atorgada, sistematitzant d'aquesta manera la informació per a poder-la analitzar comparativament entre els casos d'estudi.

La primera conclusió que es pot extreure dels resultats és que els municipis de litoral són els que més han estudiat la seva demanda. La majoria d'ells disposen d'informes d'aquest tipus i a nivell municipal, mentre que de la resta d'entorns només Alp i Llívia tenen un estudi que és a escala comarcal. Aquest fet denota que els municipis turístics amb més desenvolupament i tradició turística són els que més estudien la seva demanda, conscients que l'anàlisi d'aquesta els pot ajudar a reorientar l'oferta per adaptar-se a les noves motivacions i pautes de consum.

La recopilació dels aspectes pitjor valorats pels turistes identifica algunes de les problemàtiques tradicionals de les destinacions saturades, com són els problemes de mobilitat (aparcament, transport públic deficitari, etc.), neteja, oci nocturn (que sovint va lligat al soroll), la massificació (aglomeracions de gent, urbanització excessiva, etc.) i la mala percepció del binomi qualitat-preu. Les valoracions positives, en canvi, són més variables en funció de la destinació considerada. Tot i així, els aspectes que més destaquen són els entorns naturals o paisatges, l'amabilitat dels agents turístics i la qualitat del recurs per excel·lència del litoral: la platja.

Pel que fa a la valoració global de cada cas d'estudi, els millor puntuats són Salou i L'Ampolla amb un 9 sobre 10. El segueixen a prop Lloret i Sitges amb un 8,1 i 8,2 respectivament. La puntuació més baixa l'obté Castelló d'Empúries amb un 6,7. En aquests resultats cal tenir en compte que la valoració identifica si la destinació compleix les expectatives del seu *target* de turistes. És per això que alguns municipis saturats turísticament continuen assolint valoracions molt positives ja que s'han especialitzat en la demanda de motivacions fordistes.

E. Indicadors de resposta

Indicador	E.1.1. Productes turístics aptes per a discapacitats											
Càlcul												
- Inventari de productes turístics habilitats per a discapacitats												
Font de les dades Agència Catalana de Turisme.												
Interès de l'indicador L'oferta de productes turístics per a discapacitats promou un model turístic inclusiu.												
Tendència desitjada És desitjable que l'oferta d'aquest tipus de productes augmenti per a fer accessible l'activitat turística a tothom.												
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts												
Activitats turístiques aptes per a discapacitats als municipis d'estudi (2010)												
Municipi	Recursos turístics adaptats	Tipus d'adaptació									Núm. de diferents tipus d'adaptacions	
		Accessibilitat a platja	Bany adaptat	Embarcacions adaptades	Busseig adaptat	Excursions o circuits aptes	Visita amb facilitats	Accessibilitat a parc temàtic	Atraccions adaptades	Esquí adaptat		Ciclisme adaptat
Litoral												
Calella	Platges	x	x									2
Sitges	Platges, PN. de Garraf	x	x			x						3
C. d'Empúries	Platges, PN. dels Aiguamolls de l'Empordà	x				x						2
L'Escala	Platges, Mar, PN. dels Aiguamolls de l'Empordà	x	x	x		x						4
Lloret de Mar	-											-
Roses	Platges, PN. dels Aiguamolls de l'Empordà	x				x						2
T. de Montgrí	Platges, Mar	x			x							2
Alcanar	-											-
El Vendrell	Platges, Cellers	x						x				2
Salou	Platges, Port Aventura	x							x	x		3
L'Ampolla	Platges, PN. del Delta de l'Ebre	x				x						2
Muntanya												
Alp	Estació de La Molina									x		1
Camprodon	Muntanya, Via Verda de Girona					x					x	2
Llívia	-											-
Naut Aran	Estació de Baqueira Beret, PN. d'Aigüestortes i Estany de St. Maurici					x				x		2
La Vall de Boí	Estació Boí-Taüll, PN. d'Aigüestortes i Estany St. Maurici, Patrimoni romànic					x	x			x		3
Rural/inter.												
Mediona	-											-
Piera	-											-
Urbà												
Girona	Vies Verdes					x						1
Tarragona	Platges, Patrimoni romà	x						x				1

Valoració i comentaris sobre els resultats

Els discapacitats han estat tradicionalment un segment de la demanda turística oblidat. Afortunadament en l'actualitat aquesta mancança s'està corregint i cada vegada hi ha més productes turístics adaptats a aquestes necessitats, tal i com demostren les dades recopilades. Tot i això, entre els casos seleccionats encara hi ha diversos municipis que no ofereixen productes turístics de cap tipus per a aquesta demanda, concretament 5 (Lloret de Mar, Alcanar, Llívia, Mediona i Piera) que representen el 25% del total de la mostra.

La majoria dels municipis de litoral han adaptat el seu recurs per excel·lència, la platja i el mar, per a discapacitats. A part de facilitar l'accés a la platja, s'ofereixen diversos productes específics com el bany amb cadires amfíbies, embarcacions i busseig adaptat. A la vegada, i fruit d'una oferta diversificada, molts d'ells també han adaptat altres recursos com els parcs naturals a través de rutes que compleixen determinats requisits o que s'habiliten amb panells informatius específics. També destaquen algunes iniciatives turístiques privades, com els cellers Augustus Forum (Vendrell) o Port Aventura (Salou), que ofereixen facilitats per a que els discapacitats puguin gaudir del seu producte.

Pel que fa als municipis de muntanya, també han adaptat el recurs tradicional de la neu a aquest segment de la demanda oferint la pràctica d'un esquí adaptat. Al igual que han habilitat alguns entorns naturals per a la pràctica de diverses activitats turístiques. La Vall de Boí a més organitza visites al seu patrimoni romànic amb facilitats per persones amb discapacitat física.

Els casos d'estudi de l'entorn rural no presenten cap producte turístic específic per a discapacitats, cosa que té a veure amb la fase turística incipient en la que es troben i a una manca d'infraestructura turística en general. Es tracta de municipis gens diversificats turísticament que a més es fonamenten en un turisme de segones residències.

Finalment les ciutats de Girona i Tarragona també han adaptat alguns dels seus recursos per a discapacitats, en el cas de la primera ofereix excursions adaptada en algunes vies verdes, i la segona ha fet accessibles algunes platges i ha adaptat les visites a part del patrimoni romà.

5.2.2. Indicadors de sostenibilitat econòmica

Tradicionalment el turisme ha estat estudiat des de la vessant econòmica, valorant-se molt positivament pels beneficis econòmics directes que aporta en el territori en què es desenvolupa i pel seu efecte inductor i multiplicador d'altres activitats productives. Així els indicadors econòmics bàsics han estat relacionats amb la despesa turística i la generació d'ocupació. Tanmateix, el paradigma de la sostenibilitat obliga a ampliar aquesta concepció i incloure criteris de distribució equitativa de beneficis, gestió local i viabilitat a llarg termini, en definitiva a garantir que els guanys econòmics contribueixin al benestar de la comunitat local present i futura.

Els indicadors de sostenibilitat econòmica que s'apliquen tot seguit (vegeu Taula 43) pretenen parametritzar tant els aspectes clàssics de la dimensió econòmica del turisme (despesa, inversió i ocupació), com analitzar els recursos i infraestructures que permeten el seu desplegament i les dinàmiques que se'n deriven.

Taula 43. Indicadors de sostenibilitat econòmica.

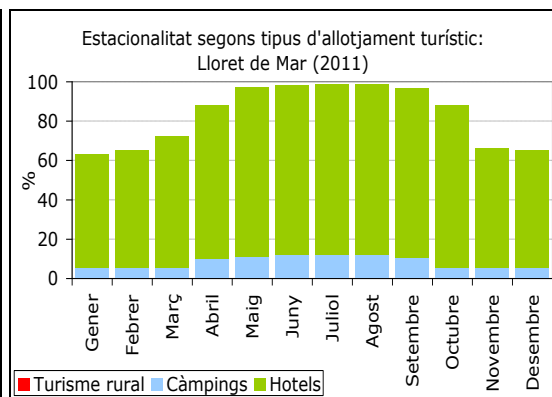
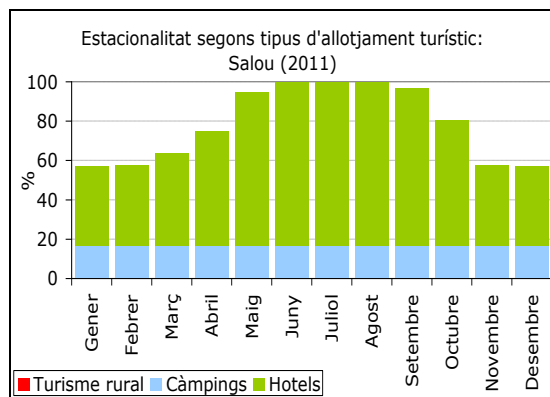
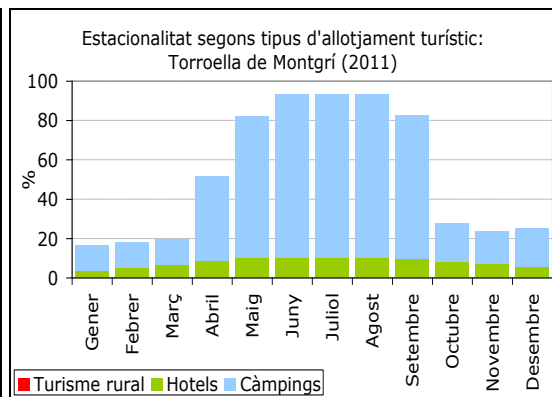
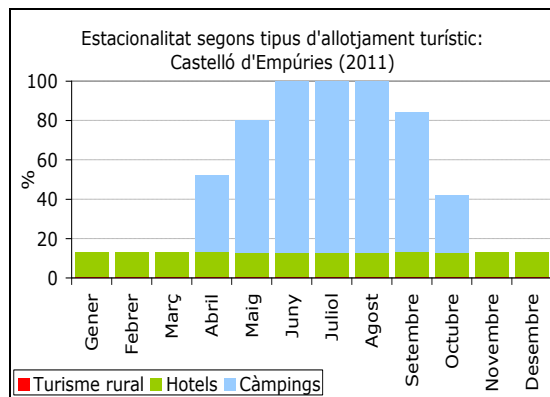
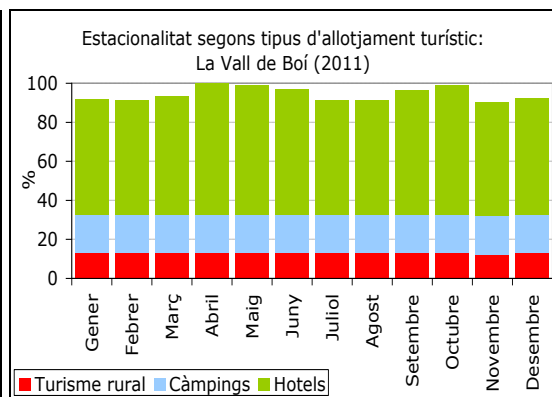
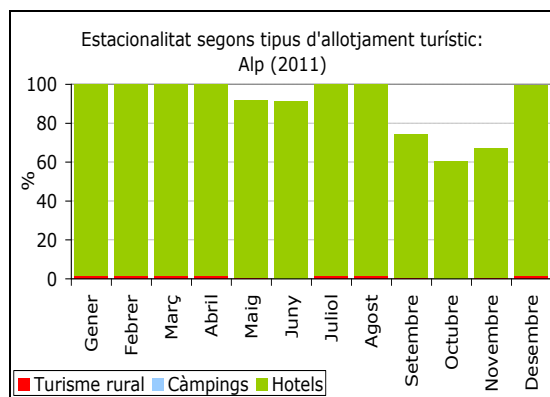
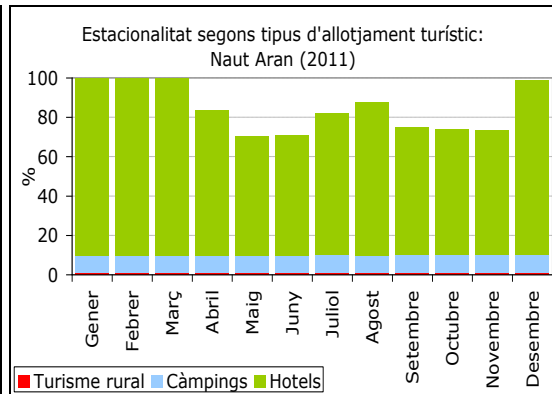
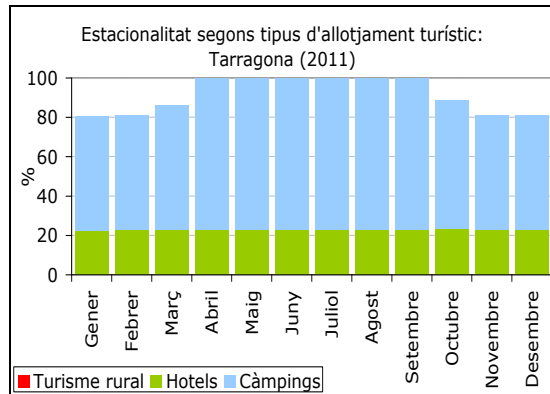
2. Dimensió econòmica				
A. Indicadors de causa de la pressió	B. Indicadors de pressió	C. Indicadors d'estat	D. Indicadors d'impacte	E. Indicadors de resposta
A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística	B.2.1. Oferta d'allotjament turístic B.2.2. Presència de segones residències	C.2.1. Accessibilitat turística C.2.2. Equipaments i serveis bàsics C.2.3. Volum de comerç i oci	D.2.1. Despesa turística D.2.2. Població ocupada en el sector turístic D.2.3. Taxa d'atur en el sector turístic	E.2.1. Inversió pública en matèria turística

Font: Elaboració pròpia.

A. Indicadors de causa de la pressió

Indicador	A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística												
Càlcul													
- Places d'allotjament turístic ofertades per mesos i mitjana anual (%)													
Font de les dades													
OTC.													
Interès de l'indicador													
Permet observar si el turisme està vinculat a determinades estacions o, si pel contrari, es manté més o menys estable al llarg de l'any.													
Tendència desitjada													
Es considera desitjable desestacionalitzar l'activitat turística per a evitar les disfuncions que genera un increment notable de la població durant uns pocs mesos, i per distribuir els beneficis al llarg de l'any.													
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts													
Percentatge de places d'allotjament turístic¹ per mesos i mitjana anual en els municipis d'estudi (2011)													
Municipi	Mesos (%)												Mitjana anual (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Litoral													
Calella	40	49	56	73	93	98	100	100	97	83	55	49	75
Sitges	54	77	90	95	100	100	100	100	100	93	78	65	88
C. d'Empúries	13	13	13	52	80	100	100	100	84	42	13	13	52
L'Escala	87	87	88	100	100	100	100	100	100	89	88	86	94
Lloret de Mar	63	65	72	88	97	98	98	98	97	88	66	65	83
Roses	51	49	53	78	97	97	97	97	95	81	72	62	77
T. de Montgrí	16	18	20	52	82	93	93	93	83	28	24	25	52
Alcanar	63	63	63	83	100	100	100	100	100	63	63	63	80
El Vendrell	38	38	38	85	97	100	100	100	100	67	55	55	73
Salou	57	58	63	75	95	100	100	100	97	80	58	57	78
L'Ampolla	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muntanya													
Alp	100	100	100	100	92	91	100	100	74	61	67	100	90
Camprodon	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Llívia	100	100	100	100	100	94	100	100	98	97	100	98	99
Naut Aran	100	100	100	84	71	71	82	88	75	74	73	99	85
La Vall de Boí	92	91	93	100	99	97	91	91	96	99	90	93	94
Rural/int.													
Mediona	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Piera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Urbà													
Girona	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
Tarragona	81	81	86	100	100	100	100	100	100	89	81	81	92

¹ Inclou hotels, càmpings i establiments de turisme rural.
(Vegeu *Base de dades Sistema d'Indicadors* dels annexos per a consultar els valors absoluts de places d'allotjament turístic ofertades a cada municipi)



Valoració i comentaris sobre els resultats

Piera i Mediona no tenen dades d'estacionalitat en l'oferta comercialitzable perquè el seu allotjament turístic es basa en la segona residència. Aquesta modalitat suposa un grau d'ocupació anual mitjà a Catalunya d'uns 30 dies/any, per tant, s'associa una estacionalitat de caps de setmana i períodes vacacionals en general.

Els municipis urbans presenten una activitat desestacionalitzada, tal i com correspon a una oferta turística diversificada i que no depèn del clima (gastronomia, festes, esdeveniments, patrimoni, etc.). Situen la seva mitjana anual d'oferta al voltant del 90%. A més, el fet que l'allotjament en aquestes destinacions també respongui a motivacions no turístiques, fruit de les dinàmiques urbanes pròpies i de la seva condició de capitalitat de província, també contribueix a aquest fet. Tot i això, a Tarragona s'identifica una lleu disminució de les places disponibles en càmpings durant la tardor i hivern, cosa que té a veure amb el fet que el municipi encara mantingui part del seu turisme associat al litoral.

En els casos d'estudi d'entorns de litoral i muntanya, en canvi, sí que s'identifiquen estacionalitats significatives. La muntanya catalana en línees generals presenta una doble estacionalitat que coincideix amb la màxima aflluència en els períodes vacacionals de Nadal i estiu. Aquesta dinàmica s'observa especialment en els municipis d'estudi que tenen un desenvolupament turístic més massificat, doncs la oferta sol estar sobredimensionada per acollir aquests fluxos que arriben en la temporada alta, mentre que la resta de l'any els establiments tanquen en deixar de ser rendibles. En aquest sentit, Naut Aran i Alp són els municipis més estacionalitzats, especialment en els mesos d'hivern en que s'aprofita el recurs neu en les importants estacions d'esquí de Baqueira-Beret i La Molina, respectivament. La Vall de Boí, en canvi, tot i que també té l'estació de Boí Taüll Resort, presenta una oferta més diversificada amb un important patrimoni romànic que permet desestacionalitzar més l'activitat, de manera que les oscil·lacions en l'oferta són menors. Cal destacar que el que determina la variabilitat en l'oferta d'allotjament en aquests casos són els hotels, doncs els càmpings i establiments de turisme rurals romanen oberts tot l'any. Llívia i Camprodon presenten ofertes estables en no dependre tant del component climàtic, cosa que els hi permet mantenir les places turístiques durant tot l'any. Tot i aquestes oscil·lacions entre municipis, la mitjana anual d'oferta de places en aquest entorn es situa entre el 80-100% cosa que identifica una baixa estacionalitat en conjunt i sobretot comparativament al litoral, a on la mitjana varia en un rang més ampli (50-100%)

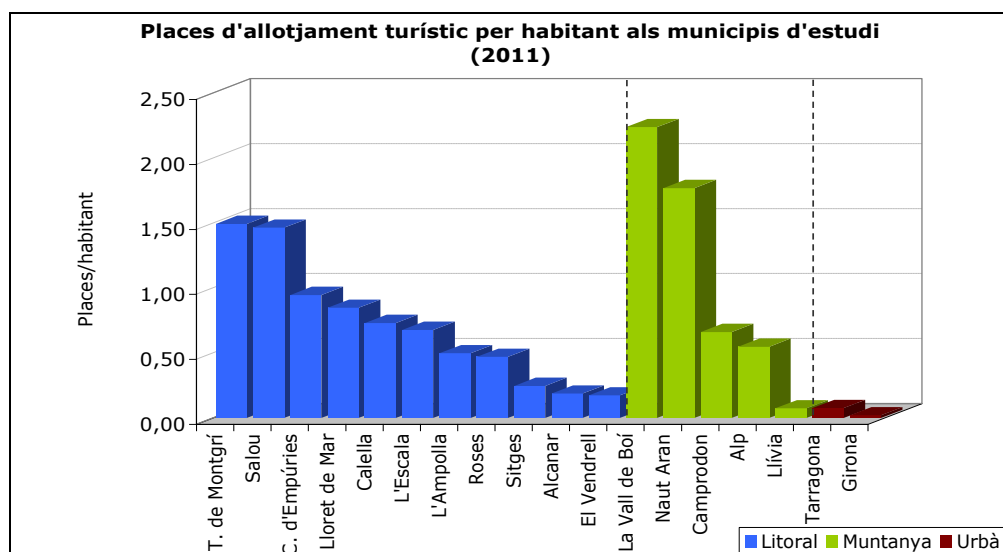
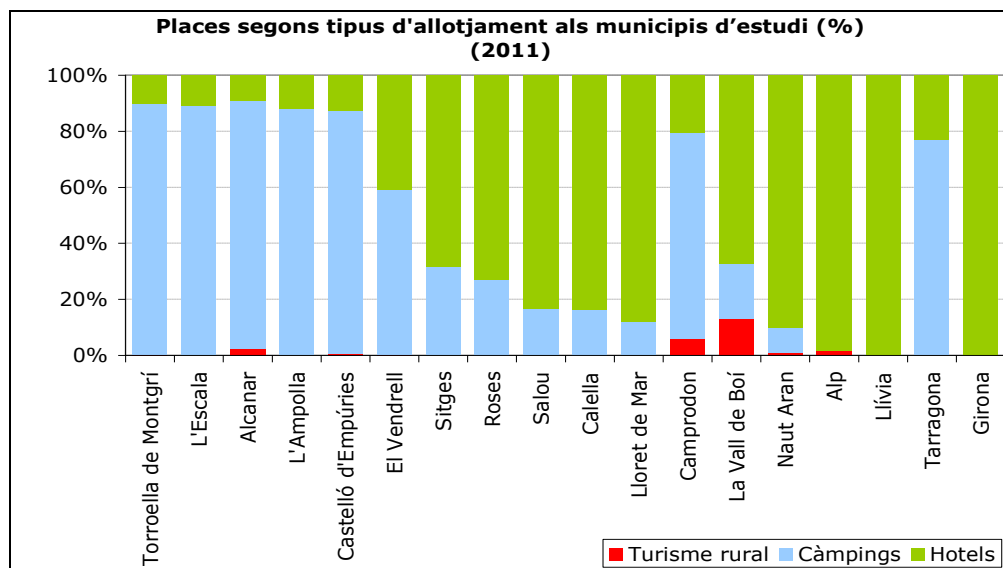
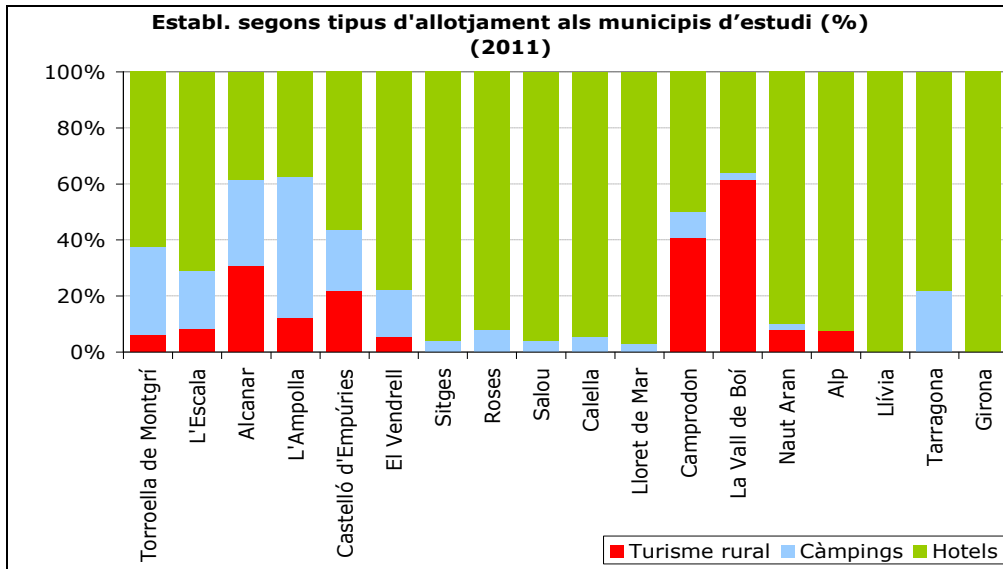
En els municipis de litoral en general s'observen estacionalitats acusades que es concentren en els mesos d'estiu (de juny a agost), cosa que constata que el sol i platja continua sent el recurs primordial d'aquests entorns. Aquesta dinàmica té repercussions significatives en els municipis, que van des de l'alteració de les rutines dels residents fins a la competència per l'accés a infraestructures i serveis, processos especulatius o desplaçament d'activitats econòmiques tradicionals. Castelló d'Empúries i Torroella de Montgrí són els municipis que presenten una estacionalitat més marcada, amb variacions en la seva oferta que van del 13% en temporada baixa fins el 100% en l'alta. En ambdós casos els càmpings són els responsables d'aquestes importants oscil·lacions.

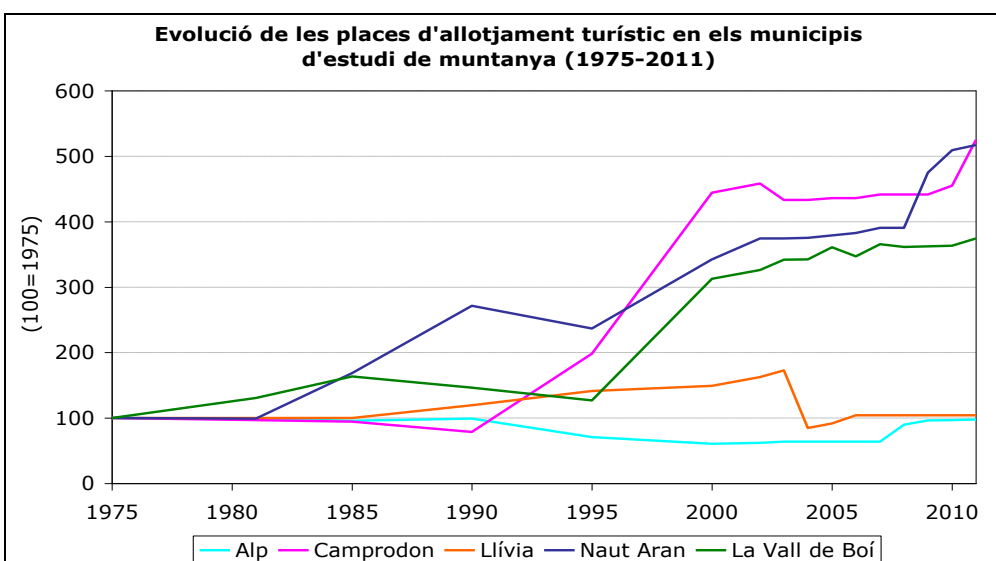
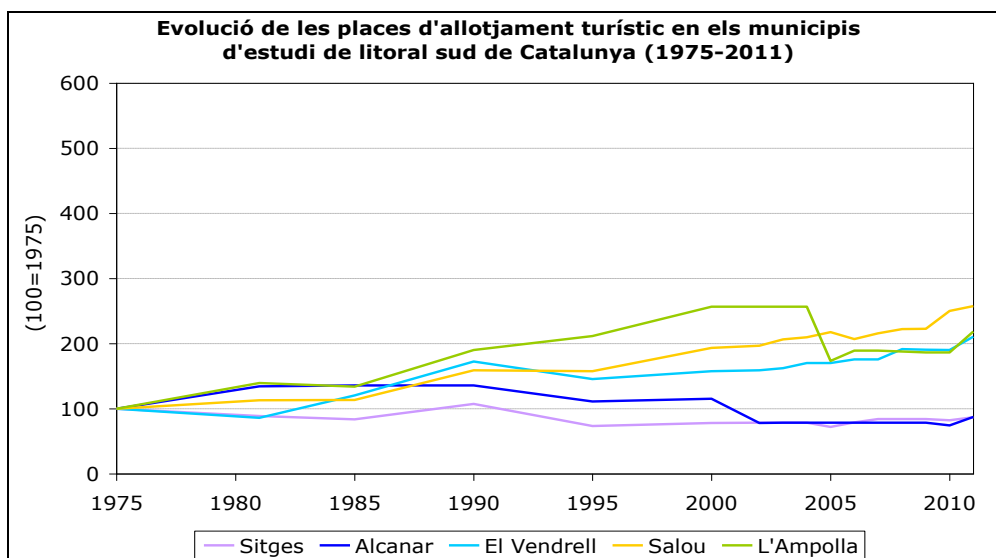
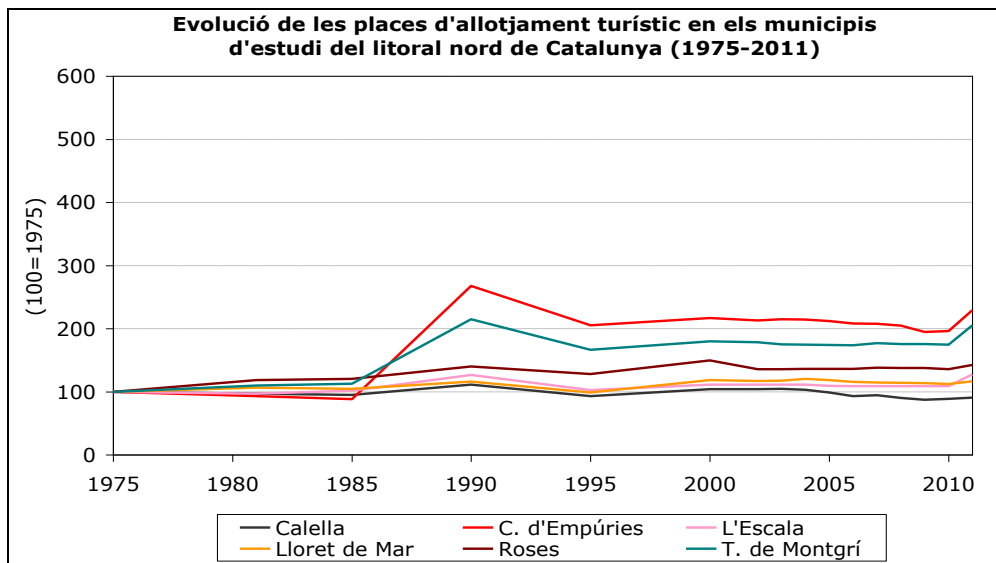
Entre els municipis que es troben en una situació intermèdia hi ha Salou i Lloret de Mar, els dos centres turístics de sol i platja més importants de Catalunya. Tot i que presenten una clara estacionalitat en els mesos d'estiu, les seves estratègies de diversificació i dinamització han permès distribuir millor els fluxos turístics al llarg de l'any, cosa que permet mantenir part dels establiments d'allotjament turístic oberts durant més temps. Degut al caràcter eminentment urbà d'ambdós municipis, no hi ha la modalitat d'establiment de turisme rural sinó que la majoria de les places d'allotjament són hoteleres, i precisament aquestes són les que determinen l'estacionalitat. En aquesta situació intermèdia, que oscil·la entre una oferta del 40% al 100%, també s'inclourien els municipis de El Vendrell, Calella, Roses, Alcanar i Sitges. Finalment, els municipis més desestacionalitzats són l'Escala, que està per sobre del 85% de l'oferta de places d'allotjament durant tot l'any, i Alcanar que manté el 100%.

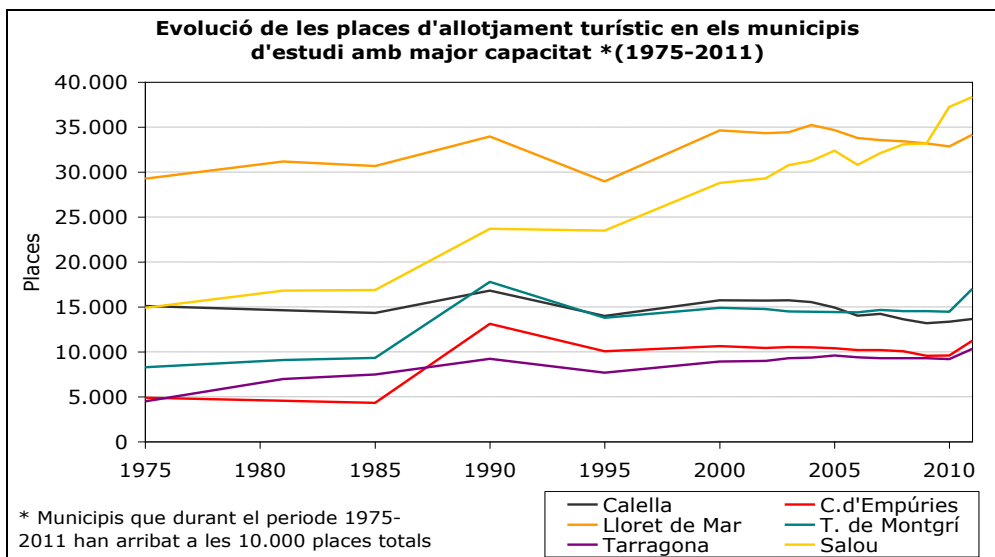
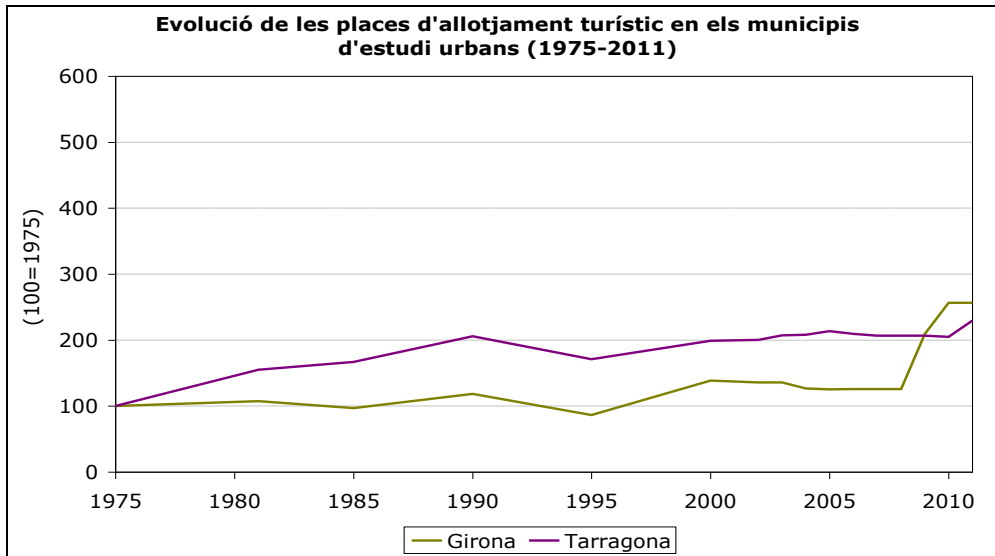
Dels resultats presentats es pot deduir que les places en establiments de turisme rural són minoritàries en els casos d'estudi, degut a un desenvolupament més recent d'aquesta modalitat i també a la seva baixa capacitat (màxim 15 places). D'altra banda, normalment els càmpings són els allotjaments de major capacitat, per la qual cosa quan aquesta modalitat domina en un municipi es registra una estacionalitat acusada segons els seus períodes de tancament. Els hotels, tot i que també determinen variabilitats importants, són més fàcilment desestacionalitzables en respondre també a motivacions no turístiques.

B. Indicadors de pressió

Indicador	B.2.1. Oferta d'allotjament turístic							
Càlcul								
<ul style="list-style-type: none"> - Establiments i places d'allotjament turístic comercialitzable segons tipologia - Establiments i places d'allotjament turístic comercialitzable segons tipologia (%) - Places d'allotjament turístic comercialitzable per població censada (places/habitant) - Evolució de les places d'allotjament turístic comercialitzable (1975-2011) 								
Font de les dades								
OTC, IDESCAT, MITYC (Diversos anys), Generalitat de Catalunya (Diversos anys).								
Interès de l'indicador								
<p>Permet conèixer l'estructura empresarial de l'allotjament turístic a l'àmbit d'estudi, i també és una aproximació al grau de concentració-dispersió del sector.</p> <p>L'evolució de les places indica la tendència del sector turístic en els darrers anys i, per tant, la seva dinàmica i el grau de consolidació.</p>								
Tendència desitjada								
La tendència desitjada és un volum suficient de places i, si cal, un creixement equilibrat que permeti el desenvolupament econòmic de l'àmbit però sense massificar-lo.								
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts								
Establiments i places d'allotjament turístic comercialitzable als municipis d'estudi (2011)								
Municipi	Hotels		Càmpings		Turisme rural		Total	
	Establ.	Places	Establ.	Places	Establ.	Places	Establ.	Places
Litoral								
Calella	51	11.445	3	2.226	0	0	54	13.671
Sitges	49	4.818	2	2.238	0	0	51	7.056
Castelló d'Empúries	13	1.418	5	9.777	5	47	23	11.242
L'Escala	17	789	5	6.351	2	12	24	7.152
Lloret de Mar	129	30.049	4	4.104	0	0	133	34.153
Roses	47	6.767	4	2.520	0	0	51	9.287
Torroella de Montgrí	20	1.713	10	15.276	2	11	32	17.000
Alcanar	5	182	4	1.761	4	46	13	1.989
El Vendrell	14	2.595	3	3.726	1	5	18	6.326
Salou	70	31.948	3	6.408	0	0	73	38.356
L'Ampolla	3	213	4	1.542	1	4	8	1.759
Muntanya								
Alp	12	941	0	0	1	15	13	956
Camprodon	11	331	2	1.194	9	97	22	1.622
Llívia	6	123	0	0	0	0	6	123
Naut Aran	45	2.804	1	285	4	24	50	3.113
La Vall de Boí	31	1.622	2	477	53	309	86	2.408
Rural/int.								
Mediona	0	0	0	0	0	0	0	0
Piera	0	0	0	0	0	0	0	0
Urbà								
Girona	28	2.028	0	0	0	0	28	2.028
Tarragona	25	2.381	7	7.942	0	0	32	10.323







Valoració i comentaris sobre els resultats

Les diferències en l'oferta d'allotjament turístic entre els entorns geogràfics són notables, destacant especialment el gran volum de places dels municipis de litoral. Aquests presenten una capacitat d'allotjament molt superior a la resta, essent Salou i Lloret de Mar els més significatius amb un total de 38.356 i 34.153 places respectivament. El model de desenvolupament turístic tradicional, lligat al recurs de sol i platja, ha determinat els processos d'urbanització del litoral català i s'ha caracteritzat per un creixement intensiu de la infraestructura a primera línia de mar. Aquesta dinàmica s'inicià als anys 60 amb el boom del turisme de masses i es consolidà posteriorment gràcies a una demanda recurrent i a la millora de les vies de comunicació. La majoria dels municipis d'estudi de litoral es troben per sobre de les 6.000 places, mentre que d'entre la resta només arriba a aquest valor Tarragona. La ubicació costera de la ciutat li ha permès aprofitar també el recurs sol i platja. Contràriament a la dinàmica generalitzada, Alcanar i L'Ampolla són dos casos de litoral que tenen comparativament poca infraestructura. Val a dir que aquests dos casos es situen a les Terres de l'Ebre, a on el turisme encara està poc desenvolupat.

Pel que fa als municipis de muntanya, Naut Aran i La Vall de Boí disposen d'un volum de places ofertades considerable, tot i que molt menor que els municipis de litoral, al voltant de les 2.000-3.000 places. La tradició del turisme de neu als Pirineus catalans ha contribuït al desenvolupament i consolidació de la infraestructura d'allotjament en aquests

municipis, a on destaquen les estacions de Baqueira-Beret i Boí Taüll Resort. Llívia en canvi és el nucli amb menys places d'allotjament, i tot i així és un municipi turístic destacat en el conjunt de la Cerdanya degut al pes de la segona residència. El mateix ocorre amb els municipis de Piera i Mediona, que no disposen d'oferta d'allotjament comercialitzable, sinó que sustenten la seva activitat turística en habitatges secundaris.

Les ciutats d'estudi tenen un volum de places força dispar, a on Tarragona multiplica per 5 l'oferta de Girona. Aquesta diferència s'explica a partir de l'anàlisi de les modalitats concretes d'allotjament, doncs l'oferta hotelera és molt similar (al voltant de les 2.000 places), i són els càmpings que introdueixen la variabilitat. Els càmpings són establiments de gran capacitat que responen exclusivament a motivacions turístiques, per la qual cosa la seva distribució en el territori respondrà a aquesta lògica, a diferència dels hotels que també poden respondre a altres motivacions (negocis, salut, educació, etc.).

Les gràfiques de composició de l'oferta d'allotjaments permet identificar la relació que hi ha entre el tipus d'establiment i la capacitat. Així, els municipis que tenen càmpings acostumen a tenir la majoria de les seves places turístiques en aquesta categoria. En canvi, aquest comportament es reverteix en els establiments de turisme rural, que no poden superar les 15 places per establiment, de manera que tot i que aquesta categoria sigui la més comú en un municipi, com la Vall de Boí, la seva equivalència en places és poc significativa. Els hotels acostumen a trobar-se en una situació intermèdia.

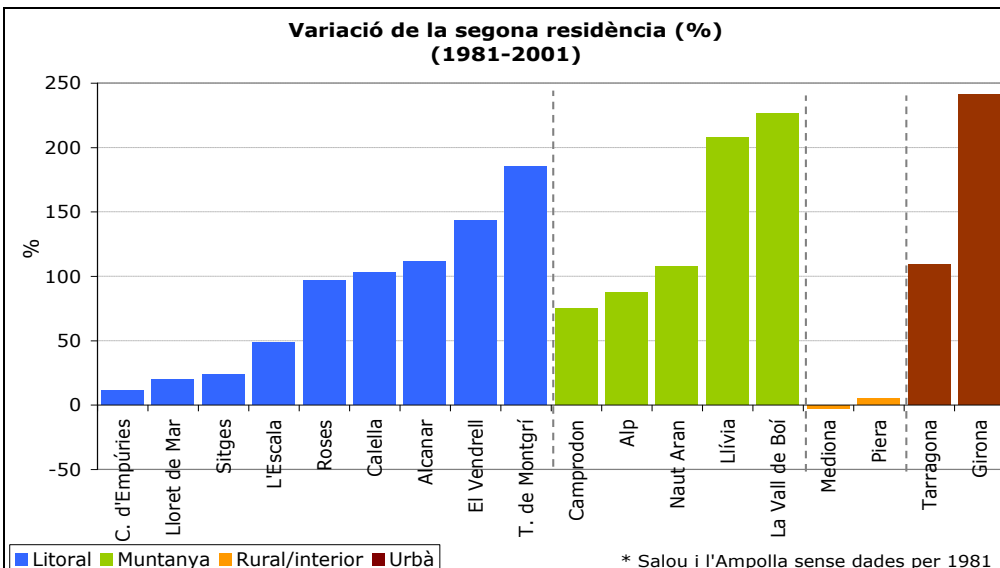
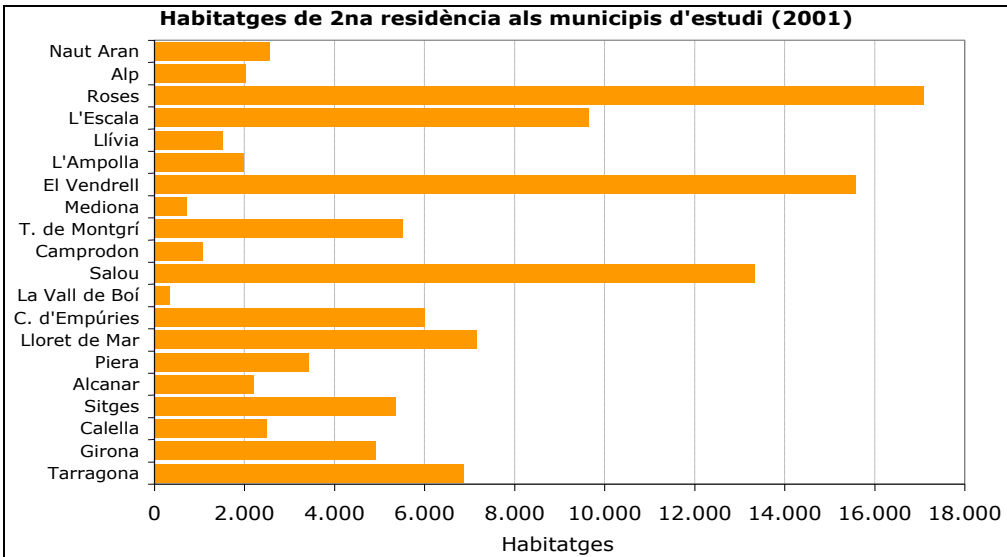
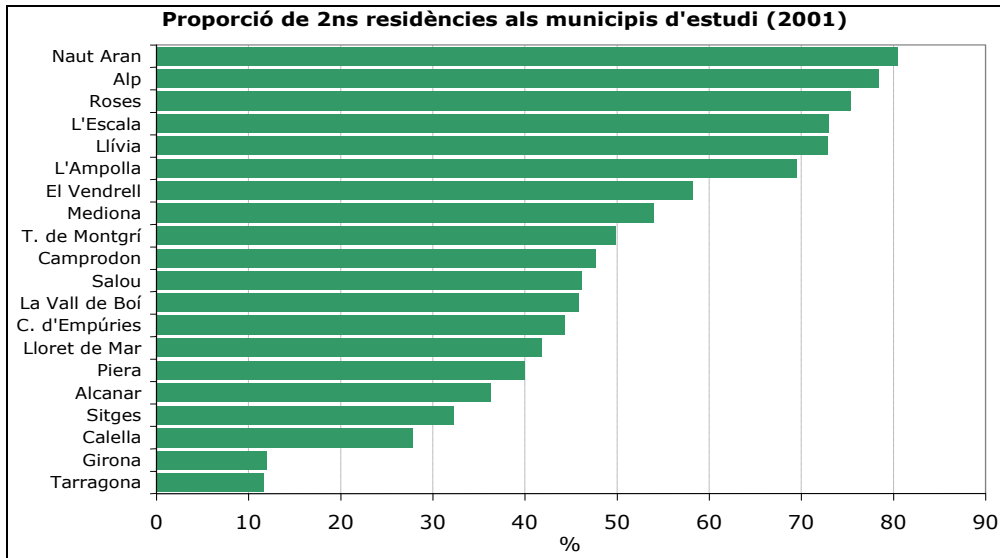
L'anàlisi de la distribució establiments-places permet identificar una major presència dels càmpings en els municipis de litoral que, com s'ha comentat anteriorment, són els que també acumulen més places en valors absoluts. Destaquen especialment Torroella de Montgrí, L'Escala, Alcanar, L'Ampolla i Castelló d'Empúries amb valors que superen el 85% en places de càmpings. En canvi Salou i Lloret de Mar, destinacions de sol i platja per excel·lència, basen la seva oferta en els hotels, doncs els càmpings representen menys del 20% del total places. Els establiments de turisme rural també són presents en bona part dels municipis de litoral i especialment en els de muntanya, si bé el seu pes en el total de places turístiques no és significatiu; només a Camprodon i La Vall de Boí superen poc més del 5% del total. Pel que fa als hotels, com a allotjament hegemònic està generalitzat en tots els municipis turístics i és el que té més pes en la meitat dels casos d'estudi, tant en places com en establiments, arribant a ser exclusiu en Llívia i Girona.

La relació de places d'allotjament per habitant indica el nivell d'especialització turística dels municipis. D'acord amb això, La Vall de Boí, Naut Aran, Torroella de Montgrí i Salou són els municipis més especialitzats, amb un promig d'entre 1,5 i 2 places turístiques per resident. D'altra banda, Tarragona i Girona són els que presenten una relació menor en consonància amb la seva naturalesa urbana i diversificació econòmica.

L'evolució en les places d'allotjament turístic pel període 1975-2011 és prou exemplificadora de les etapes de desenvolupament turístic de Catalunya. Durant els anys 60 es dona el boom turístic del litoral català, a on municipis pioners com Lloret de Mar, Calella o Salou incrementen la seva planta hotelera espectacularment. Progressivament l'activitat s'estén als municipis veïns de manera que des dels 70 i fins els 90 la dinàmica general al litoral català és de creixement continu de la infraestructura d'allotjament turístic. Per a aquest període destaca el desplegament turístic al litoral sud de Catalunya, especialment en els municipis de L'Ampolla, Salou i El Vendrell, i també a la ciutat de Tarragona. Mentre que els municipis de la Costa Brava i Maresme registren creixements més moderats i només destacats a Castelló d'Empúries i Torroella de Montgrí fruit de l'obertura de nous càmpings de gran capacitat. Pel que fa a la muntanya, Naut Aran és el municipi que experimenta un creixement més important en el nombre de places turístiques fins els anys 90, en relació amb l'obertura de l'estació de Baqueira-Beret i la generalització del turisme de neu als Pirineus catalans.

A partir dels anys 90 la crisi del model turístic tradicional comporta un canvi identificable en la tendència registrada fins el moment. La majoria de les destinacions turístiques de sol i platja frenen el seu creixement estabilitzant-se i només mantenen una certa tendència positiva aquelles que tenen poca infraestructura i, per tant, marge per créixer. El cas excepcional de Salou respon a l'efecte dinamitzador de Port Aventura, que va obrir les seves portes el 1995. Contràriament al litoral, els municipis de muntanya es beneficien dels nous hàbits i experimenten els creixements més importants registrats fins el moment. A més també és l'època en què els establiments de turisme rural proliferen de manera exponencial en el territori. Pel que fa a les ciutats, Tarragona manté una oferta més o menys estable i és Girona la que a mitjans dels 2000 experimenta un creixement significatiu gràcies a la revalorització i promoció del seu patrimoni històric i cultural.

Indicador	B.2.2. Presència de segones residències		
Càlcul			
- Habitatges secundaris (habitatges i %)			
- Densitat d'habitatges secundaris (habitatges/100 ha)			
- Variació de la segona residència (%) (1981-2001)			
Font de les dades			
INE.			
Interès de l'indicador			
La proporció de segones residències en un municipi és un indicador del pes que té el turisme a l'àmbit. Aquest tipus d'allotjament condiciona un determinat model de desenvolupament turístic que es caracteritza per una elevada estacionalitat i un impacte reduït en l'economia local.			
Tendència desitjada			
És desitjable que la proporció de segones residències sigui moderada per garantir l'equilibri social i territorial de l'àmbit.			
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts			
Segones residències als municipis d'estudi (2001)			
Municipi	2ns residències	% 2ns residències	2ns residències /100 ha
Litoral			
Calella	2.500	27,86	312,50
Sitges	5.356	32,29	122,28
Alcanar	2.208	36,29	46,88
Lloret de Mar	7.160	41,81	147,02
C. d'Empúries	6.023	44,31	142,39
Salou	13.335	46,17	883,11
T. de Montgrí	5.526	49,82	83,85
El Vendrell	15.590	58,27	423,64
L'Ampolla	1.991	69,54	55,93
L'Escala	9.662	73,04	592,76
Roses	17.095	75,41	372,44
Muntanya			
La Vall de Boí	356	45,88	1,62
Camprodon	1.081	47,73	10,45
Llívia	1.513	72,88	117,29
Alp	2.035	78,39	45,94
Naut Aran	2.572	80,43	10,05
Rural/interior			
Piera	3.442	39,98	60,17
Mediona	731	54,03	15,36
Urbà			
Tarragona	6.884	11,66	105,58
Girona	4.920	11,98	125,83



Valoració i comentaris sobre els resultats

Tots els casos d'estudi presenten una proporció de segones residències considerable, que en la immensa majoria supera el 40% del parc de l'habitatge, arribant en els àmbits més turísticats a proporcions d'entre el 75-80%. Només Tarragona i Girona trenquen aquesta dinàmica i es situen al voltant del 12%, degut a les seves funcions urbanes i de capitalitat que els hi garanteix una població estable al llarg de l'any. Com a municipis amb un percentatge de segones residències que supera el 50% destaquen al litoral: El Vendrell, L'Ampolla, L'Escala i Roses; a la muntanya: Llivia, Alp i Naut Aran; i a l'interior: Mediona. Tanmateix, aquests municipis no són necessàriament els que tenen més habitatges secundaris en termes absoluts, sinó que en aquest darrer supòsit Roses, El Vendrell i Salou són els més significatius superant els 12.000 habitatges.

Els municipis de litoral són els que acumulen un major volum total de segones residències, i els de muntanya i interior comparativament presenten un conjunt molt menor tot i que el seu parc de l'habitatge està dominat per aquesta modalitat. A tall d'exemple, Alcanar és el municipi de litoral amb menys habitatges secundaris (2.208 habitatges) i, en canvi, és similar al valor més elevat de segones residències a la muntanya (Naut Aran, 2.572 habitatges). La tradició turística de sol i platja ha afavorit un major desenvolupament turístic a la costa, així com una major urbanització que ha donat peu a la segona residència. En els àmbits de muntanya el desplegament turístic, tot i que massiu en algunes zones, és estructuralment inferior.

La proporció de segones residències per cada 100 ha dóna una idea de la massificació turística dels municipis d'estudi. Els resultats són molt diferents i s'han d'interpretar tenint en compte que la superfície dels municipis és molt desigual i que la tipologia edificatòria pot ser diferent (edificis plurifamiliars o cases aïllades). En línees generals els municipis de litoral estan més massificats que la resta d'entorns, doncs la majoria es situen per sobre els 120 habitatges/100ha, destacant Salou que arriba als 883 habitatges/100ha. En canvi, Naut Aran i La Vall de Boí són els menys massificats per aquesta tipologia d'allotjament, si bé cal tenir en compte que també són els més extensos.

Durant el període 1981-2001 la majoria dels municipis d'estudi experimenten creixements molt importants en la segona residència. Els increments més significatius es registren en els municipis de Girona, La Vall de Boí i Llivia, que gairebé quadrupliquen el seu parc d'habitatge secundari. Com s'ha vist anteriorment, els municipis de litoral són els que acumulen més segones residències i, tanmateix, no són els que registren els creixements més grans. Això es deu a què el període d'expansió urbanística en aquest entorn és anterior, lligat al desplegament turístic massiu dels anys 60-70, i no s'ha pogut avaluar per no haver dades disponibles anteriors al 1981. Així, la variació de segona residència analitzada s'associa al canvi en les motivacions i pautes de consum de la demanda que han permès revaloritzar nous escenaris turístics com les ciutats i la muntanya (més enllà del turisme tradicional de neu).

La interpretació de l'evolució de la segona residència es fa en valors percentuals per a poder valorar comparativament els diferents municipis. Tanmateix, no s'han de perdre de vista els valors absoluts que permeten comprovar que els municipis que han experimentat uns creixements percentuals majors (Girona, La Vall de Boí i Llivia) no es corresponen amb els que en realitat tenen més habitatges secundaris (Roses, El Vendrell i Salou).

