



UNIVERSITAT D'ANDORRA

Programa de doctorat de la Universitat d'Andorra

Turisme sostenible i percepció dels residents. El cas d'Andorra

Eva Garcia Lluelles

Direcció: Dra. Gemma Cànoves Valiente i Dra. Montserrat Casalprim Ramonet
Identificador: TD-120-106220/202406
Data de defensa: 10 de desembre de 2024

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.

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 nor the 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*). These 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

Tesi doctoral



UNIVERSITAT D'ANDORRA

Programa de doctorat de la Universitat d'Andorra

Turisme sostenible i percepció dels residents. El cas d'Andorra

Sustainable tourism and the perception of residents. The case of Andorra

Doctoranda:

Eva Garcia Lluelles

Directores:

Dra. Gemma Cànoves Valiente (Universitat Autònoma de Barcelona)

Dra. Montserrat Casalprim Ramonet (Universitat d'Andorra)

Novembre 2024

Dedicatòria

The world is a complex, interconnected, finite, ecological - social - psychological - economic system. We treat it as if it were not, as if it were divisible, separable, simple, and infinite. Our persistent, intractable global problems arise directly from this mismatch.

Donnella Meadows "Whole Earth Models and Systems". "The CoEvolution Quarterly", p. 98 - 108, Summer 1982.

Agraïments

A les meves directores, la Gemma i la Montserrat, pels seus coneixements, consells i pel seu valor humà, indispensables per realitzar aquesta tesi.

La meva família ha estat el motor fonamental per dur a terme aquesta tasca. Per això, vull agrair al Lluís el seu suport incondicional, el seu interès i la seva confiança. També a la Xus, per haver estat sempre un referent per a mi i una font de coneixement de primer ordre, sense oblidar als meus avis, allà on sigueu.

A l'Hèctor, el meu company de vida, per donar-me suport i fer-me costat sempre.

Als amics i companys, pel vostre interès i afecte.

A Andorra, on he nascut i on he decidit construir la meva llar, perquè les seves valls i muntanyes continuïn sent un lloc únic.

A tota la gent que heu participat en l'enquesta i en les entrevistes i que, amb la vostra opinió, formeu part d'aquest projecte. També a tots aquells que heu facilitat informació i heu col·laborat amb la vostra experiència o coneixements.

A tots els qui, d'una manera o altra, heu fet possible aquesta recerca.

Índex

Capítol 1. Introducció	23
1.1 Presentació i justificació de l'estudi	25
1.2 Objectius i hipòtesis	28
1.3 Marc metodològic de la recerca.....	30
<i>1.3.1 Etapes de la recerca.....</i>	<i>30</i>
1.4 Estructura del document.....	34
Capítol 2. Marc teòric	35
2.1 Introducció al concepte desenvolupament sostenible	37
2.2 Turisme sostenible	41
<i>2.2.1 Importància del turisme a escala mundial.....</i>	<i>41</i>
<i>2.2.2 Evolució del concepte turisme sostenible.....</i>	<i>43</i>
2.3 Del desenvolupament sostenible al decreixement sostenible.....	62
<i>2.3.1 Turisme i decreixement</i>	<i>65</i>
2.4 Sostenibilitat del turisme de neu. Perspectives del sector	70
<i>2.4.1 Característiques del turisme de muntanya.....</i>	<i>71</i>
<i>2.4.2 Especificitats del turisme de neu.....</i>	<i>76</i>
<i>2.4.3 Reptes del turisme de neu.....</i>	<i>78</i>
2.5 El turisme sostenible i la percepció dels residents	89
<i>2.5.1 Les teories de l'intercanvi social i de la representació social.....</i>	<i>95</i>
<i>2.5.2 Els impactes percebuts de l'activitat turística</i>	<i>100</i>
<i>2.5.3 Variables que influeixen en la percepció dels residents</i>	<i>104</i>
<i>2.5.4 Limitacions dels estudis sobre la percepció dels residents.....</i>	<i>108</i>
Capítol 3. Àmbit de la recerca. El turisme al Principat d'Andorra	111
3.1 Caracterització turística. El turisme en el nou mil·lenni	113
<i>3.1.1 Afluència turística</i>	<i>114</i>

3.1.2 Motiu de la visita.....	119
3.1.3 Influència del turisme en el sector comercial	121
3.1.4 L'oferta d'allotjament turístic.....	124
3.2 Planificació i gestió de l'activitat turística	127
3.2.1 Gestió del turisme.....	127
3.2.2 Impactes territorials i reptes del turisme	138
3.3 Especialització turística, l'esquí.....	146
3.3.1 Fase incipient de les activitats turístiques	146
3.3.2 Consolidació del turisme d'hivern, 1950-1989.....	151
3.3.3 Canvis en l'estructura del sector, 1990-2022	156
3.3.4 D'estació d'esquí a estació de muntanya.....	160
3.3.5 Conseqüències del canvi climàtic en el sector de la neu	168
Capítol 4. Metodologia	173
4.1 Tècniques quantitatives d'investigació	175
4.1.1 Elaboració de l'instrument de mesura	176
4.1.2 Univers i mida de la mostra	177
4.1.3 Construcció de l'instrument de mesura: el qüestionari	179
4.1.4 Aplicació de l'enquesta	182
4.1.5 Anàlisi empíric	184
4.2 Tècniques qualitatives de la investigació	185
Capítol 5. Resultats.....	189
5.1 Resultats quantitius. Estadística descriptiva	191
5.1.1 Característiques sociodemogràfiques	191
5.1.2 Actitud dels residents envers el turisme	197
5.1.3 Satisfacció dels residents amb el model turístic.....	202
5.1.4 Impacte del canvi climàtic en les activitats turístiques.....	204

5.2 Resultats quantitatius. Anàlisi factorial dels resultats.....	207
5.2.1 <i>Anàlisi factorial exploratòria de l'actitud dels residents d'Andorra envers el turisme.....</i>	<i>210</i>
5.2.2 <i>Anàlisi factorial exploratòria de la satisfacció dels residents amb el model turístic.....</i>	<i>215</i>
5.2.3 <i>Anàlisi factorial exploratòria de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques.....</i>	<i>217</i>
5.3 Resultats qualitatius	219
5.3.1 <i>Anàlisi qualitativa de la pregunta oberta de l'enquesta.....</i>	<i>219</i>
5.3.2 <i>Anàlisi qualitativa de les entrevistes en profunditat.....</i>	<i>227</i>
Capítol 6. Discussió.....	241
Capítol 7. Conclusions.....	263
Limitacions i futures línies de recerca	274
Referències bibliogràfiques.....	277
Annexes.....	305
Annex 1. Qüestionari	307
Annex 2. Entrevista.....	318
Annex 3. Taules de freqüències i descriptius dels ítems de l'enquesta	320

Índex de taules

Taula 1	Etapes de la metodologia d'investigació.....	31
Taula 2	Principals aportacions institucionals relatives al turisme sostenible.....	46
Taula 3	ODS i fites relacionades directament amb el turisme sostenible.....	54
Taula 4	Com pot el turisme contribuir a assolir els ODS.....	54
Taula 5	Eixos estratègics. Any Internacional del Turisme Sostenible.....	59
Taula 6	Objectius del Programa de Turisme Sostenible en el marc 10YFP.....	60
Taula 7	Mesures d'adaptació de les estacions d'esquí al canvi climàtic.....	85
Taula 8	Pernoctació mitjana (nombre de nits), 2011-2022.....	117
Taula 9	Distribució mensual dels visitants, any 2022.....	117
Taula 10	Motiu de la visita dels turistes, any 2022.....	120
Taula 11	Motiu de la visita dels excursionistes, any 2022.....	121
Taula 12	Evolució habitatges d'ús turístic, 2018-2022.....	125
Taula 13	Objectius de l'Estratègia Nacional del Paisatge relacionats amb el turisme.....	129
Taula 14	Estimació del nombre de visitants, any 1985.....	155
Taula 15	Inversions i ingressos per forfets de les estacions d'esquí, 2006-2021.....	159
Taula 16	Impactes del canvi climàtic vinculats al turisme de neu a Andorra.....	170
Taula 17	Població d'Andorra de més 18 anys per trams d'edat i sexe, any 2021.....	177
Taula 18	Fitxa tècnica de l'estudi quantitatiu.....	180
Taula 19	Tipus d'administració del qüestionari a través de mitjans telemàtics.....	183
Taula 20	Perfil sociodemogràfic dels entrevistats.....	187
Taula 21	Estructura per trams d'edat de la població i de la mostra.....	192
Taula 22	Estructura per sexe de la població i de la mostra.....	192
Taula 23	Estructura per lloc de naixement de la població i de la mostra.....	193
Taula 24	Respostes de l'enquesta per edat i sexe.....	193
Taula 25	Descriptiu dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme.....	197
Taula 26	Descriptius dels 7 ítems de la satisfacció amb el model turístic.....	202
Taula 27	Descriptiu dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques.....	205
Taula 28	Prova de Bartlett i índex KMO dels factorials.....	209
Taula 29	Matriu factorial rotada a partir de l'anàlisi factorial de l'actitud dels residents d'Andorra envers el turisme.....	210