C. Indicadors d'estat

Indicador	C.2.1. Accessibilitat turística				
Càlcul					
<ul style="list-style-type: none"> - Distància als aeroports (Km) - Inventari de ports esportius i turístics i amarradors disponibles - Inventari d'infraestructures viàries d'accés (autopista, carretera nacional o comarcal), i de transport públic (tren i autobusos) 					
Font de les dades					
ViaMichelin, Google Maps, Ajuntament de Calella, Ajuntament de Mediona, Ajuntament de Piera, Ajuntament de Sitges, Ajuntament d'Alp, Ajuntament de Camprodon, Ajuntament de Castelló d'Empúries, Ajuntament de L'Escala, Ajuntament de Girona, Ajuntament de Llívia, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Torroella de Montgrí i L'Estartit, Ajuntament de Naut Aran, Ajuntament de la Vall de Boí, Ajuntament d'Alcanar, Ajuntament de Tarragona, Ajuntament de El Vendrell, Ajuntament de Salou, Ajuntament de L'Ampolla, Ports de la Generalitat de Catalunya, Associació Catalana Ports Esportius i Turístics.					
Interès de l'indicador					
Les infraestructures de mobilitat determinen potencialment l'accessibilitat interna i externa de la destinació i, per tant, és un factor que condiona l'arribada de turistes.					
Tendència desitjada					
Qualsevol destinació necessita una bona accessibilitat per a poder desenvolupar-se turísticament. En aquest sentit és desitjable la major accessibilitat possible per a facilitar l'arribada de turistes.					
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts					
Accessibilitat als municipis d'estudi per aire i mar (2011)					
Municipi	Distància a aeroport (Km)			Ports esportius i turístics	
	Barcelona	Girona	Reus	Port	Amarradors
Litoral					
Calella	74	42	168		
Sitges	31	128	71	Ginesta	1.038
C. d'Empúries	160	61	246	Marina d'Empúriabrava	5.000
L'Escala	153	54	239	L'Escala	1.254
Lloret de Mar	91	31	190	Cala Canyelles	134
Roses	169	70	254	Roses, i Sta.Margarida	1.651
T. de Montgrí	147	46	233	L'Estartit	937
Alcanar	193	284	110	Les Cases d'Alcanar	181
El Vendrell	57	155	43	Coma-Ruga	265
Salou	100	192	13	Salou	230
L'Ampolla	148	240	65	L'Ampolla	470
Muntanya					
Alp	152	207	228		
Camprodon	142	92	228		
Llívia	167	196	242		
Naut Aran	319	393	266		
La Vall de Boí	283	357	229		
Rural/interior					
Mediona	78	152	91		
Piera	48	120	93		
Urbà					
Girona	115	16	201		
Tarragona	89	181	14	Tarragona	442

Indicador	C.2.1. Accessibilitat turística
------------------	--

Accessibilitat als municipis d'estudi per terra (2011)				
Municipi	Infraestructures viàries		Transport públic	
	Accés directe	Altres vies properes importants	Tren	Autobús
Litoral				
Calella	C-32, N-II		RENFE	BarcelonaBus
Sitges	C-32, C-31, C-211, C-246a		RENFE	Monbus
C. d'Empúries	C-68	AP-7		Sarfa
L'Escala	GI-623, GIV-6322	AP-7, C-31		Sarfa
Lloret de Mar	C-63, GI-682	AP-7, A-2, C-32		Sarfa, Pujol, Teisa, Mas
Roses	C-68, GI-610	AP-7		Sarfa, Vinyoles
T. de Montgrí	C-31, GI-641	AP-7		Sarfa, Ampsa
Alcanar	N-340, N-238	AP-7		Hispano de Fuente
El Vendrell	C-51, C-31, N-340, AP-7, C-32		RENFE	Poch, autocars del Penedès, Mon-bus, Hife
Salou	C-31-B, AP-7		RENFE	Hife, Alsa, Alsina Graells, Plana, Hispano igualadina, Vibasa, Eurolines, Linebus, Starbus
L'Ampolla	AP-7, N-340		RENFE	Hife
Muntanya				
Alp	N-152, C-162, E-9	C-16	RENFE	Alsina Graells
Camprodon	C-38	C-26, C-17		Teisa
Llívia	D30, D33, N-154	C-16		Alsina Graells
Naut Aran	C-28			Alsina Graells
La Vall de Boí	LV-5000	C-13		
Rural/interior				
Mediona	BV-2136	A-2, C-15		Hispano Llacunense, Hispano Igualadina
Piera	BV-2242, BV-2243, B-224, B-231	A-2, AP-7, C-15	FGC	Hispano Igualadina
Urbà				
Girona	AP-7, C-65, C-66, N-141		RENFE	Alsa, Moventis, Teisa, Sarfa, Ampsa, Sagalés,
Tarragona	AP-7, A-2, C-31B, N-340		RENFE	Hife, Alsa, Eurolines

Valoració i comentaris sobre els resultats

Els aeroports són la via d'accés turístic internacional per excel·lència, de manera que la distància a aquests determina els fluxos potencials de turistes estrangers que pot rebre una destinació. Tot i que Catalunya té 4 aeroports (Barcelona, Girona, Reus i Lleida), no s'ha tingut en compte el de Lleida ja que en la data de consulta no tenia vols operatius. En línees generals els municipis de litoral estan millor connectats amb els aeroports, tan perquè aquests es situen propers a la costa com per la disponibilitat d'unes millors infraestructures de comunicació. Pel que fa a les ciutats, es pot dir que tan Girona com Tarragona tenen el seu propi aeroport, doncs l'anomenat aeroport de Girona es situa al municipi de Vilobí d'Onyar a tan sols 16 km de Girona i l'aeroport de Reus a 14 km de Tarragona. Tot i que Mediona i Piera es situen a l'interior de Catalunya, estan en una posició intermèdia entre els tres aeroports. Els municipis de muntanya, en canvi, són els que realment estan més inaccessibles per aire (sense considerar l'aeroport de Lleida que no està operatiu). A més, cal tenir en compte que les distàncies als aeroports traduïdes en temps de desplaçament poden ser diferents en funció de la qualitat de les infraestructures

Indicador	C.2.1. Accessibilitat turística
	<p>viàries, cosa que és un handicap en l'àmbit dels Pirineus a on els accidents orogràfics condicionen molt més la xarxa viària.</p> <p>D'altra banda, entre els tres aeroports considerats el de Barcelona és el que té més trànsit i, per tant, el que és més significatiu des del punt de vista turístic. Per aquest motiu, la proximitat a aquest darrer garanteix potencialment una major accessibilitat a la destinació. Els municipis que comptarien amb avantatges en aquest sentit són Sitges, Piera i El Vendrell, que es troben a una distància aproximada de 50 km de l'aeroport. A la mateixa distància però respecte l'aeroport de Girona destaquen Calella, L'Escala, Lloret de Mar, Torroella de Montgrí i Girona. En aquest cas l'aeroport actua com a via d'entrada directe a les destinacions de la marca turística Costa Brava. L'aeroport de Reus, en canvi, actua com a porta de la Costa Daurada sent El Vendrell, Salou i Tarragona els municipis més propers.</p> <p>La xarxa viària i les seves característiques condicionen l'accessibilitat en última instància a una destinació, i són especialment determinants en quant als fluxos turístics interns o de proximitat. S'han inventariat les infraestructures viàries que donen accés als municipis d'estudi, de manera que el nivell de la via permet identificar-ne de manera indirecta les seves qualitats. Així, els casos d'estudi als que s'hi accedeix a través d'autopistes tenen una millor, o més fàcil, accessibilitat turística que aquells amb carreteres secundàries. En aquest sentit, Tarragona i Girona tenen una bona connexió viària, tal i com correspon a les capitals de província. D'altra banda, en general els municipis de litoral també tenen una bona accessibilitat gràcies a l'autopista AP-7 que recorre la costa catalana de nord a sud i a més disposa d'una densa xarxa viària que s'interconnecta. Mediona i Piera, tot i que es situen en el interior de Catalunya, estan propers a les autopistes A-2 i AP-7 i a l'àrea d'influència de Barcelona i la seva densa xarxa de comunicacions. Les infraestructures viàries als Pirineus, en canvi, són més deficitàries i de menor rang, per la qual cosa es pot considerar que els casos d'estudi de muntanya tenen una accessibilitat turística més limitada que la resta d'entorns.</p> <p>Pel que fa al transport públic, tots els municipis d'estudi menys La Vall de Boí en disposen, ja sigui en autobús o tren. Aquells casos que tenen tren a priori es poden considerar més accessibles ja que aquest transport és més regular i amb una major capacitat de viatgers. També cal considerar la diversitat de companyies d'autobús que ofereixen el servei en un mateix municipi, doncs quan més opcions hi hagi millor comunicat estarà. Tenint en compte aquestes dues premisses es pot concloure que Salou, El Vendrell, Girona i Tarragona són els municipis més accessibles en transport públic.</p> <p>Finalment els ports esportius i turístics són una altra via d'accés de turistes, tot i que minoritària si ho comparem amb el transport aeri o rodat. Dins d'aquesta categoria s'han inclòs els ports nàutics, principalment associats a un perfil de turista de llarga durada i recurrent, i els ports de passatgers, és a dir aquells que reben creuers. Des del punt de vista de l'accessibilitat aquesta segona categoria de port és més important, doncs és una via d'entrada més gran de turistes. Dels municipis d'estudi de litoral, només Roses, L'Escala i Torroella de Montgrí-L'Estartit van rebre creuers durant l'any 2010 amb un total aproximat de 70.000 passatgers. El 60% d'aquests turistes van desembarcar a L'Estartit (dades de Ports de la Generalitat de Catalunya, 2010). Pel que fa als ports esportius, la Marina d'Empúriabrava (Castelló d'Empúries) és el que acumula més amarradors (5.000), essent una de les més importants infraestructures portuàries d'aquesta naturalesa al món. Seguidament els municipis de Roses, L'Escala, Sitges i Torroella de Montgrí disposen d'aproximadament d'uns 1.000 amarradors cada un, mentre que la resta no superen els 500. Calella és l'únic municipi d'estudi de litoral que no presenta aquest tipus d'infraestructura.</p>

Indicador	C.2.2. Equipaments i serveis bàsics
------------------	--

Càlcul

- Núm. de serveis i equipaments del municipi
- Disponibilitat de serveis o equipaments per cada 1.000 habitants (censats i de PTP)

Font de les dades
 Servei Català de la Salut, IDESCAT, Dept. d'Ensenyament i Dept. de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Calella, Ajuntament de Mediona, Ajuntament de Girona, Ajuntament Llívia, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Torroella de Montgrí i l'Estartit, Ajuntament de Tarragona, Ajuntament de El Vendrell, Ajuntament de Salou, Ajuntament de l'Ampolla.

Interès de l'indicador
 Identifica les diferències d'accés a serveis bàsics i equipaments en els municipis d'estudi i valora la competència que es pot generar entre turistes i residents.

Tendència desitjada
 És desitjable que cada municipi tingui un mínim de serveis bàsics i que es tingui en compte la població estacional alhora de projectar-los.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Equipaments i serveis bàsics en els municipis d'estudi							
Municipi	Centres d'ensenyament (2011) ¹	Hospitals, c. mèdics i clíniques (2011)	CAPs (2011) ²	Centres de dia (2010)	Biblioteques (2008)	Equip. culturals (2011) ³	Equip. esportius (2010) ⁴
Litoral							
Calella	10	1	1	3	1	4	189
Sitges	12	0	1	1	3	7	330
C. d'Empúries	6	0	1	1	1	4	130
L'Escala	5	0	1	2	1	4	105
Lloret de Mar	12	1	3	3	1	4	295
Roses	10	2	1	1	1	3	197
T. de Montgrí	10	0	2	1	2	4	233
Alcanar	6	0	1	1	1	3	45
El Vendrell	24	2	1	2	3	7	196
Salou	14	4	1	1	1	3	298
L'Ampolla	2	0	1	1	0	0	24
Muntanya							
Alp	2	0	0	0	0	0	163
Camprodon	3	0	1	1	1	2	63
Llívia	1	0	1	0	0	2	36
Naut Aran	5	0	0	0	1	3	132
La Vall de Boí	2	0	0	0	0	1	86
Rural/int.							
Mediona	4	0	1	1	1	0	12
Piera	10	0	1	5	1	0	77
Urbà							
Girona	81	5	6	5	21	24	425
Tarragona	85	4	8	4	111	26	464

¹ Centres públics i privats de qualsevol ensenyament
² No inclou dispensaris o consultoris locals
³ Arxius, Museus, Teatres
⁴ Poliesportius, pavellons, piscines, pistes de tennis, d'esquai, pàdel, atletisme, petanca, frontons, etc.
⁵ Es considera la PTP calculada a l'indicador A.1.1.

Indicador	C.2.2. Equipaments i serveis bàsics
-----------	-------------------------------------

Disponibilitat d'equipaments i serveis bàsics en els municipis d'estudi per cada 1.000 hab. censats.

Municipi	Centres d'ensenyament (2011) ¹	Hospitals, c. mèdics i clíniques (2011)	CAPs (2011) ²	Centres de dia (2010)	Biblioteques (2008)	Equip. culturals (2011) ³	Equip. esportius (2010) ⁴
Litoral							
Calella	0,53	0,05	0,05	0,16	0,05	0,21	10,11
Sitges	0,42		0,03	0,03	0,10	0,24	11,53
C. d'Empúries	0,50		0,08	0,08	0,08	0,34	10,94
L'Escala	0,47		0,09	0,19	0,09	0,38	9,95
Lloret de Mar	0,30	0,02	0,07	0,07	0,02	0,10	7,32
Roses	0,51	0,10	0,05	0,05	0,05	0,15	9,98
T. de Montgrí	0,88		0,18	0,09	0,18	0,35	20,47
Alcanar	0,57		0,09	0,09	0,09	0,28	4,24
El Vendrell	0,66	0,05	0,03	0,05	0,08	0,19	5,38
Salou	0,53	0,15	0,04	0,04	0,04	0,11	11,38
L'Ampolla	0,57		0,28	0,28			6,80
Muntanya							
Alp	1,15						93,52
Camprodon	1,22		0,41	0,41	0,41	0,82	25,71
Llívia	0,60		0,60			1,20	21,62
Naut Aran	2,84				0,57	1,70	75,00
La Vall de Boí	1,86					0,93	79,93
Rural/int.							
Mediona	1,70		0,43	0,43	0,43		5,11
Piera	0,67		0,07	0,34	0,07		5,18
Urbà							
Girona	0,84	0,05	0,06	0,05	0,22	0,25	4,39
Tarragona	0,63	0,03	0,06	0,03	0,83	0,19	3,46

Disponibilitat d'equipaments i serveis bàsics en els municipis d'estudi per cada 1000 hab. de PTP ⁵

Municipi	Centres d'ensenyament (2011) ¹	Hospitals, c. mèdics i clíniques (2011)	CAPs (2011) ²	C. de dia (2010)	Biblioteques (2008)	Equip. culturals (2011) ³	Equip. esportius (2010) ⁴	Variació respecte la població censada (%) ⁵
Litoral								
Calella	0,31	0,03	0,03	0,09	0,03	0,13	5,91	-41,58
Sitges	0,36		0,03	0,03	0,09	0,21	9,85	-14,63
C. d'Empúries	0,33		0,06	0,06	0,06	0,22	7,19	-34,29
L'Escala	0,34		0,07	0,14	0,07	0,28	7,24	-27,19
Lloret de Mar	0,18	0,01	0,04	0,04	0,01	0,06	4,39	-40,02
Roses	0,37	0,07	0,04	0,04	0,04	0,11	7,38	-26,03
T. de Montgrí	0,49		0,10	0,05	0,10	0,19	11,30	-44,78
Alcanar	0,52		0,09	0,09	0,09	0,26	3,91	-7,98
El Vendrell	0,58	0,05	0,02	0,05	0,07	0,17	4,77	-11,37
Salou	0,24	0,07	0,02	0,02	0,02	0,05	5,04	-55,72
L'Ampolla	0,46		0,23	0,23			5,51	-19,04
Muntanya								
Alp	0,94						76,79	-17,88
Camprodon	0,88		0,29	0,29	0,29	0,59	18,58	-27,73
Llívia	0,58		0,58			1,16	20,93	-3,22
Naut Aran	1,46				0,29	0,88	38,56	-48,59
La Vall de Boí	0,94					0,47	40,59	-49,22
Rural/int.								
Mediona	1,70		0,43	0,43	0,43		5,10	-0,16
Piera	0,67		0,07	0,34	0,07		5,17	-0,12
Urbà								
Girona	0,82	0,05	0,06	0,05	0,21	0,24	4,32	-1,72
Tarragona	0,60	0,03	0,06	0,03	0,79	0,18	3,29	-4,94

Valoració i comentaris sobre els resultats

La dotació pública d'equipaments i serveis bàsics es realitza en funció del pes i la distribució territorial de població censada. Això pot provocar problemes d'accés i competència en les destinacions turístiques que en determinades èpoques de l'any veuen incrementada substancialment la seva població. L'ús que els turistes fan d'aquestes instal·lacions no és assimilable a l'ús quotidià d'un resident, però sí que pot generar disfuncions o alteracions puntuals que afectin al benestar general de la població local. La massificació turística tindrà un impacte diferent segons el tipus d'equipament que es consideri, doncs els hospitals o els equipaments culturals seran molt més freqüentats per turistes que no pas els centres d'ensenyament o els centres de dia. Tanmateix, s'ha considerat pertinent incloure en l'indicador tots els equipaments i serveis bàsics donat que la població turística mantinguda al llarg de l'any pot ser assimilada com una població de fet i, per tant, també són usuaris potencials (turisme educatiu, turisme salut, etc.).

També cal considerar que s'han inventariat aquelles infraestructures incloses dins els límits municipals dels casos d'estudi, de manera que pot haver àmbits que no tinguin determinats serveis bàsics en el seu territori però que en canvi es situïn propers a nuclis importants que minimitzin les potencials deficiències.

Els equipaments i serveis bàsics en els municipis d'estudi són més abundants en els entorns de litoral i ciutats, cosa que està relacionat amb el pes demogràfic d'aquests àmbits. Destaquen especialment els equipaments esportius, si bé s'ha de puntualitzar que la categoria aglutina un ampli ventall d'infraestructures (poliesportius, pavellons, piscines, pistes de tennis, d'esquaix, pàdel, atletisme, petanca, frontons, etc). Seguidament, els centres públics i privats de qualsevol ensenyament són els que més abunden. Els centres hospitalaris, centres mèdics i clíniques són els serveis menys comuns i només presents en les ciutats i en alguns municipis de litoral. El criteri de distribució territorial d'aquestes infraestructures és més restrictiu en considerar una àrea d'influència molt més gran.

Girona i Tarragona en termes absoluts són els municipis millor equipats, ja que han de donar serveis a una població molt més gran que la resta de municipis i complir amb les funcions pròpies d'una capital de província. Tanmateix, quan s'expressen els resultats en valors relatius a la població censada la disponibilitat de serveis per habitant és menor que en d'altres municipis amb menys equipaments.

Pel que fa al litoral, la distribució de les infraestructures de serveis és similar entre tots els casos d'estudi, i només L'Ampolla registra valors significativament menors a la resta de municipis. La naturalesa urbana de molts d'aquest nuclis determina dinàmiques similars a l'entorn urbà, és a dir, municipis en general ben equipats però que en relació a la població local tenen menor accessibilitat que d'altres àmbits més deficitaris.

En general els municipis de muntanya i d'interior són els pitjor equipats tot i que, com que disposen d'una població petita, l'accés relatiu dels residents als equipaments és elevat. Aquestes proporcions són especialment destacades pel que fa als centres d'ensenyament de Naut Aran, La Vall de Boí i Pera, i també en els CAPs de Camprodon, Llivia i Mediona. A més en la muntanya s'identifica una clara especialització esportiva en els municipis més lligats al turisme de neu (Alp, Naut Aran i La Vall de Boí), a on la relació oscil·la entre 75 i 93 equipaments esportius per cada 1.000 habitants censats.

Finalment, val la pena considerar la disponibilitat dels serveis i equipaments en relació a la PTP per valorar la competència que es pot establir entre els residents i els turistes. Sumar la població estacional a la població censada suposa en qualsevol cas una disminució en la proporció relativa d'accés als serveis i equipaments. Tanmateix, el percentatge de variació és molt diferent en funció de la massificació turística dels municipis. Els casos en què considerar la PTP suposa un decreixement d'entre el 40-55% són Salou, La Vall de Boí, Naut Aran, Torroella de Montgrí, Calella i Lloret de Mar, tot ells àmbits ostensiblement turistificats. D'altra banda, aquells que es veuen menys afectats (entre el 0,1-2%) són, per un costat, Mediona i Pera com a municipis amb un turisme molt incipient, i per l'altre Girona a on la seva població estacional queda diluïda en una considerable població resident.

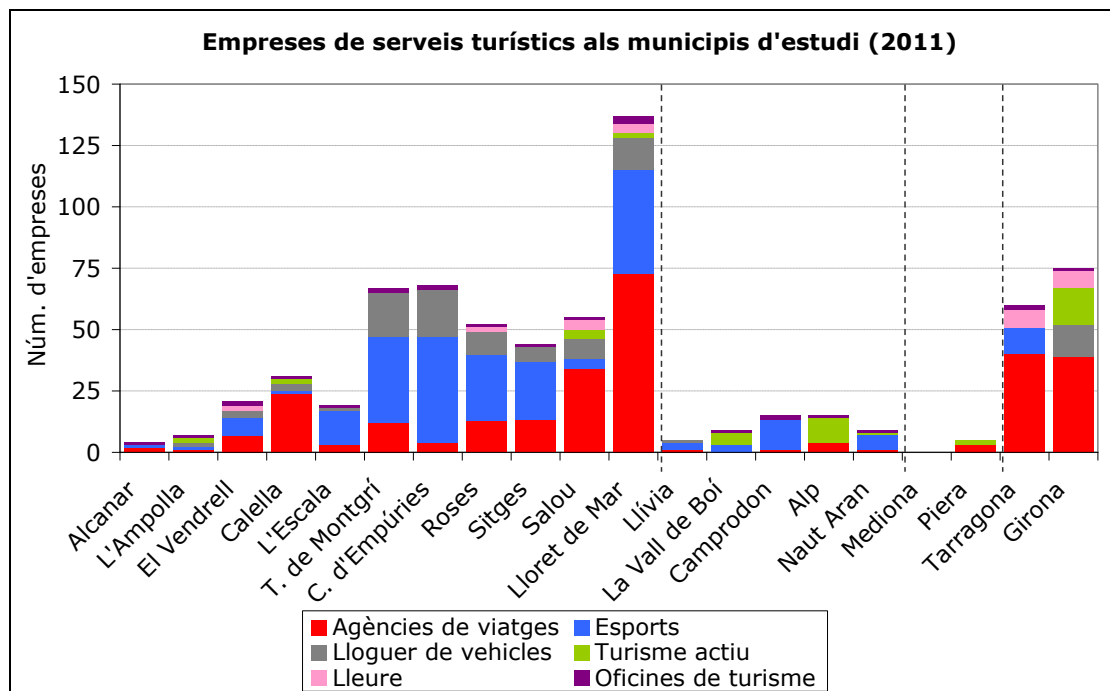
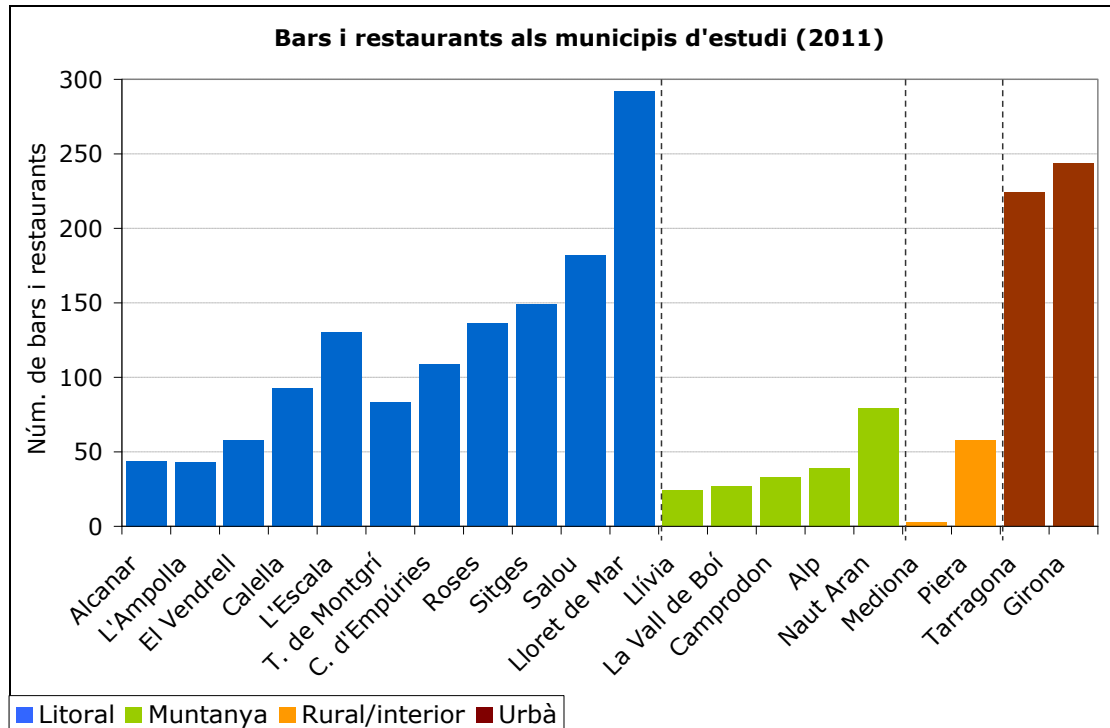
Indicador	C.2.3. Volum de comerç i oci								
Càlcul									
- Inventari de les empreses relacionades amb l'oci i la comercialització turística									
- Empreses relacionades amb l'oci i la comercialització turística per turista (empreses/PTE)									
Font de les dades									
OTC, Ajuntament Castelló d'Empúries, Ajuntament d'Alcanar, Ajuntament d'Alp, Ajuntament de Camprodon, Ajuntament de El Vendrell, Ajuntament de Girona, Ajuntament de L'Ampolla, Ajuntament de Llívia, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Mediona, Ajuntament de Naut Aran, Ajuntament de Piera, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Salou, Ajuntament de Sitges, Ajuntament de Tarragona, Associació Turística de Calella, Centre d'Iniciatives i Turisme del Vendrell, Consell Comarcal de l'Anoia, Conselh Generau d'Aran, Consorci de promoció turística Costa del Maresme, OT d'Alcanar, OT de Castelló d'Empúries, OT de L'Escala, OT de Sitges, OT Estartit, OT l'Ampolla, OT Lloret de Mar, OT Salou, Patronat de la Vall de Boí, Manomunitat de la Vall de Camprodon, i Patronat Comarcal de Turisme de la Cerdanya.									
Interès de l'indicador									
Permet valorar la contribució del turisme al teixit empresarial.									
Tendència desitjada									
Es desitjable que el turisme contribueixi a enfortir l'estructura empresarial de la destinació, però de manera equilibrada amb d'altres sectors de manera que s'eviti una dependència excessiva de l'activitat.									
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts									
Empreses relacionades amb l'oci i la comercialització turística als municipis d'estudi (2011)									
Municipi	Bars i res- taurants	Agències de viatges	Oficines de turisme	Empreses de turisme actiu	Empreses lloguer de vehicles ¹	Empreses d'esports ²	Empreses de lleure ³	Total	Empreses /turista ⁴
Litoral									
Alcanar	44	2	1			1		48	0,05
L'Ampolla	43	1	1	2	2	1		50	0,06
El Vendrell	58	7	2		3	7	2	79	0,02
Calella	93	24	1	2	3	1		124	0,01
L'Escala	130	3	1		1	14		149	0,04
T. de Montgrí	83	12	2		18	35		150	0,02
C. d'Empúries	109	4	2		19	43		177	0,03
Roses	136	13	1		9	27	2	188	0,03
Sitges	149	13	1		6	24		193	0,04
Salou	182	34	1	4	8	4	4	237	0,01
Lloret de Mar	292	73	3	2	13	42	4	429	0,02
Muntanya									
Llívia	24	1			1	3		29	0,52
La Vall de Boí	27		1	5		3		36	0,03
Camprodon	33	1	2			12		48	0,05
Alp	39	4	1	10				54	0,14
Naut Aran	79	1	1	1		6		88	0,05
Rural/inter.									
Mediona	3							3	0,80
Piera	58	3		2				63	3,59
Urbà									
Tarragona	224	40	2			11	7	284	0,04
Girona	244	39	1	15	13		7	319	0,19

¹ Inclou empreses de lloguer de bicicletes, quads, cotxes, motocicletes, embarcacions, segway, etc.

² Inclou empreses d'esquí, bowling, BTT, fútbol, tir al plat, squash, tennis, aviació, golf, hípica, karting, paracaigudisme, pesca, activitats aquàtiques (vela, kitesurf, submarinisme, etc.).

³ Inclou empreses de serveis culturals, casinos, parcs recreatius, etc.

⁴ Volum de turistes aproximat a la PTE calculada en indicador A.1.1.



Valoració i comentaris sobre els resultats

Les empreses que s'han considerat en aquest indicador són aquelles que estan més directament relacionades amb l'activitat turística, ja sigui amb els serveis complementaris o productes. La informació recopilada identifica les destinacions de Lloret de Mar, Girona, Tarragona i Salou com les que en total acumulen més empreses relacionades amb el sector. Aquest fet té a veure amb el nivell d'especialització i diversificació turística dels àmbits. Així, en conjunt, les ciutats i els municipis de litoral són els que tenen un major teixit empresarial lligat al turisme, mentre que la muntanya i l'interior té una estructura més feble. Tot i això, dintre de cada entorn s'identifiquen diferències significatives entre municipis, essent les destinacions més desenvolupades turísticament les que més empreses de serveis i oci turístic acumulen. En l'entorn de muntanya, per exemple, Naut Aran i Alp són els que en tenen més, mentre que al litoral destaquen especialment Lloret de Mar, Salou, Sitges, Roses i Castelló d'Empúries.

Els bars i restaurants ofereixen un servei que va més enllà del propi turisme, per la qual cosa és l'oferta més estesa i abundant. Tanmateix, són empreses que tendeixen a acumular-se en àmbits turístics, a on són un servei bàsic pel turista, i en els municipis més poblats en els que el pes demogràfic determina un major mercat. Així, els casos d'estudi més turistificats (Lloret de Mar i Salou) i les ciutats són els en que tenen més. Les agències de viatge segueixen una lògica de distribució similar, i són la segona categoria d'empreses turístiques més comuns.

Pel que fa a les OTs, s'han convertit en un equipament essencial en qualsevol àmbit turístic. La majoria dels municipis en tenen i acostumen a estar molt ben senyalitzades i a ubicar-se en llocs cèntrics. Les OT actuen com a centres d'informació turística però també genèrica, i produeixen dades estadístiques de les consultes i els turistes que les visiten que posteriorment serveixen per a gestionar eficientment l'activitat. Així doncs, la seva funció turística és notòria tot i que el seu funcionament s'allunyi una mica de l'òptica empresarial. La majoria dels municipis d'estudi disposen de com a mínim 1 OT, excepte Mediona, Piera i Llívia que són casos amb una menor planificació i gestió turística.

La resta d'empreses relacionades amb l'oci i la comercialització turística presenten una distribució territorial diversa. Les empreses de turisme actiu es concentren principalment a Girona, Alp i La Vall de Boí, a on la configuració territorial els ha conferit un entorn natural valuós i unes qualitats físiques adients per als esports d'aventura. Les empreses de lloguer de vehicles estan majoritàriament al litoral i destaquen especialment a Castelló d'Empúries, Torroella de Montgrí i Lloret de Mar, a on el transport públic és bastant limitat. Les empreses que ofereixen activitats esportives són força abundants, especialment al litoral català a on el recurs del mar permet diverses modalitats esportives exclusives. A la muntanya, en canvi, els esports estan més relacionats amb la neu i les activitats en la natura. D'altra banda, les empreses de lleure són minoritàries tot i que això no vol dir que siguin menys importants, doncs en aquesta categoria s'inclouen equipaments turístics tant importants com Port Aventura a Salou. En aquest cas Girona i Tarragona són els casos que més en tenen, sobretot lligades a serveis culturals.

Si es té en compte el total d'empreses en relació a la població turística s'identifica una certa homogeneïtat en les proporcions entre els municipis de litoral (entre 0,01-0,06), mentre que hi ha més diferències en la resta d'entorns. Destaca especialment el valor de Piera que es situa al voltant de les 3-4 empreses turístiques per turista. Això es deu a què té un volum de restaurants important tot i tenir pocs turistes, cosa que també passa a una menor escala a Llívia o Mediona.

D. Indicadors d'impacte

Indicador	D.2.1. Despesa turística		
Càlcul			
- Despesa total (DT) realitzada pels turistes DT = Total de turistes * Estada mitjana * Despesa mitjana per dia			
El total de turistes (TT) per municipi es calcula amb l'aproximació proposada per García Pascual (2004), assumint que el volum de turistes rebut segons tipologia d'allotjament per marca turística es distribueix proporcionalment en les places dels municipis. Així, es té en compte el número de places segons tipologia i el seu pes relatiu en la marca turística. $TT = [(Ph/Phm)*Thm] + [(Pc/Pcm)*Tcm] + [(Pr/Prm)*Trm]$ Ph = Places hoteleres Phm= Places hoteleres a la marca turística Thm = Número de turistes allotjats en hotels de la marca turística Pc = Places de càmping Pcm= Places de càmping a la marca turística Tcm = Número de turistes allotjats en càmpings de la marca turística Pr = Places d'establiments de turisme rural Prm= Places d'establiments de turisme rural a la marca turística Trm = Número de turistes allotjats en establiments de turisme rural de la marca turística			
- Despesa per habitant (euros/hab.)			
Font de les dades IDESCAT, OTC, García Pascual (2004) i Duro -dir.- (2011).			
Interès de l'indicador Quantifica la riquesa directa que genera el turisme en l'àmbit d'estudi.			
Tendència desitjada L'activitat turística ha de contribuir positivament a l'economia de l'àmbit, per la qual cosa és desitjable que la despesa turística sigui elevada i estigui ben distribuïda.			
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts			
Despesa turística total en els municipis d'estudi (2010)			
Municipi	Total Turistes	Despesa Total (milions d'euros) ¹	Despesa per càpita (euros/hab)
Litoral			
L'Ampolla	25.043,36	10,88	3.073,96
Alcanar	25.934,61	11,82	1.121,31
L'Escala	84.757,05	49,67	4.782,35
El Vendrell	134.019,77	61,25	1.698,10
Castelló d'Empúries	139.332,61	79,49	6.504,85
Sitges	229.451,33	86,61	3.079,03
Roses	294.316,76	108,97	5.336,76
Torroella de Montgrí	196.000,81	116,80	10.136,82
Calella	493.015,12	183,47	9.851,01
Lloret de Mar	1.248.222,87	440,72	11.074,97
Salou	1.233.867,48	519,61	19.233,53
Muntanya			
Llívia	4.436,33	0,89	555,64
Alp	34.280,74	6,95	4.007,70
Camprodon	28.638,07	7,64	3.081,78
La Vall de Boí	71.317,35	15,85	14.733,86
Naut Aran	94.368,10	28,76	16.632,05
Rural/interior			
Piera	0,00	0,00	0,00
Mediona	0,00	0,00	0,00
Urbà			
Girona	81.947,97	28,06	291,55
Tarragona	170.510,39	83,02	592,25

Indicador	D.2.1. Despesa turística
------------------	---------------------------------

¹ Càlcul a partir de l'estada mitjana per allotjament segons marca turística i la despesa mitjana per turista i dia de 100,7 euros (Duro -dir.- , 2011).

Valoració i comentaris sobre els resultats

La despesa turística total en els municipis d'estudi està directament relacionada amb el volum de turistes que reben i els dies d'estada que realitzen; de manera que aquells més massificats (Salou i Lloret de Mar) són també els que més diners guanyen. Com a aproximació per al càlcul d'aquest indicador s'ha considerat una despesa mitjana per turista i dia uniforme per a tota Catalunya (100,7 euros segons Duro -dir.-, 2011), però cal tenir en compte que la despesa pot variar molt en funció del perfil del turista. Així aquestes destinacions massificades, que en termes absoluts són les que treuen més benefici econòmic de l'activitat, en realitat acostumen a estar associades a un turisme de baix poder adquisitiu o "low cost". L'amplia oferta d'allotjament turístic de que disposen i les estratègies de revitalització i desestacionalització de la demanda però, els han premès mantenir un volum de visitants considerable, motiu pel qual l'activitat turística els hi continua reportant uns guanys substancials.

El litoral català concentra la major part dels fluxos turístics, per la qual cosa els municipis d'estudi d'aquest àmbit són els que reben més turistes i, per tant, els que tenen més despesa turística. Comparativament només Alcanar i l'Ampolla, municipis de les Terres de l'Ebre a on el desenvolupament turístic encara és incipient, es situen en nivells de beneficis econòmics inferiors.

Pel que fa a la muntanya, destaquen Naut Aran i La Vall de Boí que són alhora els municipis que acumulen més infraestructura d'allotjament comercialitzable, mentre que els altres municipis presenten una despesa marcadament inferior. Val a dir, que l'indicador només considera els turistes allotjats en hotels, càmpings i establiments de turisme rural, de manera que els municipis que basen la seva afluència turística en la segona residència no veuen representat adientment el benefici econòmic que els hi aporta l'activitat. Precisament aquesta distorsió queda palesa en el cas de Piera i Mediona, doncs no se'ls hi atribueixen fluxos turístics tot i que compten amb un important parc d'habitatge secundari. Tanmateix, com a aproximació no es molt esbiaixada considerant que la despesa directa que genera la segona residència en el territori és relativament baixa, a causa d'una ocupació mitjana d'uns 30 dies/any i una despesa en general substancialment menor.

En l'àmbit urbà destaca la ciutat de Tarragona, amb una despesa que gairebé triplica la de Girona, i que es situa en valors similars a municipis de litoral com Sitges o Castelló d'Empúries. En aquest cas l'important patrimoni històric, però també les dinàmiques turístiques pròpies d'un àmbit de litoral, conflueixen per atreure importants fluxos de visitants.

La despesa turística per habitant permet relativitzar les dades en els diferents àmbits d'estudi i identifica unes tendències similars a les ja exposades. Els municipis que més riquesa acumulen són Salou, Naut Aran i La Vall de Boí, amb més de 14.000 euros per resident. D'altra banda, són les ciutats de Tarragona i Girona i el municipi de Llívia els que menys despesa per càpita registren (menys de 500 euros/hab.).

Indicador	D.2.2. Població ocupada en el sector turístic
------------------	--

Càlcul

- Població ocupada en el sector d'hostaleria i restauració (%)

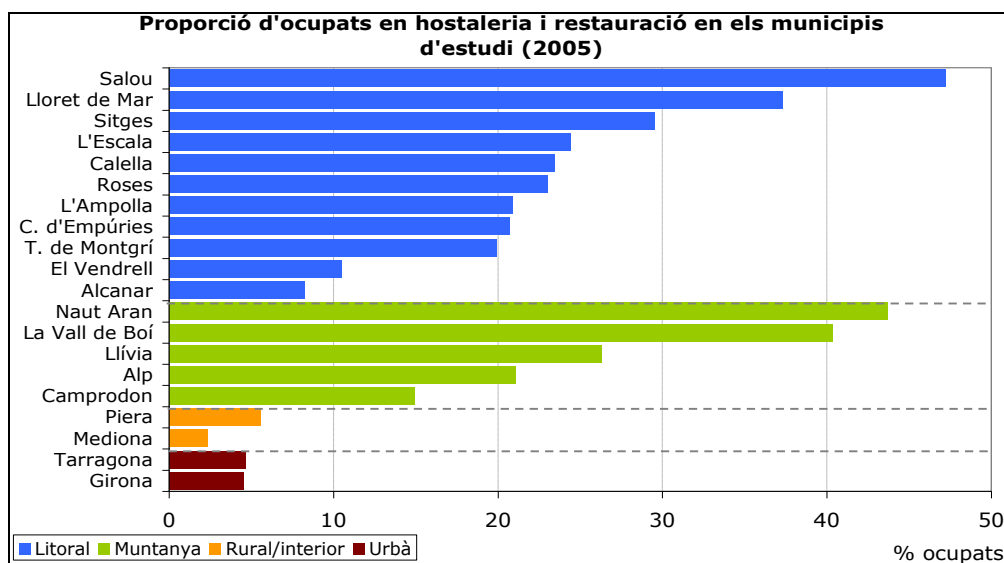
Font de les dades
 IDESCAT, i López Palomeque -dir.- (2009).

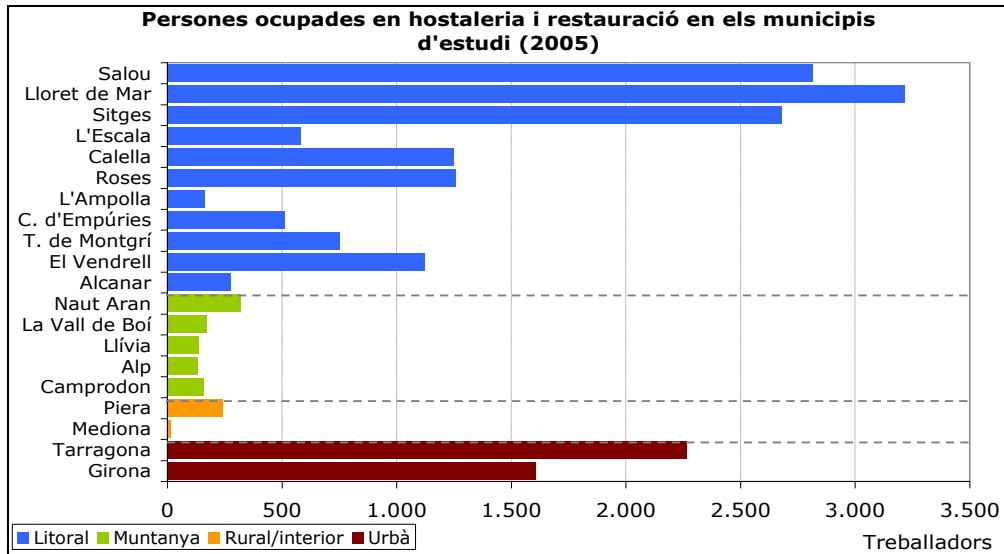
Interès de l'indicador
 La relació entre la població activa local i l'ocupada en el sector turístic, representat per la branca d'hostaleria i restauració, indica el pes que té el turisme en el mercat de treball.

Tendència desitjada
 La generació d'ocupació és un dels impactes positius més notables de l'activitat turística. Per això és desitjable que en generi el màxim possible, però evitant la monopolització del mercat de treball i la dependència econòmica del turisme.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Ocupats en hostaleria i restauració en els municipis d'estudi (2005)		
Municipi	% ocupats	Persones ocupades
Litoral		
Alcanar	8,24	278
El Vendrell	10,52	1.124
Torroella de Montgrí	19,89	754
Castelló d'Empúries	20,72	513
L'Ampolla	20,92	162
Roses	23,02	1.257
Calella	23,47	1.251
L'Escala	24,39	582
Sitges	29,51	2.679
Lloret de Mar	37,27	3.218
Salou	47,23	2.817
Muntanya		
Camprodon	14,92	158
Alp	21,09	132
Llívia	26,28	138
La Vall de Boí	40,33	174
Naut Aran	43,71	319
Rural/interior		
Mediona	2,34	16
Piera	5,57	241
Urbà		
Girona	4,52	1.605
Tarragona	4,63	2.268





Valoració i comentaris sobre els resultats

Els municipis d'estudi d'entorn urbà i rural són els que presenten percentatges més baixos en quant a població ocupada directament en el sector turístic (aproximat com a hostaleria i restauració). En el cas de les ciutats, aquest comportament té a veure amb la naturalesa diversificada de les seves activitats econòmiques. Mentre que en el cas de Mediona i Piera, la manca total d'infraestructura d'allotjament turístic comercialitzable (hotels, càmpings i establiments de turisme rural) i la minsa oferta de bars i restaurants condicionen aquest fet. La resta de municipis en línees generals tenen percentatges elevats d'ocupació en turisme, i només Alcanar presenta una ocupació menor del 10%.

Els municipis que presenten les proporcions d'ocupació en hostaleria i restauració més elevats (per sobre del 30%) són Salou, Lloret de Mar, Naut Aran i La Vall de Boí. En el cas de Salou i Lloret de Mar, com s'ha comentat anteriorment, són dues destinacions destacades a Catalunya que acumulen la major part de l'allotjament turístic conjuntament amb la ciutat de Barcelona, per la qual cosa no és estrany que tinguin bona part de la seva població activa treballant en el sector turístic. Naut Aran i La Vall de Boí, en canvi, tenen un pes significatiu en la muntanya catalana, essent dos pols d'atracció principalment gràcies al turisme de neu i el patrimoni romànic.

El turisme s'ha erigit com una activitat de dinamització econòmica i demogràfica en els àmbits de muntanya en general, generant nous llocs de treball i permetent el rejuveniment i fixació de la població. Així, en la majoria dels casos d'estudi de muntanya la proporció d'ocupats en turisme supera el 20%. En el cas del litoral l'ocupació en el sector també assolix percentatges elevats en la majoria dels casos, però la seva raó té a veure amb la tradició turística del sol i platja, i la seva consolidació i posterior diversificació que ha permès desenvolupar una àmplia infraestructura d'allotjament i restauració.

Si es realitza l'anàlisi de la població ocupada en el sector turístic en valors absoluts els resultats són substancialment diferents. Cal tenir en compte que els percentatges permeten la valoració comparativa del pes del turisme en el mercat laboral i en certa manera la dependència econòmica que s'hi estableix en els municipis turístics, però amaga les magnituds reals que això suposa. El total de treballadors en el sector turístic dependrà del total de població activa ocupada del municipi, de manera que aquells municipis que tinguin un major pes demogràfic tindran potencialment més ocupats en hostaleria i restauració. D'aquesta manera Girona i Tarragona, tot i que en valors relatius tenen poca població ocupada en el turisme, en valors absoluts presenten un volum de treballadors del sector considerable. Els municipis de muntanya i d'interior són els que presenten menys persones ocupades en turisme. Mentre que els de litoral mostren situacions diverses, destacant clarament Lloret de Mar, Salou i Sitges com a municipis a on el turisme domina el mercat laboral.

Finalment cal considerar que les dades analitzades, tot i que són de l'any més recent disponible en les fonts consultades, poden haver variat en l'actual situació de crisi. Tanmateix, segurament les dinàmiques identificades es mantindrien en magnituds menors.

Indicador	D.2.3. Taxa d'atur en el sector turístic
------------------	---

Càlcul

- Atur registrat corresponent al sector de l'hostaleria (%)

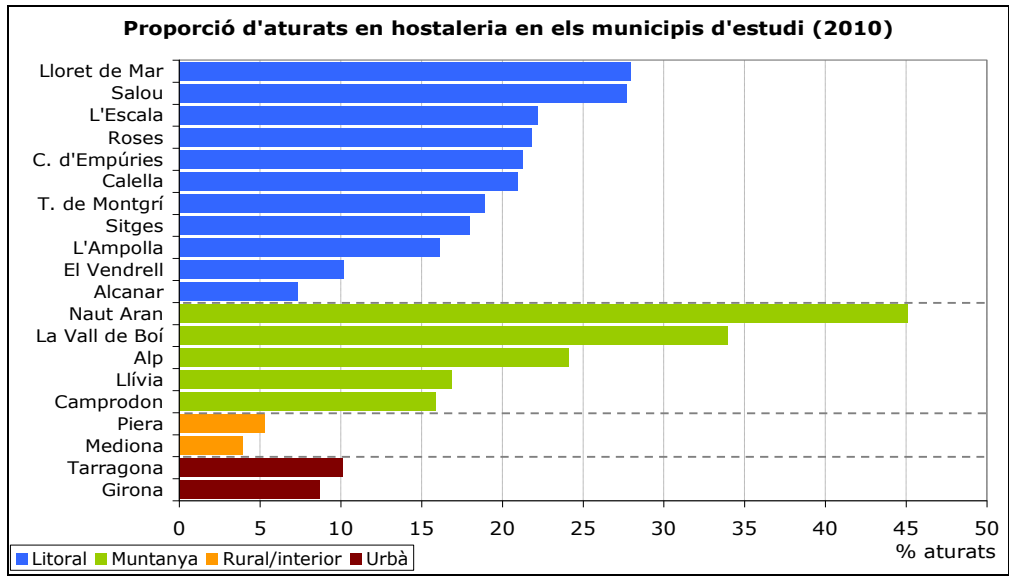
Font de les dades
IDESCAT.

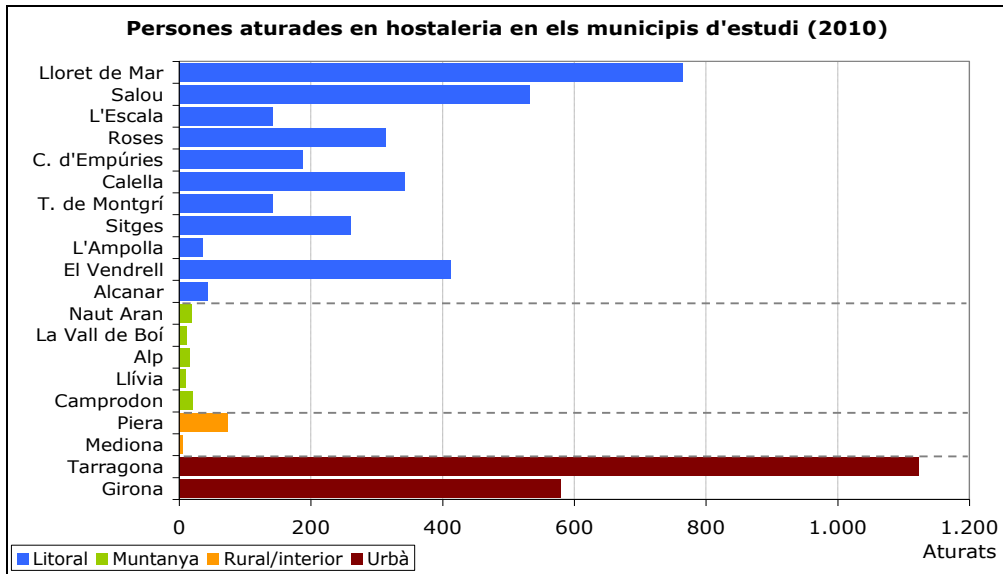
Interès de l'indicador
L'atur indica la dinàmica econòmica del municipi, i en posar-ho en relació a l'hostaleria permet deduir la influència del turisme en el mercat laboral local.

Tendència desitjada
És desitjable que l'atur sigui el mínim possible.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Aturats en hostaleria en els municipis d'estudi (2010)		
Municipi	% aturats	Persones aturades
Litoral		
Alcanar	7,35	44
El Vendrell	10,18	412
L'Ampolla	16,12	35
Sitges	17,98	260
Torroella de Montgrí	18,89	142
Calella	20,95	343
Castelló d'Empúries	21,29	188
Roses	21,84	313
L'Escala	22,18	142
Salou	27,68	532
Lloret de Mar	27,95	765
Muntanya		
Camprodon	15,87	20
Llívia	16,84	10
Alp	24,09	15
La Vall de Boí	33,94	11
Naut Aran	45,09	19
Rural/interior		
Mediona	3,94	6
Piera	5,28	74
Urbà		
Girona	8,70	580
Tarragona	10,13	1.122





Valoració i comentaris sobre els resultats

Els casos d'estudi lligats més clarament a models de desenvolupament turístic tradicional, caracteritzats per la massificació i l'estacionalitat marcada, són els que acumulen més aturats en l'hostaleria. Els municipis de litoral es situen al voltant del 20% d'atur, destacant especialment Salou i Lloret de Mar amb un 27%. Aquests dos municipis, juntament amb Barcelona, acumulen la major part de la infraestructura d'allotjament turístic de Catalunya, per la qual cosa és d'esperar que també tinguin els valors més alts d'ocupats i aturats en el sector de l'hostaleria. Pel que fa als municipis de muntanya tots estan per sobre del 15% d'atur, i Naut Aran i La Vall de Boí es perfilen com els més dependents laboralment del turisme amb un 45% i un 34% respectivament.

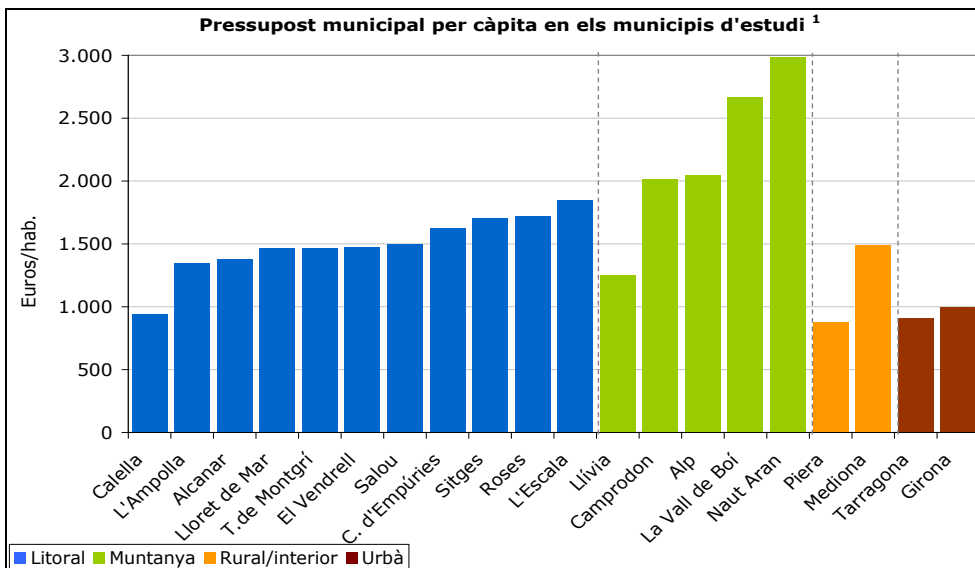
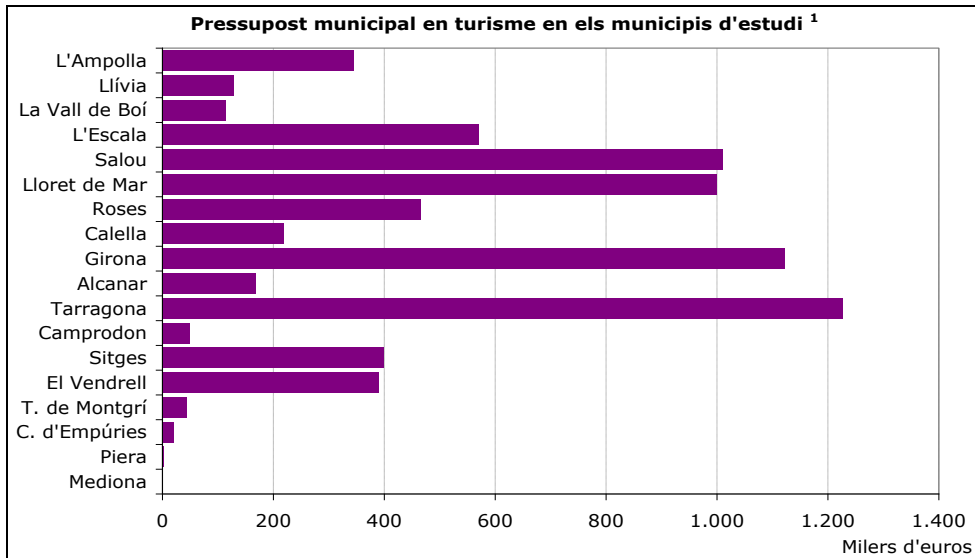
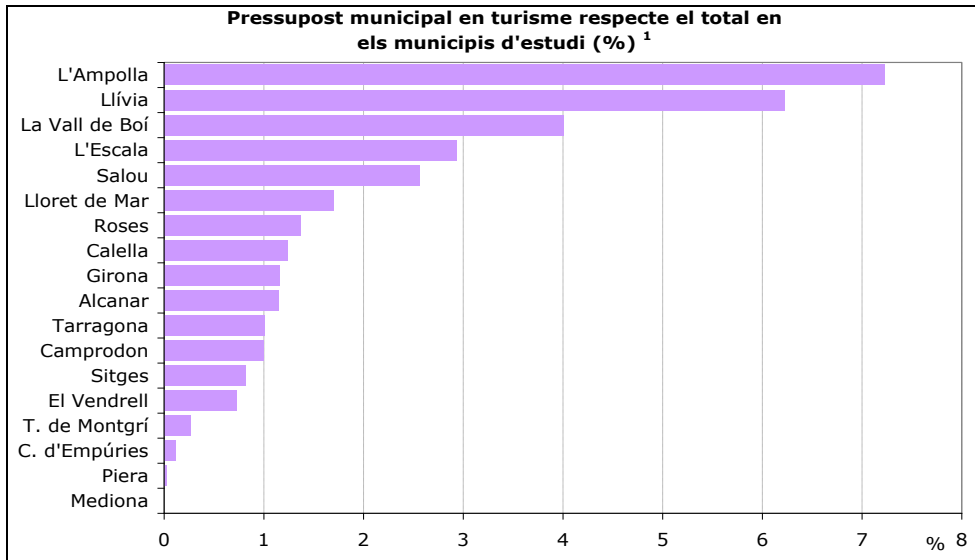
Els municipis rurals són els que mostren valors percentuals menors d'atur, cosa que té a veure amb una activitat turística poc desenvolupada i una infraestructura associada que limita la capacitat del sector turístic per a generar ocupació (i consegüentment atur). Les ciutats de Tarragona i Girona també presenten percentatges baixos, però el motiu és la diversificació econòmica que reparteix l'atur entre més sectors.

Els valors absoluts d'aturats mostren una realitat substancialment diferent als valors percentuals analitzats, doncs aquells municipis amb més habitants són els que també tenen més població activa i, per tant, són susceptibles de tenir més aturats. Aquest fet es constata en el cas de les ciutats de Tarragona i Girona que, tot i que la proporció d'aturats en el sector era petita, en volum total és molt superior a la majoria. Mediona i Piera continuen presentant valors baixos i desvinculats d'una infraestructura turística pròpia, i Lloret de Mar i Salou posicionant-se com a municipis destacats i dependents econòmicament del turisme. La resta de municipis de costa acumulen un total d'aturats que varia en funció del seu pes demogràfic.

Les diferències més acusades entre les proporcions d'aturats i els volums totals es troben en els municipis de muntanya doncs, tot i que acumulen uns percentatges d'atur que van del 16 al 45%, tots ells es situen al voltant de només 10-20 persones aturades. Per tant, encara que aquest entorn sigui el que presenta més atur relatiu, l'impacte real és molt menor que en els àmbits urbà o litoral.

E. Indicadors de resposta

Indicador	E.2.1. Inversió pública en matèria turística			
Càlcul				
- Diners destinats a turisme respecte el total del pressupost municipal (%)				
- Pressupost municipal per càpita (euros/hab.)				
Font de les dades				
IDESCAT, MUNICAT-Municipis i comarques de Catalunya, Ajuntament de Calella, Ajuntament de Mediona, Ajuntament de Piera, Agència de promoció del turisme de Sitges, Ajuntament de Sitges, OT d'Empuriabrava, Ajuntament de l'Escala, Ajuntament de Girona, Ajuntament de Llívia, Ajuntament de Lloret de Mar, Ajuntament de Roses, Ajuntament Torroella de Montgí i l'Estartit, Ajuntament de Naut Aran, Ajuntament de La Vall de Boí, OT d'Alcanar, Ajuntament de Tarragona, Ajuntament de El Vendrell, Ajuntament de Salou, Ajuntament de l'Ampolla.				
Interès de l'indicador				
Identifica la inversió que realitza l'administració municipal en matèria de turisme, i valora de manera indirecta la importància que li dona al sector i la voluntat de desenvolupar-lo.				
Tendència desitjada				
És desitjable que hi hagi una partida pressupostaria suficient per a potenciar i promocionar el turisme en el municipi, però sense que això vagi en detriment d'altres inversions bàsiques per a la millora de la qualitat de vida de les persones i la protecció de l'entorn.				
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts				
Pressupost municipal en els municipis d'estudi (diversos anys ¹)				
Municipi	Total (milers €)	En turisme (milers €)	% en turisme	Per càpita (€/habitant)
Litoral				
C. d'Empúries	19.281,62	21,50	0,11	1.622,35
T. de Montgrí	16.711,78	45,00	0,27	1.467,88
Alcanar	14.648,60	167,81	1,15	1.381,81
Calella	17.676,50	218,38	1,24	945,57
L'Ampolla	4.765,26	344,40	7,23	1.350,31
El Vendrell	53.810,83	389,75	0,72	1.476,17
Sitges	48.700,00	400,00	0,82	1.701,79
Roses	34.025,00	465,55	1,37	1.724,44
L'Escala	19.495,01	571,00	2,93	1.847,17
Lloret de Mar	58.988,12	1.000,00	1,70	1.464,38
Salou	39.350,37	1.010,00	2,57	1.502,32
Muntanya				
Camprodon	4.933,00	49,00	0,99	2.013,47
La Vall de Boí	2.872,91	115,21	4,01	2.669,99
Llívia	2.082,44	129,70	6,23	1.250,71
Alp	3.569,10	sd	sd	2.047,68
Naut Aran	5.250,00	sd	sd	2.982,95
Rural/int.				
Mediona	3.497,16	0,00	0,00	1.490,06
Piera	13.000,00	3,00	0,02	874,42
Urbà				
Girona	96.695,00	1.123,08	1,16	999,72
Tarragona	121.595,68	1.226,49	1,01	906,86
sd: sense dades				
¹ Dades de període entre 2012-2010.				



Valoració i comentaris sobre els resultats

El pressupost municipal total dels casos d'estudi és molt diferent, i es situa en una forquilla d'entre els 121 milions d'euros de Tarragona i 2 milions de Llívia. En línees generals els municipis de litoral i els urbans són els que més diners inverteixen en turisme. Les inversions més destacables són les de Tarragona i Girona, seguides de Salou i Lloret de Mar, amb unes partides al voltant del milió d'euros. Mediona i Piera, en canvi, són els casos que menys recursos destinen al desenvolupament del sector.

Les inversions en turisme es tradueixen en l'enfortiment i promoció de l'activitat, de manera que els municipis dependents del turisme hi destinen quantitats importants així com els que tenen una voluntat ferma de créixer turísticament. En canvi, aquells àmbits que no perceben el turisme com una activitat econòmica clau en limiten els recursos.

La majoria dels casos d'estudi es situen entre el 0% i 4% d'inversió en turisme respecte el total del pressupost municipal. L'Ampolla i Llívia són els casos que inverteixen un percentatge superior, 7% i 6% respectivament, mentre que Mediona i Piera els que menys. Es tracten doncs de proporcions relativament baixes, tot i que cal tenir en compte que poden haver altres partides pressupostàries més grans que també incideixin en l'activitat de manera més o menys directa, com per exemple les infraestructures de transports o la cultura.

L'anàlisi del pressupost municipal per càpita permet observar que els municipis de muntanya són els que més riquesa acumulen. Destaquen especialment Naut Aran i La Vall de Boí que superen els 2.500 euros/hab. En canvi Tarragona i Girona, que són els municipis amb un major pressupost municipal total gràcies al seu pes demogràfic i a la seva capitalitat, són dels que menys diners tenen per habitant, juntament amb Calella i Piera.

5.2.3. Indicadors de sostenibilitat ambiental

L'entorn és un aspecte clau en el turisme en tant que és el substrat en el que es desenvolupa l'activitat i s'assenta la infraestructura turística, i alhora la font de recursos i el receptor dels residus i emissions. És a dir, el territori en relació al turisme compleix una funció dual: objecte de consum i factor de producció (Donaire, 2005). És, per tant, imprescindible preservar el medi ambient per a garantir la viabilitat de l'activitat turística a llarg termini. Els indicadors que tot seguit es presenten (vegeu Taula 44) quantifiquen el consum de recursos, la generació de residus i emissions i valoraren la conscienciació ambiental dels agents que participen en el sector.

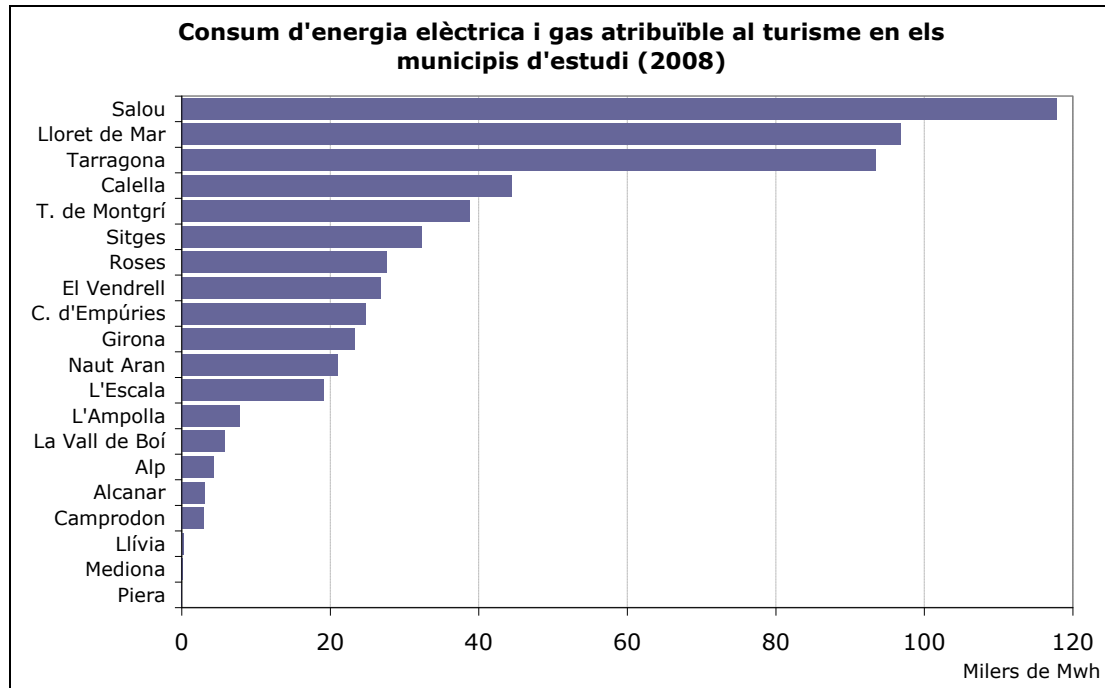
Taula 44. Indicadors de sostenibilitat ambiental.

3. Dimensió ambiental				
A. Indicadors de causa de la pressió	B. Indicadors de pressió	C. Indicadors d'estat	D. Indicadors d'impacte	E. Indicadors de resposta
A.3.1. Consum d'energia A.3.2. Consum d'aigua A.3.3. Generació de residus	B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans	C.3.1. Distribució dels usos del sòl	D.3.1. Factor d'antropització turística	E.3.1. Recollida selectiva de residus E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística

Font: Elaboració pròpia.

A. Indicadors de causa de la pressió

Indicador	A.3.1. Consum d'energia			
Càlcul				
- Energia consumida per habitant i dia (Kwh/hab/dia) (població censada i PTP)				
- Consum d'energia atribuïble al turisme (CTe) CTe = (Mwh consumits anualment/PTP)*PTE				
Font de les dades ICAEN.				
Interès de l'indicador Estableix una aproximació al grau de pressió que l'activitat turística exerceix sobre els fluxos d'energia.				
Tendència desitjada El consum energètic no pot créixer indefinidament. S'ha d'invertir en mecanismes d'estalvi i eficiència energètica, incrementar el pes de les renovables i reorientar el model energètic actual cap a un consum més responsable.				
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts				
Consum d'energia elèctrica i gas als municipis d'estudi (2008)				
Municipi	Consum anual (Mwh) ¹	Consum Kwh/hab./dia	Consum Kwh/ PTP/dia ²	Consum atribuïble a turisme (Mhw) ²
Litoral				
Alcanar	38.995,83	10,17	9,27	3.112,15
Roses	105.864,78	14,90	10,87	27.561,54
Calella	106.812,00	15,72	9,15	44.410,20
C. d'Empúries	72.287,71	17,00	10,95	24.784,69
Lloret de Mar	241.975,24	17,57	9,87	96.833,85
El Vendrell	235.990,87	18,51	15,72	26.825,73
L'Escala	70.180,66	19,56	13,26	19.085,38
T. de Montgrí	86.565,25	20,73	11,50	38.765,96
Sitges	221.043,50	22,37	18,07	32.328,04
Salou	211.519,35	22,50	9,80	117.848,17
L'Ampolla	41.064,95	38,18	25,81	7.817,16
Muntanya				
Camprodon	10.735,54	11,41	8,68	2.976,95
Llívia	6.967,79	12,58	11,10	224,05
La Vall de Boí	11.773,50	29,87	15,22	5.794,83
Alp	24.407,92	39,66	31,50	4.365,12
Naut Aran	43.192,24	68,36	34,57	20.987,48
Rural/int.				
Piera	55.092,48	10,76	10,14	64,97
Mediona	101.501,07	120,54	118,30	160,97
Urbà				
Tarragona	1.893.302,59	37,71	36,78	93.486,00
Girona	1.350.528,96	39,16	37,60	23.261,69
¹ Inclou consum elèctric de construcció i obres públiques, sector terciari i usos domèstic, i consum de gas comercial i domèstic (excepte El Vendrell, Girona, Piera i Mediona que tenen agregat comercial+industrial). ² PTE i PTP calculades en indicador A.1.1.				



Valoració i comentaris sobre els resultats

Per interpretar els resultats d'aquest indicador cal tenir en compte que la disponibilitat de dades ha introduït limitacions al seu càlcul: 1) Només s'han pogut considerar dues fonts energètiques: l'elèctrica i el gas; 2) I no ha estat possible desagregar el sector industrial en el consum energètic total de El Vendrell, Girona, Piera i Mediona, per la qual cosa mostren un consum sobredimensionat en relació a la resta de casos.

El consum anual d'energia està directament relacionat amb el pes demogràfic de l'àmbit considerat, de manera que les ciutats són els casos en què s'identifiquen els valors més elevats i els municipis amb menys residents, com per exemple Llívia, Camprodon, La Vall de Boí o Alp, els més baixos. En el cas dels municipis urbans a més, també s'hi sumen les dinàmiques urbanes i de capitalitat que fan augmentar encara més els requeriments energètics. Després de Tarragona i Girona, els municipis amb més consum són els de litoral més poblats i de marcat caràcter turístic: Lloret de Mar, Sitges i Salou.

El consum energètic per habitant i dia permet valorar l'eficiència energètica del municipi, i poder comparar en termes relatius els casos malgrat les diferències entre ells. Negligint el valor alterat de Mediona, Naut Aran és el municipi amb més consum energètic per resident i dia seguit per Alp, La Vall de Boí, Tarragona i Girona. A més s'observa un major consum en els municipis de muntanya lligats més directament al turisme de neu, possiblement en relació a les condicions climàtiques a l'hivern.

Considerar el consum energètic en relació a la PTP determina una millor aproximació al consum per càpita, donat que els municipis turístics tenen una important població flotant que també en consumeix. S'assumeix però que el consum del turista és igual al del resident, cosa que suposa infravalorar el valor real doncs el turista adopta pautes de consum més relaxades de vacances i, per tant, consumeix més. Aquells municipis amb una població estacional significativa redueixen el seu consum energètic per càpita i dia. Aquest és el cas de Salou i Lloret de Mar que, tot i tenir uns dels majors consums energètics en termes absoluts, són dels municipis més eficients en el consum per càpita juntament amb Calella, Alcanar i Camprodon. Els municipis lligats al turisme de neu (Naut Aran, Alp, La Vall de Boí) també redueixen el consum, però els requeriments energètics continuen sent importants per les temperatures d'hivern. En les ciutats com que la població estacional respecte la censada és petita, la variació no és significativa.

El consum energètic atribuïble a turisme identifica Salou, Lloret de Mar i Tarragona com els municipis amb més requeriments energètics. Aquesta variable té a veure amb els turistes que rep una destinació, doncs quan més en tinguin més es consumirà en conjunt.

Indicador	A.3.2. Consum d'aigua
------------------	------------------------------

Càlcul

- Aigua consumida per habitant i dia (l/hab/dia) (població censada i PTP)
- Consum d'aigua atribuïble al turisme (CTa)
 $CTa = (m^3 \text{ consumits anualment}/PTP)*PTE$

Font de les dades
ACA.

Interès de l'indicador
Quantifica el ritme d'explotació dels recursos hídrics d'un territori.

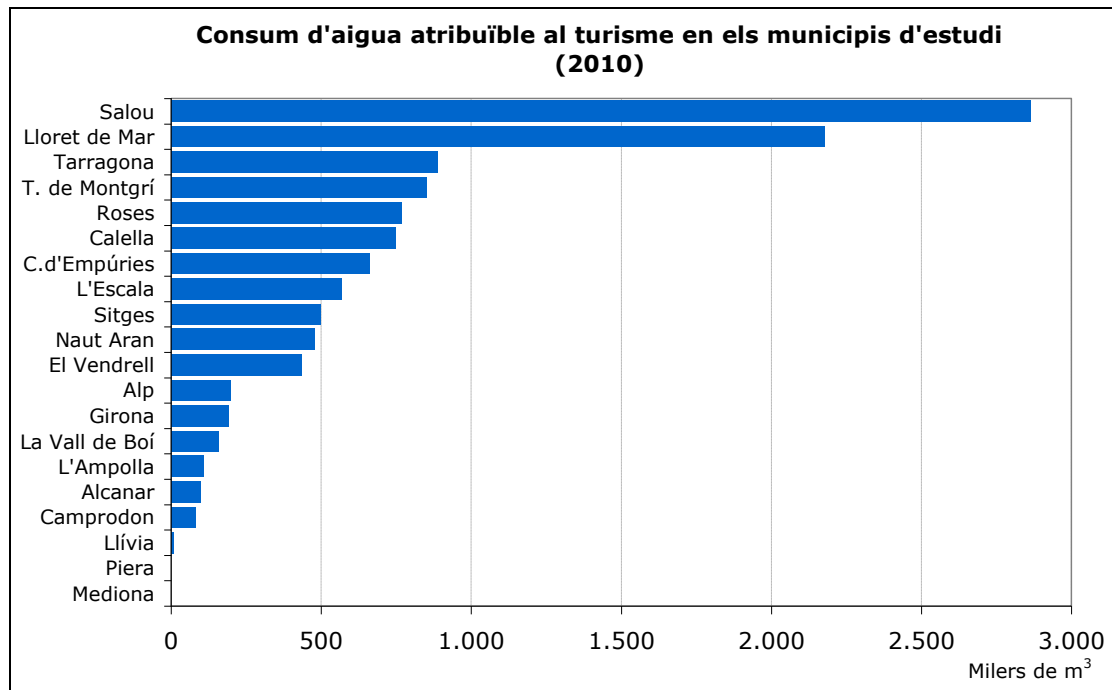
Tendència desitjada
L'aigua és un recurs escàs en els països mediterranis, per la qual cosa és desitjable que el consum sigui responsable i eficient.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Consum d'aigua als municipis d'estudi (2010)				
Municipi	Consum anual (m³)¹	Consum litres/hab./dia	Consum litres/PTP/dia²	Consum atribuïble a turisme (m³)²
Litoral				
Calella	1.797.009	264	154	747.159
El Vendrell	3.819.561	290	254	434.180
Alcanar	1.245.839	324	296	99.427
Sitges	3.402.079	331	278	497.561
Lloret de Mar	5.442.298	375	222	2.177.903
Roses	2.953.366	396	303	768.899
C. d'Empúries	1.928.468	432	292	661.198
L'Ampolla	573.856	444	361	109.240
T. de Montgrí	1.900.462	452	253	851.072
Salou	5.138.856	521	238	2.863.118
L'Escala	2.085.287	550	394	567.086
Muntanya				
Camprodon	290.123	321	234	80.451
Llívia	296.346	505	472	9.529
La Vall de Boí	319.566	814	413	157.288
Naut Aran	984.526	1.560	788	478.390
Alp	1.110.295	1.755	1.433	198.566
Rural/interior				
Piera	1.101.197	207	203	1.299
Mediona	309.292	359	360	491
Urbà				
Girona	11.103.974	316	309	191.256
Tarragona	17.946.998	351	349	886.173

¹ Volums d'aigua facturats per usos *Domèstics* (consums inherents o propis de l'activitat humana) i usos *Industrials i assimilables* (es consideren usos assimilables a industrials els corresponents a activitats econòmiques com hotels, càmpings, restauració, etc.). No s'han pogut desagregar els consums industrials segons activitat, de manera que els resultats de l'indicador poden estar sobreestimats, però en ser municipis turístics no s'esperen distorsions molt importants.

² PTE i PTP calculades en indicador A.1.1.



Valoració i comentaris sobre els resultats

El consum d'aigua total en els municipis d'estudi està relacionat amb el pes demogràfic, de manera que els que tenen més població són també els que tenen un consum més elevat. Així doncs, Tarragona i Girona són els casos amb un major volum d'aigua facturat, seguits pels municipis de litoral més densificats (Salou i Lloret de Mar). En general s'observen consums molt menors en els entorns de muntanya i d'interior, a on el padró també és inferior. Els municipis que consumeixen anualment menys aigua són Llívia i Camprodon. Tanmateix, si el consum s'expressa per càpita s'identifiquen realitats molt diferents.

El consum per habitant i dia permet comparar en termes relatius els casos d'estudi malgrat les diferències substancials de població i consum total que hi ha entre ells. Els municipis de muntanya són els que més consumeixen, especialment aquells que tenen en el seu territori estacions d'esquí (Alp, Naut Aran i La Vall de Boí). Contràriament, els municipis urbans es troben entre els que menys volum d'aigua per habitant requereixen.

D'altra banda, incorporar en aquest càlcul la població estacional (PTP) permet obtenir una aproximació més acurada al consum real per persona en els municipis d'estudi. Tot i que s'assumeix que el consum d'un turista i d'un resident és equivalent. Els nivells d'agregació estadística de les dades però, no permeten treballar amb consums d'aigua per càpita diferencials entre turistes i residents.

El consum considerant la PTP identifica novament els municipis de muntanya, i especialment els associats més directament amb el turisme de neu, com els més consumidors per càpita i dia. Les diferències incorporant aquesta nova variable són més notables en els municipis més turísticats, destacant La Vall de Boí, Naut Aran, Salou, Lloret de Mar, Calella i Torroella de Montgrí. En canvi les ciutats i municipis d'interior gairebé no varien en considerar la PTP; en el primer cas perquè l'elevat pes de la població censada dilueix la possible influència que podrien tenir els fluxos turístics en el consum del recurs, i en el segon perquè tenen una minsa població flotant. En conjunt però, tant si es considera la PTP com si no, els municipis de Calella i Piera són els que fan un ús més eficient del recurs.

El consum d'aigua atribuïble al turisme permet identificar la pressió que exerceix l'activitat en el recurs, de manera que aquells municipis que reben més turistes són els que més consumeixen. D'acord amb això, i en consonància amb l'hegemonia del turisme de sol i platja, els municipis de litoral són els que més exploten el recurs en relació al sector turístic, destacant especialment Salou i Lloret de Mar.

Indicador	A.3.3. Generació de residus
------------------	------------------------------------

Càlcul

- Residus generats per habitant i dia (Kg/hab/dia) (població censada i PTP)
- Residus atribuïbles al turisme (RT)
 $RT = (Tn \text{ generades anualment}/PTP) * PTE$
- Evolució dels residus municipals (2000-2010) i variacions (%)

Font de les dades
ARC.

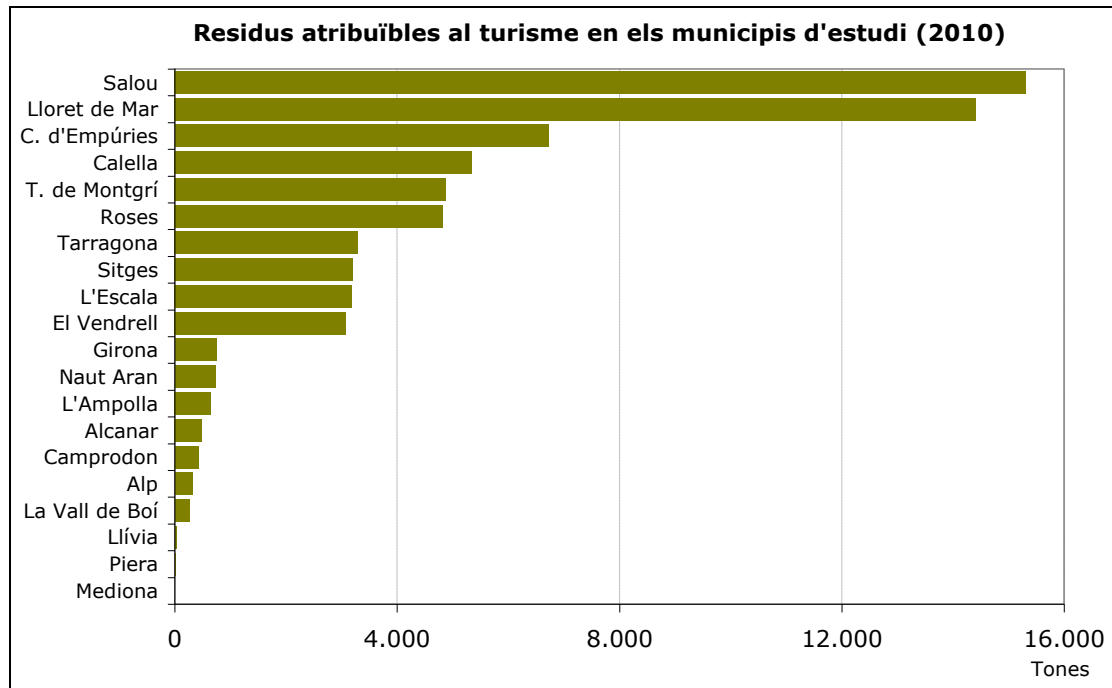
Interès de l'indicador
La producció de residus indica la manera de consumir recursos en un àmbit determinat.

Tendència desitjada
Quan més baixa sigui la producció de residus més eficient serà el consum dels recursos.

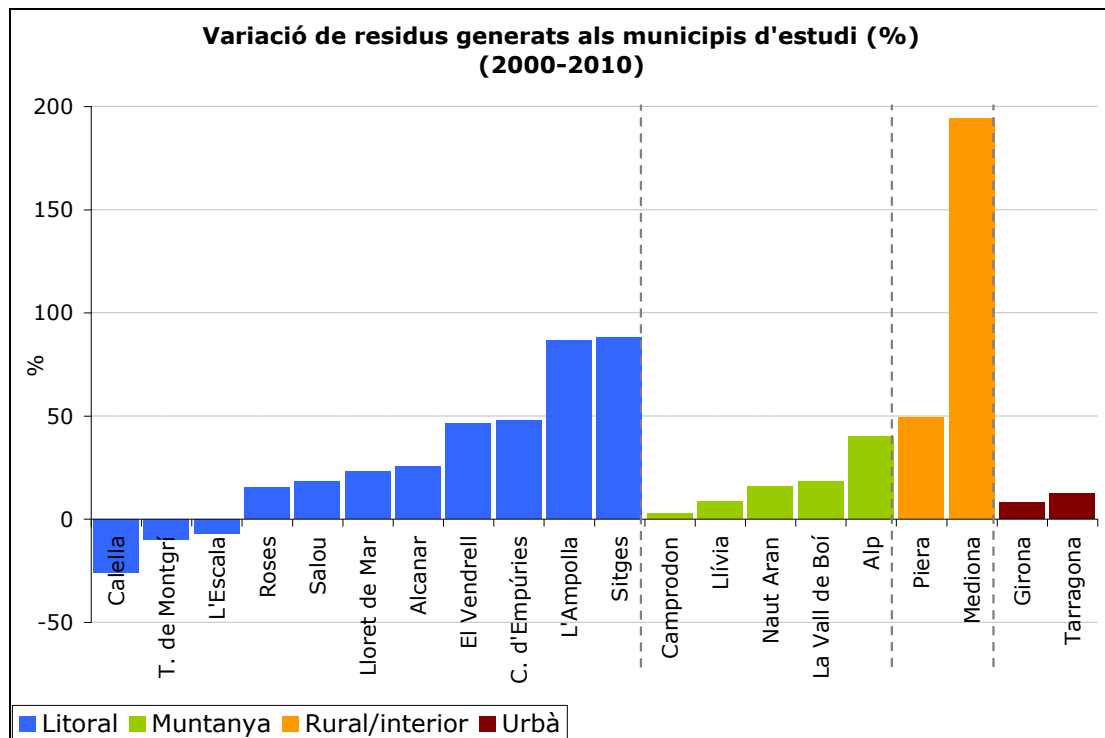
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts

Residus generats als municipis d'estudi (2010)				
Municipi	Residus anuals (Tn)	Residus Kg/hab./dia	Residus Kg/PTP/dia ¹	Residus atribuïbles a turisme (Tn) ¹
Litoral				
Alcanar	6.076,61	1,58	1,45	484,96
Calella	12.865,11	1,89	1,10	5.349,04
El Vendrell	27.138,64	2,06	1,81	3.084,92
Sitges	21.933,49	2,14	1,79	3.207,82
Lloret de Mar	36.023,84	2,48	1,47	14.416,05
Roses	18.540,24	2,49	1,90	4.826,89
T. de Montgrí	10.893,55	2,59	1,45	4.878,39
L'Ampolla	3.435,70	2,66	2,16	654,02
Salou	27.496,66	2,79	1,27	15.319,79
L'Escala	11.716,61	3,09	2,21	3.186,29
C. d'Empúries	19.605,04	4,40	2,97	6.721,82
Muntanya				
La Vall de Boí	544,01	1,39	0,70	267,76
Camprodon	1.549,94	1,71	1,25	429,80
Llívia	1.026,36	1,75	1,63	33,00
Naut Aran	1.510,61	2,39	1,21	734,02
Alp	1.806,02	2,86	2,33	322,99
Rural/interior				
Mediona	1.854,15	2,15	2,16	2,94
Piera	11.867,57	2,23	2,18	14,00
Urbà				
Girona	43.370,40	1,23	1,21	747,02
Tarragona	66.808,05	1,31	1,30	3.298,80

¹ PTE i PTP calculades en indicador A.1.1.

**Evolució dels residus generats (Tn) als municipis d'estudi (2000-2010)**

Municipi	2010	2008	2006	2004	2002	2000
Litoral						
L'Ampolla	3.435,70	3.083,52	2.397,05	2.297,90	1.915,34	1.839,56
Alcanar	6.076,61	6.199,46	5.088,50	5.300,99	5.055,75	4.837,39
T. de Montgrí	10.893,55	13.231,83	14.859,18	14.293,18	13.345,79	12.108,66
L'Escala	11.716,61	13.058,99	14.590,19	14.818,96	16.343,99	12.576,25
Calella	12.865,11	14.397,69	14.114,02	12.575,80	12.634,12	17.405,91
Roses	18.540,24	20.013,92	28.251,07	21.604,41	17.270,08	16.069,36
C. d'Empúries	19.605,04	18.243,80	19.135,18	13.363,30	13.519,18	13.265,66
Sitges	21.933,49	27.494,92	25.189,98	22.059,51	20.748,45	11.664,96
El Vendrell	27.138,64	28.522,60	24.812,65	23.091,52	20.061,01	18.561,27
Salou	27.496,66	29.961,46	28.594,83	29.082,24	25.408,54	23.286,36
Lloret de Mar	36.023,84	40.861,86	38.363,43	32.451,11	32.158,45	29.228,50
Muntanya						
La Vall de Boí	544,01	669,35	615,94	561,49	526,08	460,96
Llívia	1.026,36	1.032,71	1.063,20	951,68	941,98	947,70
Naut Aran	1.510,61	1.526,67	1.776,04	1.552,86	1.335,85	1.305,04
Camprodon	1.549,94	1.935,90	1.680,95	1.581,07	1.631,22	1.507,15
Alp	1.806,02	1.807,22	1.739,61	1.620,08	1.821,47	1.288,31
Rural/int.						
Mediona	1.854,15	1.613,53	1.495,58	1.519,69	842,16	629,79
Piera	11.867,57	11.574,11	12.298,51	10.057,01	9.383,33	7.962,88
Urbà						
Girona	43.370,40	45.400,46	49.334,99	47.408,67	52.742,30	40.186,39
Tarragona	66.808,05	72.085,26	73.858,45	66.971,23	66.735,91	59.543,95



Valoració i comentaris sobre els resultats

Com en el cas del consum d'energia i aigua, la generació total de residus en els municipis d'estudi està directament relacionada amb la població present. Així els municipis que tenen un major nombre d'habitants també són els que generen més residus. En aquest cas destaquen clarament les ciutats de Tarragona i Girona, seguides pels municipis de litoral de Lloret de Mar, Salou i El Vendrell. En general, i en consonància amb la distribució demogràfica del territori català, els municipis urbans i els de litoral són els que generen més residus; mentre que la muntanya i l'interior de Catalunya presenten valors substancialment menors.

Relativitzar les dades en volum de residus per habitant i dia permet comparar els municipis d'estudi independentment de la seva població, i valorar en certa manera la seva optimització de recursos materials. L'anàlisi de les dades identifica que, contràriament al que passa en valorar el volum total de residus, els municipis urbans són els que menys residus produeixen per càpita, mentre Castelló d'Empúries, L'Escala i Alp són els que més. Si s'afegeix la població estacional al càlcul, aquells àmbits que reben més turistes veuen la seva taxa de generació reduïda notablement. Així, Salou, Naut Aran i La Vall de Boí, per exemple, redueixen a la meitat el volum de residus per càpita, mentre que les ciutats i els municipis d'interior gairebé no experimenten cap canvi. Considerant la PTP, els casos que menys residus generen per càpita són La Vall de Boí i Calella, mentre que els generen més continuen sent Castelló d'Empúries, Alp i l'Escala.

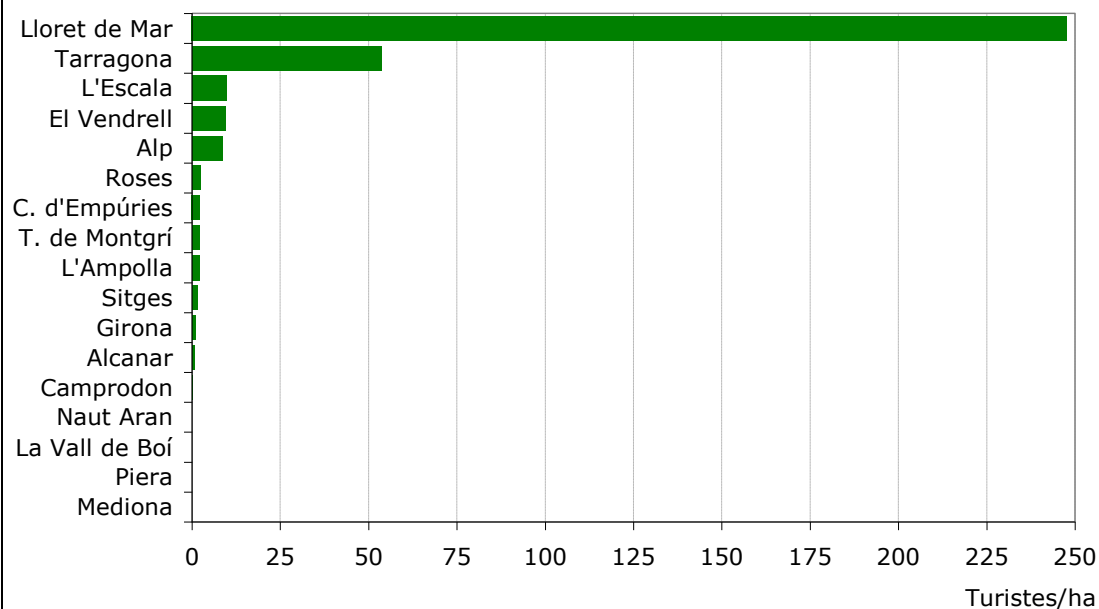
El càlcul de residus atribuïbles al turisme identifica Salou i Lloret de Mar com els casos amb un impacte negatiu més gran. Els intensos fluxos turístics que reben aquestes dues poblacions justifica aquest fet, així com que en general els municipis de litoral siguin els que tinguin un volum més gran de residus associats l'activitat turística. Per la mateixa raó, els municipis d'interior tenen una generació molt menor, en consonància amb una població estacional marcadament inferior.

Pel que fa a l'evolució de residus, la majoria dels casos han augmentat la generació progressivament amb un creixement d'entre el 10-50% pel període 2000-2010. Mediona ha estat el cas que ha experimentat un major augment, arribant a triplicar el volum en el mateix període. També L'Ampolla i Sitges han incrementat els seus residus gairebé duplicant-se. D'altra banda, els municipis de Calella, Torroella de Montgrí i L'Escala són els únics que han registrat lleus descensos, de manera que se'ls hi podria atribuir un esforç per aconseguir un ús més eficient dels recursos.

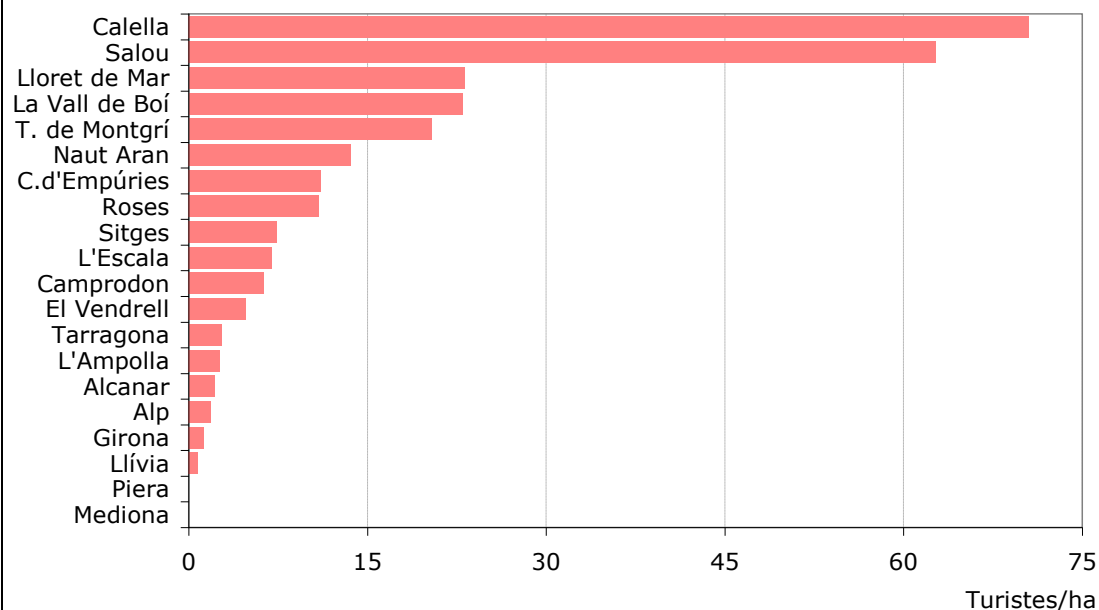
B. Indicadors de pressió

Indicador	B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans				
Càlcul					
- Turistes per hectàrea protegida per la figura del PEIN (turistes/ha)					
- Turistes per hectàrea de sòl urbà (turistes/ha)					
Font de les dades					
Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, i ICC.					
Interès de l'indicador					
Permet quantificar la pressió potencial a la que estan sotmesos els espais naturals i urbans dels municipis turístics.					
Tendència desitjada					
Quan més turistes hi ha per hectàrea més riscos d'hiperfreqüentació turística es donen i, per tant, més gran és la necessitat de protecció i control. Es desitjable que la pressió potencial humana no sigui molt elevada, especialment en els espais vulnerables.					
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts					
Pressió turística en els PEINs i espais urbans dels municipis d'estudi (2011)					
Municipi	Superfície municipal (ha)	% PEIN	% Sòl urbà ¹	Turistes ² /ha PEIN	Turistes ² /ha urbana
Litoral					
Calella	800	0,00	23,57	-	70,55
Salou	1.510	0,00	34,80	-	62,71
L'Escala	1.630	24,52	34,54	9,86	7,00
L'Ampolla	3.560	11,39	8,90	2,05	2,62
El Vendrell	3.680	13,45	26,42	9,45	4,81
C. d'Empúries	4.230	65,09	13,22	2,25	11,09
Sitges	4.380	71,52	15,14	1,56	7,39
Roses	4.590	63,48	13,82	2,38	10,95
Alcanar	4.710	26,36	9,00	0,74	2,17
Lloret de Mar	4.870	2,23	23,86	247,74	23,13
T. de Montgrí	6.590	68,14	6,87	2,06	20,40
Muntanya					
Llívia	1.290	0,00	5,55	-	0,77
Alp	4.430	0,99	4,54	8,64	1,89
Camprodon	10.340	56,32	1,44	0,16	6,32
La Vall de Boí	21.950	70,32	0,21	0,07	22,98
Naut Aran	25.580	58,26	0,48	0,11	13,61
Rural/interior					
Mediona	4.760	10,25	3,90	0,01	0,02
Piera	5.720	38,92	14,23	0,01	0,02
Urbà					
Girona	3.910	43,58	34,01	0,99	1,27
Tarragona	6.520	1,99	38,63	53,55	2,76
¹ Dades de Sòl Urbà (SU) en els Plans d'Ordenació Urbanística Municipal 2009. ² Volum de turistes aproximat a la PTE calculada en indicador A.1.1.					

Pressió turística en els espais PEIN dels municipis d'estudi (2011)



Pressió turística en espais urbans dels municipis d'estudi (2011)

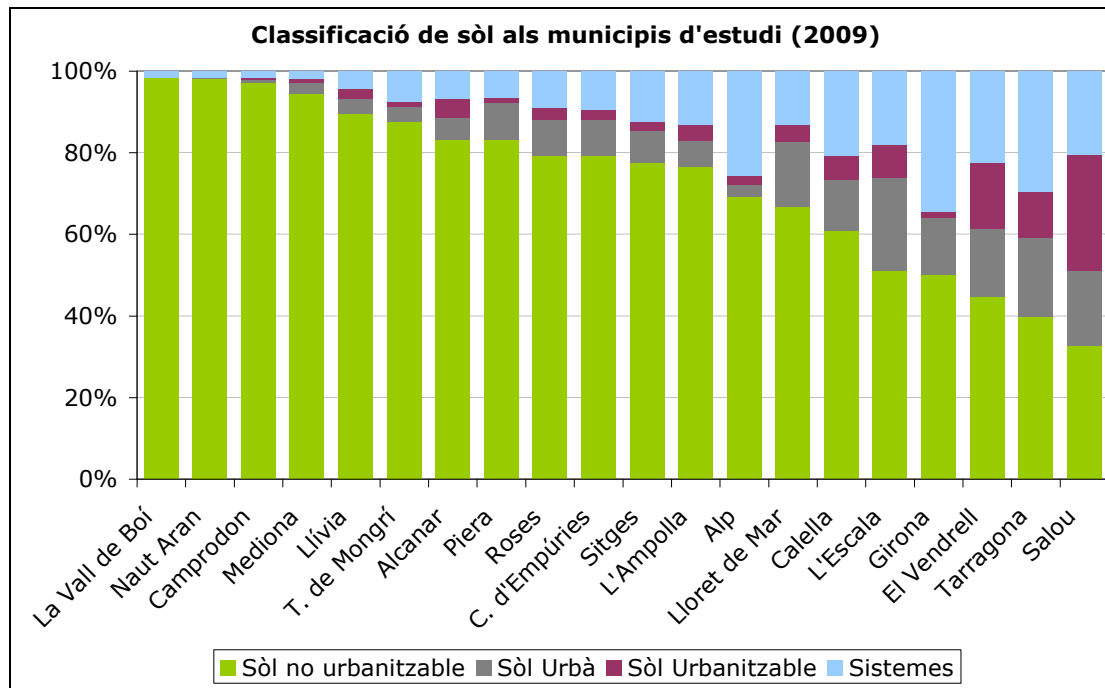
**Valoració i comentaris sobre els resultats**

Les proporcions de sòl urbà en els casos d'estudi identifiquen els municipis d'entorn urbà i litoral en general com els més urbanitzats, destacant especialment Tarragona, Girona, L'Escala i Salou que presenten més del 34% del seu territori construït. Pel que fa a les proporcions de PEIN, els municipis de muntanya de Camprodon, Naut Aran i La Vall de Boí, així com alguns municipis de litoral de la Costa Brava (Torroella de Montgrí, Roses i Castelló d'Empúries) són els que tenen més proporció de territori protegit (més d'un 55%). La relació entre aquests espais i els turistes que els visiten permet valorar la pressió potencial que s'hi estableix.

Indicador	B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans
	<p>Tanmateix, alhora de valorar l'indicador cal tenir en compte que els casos d'estudi presenten superfícies municipals molt dispars, destacant especialment Naut Aran i La Vall de Boí com els més grans (25.580 ha i 21.950 ha, respectivament), i Calella com el més petit (800 ha). Aquesta diferència de territori predisposarà a unes densitats de turistes més elevades en aquells municipis petits amb fluxos turístics intensos, cosa que també es traduirà en una major pressió en els municipis amb menys extensió de PEIN o sòl urbà.</p> <p>La pressió turística en els espais PEIN identifica el municipi de Lloret de Mar com el més turísticat amb uns 248 turistes per hectàrea. Aquest valor és el més elevat del conjunt de casos amb diferència, doncs el següent municipi més densificat turísticament és Tarragona amb 54 turistes/ha. La resta de casos presenten valors inferiors als 10 turistes/ha. Una puntualització que cal fer per a interpretar correctament els resultats és que alguns municipis no tenen espais naturals protegits amb la figura de PEIN, concretament Salou, Calella i Llívia. De manera que en aquests casos els resultats de l'indicador corresponent són 0 no perquè no hi hagi pressió en l'entorn natural immediat sinó perquè el càlcul s'aplica només en espais PEIN. A més, cal considerar que no tots els turistes visiten els parcs naturals, per la qual cosa l'indicador és una aproximació al "potencial de pressió" que pot exercir el sector turístic en aquests espais.</p> <p>Pel que fa a la pressió turística en espais urbans, els municipis de Calella i Salou són els més densificats amb entre 60-70 turistes per hectàrea de sòl urbà. Són els casos amb menor superfície municipal, però alhora amb una proporció de territori construït elevada i uns fluxos turístics inportants. Seguidament destaquen Lloret de Mar, La Vall de Boí i Torroella de Montgrí amb valors al voltant dels 20 turistes/ha. Entre aquests darrers casos cal tenir en compte que La Vall de Boí es situa en aquesta posició per tenir una superfície urbana petita, a diferència de Lloret de Mar i Torroella de Montgrí que estan més urbanitzats i reben més turistes. La resta de casos tenen menys de 15 turistes/ha de sòl urbà.</p>

C. Indicadors d'estat

Indicador	C.3.1. Distribució dels usos del sòl						
Càlcul							
- Evolució dels usos del sòl (1987-2002)							
- Classificació del sòl (%)							
- Qualificació del sòl (ha i %)							
Font de les dades							
Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya.							
Interès de l'indicador							
Els canvis en la cobertura del sòl són un reflex dels processos socioeconòmics que tenen lloc en un determinat territori.							
Tendència desitjada							
La varietat d'usos és desitjable perquè contribueix a la biodiversitat. L'augment de població comporta necessàriament un increment en la superfície urbanitzada, però el creixement ha de ser contingut, gradual i compacte per a evitar la fragmentació d'ecosistemes i la sobreexplotació de recursos.							
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts							
Variació dels usos del sòl als municipis d'estudi pel període 1987-2002 (%)							
Municipi	Usos del sòl						
	Sòl urbà	Zona degradada	Conreus i fruiters	Prats i bosquines	Boscós	Vegetació humida	Sorrals i platges
Litoral							
Alcanar	61,23	1,69	-10,07	7,92			76,20
Calella	74,13	1.390,56	-26,19	-43,78	83,82		-46,80
C. d'Empúries	42,34	-82,88	-0,27	-9,64	913,84	-0,44	-27,20
El Vendrell	42,22	-31,67	-36,36	25,30	215,36		-22,60
L'Ampolla	263,61	-39,12	-7,70	488,39		43,55	-26,55
L'Escala	1,63	53,66	5,25	-42,62	77,21		751,87
Lloret de Mar	61,57	209,68	-38,26	-28,15	1,34		646,47
Roses	16,72	409,96	-8,46	-25,24	84,32	-42,71	436,53
Salou	129,41	-7,19	-36,31	-19,57	-25,96		-19,03
Sitges	33,31	-10,02	-21,58	-1,44	11,32		-65,00
T. de Montgrí	18,30	33,29	12,13	-16,61	-3,90	-11,44	58,05
Muntanya							
Alp	126,41	22,86	176,46	-16,91	9,04		
Camprodon	148,31	361,11	19,00	-4,24	1,26		
La Vall de Boí	176,94	9,61	-56,98	-1,45	-4,00		
Llívia	105,33		-25,82	18,28	8,84		
Naut Aran	82,40	8,13		-3,22	4,14		
Rural/inter.							
Mediona	352,20	-92,54	-2,24	-8,95	8,52		
Piera	72,78	-94,31	-15,79	-3,75	27,29		
Urbà							
Girona	57,76	-15,87	-39,25	-1,43	0,98		
Tarragona	85,64	-47,98	-32,31	-24,69	-17,93		88,36


Qualificacions de sòl¹ als municipis d'estudi (2009): Sòl Urbà

Qualif. Municipi	Residencial		Industrial i logístic		Serveis		Altres ²		Total	
	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%
Litoral										
Calella	90,2	90,6			6,0	6,1	3,3	3,3	99,5	12,4
Sitges	278,8	80,5	48,6	14,0	10,4	3,0	8,5	2,4	346,3	7,9
C. d'Empúries	272,7	74,0	1,4	0,4	50,6	13,7	43,9	11,9	368,6	8,8
L'Escala	334,6	89,5	3,0	0,8	8,1	2,2	28,3	7,6	374,0	22,9
Lloret de Mar	660,2	86,8	11,8	1,6	45,6	6,0	43,2	5,7	760,8	15,7
Roses	376,0	91,8			3,7	0,9	29,9	7,3	409,7	8,9
T. de Montgrí	209,4	83,4	4,5	1,8	30,6	12,2	6,5	2,6	250,9	3,8
Alcanar	174,8	70,2	61,0	24,5	10,7	4,3	2,4	1,0	248,9	5,3
El Vendrell	558,8	91,8	20,6	3,4	19,2	3,2	9,8	1,6	608,4	16,5
Salou	254,4	92,2			7,7	2,8	13,9	5,0	276,0	18,2
L'Ampolla	215,4	97,5			2,3	1,1	3,3	1,5	221,0	6,2
Muntanya										
Alp	116,8	94,1			3,4	2,7	4,0	3,2	124,2	2,8
Camprodon	81,3	93,9	4,2	4,9			1,1	1,2	86,6	0,8
Llívia	46,3	94,2			0,6	1,2	2,3	4,6	49,2	3,8
Naut Aran	63,2	83,8			0,8	1,1	11,4	15,2	75,4	0,3
La Vall de Boí	18,7	94,5					1,1	5,5	19,8	0,1
Rural/inter.										
Mediona	122,8	96,2	4,2	3,3			0,7	0,5	127,6	2,7
Piera	490,3	96,2	6,4	1,3			13,1	2,6	509,8	8,9
Urbà										
Girona	389,0	71,2	87,7	16,0	38,5	7,1	31,0	5,7	546,2	14,0
Tarragona	550,7	43,5	702,3	55,4			14,3	1,1	1.267,3	19,6

Indicador		C.3.1. Distribució dels usos del sòl									
Qualificacions de sòl¹ als municipis d'estudi (2009): Sòl Urbanitzable											
Qualif.	Residencial		Activitat econòmica		Mixt		Altres ³		Total		
	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%	
Municipi											
Litoral											
Calella	26,5	54,0	14,8	30,2			7,7	15,8	49,0	6,1	
Sitges	78,3	82,9	13,2	13,9			3,0	3,2	94,5	2,2	
C. d'Empúries	19,7	19,5	75,3	74,7			5,9	5,8	100,8	2,4	
L'Escala	37,6	29,0	26,1	20,1	10,2	7,8	56,0	43,1	129,8	7,9	
Lloret de Mar	65,0	31,7	5,8	2,8	69,2	33,7	65,3	31,8	205,3	4,2	
Roses	54,5	40,5	45,6	33,8	3,1	2,3	31,5	23,4	134,6	2,9	
T. de Montgrí	59,6	68,8	27,0	31,2					86,6	1,3	
Alcanar	120,4	53,4					105,3	46,6	225,7	4,8	
El Vendrell	249,0	41,0	61,2	10,1	11,0	1,8	285,6	47,1	606,7	16,5	
Salou	34,2	7,9	319,1	73,8	79,1	18,3			432,5	28,5	
L'Ampolla	104,3	73,6	14,4	10,2	22,9	16,2			141,6	4,0	
Muntanya											
Alp	94,4	94,0			6,0	6,0			100,4	2,3	
Camprodon	20,1	62,8	11,9	37,2					31,9	0,3	
Llívia	1,5	4,5	0,3	0,8	12,3	37,3	19,0	57,4	33,0	2,6	
Naut Aran	6,4	100,0							6,4	0,0	
La Vall de Boí	3,8	11,0			31,2	89,0			35,0	0,2	
Rural/inter.											
Mediona	50,4	87,2	7,4	12,8					57,8	1,2	
Piera	22,6	26,7	61,9	73,3					84,5	1,5	
Urbà											
Girona	40,4	69,2	11,2	19,2			6,7	11,5	58,3	1,5	
Tarragona	315,2	43,0	129,4	17,7	19,4	2,6	268,8	36,7	732,9	11,3	
Qualificacions de sòl¹ als municipis d'estudi (2009): Sòl No Urbanitzable											
Qualif.	Rústic		Protecció		Activitat autoritzada		Total				
	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%			
Municipi											
Litoral											
Calella	93,2	19,1	385,3	78,9	10,0	2,0	488,5	60,9			
Sitges	613,2	18,1	2.765,8	81,9			3.379,0	77,4			
C. d'Empúries	674,1	20,4	2.601,0	78,5	36,2	1,1	3.311,3	79,2			
L'Escala	547,5	65,5	219,5	26,3	68,6	8,2	835,6	51,1			
Lloret de Mar	2.754,0	84,9	339,8	10,5	150,6	4,6	3.244,4	66,9			
Roses	840,1	23,0	2.809,6	77,0			3.649,7	79,3			
T. de Montgrí	3.968,6	69,0	1.619,4	28,2	164,5	2,9	5.752,6	87,5			
Alcanar	2.894,0	73,8	1.017,3	26,0	7,5	0,2	3.918,8	83,3			
El Vendrell	160,8	9,8	1.483,9	90,2			1.644,7	44,7			
Salou			280,2	56,5	216,1	43,5	496,2	32,7			
L'Ampolla	2.204,7	80,6	529,2	19,4	0,4	0,0	2.734,3	76,7			
Muntanya											
Alp	1.002,0	32,9	2.008,8	66,0	32,1	1,1	3.042,9	69,3			
Camprodon	8.940,2	89,0	1.104,9	11,0			10.045,1	97,2			
Llívia	466,8	40,3	690,4	59,7			1.157,2	89,5			
Naut Aran	267,9	1,1	24.804,9	98,9	0,2	0,0	25.073,0	98,0			
La Vall de Boí	8.614,9	39,9	11.658,8	54,1	1.295,3	6,0	21.569,0	98,3			
Rural/inter.											
Mediona	121,4	2,7	4.403,5	97,3			4.524,9	94,4			
Piera			4.750,9	100,0			4.750,9	83,2			
Urbà											
Girona			1.961,7	100,0			1.961,7	50,1			
Tarragona	2.351,3	91,7	181,6	7,1	31,6	1,2	2.564,5	39,7			

Indicador	C.3.1. Distribució dels usos del sòl
------------------	---

Qualificacions de sòl¹ als municipis d'estudi (2009): Sistemes										
Qualif.	Transport		Espais lliures		Equipaments		Altres⁴		Total	
	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%	ha	%
Litoral										
Calella	59,6	36,1	56,0	33,9	23,8	14,4	25,8	15,6	165,1	20,6
Sitges	227,6	41,7	154,8	28,4	62,8	11,5	100,0	18,3	545,2	12,5
C. d'Empúries	119,5	29,8	111,1	27,7	21,8	5,4	148,4	37,0	400,8	9,6
L'Escala	144,5	48,7	76,5	25,8	20,0	6,8	55,6	18,7	296,6	18,1
Lloret de Mar	234,3	36,7	239,2	37,5	92,5	14,5	72,7	11,4	638,7	13,2
Roses	179,1	44,0	108,9	26,7	34,9	8,6	84,5	20,7	407,4	8,9
T. de Montgrí	137,6	28,3	48,4	10,0	27,4	5,6	272,5	56,1	485,9	7,4
Alcanar	180,5	57,6	41,4	13,2	14,4	4,6	76,9	24,5	313,2	6,7
El Vendrell	391,4	47,5	249,0	30,2	94,6	11,5	88,6	10,8	823,5	22,4
Salou	155,9	50,2	42,4	13,6	39,4	12,7	72,8	23,5	310,5	20,5
L'Ampolla	154,0	32,8	80,8	17,2	21,0	4,5	213,4	45,5	469,3	13,2
Muntanya										
Alp	72,9	6,5	16,1	1,4	10,6	0,9	1.026,6	91,1	1.126,1	25,6
Camprodon	45,6	26,0	23,0	13,1	18,6	10,6	88,4	50,3	175,6	1,7
Llívia	18,0	33,4	6,7	12,5	4,0	7,4	25,1	46,7	53,7	4,2
Naut Aran	75,8	17,8	12,4	2,9	11,7	2,7	326,1	76,6	426,0	1,7
La Vall de Boí	42,8	13,2	5,9	1,8	6,4	2,0	269,6	83,0	324,7	1,5
Rural/int.										
Mediona	52,2	61,3	22,6	26,6	9,2	10,8	1,1	1,3	85,2	1,8
Piera	147,2	40,2	137,7	37,6	45,3	12,4	36,0	9,8	366,2	6,4
Urbà										
Girona	376,9	28,0	674,0	50,0	178,4	13,2	118,0	8,8	1.347,3	34,4
Tarragona	885,4	46,6	445,1	23,4	405,7	21,3	165,6	8,7	1.901,8	29,4

¹ Segons Plans d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) del 2009.

² Inclou usos de conservació, transformació i mixtos.

³ Inclou altres desenvolupaments (diferents al residencial, activitats econòmiques i mixtos) i urbanitzable no delimitat.

⁴ Inclou sistemes hidrogràfic, costaners, protecció, habitatge públic i serveis tècnics i ambientals

Valoració i comentaris sobre els resultats

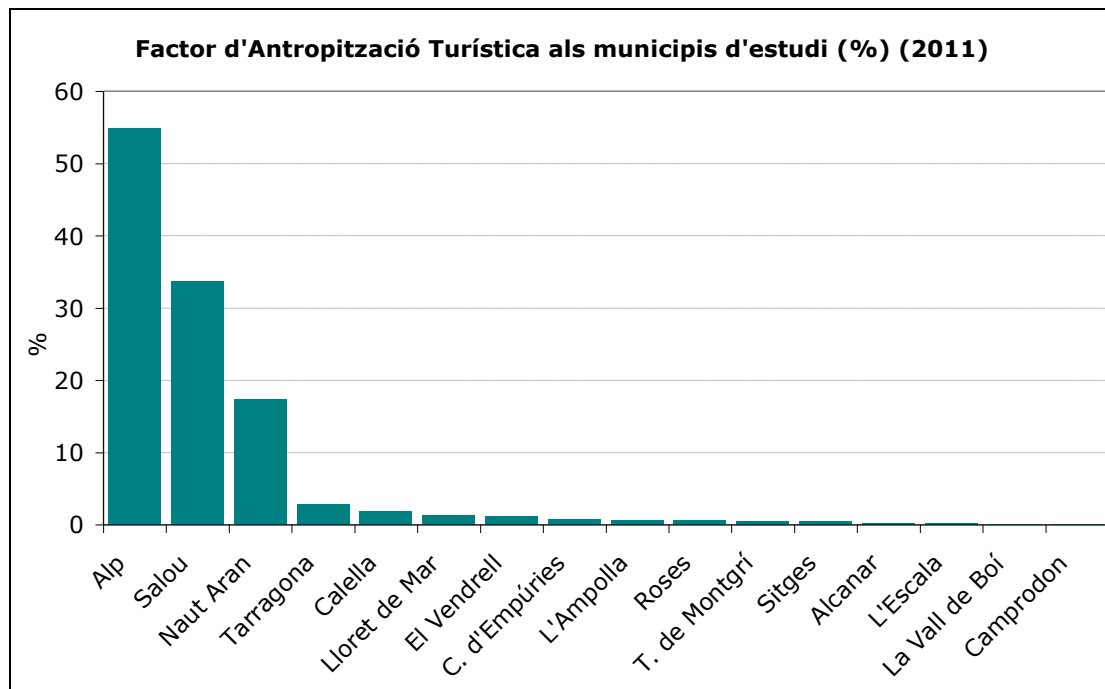
Per la correcta interpretació d'aquest indicador és necessari puntualitzar que s'han utilitzat dos fonts d'informació d'usos del sòl diferents. Per una banda, a partir de la cartografia temàtica disponible al Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya s'ha fet un tractament amb Sistemes d'Informació Geogràfica (SIG) per obtenir les superfícies per cada ús del sòl dels municipis d'estudi pels anys 1987, 1997, 2002. L'anàlisi d'aquestes dades, que classifiquen els usos del sòl en unitats ecològiques, té l'interès de poder comparar com les activitats socioeconòmiques transformen el territori i els seus ecosistemes al llarg del temps. Tanmateix, en absència de mapes més actualitzats, i per a poder contrastar la tendència amb un escenari més actual, s'han recollit també la classificació i qualificació de sòl estipulada en els POUMs dels municipis per l'any 2009.

La variació dels usos del sòl pel període 1987-2002 identifica un creixement generalitzat del sòl urbà. Els increments més importants es registren a Mediona (352%) i L'Ampolla (263%), tot i que cap d'aquests valors en superfície real l'any 2002 no superaven les 250ha. Mentre que el creixement més moderat ha estat a L'Escala amb un 1,63% i en canvi comptava amb 467 ha el 2002. Els municipis urbans i els de litoral, entorns que tradicionalment han acumulat la major part de la població a Catalunya, presenten en general un procés urbanitzador no tan acusat com els municipis de muntanya. Aquesta tendència es pot explicar per una progressiva saturació urbanística en el litoral i les ciutats, i per la recuperació econòmica i demogràfica de la muntanya catalana en la que el turisme postfordista hi ha tingut molt a veure.

Indicador	C.3.1. Distribució dels usos del sòl
<p>El creixement urbanístic contrasta amb les taxes de decreixement d'altres usos, com els conreus i fruiters i els prats i bosquines. La majoria de municipis han perdut part d'aquests ecosistemes, i només Alp registra un creixement important de sòl agrícola (176%) i L'Ampolla de prats i bosquines (488%). Es previsible que les pèrdues hagin contribuït a augmentar el sòl urbà, però també a incrementar les zones boscoses com a resultat de l'abandonament de l'activitat agrícola. Precisament la proliferació més remarcable de boscos ha estat en destinacions litorals, destacant especialment Castelló d'Empúries que en 15 anys va augmentar en 50 ha l'ecosistema, afavorit per la declaració del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà el 1983. El Vendrell, Roses, Calella i L'Escala també ha incrementat notablement la seva superfície forestal. A l'altre costat de la balança es troba Salou que és l'únic municipi que redueix tots els seus usos més naturalitzats en pro d'una major urbanització. Cal tenir en compte però que el període considerat coincideix amb la segona expansió turística de Salou amb l'obertura del parc temàtic de Port Aventura.</p> <p>La classificació de sòl als municipis d'estudi l'any 2009 identifica la categoria de Sòl no urbanitzable (SNU) com la predominant, amb una proporció superior al 50% del territori en tots els casos excepte Salou, Tarragona i el Vendrell. Per tant, tot i que algunes de les destinacions turístiques analitzades aparentment estan molt saturades, encara tenen bona part del seu àmbit catalogat com a sòl rústic i/o de protecció. Destaquen sobretot els municipis de Camprodon, Naut Aran i La Vall de Boí a on la proporció arriba a superar el 95% de l'àmbit municipal.</p> <p>Pel que fa a la proporció de Sòl urbà (SU), com és d'esperar les ciutats i els municipis de litoral amb model de desenvolupament turístic tradicional són els que més en tenen. El Sòl urbanitzable, en canvi, és un indicador de la voluntat de creixement urbà del municipi, i identifica precisament els municipis amb menys SNU (Salou, Tarragona i el Vendrell) com els més expansionistes. Novament Salou es presenta com un dels municipis més massificats, cosa que respon a la densificació de la seva infraestructura turística però també a la reduïda superfície municipal de què disposa.</p> <p>L'anàlisi detallat de les qualificacions de SU permet observar com la funció residencial és la predominant, representant en la majoria dels casos entre el 80-90% del SU. Només Tarragona presenta un valor relatiu inusualment baix (43%), cosa que es deu al pes de la seva activitat industrial. Excepte aquest cas, la resta de municipis d'estudi tenen poca o gens de superfície industrial i/o logística. Els serveis, en canvi, hi són presents en tots els municipis de litoral i la majoria de muntanya, tot i que en proporcions petites.</p> <p>Les qualificacions del Sòl urbanitzable assenyalen també la funció residencial com el principal vector de creixement urbà als municipis; destaca Naut d'Aran a on aquesta funció representa el 100% de la categoria. En superfícies absolutes Tarragona i el Vendrell són els casos que més hectàrees tenen delimitades per a aquesta finalitat. D'altra banda, alguns municipis han optat per invertir primordialment en superfícies per noves activitats econòmiques, com en el cas de Castelló d'Empúries, Piera i Salou, essent aquesta darrera la que més hectàrees hi destina.</p> <p>El SNU, tal i com s'ha comentat anteriorment, avarca un volum total d'hectàrees considerable en la majoria dels casos d'estudi, i es reparteixen principalment entre sòl rústic i de protecció. Els municipis d'interior destaquen per tenir gairebé la totalitat del SNU protegit, així com Girona, Naut Aran, El Vendrell o Sitges. En superfície absoluta però, són Naut Aran i La Vall de Boí els que acumulen més extensió protegida (24.804 i 11.658 ha respectivament). El sòl rústic, en canvi, és predominant en proporció a L'Ampolla, Lloret de Mar, Camprodon i Tarragona; tot i que en superfície absoluta són La Vall de Boí i Camprodon els que més en tenen amb més de 8.500ha.</p> <p>Finalment en relació al sòl amb qualificació de sistemes, s'identifica una densificació de les infraestructures de transport en els municipis urbans (Girona i Tarragona) i de litoral (El Vendrell, Lloret de Mar i Sitges). A la vegada aquests mateixos municipis són els que acumulen més espais lliures i equipaments.</p>	

D. Indicadors d'impacte

Indicador	D.3.1. Factor d'antropització turística						
Càlcul							
- Superfície total ocupada per infraestructures turístiques (camps de golf, parcs temàtics, zoo, platges equipades, estacions d'esquí) (%)							
Font de les dades							
Agència Catalana de Turisme, Associació Catalana de Pitch & Putt, Federació Catalana de Golf, Guia ocio y deportes de aventura (Yumping), Ministeri de Medi Ambient i Medi Rural i Marí del Govern d'Espanya, ACEM, i Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya.							
Interès de l'indicador							
És una aproximació a l'artificialització del paisatge generada pels grans equipaments turístics.							
Tendència desitjada							
És desitjable un factor baix, ja que significa una menor artificialització del territori. Tanmateix, l'activitat turística requereix d'una infraestructura mínima per a garantir la qualitat en el servei i el producte. Cal trobar un equilibri entre aquestes dues condicions.							
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts							
Superfícies ocupades per diferents infraestructures turístiques i Factor d'antropització turística (FAT) en els municipis d'estudi (2011)							
Municipi	Superfície (ha)						FAT
	Golf	Parcs temàtics	Platges equipades ¹	Estacions d'esquí	Total infraestr. turístiques	Total municipi	
Litoral							
L'Escala			3,88		3,88	1.630,00	0,24
Alcanar			11,25		11,25	4.710,00	0,24
Sitges	1,00		17,82		18,82	4.380,00	0,43
T. de Montgrí			29,84		29,84	6.590,00	0,45
Roses		12,00	13,57		25,57	4.590,00	0,56
L'Ampolla	7,25		13,32		20,57	3.560,00	0,58
C. d'Empúries	7,00		22,68		29,68	4.230,00	0,70
El Vendrell	3,00		39,94		42,94	3.680,00	1,17
Lloret de Mar	44,60	8,50	11,89		64,99	4.870,00	1,33
Calella			14,86		14,86	800,00	1,86
Salou		492,33	16,24		508,57	1.510,00	33,68
Muntanya							
Camprodon	5,00				5,00	10.340,00	0,05
La Vall de Boí				23,65	23,65	21.950,00	0,11
Naut Aran	4,38			4.433,65	4.438,03	25.580,00	17,35
Alp				2.427,17	2.427,17	4.430,00	54,79
Llívia					0,00	1.290,00	0,00
Rural/inter.							
Mediona					0,00	4.760,00	0,00
Piera					0,00	5.720,00	0,00
Urbà							
Tarragona	155,00		32,54		187,54	6.520,00	2,88
Girona					0,00	3.910,00	0,00
¹ Platges amb serveis com lavabos, dutxes, papereres, club nàutic, passarel·les, lloguer de gandúles o para-sols, etc.							