Taula 30 Estadístics descriptius amb valors tipificats dels 5 factors de l'actitud dels residents envers el turisme.....	213
Taula 31 Matriu factorial rotada, a partir de l'anàlisi factorial de la satisfacció dels residents amb el model turístic	216
Taula 32 Matriu factorial rotada, a partir de l'anàlisi factorial de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques	217
Taula 33 Codificació dels comentaris de l'enquesta	220
Taula 34 Resum de la percepció dels impactes de l'activitat turística	233
Taula 35 Quota de treballadors temporers hivern, 2022-2023	246
Taula 36 Dies de pernoctació mitjana mensual dels turistes, any 2022	250
Taula 37 Contrast de la hipòtesi 2	257
Taula 38 Freqüències de les variables sociodemogràfiques	320
Taula 39 Descriptiu dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme	321
Taula 40 Freqüències dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme	323
Taula 41 Descriptiu dels 7 ítems de la satisfacció amb el model turístic	326
Taula 42 Freqüències dels 7 ítems de satisfacció amb el turisme	327
Taula 43 Freqüència turisme sostenible	328
Taula 44 Descriptiu dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques	329
Taula 45 Freqüències dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques	329

Índex de figures

Figura 1 Objectius del desenvolupament sostenible.....	45
Figura 2 Articles del Codi Ètic Mundial per al Turisme (1999)	49
Figura 3 Relació entre els 12 objectius i els pilars del desenvolupament sostenible	51
Figura 4 Objectius de Desenvolupament Sostenible	53
Figura 5 Accions per al decreixement en els països rics	64
Figura 6 Model de cicle de vida de Butler.....	105
Figura 7 Model de Doxey	106
Figura 8 Afluència turística total, 2011-2022.....	115
Figura 9 Entrada de visitants per frontera, 2011-2022	116
Figura 10 Distribució mensual dels turistes, any 2022.....	118
Figura 11 Distribució mensual dels excursionistes, any 2022.....	119
Figura 12 Establiments comercials, 1965-2019	122
Figura 13 Estructura del sector comercial. Nombre d'establiments, 2000-2019	123
Figura 14 Allotjament hotelier per categories, 2003-2022	124
Figura 15 Distribució territorial de llits turístics, any 2022	125
Figura 16 Mapa dels parcs naturals i espais protegits	128
Figura 17 Desenvolupament de les línies del Pla estratègic 2015-2019	131
Figura 18 Pas de la Casa, 14-07-1963	140
Figura 19 Pas de la Casa, 1-11-2023	140
Figura 20 Vall central d'Andorra, 1914-1932.....	142
Figura 21 Vall central d'Andorra, 28-08-2023	143
Figura 22 Xalet Refugi del Port d'Envalira	150
Figura 23 Mirador Solar de Tristaina, 1-01-2023.....	162
Figura 24 Evolució dies d'esquí venuts (1992/93-2022/23)	163
Figura 25 Mapa d'Andorra amb la localització de les estacions de muntanya	165
Figura 26 Procedència dels esquiadors de Grandvalira, 2021-2022	166
Figura 27 Procedència dels esquiadors d'Ordino-Arcalís, 2021-2022.....	166
Figura 28 Lloc de naixement i estructura per edat i sexe dels enquestats	194
Figura 29 Anys de residència a Andorra dels nascuts a l'estranger.....	195
Figura 30 Perfil professional i nivell d'estudis	196
Figura 31 Beneficis percebuts de l'activitat turística	200

Figura 32 Costos percebuts de l'activitat turística	201
Figura 33 Satisfacció dels residents amb el model turístic.....	203
Figura 34 Importància de la repercussió del canvi climàtic en les activitats turístiques	205
Figura 35 Núvol de paraules freqüents utilitzades en la pregunta oberta de l'enquesta	221

Llistat de sigles i acrònims més utilitzats

AR+I- Andorra Recerca + Innovació

CIMMABT- Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme

CMDS- Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible

CMNUCC- Conveni Marc de les Nacions Unides sobre el Canvi Climàtic

CNUMAD- Conferència de les Nacions Unides sobre Medi Ambient i Desenvolupament

CTP- Comunitat de Treball dels Pirineus

FAO- Food and Agriculture Organization, per les seves sigles en anglès/ Organització de les Nacions Unides per l'Alimentació i l'Agricultura

HUT- Habitatge d'ús turístic

IPCC- Intergovernmental Panel on Climate Change, per les seves sigles en anglès/ Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic

OCDE- Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic

ODM- Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni

ODS- Objectius de Desenvolupament Sostenible

OMM- Organització Meteorològica Mundial

OMT- Organització Mundial del Turisme

ONU- Organització de les Nacions Unides

ONG- Organització no Governamental

OPCC- Observatori Pirinenc del Canvi Climàtic

PIB- Producte Interior Brut

PNUMA- Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient

UE- Unió Europea

UICN - Unió Internacional per a la Conservació de la Natura

UNESCO- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, per les seves sigles en anglès/Organització de les Nacions Unides per l'Educació, la Ciència i la Cultura

VAB- Valor Afegit Brut

WCED- World Commission on Environment and Development, per les seves sigles en anglès / Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament

WTTC– World Travel and Tourism Council, per les seves sigles en anglès/ Consell Mundial del Viatge i del Turisme

WWF- World Wildlife Fund, per les seves sigles en anglès/ Fons Mundial per la Natura

Resum

Andorra, un país de 468 km² i 85.000 habitants, rep més de vuit milions de turistes anuals, una proporció turista-resident certament elevada. La importància de l'activitat turística andorrana, un destí consolidat, justifica la necessitat d'aquests tipus d'estudis dels quals no hi ha constància prèvia.

Aquesta recerca analitza la relació entre el turisme sostenible i la percepció dels residents d'Andorra sobre l'activitat turística. L'objectiu principal és avaluar la percepció dels residents envers els impactes del turisme, tenint en compte elements econòmics, socials i ambientals. La necessitat de la investigació sorgeix en el context de la sostenibilitat per orientar el turisme cap a un model que generi desenvolupament econòmic, proporcioni benestar comunitari, i promogui la cohesió social i la protecció ambiental. El turisme sostenible requereix la participació activa de la societat per esdevenir viable per a la comunitat i la percepció dels residents és fonamental per determinar l'èxit o el fracàs de la indústria turística.

La metodologia s'ha dividit en dues fases: la primera, de revisió de la literatura existent, proporciona informació de caràcter secundari i la segona, de caràcter empíric, aporta la informació primària. Per desenvolupar el marc teòric, s'analitza el concepte de turisme sostenible, delimitant-lo a les zones de muntanya. També es tenen en compte les característiques del sector turístic andorrà, incidint de manera específica en el sector de la neu, per la seva importància estratègica en l'activitat turística andorrana. A més, s'ha estudiat l'actitud dels residents i la seva percepció dels impactes de l'activitat turística.

La investigació combina mètodes mixts: una enquesta que aporta dades quantitatives, amb una pregunta oberta que permet obtenir dades qualitatives, complementada amb entrevistes personals que aporten informació suplementària. Els resultats de l'enquesta, amb 372 respostes vàlides de residents majors de divuit anys, i de les set entrevistes semiestructurades, evidencien que els residents perceben impactes positius de l'activitat turística a Andorra, en termes econòmics, socioculturals i ambientals, tot i que també en perceben de negatius. Els beneficis econòmics obtenen la millor valoració i els impactes ambientals la pitjor.

Els residents perceben el turisme com una font important d'ingressos i com la base de l'economia local, destacant la contribució al creixement econòmic, l'augment del PIB per

càpita i la creació de llocs de treball. Malgrat això, també es perceben aspectes negatius en la planificació i gestió turística, especialment en la distribució desigual dels beneficis econòmics i la preocupació per la sostenibilitat del model actual.

La recerca subratlla la importància de la participació ciutadana en la planificació turística, per garantir la sostenibilitat i el benestar de la comunitat. També s'aborden els efectes del canvi climàtic en el turisme de neu i es destaca la necessitat de polítiques públiques que promoguin pràctiques sostenibles.

En conjunt, els resultats demostren que els residents conformen una població conscient que el turisme és un sector econòmic principal de l'economia andorrana, però es mostren crítics amb el model. La inclusió dels residents en la planificació i gestió del turisme és necessària per garantir un futur més sostenible per a la indústria turística d'Andorra.

Paraules clau

Andorra, impacte del turisme, turisme sostenible, percepció dels residents, actitud dels residents.

Abstract

Andorra, a country of 468 km² and 85.000 inhabitants, receives more than eight million tourists annually. A certainly high tourist-resident ratio, where this activity is one of the country's economic pillars. The importance of Andorran tourist activity, an established destination, justifies the need for these types of studies, for which there is no previous evidence.

This research analyses the relationship between sustainable tourism and the perception of Andorran residents about tourist activity. The main objective is to evaluate the perception of residents towards the impacts of tourism, taking into account economic, social, and environmental elements. The need for this research arises in the context of sustainability to guide tourism towards a model that generates economic development, provides community well-being, and promotes social cohesion and environmental protection. Sustainable tourism requires the active participation of society to become viable for the community, and the perception of residents is critical in determining the success or failure of the tourism industry.

The methodology has been divided into two phases: the first, a review of the existing literature, provides secondary information, and the second, of an empirical nature, provides primary information. To develop the theoretical framework, the concept of sustainable tourism is analysed, delimiting it to mountain areas. The characteristics of the Andorran tourist sector are also analysed, with a specific impact on the snow sector, due to its strategic importance in Andorran tourist activity. In addition, the attitudes of residents and their perceptions of the impacts of tourist activity have been studied.

The research combines mixed methods: a survey that provides quantitative data with an open question that allows for obtaining qualitative data, complemented by personal interviews that provide supplementary information. The results of the survey, with 372 valid responses from residents over the age of 18, and from the 7 semi-structured interviews, show that residents perceive positive impacts of tourist activity in Andorra in economic, socio-cultural, and environmental terms, despite also perceiving negative ones. Economic benefits get the best rating, and environmental impacts get the worst.

Residents perceive tourism as an important source of income and as the basis of the local economy, highlighting its contribution to economic growth, the increase in GDP per

capita, and the creation of jobs. Despite this, negative aspects are also perceived in tourism planning and management, especially in the unequal distribution of economic benefits and concern for the sustainability of the current model.

The research underlines the importance of citizen participation in tourism planning, to guarantee the sustainability and well-being of the community. The effects of climate change on snow tourism are also addressed, and the need for public policies that promote sustainable practices is highlighted.

Overall, the results show that the residents are aware that tourism is a main economic sector of the Andorran economy, but they are critical of the model. The inclusion of residents in the planning and management of tourism is necessary to ensure a more sustainable future for Andorra's tourism industry.

Key words

Andorra, impact of tourism, sustainable tourism, perception of residents, attitude of residents.

Capítol 1. Introducció

En aquest capítol es fa una introducció al contingut de la Tesi Doctoral i es presenta el plantejament i desenvolupament metodològic. En primer lloc, s'argumenta l'interès que té l'estudi per, seguidament, presentar-ne els objectius i les hipòtesis. D'acord amb aquestes premisses, s'exposa la metodologia que ha de permetre complir els objectius plantejats. Finalment, s'explica l'estructura del document.

1.1 Presentació i justificació de l'estudi

Aquest treball es desenvolupa en el marc dels escenaris i dinàmiques creats al voltant del turisme. L'interès per les percepcions dels residents respecte a les conseqüències de l'activitat turística, és el motiu que em va dur a investigar en profunditat aquest aspecte de la realitat andorrana. Aquesta recerca s'enfoca a conèixer les percepcions dels residents enfront dels impactes de l'activitat turística.

Andorra, en el decurs del segle XX, s'enfronta a la desarticulació de l'economia tradicional i busca noves alternatives per adaptar-se a les condicions i circumstàncies dels països veïns amb els quals manté una relació de dependència estreta. Aprofita la qualitat i la quantitat de paisatges que li confereixen un atractiu suficient per servir de marc de determinades activitats en què el turisme i el comerç s'erigeixen en protagonistes del canvi. L'activitat turística esdevé el fenomen econòmic més important del segle XX i el país organitzarà el territori en funció del turisme, factor clau que explica la dinàmica socioeconòmica, caracteritzada per un important flux immigratori atret pels sectors dels serveis i de la construcció (Lluelles i Garcia, 2018).

En conseqüència, el desenvolupament del territori andorrà s'ha fonamentat, des de mitjan segle XX, en l'aprofitament del patrimoni natural i cultural com a recurs turístic. El país ha assistit a un procés de terciarització que ha esdevingut l'element clau del canvi social i econòmic, provocant una transformació substancial del territori. L'ús turístic de la muntanya andorrana s'ha dut a terme tant en la temporada d'estiu com en la temporada d'hivern.

Durant l'any 2022, Andorra va rebre 8,2 milions de visitants i les pernoctacions van superar els 10 milions (Dept. d'Estadística). La proporció turista-resident és certament

elevada, la qual cosa explica la importància de conèixer l'opinió pública sobre el turisme per gestionar-ne els reptes derivats.

La gestió de les actituds dels residents envers el turisme té un rol estratègic en la planificació de l'activitat i atorga especial rellevància a la mesura de les percepcions dels residents envers els impactes turístics i la determinació de factors que tenen influència. Aquestes accions han de permetre als gestors del destí i a la resta d'actors de la destinació mitigar els potencials efectes negatius i treure profit dels positius en la predisposició dels residents.

Conèixer la percepció dels residents és especialment rellevant en indrets amb un espai geogràfic limitat, uns entorns fràgils i un contacte permanent entre residents i turistes. Diversos autors han remarcat la importància de la interacció turista-resident i han reconegut, que en gran manera, el desenvolupament turístic depèn del suport que dona la comunitat d'acollida (Aguiló i Rosselló, 2005; Andriotis i Vaughan, 2004; Ap, 1992; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski, 1994; Moreira *et al.*, 2022).

Recentment, a Andorra s'han produït manifestacions de polaritat a la societat que ha mostrat expressions a favor i en contra del turisme i dels seus diferents models de desenvolupament. Per això, els estudis enfocats als impactes positius i negatius del turisme són especialment rellevants per als gestors públics.

En el cas d'Andorra, cal esperar que la presència d'un nombre important de turistes i la seva interacció amb els residents, en un territori limitat, generi impactes importants, fet que ha suscitat l'interès de dur a terme aquest estudi. Pel que fa a les anàlisis de percepció, no hi ha constància que s'hagi realitzat cap estudi sobre l'actitud o la percepció de la població resident.

En les zones de muntanya, com en el cas andorrà, el turisme genera riquesa, però la seva sostenibilitat depèn de la preservació dels recursos naturals i de la col·laboració de la comunitat local (Organització de les Nacions Unides [ONU], 2019). Diversos organismes internacionals (WTTC, ONU Turisme¹, ONU) i investigadors relacionats amb l'activitat

¹ L'Organització Mundial del Turisme (OMT) ha canviat el seu nom pel d'ONU Turisme el 2024, per reafirmar el seu estatus com a organisme especialitzat de les Nacions Unides pel turisme

turística (Butler, 1999; Hall, 2010; Higgins-Desbiolles *et al.*, 2019; Sharpley, 2020), han col·laborat en la definició i en els principis que han de guiar el turisme sostenible.