Valoració i comentaris sobre els resultats

L'indicador considera cinc tipus d'infraestructures turístiques que afecten el territori: camps de golf, parcs temàtics, zoo, platges equipades, i estacions d'esquí. En la interpretació dels resultats cal tenir en compte que l'impacte ambiental i paisatgístic de cada instal·lació és diferent. Tanmateix, identificar la proporció de superfície municipal que representen és una aproximació vàlida per identificar la turísticació del territori, és a dir, l'especialització turística i el potencial impacte ambiental en els casos d'estudi.

En línees generals els municipis de litoral són els que tenen més infraestructures turístiques, especialment els lligats a un desenvolupament turístic fordista i que per afrontar la crisi del model han diversificat la seva oferta. Lloret de Mar, amb tres camps de golf, el Parc aquàtic Water World i sis platges equipades, juntament amb Salou, que té vuit platges amb serveis i el parc temàtic de Port Aventura, són els casos de costa amb més superfície total ocupada per instal·lacions turístiques. A l'altra costat de la balança es situa L'Escala, amb el valor més baix d'hectàrees artificialitzades. Els elements més comuns són les platges equipades ja que el seu arranjamant és més simple.

Les estacions d'esquí són les infraestructures que més territori consumeixen, destacant Baqueira-Beret a Naut Aran, i la Molina a Alp. La Vall de Boí també té una estació (Boí Taüll Resort) però la seva reduïda extensió equival un menor potencial d'impacte.

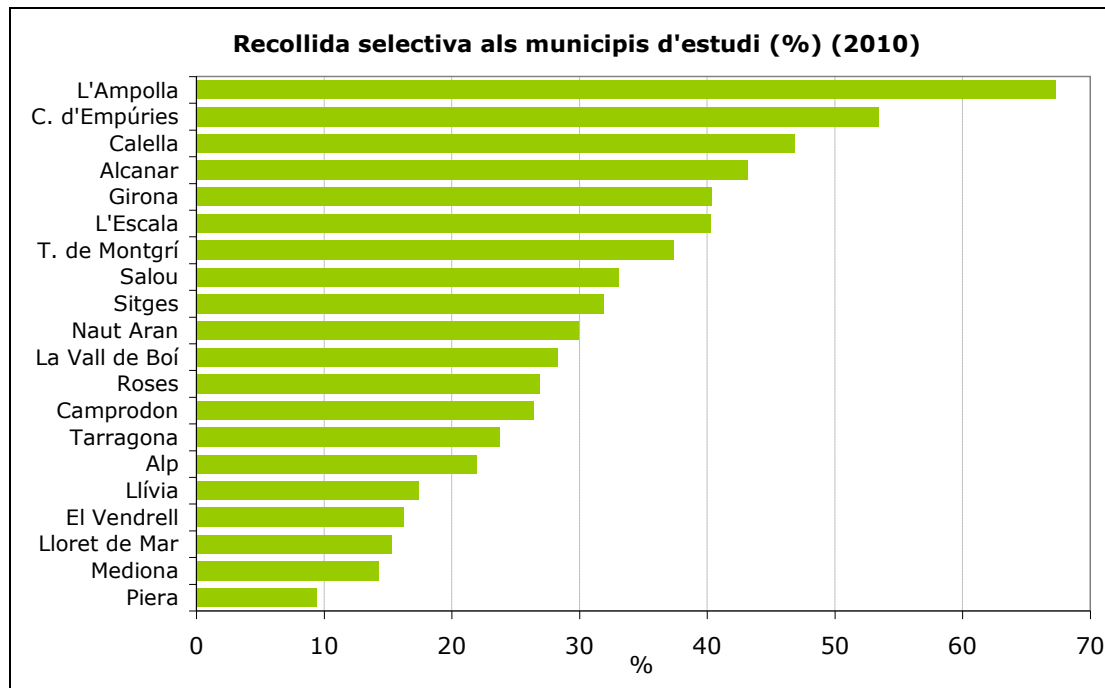
Els camps de golf estan generalitzats en el territori, cosa que es deu a que no requereixen de recursos concrets (com les platges al litoral o la neu a la muntanya); són, per tant, productes polivalents. El camp més extens és el Club de Golf Costa Daurada de Tarragona, mentre que Lloret és el municipi que té més instal·lacions, concretament 2 camps de golf (Club l'Àngel de Lloret, Golf Cala Gran) i 1 Pitch & Putt (Lloret Papalús).

Pel que fa als Zoo's, no n'hi ha cap en els municipis estudiats. D'altra banda, Llívia, Mediona, Piera i Girona no tenen cap de les infraestructures turístiques considerades i, per tant, tenen un entorn menys turístic.

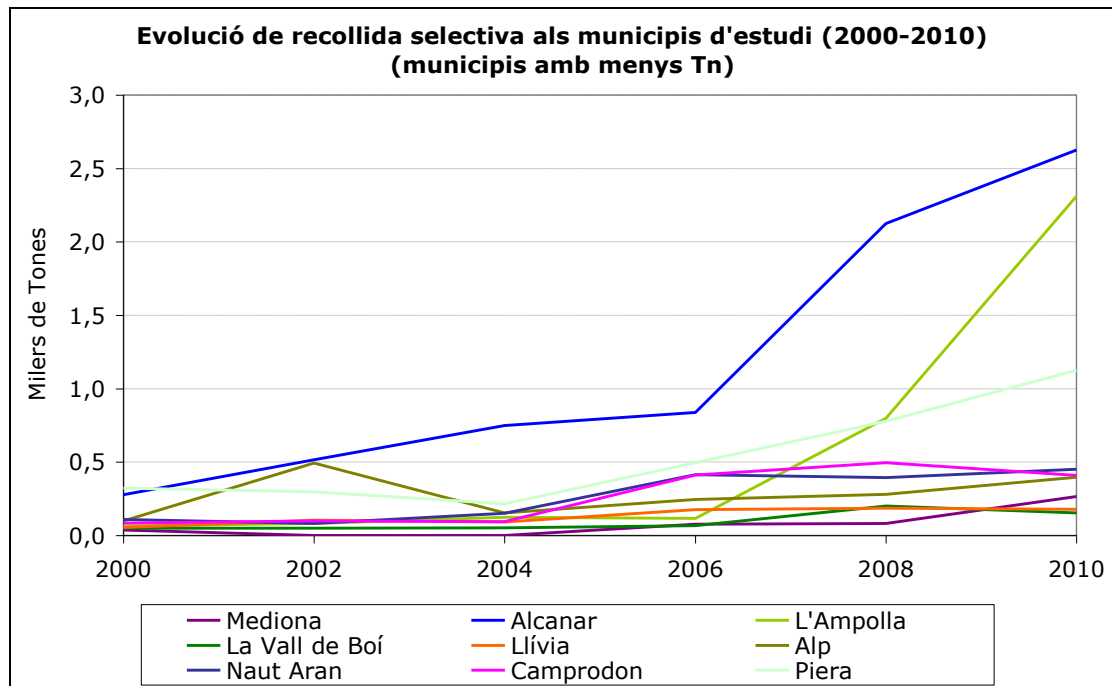
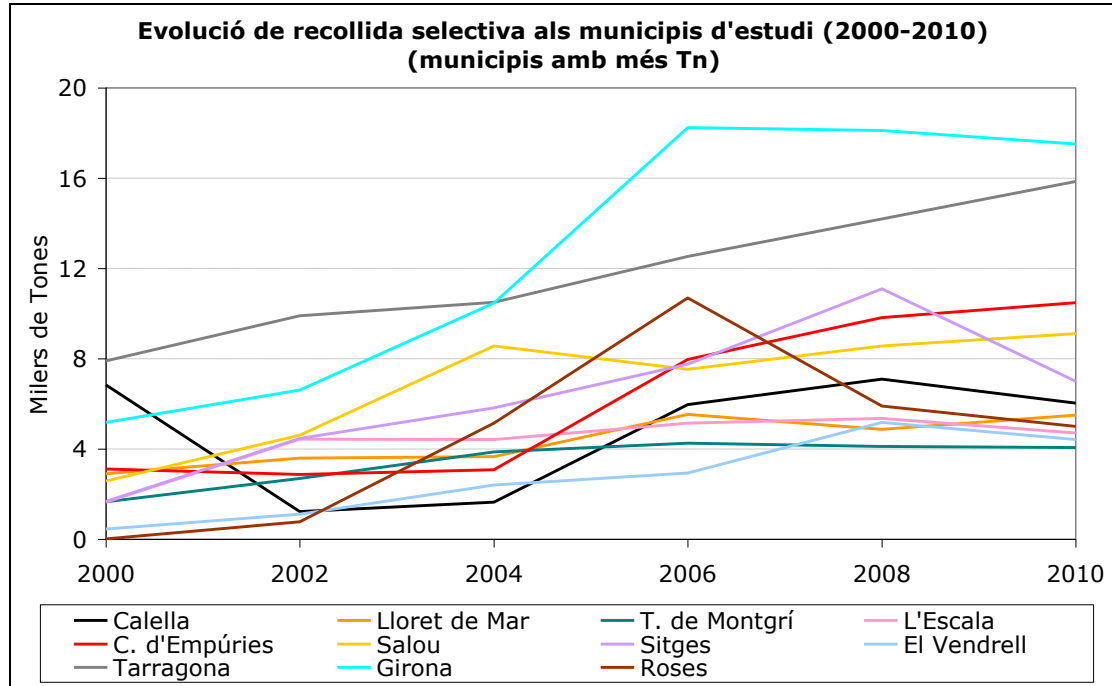
El Factor d'Antropització Turística (FAT) posa en relació la superfície total de les infraestructures turístiques amb el territori municipal. El seu càlcul identifica Alp, Salou i Naut Aran com els municipis més antropitzats. Aquests resultats es deuen en el cas dels municipis de muntanya a la presència de grans estacions d'esquí, mentre que Salou disposa d'un àmbit municipal reduït i una infraestructura tan important com el parc de Port Aventura. Els tres casos tenen més del 15% del seu territori dedicat a serveis turístics, per la qual cosa se'ls hi pot associar un grau de turísticació i un potencial impacte ambiental significatiu. La resta de municipis presenten valors de l'indicador significativament més baixos (per sota del 3%).

E. Indicadors de resposta

Indicador	E.3.1. Recollida selectiva de residus		
Càlcul			
<ul style="list-style-type: none"> - Recollida selectiva respecte el total de residus generats (%). - Recollida selectiva per habitant i dia (Kg/hab/dia) - Evolució de la recollida selectiva (2000-2010) i variacions (%) 			
Font de les dades			
ARC.			
Interès de l'indicador			
La recollida selectiva indica el reciclatge de materials, de manera que part del que era residu pot tornar a entrar en el procés de producció tot reduint el consum de recursos.			
Tendència desitjada			
La recollida selectiva suposa revaloritzar part dels residus, de manera que al afavorir la recirculació de materials es redueix el consum de recursos i el volum de residus finalistes. Quan més elevada sigui la recollida selectiva més eficient serà el consum dels recursos.			
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts			
Recollida selectiva als municipis d'estudi (2010)			
Municipi	Tones	%	Kg/hab/dia
Litoral			
L'Ampolla	2.311,61	67,28	1,79
Alcanar	2.624,39	43,19	0,68
Torroella de Montgrí	4.070,05	37,36	0,97
El Vendrell	4.414,22	16,27	0,34
L'Escala	4.716,28	40,25	1,24
Roses	4.992,20	26,93	0,67
Lloret de Mar	5.502,75	15,28	0,38
Calella	6.028,11	46,86	0,89
Sitges	6.996,49	31,90	0,68
Salou	9.109,18	33,13	0,92
Castelló d'Empúries	10.482,22	53,47	2,35
Muntanya			
La Vall de Boí	154,00	28,31	0,39
Llívia	178,54	17,40	0,30
Alp	396,90	21,98	0,63
Camprodon	409,38	26,41	0,45
Naut Aran	451,99	29,92	0,72
Rural/interior			
Mediona	264,31	14,26	0,31
Piera	1.124,47	9,48	0,21
Urbà			
Tarragona	15.856,48	23,73	0,31
Girona	17.515,72	40,39	0,50

**Evolució de la recollida selectiva als municipis d'estudi (2000-2010)**

Municipi	Tones						% Variació (00-10)
	2010	2008	2006	2004	2002	2000	
Litoral							
Calella	6.028,1	7.095,2	5.965,5	1.643,2	1.221,5	6.832,3	-11,8
Lloret de Mar	5.502,8	4.876,7	5.527,3	3.665,0	3.592,7	2.906,0	89,4
T. de Montgrí	4.070,1	4.110,8	4.252,9	3.872,2	2.695,5	1.660,7	145,1
L'Escala	4.716,3	5.349,1	5.146,6	4.422,8	4.434,5	1.649,3	186,0
C. d'Empúries	10.482,2	9.820,6	7.965,9	3.074,6	2.878,2	3.116,7	236,3
Salou	9.109,2	8.562,5	7.526,0	8.570,2	4.618,5	2.584,4	252,5
Sitges	6.996,5	11.094,9	7.766,0	5.828,5	4.463,5	1.681,2	316,2
Alcanar	2.624,4	2.125,5	836,8	748,2	516,8	277,5	845,7
El Vendrell	4.414,2	5.177,9	2.927,7	2.405,7	1.120,0	448,8	883,5
L'Ampolla	2.311,6	798,5	117,7	124,7	81,3	63,5	3.538,0
Roses	4.992,2	5.907,1	10.692,4	5.149,8	779,4	14,4	34.520,0
Muntanya							
La Vall de Boí	154,0	200,1	67,5	51,8	49,5	49,1	213,5
Llívia	178,5	186,3	176,0	93,0	103,1	54,5	227,8
Alp	396,9	280,1	246,2	152,7	493,1	98,4	303,4
Naut Aran	452,0	394,1	414,7	150,4	83,0	109,9	311,4
Camprodon	409,4	495,3	412,5	93,1	99,2	85,2	380,8
Rural/int.							
Piera	1.124,5	779,5	495,4	216,2	296,4	323,1	248,0
Mediona	264,3	82,3	76,1	0,1	0,1	36,0	634,2
Urbà							
Tarragona	15.856,5	14.186,1	12.539,4	10.499,2	9.903,9	7.897,0	100,8
Girona	17.515,7	18.105,5	18.247,3	10.467,4	6.611,8	5.180,4	238,1



Valoració i comentaris sobre els resultats

La recollida selectiva representa un percentatge significatiu del total de residus generats en els municipis d'estudi, doncs la majoria es situa en valors superiors al 20%. Destaquen especialment l'Ampolla i Castelló d'Empúries que aconsegueixen revaloritzar més de la meitat dels seus residus. Contràriament, Piera és el municipi que menys recollida selectiva realitza amb una proporció que no arriba ni al 10% del total de residus que produeix.

Aquests percentatges traduïts a tones totals de materials identifiquen les ciutats de Tarragona i Girona com les que més reciclen, i La Vall de Boí i Llivia com els municipis que menys. Això denota una correlació entre la recollida selectiva i la població censada, doncs

Indicador	E.3.1. Recollida selectiva de residus
	<p>aquells àmbits més poblats són els generen més residus i, per tant, els que potencialment poden reciclar-ne més. D'acord amb les pautes de poblament a Catalunya, i tal i com constaten els resultats de l'indicador, els municipis urbans i els de litoral són els que més recollida selectiva realitzen en termes absoluts.</p> <p>Expressar aquests valors en relació als residents permet també valorar comparativament l'eficiència real de la recollida selectiva, identificant els municipis en què els habitants individuals s'impliquen significativament en el procés. En aquest sentit, Castelló d'Empúries sembla ser el municipi amb més població conscienciada ambientalment, seguit de L'Ampolla i L'Escala, doncs presenten percentatges de recollida selectiva elevats, cosa que denota que l'esforç realitzat pels vilatans es tradueix en una eficiència real en la minimització de residus finalistes. Com a casos extrems cal esmentar Piera i Mediona que presenten els percentatges de reciclatge més baixos i també de Kg reciclats per habitant i dia.</p> <p>L'evolució de la recollida selectiva en els municipis pel període 2000-2010 ha estat en la immensa majoria dels casos molt positiva, només Calella experimenta un lleu descens del 11,8%. Aquest comportament té a veure amb la progressiva implantació i acceptació del sistema, que és relativament nou. Els creixements més accentuats es registren en aquells municipis que al 2000 gairebé no reciclaven i, en canvi, al 2010 ja tenien en ple funcionament el sistema de recollida selectiva de manera que el creixement en valors relatius ha estat enorme. Aquest és el cas de Roses i L'Ampolla que són els dos municipis que més han incrementat el seu reciclatge. També destaquen El Vendrell, Alcanar i Mediona. La resta de municipis es situen al voltant del 100-300% de creixement per tot el període. Val a dir que si bé la variació final ha estat positiva, hi ha hagut fluctuacions importants entre anys en alguns casos (Roses, Alp, Sitges o Calella).</p> <p>L'evolució en termes absoluts identifica Girona i Tarragona com els municipis que tradicionalment han reciclat més volum de materials; si bé Roses, Salou, Sitges i Castelló d'Empúries els han seguit de prop en algun moment tot i que amb fluctuacions acusades que els han acabat distanciant. Els municipis amb menys tones de recollida selectiva al llarg de la darrera dècada han estat Mediona, La Vall de Boí i Llívia.</p>

Indicador **E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment**

Càlcul

- Espais i establiments turístics certificats ambientalment (es consideren les certificacions ambientals més esteses a Catalunya: EMAS, ISO 14001, DGQA, i l'Etiqueta Ecològica de la UE)
- Establiments d'allotjament turístic certificats ambientalment (%)

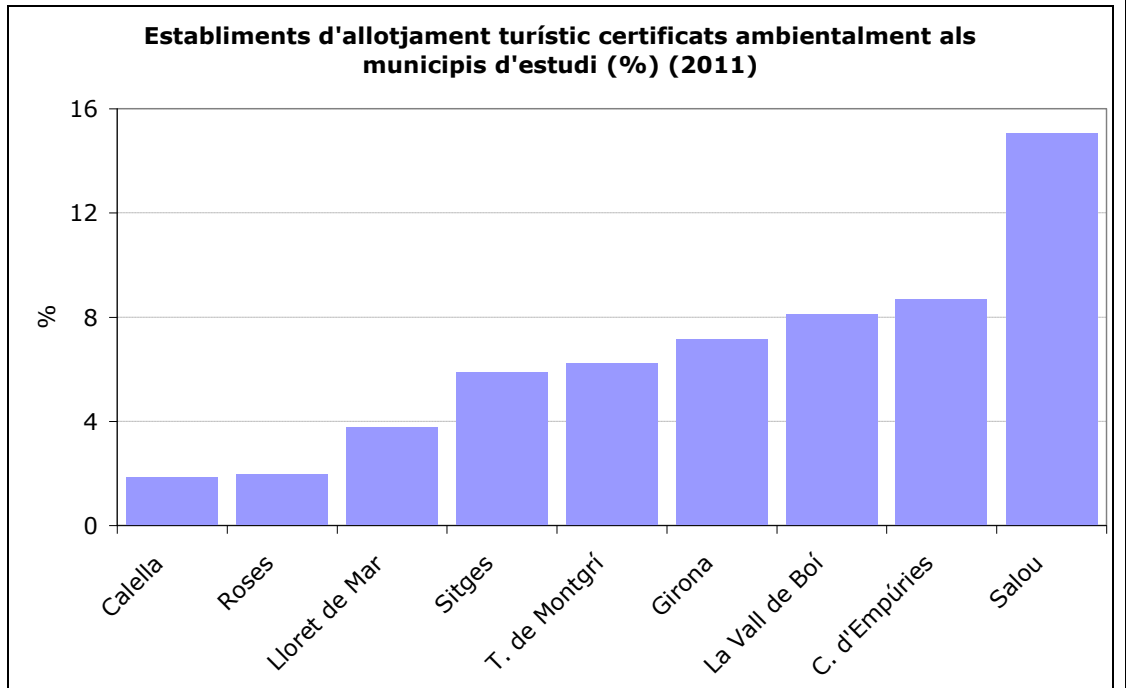
Font de les dades
Agència Catalana de Turisme.

Interès de l'indicador
Les certificacions indiquen la voluntat dels agents turístics per millorar la gestió ambiental del turisme en general.

- ISO 14001: Aquesta norma especifica els requisits per a la implantació d'un sistema de gestió mediambiental. Permet a l'organització formular la seva política ambiental que inclou un compromís de millora contínua i de prevenció de la contaminació, així com de complir amb la legislació i reglamentació ambiental aplicable.
- EMAS: L'objectiu és la promoció de millores contínues en el comportament ambiental de les organitzacions mitjançant la implantació de sistemes de gestió mediambiental (remetent-se a la norma ISO 14001), l'avaluació d'aquest sistema, la formació i implicació activa dels treballadors i la informació pública.
- DGQA: L'objectiu és promoure el disseny, la producció, la comercialització, l'ús i el consum de productes i de serveis que afavoreixin la minimització de residus, l'estalvi d'aigua, energia i recursos, o bé la recuperació, reciclatge i reutilització de productes.
- Etiqueta Ecològica de la UE: És concedida als productes i serveis que minimitzen els impactes ambientals al llarg del seu cicle de vida, és a dir, a aquells que minimitzen l'impacte des de l'extracció dels recursos fins a la seva gestió final com a residu. Al sector turístic l'adquisició de béns per proveir el servei i la gestió de residus són els aspectes ambientals que determinen la concessió d'aquesta ecoetiqueta.

Tendència desitjada
Les certificacions garanteixen l'aplicació de criteris de millora ambiental en els establiments o espais turístics, per la qual cosa és desitjable tenir el major nombre possible.

Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts



Indicador	E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment
------------------	---

Estab. d'allotjament turístic¹ certificats amb. als municipis d'estudi (2011)			
Municipi	Total establiments d'allotjament turístic	Establiments d'allotjament turístic certificats	%
Litoral			
L'Escala	24	0	0,00
El Vendrell	18	0	0,00
Alcanar	13	0	0,00
L'Ampolla	8	0	0,00
Calella	54	1	1,85
Roses	51	1	1,96
Torroella de Montgrí	32	2	6,25
Castelló d'Empúries	23	2	8,70
Sitges	51	3	5,88
Lloret de Mar	133	5	3,76
Salou	73	11	15,07
Muntanya			
Naut Aran	50	0	0,00
Camprodon	22	0	0,00
Alp	13	0	0,00
Llívia	6	0	0,00
La Vall de Boí	86	7	8,14
Rural/interior			
Mediona	0	-	-
Piera	0	-	-
Urbà			
Tarragona	32	0	0,00
Girona	28	2	7,14

Espais i estab. turístics certificats ambientalment als municipis d'estudi (2011)				
Municipi	Certificacions ambientals²			Total³
	EMAS	DGQA	ISO 14001	
Litoral				
Calella	1 càmping	1 càmping	1 càmping	1 càmping
Sitges	3 hotels, 12 platges, 2 ports		2 hotels, 8 platges, 1 port	13 platges, 3 hotels, 2 ports
C. d'Empúries	2 càmpings, 1 platja	1 càmping	2 càmpings	2 càmpings, 1 platja
L'Escala	1 club nàutic, 1 port		1 club nàutic	1 club nàutic, 1 port
Lloret de Mar	1 hotel, 1 càmping, 2 platges	3 hotels, 1 càmping	2 hotels, 1 càmping, 2 platges	1 càmping, 4 hotels, 2 platges
Roses	1 càmping, 1 port	1 càmping	1 càmping	1 càmping, 1 port
T. de Montgrí	1 càmping, 1 platja, 1 club nàutic, 1 centre esportiu	2 càmpings	1 càmping, 1 platja, 1 club nàutic	2 càmping, 1 platja, 1 club nàutic, 1 centre esportiu
Alcanar	1 port			1 port
El Vendrell				
Salou	5 hotels, 1 parc aquàtic	9 hotels	3 hotels, 9 platges, 1 parc aquàtic	9 platges, 11 hotels, 1 parc aquàtic
L'Ampolla	1 port		1 club nàutic	1 club nàutic, 1 port
Muntanya				
Alp			1 estació d'esquí	1 estació d'esquí
Camprodon				
Llívia				
Naut Aran				
La Vall de Boí	3 refugi, 3 centres d'info. del parcs	1 aparthotel, 6 cases rurals, 1 parc nacional		6 cases rurals, 3 centres d'info. de parc, 1 aparthotel, 3 refugis, 1 parc natural
Rural/int.				
Mediona				
Piera				
Urbà				
Girona	1 hotel, 1 port	2 hotels		2 hotels, 1 port
Tarragona			12 platges	12 platges

Indicador	E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment
------------------	---

- ¹ Es consideren hotels, càmpings i establiments de turisme rural.
² No hi ha cap Etiqueta Ecològica de la UE als municipis d'estudi.
³ Els espais o establiments turístics poden tenir més d'una certificació ambiental.

Valoració i comentaris sobre els resultats

Entre totes les empreses turístiques considerades en aquest indicador (allotjaments, agències de viatges, balnearis, bars i cafeteries, camps de golf, centres congressos i convencions, comerços, empreses d'activitats esportives i d'oci, espais lúdics, estacions d'esquí, oficines de turisme, parcs aquàtics, parcs naturals, parcs temàtics, ports esportius, platges, clubs nàutics i restaurants) només s'han atorgat certificacions ambientals a unes poques tipologies. Això indica que la certificació ambiental en el sector turístic encara està poc desenvolupada i molt restringida a certs recursos i infraestructures concretes.

Els establiments d'allotjament turístic (hotels, càmpings, cases rurals i refugis), les platges i els ports són la principal oferta turística que es certifica ambientalment en els municipis d'estudi, tot i que també s'identifiquen altres com clubs nàutics, centres esportius, estacions d'esquí o parcs naturals i els seus centres d'informació.

Les certificacions més comuns són els SGA (EMAS i ISO14001), mentre que les ecoetiquetes (DGQA i Etiqueta Ecològica de la UE) tenen una presència menor i bàsicament centrada en allotjaments. De fet, el DGQA s'està aplicant principalment a establiments de turisme rural, que en els casos d'estudi són minoritaris, i l'Etiqueta Ecològica de la UE es residual a Catalunya segurament perquè és de més difícil implantació al requerir més documentació, complir més criteris i pagar una taxa anual sobre el volum de vendes.

La majoria de les certificacions es concentren en els municipis turístics de costa, i especialment en aquells amb un model de desenvolupament turístic tradicional com Salou i Lloret de Mar. Precisament els àmbits amb un perfil ambiental més malmès són els que estan més disposats a invertir en millores ambientals. Es tracta d'aconseguir revaloritzar la destinació identificant-la amb la preservació de l'entorn a través de la millora ambiental de les seves infraestructures, la qual cosa ha d'estar reconeguda oficialment i ser fàcilment identificable pel consumidor. És per aquest motiu que molts d'aquests municipis opten per certificar ambientalment els seus establiments i principals recursos com a primer pas en la seva ambientalització.

En canvi, destinacions turístiques menys explotades i amb un entorn ecològic singular tenen prou amb potenciar els seus valors naturals com a símbol de qualitat turística. Tot i això, alguns municipis també opten per la certificació per reforçar aquesta idea. Aquest seria el cas de La Vall de Boí, que té certificat el Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici i un bon nombre d'establiments d'allotjament turístic.

Pel que fa a la proporció d'allotjaments turístics certificats ambientalment, els valors més elevats s'identifiquen a Salou, Castelló d'Empúries i La Vall de Boí. Si bé cal destacar que Salou duplica el percentatge dels altres dos municipis amb 11 hotels certificats. També és important observar que més de la meitat dels municipis d'estudi no tenen cap allotjament certificat; en els casos de Mediona i Piera perquè no tenen oferta, però en la resta perquè segurament no s'ha considerat estratègic i/o no hi ha prou conscienciació ambiental en les empreses turístiques.

Indicador	E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística		
Càlcul			
- Inventari de plans turístics amb incidència en els municipis d'estudi que incorporen criteris per a la millora ambiental de l'activitat.			
Font de les dades			
Beas Secall (2009), DGT (Servei de Planificació Turística), consulta de plans en web i contacte amb els ajuntaments dels municipis d'estudi.			
Interès de l'indicador			
Identifica el grau de resposta legislativa, normativa i planificadora per a la integració d'aspectes ambientals en el desenvolupament turístic.			
Tendència desitjada			
És desitjable que la planificació turística tingui en compte criteris ambientals per a garantir l'encaix territorial i ambiental de l'activitat i la seva viabilitat a llarg termini. Un mateix àmbit pot estar sotmès a diverses planificacions (territorials o sectorials) i a diferents escales (municipal, comarcal, regional, etc.), per la qual cosa és important que els plans s'articulin correctament entre ells i que segueixin unes mateixes directrius estratègiques en quant a la preservació i gestió de l'entorn.			
Gràfics i/o taules amb resultats obtinguts			
Plans turístics que incorporen criteris de millora ambiental en els municipis d'estudi (diversos anys) ¹			
Municipi	Àmbit municipal	Àmbit comarcal	Àmbit regional
Litoral			
Calella	Pla d'Excel·lència Turística de Calella (1998)		
Sitges	Pla d'Excel·lència Turística de Sitges (2003-2006)		
C. d'Empúries			Pla Estratègic de Turisme de les comarques de Girona (2011-2015)
L'Escala			
Lloret de Mar	Pla Estratègic de Turisme de Lloret de Mar (2010-2014)		
Roses			
T. de Montgrí		Pla de Qualitat Turística en Destinació del Baix Empordà (2004)	
Alcanar			Pla de Dinamització Turística de les Terres de l'Ebre (2004)
L'Ampolla			
El Vendrell	Pla d'Excel·lència Turística del Vendrell (2000-2004)		
Salou	Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1999-2003)		
Muntanya			
Alp			Pla Estratègic de Turisme de les comarques de Girona (2011-2015)
Camprodon			
Llívia			
Naut Aran		Pla d'Excel·lència Turística de la Vall d'Aran (2002-2004)	
La Vall de Boí	Pla d'Excel·lència Turística de La Vall de Boí (1997)		
Rural/int.			
Mediona		Pla Estratègic del Turisme del vi i del cava de l'Alt Penedès (2006)	
Piera			
Urbà			
Girona			Pla Estratègic de Turisme de les comarques de Girona (2011-2015)
Tarragona			

Indicador	E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística
------------------	--

¹ El contingut de les caselles es correspon amb el nom del pla turístic que conté criteris ambientals. Les caselles en blanc indiquen que els plans consultats pel municipi en qüestió no inclouen criteris ambientals explícitament, o bé que no es disposa de cap planificació turística.

Valoració i comentaris sobre els resultats

Aquest indicador pretén identificar aquells plans turístics amb incidència en els municipis d'estudi que incorporen criteris de millora ambiental, ja sigui en els seus objectius o en les seves accions. Per tant, el que es valora és la intencionalitat del pla però no la seva efectivitat real. Una planificació turística que integri la dimensió ambiental en les seves línies estratègiques procurarà un millor encaix territorial i ambiental de l'activitat, però si finalment això es materialitza o no en mesures efectives no es pot avaluar des de l'escala de treball d'aquesta investigació.

També cal aclarir que per "incorporació de criteris ambientals", s'entén que la planificació en qüestió inclogui estratègies específiques que contribueixin a la millora ambiental de l'activitat turística. D'aquesta manera, l'aprofitament de recursos naturals per a crear producte, tot i que és una mostra de la voluntat d'atorgar valor afegit a l'entorn, no es considera com a paràmetre d'elecció.

L'anàlisi general dels documents constata que la majoria recullen criteris de sostenibilitat en els seus objectius, i que aquest fet és més recurrent en els plans recents que en els més antics. La sostenibilitat s'entén principalment des de la vessant ambiental, obviant el necessari equilibri que ha d'haver amb la dimensió social i econòmica de l'activitat. Tanmateix, la generalització de la sostenibilitat ambiental en els plans turístics no garanteix una aplicació efectiva de millores en aquest sentit, doncs moltes vegades les directrius que es fixen són excessivament utòpiques i/o poc concretes.

Els plans turístics seleccionats s'han classificat segons l'escala territorial de referència, diferenciant entre l'àmbit municipal, el comarcal i el regional. Segons aquesta classificació, els municipis de litoral més desenvolupats turísticament (Salou, Lloret de Mar, Calella, Sitges i El Vendrell) són els que mostren una voluntat municipal més clara per introduir el vector ambiental en l'activitat. En la resta d'entorns només La Vall de Boí té una planificació similar a aquest nivell d'actuació. Per tant, la majoria dels municipis d'estudi no disposen de cap tipus de planificació turística pròpia, o bé la que tenen no té en compte l'entorn en el desenvolupament de l'activitat.

En molts casos cal recorre a escales territorials superiors a la municipal per a trobar algun tipus de regulació turística que inclogui criteris de millora ambiental, amb la conseqüent pèrdua de concreció que això suposa. A nivell comarcal, hi ha tres plans que afecten als municipis d'estudi de Torroella de Montgrí, Naut Aran i Mediona; i en l'àmbit regional només dos plans de gran abast (comarques de Girona i Terres de l'Ebre) inclouen un bon nombre dels casos d'estudi i es solapen amb planificació de menor rang. La duplictat d'aquests plans requereix d'una bona coordinació entre els mateixos per a garantir l'efectivitat de les accions que es desenvolupin en matèria turística.

5.3. DISCUSSIÓ DEL SISTEMA D'INDICADORS

Una vegada s'ha aplicat el sistema d'indicadors a tots els casos d'estudi, és necessari reflexionar sobre les virtuts i deficiències de l'eina per a garantir-ne un ús i interpretació de resultats correcta. Així, aquest apartat es centrarà en valorar el procediment metodològic desenvolupat anteriorment.

El sistema d'indicadors és la metodologia més estesa per a l'estudi de la sostenibilitat i, tanmateix, no hi ha una proposta universalment acceptada ni un consens sobre la seva construcció i aplicació. El Sistema d'Indicadors de Sostenibilitat Turística proposat és una contribució en aquest sentit, doncs presenta un procediment metodològic argumentat a dos nivells: 1) Conceptualment, a través de la recerca bibliogràfica i d'experiències sobre el turisme i la sostenibilitat (Capítol 2) i els instruments per a la seva identificació i quantificació (Capítol 3); i 2) Pràcticament, a través de la seva aplicació en 20 municipis representatius de les diferents realitats turístiques i territorials de Catalunya (Capítol 5). Precisament aquesta aplicació pràctica és el que permet valorar les fortaleeses i debilitats de la metodologia.

El desenvolupament de cada indicador s'ha realitzat a partir d'una fitxa estructurada en sis apartats que sistematitzen les dades i en faciliten la lectura. El model proposat té la virtut de no només recollir com calcular cada indicador i d'on extreure'n la informació, sinó també d'identificar l'interès que té la variable en relació a la sostenibilitat turística i la tendència desitjada en què hauria d'evolucionar per a contribuir-hi. Va, per tant, més enllà de la simple exposició de números i gràfics per a introduir un component valoratiu genèric que caldrà tenir en compte posteriorment en la interpretació dels resultats.

L'aplicació del sistema d'indicadors ha tingut com a principal dificultat la disponibilitat de dades específiques i l'actualització de les mateixes. La majoria de la informació necessària s'ha obtingut de centres estadístics genèrics (INE o IDESCAT) i d'organismes sectorials (ACA, ICAEN, ARC, etc.). Tanmateix, també s'ha requerit de la col·laboració expressa dels Ajuntaments dels municipis d'estudi i dels seus òrgans de gestió turística (oficines de turisme, patronats, consorcis, etc.); de manera que l'obtenció de part de les dades ha estat subjecte a la bona voluntat dels gestors municipals i a la producció de les mateixes a nivell local. En aquest sentit, alguns ajuntaments no han pogut facilitar totes les dades requerides pel càlcul perquè no disposaven de l'estudi/registre demanat (per exemple, enquestes de satisfacció o procedència dels turistes) o bé perquè no s'ha autoritzat la seva cessió (per exemple, planificació turística o pressupost municipal). En aquests casos,

i sempre que ha estat possible, s'han completat els indicadors amb informació d'escalas territorials superiors (comarca o marca turística).

D'altra banda, la manca d'actualització i d'uniformitat en les dades ha estat també un handicap important, i s'ha identificat principalment en la informació generada des dels ens locals. Aspectes com la planificació turística o les enquestes de satisfacció s'han elaborat des de diferents organismes i s'han adaptat a la realitat i necessitats pròpies de cada municipi, de manera que no s'ha treballat ni amb objectius ni metodologia similars. A més, la periodicitat en la producció de determinades dades també ha estat desigual i, per tant, ha obligat a comparar informació desactualitzada o bé entre diferents anys.

Els resultats de l'aplicació dels 26 indicadors simples en els 20 municipis d'estudi es recullen en resum a la Taula 2 dels Annexos. La recopilació evidencia la dificultat que comporta una interpretació integrada del Sistema d'Indicadors. El tractament de la informació fitxa a fitxa (o indicador a indicador) permet un nivell de profunditat analítica valuós, però que difícilment és transferible a una valoració global de la sostenibilitat turística de cada municipi. Per aquest motiu, ja des de l'inici de la investigació es va proposar elaborar un indicador compost o índex a partir d'aquestes dades. En el següent capítol se'n desenvoluparà la seva construcció i aplicació, de manera que es disposarà d'un instrument complementari al Sistema d'Indicadors que proporcionarà un resum estadístic i un significat simplificat de la sostenibilitat turística municipal.

CAPÍTOL 6

PROPOSTA D'ÍNDIX DE

SOSTENIBILITAT TURÍSTICA (ISOST)

Aquest capítol recull una proposta metodològica d'Índex de Sostenibilitat Turística (d'ara en endavant ISOST) com a instrument complementari al Sistema d'Indicadors testat anteriorment. L'Índex ha de permetre interpretar de manera global i integrada la sostenibilitat turística dels municipis d'estudi, és a dir, valorar conjuntament les seves característiques multidimensionals per a generar una imatge conjunta que redueixi la llista d'indicadors a un únic valor agregat. Aquesta simplificació ha de facilitar la comparació dels escenaris turístics analitzats i la identificació de tendències generals per a formular polítiques que permetin evolucionar cap a un model turístic més sostenible.

Per a l'elaboració d'aquest capítol s'ha tingut en compte la recerca bibliogràfica realitzada en el *Capítol 3. Instruments d'identificació i quantificació de la sostenibilitat turística*, especialment els apartats relatius als indicadors complexos i la construcció d'índexs; la informació generada en el *Capítol 4. Proposta de sistema d'indicadors per a l'avaluació de la sostenibilitat turística a escala municipal*; i també els resultats del *Capítol 5. Aplicació del sistema d'indicadors: estudi de casos*.

6.1. LA CONSTRUCCIÓ DE L'ÍNDEX DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA (ISOST)

El procediment de construcció de qualsevol índex parteix inicialment d'una selecció d'indicadors simples que, de manera organitzada, estructuraven un sistema d'indicadors rellevants pel fenomen (Capítol 4). Posteriorment, i una vegada testada la validesa d'aquests indicadors per a l'objecte i el territori d'estudi (Capítol 5), cal seleccionar-ne aquells més rellevants per la sostenibilitat turística que seran normalitzats per a obtenir una mesura adimensional que ponderada i agregada conjuntament generen un sol valor per l'índex.

Els següents apartats es centren en la selecció de les variables més significatives de la sostenibilitat turística a escala municipal, i en el procediment estadístic per a la seva jerarquització i agregació en l'índex.

6.1.1. La selecció dels indicadors simples

El procés de selecció dels indicadors simples que han de formar l'ISOST és important en tant que determinarà la fortalesa (o debilitat) de la proposta. És per això que cal reflexionar sobre la rellevància, qualitat i disponibilitat dels indicadors

simples per tal d'identificar-ne aquells més adients per a l'objecte d'estudi. Val a dir que bona part d'aquesta reflexió ja es va realitzar en el moment d'elaborar el Sistema d'Indicadors presentat en el Capítol 4, per la qual cosa en aquesta fase de la investigació ja es disposa d'una bateria d'indicadors ajustats a l'objecte i el territori d'estudi. Per tant, l'elecció dels indicadors simples es farà en base a aquest Sistema d'Indicadors, la prèvia aplicació del qual també garanteix la disponibilitat d'informació per al seu càlcul i facilitarà la identificació de les variables més rellevants per a la sostenibilitat turística.

La selecció parteix d'una bateria de 26 indicadors simples (vegeu Taula 2 dels Annexos). Tot i que es considera que tots els indicadors són rellevants per a l'anàlisi global de la sostenibilitat turística, per a l'elaboració de l'índex és necessari extreure'n un conjunt simplificat de variables que sigui eficaç i suficient per a la identificació de tendències i graus de sostenibilitat. D'acord amb això, es fixen els següents criteris per a la discriminació d'indicadors:

- En el Sistema d'Indicadors proposat hi ha indicadors específics per a l'activitat turística i indicadors generals que, tot i no estar directament relacionats amb el turisme, són susceptibles d'afectar o modificar-se en funció d'aquesta activitat (indicador E.2.2. Equipaments i serveis bàsics, C.1.1. Població resident, i E.3.1. Recollida selectiva de residus). Per a l'elaboració de l'índex es prioritzaran els indicadors que tinguin una relació més directa amb el turisme, de manera que la valoració es concretarà més clarament en els efectes immediats de l'activitat.
- L'índex ha de permetre la comparació entre els casos d'estudi i ordenar els mateixos en funció del grau de sostenibilitat turística, per la qual cosa és necessari que les variables que el conformen tinguin una tendència desitjada clara. Per tant, es descartaran els indicadors que no tenen una tendència preferent definida en relació a la sostenibilitat (indicador A.1.2. Procedència de la demanda turística).
- La manca d'informació en alguns dels casos d'estudi també és un factor limitant alhora d'escollir un o altre indicador. Si bé en el Sistema d'Indicadors la falta d'una determinada dada pot ser un resultat en si mateix, gràcies al nivell de desagregació que permet la valoració de cada cas, en l'índex afectaria al resultat agregat i comportaria una incorrecta interpretació del seu valor. És a dir, que quan no hi ha dades disponibles per a la majoria dels casos d'estudi la comparació entre els mateixos és incompleta i la imprecisió que això comporta s'incrementa si es combina l'indicador amb d'altres per a la construcció de l'índex. En aquests casos hi ha tres mètodes generals per a solucionar la

dificultat (OCDE, 2008): 1) eliminació de la variable, 2) imputació simple i 3) imputació múltiple. La primera opció s'aplicarà per aquells indicadors que estan molt incomplets (indicador D.1.1. Grau de satisfacció dels turistes), mentre que per aquells indicadors incomplets en un o dos casos se'ls imputarà la mitjana de la resta de valors i s'inclouran en l'anàlisi.

- L'índex s'ha de construir a partir de variables situades en una mateixa etapa de la cadena causa-efecte del fenomen turístic (CDS, 2001). Així, caldrà escollir aquells indicadors que parametritzen impactes reals i no els que descriuen impactes potencials (indicador B.1.1. Imatge transmesa a través de materials promocionals, C.2.1. Accessibilitat turística, i B.3.1. Pressió potencial humana en espais naturals i espais urbans)
- L'agregació en l'índex d'alguns dels indicadors proposats pot conduir a què determinats aspectes de la sostenibilitat siguin comptabilitzats més d'una vegada. Per aquesta raó cal descartar aquells indicadors que mesurin aspectes que puguin solapar-se o que estiguin millor representats per un altre indicador escollit (indicador C.2.3. Taxa d'atur en el sector turístic, i D.3.1. Factor d'antropització turística).

S'ha de tenir en compte que cada indicador té una o més avaluacions possibles, doncs, l'indicador és un instrument que dóna significat a la mesura obtinguda a través d'una o diverses fórmules. Per tant, per a poder construir l'índex caldrà identificar també quin és el càlcul més adient per a representar cada un dels indicadors seleccionats.

A més, la voluntat de mesurar la sostenibilitat en àmbits territorials diversos i de característiques socioeconòmiques dispars obliga a expressar les dades en proporcions en la majoria dels casos. Concretament, aquells indicadors que depenen de la grandària de la població, economia o superfície municipal hauran d'expressar-se en termes relatius per a ajustar les escales i aconseguir una comparació realista entre municipis (OCDE, 2008; Schuschny i Soto, 2009).

D'altra banda, la formulació de l'índex requereix de l'estructuració dels indicadors en subíndexs segons la naturalesa de les seves dades. D'acord amb els capítols anteriors, hi ha dos models d'organització que s'ajusten als objectius de la investigació: les dimensions del desenvolupament sostenible (social, econòmica i ambiental) i el model causal DPSIR. Tot i que el Sistema d'Indicadors proposat ha pogut combinar efectivament aquests dos models, l'índex requereix d'una major simplificació que obliga a escollir-ne un. Així l'estructuració es farà en base a les

tres dimensions del desenvolupament sostenible, ja que el càlcul i la interpretació des d'aquest punt de vista serà molt més interdependent i clar en relació a la sostenibilitat turística.

D'acord amb el que s'ha exposat, la Taula 45 recull i organitza els indicadors i avaluacions suggerides que s'han escollit per a la construcció de l'ISOST.

Taula 45. Indicadors simples escollits per a l'elaboració de l'ISOST.

Indicadors segons dimensió	Càlcul
1. Dimensió sociocultural	
A.1.1. Població turística	% PTE
C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics	Núm. de diferents categories de recursos turístics
E.1.1. Productes turístics aptes per a discapacitats	Núm. de diferents tipus d'adaptacions per a discapacitats
2. Dimensió econòmica	
A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística	% places turístiques disponibles (anual)
B.2.1. Oferta d'allotjament turístic	Places/habitant
B.2.2. Presència de segones residències	% habitatges secundaris
C.2.3. Volum de comerç i oci	Empreses/turista
D.2.2. Població ocupada en el sector turístic	% ocupats
D.2.1. Despesa turística	Despesa per càpita (€/habitant)
E.2.1. Inversió pública en matèria turística	% de pressupost en turisme
3. Dimensió ambiental	
A.3.1. Consum d'energia	Consum Kwh/PTP/dia
A.3.2. Consum d'aigua	Consum litres/PTP/dia
A.3.3. Generació de residus	Residus Kg/PTP/dia
C.3.1. Distribució dels usos del sòl	% sòl urbà
E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment	% establiments d'allotjament turístic certificats
E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística	Núm. de plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals

Font: Elaboració pròpia.

A partir d'aquesta selecció de 16 indicadors, encara és necessari fer un anàlisi de correlacions entre les variables abans de poder començar a construir l'ISOST. És a dir, cal valorar estadísticament les interrelacions que s'estableixen entre els indicadors per a confirmar la seva idoneïtat, valorar les possibles implicacions metodològiques de decisions posteriors (jerarquització i agregació) i eliminar, si cal, aquells indicadors redundants. Per a fer-ho primer s'estandarditzaran els valors dels indicadors d'acord amb la fórmula¹:

¹ Totes les fórmules que es presenten s'han aplicat a partir del programa Microsoft Excel que simplifica els càlculs a partir de funcions matemàtiques predefinides.

$$Y_{qc} = \frac{X_{qc} - \bar{X}_q}{\sigma_q}$$

X_{qc} = valor de l'indicador "q" en l'àmbit territorial "c"

\bar{X}_q = valor de la mitjana de l'indicador "q"

σ_q = valor de la desviació estàndard de l'indicador "q"

Y_{qc} = valor de l'indicador "q" normalitzat en l'àmbit territorial "c"

A partir d'aquest càlcul s'obté per a cada municipi d'estudi la distància entre el valor d'un indicador i la mitjana del conjunt de casos, expressada en unitats de desviació estàndard. L'interessant d'aquesta representació és que els valors de cada unitat d'anàlisi queden estandarditzats respecte a una mateixa distribució.

Amb les dades normalitzades es calcula el coeficient de correlació de Pearson, que permet estimar de manera objectiva i exacta la relació que s'estableix entre les variables (Raso Nadal et al., 1987):

$$R_{xz} = \frac{\text{Cov. (X, Z)}}{\sigma_x \cdot \sigma_z}$$

R_{zx} = coeficient de correlació de Pearson entre els indicadors X i Z

Cov. (X, Z) = covariància dels indicadors (X, Z)

σ_x i σ_z = valor de la desviació típica dels indicadors X i Z

Els resultats absoluts de l'anàlisi de correlacions es recullen a la Taula 46. Si es considera un coeficient de correlació significatiu al 99% del nivell de confiança, tots els valors absoluts superiors a 0,6 (segons $n=20$; 20 municipis d'estudi) identifiquen nivells d'associació entre variables molt elevats, és a dir, que el comportament d'un indicador explica el dels altres o, el que és el mateix, que les altres no aporten nova informació. Per tant, s'eliminaran aquells indicadors altament correlacionats entre si deixant només un d'ells, que serà el que tingui més interès en el conjunt per a la sostenibilitat turística. Aquesta assumpció resulta en l'eliminació de 4 indicadors (B.2.1. Oferta d'allotjament turístic, B.2.3. Volum de comerç i oci, C.2.2. Població ocupada en el sector turístic, i D.2.1. Despesa turística), quedant finalment 12 indicadors simples per a la construcció de l'índex (vegeu Taula 47).

Taula 46. Coeficients absoluts de correlació de Pearson entre els indicadors seleccionats per a construir de l'ISOST.

Indicadors	A.1.1.	C.1.2.	E.1.1.	A.2.1.	B.2.1.	B.2.2.	C.2.3.	D.2.2.	D.2.1.	E.2.1.	A.3.1.	A.3.2.	A.3.3.	C.3.1.	E.3.2.	E.3.3.
A.1.1.	1,0															
C.1.2.	0,2	1,0														
E.1.1.	0,6	0,2	1,0													
A.2.1.	0,2	0,4	0,4	1,0												
B.2.1.	0,9	0,1	0,5	0,2	1,0											
B.2.2.	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	1,0										
C.2.3.	0,4	0,5	0,4	0,7	0,3	0,1	1,0									
D.2.2.	0,8	0,2	0,5	0,4	0,8	0,4	0,4	1,0								
D.2.1.	0,8	0,0	0,3	0,1	0,8	0,2	0,1	0,8	1,0							
E.2.1.	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,0	1,0						
A.3.1.	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,0	0,1	0,4	0,1	0,2	1,0					
A.3.2.	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,2	0,0	0,2	0,2	1,0				
A.3.3.	0,3	0,2	0,1	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,1	0,2	0,2	1,0			
C.3.1.	0,0	0,4	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,1	1,0		
E.3.2.	0,5	0,2	0,4	0,0	0,5	0,3	0,2	0,5	0,5	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	1,0	
E.3.3.	0,4	0,4	0,3	0,1	0,3	0,3	0,2	0,5	0,4	0,0	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	1,0

Font: Elaboració pròpia.

Taula 47. Indicadors simples definitius per a l'elaboració de l'ISOST.

Indicadors segons dimensió	Càlcul
1. Dimensió sociocultural	
A.1.1. Població turística	% PTE
C.1.2. Diversificació dels atractius i recursos turístics	Núm. de diferents categories de recursos turístics
E.1.1. Productes turístics aptes per a discapacitats	Núm. de diferents tipus d'adaptacions per a discapacitats
2. Dimensió econòmica	
A.2.1. Estacionalitat de l'oferta turística	% places turístiques disponibles (anual)
B.2.2. Presència de segones residències	% habitatges secundaris
E.2.1. Inversió pública en matèria turística	% de pressupost en turisme
3. Dimensió ambiental	
A.3.1. Consum d'energia	Consum Kwh/PTP/dia
A.3.2. Consum d'aigua	Consum litres/PTP/dia
A.3.3. Generació de residus	Residus Kg/PTP/dia
C.3.1. Distribució dels usos del sòl	% sòl urbà
E.3.2. Espais i establiments turístics certificats ambientalment	% establiments d'allotjament turístic certificats
E.3.3. Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística	Núm. de plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals

Font: Elaboració pròpia.

6.1.2. La fórmula de l'índex ISOST

Una vegada definits els indicadors simples que formaran part de l'ISOST, cal plantejar les fórmules necessàries per a la normalització, ponderació i agregació dels mateixos. La normalització dels indicadors permet comparar-ne els resultats obtinguts pels diferents municipis d'estudi, mentre que la ponderació jerarquitzza les variables analitzades a través de l'assignació de pesos. Finalment l'agregació d'indicadors acaba obtenint un únic valor final representatiu del grau de sostenibilitat turística de cada cas. En el Capítol 3 ja es van presentar els procediments més comuns per a la construcció d'índexs (vegeu apartat 3.1.5.), la selecció dels quals depèn de la consideració de les propietats de les dades tractades i dels objectius que es persegueixen.

Així doncs, el primer pas en la construcció de l'ISOST és la representació dels indicadors en una mateixa unitat. Amb aquest objectiu, i tenint en compte els principals mètodes de normalització recollits a la Taula 27 (Capítol 3), s'aplicarà de nou el mètode d'estandarització que respon a l'equació²:

$$Y_{qc} = \frac{X_{qc} - \bar{X}_q}{\sigma_q}$$

X_{qc} = valor de l'indicador "q" en l'àmbit territorial "c"

\bar{X}_q = valor de la mitjana de l'indicador "q"

σ_q = valor de la desviació estàndard de l'indicador "q"

Y_{qc} = valor de l'indicador "q" normalitzat en l'àmbit territorial "c"

Aquest mètode normalitza els indicadors en funció de la distància a la mitjana del conjunt de casos, de manera que s'aconsegueix que totes les variables estiguin estandaritzades respecte una mateixa distribució. A més, atès que la mitjana esdevé zero en la transformació, s'eviten les distorsions causades per les diferències entre les mitjanes dels indicadors en l'agregació de variables (Schuschny i Soto, 2009).

Una vegada s'han relativitzat els indicadors cal procedir a jerarquitzar-los i agregar-los, primer en les tres dimensions de la sostenibilitat, obtenint així tres subíndexs

² En cas que la relació entre l'indicador i la seva contribució a la sostenibilitat turística sigui inversa (quant menor sigui el valor de l'indicador, major serà la seva contribució a la sostenibilitat), la normalització es realitza aplicant la mateixa fórmula però amb el següent valor de l'indicador: $(-X_{qc})$.

per cada municipi d'estudi, i després en un índex global (ISOST). A partir d'aquí doncs, s'inicia una de les etapes més discutides en la metodologia de construcció d'índexs: l'atorgament de pesos. Aquest problema existeix al menys en dos nivells: 1) en la jerarquització dels indicadors individuals per cada dimensió de la sostenibilitat, i 2) en la jerarquització entre les tres dimensions (Finkbeiner et al., 2010). La bibliografia sobre el tema identifica un ampli ventall de possibles mètodes d'atorgament de pesos, tots amb els seus pros i contres, de manera que l'única solució és optar per aquell model que es cregui més adient per al plantejament de la recerca, justificar-ne l'elecció i ser transparent en les seves limitacions.

En aquest cas s'atorguen pesos iguals als indicadors que integren els subíndexs i a la combinació d'aquests darrers en l'ISOST (vegeu Taula 48). Ponderar a partir de pesos iguals no vol dir que no es jerarquitzin les variables, sinó que es concedeix la mateixa importància a cada una d'elles en la dinàmica del fenomen estudiat. Aquest procediment és un dels més utilitzats en la construcció d'índexs (per exemple: ISA, IPT, IPV, IDH, o Petjada Ecològica), a més evita judicis de valor sobre els aspectes que integren la sostenibilitat i és coherent amb el plantejament inicial de la recerca, és a dir, amb el necessari equilibri conceptual que s'ha d'establir entre les dimensions social, econòmica i ambiental del turisme sostenible.