L'Organització Mundial del Turisme (OMT) i el Programa de Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA), l'any 2005, definien el turisme sostenible com a un turisme conscient dels impactes econòmics, socials i ambientals, actuals i futurs, que respon a les necessitats dels visitants, els professionals, el medi ambient i les comunitats d'acollida. Per tant, el desenvolupament sostenible del turisme implica tenir en compte els impactes en la planificació, en les activitats turístiques i exigeix la participació dels agents rellevants, així com un lideratge polític ferm que permeti una col·laboració àmplia i aconseguixi consens.

Conèixer el grau de satisfacció de la població local envers el turisme és imprescindible per als planificadors, responsables polítics i empresaris, atès que l'èxit i la sostenibilitat de l'activitat turística depèn del suport dels residents. A més, l'actitud dels residents és un element que determina la satisfacció dels visitants i, consegüentment, un factor clau per al manteniment de la mateixa indústria. Es recomana elaborar enquestes de satisfacció local, com a indicador per avaluar la satisfacció dels residents davant de l'activitat turística (OMT i PNUMA, 2005).

L'estudi de l'actitud dels residents ha atret l'atenció acadèmica en les darreres dècades, en considerar la població local com a un grup d'interès que no pot quedar al marge dels processos de planificació turística; per això resulta important conèixer les seves expectatives (Ap, 1992). A la pràctica, els residents sovint són exclosos, no tan sols de la planificació, sinó de la presa de decisions i de la gestió de projectes.

En el marc del turisme sostenible, la recerca té com a objectiu avaluar la percepció dels residents envers els impactes percebuts de l'activitat turística a Andorra, tenint en compte elements econòmics, socials i ambientals de l'activitat. Es planteja la necessitat d'aquesta recerca, en el marc de la sostenibilitat, amb la finalitat de fomentar un model de turisme basat en un desenvolupament econòmic que generi benestar a la comunitat, que promogui la cohesió social i la protecció del medi ambient. La percepció dels residents és fonamental per determinar l'èxit o el fracàs de la indústria turística. La participació activa de la societat hauria de facilitar que el turisme sostenible esdevingui viable per a la comunitat.

1.2 Objectius i hipòtesis

Aquesta recerca planteja esbrinar la dinàmica entre el turisme sostenible i la percepció dels residents envers l'activitat turística a Andorra.

L'objectiu general de la recerca és identificar els factors que determinen les percepcions dels residents a Andorra cap a l'activitat turística i els seus impactes.

Els objectius específics de la recerca tenen com a finalitat desenvolupar els aspectes següents:

- Analitzar el concepte de turisme sostenible, delimitant el marc teòric i la seva evolució, en especial a les zones de muntanya.
- Desenvolupar un marc teòric que sustenti l'estudi de l'actitud dels residents i la percepció dels impactes de l'activitat turística.
- Analitzar les característiques del sector turístic andorrà, incidint en el sector de la neu, de manera específica, per la seva importància estratègica en l'activitat turística andorrana.
- Mesurar la percepció dels residents a Andorra sobre:
 - L'impacte de l'activitat turística en termes ambientals, socials i econòmics.
 - La satisfacció amb l'activitat turística.
 - Els efectes del canvi climàtic en les diferents activitats turístiques.

Aquests quatre objectius específics han de funcionar de manera conjunta per donar resposta a l'objectiu general de la recerca. La finalitat és aportar elements que permetin identificar, de manera exhaustiva i justificada, els factors que determinen les percepcions dels residents a Andorra cap a l'activitat turística i els seus impactes.

Els objectius pretenen donar resposta a les hipòtesis següents:

- Hipòtesi 1: Els residents perceben impactes positius de l'activitat turística a Andorra, en termes econòmics, socioculturals i ambientals, tot i que també en perceben de negatius.
- Hipòtesi 2: Els residents d'Andorra estan satisfets amb el model turístic:

- Subhipòtesi 1: Els residents perceben que l'activitat turística a Andorra presenta una estacionalitat elevada.
- Subhipòtesi 2: Els residents perceben que hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic.
- Subhipòtesi 3: Els residents perceben que l'oferta turística està diversificada.
- Subhipòtesi 4: Els residents perceben que Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible.
- Subhipòtesi 5: Els residents perceben que el comportament del turista quan visita Andorra és respectuós.
- Subhipòtesi 6: Els residents perceben que les institucions del país promouen el turisme sostenible.
- Subhipòtesi 7: Els residents, en general, estan satisfets amb el model turístic d'Andorra.
- Hipòtesi 3: Els residents perceben que el canvi climàtic impacta en les activitats turístiques d'Andorra, especialment en les d'hivern.

Les hipòtesis s'han elaborat basant-se en l'objectiu principal de la investigació i els objectius específics que es volen desenvolupar. D'aquesta manera, les hipòtesis esdevenen els eixos que orienten la recerca, que pretén donar resposta als objectius proposats i, d'aquesta manera, poder acceptar o rebutjar les hipòtesis plantejades.

1.3 Marc metodològic de la recerca

El problema central de la present recerca se circumscriu a la incidència que exerceixen les percepcions de l'impacte de l'activitat turística en l'actitud del resident cap a aquesta.

La metodologia s'ha dividit en dues fases: la primera, de tipus documental o de revisió de la literatura existent, que ha proporcionat la informació necessària de caràcter secundari, i una segona fase, de caràcter empíric, on s'ha obtingut la informació primària necessària. A més de la informació obtinguda a través de la metodologia de l'enquesta, ha estat necessari realitzar set entrevistes en profunditat amb alguns residents, que han permès delimitar amb major precisió l'objecte de la investigació. El contingut d'aquest apartat exposa el marc metodològic general emprat en la recerca, presentant el mètode i instruments utilitzats.

La investigació s'ha plantejat des de la perspectiva de la recerca conceptual i fenomenològica i de la recerca aplicada. És a dir, en primer lloc, s'han produït coneixements a partir de la revisió bibliogràfica i, en segon lloc, s'ha buscat l'aplicació pràctica.

1.3.1 Etapes de la recerca

La present investigació va ser concebuda com un procediment format per cinc fases, amb la finalitat de donar compliment als objectius plantejats. Encara que totes aquestes fases es troben implícites al llarg del document de la tesi, cada un dels capítols que la conformen ha estat construït en funció d'un ordre i un procés lògic, que procura facilitar la comprensió de les matèries abordades.

Les etapes de la metodologia emprada es troben a la taula 1.

Taula 1 Etapes de la metodologia d'investigació

Etapa	Descripció
1. Revisió de la literatura	Per a la construcció del marc conceptual, marc teòric, formulació d'hipòtesis, definició dels objectius, descripció del cas d'estudi
2. Descripció del cas d'estudi	Identificació de les característiques del cas d'estudi
3. Treball de camp	Per a l'obtenció de la informació primària, a través d'enquestes i entrevistes en profunditat a residents
4. Procediment i anàlisi de la informació recollida	D'acord amb la metodologia usada i el cas d'estudi analitzat
5. Anàlisi i conclusions	Enllaç de la informació obtinguda per a cada metodologia, atorgant sentit a la investigació, en congruència amb els objectius proposats

Font: Elaboració pròpia.

La recerca bibliogràfica és l'eina necessària per a descriure els principis teòrics i conceptuals a partir dels quals establir l'estat de la qüestió del tema que es vol investigar, per poder elaborar un discurs estructurat que fonamenti la recerca. Aquest treball es va iniciar amb una àmplia revisió bibliogràfica que ha permès emmarcar l'objectiu principal de la investigació, d'acord amb els resultats més adients i que millor s'adapten. L'estudi de la bibliografia, ja sigui procedent de llibres, capítols de llibres i publicacions d'àmbit acadèmic, conjuntament amb la lectura d'informes procedents d'organismes, tant nacionals com internacionals, han permès delimitar el marc d'estudi per, posteriorment, donar pas a la part empírica de la recerca.

Per tant, el treball s'inicia amb la recerca bibliogràfica i la revisió del concepte desenvolupament sostenible; seguidament es desenvolupa la incorporació del desenvolupament sostenible en la planificació de l'activitat turística. També es dedica un

altre apartat a analitzar el concepte decreixement, vinculat a l'activitat turística. En quart lloc, s'examina la sostenibilitat del turisme de muntanya i, en particular, del turisme de neu, fent incís en les especificitats i els reptes que ha d'afrontar. Finalment, s'analitza la percepció dels residents envers l'activitat turística, fent èmfasi en la teoria de l'intercanvi i de la representació social, així com examinant els diferents impactes percebuts de l'activitat turística i les variables extrínseques i intrínseques que afecten en aquesta percepció. Per tal de disposar dels darrers avanços en la matèria, s'han tingut en compte els estudis més recents, alhora que s'identifiquen els autors de referència sobre la temàtica.

A partir de la concreció del marc teòric, es van proposar les hipòtesis d'investigació. Tenint en compte el caràcter aplicat de la recerca, s'estableix com a marc territorial de referència el conjunt del país, per raons tècniques i pràctiques i per l'homogeneïtat de l'activitat turística que s'hi desenvolupa. L'aplicació pràctica de l'estudi ha fet necessari introduir el turisme a Andorra i definir la seva especialització turística, per contextualitzar l'àmbit de la recerca.

El marc territorial de referència en que es desenvolupa la recerca és Andorra. El Principat d'Andorra és un dels petits estats d'Europa, de relleu muntanyós, situat al cor dels Pirineus, entre França i Espanya, amb una extensió de 468 km² i una població, l'any 2022, de 81.588 habitants (Dept. d'Estadística, 2023). El règim polític és el de coprincipat parlamentari, l'idioma oficial és el català, la moneda l'euro i presenta una estructura territorial organitzada en set parròquies.

Per finalitzar, la metodologia de la investigació empírica s'ha centrat en el contrast del model plantejat, amb la finalitat d'avaluar les percepcions dels residents envers el turisme. Amb aquest objectiu, es va elaborar un qüestionari dirigit als residents d'Andorra.

Els impactes del turisme afecten els sentiments dels residents, no tan sols envers el turisme sinó també en relació amb el lloc en el qual viuen; per tant, és qüestionable que una investigació basada únicament en una llista incompleta d'elements en una escala pugui captar completament la naturalesa dels impactes del turisme en els residents (Vanclay, 2002). D'acord amb aquestes consideracions, s'ha cregut necessari adoptar una metodologia mixta d'investigació que combini mètodes quantitius i qualitius. Les diferents definicions d'investigació de mètodes mixts tenen en comú que aquest

enfocament implica la combinació d'almenys un mètode quantitatiu (dissenyat per recopilar dades) i un mètode qualitatiu (dissenyat per recollir paraules) en la metodologia de recerca d'un únic estudi (Tashakkori i Teddlie, 1998).

Aquest fet va prendre dues formes: en primer lloc, el qüestionari inclou una pregunta oberta final, a més de les escales més convencionals tipus Likert. En segon lloc, a aquestes dades se sumen les derivades d'entrevistes semiestructurades amb residents. Aquesta metodologia ha estat emprada en altres estudis (Alamineh *et al.*, 2023; Bassan i Rodriguez, 2020; Gu i Ryan, 2010; Moya i Muñoz-Barriga, 2022). L'ús de preguntes obertes en el qüestionari és un intent d'obtenir dades qualitatives d'una mostra més àmplia que l'obtinguda dels entrevistats.

En la tercera fase es va dur a terme el treball de camp, mitjançant la distribució de l'enquesta, on s'han obtingut 372 qüestionaris vàlids. Per a l'estudi quantitatiu s'ha utilitzat l'estadística descriptiva amb l'anàlisi de les dades obtingudes al qüestionari i també s'ha dut a terme una anàlisi factorial exploratòria.

Addicionalment, en un moment posterior, un cop analitzades les dades de l'enquesta, tant de caràcter quantitatiu com la pregunta oberta de caràcter qualitatiu, s'han dut a terme un seguit d'entrevistes semiestructurades, enfocades a captar les percepcions dels residents per aconseguir dades suplementàries de caràcter qualitatiu.

1.4 Estructura del document

En aquest apartat es presenta l'organització que s'ha fet de la recerca. El **primer capítol**, permet introduir el lector en el tema d'estudi i està centrat a exposar el plantejament de la recerca o introducció, on es justifica la necessitat de la recerca; es formulen els objectius específics del treball i les hipòtesis i es presenten les diferents etapes que s'han seguit en aquest treball de recerca.

El **capítol segon** presenta l'estat actual del camp d'estudi i el marc teòric en relació amb el turisme sostenible i a la percepció dels residents; es busca aprofundir en la definició de la sostenibilitat i l'activitat turística, especialment en el turisme de muntanya i de neu, fent incís en les especificitats i els reptes que ha d'afrontar. Finalment, s'analitza la percepció dels residents envers l'activitat turística examinant els diferents impactes percebuts d'aquesta activitat, entre d'altres.

El **capítol tercer**, relatiu a l'àmbit de la recerca, incideix en la caracterització turística d'Andorra, fent especial èmfasi en l'esquí per la seva importància. S'ofereix una descripció del panorama turístic a partir del mil·lenni, s'identifiquen els principals reptes relacionats amb l'activitat turística i es descriuen els processos històrics lligats al recurs de la neu.

El **capítol quart** ofereix un marc metodològic, on es mostra el disseny de la investigació empírica a partir de mètodes mixtos, emprant una enquesta com a eina quantitativa i complementant-ho amb una pregunta oberta de caràcter qualitatiu i entrevistes en profunditat. Seguidament, es dedica el **capítol cinquè** als resultats obtinguts en la investigació empírica, tant de caràcter quantitatiu com qualitatiu.

El **capítol sisè** fa referència a l'apartat de discussió, on es contrasten les hipòtesis. El **capítol setè** inclou les conclusions, així com les limitacions i futures línies de recerca. El **vuitè i darrer capítol** incorpora les referències bibliogràfiques emprades en el treball, així com els annexos.

Capítol 2. Marc teòric

Aquest capítol, centrat en desenvolupar el marc teòric inclou cinc apartats, el primer dels quals es dedica a la revisió del concepte desenvolupament sostenible, un model a la definició del qual han contribuït autors de renom i organismes internacionals. El segon apartat analitza la incorporació del desenvolupament sostenible en la planificació de l'activitat turística i com, sobre aquesta base, es crea un nou model turístic. També es dedica un apartat a desenvolupar el concepte de decreixement, vinculat a l'activitat turística, que qüestiona el paradigma del turisme sostenible per l'escassa repercussió pràctica, tant en la indústria turística com en les polítiques institucionals. A continuació, s'examina la sostenibilitat del turisme de muntanya i, en particular, del turisme de neu, fent incís en les especificitats i els reptes que ha d'afrontar. Finalment, s'analitza la percepció dels residents envers l'activitat turística, fent èmfasis en la teoria de l'intercanvi i de la representació social, així com examinant els diferents impactes percebuts de l'activitat turística i les variables extrínseques i intrínseques que afecten en aquesta percepció.

2.1 Introducció al concepte desenvolupament sostenible

El concepte desenvolupament sostenible neix i evoluciona en els tres últims decennis del segle XX; no obstant això, les preocupacions ambientals ja havien tingut una especial incidència durant els anys seixanta i setanta, tot i que es partia de posicions diferents que acabarien confluint en la proposta del desenvolupament sostenible. La definició del desenvolupament sostenible es construeix a partir de l'informe intítulat "Límits to Growth (LTG)", publicat l'any 1972 i encarregat pel Club de Roma, associació sense ànim de lucre integrada per destacats científics, empresaris i polítics, amb la finalitat de contribuir a millorar la societat. L'informe, elaborat per un grup de científics del MIT (Massachusetts Institute of Technology), analitzava les causes i conseqüències a llarg termini del creixement de cinc variables fonamentals: població, capital industrial, producció d'aliments, consum de recursos i contaminació. La interrelació d'aquestes variables mostrava un creixement exponencial, amb un comportament que augmentava significativament, en funció de la quantitat acumulada anteriorment.

L'informe LTG arribava a tres grans conclusions. La primera era que el sistema estava abocat al seu límit de creixement en els cent anys a venir, si es mantenien les tendències de creixement de la població mundial, de la producció d'aliments, del procés d'industrialització, de la contaminació ambiental i l'esgotament dels recursos no renovables. Les conseqüències més probables serien la d'un descens ràpid i incontrolable de la població i de l'activitat industrial que portaria al col·lapse del sistema. A la segona conclusió, els autors proposaven alterar les tendències de creixement exponencial de l'economia i la població i establir condicions d'estabilitat ecològica i econòmica pel manteniment a llarg termini. Feien la previsió que un creixement zero evitaria el col·lapse; es tractaria d'un estadi en què el ritme de creixement es detindria i els recursos naturals perdurarien més temps. En la darrera conclusió incidien en què, si es volia aconseguir l'estadi previst en la conclusió anterior, com més aviat es comencés a treballar, hi hauria més probabilitats d'èxit per aconseguir un equilibri. L'informe defensava tant el canvi tecnològic com el cultural i l'institucional, amb l'objectiu de reduir el creixement de la petjada ecològica que superaria, amb el temps, la capacitat de càrrega del planeta (Meadows *et al.*, 1972).