Així doncs, els 12 indicadors simples s'agregaran per a cada una de les dimensions a partir d'una mitjana aritmètica dels valors normalitzats segons la fórmula següent:

$$S_{kc} = (1/p) \sum_1^p Y_{qc}$$

Y_{qc} = valor de l'indicador "q" normalitzat en l'àmbit territorial "c"

p = número d'indicadors simples utilitzats per a mesurar cada dimensió

S_{kc} = valor del subíndex de la dimensió "k" en l'àmbit territorial "c"

Posteriorment, els tres subíndexs resultants es combinaran a partir de la mitjana aritmètica dels seus valors agregats per a obtenir un índex global que indicarà el grau la sostenibilitat turística de cada municipi, el qual es podrà comparar fàcilment amb la resta de casos. D'acord amb això, el ISOST respondrà a la següent equació:

$$ISOST_c = (1/3) \sum_1^3 S_{kc}$$

S_{kc} = valor del subíndex de la dimensió "k" en l'àmbit territorial "c"

$ISOST_c$ = Índex de Sostenibilitat Turística en l'àmbit territorial "c"

El model de pesos iguals per a la jerarquització d'indicadors i subíndexs és adequat donat que les dimensions del tema que s'analitza són igualment prioritàries i estan equilibrades en els seus components. Tanmateix, els processos d'agregació que se'n deriven tenen com a limitació més significativa la compensació d'impactes que suposa una suma aritmètica de variables, de manera que el dèficit en un indicador o subíndex pot ser compensat per el plus d'un altre. Per a minimitzar l'error d'interpretació que això pot suposar, caldrà no perdre de vista la contribució que fa cada indicador/subíndex al valor agregat.

El resum de procediments i variables utilitzades en la construcció de l'índex ISOST es recullen en la Taula 48 i 49.

Taula 48. Indicadors i pesos per la construcció de l'índex ISOST.

Dimensió	Indicadors	Pes indicador en dimensió	Pes dimensió en ISOST
Sociocultural	Població turística	1/3	1/3
	Diversificació dels atractius i recursos turístics		
	Productes turístics aptes per a discapacitats		
Econòmica	Estacionalitat de l'oferta turística	1/3	1/3
	Presència de segones residències		
	Inversió pública en matèria turística		
Ambiental	Consum d'energia	1/6	1/3
	Consum d'aigua		
	Generació de residus		
	Distribució dels usos del sòl		
	Espais i establiments turístics certificats ambientalment		
	Incorporació de criteris ambientals en la planificació turística		

Font: Elaboració pròpia.

Taula 49. Els principals atributs d'elaboració del ISOST.

Indicadors simples	Normalització	Ponderació	Agregació
12	<p>Estandarització</p> $Y_{qc} = \frac{X_{qc} - \bar{X}_q}{\sigma_q}$	Pesos iguals	<p>Aritmètica</p> $(1/p) \sum_1^p Y_{qc}$ $(1/3) \sum_1^3 S_{kc}$

Font: Elaboració pròpia.

6.2. APLICACIÓ DE L'ÍNDEX ISOST

Aquest apartat presenta l'aplicació de l'índex ISOST en els 20 municipis d'estudi, presentant-ne els resultats a dos nivells: 1) En un rànquing segons el grau de sostenibilitat turística i 2) En un anàlisi individual municipi a municipi. Els annexos de la Tesi (vegeu *Base de dades Índex ISOST*) recullen les dades generades en aquest apartat.

La primera aproximació suposa la interpretació de l'ISOST per a un univers d'estudi concret, de manera que es poden identificar comparativament diferents nivells de sostenibilitat turística i establir uns l·lindars extrapolables per l'índex. Aquests l·lindars permetran, una vegada s'hagi replicat la metodologia, identificar el grau de sostenibilitat turística d'altres àmbits turístics similars.

D'altra banda, l'anàlisi municipi a municipi permet comprendre millor els components que han determinat un valor o altre per l'ISOST. Així, es presenta l'índex desagregat en els subíndexs de cada dimensió de la sostenibilitat i en els indicadors simples de municipi, de manera que es visualitzaran els aspectes crítics en que caldrà treballar per a aconseguir un major grau de sostenibilitat turística. Aquesta representació dels resultats ha de facilitar la gestió turística i compensar la pèrdua d'informació que suposa l'agregació de valors en un sol índex.

6.2.1. Rànquing dels municipis d'estudi segons el grau de sostenibilitat turística

D'acord amb el procediment metodològic exposat anteriorment, l'índex ISOST s'ha calculat per a un total de 20 municipis turístics de Catalunya. Aquesta aplicació suposa l'estudi d'un mateix procés (sostenibilitat turística) en un conjunt de municipis representatius de diverses realitats turístiques, de manera que la comparació dels resultats determina unes conclusions generalitzables que permeten la transferència i replicació de la metodologia en d'altres àmbits territorials similars.

Els resultats obtinguts per a l'índex ISOST es presenten en ordre descendent, establint així un rànquing de sostenibilitat turística que va del municipi més sostenible al menys (vegeu Taula 50). Per a la interpretació dels valors d'ISOST s'ha de tenir present que l'índex no té límit inferior o superior, sinó que identifica com un municipi es distancia de la mitjana de la mostra. Per aquest motiu, no es pot afirmar de manera absoluta la sostenibilitat o insostenibilitat d'un municipi, sinó que cal referir-s'hi en termes comparatius/parcials. També cal matissar que els

valors negatius obtinguts no indiquen que la variable contribueixi negativament a la sostenibilitat turística sinó que contribueix menys que la mitjana, i a l'inrevés.

Taula 50. Rànquing dels municipis d'estudi segons l'ISOST.

Municipi	ISOST	Posició en el Rànquing
Sitges	0,55	1
La Vall de Boí	0,52	2
Girona	0,33	3
Tarragona	0,32	4
Calella	0,27	5-6
Salou	0,27	6-5
L'Ampolla	0,25	7
Lloret de Mar	0,12	8
Camprodon	0,06	9
El Vendrell	0,04	10
Alcanar	0,01	11
Llívia	-0,03	12
L'Escala	-0,07	13-14
Roses	-0,07	14-13
Torroella de Montgrí	-0,15	15
Castelló d'Empúries	-0,24	16
Alp	-0,35	17
Naut Aran	-0,36	18
Piera	-0,56	19
Mediona	-0,91	20

Font: Elaboració pròpia.

A partir d'aquest rànquing s'estableixen els llindars de sostenibilitat turística de l'ISOST tenint en compte dos criteris: 1) la mitjana (valor ISOST=0) determinarà el punt d'inflexió a partir del qual un municipi es considera "sostenible" o "poc sostenible", de manera que els valors de l'índex negatius identificaran àmbits turístics poc sostenibles i els positius els sostenibles; i 2) la distribució dels casos d'estudi en quintils identificarà els límits (primer i quart quintil) que afinaran més si els municipis són "sostenibles" o "més sostenibles"; i a l'inrevés, si són "poc sostenibles" o "molt poc sostenibles". Així es podran categoritzar els municipis turístics estudiats en diferents graus de sostenibilitat turística (vegeu Taula 51).

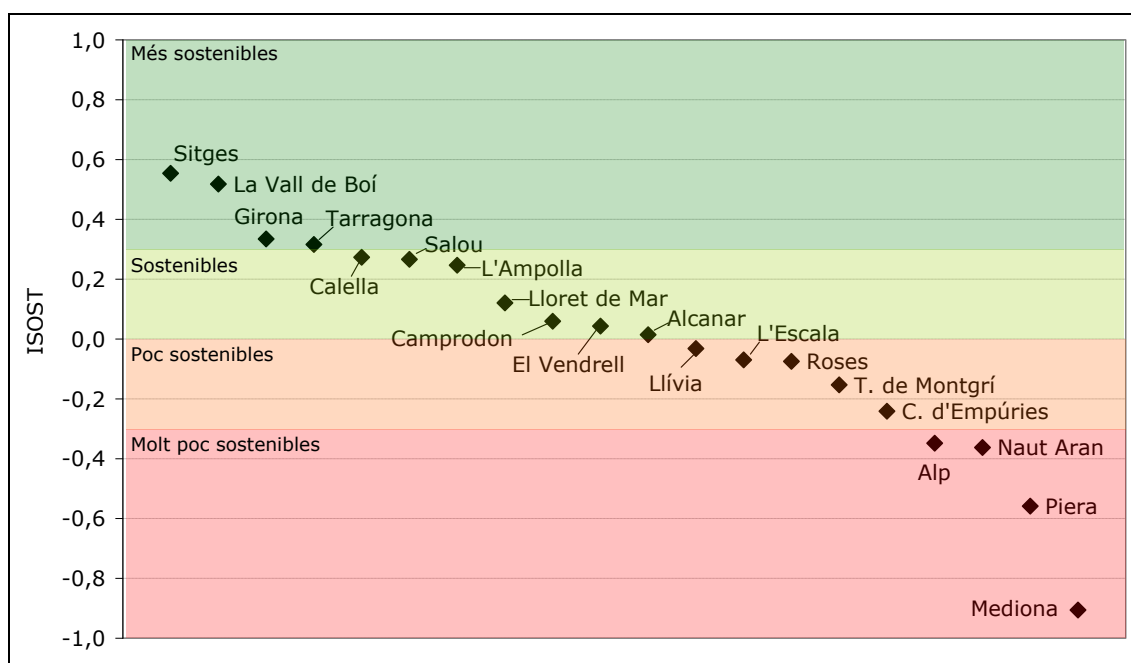
Aplicant els llindars definits per a l'índex ISOST, els municipis d'estudi es classifiquen segons mostra la Figura 51. En aquesta s'observa com la majoria dels casos es situen en la posició central, mentre que els extrems discriminen aquells municipis amb un comportament més singular, tan positiva com negativament, en relació a la sostenibilitat turística.

Taula 51. Els llindars de sostenibilitat turística de l'índex ISOST.

$ISOST \geq 0,3$ = Municipi més sostenible turísticament
$0,3 > ISOST \geq 0$ = Municipi sostenible turísticament
$0 > ISOST > -0,3$ = Municipi poc sostenible turísticament
$ISOST \leq -0,3$ = Municipi molt poc sostenible turísticament

Font: Elaboració pròpia.

Figura 51. Municipis d'estudi segons grau de sostenibilitat turística.



Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi dels resultats permet identificar una certa relació entre els entorns territorials considerats i el grau de sostenibilitat turística. Així, els municipis urbans tendeixen a ser més sostenibles turísticament, mentre que els rurals/d'interior són molt poc sostenibles turísticament. Entre els entorns de litoral i de muntanya no hi ha una tendència predominant clara. Tanmateix, es pot reconèixer una certa relació entre el model de desenvolupament turístic i el grau de sostenibilitat en la muntanya, essent aquells municipis més massificats turísticament els menys sostenibles (Alp i Naut Aran). En el cas del litoral, en canvi, no hi ha diferències fàcilment perceptibles, i s'identifica una tendència general a la concentració de valors al voltant de la mitjana de la mostra.

Del conjunt dels 20 municipis estudiats, Sitges i La Vall de Boí són els més sostenibles turísticament, mentre que Piera i Mediona els que menys. Aquests quatre municipis estan especialment diferenciats de la resta de la mostra, doncs obtenen valors extrems que són substancialment superiors (en valor absolut) als que els segueixen. Així, Sitges i La Vall de Boí registren un ISOST de 0,55 i 0,52, respectivament, mentre que el següent municipi en l'ordre del rànquing (Girona) ja es situa a un valor de 0,33. El mateix passa amb Piera i Mediona amb un ISOST de -0,56 i -0,91, respectivament, que són marcadament menys sostenibles que el municipi que els precedeix (Naut Aran amb un ISOST de -0,36). Tenint en compte que la sostenibilitat turística calculada per l'ISOST considera tant variables ambientals com econòmiques i socials, es previsible que Mediona i Piera obtinguin valors tan baixos de l'índex a causa d'un turisme incipient, que encara no compta amb una implicació realment activa dels actors de territori ni amb una estructuració de l'oferta i els recursos efectiva. Sitges i La Vall de Boí, en canvi, han aconseguit un desenvolupament més equilibrat de l'activitat, fent-la rendible econòmicament, però també integrada en el territori, responsable i equitativa socialment.

6.2.2. L'índex ISOST municipi a municipi

En aquest apartat es realitza un anàlisi municipi a municipi de l'índex ISOST, expressant-ne els resultats desagregats en cada una de les seves parts (subíndexs i indicadors simples) a través de fitxes resum (vegeu Figura 52). D'aquesta manera es poden visualitzar fàcilment els components que han condicionat el grau de sostenibilitat turística de cada cas d'estudi, i identificar aquells aspectes crítics en que cal treballar per millorar-la.

L'anàlisi dels municipis es presentarà seguint l'ordre determinat en el rànquing de sostenibilitat turística i classificats segons les categories definides pels llistats de l'índex ISOST.

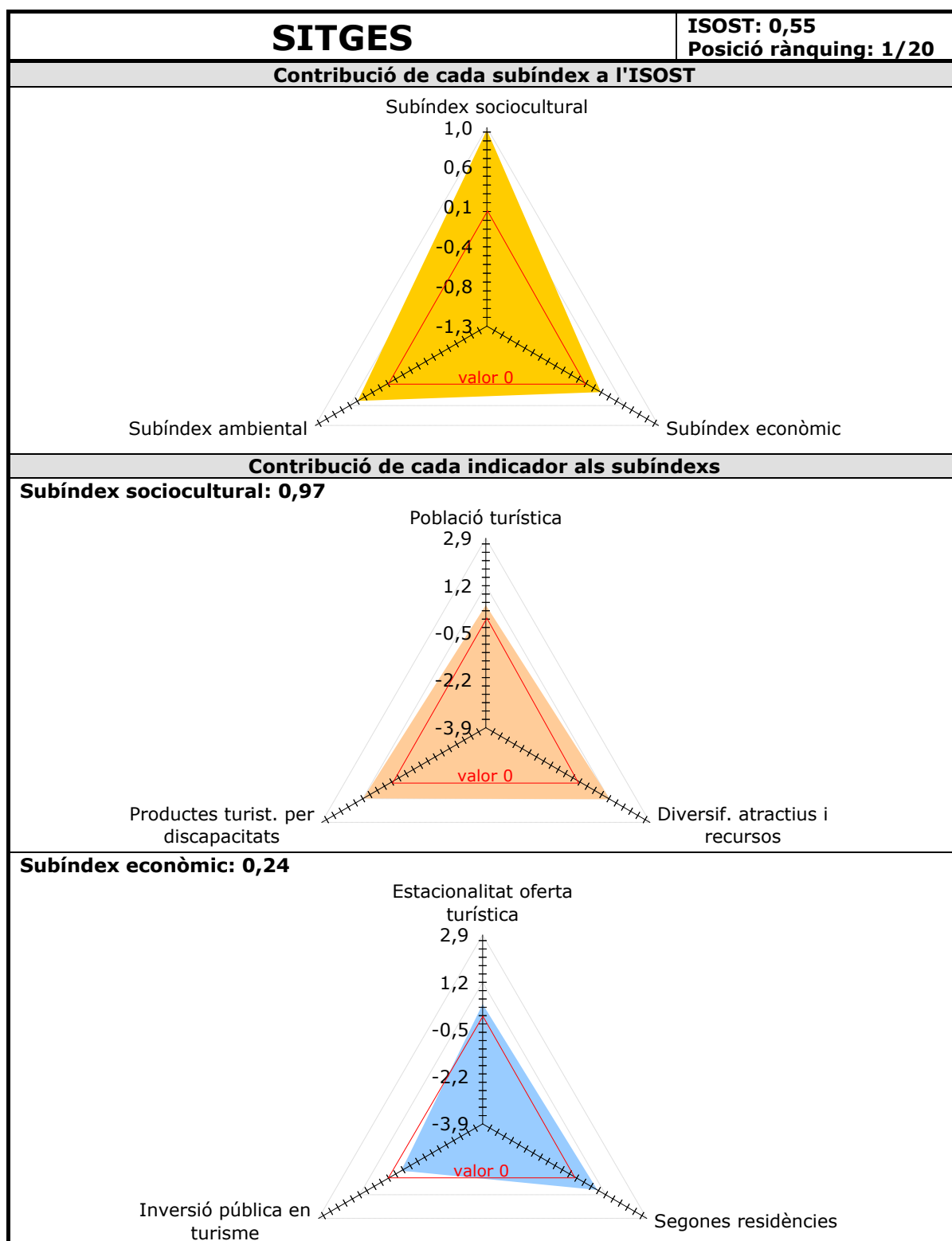
Figura 52. Model de Fitxa per a l'anàlisi de l'índex ISOST en cada municipi.

NOM DEL MUNICIPI	ISOST: Valor de l'ISOST Posició rànkung: Posició rànkung / 20
Contribució de cada subíndex a l'ISOST	
<i>(Gràfic de l'ISOST desagregat en subíndexs)</i>	
Contribució de cada indicador als subíndexs	
Subíndex sociocultural: <i>Valor del subíndex</i> <i>(Gràfic del subíndex desagregat en indicadors simples)</i>	
Subíndex econòmic: <i>Valor del subíndex</i> <i>(Gràfic del subíndex desagregat en indicadors simples)</i>	
Subíndex ambiental: <i>Valor del subíndex</i> <i>(Gràfic del subíndex desagregat en indicadors simples)</i>	
Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra	
<i>(Taula de dades amb el valor real dels indicadors simples i la mitjana de la mostra)</i>	
Observacions: <i>Explicació dels resultats mostrats en els apartats anteriors</i>	

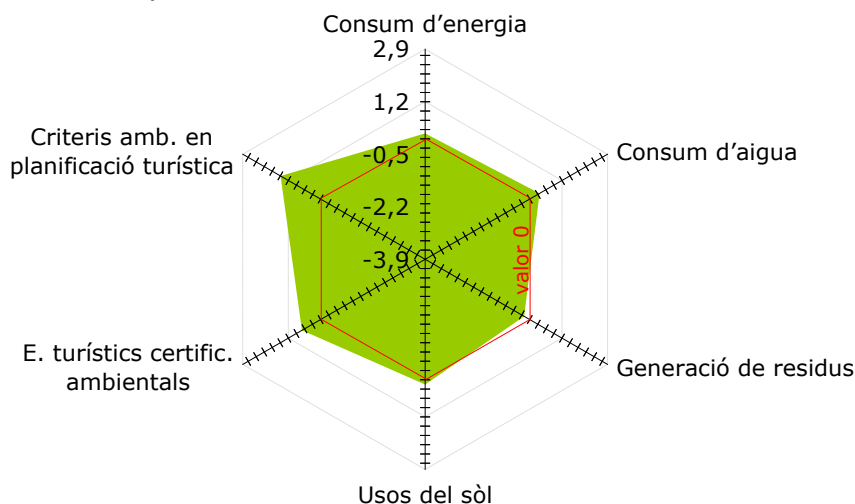
Font: Elaboració pròpia.

6.2.2.1. Municipis més sostenibles turísticament

D'acord amb els llindars de sostenibilitat turística determinats per a l'índex ISOST, els municipis amb un valor: $ISOST \geq 0,30$ corresponen a la categoria de *Municipi més sostenible turísticament*. Seguidament es presentaran les fitxes dels municipis que s'inclouen en aquesta tipologia: Sitges, La Vall de Boí, Girona i Tarragona.



Subíndex ambiental: 0,44



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	14,63	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	9	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	3	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	87,67	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	32,29	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	0,82	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	18,07	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	278,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,79	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	7,93	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	5,88	2,94
Criteris ambientals en planificació turística (2003)	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	1	0,30

Observacions:

Sitges és el municipi amb l'índex ISOST més alt (0,55) i, per tant, el més sostenible turísticament d'entre els casos analitzats. La desagregació de l'índex en els tres subíndexs que el conformen permet identificar la dimensió sociocultural com la que més positivament contribueix a aquest fet; si bé l'econòmica i l'ambiental també obtenen puntuacions positives. D'això es dedueix que les tres dimensions es situen en valors superiors a la mitjana de la mostra i que, per tant, assoleixen una major sostenibilitat turística.

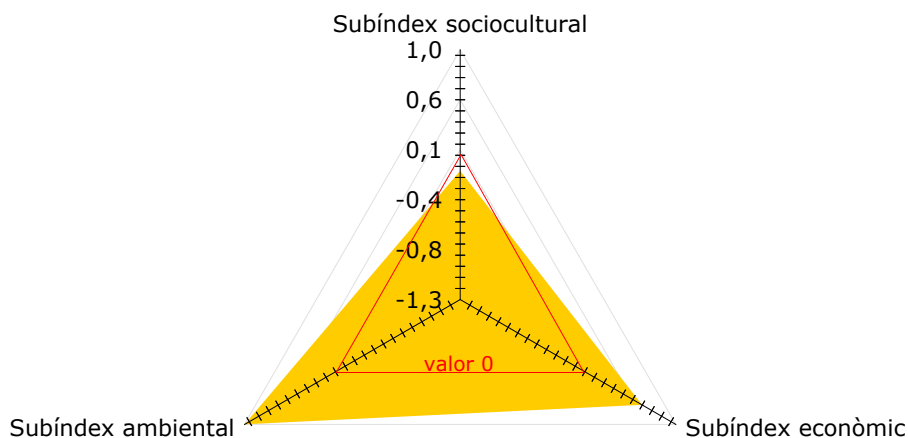
Pel que fa a la desagregació de cada subíndex en indicadors simples, totes les variables estandaritzades són positives excepte la inversió pública en turisme i la generació de residus. Així doncs, els aspectes en que Sitges ha de treballar per a millorar la seva sostenibilitat turística és en aconseguir un major finançament per al sector i en la reducció de la generació de residus.

LA VALL DE BOÍ

ISOST: 0,52

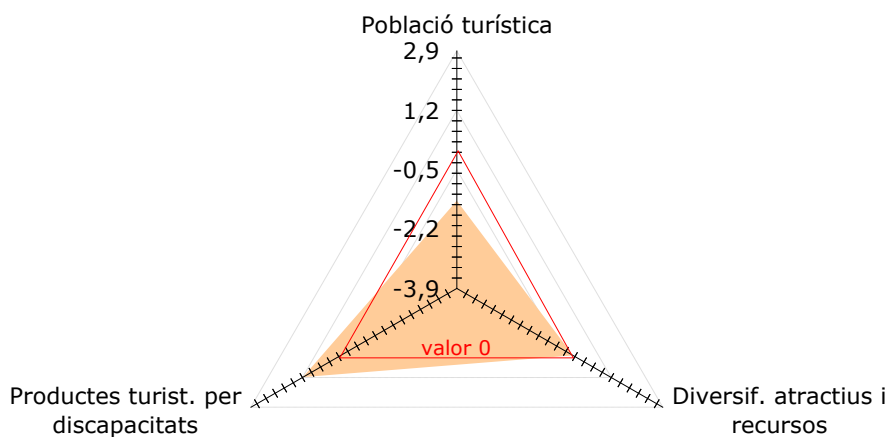
Posició rànkung: 2/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

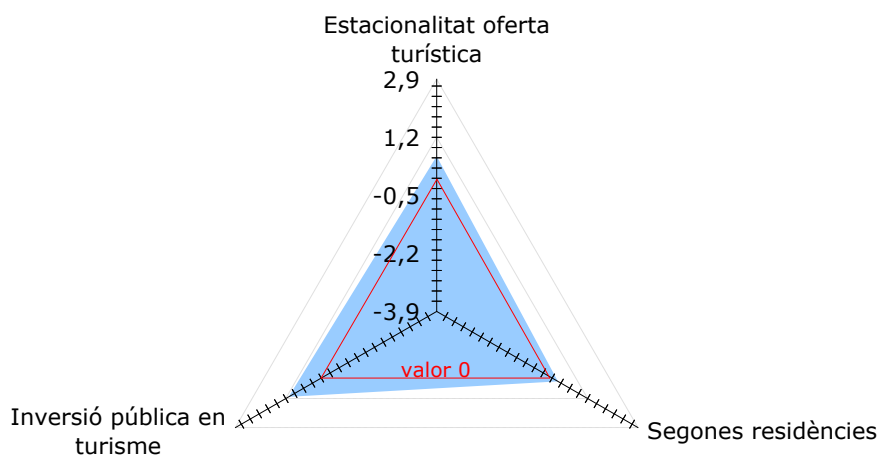


Contribució de cada indicador als subíndexs

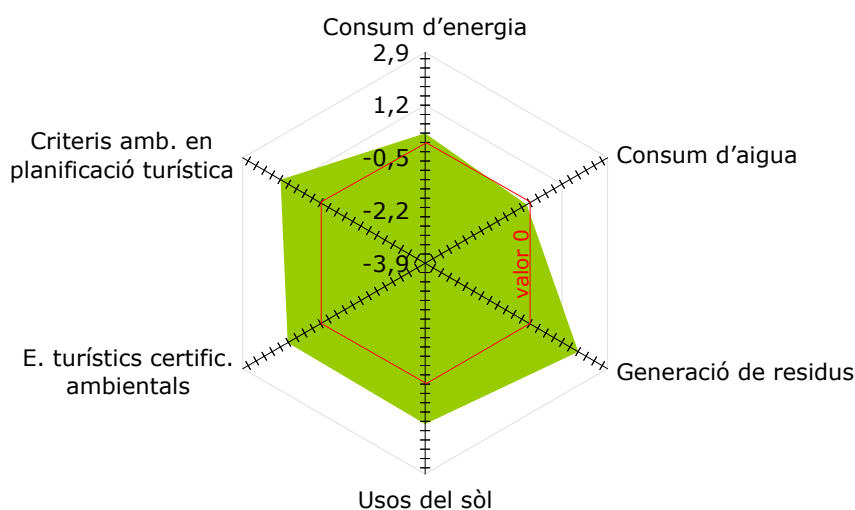
Subíndex sociocultural: -0,09



Subíndex econòmic: 0,65



Subíndex ambiental: 1,00



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	49,22	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	3	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	94,43	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	45,88	49,89
Inversió pública en turisme (2010)	% de pressupost en turisme	4,01	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	15,22	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	413,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	0,70	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	0,09	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	8,14	2,94
Criteris ambientals en planificació turística (1997)	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	1	0,30

Observacions:

La Vall de Boí ha obtingut la segona posició en el rànquing de municipis més sostenibles turísticament. El seu valor d'índex ISOST (0,52) es situa molt proper al de Sitges (primera posició), i la desagregació en subíndexs identifica la component ambiental com la seva principal fortalesa. De fet, la majoria dels indicadors simples ambientals obtenen puntuacions positives i, per tant, per sobre la mitjana de la mostra (valor 0). Només el consum de l'aigua penalitza lleugerament el valor total del subíndex. La dimensió econòmica també contribueix positivament al ISOST, amb tots els indicadors simples que la conformen amb valors positius. D'altra banda, el subíndex sociocultural és l'únic que és negatiu i es deu principalment a que la població turística obté una puntuació força baixa (-1,39).

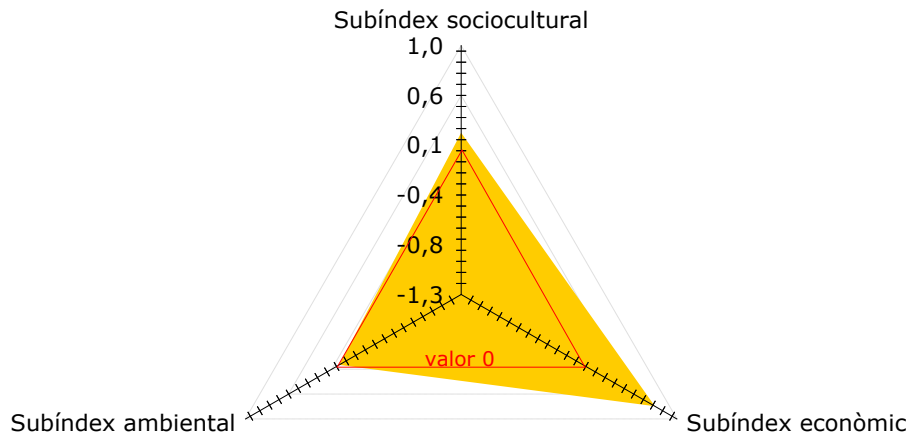
Segons aquests resultats, la població flotant és la variable que limita més clarament una major sostenibilitat turística al municipi. Tanmateix, també hi ha altres aspectes en que els gestors turístics haurien d'incidir per a millorar el model: una major diversificació d'atractius i recursos turístics i la reducció del consum d'aigua.

GIRONA

ISOST: 0,33

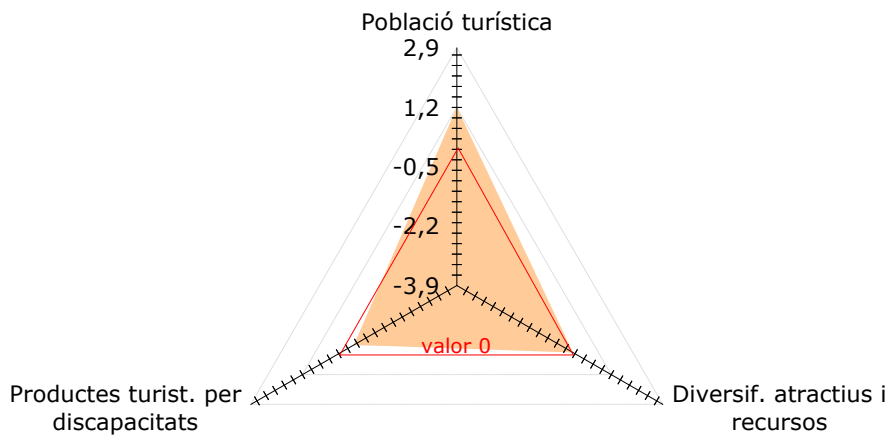
Posició rànkning: 3/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

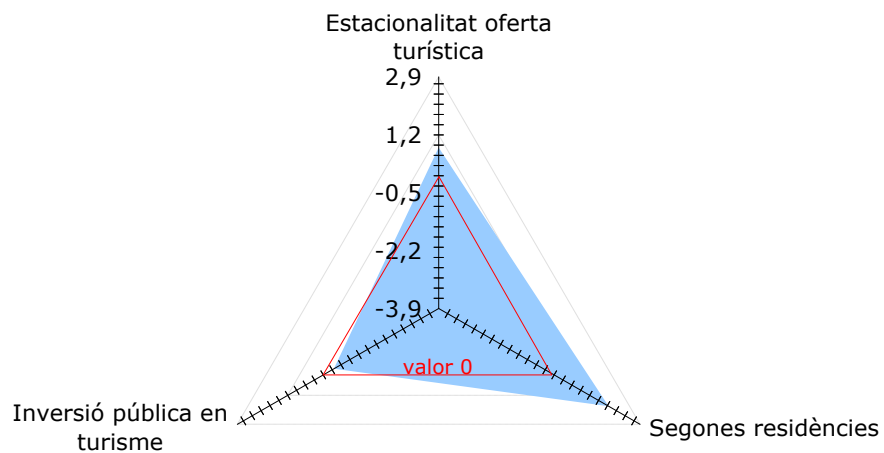


Contribució de cada indicador als subíndexs

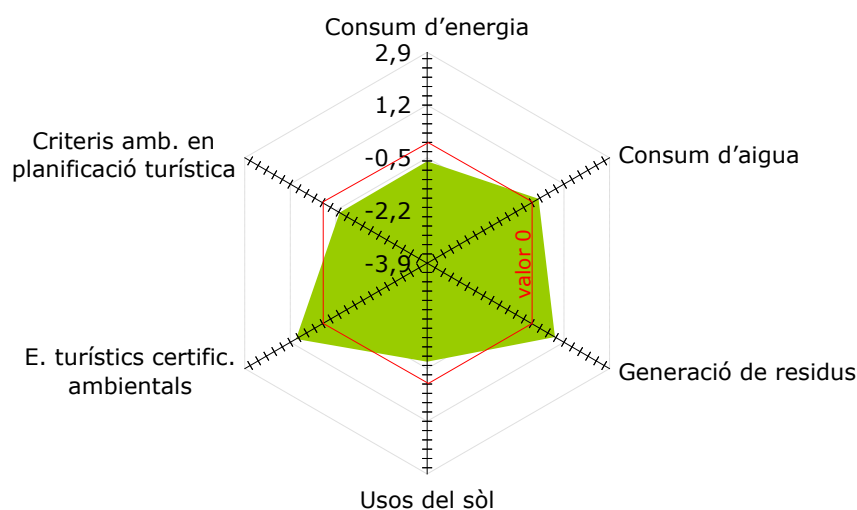
Subíndex sociocultural: 0,21



Subíndex econòmic: 0,77



Subíndex ambiental: 0,02



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	1,72	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	1	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	99,79	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	11,98	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,16	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	37,60	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	309,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,21	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	13,96	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	7,14	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

Girona ocupa la tercera posició en el rànquing de sostenibilitat turística (ISOST=0,33), tot i que es situa a una distància considerable del seu predecessor (La Vall de Boí, ISOST=0,52). El subíndex econòmic és en aquest cas el que contribueix més positivament a la sostenibilitat turística, gràcies a les qualitats urbanes de la destinació que afavoreixen una activitat turística desestacionalitzada i una baixa proporció d'habitatges secundaris. La inversió pública en turisme, però, és una variable que caldria incrementar.

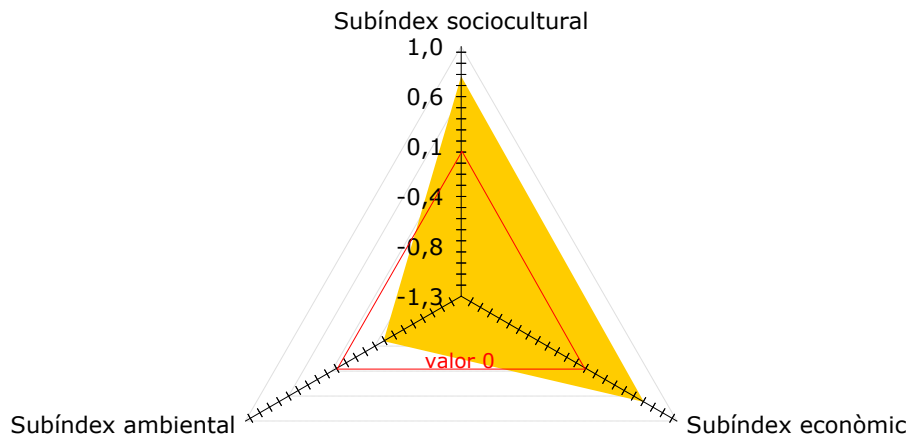
El subíndex sociocultural obté també un valor positiu, tot i que bastant menor que l'econòmic. Entre els seus indicadors simples, la població turística és la de major puntuació, cosa que significa que la població flotant al municipi és relativament baixa. Els altres dos indicadors registren valors negatius, destacant especialment una insuficient oferta de productes turístics aptes per a discapacitats.

Finalment, el subíndex ambiental és el més feble, doncs supera per ben poc la mitjana de la mostra (0,02). La desagregació dels seus components identifica el consum d'energia, la incorporació de criteris ambientals en la planificació turística i la superfície urbana com els factors més crítics. Contràriament, la resta d'indicadors simples obtenen puntuacions significativament positives, constatant que Girona és eficient en el consum d'aigua, minimització de residus i certificació ambiental d'establiments turístics.

TARRAGONA

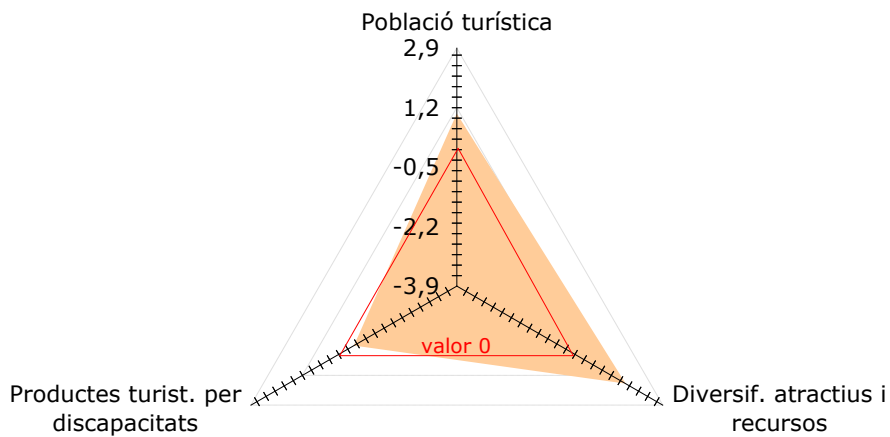
ISOST: 0,32
Posició rànkung: 4/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

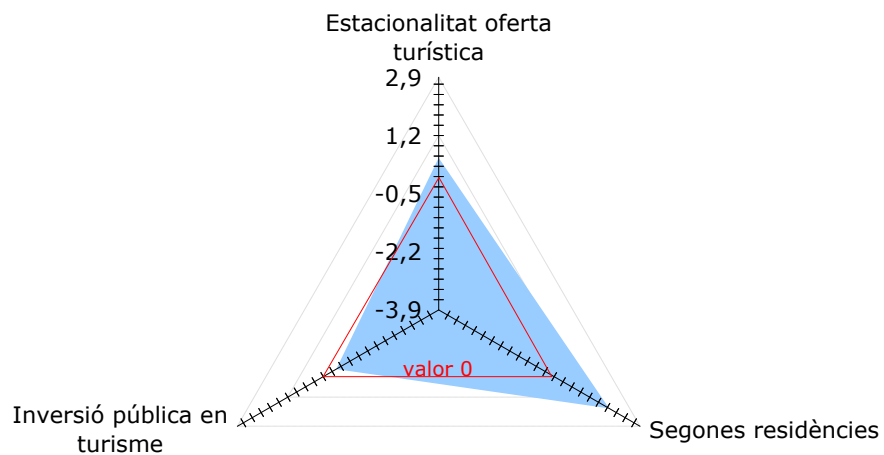


Contribució de cada indicador als subíndexs

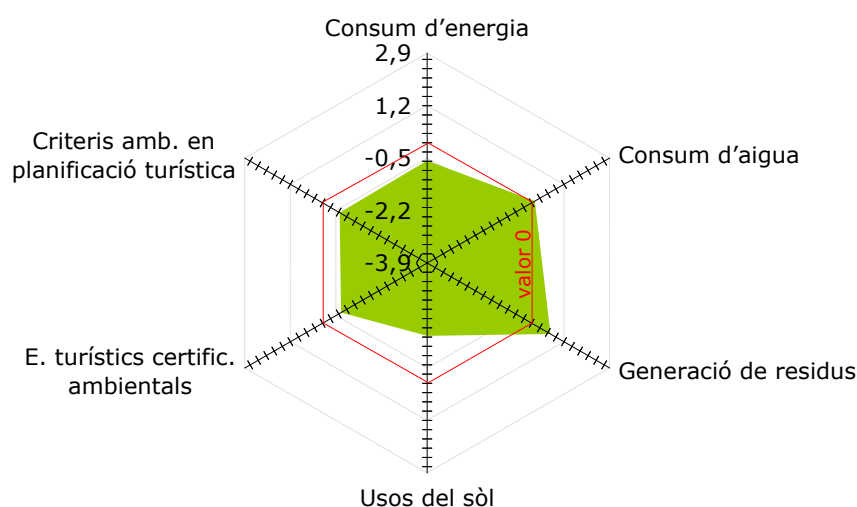
Subíndex sociocultural: 0,73



Subíndex econòmic: 0,66



Subíndex ambiental: -0,44



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	4,94	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	10	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	1	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	91,58	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	11,66	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,01	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	36,78	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	349,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,30	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	19,60	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

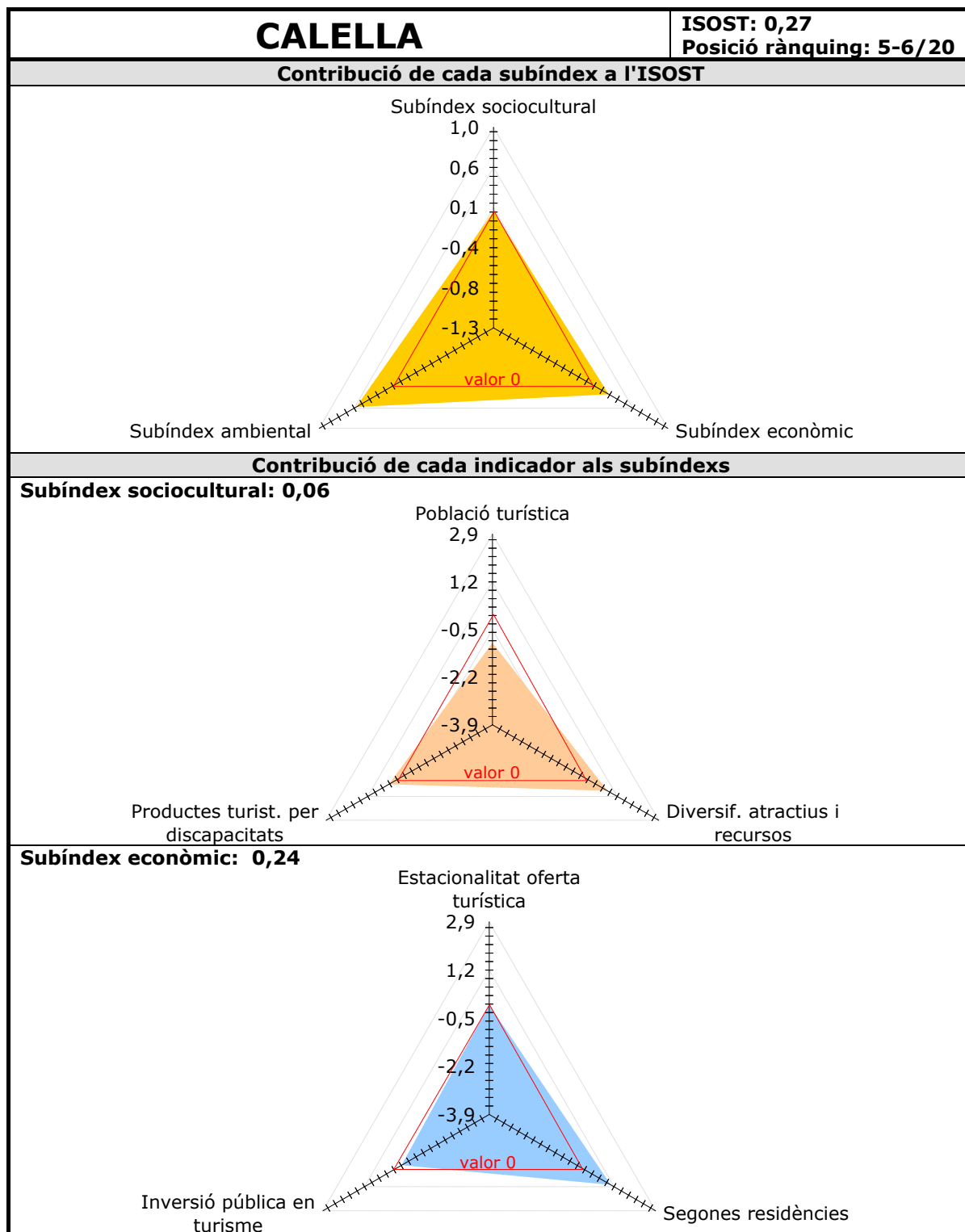
El comportament de Tarragona respecte la sostenibilitat turística és similar al de Girona, fruit de la naturalesa urbana que comparteixen i que condiciona les variables considerades. Tarragona es situa en la quarta posició del rànquing de sostenibilitat turística amb un ISOST de 0,32, molt proper al de Girona (0,33). En aquest cas el subíndex sociocultural és el que contribueix més a la sostenibilitat turística, gràcies a la diversificació en els seus recursos turístics i una població flotant relativament baixa. Una insuficient oferta de productes turístics aptes per a discapacitats és únic aspecte que suposa una aportació negativa.

El subíndex econòmic també registra una puntuació positiva elevada i, com en el cas de Girona, les qualitats urbanes de la destinació afavoreixen una activitat turística desestacionalitzada i una baixa proporció d'habitatges secundaris. La inversió pública en turisme, en canvi, requereix d'un increment.

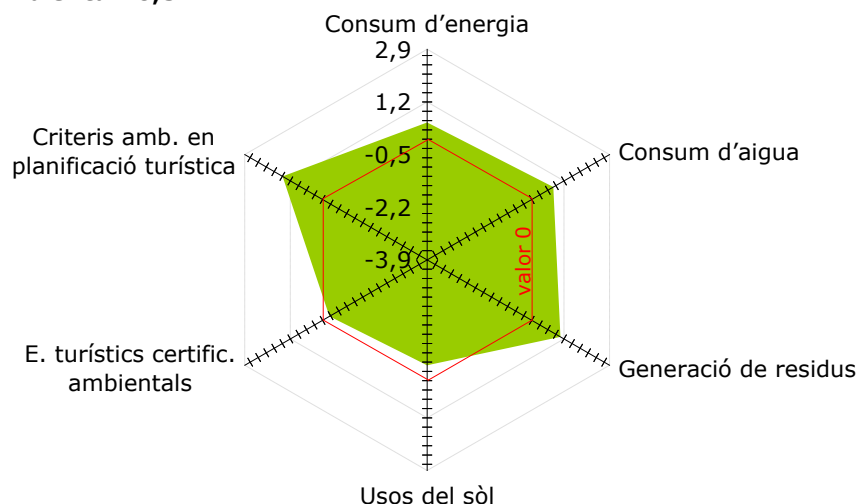
Pel que fa al subíndex ambiental, el valor obtingut és substancialment baix comparativament amb la resta de dimensions. Això indica que aquesta dimensió té carències importants en les que cal treballar des de la gestió i planificació turística. Les úniques variables positives fan referència a l'eficiència en el consum d'aigua i en la generació de residus; mentre que s'evidencia la necessitat de reduir el consum d'energia, regular adientment la urbanització del sòl, incorporar criteris ambientals en la planificació turística i certificar ambientalment els establiments d'allotjament turístic.

6.2.2.2. Municipis sostenibles turísticament

D'acord amb els límits de sostenibilitat turística de l'índex ISOST, els municipis amb un valor: $0,30 > ISOST \geq 0$ corresponen a la categoria de *Municipi sostenible turísticament*. Seguidament es presenten les fitxes dels municipis en aquesta tipologia: Calella, Salou, L'Ampolla, Lloret de Mar, Camprodon, El Vendrell i Alcanar.



Subíndex ambiental: 0,52



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	41,58	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	8	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	74,52	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	27,86	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,24	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	9,15	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	154,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,10	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	12,41	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	1,85	2,94
Críteris ambientals en planificació turística (1998)	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	1	0,30

Observacions:

El municipi de Calella obté un ISOST de 0,27 i ocupa la cinquena/sisena posició en el rànquing de sostenibilitat turística dels casos d'estudi. Calella, juntament amb Salou, enceta la segona categoria de l'ISOST ($0,30 > \text{ISOST} \geq 0$ = Municipi sostenible turísticament), cosa que indica que continua obtenint una bona puntuació en quant a sostenibilitat però en menor mesura que els municipis anteriors. Tanmateix, s'evidencia un equilibri entre les seves dimensions/subíndexs que conceptualment s'ajusta més al terme de turisme sostenible que en d'altres casos més descompensats.

Entre els seus subíndexs destaca la contribució positiva de la vessant ambiental, la qual rep puntuacions elevades en la majoria dels seus indicadors simples, identificant un consum d'aigua i energia i una generació de residus substancialment inferiors a la mitjana de la mostra. A nivell de planificació turística, també s'incorporen criteris ambientals en el desenvolupament de l'activitat. Els únics aspectes que són negatius, i en els que s'ha d'incidir des de la planificació i gestió turística, són la manca de certificació ambiental d'establiments d'allotjament turístic i l'elevada urbanització del seu territori.

Pel que fa a l'esfera econòmica, la proporció relativament baixa de segones residències contribueix a compensar la feblesa dels altres indicadors simples. En aquest sentit, caldria treballar per a desestacionalitzar l'activitat turística i incrementar part de la inversió pública en turisme per a obtenir un major valor total del subíndex.

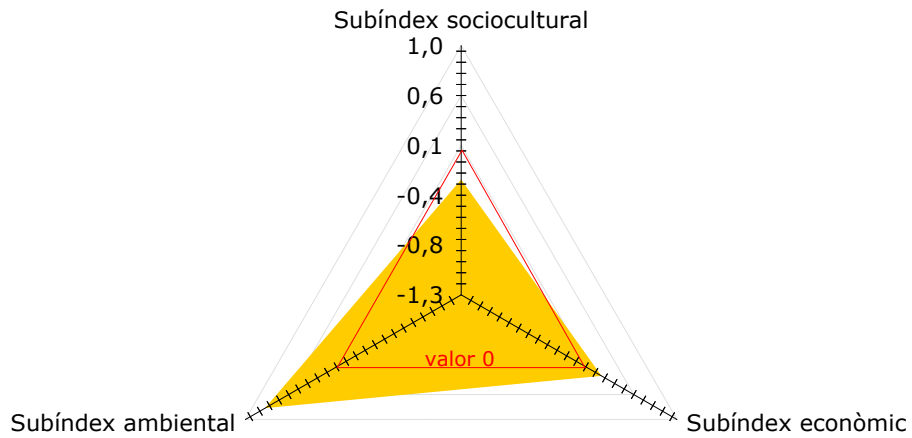
Finalment, la dimensió sociocultural es veu únicament penalitzada per la població turística, doncs el municipi disposa d'una bona i variada oferta de productes i atractius turístics. Una població elevada en determinades èpoques de l'any pot suposar problemes de congestió d'espais i recursos, per la qual cosa cal fer una gestió adient d'aquests fluxos.

SALOU

ISOST: 0,27

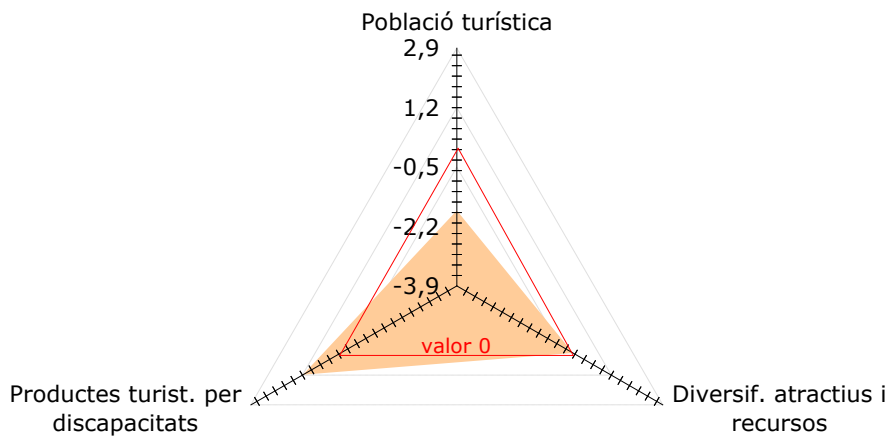
Posició rànquing: 6-5/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

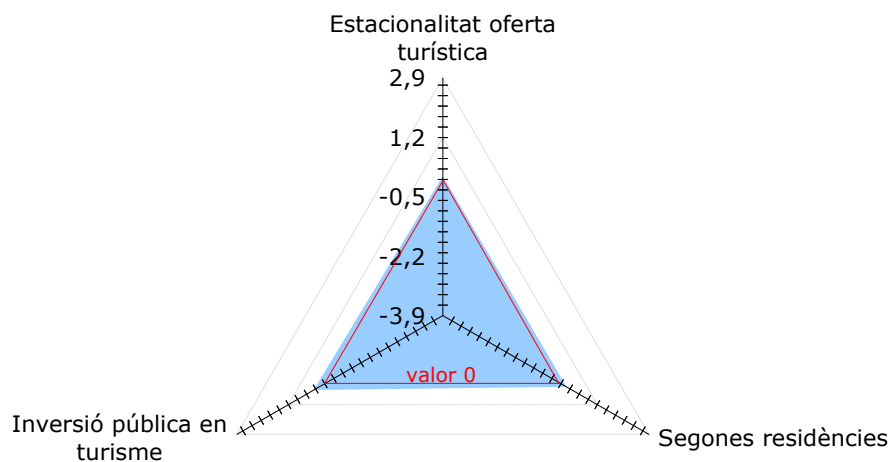


Contribució de cada indicador als subíndexs

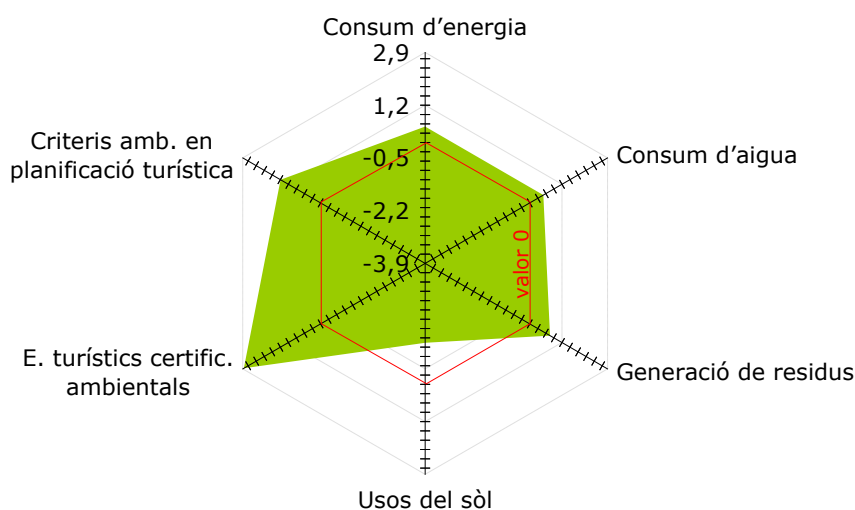
Subíndex sociocultural: -0,21



Subíndex econòmic: 0,21



Subíndex ambiental: 0,80



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	55,72	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	3	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	78,32	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	46,17	49,89
Inversió pública en turisme (2011)	% de pressupost en turisme	2,57	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	9,80	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	238,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,27	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	18,22	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	15,07	2,94
Criteris ambientals en planificació turística (1999)	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	1	0,30

Observacions:

El municipi de Salou comparteix la posició cinquena/sisena del rànquing de sostenibilitat turística amb Calella, obtenint un ISOST de 0,27. Entre els seus subíndexs destaca la puntuació de la dimensió ambiental, que obté en gairebé tots els seus indicadors simples valors positius i elevats. És especialment rellevant la quantitat d'establiments d'allotjament turístic certificats ambientalment, mentre que l'elevada proporció de superfície urbanitzada al municipi és l'únic punt crític de la dimensió.

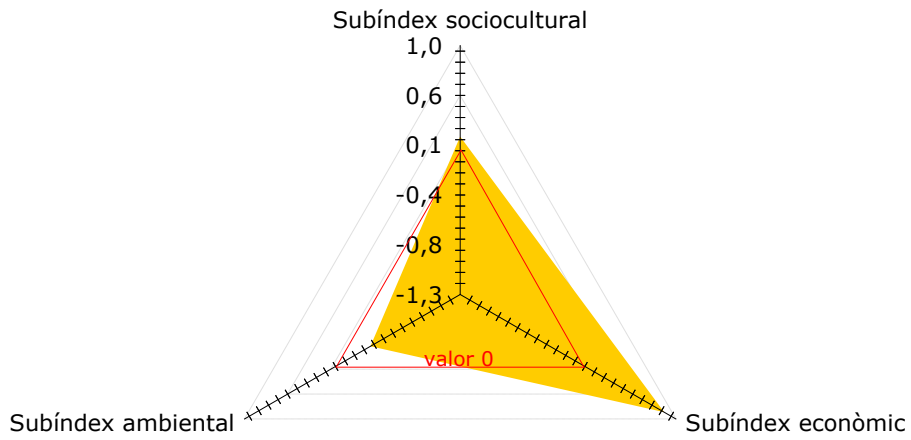
Pel que fa al subíndex econòmic, també obté una puntuació positiva. Els seus indicadors simples presenten uns valors bastant equilibrats, amb una proporció de segones residències i una estacionalitat turística propera a la mitjana de la mostra. Tanmateix, la inversió pública en turisme, tot i que no molt elevada, sí que és significativament superior.

Finalment el subíndex sociocultural és l'únic que no contribueix suficientment a la sostenibilitat turística, principalment a causa d'una població flotant considerable que, com en el cas anterior, pot suposar problemes de congestió d'espais i recursos en determinades èpoques de l'any. En aquest sentit, es requereix d'una gestió eficient dels fluxos turístics per a evitar aquest tipus d'incidències.

L'AMPOLLA

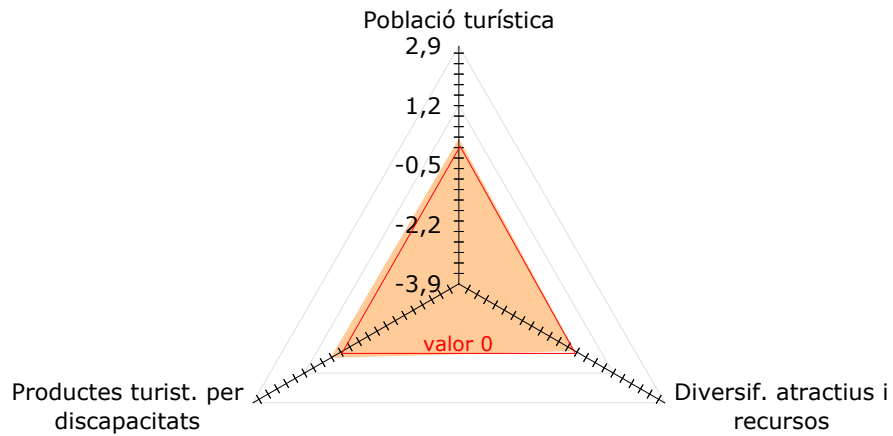
ISOST: 0,25
Posició rànkning: 7/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

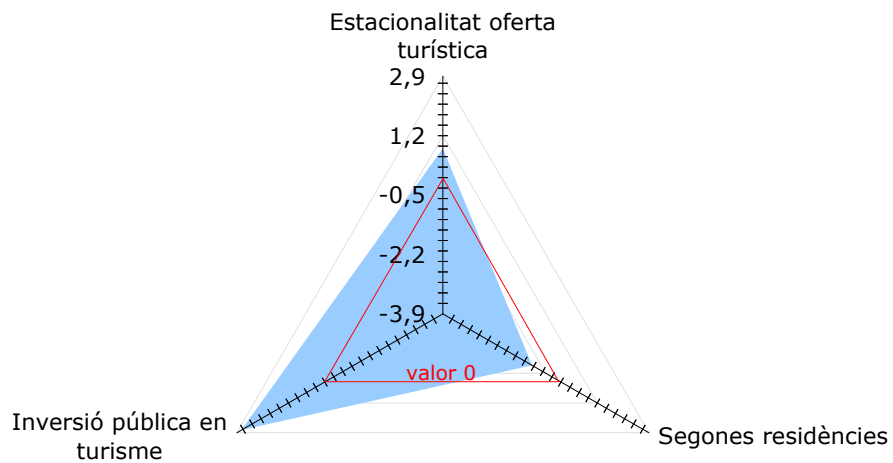


Contribució de cada indicador als subíndexs

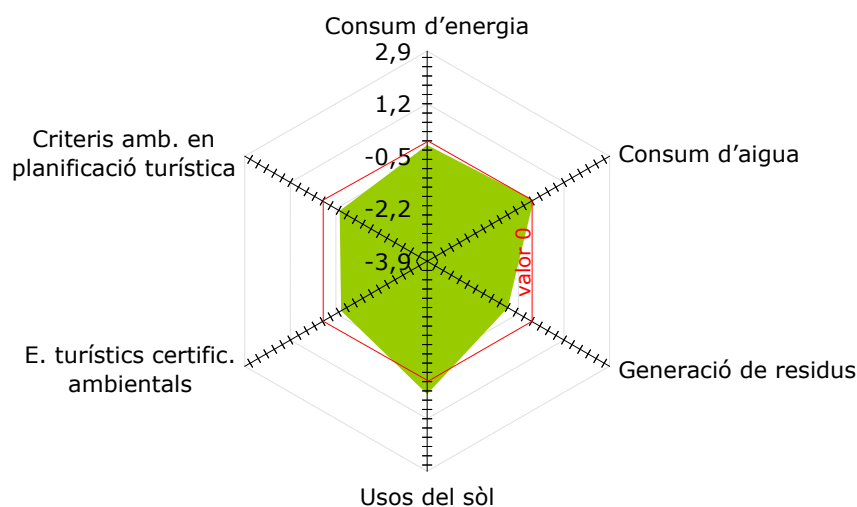
Subíndex sociocultural: 0,18



Subíndex econòmic: 0,88



Subíndex ambiental: -0,31



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	19,04	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	100,00	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	69,54	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	7,23	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	25,81	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	361,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,16	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	6,20	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de L'Ampolla obté un índex ISOST de 0,25 i es situa en la setena posició en el rànquing de la sostenibilitat turística. En aquest cas, el subíndex econòmic és el que contribueix més positivament a la sostenibilitat, especialment gràcies a una inversió pública considerable, que gairebé quadruplica el valor mitjà, i a una desestacionalitat total en la seva oferta d'allotjament turístic (disponibilitat del 100% de les places). Tanmateix, una proporció relativa de segones residències elevada és l'únic aspecte econòmic que introdueix en el càlcul un valor negatiu. La dimensió sociocultural també obté una puntuació positiva, i els seus indicadors simples presenten uns valors bastant equilibrats amb unes proporcions properes a la mitjana de la mostra.