Tot i que assenyalava el que altres autors ja havien indicat, com la impossibilitat física d'un creixement material infinit en un planeta finit, l'informe LTG va tenir una àmplia difusió; traduït a una trentena d'idiomes, va ser un èxit de vendes. Per una banda, la crisi energètica de 1973, poc després de la publicació de l'informe, així com el fort debat que va suscitar, van propiciar que esdevingués un referent en els estudis sobre economia, societat i medi ambient. La qüestió dels límits físics del creixement econòmic deixava de ser matèria exclusiva dels experts per esdevenir un aspecte que concernia i preocupava al ciutadà comú (Rodríguez, 2011).

L'any 1972, coincidint amb la publicació de LTG, se celebrava la primera Conferència Internacional sobre el Medi Humà, a Estocolm. En aquesta reunió es va aprovar la Declaració sobre el Medi Humà, amb 26 principis, en els que s'afirma que l'home té el dret a un medi de qualitat, a més de l'obligació de protegir-lo i millorar-lo per a les futures generacions. Aquesta Declaració es pot considerar el primer consens polític internacional relatiu als principis que han de regir per preservar i millorar l'hàbitat humà. El lema "una sola terra", escollit per la conferència, recalcava de forma implícita que els éssers vius i les coses inanimades que ens envolten formen part d'un sol sistema interdependent i que

l'home, amb una explotació inconscient, malmet el medi ambient quan no té un altre lloc on anar (ONU, 1972).

En la Conferència d'Estocolm, els països en vies de desenvolupament van remarcar que tenien d'altres problemes com la pobresa, la desnutrició i l'analfabetisme, i que la tasca més important d'una gran part de la humanitat era resoldre aquests problemes bàsics. No obstant això, la major part dels participants van estar d'acord en incloure en les estratègies de desenvolupament nacional les consideracions ambientals, per evitar cometre els errors dels països desenvolupats. Aquesta Conferència que acceptava, fins a cert punt, la idea dels límits físics sense catastrofisme, va plantejar que el desenvolupament podia ser compatible amb la preservació del medi ambient. La reunió d'Estocolm es pot considerar com el primer intent polític de conciliar els objectius tradicionals de desenvolupament amb la protecció de la natura (Pierri, 2005).

L'argumentació de l'informe LTG va ser parcialment substituïda pel discurs d'un desenvolupament econòmic continuat i compatible amb la protecció ambiental, aspectes que no havien de ser excloents. Aquest nou punt de vista s'utilitzarà per fer referència al concepte de desenvolupament sostenible (Baker *et al.*, 2002). L'any 1980, el desenvolupament sostenible salta a l'àmbit internacional quan la Unió Internacional per a la Conservació de la Natura (UICN), conjuntament amb el PNUMA i el Fons Mundial per a la Vida Salvatge (WWF, per les seves sigles en anglès), presenten l'Estratègia Mundial per a la Conservació. Aquest document plantejava la sostenibilitat en termes ecològics i afirmava que, tenint en compte les necessitats de les generacions futures, els éssers humans haurien d'afrontar la limitació dels recursos i de la capacitat dels ecosistemes (UICN *et al.*, 1980).

L'Assemblea General de l'ONU, en la resolució 38/161, de 19 de desembre de 1983, va acceptar la creació d'una comissió amb l'objectiu de presentar un informe sobre el medi ambient i la problemàtica mundial, més enllà de l'horitzó 2000, que incorporés una sèrie de projectes estratègics per aconseguir un desenvolupament sostenible. La comissió, que va adoptar el nom de Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament (WCED, per les seves sigles en anglès), es va reunir, per primera vegada, l'octubre de 1984 i va publicar, l'abril de 1987, un document intítulat "Our Common Future", més conegut com l'informe Brundtland pel nom de la presidenta que liderava el grup de

científics. En la recapitulació de la Comissió, a la qual se li va demanar un programa per al canvi, s'afirma que ha arribat l'hora de prendre les decisions necessàries per garantir els recursos que permetin sostenir tant la generació actual com les futures. Més endavant, s'insisteix en dir que està en mans de la humanitat fer que el desenvolupament sigui sostenible i durador; és a dir, garantir que satisfaci les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les futures generacions per satisfer les pròpies (ONU, 1987).

La importància d'aquest informe Brundtland rau en el fet que, per una banda, recupera l'esperit d'Estocolm i, d'altra banda, representa un canvi en el pensament ambientalista, ja que es basa en objectius econòmics i socials i no únicament en aspectes ambientals (Pierri, 2005). L'informe, que analitza en profunditat el model de desenvolupament industrial i l'esgotament dels recursos, va tenir especial ressò en la Conferència de les Nacions Unides sobre Medi Ambient i Desenvolupament (CNUMAD) celebrada a Rio de Janeiro, l'any 1992, coneguda com la Cimera de la Terra. Aquesta Cimera, que va significar una fita clau en la consolidació del concepte desenvolupament sostenible, va centrar l'atenció en el fet que les necessitats socials, ambientals i econòmiques s'havien d'equilibrar les unes amb les altres, per obtenir resultats sostenibles a llarg termini (ONU, 1993). A partir d'aquí es generaran múltiples iniciatives institucionals que contribuiran a reforçar el paradigma de la sostenibilitat, que té per objectiu el desenvolupament econòmic, el respecte del medi ambient i el progrés social.

Malgrat el temps transcorregut i l'abundància de publicacions, encara no hi ha consens respecte al significat del desenvolupament sostenible i les interpretacions varien segons la disciplina o la ideologia que serveix de base per a definir-lo, especialment quan encara no hi ha resultats concrets sobre la seva aplicació. Segons Salinas Chávez i La O Osorio (2006), el concepte de sostenibilitat no ha de ser un dogma ni una recepta salvadora, però tampoc ha de ser l'etiqueta de moda que incorpora qualsevol discurs retòric; construir una vida sostenible aporta elements de reflexió i criteris sensats sobre els quals treballar i un horitzó de canvi cap al qual cal adreçar-se com a comunitat humana.

2.2 Turisme sostenible

El turisme és un sector econòmic de gran transcendència a escala mundial, que involucra múltiples àmbits i interessos de la societat. El seu caràcter transversal fa que, quan es fa una valoració, s'hagin de tenir en compte tant els impactes positius com els negatius.

La filosofia de la sostenibilitat, que implica un canvi cap a un nou model de desenvolupament, es va començar a aplicar a les diferents activitats econòmiques, entre elles la del turisme. El desenvolupament sostenible en el turisme és un concepte dinàmic amb efectes directes, no tan sols en els impactes ecològics sinó en la competitivitat dels destins (Cucculelli i Goffi, 2015). L'activitat turística té múltiples efectes positius en els aspectes econòmics d'una regió, tant en l'ús de la mà d'obra local, com en l'augment d'ingressos i de la qualitat de vida; aquests elements poden ajudar a crear estabilitat psicològica entre els residents. De la mateixa manera, l'augment de la densitat de turistes en un destí també afecta la qualitat de les àrees visitades, produint efectes negatius en diversos àmbits, com degradació ambiental, canvis en el paisatge, actitud hostil dels residents envers els turistes i degradació dels valors històrics i culturals (Brătucu *et al.*, 2017).

2.2.1 Importància del turisme a escala mundial

Segons dades de World Travel & Tourism Council (WTTC), el sector turístic representa, l'any 2022, el 7,6% del PIB mundial i ocupa 334 milions de persones; un de cada deu llocs de treball, a escala mundial, està vinculat amb aquest sector (WTTC, 2024).

Des dels seus inicis, l'activitat turística ha tingut una expansió constant, llevat d'inflexions ocasionals, com les produïdes per conflictes bèl·lics, per crisis econòmiques o la motivada per la pandèmia de la Covid-19. Segons el Baròmetre del Turisme Mundial de l'Organització Mundial del Turisme, les arribades Internacionals van disminuir un 65%, durant tot el primer semestre de l'any 2020, com a conseqüència de les restriccions de la Covid-19, en relació amb el mateix període de l'any anterior. L'aclaparadora caiguda dels viatges es va traduir en una reducció de 440 milions d'arribades internacionals, el que va representar unes pèrdues de 460.000 milions de dòlars en concepte d'ingressos per exportacions, provinents del turisme internacional (OMT.

2020). Aquests valors equivalen a més de cinc vegades el de les pèrdues registrades pel sector, durant la crisi econòmica de l'any 2009.

D'altra banda, durant els mesos d'estiu de 2020, coincidint amb l'època de l'any en què s'efectuen més viatges a l'hemisferi nord, les arribades internacionals van continuar en regressió, amb reduccions d'un 81% el juliol i d'un 79% l'agost. D'acord amb les dades presentades per l'OMT (2020), si es comparen els primers vuit mesos de 2020 amb el mateix període de l'any anterior, la caiguda produïda va representar una disminució de 700 milions d'arribades, que es va traduir en unes pèrdues de 730.000 milions de dòlars que multipliquen per vuit les experimentades durant la crisi de l'any 2009.

Malgrat la creixent repercussió del turisme en l'economia mundial, l'activitat no està exempta de problemes. Entre els aspectes negatius, cal remarcar que, l'any 2016, el transport turístic va ser el responsable del 5% de les emissions de gasos d'efecte hivernacle, a escala mundial; aquestes emissions equivalien al 22% del total de les produïdes pel sector del transport (OMT, 2019). En l'actual mil·lenni, els viatges en avió han crescut de forma exponencial i aquest augment ha estat la causa de l'increment de les emissions de CO₂ que, l'any 2017, van assolir 591 milions de tones, valor que va augmentar a 665 milions, l'any 2018. El pic de les emissions mundials de viatges aeris de passatgers es produeix als mesos de juliol i agost i, durant aquests dos mesos de l'any 2018, les emissions van arribar a 126 milions de tones de CO₂, que equivalen al 18,9% del total de l'any (Griffith Institute for Tourism, 2020). Cal assenyalar que, malgrat l'eficiència per quilòmetre recorregut ha millorat, també s'ha incrementat la distància mitjana efectuada en els viatges.

Els viatges en avió de llarga distància generen, en un únic període de vacances, unes emissions per càpita més elevades que les emissions mitjanes anuals per càpita d'un ciutadà de la UE (9 tones de CO₂) (Peeters *et al.*, 2007, citat per Hall, 2009, p. 3). D'acord amb els criteris de l'OMT, els trajectes llargs en avió entre les cinc regions turístiques del món (Àfrica, Amèriques, Europa, Orient Mitjà, Àsia-Pacífic), representen únicament un 2,7% dels viatges turístics, però contribueixen en un 17% a les emissions globals del turisme (OMT i PNUMA, 2008, citat per Hall, 2009, p. 3).

Per la seva banda, les companyies de creuers van emetre, l'any 2018, un total de 21 milions de tones de CO₂. S'estima que, l'any 2017, amb un volum de 25,8 milions de

passatgers, l'usuari mitjà de creuer va emetre l'equivalent a 0,82 tones de diòxid de carboni en el seu viatge; aquest valor és el mateix que es produeix en un desplaçament en avió de Londres a Tòquio, en classe econòmica. Les emissions dels viatges en creuer representen el 0,2% del total de les emissions mundials de diòxid de carboni procedents de la combustió de combustibles fòssils i la producció de ciment (Griffith Institute for Tourism, 2020).

2.2.2 Evolució del concepte turisme sostenible

Segons Prosser (1994, citat per Liu, 2003, p. 460), l'interès en el camp de la sostenibilitat del turisme ve determinat per la insatisfacció amb els productes existents, la creixent consciència ambiental, la sensibilitat cultural, la consciència de les regions de la vàlua i de la vulnerabilitat dels recursos disponibles, i l'evolució de les activitats dels operadors turístics.

El turisme sostenible apareix en els debats geogràfics dels anys noranta del segle XX, per descriure un desenvolupament ideal del turisme que no impliqui impactes ambientals i socials negatius (Salinas i La O Osorio, 2006, p. 204). Cal destacar l'aportació de Butler (1999) que definia el turisme sostenible com aquell que es desenvolupa en una àrea determinada (comunitat, ambient) de tal manera i a una escala que es manté viable per un període de temps indefinit i que no degrada o altera l'entorn (humà i físic), fins a un grau que no impedeixi el creixement exitós i la prosperitat d'altres activitats i processos.

L'afluència turística, com a concepte de quantificació tradicional del turisme, comporta la modificació del paisatge i el desenvolupament d'infraestructures adequades; aquest indicador no és una mesura suficient, ja que en tots els contextos turístics hi ha una quantitat màxima de turistes que poden ser acomodats satisfactòriament. Un cop superat aquest límit, es produeixen efectes negatius i de vegades irreversibles, com poden ser canvis en la qualitat ambiental o en les actituds dels residents. El concepte clau en el desenvolupament sostenible és l'existència de límits, malgrat molts dels que proposen aquest concepte vulguin ignorar-los (Butler, 1999).

Butler (1999), que fa una revisió del concepte desenvolupament sostenible, una dècada després de la seva aparició, insisteix que té el potencial necessari per canviar l'essència de l'activitat turística. L'àmplia acceptació del concepte, sense assumir les seves

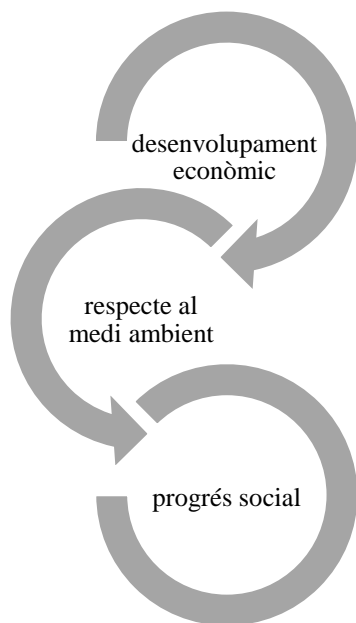
implicacions, es deu a la multiplicitat d'interpretacions que permeten a cadascú afirmar que la seva visió és la correcta. Per tant, és improbable arribar a una definició universalment acceptada del turisme sostenible, ja que l'èxit del concepte radica en el fet que és indefinible i esdevé allò que a cada part interessada li convé més (Butler, 1999).

El turisme sostenible, inicialment lligat al desenvolupament sostenible, s'entén com aquell que, des d'una perspectiva a llarg termini, ha de tenir en compte les dimensions econòmiques, socials i ambientals de l'activitat turística. L'OMT i el PNUMA (2005) defineixen les tres dimensions o pilars del desenvolupament sostenible, considerats essencials en l'àmbit turístic. És important entendre que els tres pilars són interdependents i que, per aconseguir un desenvolupament sostenible, s'ha de trobar un equilibri entre aquestes tres exigències:

- La **viabilitat econòmica** que genera prosperitat per a la societat i garanteix la rendibilitat de tota activitat econòmica. En aquest àmbit és important la viabilitat de les empreses i de les activitats, així com la capacitat de mantenir-se a llarg termini.
- La **viabilitat social** que recau en el respecte dels drets humans i la igualtat d'oportunitats per a tots els individus i ha de proporcionar un repartiment equitatiu dels beneficis, amb la prioritat de lluitar contra la pobresa. L'atenció se centra en les comunitats locals, el manteniment dels seus sistemes de subsistència, el reconeixement i el respecte de les diferents cultures i la desaparició de tota forma d'explotació.
- La **viabilitat ambiental** que significa conservar i gestionar els recursos, especialment els no renovables o els que són imprescindibles per a la supervivència de l'home. Exigeix mesures per reduir la contaminació de l'aire, el sòl i l'aigua i per conservar la biodiversitat i el patrimoni natural (OMT i PNUMA, 2005, p. 9).

La noció de desenvolupament sostenible implica, en termes generals, un equilibri no temporal entre els recursos naturals i l'ús per l'ésser humà. Tres són les dimensions, amb la mateixa importància, sobre les que se sustenta el desenvolupament sostenible: econòmica, ambiental i social, que es representen en la figura 1. Per alguns autors, aquestes són les fonts del capital del desenvolupament sostenible amb uns objectius a llarg termini: desenvolupament econòmic, respecte al medi ambient i progrés social (Camus *et al.*, 2010).