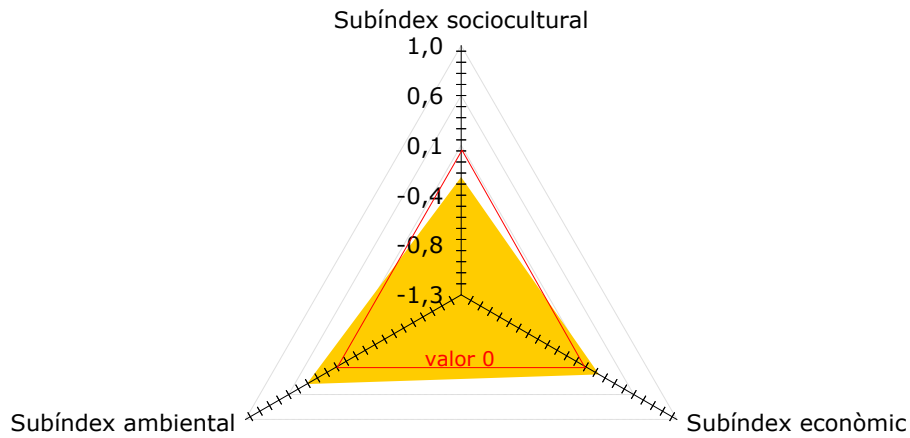
El subíndex ambiental és l'únic component de l'ISOST que s'identifica com a marcadament negatiu. La seva desagregació permet observar dèficits en gairebé tots els aspectes ambientals considerats, excepte en la superfície urbanitzada que encara és relativament petita. En aquets sentit, doncs, els esforços per a millorar la sostenibilitat turística del municipi s'han de centrar en minimitzar el consum de recursos i la generació de residus, així com en incorporar criteris ambientals en la planificació turística i fomentar la certificació ambiental dels seus allotjaments turístics.

LLORET DE MAR

ISOST: 0,12

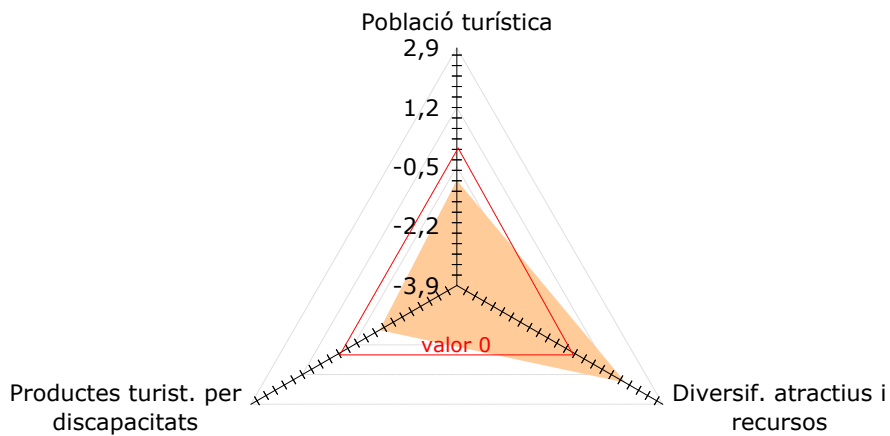
Posició rànkning: 8/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

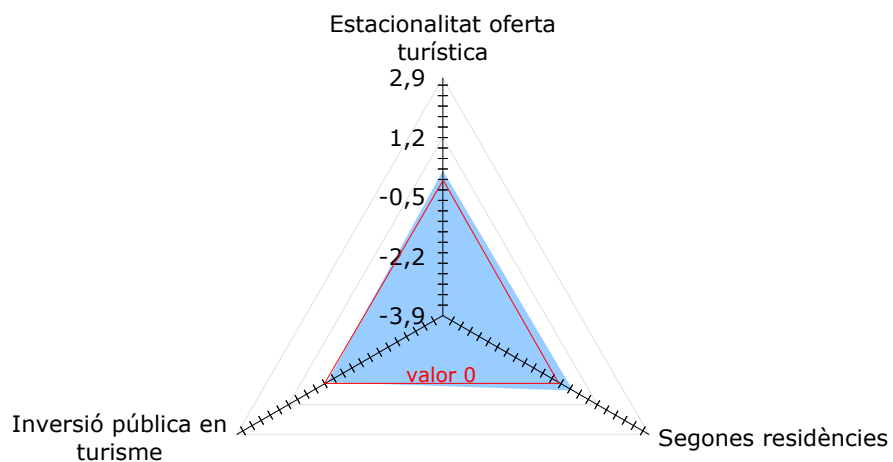


Contribució de cada indicador als subíndexs

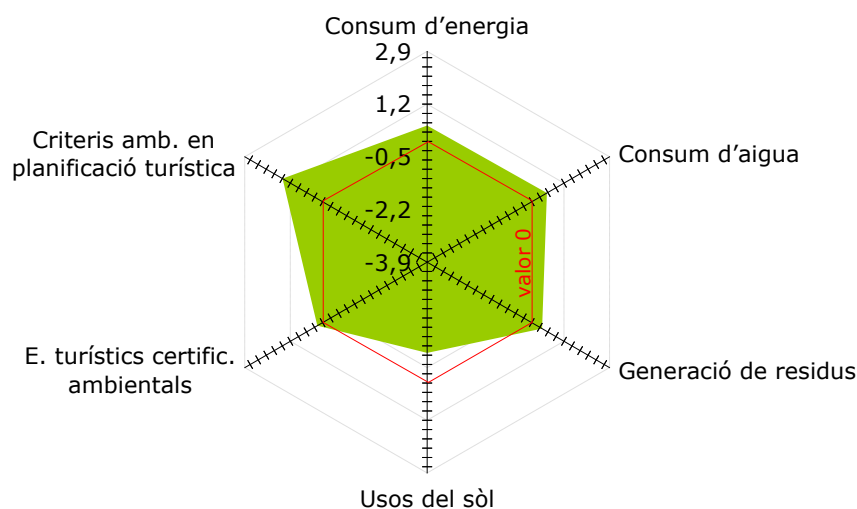
Subíndex sociocultural: -0,19



Subíndex econòmic: 0,19



Subíndex ambiental: 0,36



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	40,02	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	10	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	0	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	83,02	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	41,81	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,70	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	9,87	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	222,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,47	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	15,69	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	3,76	2,94
Críteris ambientals en planificació turística (2010)	Núm. plans turístics municipals que incorporen críteris ambientals	1	0,30

Observacions:

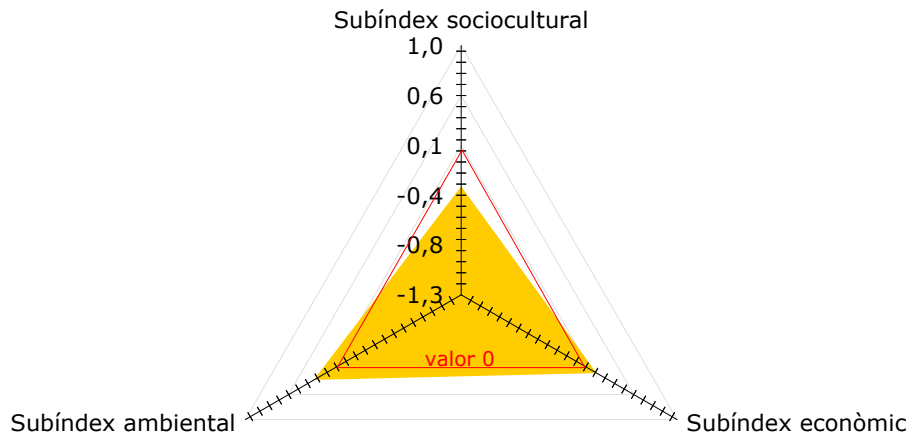
El municipi de Lloret de Mar obté un índex ISOST de 0,12 i es situa en la vuitena posició del rànquing de sostenibilitat turística. Entre els seus subíndexs destaca la dimensió ambiental, que registra valors positius en tots els seus indicadors simples menys en els usos del sòl, a on una proporció de sòl urbà que duplica la mitjana de la mostra el penalitza. D'altra banda, el subíndex econòmic també és positiu i totes les variables que l'integren contribueixen en aquest sentit amb valors equilibrats i propers a la mitjana de la mostra. Només la dimensió sociocultural contribueix negativament a l'ISOST, degut a una manca total de productes turístics aptes per a discapacitats i a una població flotant considerable. La diversificació d'atractius i recursos turístics, en canvi, és de les més elevades de la mostra. D'acord amb el que s'ha exposat, per a millorar la sostenibilitat turística a Lloret de Mar cal regular correctament la urbanització del sòl, gestionar eficientment els fluxos turístics que es poden concentrar en determinades èpoques de l'any, i millorar l'accessibilitat per a discapacitats als productes i atractius turístics.

CAMPRODON

ISOST: 0,06

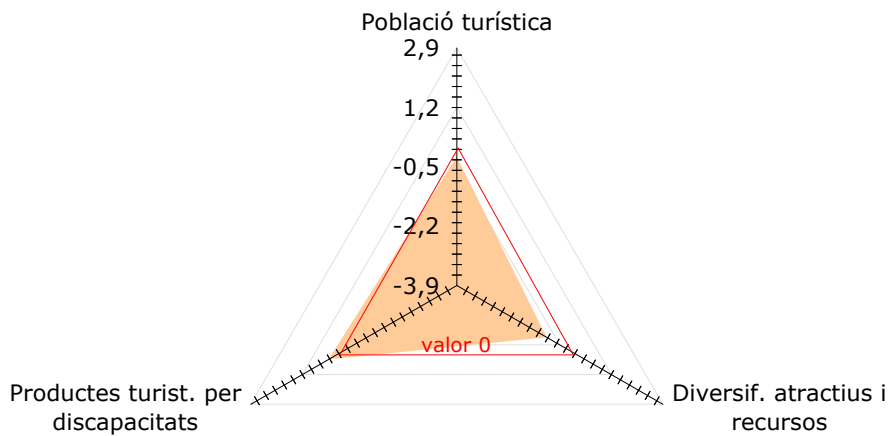
Posició rànkning: 9/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

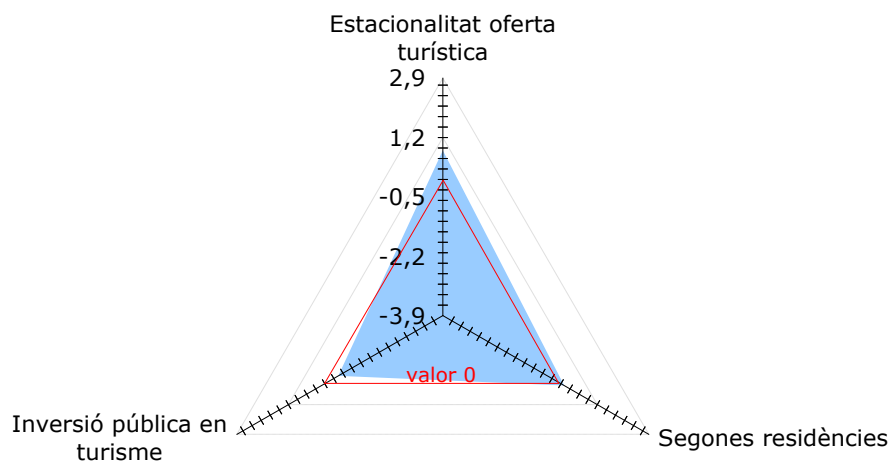


Contribució de cada indicador als subíndexs

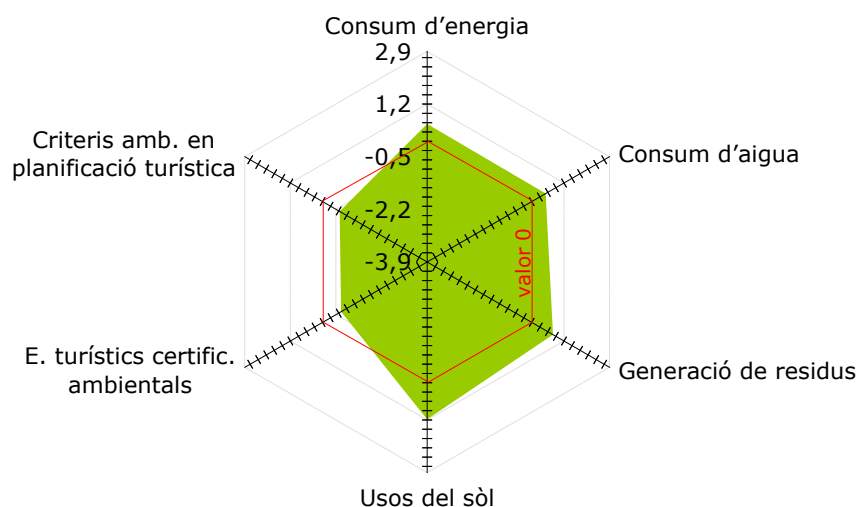
Subíndex sociocultural: -0,27



Subíndex econòmic: 0,16



Subíndex ambiental: 0,29



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	27,73	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	4	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	99,90	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	47,73	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	0,99	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	8,68	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	234,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,25	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	0,84	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de Camprodon té un índex ISOST de 0,06 i ocupa la posició novena del rànquing de sostenibilitat turística. Els seus subíndex tenen valors positius en les dimensions ambiental i econòmica, mentre que el sociocultural és negatiu. En aquest darrer cas, l'element més crític és la insuficient diversificació d'atractius i recursos turístics. D'altra banda, la dimensió econòmica, tot i que positiva, està lleugerament penalitzada per una inversió pública en turisme menor que la mitjana de la mostra.

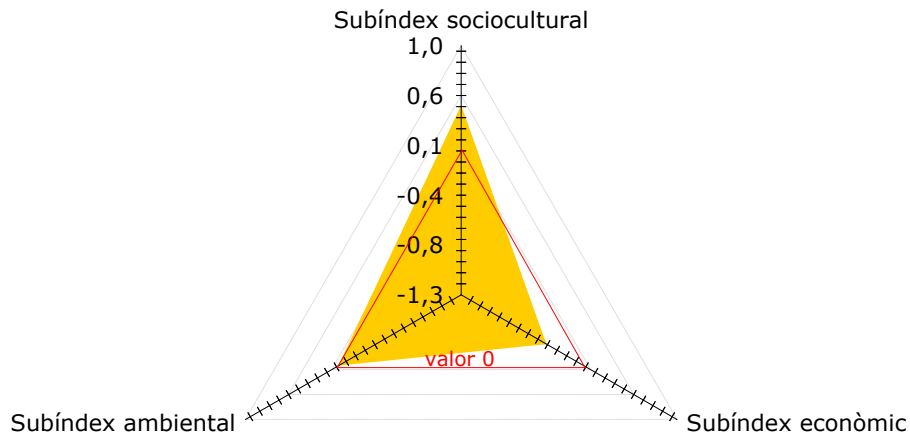
El subíndex ambiental és el que obté la puntuació més elevada gràcies a un consum eficient dels recursos (aigua i energia), i a una generació de residus i superfície urbanitzada petita. Tanmateix, la incorporació de criteris ambientals en la planificació i la certificació ambiental d'establiments d'allotjament turístic són variables deficitàries que caldria corregir per a millorar la sostenibilitat en el municipi.

EL VENDRELL

ISOST: 0,04

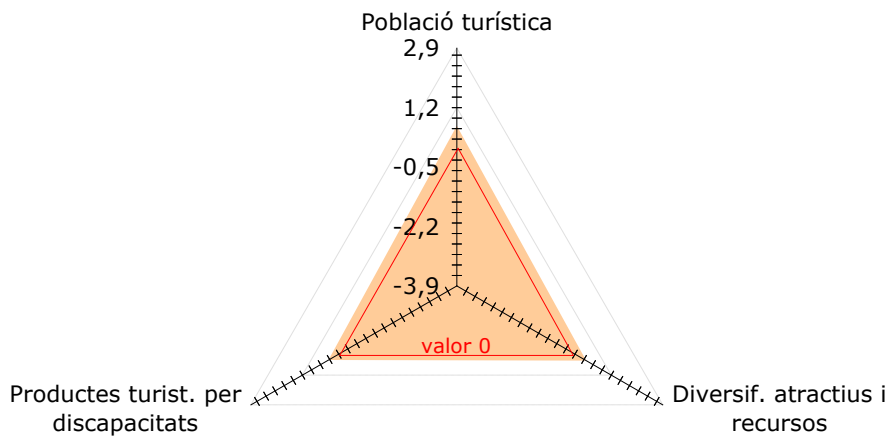
Posició rànkung: 10/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

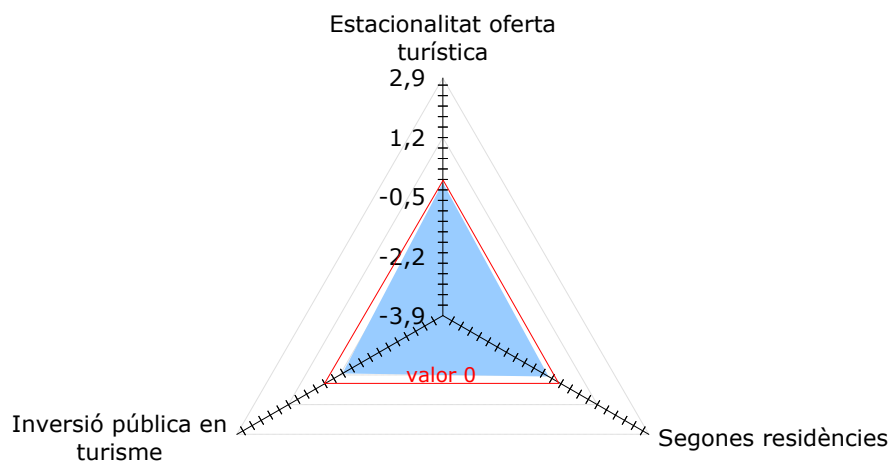


Contribució de cada indicador als subíndexs

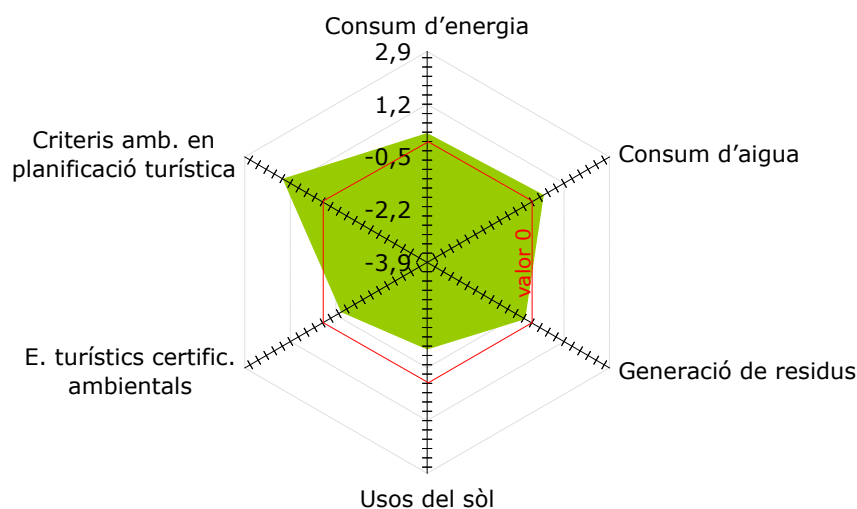
Subíndex sociocultural: 0,46



Subíndex econòmic: -0,36



Subíndex ambiental: 0,03



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

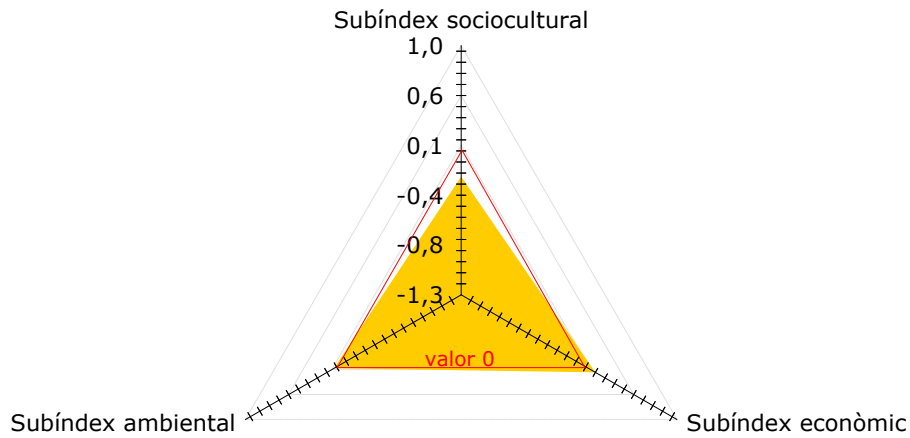
Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	11,37	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	7	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	72,83	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	58,27	49,89
Inversió pública en turisme (2011)	% de pressupost en turisme	0,72	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	15,72	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	254,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,81	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	16,52	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Críteris ambientals en planificació turística (2000)	Núm. plans turístics municipals que incorporen críteris ambientals	1	0,30

Observacions:

El municipi del Vendrell presenta un índex ISOST de 0,04 i es situa en la posició dècima del rànquing de sostenibilitat turística. Entre els seus subíndexs el que registra una millor puntuació és el sociocultural, gràcies a una població flotant relativament baixa i una oferta de recursos i productes turístics diversa i força accessible per a discapacitats. El subíndex econòmic, en canvi, s'identifica com un aspecte crític en la sostenibilitat turística del municipi, doncs tots els indicadors simples que el conformen registren valors estandaritzats negatius. En aquest sentit, el municipi està força estacionalitzat, amb una proporció de segones residències considerable i una inversió pública en turisme bastant minsa.

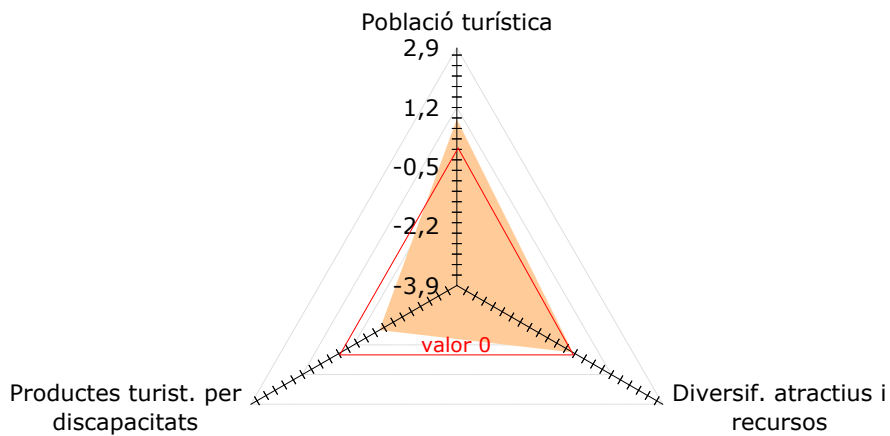
Pel que fa a la dimensió ambiental, tot i que el consum de recursos (aigua i energia) és eficient i també incorpora críteris ambientals en la seva planificació turística, s'identifica la necessitat de minimitzar el volum de residus així com de regular adientment la urbanització del sòl i certificar establiments d'allotjament turístic.

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

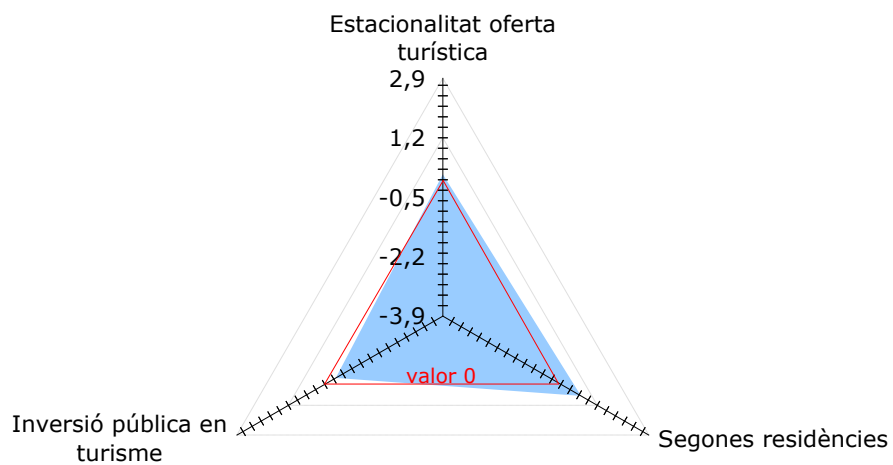


Contribució de cada indicador als subíndexs

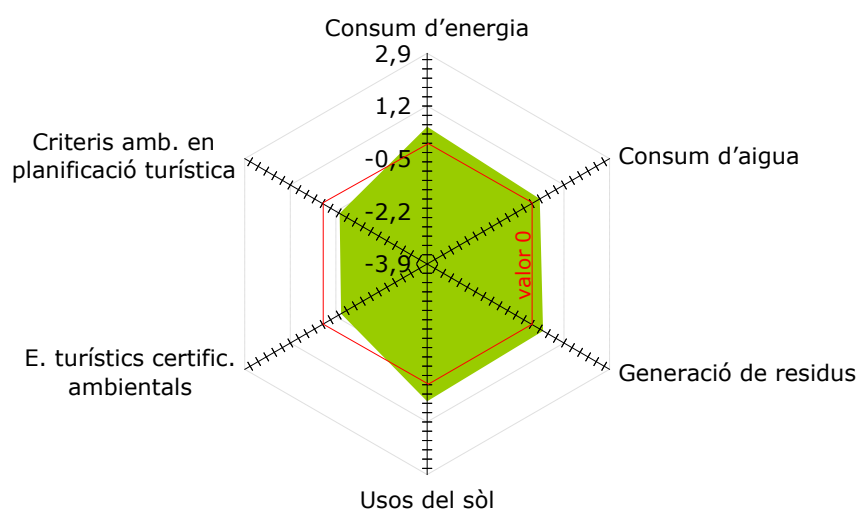
Subíndex sociocultural: -0,18



Subíndex econòmic: 0,15



Subíndex ambiental: 0,08



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	7,98	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	0	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	80,09	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	36,29	49,89
Inversió pública en turisme (2011)	% de pressupost en turisme	1,15	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	9,27	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	296,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,45	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	5,29	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

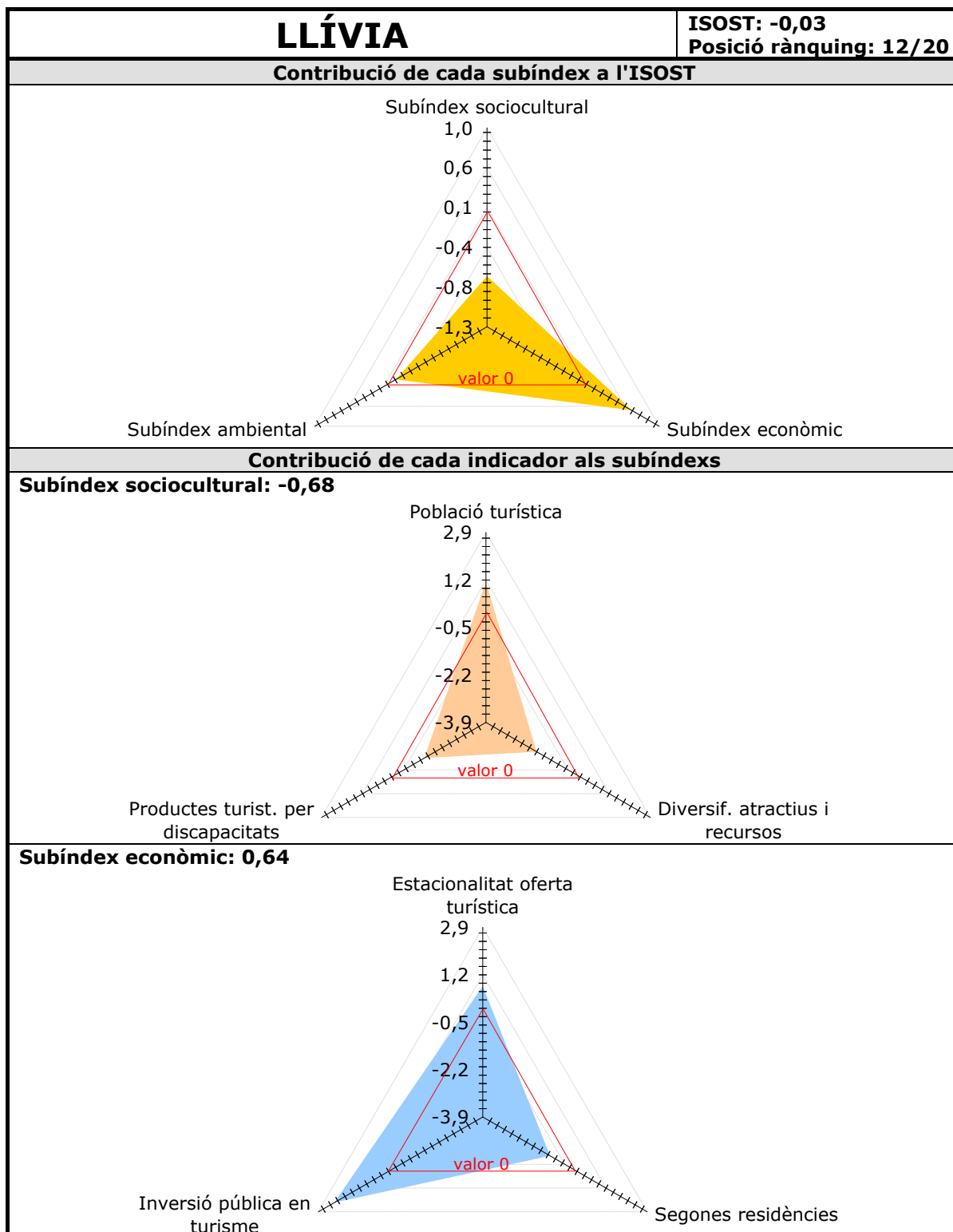
El municipi d'Alcanar ha obtingut un índex ISOST de 0,01 i ocupa la posició onzena del rànquing de sostenibilitat turística. Els valors dels seus subíndex es situen força propers al valor promig de la mostra (valor 0), i només la component sociocultural presenta una puntuació negativa a causa de la nul·la presència de productes turístics aptes per a discapacitats.

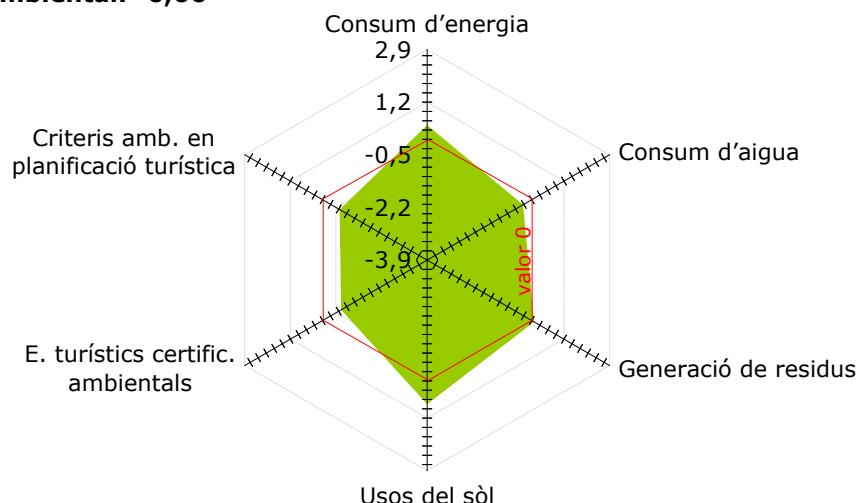
El subíndex econòmic és positiu en dos dels tres indicadors simples que el conformen. Amb una estacionalitat turística propera a la mitjana i una proporció moderada de segones residències. La inversió pública en turisme és l'única component que és deficitària.

Pel que fa a la vessant ambiental, es tracta d'un municipi eficient en el consum de recursos (aigua i energia), que minimitza la generació de residus i està poc urbanitzat. Tanmateix, no disposa de cap establiment d'allotjament turístic certificat ni de planificació turística que incorpori criteris ambientals. Precisament aquests aspectes són en els que caldria incidir per a millorar la sostenibilitat turística, juntament amb un increment en els recursos econòmics invertits en turisme i la millora de l'accessibilitat de la destinació.

6.2.2.3. Municipis poc sostenibles turísticament

D'acord amb els llindars de sostenibilitat turística determinats en l'índex ISOST, els municipis amb un valor: $0 > \text{ISOST} > -0,30$ corresponen a la categoria de *Municipi poc sostenible turísticament*. Seguidament es presenten les fitxes dels municipis en aquesta tipologia: Llivia, L'Escala, Roses, Torroella de Montgrí i Castelló d'Empúries.



Subíndex ambiental: -0,06**Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra**

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	3,22	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	2	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	0	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	98,93	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	72,88	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	6,23	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	11,10	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	472,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,63	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	3,80	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de Llúvia és el primer cas dels exposats fins ara amb un ISOST negatiu (-0,03), i ocupa la posició dotzena del rànquing de sostenibilitat turística. El fet que l'ISOST sigui negatiu indica que globalment el municipi es situa per sota de la mitjana calculada per a la mostra i, per tant, inicia el tram dels casos menys sostenibles. La seva desagregació en subíndexs identifica com a deficitàries les dimensions sociocultural i ambiental, mentre que l'econòmica registra un elevat valor positiu. L'aspecte més significatiu en aquesta darrera dimensió és la inversió en turisme que es realitza des de l'ajuntament, una de les més altes dels casos d'estudi i que segurament té a veure amb la reobertura del Museu Municipal de Llúvia l'any 2012, i també destaca una baixa estacionalitat de l'oferta d'allotjament turístic. La proporció de segones residències, en canvi, hi contribueix negativament.

D'altra banda, la dimensió sociocultural és la més crítica dels tres subíndex a causa d'una diversificació de recursos molt baixa i de la manca de productes turístics aptes per a discapacitats. Només la baixa població flotant contribueix positivament al conjunt.

Finalment, el subíndex ambiental està condicionat per una falta de planificació turística que incorpori criteris ambientals i d'establiments turístics certificats, així com per un consum d'aigua elevat.

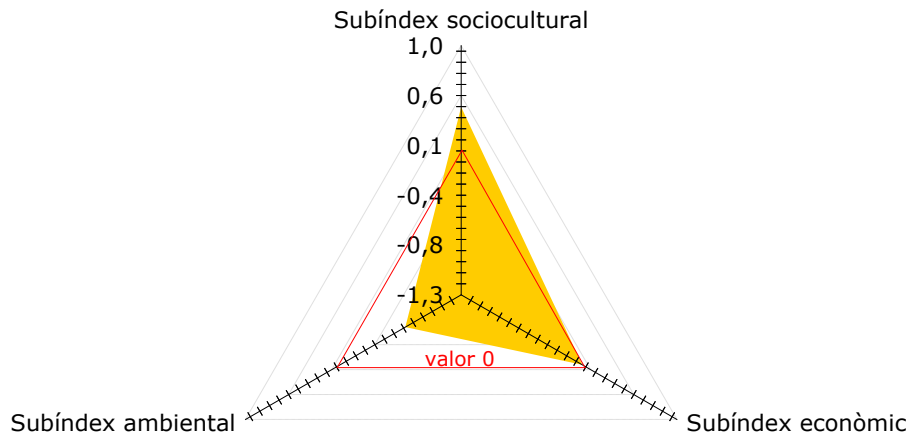
Per a incrementar el grau de sostenibilitat turística a Llúvia cal diversificar l'oferta i millorar l'accessibilitat per a discapacitats a la destinació, així com fomentar les polítiques d'estalvi d'aigua i de certificació ambiental en espais i establiments turístics. Paral·lelament seria convenient desenvolupar una planificació turística pròpia que incorporés criteris ambientals.

L'ESCALA

ISOST: -0,07

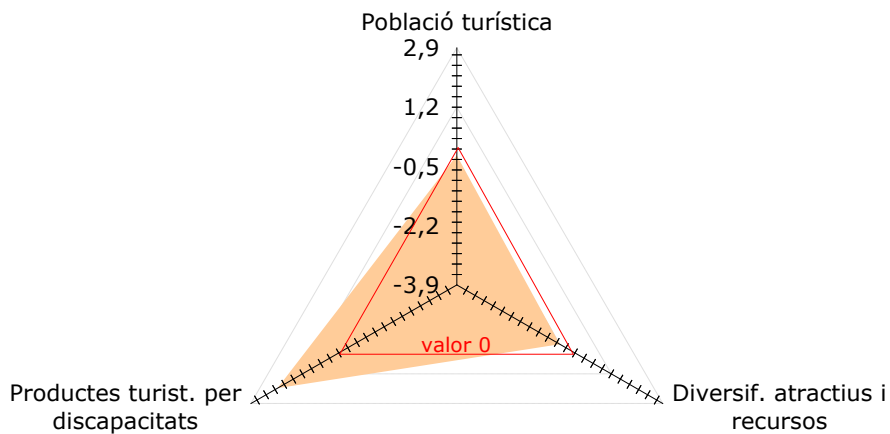
Posició rànkung: 13-14/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

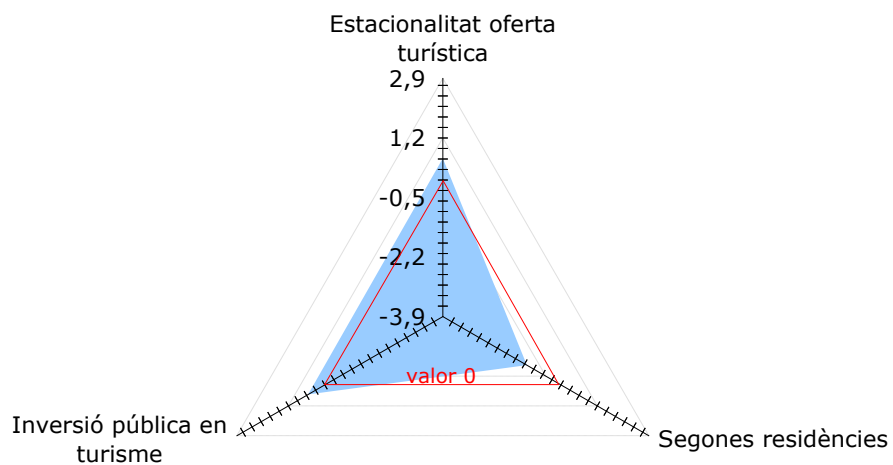


Contribució de cada indicador als subíndexs

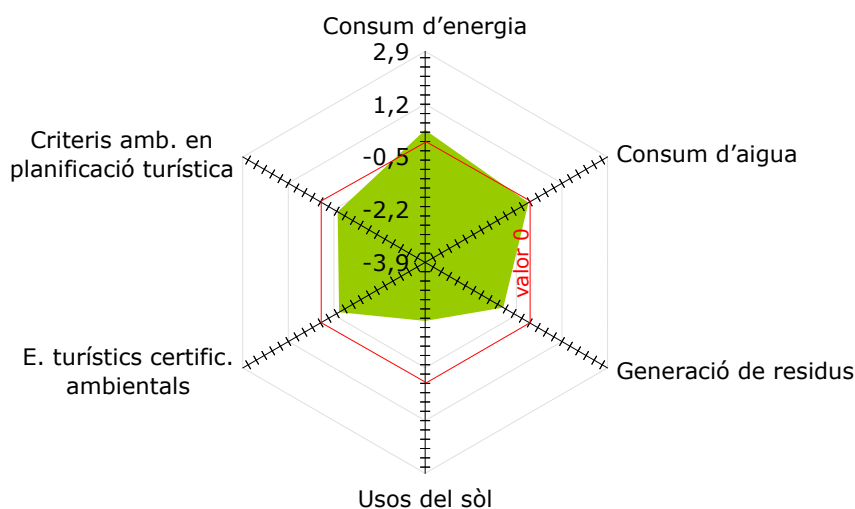
Subíndex sociocultural: 0,45



Subíndex econòmic: 0,01



Subíndex ambiental: -0,67



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	27,19	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	5	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	4	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	93,62	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	73,04	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	2,93	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	13,26	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	394,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,21	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	22,86	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Críteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen críteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de L'Escala obté un índex ISOST de -0,07 i comparteix amb Roses la posició 13-14 del rànquing de sostenibilitat turística. Tot i que dos dels seus subíndexs són positius, l'agregació final de les tres dimensions és negativa. Això es deu a un subíndex ambiental molt deficitari que presenta valors per sota la mitjana en tots els seus indicadors simples, excepte en el consum energètic. L'Escala no disposa de cap planificació turística que incorpori criteris ambientals ni d'establiments turístics certificats, a més la superfície urbanitzada és considerable i el consum d'aigua i la generació de residus elevada.

Pel que fa al subíndex sociocultural, malgrat ser el municipi que ofereix més productes turístics aptes per a discapacitats, està penalitzat per una baixa diversificació de recursos i una població turística lleugerament més elevada que la mitjana. La dimensió econòmica, en canvi, només és crítica en relació a les segones residències, doncs la proporció és molt elevada (73%), mentre que la inversió pública en turisme i la disponibilitat de places turístiques durant l'any són marcadament superiors al conjunt de la mostra.

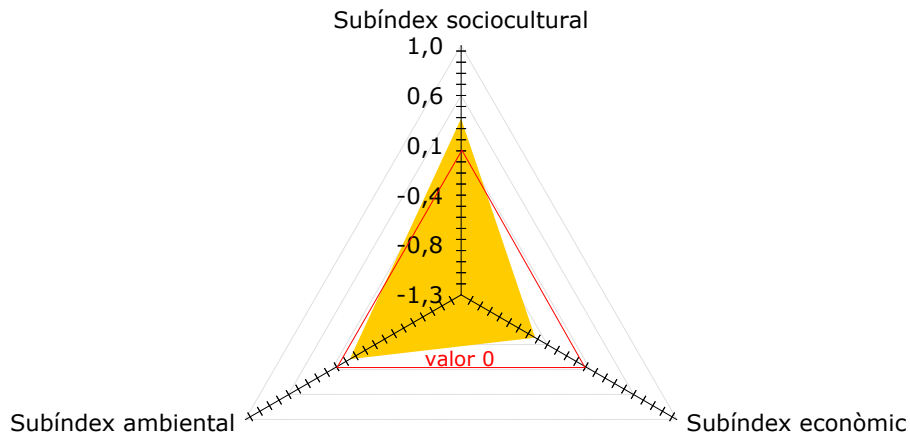
D'acord amb l'exposat, la millora dels aspectes ambientals relacionats amb el turisme és clarament el que ha de ser prioritzat en la planificació i gestió turística del municipi per a assolir un major grau de sostenibilitat turística.

ROSES

ISOST: -0,07

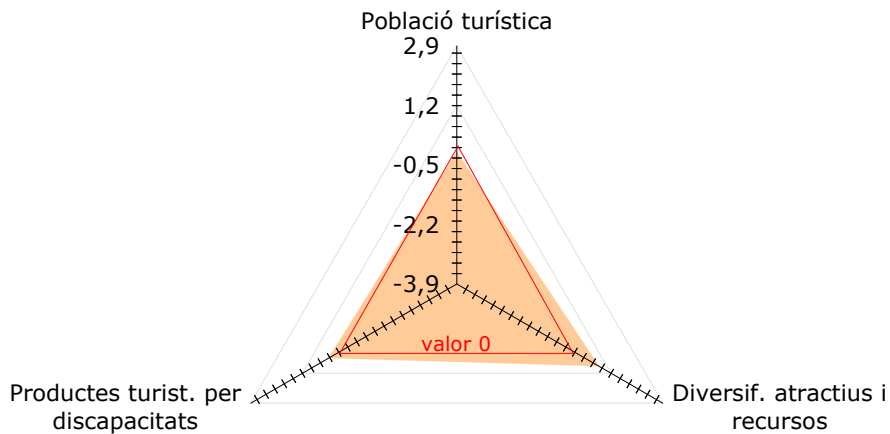
Posició rànkung: 14-13/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

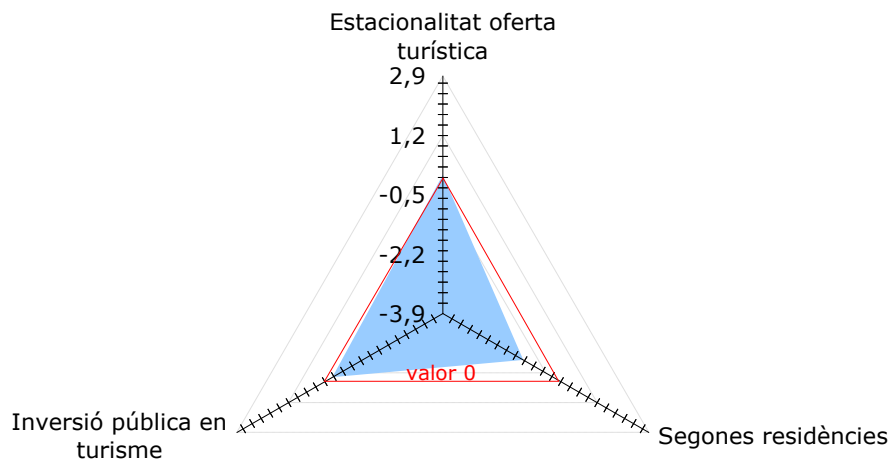


Contribució de cada indicador als subíndexs

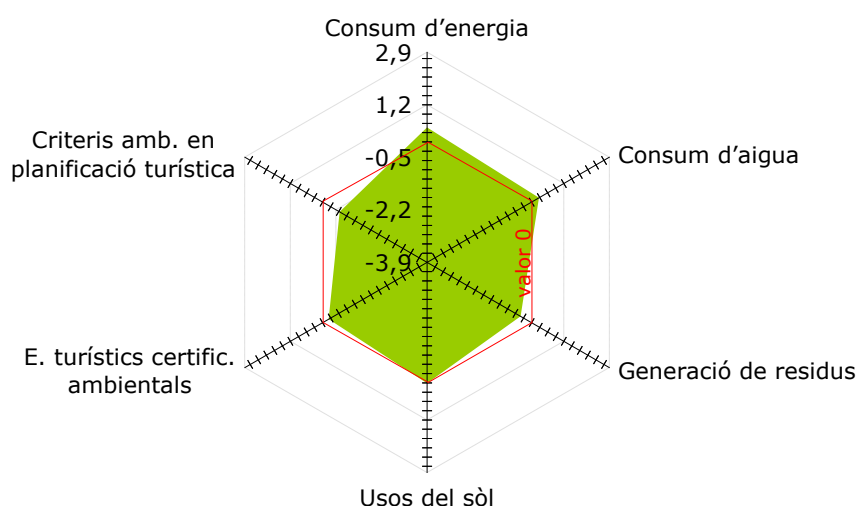
Subíndex sociocultural: 0,34



Subíndex econòmic: -0,48



Subíndex ambiental: -0,09



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	26,03	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	8	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	77,46	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	75,41	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,37	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	10,87	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	303,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,90	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	8,90	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	1,96	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de Roses obté un índex ISOST de -0,07, compartint amb L'Escala la posició 13-14 del rànquing de sostenibilitat turística. En aquest cas, dos dels seus subíndex són negatius: l'ambiental i l'econòmic; mentre que el sociocultural hi contribueix positivament gràcies a una diversificació elevada d'atractius i recursos turístics i a la presència de productes adaptats a discapacitats.

La desagregació del subíndex econòmic en els indicadors simples que el conformen permet identificar com aspectes crítics l'elevada proporció de segones residències (75%) i la baixa inversió pública en turisme. D'altra banda, el subíndex ambiental presenta un consum de recursos moderat (aigua i energia) i una superfície urbanitzada mitjana, però la resta de variables són deficitàries per a la sostenibilitat turística. De fet el municipi compta amb pocs establiments d'allotjament turístic certificats ambientalment, no s'ha identificat cap pla turístic que incorpori criteris ambientals, i la generació de residus supera la mitjana de la mostra.

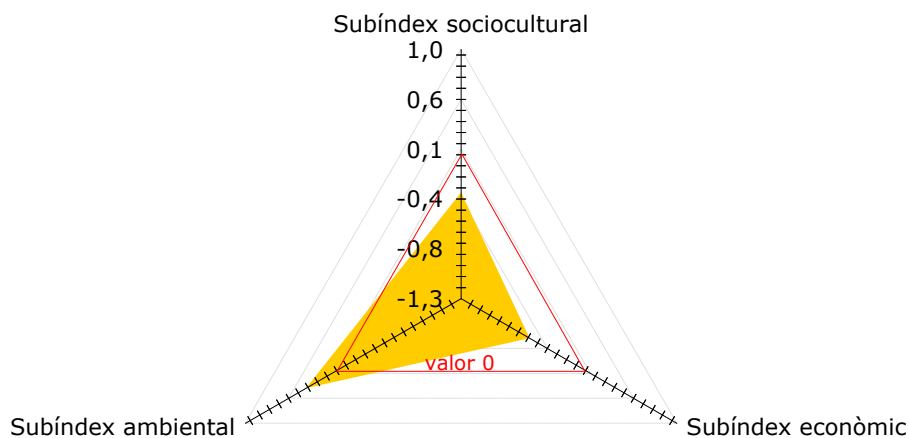
Així doncs, per a millorar la sostenibilitat turística de Roses cal augmentar la inversió pública en turisme, aplicar polítiques dirigides a fomentar la transició de segona a primera residència i incorporar la dimensió ambiental en general en tots els àmbits de l'activitat turística.

TORROELLA DE MONTGRÍ

ISOST: -0,15

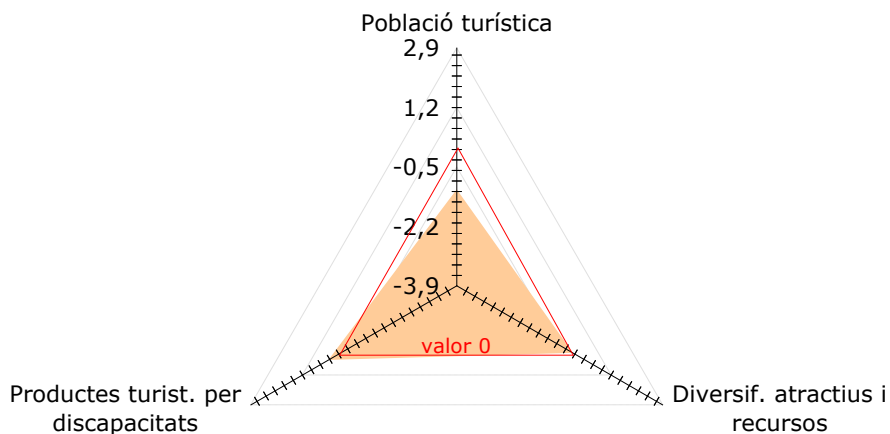
Posició rànking: 15/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

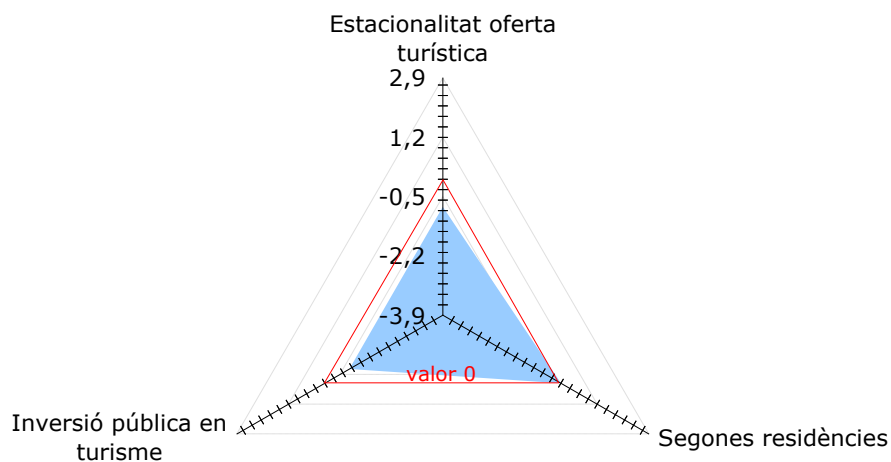


Contribució de cada indicador als subíndexs

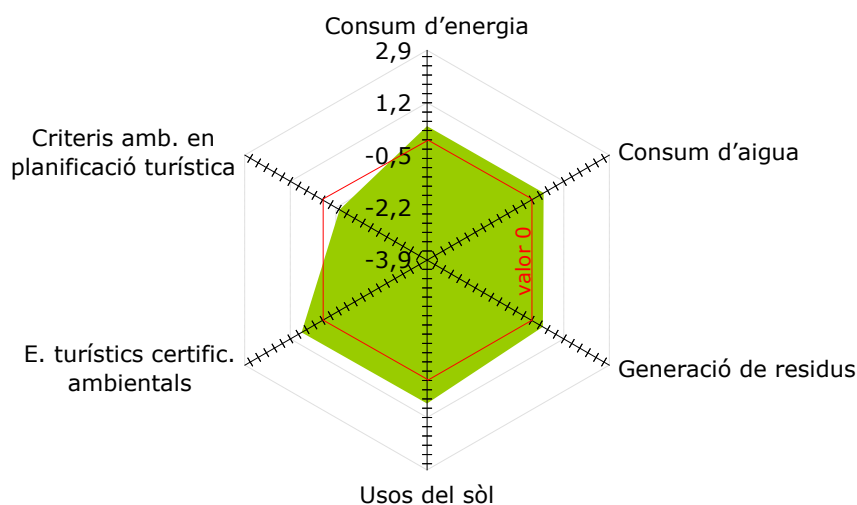
Subíndex sociocultural: -0,29



Subíndex econòmic: -0,54



Subíndex ambiental: 0,37



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	44,78	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	52,27	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	49,82	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	0,27	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	11,50	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	253,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,45	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	3,82	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	6,25	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

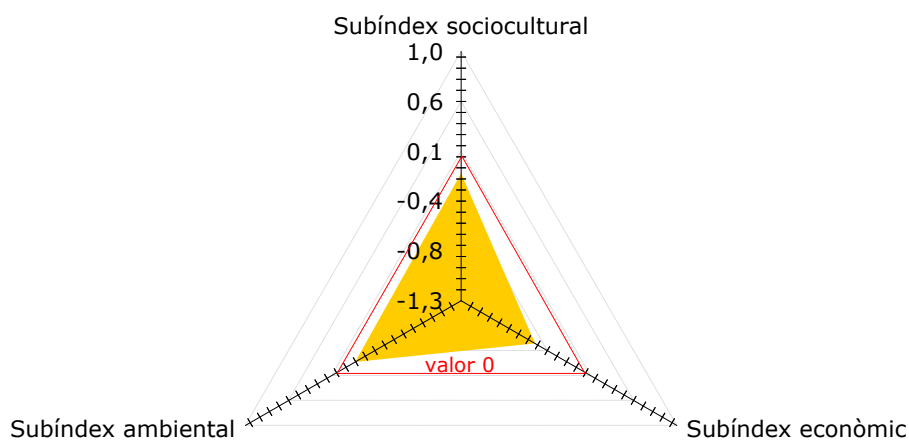
Observacions:

El municipi de Torroella de Montgrí obté un ISOST de -0,15 i es situa en la posició 15 del rànquing de sostenibilitat turística. Els seus subíndexs sociocultural i econòmic presenten valors negatius elevats; i només l'ambiental suposa una contribució positiva a la sostenibilitat turística del municipi.

La dimensió sociocultural està penalitzada per una considerable població turística que gairebé duplica la mitjana de la mostra; mentre que els indicadors econòmics crítics tenen a veure amb una minsa inversió pública en turisme i una elevada estacionalitat de l'oferta d'allotjament turístic. Contràriament, Torroella de Montgrí és força sostenible ambientalment, amb un consum de sòl i recursos (aigua i energia) moderat, una generació de residus baixa i nombrosos establiments d'allotjament turístic certificats ambientalment. L'únic aspecte que penalitza el subíndex és la manca de planificació turística que incorpori criteris ambientals.

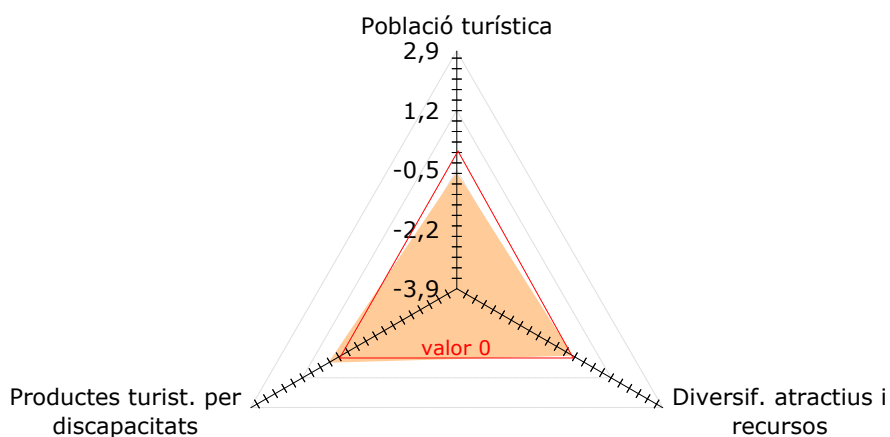
Així doncs, tenint en compte els resultats registrats en el municipi, una població turística elevada en determinades èpoques de l'any pot suposar problemes de congestió d'espais i recursos, per la qual cosa cal fer una gestió adient d'aquests fluxos. A més, per a millorar el grau de sostenibilitat turística és necessari incrementar la inversió pública en turisme i desestacionalitzar l'activitat, així com generar una planificació turística pròpia que integri l'entorn i els seus recursos en el desenvolupament del sector.

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

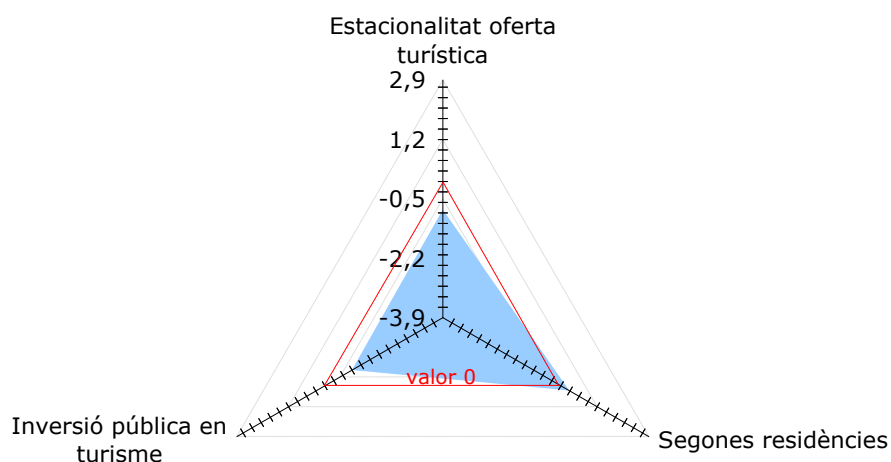


Contribució de cada indicador als subíndexs

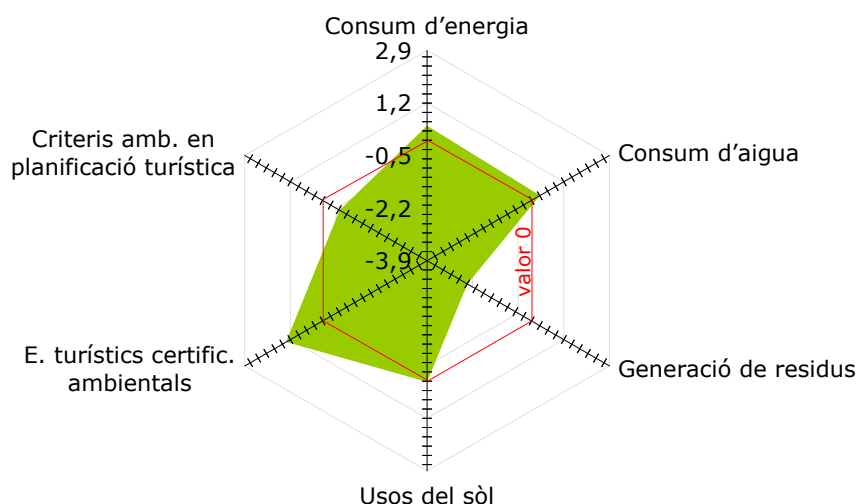
Subíndex sociocultural: -0,10



Subíndex econòmic: -0,48



Subíndex ambiental: -0,15



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	34,29	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	6	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	51,92	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	44,31	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	0,11	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	10,95	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	292,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,97	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	8,82	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	8,70	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

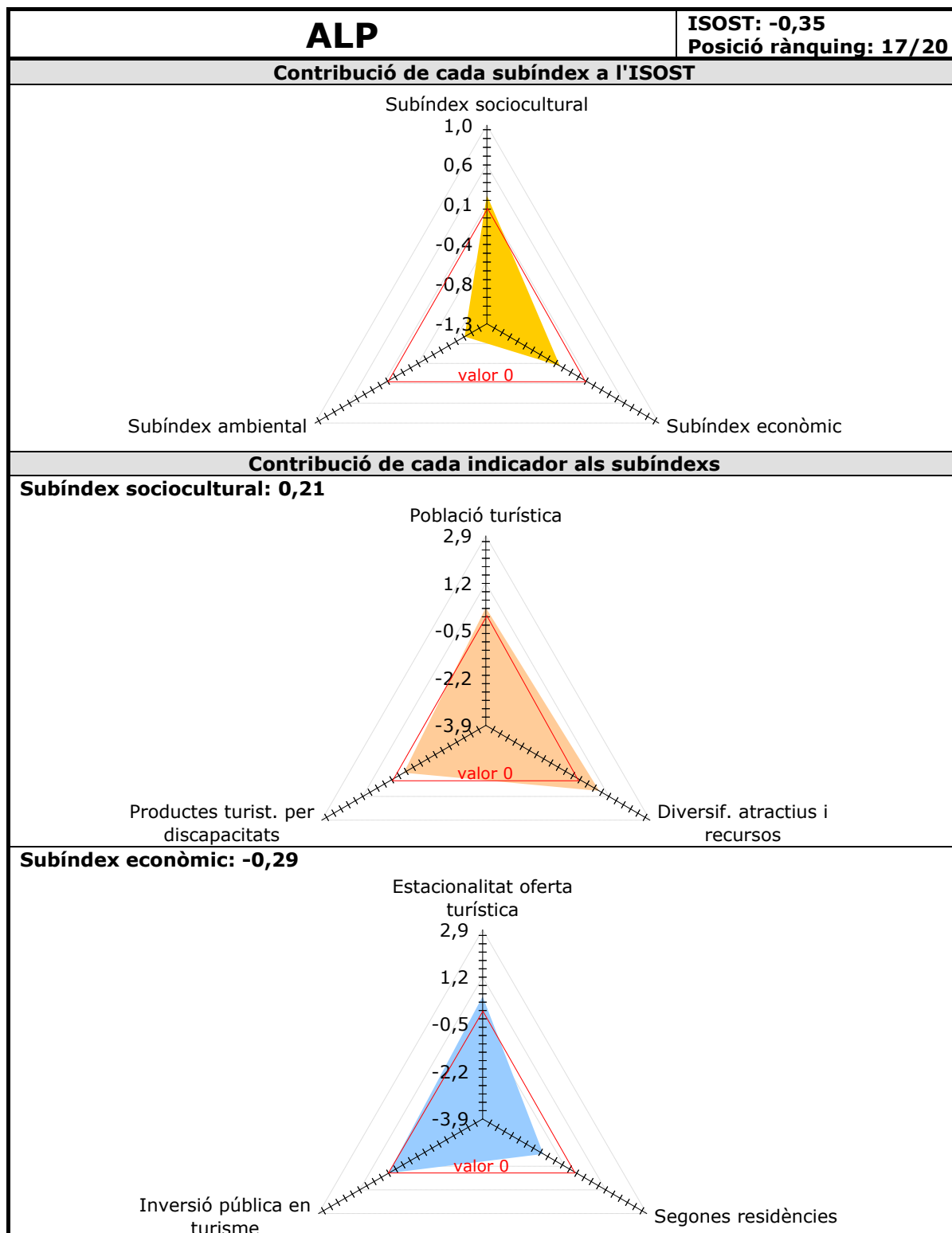
Castelló d'Empúries es situa en la posició 16 del rànquing de sostenibilitat turística amb un ISOST de -0,24. El municipi obté puntuacions negatives en tots els seus subíndexs, destacant especialment l'econòmic que es veu penalitzat per una estacionalitat turística marcada i una baixa inversió pública en el sector. D'altra banda, el factor crític en el subíndex sociocultural és una elevada població turística que potencialment pot generar problemes de congestió d'espais i sobreexplotació de recursos en determinades èpoques de l'any.

Pel que fa al subíndex ambiental, tot i que presenta un consum moderat d'aigua, energia i sòl i diversos dels seus establiments d'allotjament turístic estan certificats ambientalment, la generació de residus és molt elevada i no disposa de planificació turística que incorpori criteris ambientals.

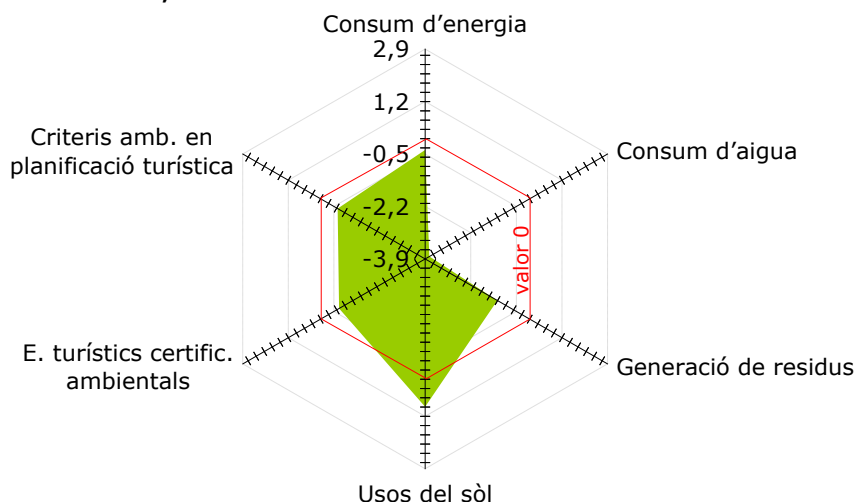
D'acord amb els problemes identificats, el municipi ha vetllar per una gestió adient dels fluxos turístics intensos, incrementar la inversió pública en turisme i desestacionalitzar l'activitat, així com generar una planificació turística pròpia que integri l'ambient en el desenvolupament del sector i fomentar les polítiques de minimització de residus.

6.2.2.4. Municipis molt poc sostenibles turísticament

D'acord amb els llindars de sostenibilitat turística determinats per a l'índex ISOST, els municipis amb un valor: $ISOST \leq -0,30$ corresponen a la categoria de *Municipi molt poc sostenible turísticament*. Seguidament es presentaran les fitxes dels municipis que s'inclouen en aquesta tipologia: Alp, Naut Aran, Piera i Mediona.



Subíndex ambiental: -0,96



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	17,88	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	8	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	1	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	90,40	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	78,39	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,86	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	31,50	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	1.433,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,33	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	2,83	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

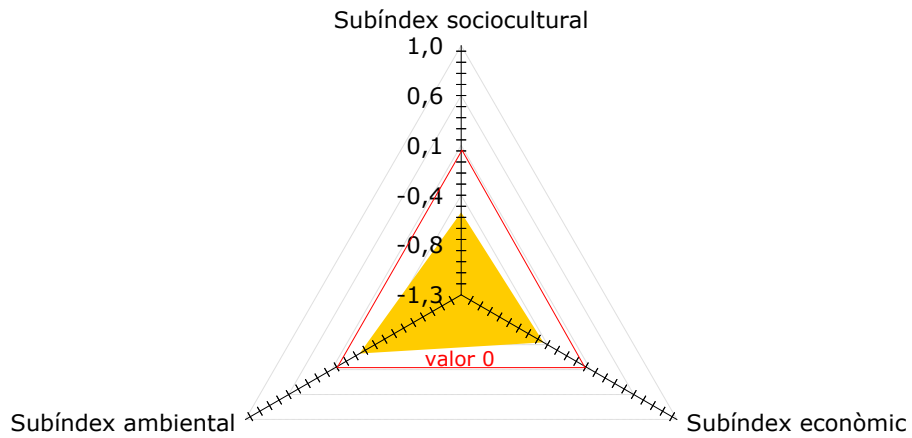
Observacions:

Alp es situa en la posició 17 del rànquing de sostenibilitat turística, i amb un ISOST de -0,35 inicia el grup dels municipis menys sostenibles de la mostra. Dels seus subíndex només el sociocultural obté una puntuació positiva, gràcies a una certa diversificació d'atractius i recursos turístics i una població flotant més aviat baixa. Els altres subíndexs són deficitaris, especialment l'ambiental que presenta el valor més baix del conjunt de municipis analitzats. De fet, la dimensió ambiental està penalitzada per tots els seus indicadors simples, excepte per la proporció de superfície urbanitzada que és petita. Tanmateix, la resta d'aspectes són negatius, destacant especialment el consum d'aigua que gairebé quadruplica la mitjana de la mostra. En aquest sentit cal recordar que Alp té en el seu territori l'estació d'esquí de La Molina, fet que pot tenir a veure amb l'elevat consum de recursos (aigua i energia) i de generació de residus. D'altra banda, tampoc disposa de cap establiment d'allotjament turístic certificat ambientalment ni de planificació turística específica que incorpori l'entorn en el desenvolupament de l'activitat. Pel que fa al subíndex econòmic, l'aspecte crític és una elevada proporció de segona residència (78%) que condiciona la dinàmica econòmica i social del municipi en general. Així doncs, tot i que Alp hauria d'incrementar els productes turístics aptes per a discapacitats i vetllar per una política d'habitatge que fomenti la primera residència, els aspectes més decisius per a millorar el seu grau de la sostenibilitat turística tenen a veure amb la racionalització en el consum de recursos i la incorporació del medi ambient en la planificació i gestió de l'activitat turística.

NAUT ARAN

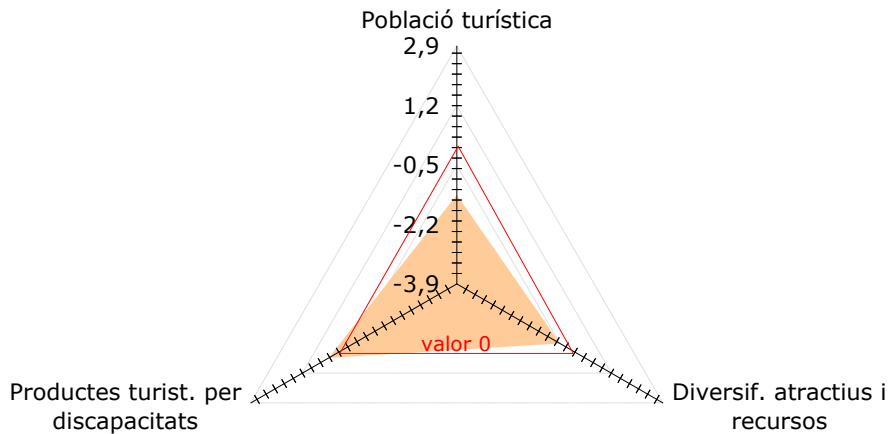
ISOST: -0,36
Posició rànkning: 18/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

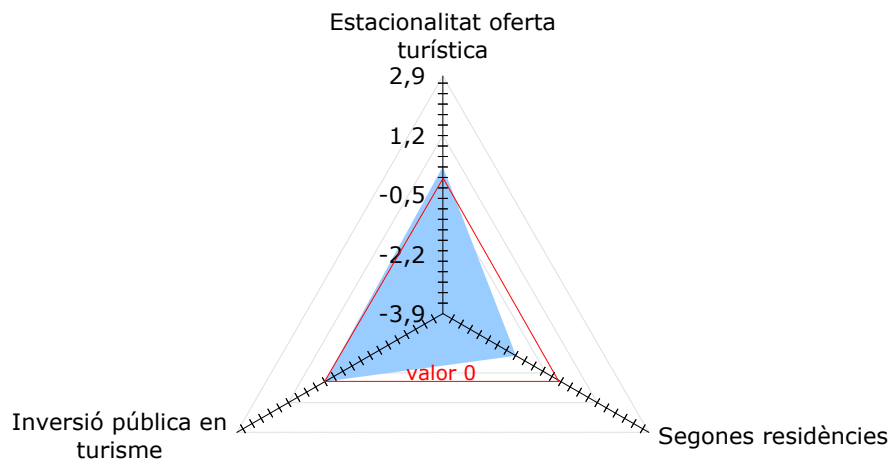


Contribució de cada indicador als subíndexs

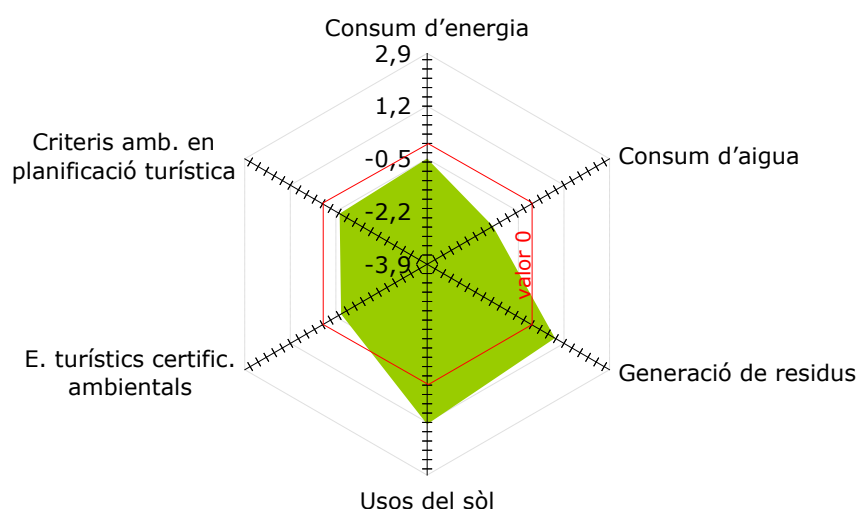
Subíndex sociocultural: -0,51



Subíndex econòmic: -0,39



Subíndex ambiental: -0,19



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	48,59	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	5	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	2	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	84,64	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	80,43	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	1,86	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	34,57	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	788,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	1,21	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	0,29	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

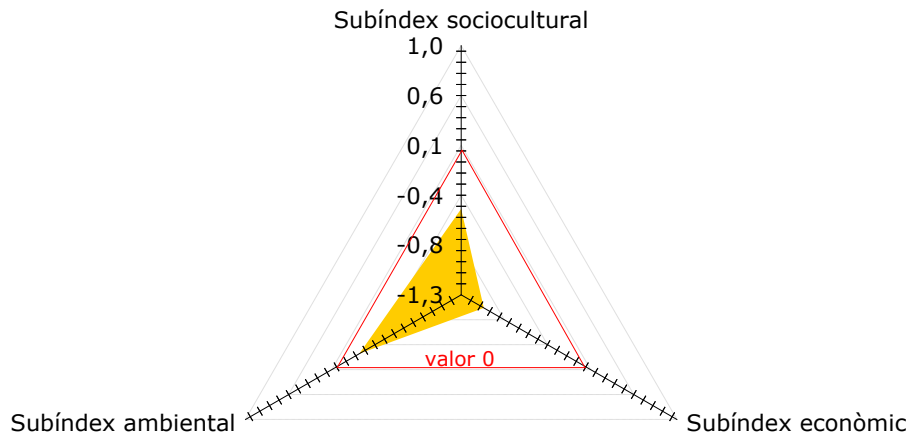
El municipi de Naut Aran obté un índex ISOST de -0,36 i ocupa la posició 18 del rànquing de sostenibilitat turística. Els seus tres subíndexs es situen per sota la mitjana de la mostra i, per tant, registren puntuacions negatives.

La dimensió sociocultural presenta com a factor més crític una elevada població flotant, que potencialment pot generar problemes de congestió d'espais i sobreexplotació de recursos en les temporades altes, i també una diversificació de l'activitat limitada. El subíndex econòmic, en canvi, només es veu penalitzat per un dels seus indicadors simples: la presència de segones residències. En aquest sentit, val la pena destacar que la proporció d'aquest tipus d'habitatge representa el 80% del parc i que gairebé duplica el valor mitjà de la mostra.

Finalment, el component ambiental de l'índex identifica la proporció de superfície urbanitzada i la generació de residus com aspectes positius en relació a la sostenibilitat. Tanmateix, el consum de recursos (aigua i energia), així com la incorporació del vector ambiental en la planificació i gestió turística en general, són variables deficitàries.

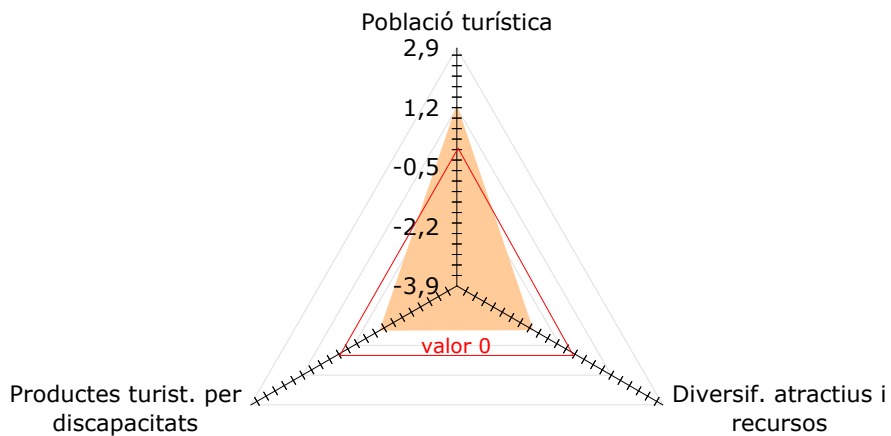
D'acord amb aquests resultats, per a millorar la sostenibilitat turística del municipi s'ha de vetllar per gestionar eficientment els fluxos turístics intensos, diversificar l'oferta, intentar reduir la proporció de segones residències a partir de polítiques d'habitatge adients, minimitzar el consum de recursos i incorporar el vector ambiental en tots els components de l'activitat turística.

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

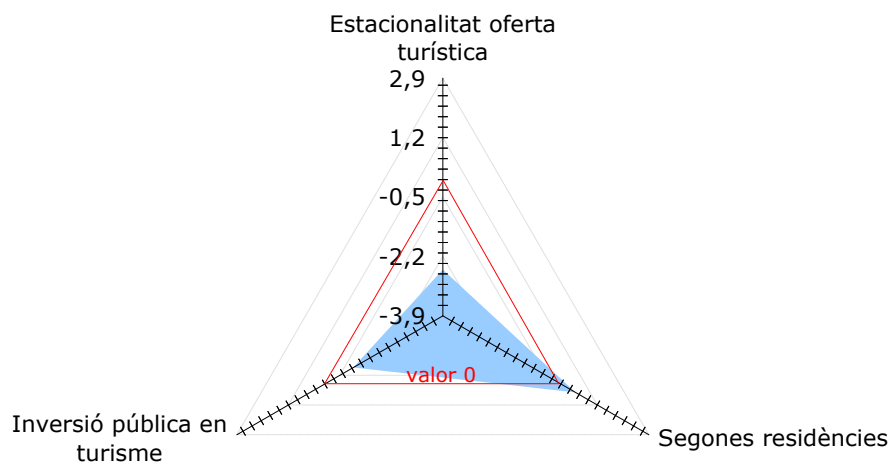


Contribució de cada indicador als subíndexs

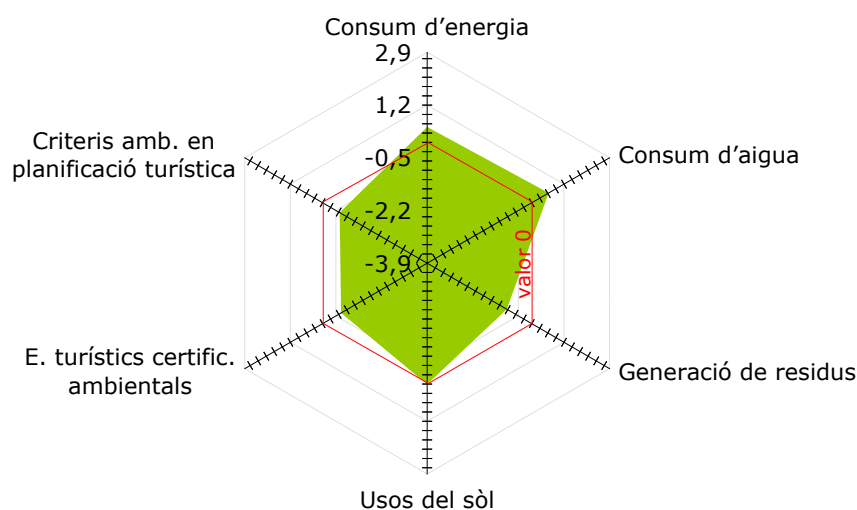
Subíndex sociocultural: -0,47



Subíndex econòmic: -1,01



Subíndex ambiental: -0,19



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	0,12	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	3	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	0	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	0,00	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	39,98	49,89
Inversió pública en turisme (2012)	% de pressupost en turisme	0,02	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	10,14	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	203,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,18	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	8,93	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

El municipi de Piera obté un índex ISOST de -0,56 i es situa en la posició 19 del rànquing de sostenibilitat turística. Els seus subíndexs registren valors negatius en les tres dimensions de la sostenibilitat, destacant-ne l'econòmica com a especialment deficient. Aquest subíndex només té una contribució positiva a través de l'indicador de segones residències, doncs la proporció en el parc d'habitatge total és relativament baixa. Tanmateix, el municipi no disposa de cap mena d'oferta d'allotjament turístic comercialitzable i la inversió pública en turisme és molt baixa.

D'altra banda, el subíndex sociocultural registra com a indicador positiu la població turística, donat no hi ha un volum excessiu de turistes al llarg de l'any; mentre que hi ha poca diversificació d'atractius turístics i cap oferta de productes aptes per a discapacitats.

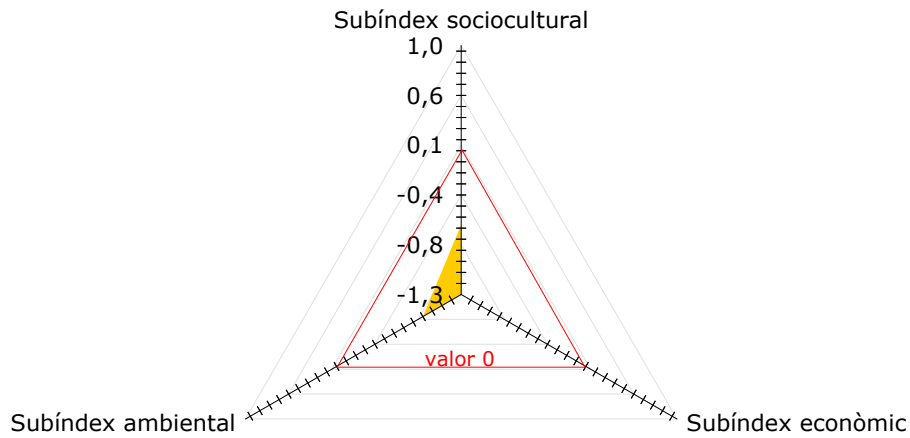
Pel que fa a la dimensió ambiental, el consum de sòl i recursos (energia i aigua) és moderat, cosa que contribueix positivament a la sostenibilitat. La resta de variables, però, són negatives ja que la generació de residus és elevada i a més no s'incorpora el vector ambiental en la planificació turística o en la gestió empresarial (certificació d'establiments).

La principal debilitat de Piera és la manca d'una infraestructura i un desenvolupament turístic efectiu. És necessari un reconeixement del potencial i de la realitat turística del municipi, a través d'una bona planificació, que permeti definir els objectius i estratègies per al desenvolupament sostenible del turisme. En relació a l'ISOST, Piera ha de diversificar els seus atractius turístics i fer els seus productes accessibles, alhora que desenvolupa una oferta d'allotjament turístic comercialitzable adaptada a la demanda i al tipus de destinació. Això ha d'estar recolzat per l'administració a través d'inversió pública i de la promoció de polítiques ambientals en el sector.

MEDIONA

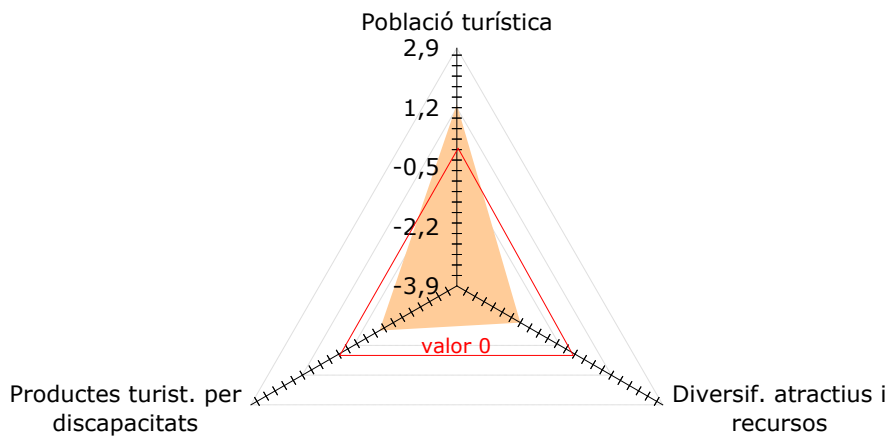
ISOST: -0,91
Posició rànkung: 20/20

Contribució de cada subíndex a l'ISOST

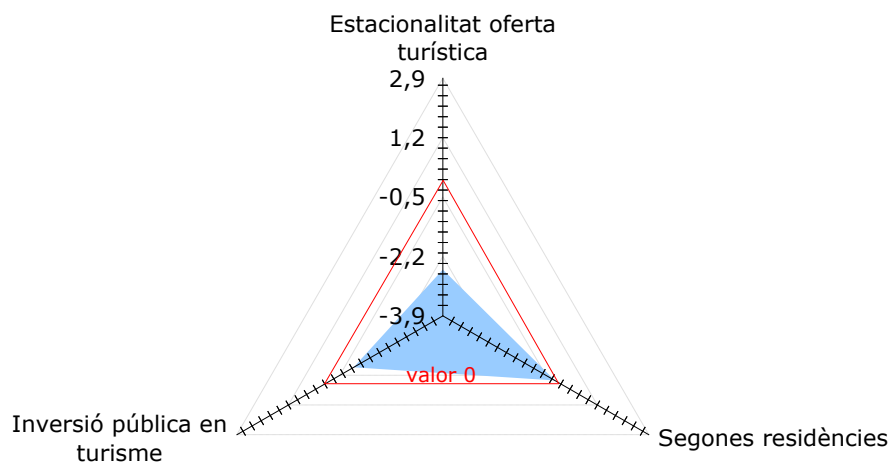


Contribució de cada indicador als subíndexs

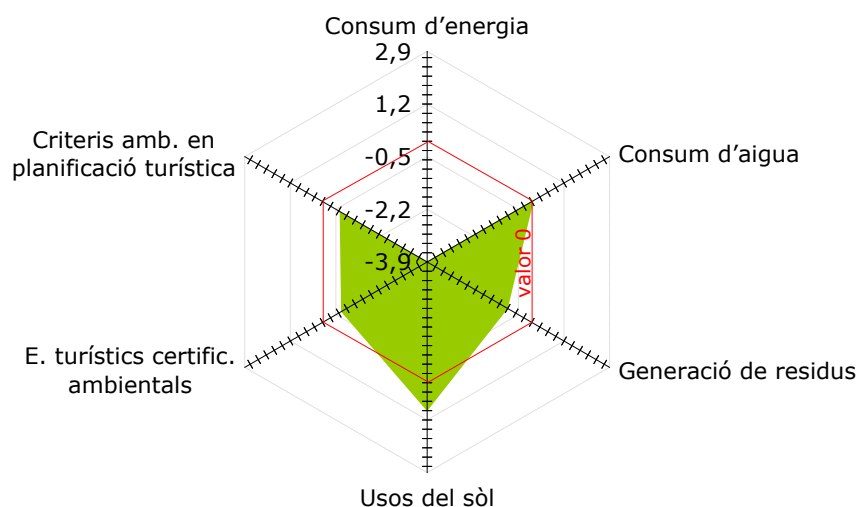
Subíndex sociocultural: -0,62



Subíndex econòmic: -1,25



Subíndex ambiental: -0,85



Indicadors simples pel municipi i mitjana de la mostra

Indicadors	Càlcul	Valors	Mitjana
Dimensió sociocultural			
Població turística (2011)	% PTE	0,16	23,81
Diversif. atractius i recursos turíst. (2011)	Núm. diferents tipus de recursos turístics	2	6,15
Productes turístics per discapacitats (2010)	Núm. difer. adaptacions per discapacitats	0	1,60
Dimensió econòmica			
Estacionalitat de l'oferta turística (2011)	% places turístiques disponibles (anual)	0,00	75,57
Presència de segones residències (2001)	% habitatges secundaris	54,03	49,89
Inversió pública en turisme	% de pressupost en turisme	0,00	1,86
Dimensió ambiental			
Consum d'energia (2008)	Consum Kwh/PTP/dia	118,30	22,41
Consum d'aigua (2010)	Consum litres/PTP/dia	360,00	380,30
Generació de residus (2010)	Residus Kg/PTP/dia	2,16	1,68
Distribució dels usos del sòl (2009)	% sòl urbà	2,66	8,98
Establ. turístics certificats amb. (2011)	% establiments d'allotjament certificats	0,00	2,94
Criteris ambientals en planificació turística	Núm. plans turístics municipals que incorporen criteris ambientals	0	0,30

Observacions:

Mediona és el municipi menys sostenible turísticament de la mostra; amb un ISOST de -0,91 es situa en la última posició del rànquing. Els seus subíndexs registren valors negatius, destacant-ne especialment l'econòmic que obté la puntuació més baixa del conjunt analitzat. Això té a veure principalment amb el fet que el municipi no tingui cap mena d'allotjament turístic comercialitzable (de manera que no es pot valorar correctament l'estacionalitat) i a la nul·la inversió pública en turisme.

La dimensió sociocultural només té com a contribució positiva l'indicador de població turística, que determina una població flotant relativament baixa de manera que es minimitza la pressió turística. Tanmateix, la baixa diversificació dels seus recursos i la manca de productes turístics aptes per discapacitats resulta en un valor global negatiu pel subíndex.

Finalment, la dimensió ambiental presenta valors negatius en la majoria dels seus indicadors simples, destacant un consum molt elevat d'energia. En relació a això, cal tenir en compte que en el càlcul d'aquest indicador no es va poder desagregar el sector industrial del domèstic de manera que el consum està sobredimensionat respecte la resta de casos d'estudi (vegeu Indicador A.3.1. *Consum d'energia* - Capítol 5-). Només els indicadors de sòl urbà i consum d'aigua, en ser menors que la mitjana de la mostra, contribueixen positivament a la sostenibilitat ambiental.

Mediona és una destinació turística incipient, mancada de planificació i gestió turística; per tant, requereix d'un primer procés de reflexió entre els actors del territori per a decidir l'estratègia de desenvolupament turístic desitjada. A partir d'aquí, i per assegurar una sostenibilitat turística efectiva, cal generar recursos i productes turístics diversos i accessibles, així com desenvolupar una oferta d'allotjament turístic comercialitzable dimensionada a les característiques de la destinació. A més, tot això ha d'estar recolzat per l'administració a través d'inversió pública i de la promoció de polítiques ambientals en el sector.

6.3. DISCUSSIÓ DE L'ÍNDEX ISOST

Aquest apartat reflexiona sobre les bondats de l'Índex proposat però també sobre les seves limitacions i deficiències, doncs és tan important conèixer el valor metodològic de l'eina com les seves dificultats per a garantir una correcta aplicació i interpretació de resultats.

El principal valor de l'Índex ISOST és la contribució que suposa com a una nova metodologia que quantifica la sostenibilitat turística, partint de la premissa que ha de ser una eina plenament aplicable a escala municipal i integrar efectivament les tres dimensions de la sostenibilitat. Tal i com s'ha exposat en capítols anteriors, la bibliografia sobre el turisme sostenible i els mètodes d'identificació i quantificació d'impactes és àmplia, i s'han generat nombroses propostes per a delimitar la sostenibilitat en el sector turístic. Tanmateix, en la majoria dels casos s'ha treballat amb una concepció reduccionista del terme, associant la sostenibilitat primordialment a la dimensió ambiental o considerant l'equilibri de les tres dimensions no més enllà de la definició conceptual del marc d'estudi. A més les metodologies generades molts vegades són de difícil aplicació real a causa de la deficiència en les dades disponibles o la dificultat de càlcul. És per això que l'Índex ISOST és innovador en aquest sentit, en tant que integra les tres dimensions de la sostenibilitat no només a nivell teòric sinó també pràctic. I a la vegada fa d'això la seva raó de ser, construint-se a partir dels resultats obtinguts en un sistema d'indicadors aplicat a un conjunt de casos seleccionats com a representatius de les diferents realitats turístiques dels municipis.

D'altra banda, l'escala territorial en què s'ha treballat és relativament poc habitual i, si bé té la limitació de perdre de vista processos d'abast més global, té l'avantatge de poder incidir més directament en els processos de decisió, planificació i gestió. El municipi turístic és la figura administrativa d'intervenció i gestió més directa en el territori, de manera que és en aquest nivell en el que les polítiques turístiques envers la sostenibilitat són més efectives. Així l'ISOST té la voluntat de ser útil per als gestors turístics municipals i poder guiar l'activitat cap a escenaris més sostenibles.

L'ISOST doncs, té vocació pràctica i, per tant, ha de ser reproduïble en d'altres àmbits territorials i obtenir resultats fiables. En aquest sentit, el seu desenvolupament metodològic ha estat desgranat meticulosament a l'inici del present capítol, de manera que la seva replicació en altres municipis turístics no ha de tenir cap dificultat procedimental més enllà d'aconseguir les dades necessàries.

En quant a la fiabilitat dels seus resultats, l'ISOST s'ha construït (i definit els seus llimars) en funció d'una mostra representativa de les diferents realitats que es poden identificar en municipis turístics. El tractament dels casos d'estudi s'ha fet a partir d'un marc d'anàlisi comú per a poder distingir patrons generals i, a la vegada, s'han considerat els factors contextuals propis de cada cas. Així s'ha treballat amb municipis en diferents estadis de desenvolupament turístic i d'entorns territorials diversos, cosa que constitueix un univers prou ampli com per permetre extreure conclusions generalitzables a altres àmbits territorials.

La representativitat dels casos analitzats ha permès definir llimars de sostenibilitat turística extrapolables a partir de la mitjana de la mostra. La sostenibilitat, per tant, s'ha valorat comparativament, tal i com recomanaven els experts consultats a l'Enquesta Delphi (vegeu apartat 4.1.3.2.). Aquests llimars han de permetre classificar adequadament segons el seu grau de sostenibilitat turística qualsevol municipi turístic que es vulgui analitzar. Tanmateix, l'aplicació de l'ISOST no és idònia per a municipis no turístics, ja que la seva parametrització s'ha basat en casos eminentment turístics i, per tant, la seva interpretació no seria prou acurada ni tindria interès per a territoris sense aquesta condició.

L'índex ISOST presenta principalment dues debilitats: la utilització d'indicadors simples relatius i la compensació d'impactes entre les seves variables. La primera feblesa té a veure amb la necessitat de treballar amb dades relatives per a ajustar les escales entre àmbits territorials diversos i de característiques socioeconòmiques disperses. Aquest procediment permet una comparació realista entre casos, però fa perdre de vista la magnitud total del fenomen. Així, per exemple, un municipi amb una explotació intensa de recursos però eficient en el seu consum relatiu, pot resultar en l'índex final més sostenible que d'altres molt menys impactants globalment.

La segona debilitat resulta de l'agregació de les variables en un sol valor d'índex, doncs utilitzar la mitjana aritmètica per a combinar els indicadors simples primer i els subíndexs després, determina necessàriament una compensació d'impactes que no sempre és desitjada. A part del dilema que pot suposar la neutralització de determinats efectes negatius del turisme, també sorgeix una contradicció conceptual en tant que no es garanteix l'equilibri real entre les tres dimensions de la sostenibilitat. Davant d'això, alguns autors opten per defensar la no agregació de variables i per analitzar la sostenibilitat turística a partir d'un sistema d'indicadors; mentre que altres, tot i les limitacions, defensen la utilitat dels índexs com a resum estadístic que captura la realitat i el seu significat simplificadament (Sharpe, 2004).

D'altra banda, Finkbeiner et al. (2010) reconeix que la compensació de pesos entre les dimensions de la sostenibilitat, tot i que no és desitjable, succeeix freqüentment en els processos de decisió, com a mínim implícitament. Per a fer front a aquestes dues debilitats de l'ISOST, o si més no minimitzar-ne l'efecte, caldrà aprofitar el sistema d'indicador i l'índex com a eines complementàries, de manera que la seva interpretació dependent i integrada serveixi per a corregir mútuament les deficiències.

Finalment la manca de dades o la pobra qualitat de les mateixes són problemes recurrents al llarg de tota la investigació. En el cas de l'índex ISOST, la selecció d'indicadors simples s'ha fet en funció de criteris conceptuals però també de representativitat estadística. Aquest darrer aspecte ha comportat que algunes variables interessants (despesa turística, oferta d'allotjament, població ocupada, etc.) s'hagin descartat per ser, o formar part, d'aproximacions cosa que ha definit una correlació massa elevada com per a mantenir-les en la construcció de l'índex.

Tanmateix, l'índex ISOST dóna resposta a una mancança metodològica en la definició de la sostenibilitat turística en termes quantitativs. És una eina útil en els processos de decisió, gestió i planificació turística municipal; perquè està pensada específicament per a gestors locals, però també perquè s'ha elaborat a partir de dades disponibles en organismes oficials o de fàcil càlcul. Per tant, és un instrument funcional que genera informació sobre els aspectes crítics d'una destinació en relació a la seva sostenibilitat, definint així línees de treball en les que centrar l'atenció dels gestors per avançar cap a escenaris més sostenibles econòmica, social i ambientalment. En definitiva, l'ISOST posa el seu petit gra de sorra per a aconseguir un model turístic millor pel territori i la societat en general.

CAPÍTOL 7
CONCLUSIONS

El capítol de conclusions té la funció de reflexionar sobre tot el procés d'investigació desenvolupat, dialogant i responent als objectius i hipòtesis plantejades inicialment i a partir dels resultats obtinguts. D'acord amb això, el contingut s'estructura en cinc apartats, els tres primers dels quals es corresponen a les conclusions dels objectius per a seguidament discutir les hipòtesis formulades i, finalment, recollir les consideracions finals de l'estudi.

7.1. CONCLUSIONS SOBRE EL TURISME SOSTENIBLE I LES METODOLOGIES D'ESTUDI RELACIONADES

Aquest apartat correspon a les conclusions que es deriven de l'Objectiu 1 de la Tesi: *Objectiu 1. Aprofundir en el coneixement del turisme sostenible i les metodologies d'estudi relacionades*; i dels seus objectius específics. Els capítols 2 i 3 de la Tesi han donat resposta a aquest requeriment, desenvolupant el marc teòric i fenomenològic del turisme sostenible i els instruments d'identificació i quantificació de la sostenibilitat turística. Aquest anàlisi en profunditat ha permès establir l'estat de la qüestió del tema d'investigació i definir les premisses de partida per a l'elaboració de la metodologia per a la quantificació de la sostenibilitat turística a escala municipal.

L'estudi del turisme sostenible i la seva evolució conceptual (Objectiu específic 1.1), ha constatat que el concepte està àmpliament acceptat en el sector i consolidat en la literatura dels darrers anys com a peça bàsica en el debat sobre la gestió dels recursos turístics. Tanmateix, tot i la revalorització i reorientació de la política turística que ha significat la irrupció de la sostenibilitat en el turisme, la materialització real i efectiva del paradigma encara dista de ser òptima. És cert que les iniciatives i les polítiques per a promoure un turisme sostenible han proliferat considerablement, definint un marc per al desenvolupament del concepte tant a nivell teòric com pràctic, però la naturalesa imprecisa de la sostenibilitat continua avocant-lo a un ús excessivament retòric que condueix a interpretacions múltiples i, per tant, a aplicacions de diferent intensitat i orientació. Això s'ha traduït en un bon nombre de documents indicatius que no contempnen accions concretes per a l'aplicació pràctica de la sostenibilitat turística, sinó que proporcionen orientacions estratègiques sobre com ha d'actuar i evolucionar el sector. Aquesta falta de concreció en la transferència del coneixement a la realitat ha comportat que l'aplicació de la sostenibilitat continuï depenent del sistema de raonament aplicat i del context territorial i social en qüestió.

En el context social i econòmic actual, caracteritzat per un canvi en les motivacions i pautes de consum turístic i per una forta competència entre destinacions, la sostenibilitat s'ha convertit en una estratègia de diferenciació i de valor afegit de qualsevol desenvolupament turístic. Això s'ha plasmat en nombrosos instruments i productes que proposen noves formes de gestió i aprofitament turístic. Els exemples de pràctiques turístiques que incorporen criteris de sostenibilitat es troben en tot tipus de destinacions, indiferentment de l'àmbit territorial o la fase de desenvolupament turístic. Els esforços, però, semblen més factibles en les noves destinacions, a on no hi ha estructures heretades de desenvolupaments turístics previs que condicionin la planificació i gestió de l'activitat. Tot i això, les destinacions turístiques tradicionals són les que presenten exemples més clars de polítiques de sostenibilitat turística aplicades. De fet, les destinacions consolidades veuen en la sostenibilitat l'aposta de futur necessària per a garantir la viabilitat de la seva activitat a llarg termini.

L'anàlisi de l'aplicació pràctica de la sostenibilitat al sector turístic (Objectiu específic 1.2) ha identificat com les principals estratègies per a la millora de la sostenibilitat turística tenen a veure amb les certificacions ambientals d'espais i establiments turístics, els productes específics, la gestió empresarial i les xarxes de coneixement i cooperació. Cada un d'aquests elements formen part del procés de producció i comercialització turística i, per tant, introdueixen la sostenibilitat en diferents etapes del procés. L'anàlisi de casos seleccionats ha permès constatar que l'accepció ambiental de la sostenibilitat és la més explotada, a través de l'adequació ambiental de la infraestructura turística i la protecció de l'entorn com a qualitats més demandades que creen avantatges competitives que valoritzen el producte turístic.

Les ecoetiquetes i els SGA estan generalitzats en el sector, i identifiquen una creixent consciència ambiental dels agents turístics; mentre que les estratègies de diversificació i segmentació dels productes turístics són pràctiques comuns per a la desestacionalització i diferenciació de l'activitat. D'altra banda, la responsabilitat social i l'ambientalització són aspectes que cada vegada més s'incorporen a la gestió empresarial. Mentre que les xarxes de coneixement i cooperació actuen com a mecanismes de comercialització i intercanvi d'informació entre els agents turístics i els seus productes i serveis, introduint la sostenibilitat a través d'experiències compartides i/o objectius comuns per a crear coneixement i fomentar les bones pràctiques turístiques.

Les maneres d'aplicar la sostenibilitat en el sector turístic, però, responen a diverses interpretacions i voluntats i, per tant, a iniciatives de qualitat i intensitat diferents. Malgrat aquestes dificultats, la sostenibilitat ha promogut un canvi qualitatiu efectiu en el sector que ha afectat tant a la gestió com a la planificació de les destinacions. La sostenibilitat s'ha convertit en una condició indissociable del nou turisme contemporani, essent una estratègia clau en la política turística actual. Aquesta és, doncs, la principal fita aconseguida en els darrers anys i que sens dubte suposa una diferència significativa en la manera d'entendre l'activitat fins al moment.

L'aprofundiment en les metodologies desenvolupades per a l'estudi de la sostenibilitat turística (Objectiu específic 1.3) ha permès identificar els sistemes d'indicadors i els índexs com els instruments més utilitzats amb aquesta finalitat. Precisament la capacitat de descriure i quantificar objectivament la realitat d'un àmbit concret, facilitant el coneixement del territori i els elements i processos que hi tenen lloc, és el que els fa adients per a l'estudi de la sostenibilitat turística. De fet, permeten tant caracteritzar la situació present com monitoritzar-ne l'evolució i, per tant, poden assenyalar els problemes i virtuts d'un determinat model turístic per a definir, si cal, estratègies de reconversió o reorientació.

L'ús dels indicadors en els processos de gestió i planificació turística ha estat present des dels inicis de l'activitat, si bé la concepció i finalitat ha evolucionat de valoracions purament economicistes a interpretacions que contempen el turisme des d'una visió social, econòmica i ambiental integrada. En aquest sentit, la creació i institucionalització del concepte de turisme sostenible ha marcat un punt d'inflexió, en tant que proposa una nova manera d'entendre l'activitat i, per tant, de valorar-la i en definitiva de quantificar-la.

Els sistemes d'indicadors han estat tradicionalment els instruments més utilitzats per estudiar la sostenibilitat, gràcies a una simplicitat metodològica que permet detectar impactes concrets i aplicar solucions parcials. Tanmateix, cada vegada hi ha més propostes d'índexs que s'utilitzen en els processos de decisió ja que proporcionen una comprensió més global i integrada del fenomen. Malauradament, la majoria de les propostes plantejades són excessivament teòriques, per la qual cosa la seva utilitat real és limitada. Aquesta disfunció s'evidencia en llistes interminables d'indicadors que exigeixen el càlcul de variables amb dificultats tècniques o econòmiques considerables. A més, a això es suma que els models de governança actuals no estan dissenyats per a desenvolupar estructures econòmiques de convergència cap al desenvolupament sostenible, per la qual cosa

la producció d'informació i d'estadístiques oficials no sempre són adients per a l'estudi d'aquest paradigma. Sovint dades bàsiques sobre el comportament de les principals variables que determinen la sostenibilitat no estan disponibles, o bé la seva escala o nivell de desagregació no és suficient. A això s'afegeix la deficient actualització de les dades o biaixos introduïts per errors en les mostres. En resum, l'aplicació real dels indicadors està fortament condicionada per la suficiència i qualitat de les dades.

D'altra banda, el criteri científic és una condició necessària en tota proposta d'indicadors o índexs, des de la selecció i combinació de variables fins a la interpretació de resultats. Això, juntament amb l'ambigüitat en la definició de turisme sostenible, introdueix la subjectivitat com a una altra font de controvèrsia. És per aquest motiu que qualsevol proposta d'indicadors ha d'estar consensuada i reforçada conceptualment, i formada per variables escollides segons principis estadísticament fonamentats i procediments quantitius transparents, combinats amb processos participatius amb els agents del territori i/o enquestes pluridisciplinars a experts.

Així doncs, treballar amb indicadors suposa haver d'afrontar qüestions i processos complexos, però no es pot negar que la seva utilitat final en els processos de planificació i gestió turística és decisiva en tant que proporciona una aproximació quantitativa de la sostenibilitat turística. El repte, per tant, és aconseguir una aplicació pràctica suficientment argumentada i fiable com per guiar les destinacions turístiques cap a escenaris més sostenibles.

7.2. CONCLUSIONS SOBRE LA PROPOSTA METODOLÒGICA PER A L'ESTUDI DE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA A ESCALA MUNICIPAL

Les conclusions que es recullen en aquest apartat resulten del desenvolupament de l'Objectiu 2 de la Tesi: *Objectiu 2. Elaborar un procediment metodològic concret per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal*; i dels seus objectius específics. Els capítols 4 i 6 han presentat la proposta metodològica argumentada, el procediment de la qual consta d'un Sistema d'Indicadors simples que, a partir de l'anàlisi dels seus resultats, ha permès identificar les variables clau per agregar-se en un únic valor o índex ISOST assimilable al grau de sostenibilitat turística municipal.

El Sistema d'Indicadors de sostenibilitat turística proposat (Objectiu específic 2.1) s'ha basat en el marc teòric i fenomenològic estudiat en els capítols inicials de la Tesi, i s'ha ajustat segons la valoració conjunta d'experts realitzada a través d'una enquesta Delphi. Per a aconseguir una metodologia ben justificada i fàcilment comprensible s'han exposat cada una de les etapes del procés d'elaboració del sistema aportant detall i transparència suficient. El plantejament, a més, ha tingut en compte en tot moment la sostenibilitat turística com a marc conceptual i l'escala local com a marc operatiu d'aplicació.

Tenint en compte que no hi ha una metodologia universalment acceptada per a la quantificació de la sostenibilitat turística, ni tan sols un consens sobre la seva construcció i aplicació, el Sistema d'Indicadors proposat suposa una contribució científica en aquest sentit. A més, el procediment està argumentat tant a nivell conceptual, a través de la recerca bibliogràfica i d'experiències sobre el turisme sostenible i els instruments per a la seva identificació i quantificació; com a nivell pràctic, mitjançant la seva aplicació en 20 municipis representatius de les diferents realitats turístiques i territorials de Catalunya.

Precisament l'aplicació del Sistema d'Indicadors en casos d'estudi ha suposat una diferència qualitativa respecte altres propostes, en tant que ha permès garantir-ne la seva mesurabilitat i funcionalitat en l'estudi dels impactes del turisme. També ha constatat que, si bé el tractament de la informació indicador a indicador (o fitxa a fitxa) proporciona un nivell de profunditat analítica valuós, és difícil la interpretació integrada del Sistema o establir una valoració global de la sostenibilitat turística de cada municipi. Aquest fet justifica i avala l'elaboració d'un índex o indicador compost, a partir dels resultats obtinguts en el Sistema, per a disposar d'un resum estadístic en forma de valor únic i simplificat de la sostenibilitat turística municipal.

L'Índex de Sostenibilitat Turística proposat (ISOST) (Objectiu específic 2.2) s'ha construït a partir dels fonaments teòrics desenvolupats als capítols inicials de la Tesi i dels resultats obtinguts en el Sistema d'Indicadors que han permès identificar les variables clau en la sostenibilitat turística. El procediment s'ha concebut per a ser una eina plenament aplicable a escala municipal i integrar efectivament les tres dimensions de la sostenibilitat, de manera que s'ha superat la concepció reduccionista (ambiental) utilitzada en altres propostes. A més, donat que la proposta parteix de l'aplicació efectiva d'un conjunt d'indicadors en casos pilot, es garanteix que el seu càlcul és factible i representatiu de la realitat estudiada.

L'ISOST té vocació pràctica, de manera que el seu desenvolupament metodològic s'ha desgranat meticulosament per a facilitar la seva replicació en altres municipis turístics. També s'ha buscat que el seu càlcul sigui representatiu, per la qual cosa s'ha construït (i definit els seus límits) en funció d'una mostra representativa de municipis turístics que s'han tractat dins un marc d'anàlisi comú per a poder distingir patrons generals i factors contextuais propis de cada cas. Així s'ha treballat amb municipis en diferents estadis de desenvolupament turístic i d'entorns territorials diversos, cosa que constitueix un univers prou ampli com per permetre extreure conclusions generalitzables a altres àmbits territorials.

Tanmateix, l'índex ISOST presenta dues debilitats: la utilització d'indicadors simples relatius, i la compensació d'impactes entre les seves variables. La primera feblesa té a veure amb la necessitat de treballar amb dades relatives per a ajustar les escales entre àmbits territorials diversos i de característiques socioeconòmiques disperses. Aquest procediment permet una comparació realista entre casos, però fa perdre de vista la magnitud o intensitat total del fenomen. D'altra banda, l'agregació aritmètica de les variables en un sol valor d'índex determina necessàriament una compensació d'impactes. Això suposa la neutralització d'efectes negatius i una contradicció conceptual en tant que no garanteix l'equilibri real entre les tres dimensions de la sostenibilitat. Per superar aquestes limitacions, o si més no minimitzar-ne l'efecte, és necessari contrastar els resultats de l'Índex amb l'anàlisi en profunditat realitzat en el Sistema d'Indicadors. Novament, això reforça i justifica la idea d'aprofitar els sistemes d'indicadors i els índexs com a eines complementàries, de manera que la seva interpretació dependent i integrada serveixi per a corregir mútuament les deficiències.

7.3. CONCLUSIONS SOBRE LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA DELS MUNICIPIS D'ESTUDI

Aquest apartat recull les conclusions del desenvolupament dels Objectius 3 i 4 de la Tesi: *Objectiu 3. Estudar el fenomen turístic a Catalunya. Aproximació a la regió turística i profundització en l'àmbit local*, i *Objectiu 4. Definir uns límits empírics que permetin la classificació de municipis en funció del grau de sostenibilitat turística*; i dels seus objectius específics. El tractament d'aquests aspectes s'ha realitzat en diversos capítols de la Tesi, i de manera integrada al desplegament i aplicació de les metodologies d'identificació i quantificació de la sostenibilitat turística. Així, l'Objectiu 3 s'ha començat a apuntar en l'anàlisi alguns dels casos presentats en el capítol 2 (apartat 2.5. Aplicació dels principis de sostenibilitat a

activitats turístiques: casos seleccionat), però s'ha desenvolupat efectivament en el capítol 4 (apartat 4.3. L'àmbit d'estudi: Catalunya) i en el 5 i 6 amb l'aplicació del Sistema d'Indicadors i l'Índex en una selecció de municipis turístics catalans. Pel que fa a l'Objectiu 4, s'ha recollit en el capítol 6 (apartat 6.2. Aplicació de l'Índex ISOST).

La contextualització del turisme a Catalunya (Objectiu específic 3.1) s'ha realitzat a través d'una introducció històrica, de la caracterització territorial i estructural de components, i de la presentació d'instruments de planificació i gestió de l'activitat. D'aquesta manera, s'ha configurat un marc general per a seleccionar els casos d'estudi en què aplicar la metodologia de valoració de la sostenibilitat turística municipal.

La presentació de Catalunya com a regió turística, a partir del desplegament històric de l'activitat i de l'anàlisi dels condicionants polítics, territorials i de recursos que defineixen el fenomen en l'actualitat, proporciona una referència introductòria necessària en la investigació. Doncs dóna una visió de conjunt i determina les estructures i dinàmiques preexistents que cal considerar alhora de concretar l'estudi en els municipis turístics. A més, permet entendre la magnitud, causes i efectes del turisme en l'àmbit, i a la vegada garanteix que la selecció de municipis sigui idònia per l'objecte d'estudi i coherent pel context en què es troben.

En la mateixa línia, però a una escala inferior, també s'ha dibuixat el perfil turístic bàsic dels municipis d'estudi proporcionant informació contextual per entendre els indicadors que s'apliquen posteriorment. Es tracta d'una presentació no exhaustiva de components del turisme que serveix de referència per introduir els diferents àmbits i interpretar-ne més adientment els resultats

Els municipis turístics d'estudi de Catalunya s'han determinat (Objectiu específic 3.2) segons una sèrie de criteris recollits tant en documents legislatius com en estudis científics. Concretament, s'han considerat els factors que la legislació aplica per a la declaració de municipi turístic, però també la naturalesa geogràfica de l'activitat i la realitat territorial resultant. Això significa que no només s'ha buscat seleccionar els municipis amb una estructura turística més desenvolupada i consolidada, sinó també l'equilibri territorial entre les diverses regions turístiques de Catalunya i la varietat en les modalitats que s'hi projecten. És a dir, s'han seleccionat casos d'estudi que reflecteixin la riquesa i diversitat turística de Catalunya.

Així doncs, la selecció dels municipis turístics d'estudi sorgeix d'un conjunt de 947 municipis catalans als que se'ls aplica bàsicament 4 criteris: 1) que siguin representatius de diferents entorns geogràfics (litoral, muntanya, interior i urbà), 2) que tinguin més places d'allotjament turístic i de segona residència que població censada, 3) que les places d'allotjament turístic representin el 10% o més del total de places de la seva comarca, i com a mínim el 0,1% del total de Catalunya, i 4) que es prioritzin els representatius de diferents modalitats turístiques. El resultat és un conjunt d'estudi de 20 municipis turístics significatius.

Per a valorar la sostenibilitat turística dels casos d'estudi s'ha aplicat el Sistema d'Indicadors proposat i, posteriorment, l'Índex ISOST. D'aquesta manera s'ha realitzat un estudi comparatiu de la sostenibilitat turística municipal a dos nivells: un primer anàlisi en profunditat indicador a indicador, i un segon més global i integrat en un únic valor agregat d'índex. Com s'ha comentat anteriorment, la valoració conjunta d'aquestes dues etapes metodològiques és bàsica per a la correcta interpretació de la sostenibilitat turística municipal i per al disseny d'estratègies de millora.

Tanmateix, el càlcul d'indicadors, i per extensió de l'índex, no ha estat fàcil, doncs moltes vegades la informació necessària està fragmentada i/o incompleta. Les principals dificultats han tingut a veure amb la disponibilitat de dades específiques i l'actualització de les mateixes. Tot i que bona part de la informació és pública i disponible en centres estadístics i altres organismes oficials, hi ha dades que s'han hagut de demanar expressament als Ajuntaments i altres òrgans municipals específics. Per tant, l'obtenció d'aquestes dades ha estat subjecte a la voluntat de col·laborar dels gestors municipals i a la producció estadística de cada municipi. Conseqüentment, com que aquesta informació s'ha elaborat des de diferents organismes i s'ha adaptat a la realitat i necessitats pròpies de cada un, la manca d'actualització i d'uniformitat en les dades ha estat un handicap afegit a l'estudi.

La categorització dels municipis turístics en funció del seu nivell de sostenibilitat turística (Objectiu específic 4.1) ha estat possible gràcies al càlcul de l'índex ISOST en un univers pilot ampli i representatiu de diverses realitats turístiques. Els resultats obtinguts en aquesta mostra han plantejat conclusions generalitzables i la seva valoració comparativa definit l'indiar de sostenibilitat turística extrapolables a altres àmbits territorials similars. Concretament, segons el valor de l'ISOST s'han establert quatre categories en les que es pot classificar qualsevol municipi turístic: Municipi més sostenible turísticament, Municipi sostenible turísticament, Municipi poc sostenible

turísticament, i Municipi molt poc sostenible turísticament. Això suposa una contribució científica singular, en tant que permet situar els municipis turístics en una determinada posició en una escala de la sostenibilitat turística. Per tant, dóna resposta a una mancança metodològica: la definició de límits, i ho fa de manera comparada a partir dels valors mitjans d'una mostra representativa.

La definició de llindars suposa la traducció de la sostenibilitat turística a valors quantificables a través d'una fórmula definida, de manera que l'ISOST esdevé una eina útil en els processos de decisió, planificació i gestió turística municipal. L'índex és senzill de construir, a partir de dades simples o de fàcil càlcul, i permet valorar la sostenibilitat turística municipal amb un únic valor, el qual es carrega de significat crític al transferir-lo a les categories establertes.

El rànkung de sostenibilitat turística entre els municipis d'estudi (Objectiu específic 4.2) ha identificat Sitges i La Vall de Boí com els més sostenibles turísticament, mentre que Piera i Mediona com els que menys. Els quatre municipis estan especialment diferenciats de la resta de la mostra, és a dir, es tracta de valors extrems positius i negatius. Tenint en compte les variables multidimensionals que han intervingut en el càlcul del l'ISOST, Mediona i Piera obtenen els valors més baixos a causa d'un turisme incipient que, si bé pot gaudir d'un entorn natural més o menys ben conservat, no compta amb una implicació realment activa dels actors de territori en l'activitat ni amb una estructuració de l'oferta i dels recursos efectiva. Sitges i La Vall de Boí, en canvi, han aconseguit un desenvolupament més equilibrat de l'activitat, fent-la rendible econòmicament, però també integrada en el territori, responsable i equitativa socialment.

La resta de municipis es situen en posicions més aviat intermèdies, tot i que s'identifica en certs casos una relació entre els entorns territorials considerats i el grau de sostenibilitat turística. Així, els municipis turístics urbans en tenir una estructura econòmica més diversificada i unes dinàmiques pròpies tendeixen a ser més sostenibles turísticament, mentre que els municipis rurals/d'interior en estar poc desenvolupats són molt poc sostenibles turísticament. Entre els casos de muntanya, en canvi, hi ha més diversitat de situacions i la sostenibilitat s'associa al model de desenvolupament turístic, essent aquells municipis més massificats turísticament els menys sostenibles. En el litoral no hi ha una tendència clara i s'identifica una concentració de valors al voltant de la mitjana de la mostra.

Per tal de reconèixer els aspectes que cal treballar per adequar el desenvolupament turístic als principis de sostenibilitat, s'ha realitzat un anàlisi desagregat i més concret per a cada municipi a través de fitxes resum de l'ISOST. La representació

gràfica i numèrica de la informació que construeix l'índex ha facilitat la visualització dels components crítics que cal redreçar en cada cas per a millorar el grau de sostenibilitat turística.

7.4. DISCUSSIÓ DE LES HIPÒTESIS INICIALS

El plantejament de les hipòtesis té relació directa amb els objectius formulats inicialment, de manera que les reflexions recollides en els apartats anteriors (conclusions dels objectius generals i específics) han de facilitar-ne el procés de discussió i la seva validació o rebutjament.

La investigació va formular en el seu capítol inicial (Capítol 1. Plantejament de la recerca) tres hipòtesis de partida relacionades amb les limitacions per a l'aplicació pràctica del turisme sostenible, la idoneïtat de l'escala municipal per al seu estudi, i la possibilitat d'establir límits de sostenibilitat turística a partir de l'estudi comparatiu de casos representatius. Les tres premisses constitueixen els eixos principals de recerca a partir dels quals s'ha desenvolupat la proposta metodològica per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal.

La Hipòtesis 1 planteja que la vaguetat en la definició del turisme sostenible genera una ampla disparitat d'opinions sobre com fer-lo efectiu en el sector. Sosté que el tractament és principalment teòric i la seva aplicació real de diferents intensitats i orientacions, i a més limitada per la manca d'informació bàsica sobre el comportament de les variables que condicionen el paradigma de la sostenibilitat.

Aquesta premissa ha estat confirmada en diverses etapes de la Tesi, des del marc teòric i fenomenològic desenvolupat inicialment fins a l'aplicació del Sistema d'Indicadors i l'índex ISOST en els casos d'estudi. Concretament, l'anàlisi de les iniciatives institucionals sobre turisme ha constatat la proliferació de documents que exposen la relació turisme-sostenibilitat, i alhora ha identificat que el tractament que se'n fa és principalment teòric i/o estratègic i amb poca transcendència pràctica. També la valoració de casos seleccionats en que els principis de sostenibilitat s'han aplicat a activitats turístiques mostra que la transferència del paradigma al sector ha significat una interpretació parcial (majoritàriament ambiental) del concepte en forma d'iniciatives de qualitat i intensitat diferents.

Conseqüentment, les indefinicions conceptuals també han marcat les metodologies de quantificació de la sostenibilitat turística, de manera que l'elaboració de

qualsevol sistema d'indicadors o índex (des de la selecció d'indicadors fins a l'agregació dels mateixos) té un component subjectiu i interpretatiu important. A això, a més, s'afegeix la manca d'informació recopilada o produïda específicament pel càlcul de la sostenibilitat, cosa que sovint genera limitacions en la seva mesurabilitat i obliga a "*valorar el que podem mesurar, en comptes de mesurar el que valorem*" (White et al., 2006a:7). En definitiva, al no haver una definició plenament satisfactòria i sobretot efectiva de la sostenibilitat, tot procés pel seu estudi està marcat per una certa vaguetat i subjectivitat.

La Hipòtesis 2 proposa el municipi com a escala més adequada per a l'estudi de la sostenibilitat turística, ja que és l'àmbit en què tenen lloc els processos de producció i consum turístic i, alhora, el territori delimitat administrativament que sota una autoritat local planifica i gestiona el turisme.

El càlcul del Sistema d'Indicadors i de l'Índex ISOST en un conjunt de municipis turístics ha constatat la bondat d'aquesta premissa, verificant que l'escala local és un nivell correcte per a l'aplicació efectiva de metodologies per a l'estudi de la sostenibilitat turística. A més, avaluar la sostenibilitat a partir d'escala més grans (comunitats autònomes, regions o països) pot ser problemàtic donat que les característiques són massa diverses i complexes (Lee, 2001), mentre que si es treballa en àmbits massa petits (hotels, agències, resorts, etc.) l'anàlisi dels impactes serà parcial.

L'escala municipal reconeix més fidelment els impactes econòmics, ambientals i socioculturals del turisme, i al ser un territori concret i tangible és més fàcil de planificar, dissenyar, gestionar i monitoritzar. D'aquesta manera, la representativitat dels resultats obtinguts i sobretot la capacitat d'actuació per a redreçar situacions no desitjades és molt superior que en altres àmbits. A més, l'estudi de la sostenibilitat turística en l'àmbit local garanteix, no només una proximitat física i administrativa que facilita l'aplicació de polítiques turístiques, sinó també una proximitat emocional de la població local que afavoreix millors processos participatius per a definir escenaris turístics més sostenibles, legitimats i adaptats a les necessitats reals del territori.

La Hipòtesis 3 formula que a partir de l'estudi comparatiu d'impactes del turisme en municipis representatius de diferents realitats es pot proposar un índex que estableixi límits de sostenibilitat turística extrapolables.

El repte que planteja aquesta hipòtesis ha estat assolit a través del desenvolupament i aplicació de la proposta metodològica per a l'estudi de la sostenibilitat turística a

escala municipal. De fet, el resultat final de l'aplicació del procediment ha estat la definició d'uns llindars que estableixen una categorització generalitzable per a classificar qualsevol municipi turístic segons el seu grau de sostenibilitat turística. Els llindars es basen en els valors de l'índex de Sostenibilitat Turística (ISOST) obtinguts per a una mostra d'estudi, de manera que la seva mitjana determina el punt d'inflexió a partir del qual un municipi es considera "sostenible" o "poc sostenible". Així, el grau de sostenibilitat turística es determina comparativament a partir d'un univers pilot, cosa que obliga a argumentar la idoneïtat i suficiència dels casos d'estudi.

Els municipis analitzats s'han seleccionat segons criteris objectius de significança turística a diferents escales administratives (municipal, comarcal i autonòmica), de varietat territorial (litoral, muntanya, interior/rural i urbà), i de diversitat d'activitats (ecoturisme, sol i platja, neu, aventura, cultura, etc.). D'aquesta manera es garanteix la inclusió en l'estudi de diversos escenaris turístics, desenvolupats en entorns i a partir de recursos molt diferents i amb nivells de desplegament turístic dispars (des de destinacions consolidades com Salou o Lloret de Mar, a àmbits turístics latents o incipients com Mediona o La Vall de Boí). Els criteris d'elecció doncs, han configurat una mostra d'estudi bàsica però diversa a partir de la qual obtenir resultats fiables i representatius del fenomen. Per tant, els casos utilitzats es consideren adients i suficients per al plantejament i l'objecte de la present investigació i, en tot cas i de cada a futures millores de l'estudi, es pot aplicar la metodologia a una mostra més àmplia per confirmar la categorització i llindars de la sostenibilitat turística establerts.

7.5. CONSIDERACIONS FINALS

Finalment, de cara a millores i desenvolupaments futurs de la metodologia cal tenir en compte diversos aspectes reflexionats al llarg de la investigació. El primer és tenir present que el procediment proposat és eminentment pràctic i aplicat, per tant, qualsevol millora en les estadístiques que proporcionen la informació per al càlcul d'indicadors contribuirà a la solidesa del sistema. En aquest sentit, l'òptim seria disposar de dades actualitzades i homogènies a nivell municipal sobre el fenomen turístic i els seus impactes específics. Així, es podrien corroborar els llindars i càlculs realitzats i estendre l'estudi a un univers de casos molt més ampli.

La producció d'informació per al càlcul i valoració de la sostenibilitat turística s'hauria d'aglutinar des d'un mateix ens que, més que crear-se de nou, hauria de

sorgir de la racionalització i coordinació del organismes de recerca en turisme ja existents. Aquest ens també hauria de recopilar dades a escales superiors doncs, tot i que el plantejament de la investigació s'ha fonamentat en la revalorització que suposa l'escala local en la planificació i gestió del turisme, també cal analitzar el fenomen de manera integrada a escala regional, nacional i global a on es poden reconèixer importants interrelacions entre el turisme i la sostenibilitat.

D'altra banda, la recerca també es pot entendre com un assaig inicial de la qüestió que, a part de proporcionar una valoració integral de sostenibilitat turística municipal, representi un punt de partida per a estudiar l'evolució en el temps i identificar tendències, és a dir, un instrument per a monitoritzar el paradigma. D'acord amb això, i per a garantir la transferència del coneixement generat, una possible sortida per a la metodologia seria la creació d'una aplicació informàtica simple que permetés que els mateixos gestors municipals calcuessin el seu grau de sostenibilitat turística. De manera que al introduir les variables simples definides el programa per si sol apliqués les fórmules estadístiques descrites i obtingués el valor de l'Índex de Sostenibilitat Turística (ISOST), i segons aquest la categorització del municipi. Aquest resultat últim hauria de poder-se representar de manera desagregada, per identificar els aspectes crítics en què caldria treballar per a millorar la sostenibilitat turística, i alhora de manera comparada amb altres municipis. Si es desenvolupés el software des d'una base on-line i es distribuís entre tot els municipis de Catalunya, per exemple, es podria aconseguir tenir un sistema de recollida de dades efectiu que permetria no només disposar de dades actualitzades i fiables per a una planificació i gestió adient del turisme a escala municipal, sinó també d'una eina per a valorar i definir estratègies turístiques de futur i sostenibles pel país.

G. FONTS D'INFORMACIÓ

BIBLIOGRAFIA

- ACORD (2003): *Acord per a un Govern Catalanista i d'Esquerres a la Generalitat de Catalunya* (14 de desembre de 2003). Iniciativa per Catalunya Verds (ICV), Partit dels Socialistes de Catalunya Ciutadans pel Canvi (PSC), i Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), Barcelona.
- AGÈNCIA EUROPEA DEL MEDI AMBIENT (AEMA) (2003): *Europe's environment: the third assessment. Environmental assessment report n°10*. Agència Europea del Medi Ambient, Dinamarca.
- ANTÓN CLAVÉ, S. (1992): "Medio ambiente y política turística. Medidas comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español", en *Estudios Turísticos*, núm. 116, pp. 5-25.
- ANTÓN CLAVÉ, S. (2002): "El model turístic de Catalunya enfront de les noves tendències de la demanda", en *Revista de Geografia*, segona època, núm.1, pp. 119-128.
- ANTÓN CLAVÉ, S. i GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (coord.) (2007): *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*. Editorial UOC, Barcelona.
- ASSOCIACIÓ DE NATURALISTES DE GIRONA (ANG) (1998): *Carta de Tossa. Municipis costaners vers una gestió sostenible del litoral*. Associació de Naturalistes de Girona, Tossa de Mar.
- BEAS SECALL, L. (2009): *Les polítiques turístiques en el marc de la reestructuració de les destinacions litorals. Avaluació dels plans d'excel·lència turística al litoral català*. Tesi doctoral. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.
- BELL, S. i MORSE, S. (2003): *Measuring Sustainability: Learning from doing*. Earthscan Publications, Londres.
- BENGOCHEA, A.; MAGADÁN, M. i RIVAS, J. (2006): *Actividad turística y medio ambiente*. Septem Ed., S.L., Oviedo.
- BERMEJO, R. i NEBREDA, A. (1998): "Conceptos e instrumentos para la sostenibilidad local" en *Cuadernos Bakeaz*, núm. 26, pp. 1-18.
- BLACKSTOCK, K.; MCCRUM, G.; SCOTT, A. i WHITE, V. (2006): *A Framework for Developing Indicators of Sustainable Tourism*. The Macaulay Institute & The Cairngorms National Park, Aberdeen (Escòcia).
- BLANCAS, F.J.; GONZÁLEZ, M.; LOZANO-OYOLA, M. i PÉREZ, F. (2010): "The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations" en *Ecological Indicators*, núm. 10, pp. 484-492.
- BOADA, M. i PUJANTELL, J.A. (2009): "Impacte ambiental del turisme" en López Palomeque (dir.): *Atles del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*, pp. 495-503. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- BOFILL, J.; FELIPE, J.C.; i BARRADO, C. (2009): "Model conceptual d'un sistema d'informació per estudis de sostenibilitat d'un territori" ponència en *II Congrés Internacional de Mesura i Modelització de la Sostenibilitat*. CIMNE, Barcelona.

- BONAVENTURA, J. (1992): *Guia del turisme d'aventura a Catalunya*. Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, Barcelona.
- BOSEL, H. (1999): *Indicators for Sustainable Development: Theory, Method, Applications. A report to the Balaton Group*. International Institute for Sustainable Development (IISD), Winnipeg (Canadà).
- BRUNET ESTARELLAS, P.J.; ALMEIDA GARCÍA, F.; COLL LÓPEZ, M. i MONTESERÍN ABELLA, O. (2005): "Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico" en *Boletín de la AGE*, núm. 39, pp. 201-226.
- BUTLER, R.W. (1980): "The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources" en *Canadian Geographer*, núm. 24, pp. 5-12.
- BUTLER, R.W. (1999): "Sustainable tourism: A state-of-the-art review", en *Tourism Geographies*, 1:1, pp. 7-25.
- CALABUIG SERRA, J. (2009): "Turisme a l'espai rural" en López Palomeque (dir.): *Atles del turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics*, pp. 417-423. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- CAMPILLO BESSES, X. i FONT FERRER, X. (2004): *Avaluació de la sostenibilitat del turisme a l'Alt Pirineu i Aran*. Documents de Recerca núm. 8, Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la Universitat Autònoma de Barcelona. Generalitat de Catalunya. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible (CADS), Barcelona.
- CÀNOVES, G. i VILLARINO, M. (2000): "Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo" en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 37, pp. 51-77.
- CÀNOVES, G.; HERRERA, L. i CUESTA, L. (2005): *El turisme rural a Catalunya: una aposta mediambiental i de qualitat*. Departament de Geografia de la Universitat de Barcelona i Fundació Abertis, Bellaterra.
- CÀNOVES, G.; VILLARINO, M. i HERRERA, L. (2006): "Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio" en *Boletín de la AGE*, núm. 41, pp. 199-217.
- CARAMANZANA SANTOS, A. (1999): "V Forum ambiental del Mediterráneo", en *Observatorio Medioambiental*, núm. 2, pp. 405-411.
- CASTELLANI, V. (2010): *Development of methodologies and indicators to assess sustainability in tourism and agriculture*. Tesi doctoral. Universitat de Milà-Bicocca, Milà.
- CASTELLANI, V. i SALA, S. (2010): "Sustainable performance index for tourism policy development" en *Tourism Management*, núm. 31, pp. 871-880.
- CASTRO, J. M. (2004): *Indicadores de desarrollo sostenible urbano. Una aplicación para Andalucía*. Institut d'Estadística d'Andalusia, Conselleria d'Economia i Hisenda, Sevilla.
- CENTRE D'INVESTIGACIÓ I TECNOLOGIES TURÍSTIQUES DE LES ILLES BALEARS (CITTIB) (2000): *Indicadors de sostenibilitat del turisme a les Illes Balears*. CITTIB, Conselleria de Turisme de les Illes Balears, Mallorca.

- CENTRE EUROPEU PER L'ECO AGRO TURISME (CEEAT) i XARXA PER AL TURISME SOSTENIBLE A EUROPA (ECOTRANS) (2004): *Tourism eco-labelling in Europe – moving the market towards sustainability*. EU-LIFE, CEEAT i ECOTRANS, Saarbrücken (Alemanya).
- CÉRON, J.P. i DUBOIS, G. (2000): "Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement" en *Cahiers Espaces*, núm. 67, pp. 30-46.
- CHRIS CHOI, H. i SIRAKAYA, E. (2006): "Sustainability indicators for managing community tourism" en *Tourism Management*, núm. 27, pp. 1274-1289.
- CIMERA MUNDIAL DE L'ECOTURISME (CME) (2002): *Declaración de Québec sobre el ecoturismo*. OMT i PNUMA, Quebec.
- CLAVERIA GONZÁLEZ, O. (2009): "Dimensió econòmica del turisme", en López Palomeque (dir.): *Atlas del Turismo a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*, pp. 455-461. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (CCE) (1995): *El papel de la Unión Europea en materia de turismo. Libro verde de la Comisión*. 4.04.1995, COM(95) 97 final, Brussel·les.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (CCE) (2001): *Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo*. 13.11.2001, COM(2001) 665 final, Brussel·les.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (CCE) (2003): *Orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo europeo*. 21.12.2003, COM(2003) 716 final, Brussel·les.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (CCE) (2006): *Una nueva política turística en la UE: hacia una mayor colaboración en el turismo europeo*. 17.3.2006, COM(2006) 134 final, Brussel·les.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (CCE) (2007): *Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo*. 19.10.2007, COM(2007) 621 final, Brussel·les.
- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (1993): *Quinto programa comunitario de actuación en materia de medio ambiente: hacia un desarrollo sostenible*. Resolució del Consell i dels representants dels governs dels estats membres, COM(92) 23 final.
- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (1998): *Turismo en Europa – Nuevos partenariados para la creación de puestos de trabajo, conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo*. Comissió Europea, Brussel·les.
- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (2001): *Sustainable tourism and Natura 2000. Guidelines, initiatives and good practices in Europe*. Environment DG-European Commission. Publicació final, Vol. I, Luxemburg.
- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (2002): *Agenda 21 - Sostenibilidad del sector turístico en Europa. Documento de referencia*. Comissió Europea (Direcció General d'Empresa), Brussel·les.
- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (2009): *EU Tourism and the Economic Downturn: new opportunities for a Sustainable Prosperous Future?* Comissió Europea, Brussel·les.

- COMISSIÓ EUROPEA (CE) (2010): *Europa, primera destinació turística del món: un nou marc polític per el turisme europeu*. COM (2010) 352/3, Brussel·les.
- COMISSIÓ SOBRE EL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE (CDS) (1999): *Informe sobre su séptimo período de sesiones*. Consell Econòmic i Social, Documents Oficials 1999, Suplement Núm. 9 (E/1999/29–E/CN.17/1999/20). Nacions Unides, Nova York.
- COMISSIÓ SOBRE EL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE (CDS) (2001): *Report on the aggregation of indicators of sustainable development. Background Paper for the Ninth Session of the Commission on Sustainable Development*. Nacions Unides, Nova York.
- CONFERÈNCIA DE MINISTRES DE L'ÀSIA I EL PACÍFIC SOBRE TURISME I MEDI AMBIENT (CMAPTMA) (1997): *Declaració de Malé sobre desenvolupament sostenible*. Conferència de ministres de l'Àsia i el Pacífic sobre turisme i medi ambient. OMT, Malé.
- CONFERÈNCIA EUROPEA SOBRE EL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DE LES ILLES (CEDSI) (1997): *1st European conference on sustainable island development, Minorca Commitments. European Island Agenda*. Consell Insular de Menorca- INSULA-CEDSI, Menorca.
- CONFERÈNCIA INTERNACIONAL DE MINISTRES DE MEDI AMBIENT SOBRE BIODIVERSITAT I TURISME (CIMMABT) (1997): *Declaració de Berlín sobre la diversitat biològica i turisme sostenible*. Conferència internacional de ministres de medi ambient sobre biodiversitat i turisme. Nacions Unides, Berlín.
- CONFERÈNCIA INTERNACIONAL SOBRE TURISME I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE EN EL MEDITERRANI (CITDSM) (1997): *Declaració de Calvià sobre turisme i desenvolupament sostenible en el Mediterrani*. Conferència internacional sobre turisme i desenvolupament sostenible en el Mediterrani. Comissió Europea, Calvià.
- CONFERÈNCIA MUNDIAL DE TURISME SOSTENIBLE (CMTS) (1995): *Carta del turismo sostenible*. Conferència mundial del turisme sostenible, Lanzarote.
- CONGRÈS DE TURISME DE CATALUNYA (CTC) (2001): "IV Congrés de Turisme de Catalunya. Inauguració i conclusions del Congrés: Un decàleg per al segle XXI", en *Estudis de Turisme de Catalunya*, núm. 8, pp. 5-7.
- CONSELL DE LA UNIÓ EUROPEA (CUE) (1992): *Decisión del Consejo de 13 de julio de 1992 por la que se aprueba un plan de acciones comunitarias en favor del turismo (1993-1995)*. 92/421/CEE. DOCE núm. L 231/26 de 13/08/1992.
- CONSELL DE LA UNIÓ EUROPEA (CUE) (2002): *Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo*. DOCE C 135, 6-6-2002 (2002/C 135/01).
- CORS IGLESIAS, M. (2007): "El agroturismo en la Cataluña interior. El caso de la Sierra de Castelltallat" en Antón Clavé i González Reverté (coord.): *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*, pp. 225-233. Editorial UOC, Barcelona.
- CRABTREE, R. i BAYFIELD, N. (1998): "Developing sustainability indicators for mountain ecosystems: a study of the Cairngorms, Scotland" en *Journal of Environmental Management*, núm. 52, pp. 1-14.

- DALY, H.E. (1973): *Toward a Steady-State Economy*. W. H. Freeman & Company, San Francisco (Estats Units).
- DEPARTAMENT DE COMERÇ, TURISME I CONSUM (2006) (DCTC): *Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (PETC) 2005-2010*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- DÍAZ MARTÍNEZ, J.A. i MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. (2002): *Sociología del turismo*. Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED), Madrid.
- DONAIRE, J.A. (2005): "Pot ser sostenible el turisme? Noves platges, vells problemes", en *DCIDOB* núm. 93, pp. 9-12.
- DONAIRE, J.A. (2009): "Turisme urbà" en López Palomeque (dir.): *Atlas del turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics*, pp. 432-441. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- DOUGLAS SHIRE COMMUNITY WORKING GROUP (DSCWG) (2001): *Douglas Shire Sustainable Futures Draft Strategy*. Sherlock, K. (Ed), Douglas Shire Council, Mossman (Austràlia).
- DOXLEY, G.V. (1975): "A causation theory of visitor-resident irritants. Methodology, and research inferences", en *The Impact of Tourism: Travel Research Association Sixth Annual Conference Proceedings*, pp. 195-198.
- DURO, J.A. (dir.) (2011): *Índex UAB d'activitat turística 2011. 10 anys fent previsions. Conjuntura, prediccions per Catalunya i Espanya i anàlisi del turisme de creuers. Juny 2011*. Bellaterra. Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera. Universitat Autònoma de Barcelona, Cerdanyola del Vallès.
- EUROMEETING CONFERENCE (EC) (2007): *Towards a European Network for a Sustainable and Competitive Tourism. Policies and Instruments for the Consolidation of a European Strategy for a Network of Destinations of Excellence for a Sustainable and Competitive Tourism*. 5a Conferència Euromeeting, Florència.
- EUROPARC (1999): *La carta europea del turismo sostenible en los espacios protegidos: Texto oficial*. Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient i Habitatge, Barcelona.
- EUROPARC (2002): *Plan de acción para los espacios naturales protegidos del Estado Español*. Secció de l'Estat espanyol de la Federació de Parcs Naturals i Nacionals d'Europa (EUROPARC-Espanya), Fundació Fernando González Bernáldez Ed., Madrid.
- FARRELL, B. i TWINING-WARD, L. (2005): "Seven Steps Towards Sustainability: Tourism in the Context of New Knowledge" en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 13, núm. 2, pp. 109-122.
- FIGUEROLA, M. (2002): "El crecimiento turístico sostenible como promotor del desarrollo económico y social" en Meyer Krumholz, D.: *Turismo y desarrollo sostenible*, pp. 30-41. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- FINKBEINER, M., SCHAU, E.M., LEHMANN, A. i TRAVERSO, M. (2010): "Towards life cycle sustainability assessment" en *Sustainability*, núm. 2, pp. 3309-3322.
- FONT GAROLERA, J. (dir.) (2010): *Pla d'implementació dels recursos turístics intangibles de Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.

- FONT GAROLERA, J. (2012): "Turismo y políticas turísticas en el Pirineo catalán" en Lasagabaster, I. (coord.): *Los Pirineos. Geografía, Turismo, Agricultura, Cooperación transfronteriza y Derecho*. Universidad del País Vasco.
- FONT URGELL, X. (2002): *La gestió pública del turisme a Catalunya: El paper de la Diputació de Barcelona*. Treball d'investigació. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- FONT URGELL, X. (2003): "Els municipis turístics a la nova llei de turisme. Una aproximació des del punt de vista del territori" ponència en *3er Seminari de Turisme Rural a Catalunya. Un any de la Llei de turisme*. Fundació d'Estudis Superiors d'Olot, Escola Universitària de Turisme de la UdG i Ajuntament de Castellfollit de la Roca, Castellfollit de la Roca.
- FÒRUM UNIVERSAL DE LES CULTURES (FUC) (2004): *Turismo para todos. Declaración sobre el Turismo, la Diversidad Cultural y el Desarrollo Sostenible*. Fòrum universal de les cultures, Barcelona.
- FRAGUELL SANBELLÓ, R.M. (coord.) (1998): *Turismo sostenible a la Mediterrània. Guia per a la gestió local*. Brau Edicions, Girona.
- FULLANA, P. i AYUSO, S. (2002): *Turismo sostenible*. Editorial Rubes, Barcelona.
- GABRIELSEN, P. i BOSCH, P. (2003): *Environmental indicators: typology and use in reporting*. Agència Europea del Medi Ambient (AEMA), Dinamarca.
- GAHIN, R.; VELEVA, V. i HART, M. (2003): "Do indicators help create sustainable communities?" en *Local Environment*, vol. 8, núm. 6, pp. 661-666.
- GALLOPIN, G. (2006): "Los indicadores de desarrollo sostenible: aspectos conceptuales y metodológicos" ponencia en *Seminario de Expertos sobre Indicadores de Sostenibilidad en la Formulación y Seguimiento de Políticas*. Projecte FODEPAL, Santiago de Chile.
- GARAY, L.A. i CÀNOVES, G. (2009): "El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal" en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol. 53, pp. 29-46.
- GARBELLI, P. (2004): *Projecte enplan. Avaluació ambiental de plans i programes*. Programme Interreg IIIB, MEDOCC, Milà.
- GARCÍA PASCUAL, F. (2004): "Los desequilibrios territoriales del turismo en la Cataluña de inicios del siglo XXI", en *Cuadernos Geográficos*, núm.34, pp. 55-81.
- GARRIGÓS SIMÓN, F.J.; NARANGAJAVANA, Y.; i PALACIOS MARQUÉS, D (2004): "Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head", en *Tourism Management*, núm. 25, pp. 275-283.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1992): *Debat de Política Turística*. Parlament de Catalunya, novembre 1992. Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, Consum i Turisme, Barcelona.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2009): *Proposta. Estratègia per al desenvolupament sostenible de Catalunya. 2026.cat*. Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient i Habitatge, Barcelona.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (Diversos anys): *Guia de càmpings de Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, Consum i Turisme, Barcelona.

- GONZÁLEZ GONZÁLEZ, M.J. i LÁZARO TORRES, M.L. (2005): "Indicadores básicos para la planificación de la sostenibilidad urbana local" en *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol.X, núm. 586. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- GONZÁLEZ LAXE, F.; MARTÍN PALMERO, F. i FERNÁNDEZ FRANCOS, M. (2004): "Medición del desarrollo sostenible y análisis regional: diseño y aplicación de un índice sintético global a las comunidades autónomas españolas" en *Investigaciones Regionales*, núm. 5, pp. 91-112.
- GOOROOCHURN, N. i SUGIYARTO, G. (2005): "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry" en *Tourism Economics*, núm. 11 (1), pp. 25-43.
- GRUP PER A LA SOSTENIBILITAT DEL TURISME (GST) (2007): *Action for more sustainable european tourism*. Informe del Grup per a la Sostenibilitat del Turisme. Febrer 2007.
- HUGHES, P. (1994): *La planificación del turismo sostenible. El proyecto Ecomost*. Federación Internacional de Tour Operadores (IFTO), Lewes (Regne Unit).
- HUNTER, C. (1997): "Sustainable tourism as an adaptative paradigm", en *Annals of Tourism Research*, vol.24, núm. 4, pp. 850-867.
- HUNTER, C.; i SHAW, J. (2007): "The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism", en *Tourism Management*, núm. 28, pp. 46-57.
- JAMES, D. (2004): "Local sustainable tourism indicador", en *Estudios Turísticos*, núm. 161-162, pp. 219-232.
- JIMÉNEZ HERRERO, L.M. (dir.) (2009): *Sostenibilidad en España 2009. Atlas*. Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE), Madrid.
- JIMÉNEZ, S. i PRATS, LL. (2006): "El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro", en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 4, núm. 2, pp. 153-174.
- KAYNAK, E. i MACAULEY, J. A. (1984): "The Delphi technique in the measurement of tourism market potential: The case of Nova Scotia" en *Tourism Management*, núm. 5, pp. 87-101.
- KO, T.G. (2005): "Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach" en *Tourism Management* núm. 26, pp. 431-445.
- KUMAR SINGH, R.; MURTY, H.R.; GUPTA, S.K.; i DIKSHIT, A.K. (2009): "An overview of sustainability assessment methodologies" en *Ecological Indicators*, vol. 9, núm.2, pp. 189-212.
- LEE, K.F. (2001): "Sustainable tourism destination: The importance of cleaner production" en *Journal of Cleaner Production*, núm. 9, pp. 313-323.
- LLEI (2002): *Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya*. DOGC núm. 3739, pp. 17983, de 14.10.2002.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1996): "Turismo de invierno y estaciones de esquí en el Pirineo catalán" en *Investigaciones Geográficas*, núm. 15, pp. 19-40.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1997): "La generalización espacial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior" en Actas del XV Congreso de Geógrafos Espanyoles: *Dinámica Litoral-Interior (Vol. 1)*. Universitat de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.

- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999): "Política turística y territorio en el escenario de cambio turístico" en *Cambio turístico y nuevos procesos territoriales. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE)*, núm. 28-1999, pp.23-38.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2004a): "La gestión pública del turismo en Cataluña. Organización y política turística de la administración autonómica", en *Investigaciones Geográficas*, núm. 34, pp. 5-27.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2004b): "La ley de turismo de Cataluña, un nuevo instrumento en la evolución de la política turística" en *Cuadernos Geográficos*, núm. 34, pp. 33-53.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007): "Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos" en *Anuario Turismo y sociedad*, vol. VIII, pp. 51-68. Facultat d'Administració d'Empreses Turístiques i Hoteleres. Universitat de Colòmbia.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (dir.) (2009): *Atlas del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- MAJORAL, R. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; FONT, J. i SÁNCHEZ, D. (2002): *Cataluña. Un análisis territorial*. Editorial Ariel, Barcelona.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1995): "Turismo metropolitano: una aproximación conceptual" en *Estudios turísticos*, núm. 126, pp. 7-22.
- MARIN, C. i JAFARI, J. (2002): "Sustainable Hotels for Sustainable Destinations" en *Annals of Tourism Research*, vol. 29, núm. 1, pp. 266-268.
- MASSER, I. (1981): *Comparative planning studies: a critical review*. University of Sheffield, Sheffield.
- MATHIESON, A. i WALL, G. (1982): *Tourism. Economic, physical and social impacts*. Longman Scientific & Technical, Harlow (Regne Unit).
- MATTHEWS K.; HILL G.; i HUTCHINS M. (2006): *Integrated Modelling and Assessment of Agricultural Sustainability – A RELU Scoping Study On How To Support Policy Relevant Assessments Of Agricultural Sustainability*. The Macaulay Institute, Aberdeen (Escòcia).
- MAYER, A.L. (2008): "Strengths and weaknesses of common sustainability indices for multidimensional systems" en *Environment International*, núm. 34, pp. 277–291.
- MAYOR FARGUELL, X. (dir.) (2010): *Anàlisi de situació i propostes de planificació estratègica del turisme sostenible a Catalunya*. Estudi Xavier Mayor Farguell et al i Observatori de Turisme de Catalunya.
- MCELROY, J.L. i ALBUQUERQUE, K. (1998): "Tourism penetration index in small caribbean islands" en *Annals of Tourism Research*, vol. 25, núm. 1, pp. 145-168.
- MEADOWS, D. (1998): *Indicators and Information Systems for Sustainable Development. A Report to the Balaton Group*. The Sustainability Institute, Hartland (Estats Units).

- MENÉNDEZ, J.M.; TORRES, E.; i VALDÉS, L. (2004): "El Concepto de Municipio Turístico en la Legislación Española. Indicadores Estadísticos" ponencia en *V Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. TuriTec 2004, Màlaga.
- MILLER, G. (2001): "The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers", en *Tourism Management*, núm. 22, pp. 351-362.
- MINISTERI D'ECONOMIA I HISENDA (MEH) (1999): *Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (PCTE 2000)*. Secretaria d'Estat de Comerç i Turisme, Madrid.
- MINISTERI D'ECONOMIA I HISENDA (MEH) i MINISTERI DE MEDI AMBIENT (MMA) (1999): *España: Un turismo sostenible / Spain: A sustainable tourism*. Ministeri d'Economia i Hisenda i Ministeri de Medi Ambient, Madrid.
- MINISTERI D'INDÚSTRIA, TURISME I COMERÇ (MITYC) (2005): *Real decreto 721/2005, de 20 de junio, por el que se regula la iniciativa de modernización de destinos turísticos maduros*. BOE núm. 169.
- MINISTERI D'INDÚSTRIA, TURISME I COMERÇ (MITYC) (2007): *Turismo 2020. Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Documento ejecutivo*. Ministeri d'indústria, turisme i comerç, Madrid.
- MINISTERI D'INDÚSTRIA, TURISME I COMERÇ (MITYC) (2009): *Plan de Renovación de Instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo)*. Ministeri d'indústria, turisme i comerç, Madrid.
- MINISTERI D'INDUSTRIA, TURISME I COMERÇ (MITYC) (Diversos anys): *Guía Oficial de Hoteles de España*. TURESPAÑA, Madrid.
- MINISTERI DE MEDI AMBIENT (MMA) (2003a): *Estrategia española de desarrollo sostenible. Documento de consulta*. Ministeri de Medi Ambient, Madrid.
- MINISTERI DE MEDI AMBIENT (MMA) (2003b): *Sistema español de indicadores ambientales de turismo*. Ministeri de Medi Ambient, Madrid.
- NACIONES UNIDAS (NU) (1992): *Programa 21: Cumbre para la Tierra - Programa de Acción de las Naciones Unidas en Río*. Naciones Unidas, Rio de Janeiro.
- NACIONES UNIDAS (NU) (2002): *Informe de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas, Johannesburg.
- NACIONES UNIDAS (NU) (2007): *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies. Third Edition*. Naciones Unidas, Nova York.
- NAREDO, J.M. (1996): "Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible", en Ministeri d'Obres públiques, Transport i Medi Ambient: *La construcción de la ciudad sostenible. Primer catálogo español de buenas prácticas*. Ministeri d'Obres públiques, Transport i Medi Ambient, Madrid.
- OBSERVATORI DE TURISME DE CATALUNYA (OTC) (2010a): *Balanç turístic gener-desembre del 2010*. Generalitat de Catalunya. Direcció General de Turisme. Departament d'Empresa i Ocupació.
- OBSERVATORI DE TURISME DE CATALUNYA (OTC) (2010b): *Catalunya turística en xifres 2010*. Generalitat de Catalunya. Direcció General de Turisme. Departament d'Empresa i Ocupació.

- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1993): *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*. OMT, Madrid
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1995): *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. OMT, Madrid.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1996): *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*. OMT, World Travel Tourism Council, i Earth Council.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1999a): *Agenda para Planificadores Locales: Turismo sostenible y gestión municipal*. OMT, Madrid.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1999b): *Código ético mundial para el turismo*, adoptat per la resolució A/RES/406 (XII) de la 13a Assemblea General de la OMT. OMT i Nacions Unides, Santiago de Xile.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2001): *El desarrollo sostenible del turismo*. E/CN.17/2001/PC/21. Nacions Unides, Nova York.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2003): *Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático*. OMT, Djerba.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2005a): *Declaration "Harnessing Tourism for the Millennium Development Goals"*. OMT, Nova York.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2005b): *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica*. OMT, Madrid.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2007): *Declaración de Davos. Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales*. OMT, Davos.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2009a): *Hoja de ruta para la recuperación. El turismo y los viajes. Un instrumento primordial para la creación de empleo y la recuperación económica*. OMT, Madrid.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2009b): *Resolutions adopted by the General Assembly at its eighteenth session*. Asamblea general de l'OMT A/18/RES, Astana (Kazakhstan).
- ORGANITZACIÓ PER A LA COOPERACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC (OCDE) (1980): *L'impact du tourisme sur l'environnement. Rapport Général*. OCDE, París.
- ORGANITZACIÓ PER A LA COOPERACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC (OCDE) (2008): *Handbook on constructing composite indicators. Methodology and user guide*. OCDE, European Commission.
- PARLAMENT EUROPEU (PE) (2002): *Resolución del Parlamento Europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo*. COM(2001) 665-C5 0077/2002 - 2002/2038(COS).
- PARLAMENT EUROPEU (PE) (2005a): *Resolución del Parlamento Europeo sobre turismo y desarrollo (2004/2212(INI))*. P6_TA(2005)0337.
- PARLAMENT EUROPEU (PE) (2005b): *Resolución del Parlamento Europeo sobre las nuevas perspectivas y los nuevos retos para un turismo europeo sostenible (2004/2229(INI))*. P6_TA(2005)0335.

- PEARCE, D.G. (1989): *Tourist Development*, 2d ed., Longman Scientific & Technical, Harlow (Regne Unit).
- PEARCE, D.G. (1993): "Comparative studies in tourism research", en D.G. Pearce & R.W. Butler (ed.): *Tourism research: Critiques an challenges*, pp. 20-35. Rout-ledge, Londres.
- PÉREZ DE LAS HERAS, M. (2004): *Manual del turismo sostenible. Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Mundi-Prensa Ed., Madrid.
- PICORNELL, CL. (1993): "Los impactos del turismo", en *Papers de Turisme*, núm.11, pp. 65-91.
- PINO NECULQUEO, M.E. (2001): *Anàlisis de indicadores de sostenibilidad ambiental y urbana en las agendas 21 local y ecoauditorías municipales. El caso de las regiones urbanas europeas*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Catalunya, Barcelona.
- PINTÓ FUSALBA, J. (2009): "Paisatge i activitat turística" en López Palomeque (dir.): *Atlas del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*, pp. 57-64. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- PRATS, F. (2008): "Turismo y cambio climático en España. Reflexiones para el debate" en *Ambienta*, núm. 76, Abril 2008, pp. 29-34. Ministeri de Medi Ambient i Medi Rural i Marí.
- PROGRAMA DE LES NACIONS UNIDES PEL MEDI AMBIENT i ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (PNUMA i OMT) (2005): *Making tourism more sustainable. A guide for Policy Makers*. PNUMA i OMT, Madrid.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2007): "Sostenibilidad de los destinos turísticos: Una aproximación a su medición en España" en López, D. y Pulido, J. I. (ed.): *La actividad turística española en 2006*, AECIT (Associació Espanyola d'Experts Científics en Turisme), pp. 247-263. Editorial universitària Ramón Areces, Jaén.
- RASO NADAL, J.; MARTÍN VIDE, J. i CLAVERO PARICIO, P. (1987): *Estadística básica para Ciencias Sociales*. Ed. Ariel, Barcelona.
- REBORATTI, C. i CASTRO, H. (1999): *Estado de la cuestión y análisis crítico de textos: guía para su elaboración*. Fitxa de Càtedra. Facultat de Filosofia i Lletres de la Universitat de Buenos Aires, Buenos Aires.
- REUNIÓ DE LÍDERS DEL TURISME MUNDIAL SOBRE ELS EFECTES SOCIALS DEL TURISME (RLTMEST) (1997): *Declaració de Manila sobre l'impacte social del turisme*. Reunió de líders del turisme mundial sobre els efectes socials del turisme. OMT, Manila.
- RODRÍGUEZ HERRÁEZ, B.; VARGAS PÉREZ, A.M. i MONTES GUTIÉRREZ, M.P. (2008): "Las compañías de bajo coste y sus usuarios: el caso de España" en Pindado García, J. i Payne, G. (coord.): *Estableciendo puentes en una economía global*, Vol. 2, pp. 32-45. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC), Salamanca .
- ROS DEVELOPMENT AND PLANNING (ROS D&P) (2008): *Modelos de gestión turística local*. Federació Espanyola de Municipis i Províncies i Secretaria General de Turisme, Madrid.

- SABATÉ, X. (coord.) (2007): *Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible i Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- SAISANA, M. i TARANTOLA, S. (2002): *State-of-the-art Report on Current Methodologies and Practices for Composite Indicator Development*. Institute for the Protection and Security of the Citizen, European Commission, Ispra (Itàlia).
- SALTELLI, A. (2007): "Composite indicators between analysis and advocacy" en *Social Indicators Research*, vol. 81, núm. 1, pp. 65-77.
- SÁNCHEZ AGUILERA, D. (2009): "Canvis demogràfics associats al turisme" en López Palomeque (dir.): *Atlas del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*, pp. 470-475. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- SÁNCHEZ AGUILERA, D. i TORRES DELGADO, A. (2009): "Apartaments i habitatges d'ús turístic" en López Palomeque (dir.): *Atlas del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*, pp. 299-308. Generalitat de Catalunya. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, Barcelona.
- SÁNCHEZ RIVERO, M. i PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2008): *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*. Investigación Turística. Tribuna Fitur Jorge Vila Fradera. Fitur 2008. Editorial universitaria Ramón Areces, Madrid.
- SANCHO, A. (dir.) (1998): *Introducción al turismo*. OMT, Madrid.
- SANCHO, A. (dir.); CABRER, B.; GARCIA, G; i PEREZ, J.M. (2001): *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. OMT, Madrid.
- SANCHO, A. i GARCÍA, G. (2005): "¿Que indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos", en *Revista de análisis turístico*, núm. 2, pp. 1-21.
- SANCHO, A. i RUÍZ, P. (2004): "Planteamiento metodológico para el uso de indicadores en la gestión turística de espacios naturales protegidos" ponencia en *IX Congreso AECIT. El Uso turístico de los espacios naturales*, Saragossa.
- SCHIANETZ, K. i KAVANAGH, L. (2008): "Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems" en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 16, núm. 6, pp. 601-628.
- SCHIANETZ, K.; KAVANAGH, L.; i LOCKINGTON, D. (2007): "Concepts and Tools for Comprehensive Sustainability Assessments for Tourism Destinations: A Comparative Review" en *Journal of Sustainable Tourism*, vol.15, núm.4, pp. 369-389.
- SCHUSCHNY, A. i SOTO, H. (2009): *Guía metodológica. Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible*. Comisión Económica per a Amèrica Llatina i el Carib (CEPAL), Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- SERRANO MIRACLE, D. (2010): "Catalunya" en López Olivares, D. i Del Valle Tuero, E.A. (dir.): *La actividad turística española en 2009*, pp. 425-435. AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo). Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.

- SHARPE, A. (2004): *Literature Review of Frameworks for Macro-indicators*. Centre for the Study of Living Standards, Ottawa (Canadà).
- SIRAKAYA, E.; JAMAL, T.; i CHOI, H. S. (2001): "Developing indicators for destination sustainability" en D. B. Weaver (ed.): *The encyclopedia of ecotourism*, pp. 411–432. CAB International, Nova York.
- SMEETS, E. i WETERINGS, R. (1999): *Environmental Indicators: Typology and Overview*. Technical report, núm. 25. European Environment Agency (EEA), Copenhagen (Dinamarca).
- SOL MELIÀ (2009): *Memoria de sostenibilidad 09*. Sol Melià, Hotels & Resorts Worldwide, Luxury Residential Ownership, Vacation Club.
- STOECKL, N.; WALKER, D.; MAYOCCHI, C.; i ROBERTS, B. (2004): *Douglas Shire Sustainable Futures: Strategic Planning for Implementation Project Report*. CSIRO Sustainable Ecosystems, Canberra (Austràlia).
- SUCH CLIMENT, M. P. (1995): *Turismo y medio ambiente en el litoral alicantino*. Textos Universitaris. Generalitat Valenciana, Conselleria d'Educació i Ciència, Institut de Cultura Juan Gil-Albert. Diputació provincial d'Alacant.
- SUREDA CARBONELL, B. (2007): *Proposta metodològica per a l'anàlisi de la sostenibilitat, utilitzant indicadors i índexs, implementats i analitzats amb una eina de suport al raonament. Cas d'estudi: municipi de Terrassa*. Tesi doctoral. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona.
- SUREDA, B. i FELIPE, J. J. (2010): "Avaluació de la sostenibilitat" en espai web *Tecnologia i Sostenibilitat*, Carrera, E. i Segalàs, J. (ed.), Universitat Politècnica de Catalunya. Càtedra UNESCO de Sostenibilitat.
- TORRES DELGADO, A. (2008): "Creando ventajas competitivas: la ambientalización de los destinos turísticos catalanes como estrategia de revalorización del producto" en Ivars Baidal, J.A. i Vera Rebollo, J.F.: *Espacios Turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*, pp.473-484. Editorial AguaClara SL., Universitat d'Alacant, Alacant.
- TORRES DELGADO, A. (2009): "La mejora ambiental como estrategia de reestructuración de destinos turísticos maduros. El caso de Cataluña" en Picornell Cladera, M.; Arrom Munar, J.M. i Ramis Cirer, C.I.: *Reconversió integral dels espais turístics madurs*, pp. 43-50. Institut d'Estudis Ecològics (INESE), Palma de Mallorca.
- TORRES DELGADO, A. (2010): "Sostenibilitat i modalitats turístiques: una anàlisi de casos a Catalunya", en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol. 56, núm. 3, pp. 479-502. (Article en base al treball de final de Màster de Planificació Territorial i Gestió Ambiental de la Universitat de Barcelona, defensat l'octubre de 2008).
- TWINING-WARD, L. i BUTLER, R. (2002): "Implementing STD on a Small Island: Development and Use of Sustainable Tourism Development Indicators in Samoa" en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10, núm. 5, pp. 363-387.
- UNIÓ MUNDIAL PER A LA NATURALES (UICN) (2003): *Recomendaciones del V Congreso Mundial de Parques*. UICN, Durban.
- VARELA MALLOU, J.; GARCÍA CARREIRA, A.; MANZANO ARRONDO, V.; i RIAL BOUBETA, A. (2006): "Development of an index to assess the brand image of tourist destinations" en *Anales de psicología*, vol. 22, núm. 1, pp. 155-160.

- VERA, J.F. (1992): "La dimensión ambiental de la planificación turística: una nueva cultura para el consumo turístico" en *Papeles de Geografía*, núm. 18, pp. 195-204.
- VERA, J.F. (1996): "El papel del medio ambiente en la promoción turística" en Valdés Peláez, L. i Ruiz Vega, A.V.: *Turismo y promoción de destinos turísticos: Implicaciones empresariales*, pp. 275-289. Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones, Oviedo.
- VERA, J.F. (dir.) (2001): *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Institut Universitari d'Alacant, Alacant.
- VERA, J.F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. i ANTON, S. (1997): *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel, Barcelona.
- VERA, J.F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. i ANTON, S. (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Editorial Tirant Lo Blanch, València.
- VERA, J.F. i IVARS, J.A. (2003): "Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torre Vieja, Spain" en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, núm. 2-3, pp.181-203.
- WACKERNAGEL, M. i REES, W.E. (1996): *Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth*. The New Catalyst, Bioregional Series, Gabriola Island (Canadá).
- WHITE, V.; MCCRUM, G.; BLACKSTOCK, K.L.; i SCOTT, A. (2006a): *Indicators and Sustainable Tourism: Literature Review*. The Macaulay Institute, Aberdeen (Escòcia).
- WHITE, V.; MCCRUM, G.; BLACKSTOCK, K.L.; i SCOTT, A. (2006b): *Indicators of Sustainability and Sustainable Tourism: Some Examples Sets*. The Macaulay Institute, Aberdeen (Escòcia).
- WILSON, J.; TYEDMERS, P.; i PELOT, R. (2007): "Contrasting and comparing sustainable development indicator metrics" en *Ecological Indicators*, vol. 7, núm. 2, pp.299-314.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) (1987): "Our Common Future". Annex al document *A/42/427-Development and International Co-operation: Environment*, pp. 383. Oxford University press, London.

WEBGRAFIA

- Agència Catalana de l'Aigua: <http://aca-web.gencat.cat/aca/>
- Agència Catalana de Turisme: www.act.cat
- Agència de Desenvolupament Econòmic i Turístic de l'Escala: <http://www.visitescala.com/ES/416/Agencia-de-desenvolupament-economic-i-turistic.html>
- Agència de Promoció Turisme de Sitges: www.sitgestur.cat
- Agència de Residus de Catalunya: www20.gencat.cat/portal/site/arc
- Agència de viatges Rainforest Expeditions: www.perunature.com
- Agència de viatges Viajesresponsables.com: www.viajesresponsables.com

- Ajuntament d'Alcanar: www.alcanar.org
- Ajuntament d'Alp: <http://webspobles.ddgi.cat/sites/alp/default.aspx>
- Ajuntament de Calella: www.calella.cat
- Ajuntament de Calvià: www.calvia.com
- Ajuntament de Camprodon: www.camprodon.cat
- Ajuntament de Castelló d'Empúries: www.castello.cat
- Ajuntament de Girona: www.girona.cat
- Ajuntament de l'Ampolla: www.ampolla.cat
- Ajuntament de l'Escala: www.lescala-empuries.com
- Ajuntament de la Vall de Boí: www.valldeboi.cat
- Ajuntament de Llívia: www.llivia.org
- Ajuntament de Lloret de Mar: www.lloret.org
- Ajuntament de Mediona: www.mediona.cat
- Ajuntament de Naut Aran: www.nautaran.org
- Ajuntament de Piera: www.viladepiera.cat
- Ajuntament de Roses: www.roses.cat
- Ajuntament de Salou: www.salou.org
- Ajuntament de Sitges: www.sitges.cat
- Ajuntament de Tarragona: www.tarragona.cat
- Ajuntament de Torroella de Montgrí i l'Estartit: www.torroella-estartit.cat
- Ajuntament del Vendrell: www.elvendrell.cat
- Alp 2500: http://webspobles.ddgi.cat/sites/alp/Pages_LeftMenu/alp2500.aspx
- Alp Turisme: www.alpturisme.cat
- Associació Catalana de Pitch & Putt: www.pitchandputt.cat
- Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya: www.catneu.net
- Associació Catalana Ports Esportius i Turístics: www.acpet.es
- Associació Internacional de Transport Aeri: www.iata.org
- Associació Turística de Calella: www.calellabarcelona.com
- Catalunya Convention Bureau: <http://ccb.catalunya.com>
- Centre d'Iniciatives i Turisme del Vendrell: www.citvendrell.cat
- Comissió Econòmica per a l'Amèrica Llatina: www.eclac.org
- Companyia àrea KLM: <http://corporate.klm.com>
- Conselh Generau d'Aran: www.conselharan.org
- Consell Comarcal de l'Anoia: www.anoia.cat
- Consell Comarcal del Baix Ebre: www.baixebre.cat
- Consell Comarcal del Baix Empordà: www.baixemporda.cat
- Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme: www.costadebarcelonamaresme.cat
- Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia: www.altaanoia.info
- Consorci de Promoció Turística de l'Alt Penedès: www.altpenedes.net
- Consorci Ripollès Desenvolupament: www.ripollesdesenvolupament.com
- Departament d'Ensenyament. Generalitat de Catalunya: www.gencat.cat/ensenyament

- Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya: www.gencat.cat/cultura
- Departament de Territori i Sostenibilitat. Generalitat de Catalunya: www.gencat.cat/dmah
- Diputació de Barcelona: www.diba.es
- ECOTRANS, Xarxa Europea per al Desenvolupament de Turisme Sostenible: www.ecotrans.org
- El Blog de la premsa antiga: <http://periodicosregalo.blogspot.com>
- E-Local Turisme Sostenible: www.elocalturismosostenible.es
- Enciclopèdia Catalana: www.enciclopedia.cat
- Estació d'esquí La Molina: <http://hivern.lamolina.cat/es/>
- Federació Catalana de Golf: www.catgolf.com
- Foundation for Environmental Education: www.fee-international.org
- Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada: www.observatoricostadaurada.com
- Green Globe Certification: www.greenglobecertification.com
- Guia ocio y deportes de aventura: www.yumping.com
- Institut Cartogràfic de Catalunya: www.icc.cat
- Institut Català de l'Energia: www20.gencat.cat/portal/site/icaen
- Institut d'Estadística de Catalunya: www.idescat.cat
- Instituto de Turismo Responsable: www.turismoresponsable.org
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Mancomunitat de la Vall de Camprodon: www.vallcamprodon.cat
- Ministeri de Medi Ambient i Medi Rural i Marí del Govern d'Espanya: www.magrama.gob.es
- MUNICAT-Municipis i comarques de Catalunya: www.municat.gencat.cat
- Observatori de Girona "Unitat Municipal d'Anàlisi Territorial": www.girona.cat/umat
- Observatori de Turisme de Catalunya: www.gencat.cat/diue/ambits/turisme/observatori_turisme
- Observatori Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada: www.observatoricostadaurada.com
- Oficina de Turisme d'Alcanar: www.alcanar.org/index.php?id=2
- Oficina de Turisme d'Empuriabrava: www.empuriabrava.com
- Oficina de Turisme de l'Escala: <http://visitlescala.com/>
- Oficina de Turisme de l'Estartit: www.visitestartit.com
- Oficina de Turisme de Lloret de Mar: www.lloretdemar.org
- Oficina de Turisme de Roses: <http://visit.roses.cat/>
- Patronat comarcal de turisme de la Cerdanya: www.cerdanya.org
- Patronat Comarcal de Turisme de l'Alta Ribagorça: www.turismealtaribagorca.cat
- Patronat de la Vall de Boí: www.vallboi.cat
- Patronat de Turisme de Salou: www.visitsalou.es
- Patronat Municipal de Turisme de l'Ampolla: www.ampolla.org
- Patronat Municipal de Turisme de Tarragona: www.tarragonaturisme.cat
- Patronat Municipal de Turisme del Vendrell: www.elvendrellturistic.com

- Ports de la Generalitat de Catalunya: www.portsgeneralitat.org
- REDTURS, Xarxa de Turisme Comunitari a Amèrica Llatina: www.redturs.org
- Servei Català de la Salut: www.gencat.cat/catsalut
- Touristik Union International (TUI): www.tui-group.com/en
- Turisme de Catalunya: <http://www20.gencat.cat/portal/site/catalunya-act>
- Turisme de la Val d'Aran: www.visitvaldaran.com
- Xarxa SOLC - Associació Municipi, Turisme i Paisatge: www.xarxasolc.org

H. ANNEXOS

Els annexos es recullen en format digital en el CD adjunt. La informació que es pot trobar en aquest suport és presenta a la Taula H1.

Taula H1. Fitxers continguts en el CD d'annexos.

Arxiu digital	Contingut
Taula 1.xls	Resultats de l'Enquesta Delphi (2011)
Taula 2.xls	Resum dels principals resultats del Sistema d'Indicadors aplicat als municipis d'estudi
Base de dades Sistema d'Indicadors.xls	Recull de dades i informació necessària dels municipis d'estudi per al càlcul del Sistema d'Indicadors
Base de dades Índex ISOST.xls	Recull de dades dels municipis d'estudi per al càlcul de l'Índex ISOST

Font: Elaboració pròpia.