Figura 1 Objectius del desenvolupament sostenible



Font: Elaboració pròpia, a partir de Camus *et al.* (2010).

Amb la perspectiva de valorar el sector turístic en clau de sostenibilitat, per la seva contribució a l'economia de molts territoris, diversos organismes internacionals, relacionats amb l'activitat turística, van dur a terme un seguit de trobades en les quals van col·laborar en la definició del concepte turisme sostenible i van adoptar objectius de desenvolupament sostenible que plantejaven un altre tipus de creixement dins dels límits del mateix sistema. En aquest apartat es fa una relació de les actuacions internacionals més representatives, per posar en relleu el creixent interès per la sostenibilitat en l'àmbit del turisme i l'impuls institucional que ha contribuït a la seva configuració. No obstant això, la relació no és exhaustiva, ja que existeixen múltiples iniciatives portades a terme per diferents òrgans institucionals que han propiciat la difusió del concepte de sostenibilitat turística.

Com es pot apreciar a la taula 2, que recull les principals aportacions institucionals al turisme sostenible, la preocupació per aquesta matèria ha estat molt present en l'agenda política internacional i han estat nombroses les conferències i cimera celebrades, així com els informes generats i acords subscrits. A tall d'exemple, l'any 1993, l'OMT publica un document titulat "Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspect", on defineix oficialment el concepte de turisme sostenible com aquell que atén les necessitats

dels turistes actuals i les regions receptores i, al mateix temps, protegeix i fomenta les oportunitats de cara al futur. El turisme sostenible és vist com una via per a la gestió integral dels recursos, de manera que puguin satisfer les necessitats econòmiques, socials i estètiques, respectant la integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i els sistemes que sostenen la vida (Blasco, 2005, p. 2).

Taula 2 Principals aportacions institucionals relatives al turisme sostenible

Any	Denominació i organisme internacional
1993	Conferència Euromediterrània sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible (OMT) <i>✓ Tourism, the year 2000 and beyond qualitative aspects</i>
1995	Conferència Mundial de Turisme Sostenible (OMT, PNUMA, UNESCO i UE) <i>✓ Carta Mundial del Turisme Sostenible</i>
1996	OMT, WTTC i Turisme i Consell de la Terra <i>✓ Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development</i>
1997	OMT <i>✓ Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía Práctica para el desarrollo y uso de indicadores de Turismo Sostenible</i>
1997	Conferència Internacional sobre Biodiversitat i Turisme (OMT, ONU i altres) <i>✓ Declaració de Berlín</i>
1999	13a Assemblea General de l'OMT <i>✓ Codi Ètic Mundial per al Turisme</i>
2002	Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible, Johannesburg (ONU) <i>✓ Pla d'aplicació de Decisions de la Cimera Mundial sobre el Desenvolupament Sostenible</i>

2003	1a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme, Djerba (OMT) ✓ <i>Declaració de Djerba sobre Turisme i Canvi Climàtic</i>
2005	OMT i PNUMA ✓ <i>Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers</i>
2007	2a Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme, Davos (OMT) ✓ <i>Declaració de Davos: canvi climàtic i Turisme</i>
2012	Conferència de les Nacions Unides sobre Desenvolupament Sostenible (Rio+20) ✓ <i>El futuro que queremos</i> ✓ <i>10YFP</i>
2015	ONU ✓ <i>Agenda 2030 i Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)</i> Cimera Mundial de Turisme Sostenible+ 20 (OMT, PNUMA i UNESCO) ✓ <i>Carta Mundial del Turisme Sostenible + 20</i>
2017	ONU ✓ <i>Any Internacional del Turisme Sostenible per al Desenvolupament</i>
2020	One Planet ✓ <i>A Responsible Recovery of the Tourism Sector</i>

Font: Elaboració pròpia, a partir de diverses fonts documentals.

L'any 1995, té lloc a Lanzarote la Conferència Mundial sobre Turisme Sostenible, organitzada per l'OMT, l'ONU i la UE. Aquesta reunió va cloure amb l'adopció de la Carta del Turisme Sostenible, que esdevindria un referent imprescindible en la matèria; es basa en 18 principis que constitueixen els fonaments del desenvolupament turístic amb criteris de sostenibilitat. Al document s'afirma que el turisme ha de ser suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i equitatiu des d'una perspectiva ètica i social de les comunitats locals. També remarca el caràcter sostenible del turisme, que implica la integració en l'entorn natural, cultural i humà, així com el respecte als

fràgils equilibris de la major part de destins turístics. Es destaca en el document la necessitat de preservar la qualitat dels destins i assolir la satisfacció dels turistes, així com la necessitat d'avaluar els èxits aconseguits, informar dels resultats i intercanviar experiències (OMT, ONU i UE, 1995).

La participació de l'OMT a la Cimera Rio'92 i l'assumpció dels acords adoptats, en especial l'Agenda 21, aboquen a què l'any 1996 s'elabori un Pla d'Acció conjunt amb el Consell Mundial de Viatges i Turisme (WTTC, per les seves sigles en anglès) i el Consell de la Terra. Aquest pla, adreçat a la indústria dels viatges i el turisme, anomenat "Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development", va ser revisat l'any 2001. Des de la perspectiva del desenvolupament sostenible, s'estableixen les recomanacions per als agents implicats en el turisme sostenible, tant pel que fa a l'oferta com a la demanda (Cañizares, 2013).

Un any més tard, l'any 1997, l'OMT publica "Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía Práctica para el desarrollo y uso de indicadores de Turismo Sostenible". En ella s'afirma que, per esdevenir una activitat sostenible, el turisme ha de satisfer les necessitats dels turistes i de les regions receptores, a més de protegir i incrementar les oportunitats pel futur (Matos i Pérez, 2019).

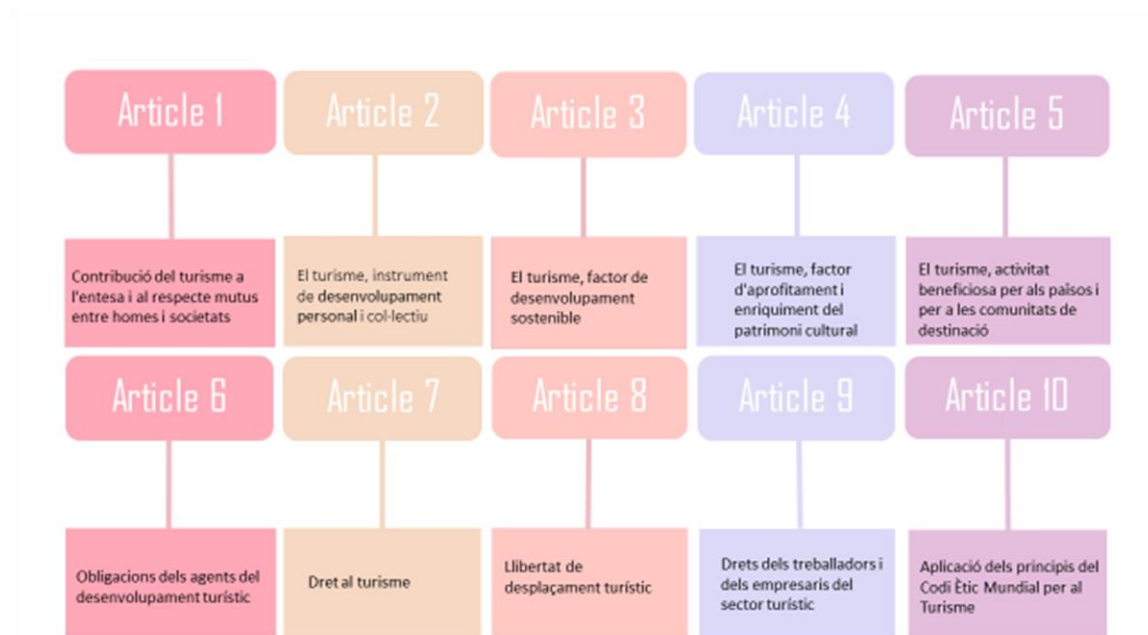
Durant el mateix any 1997, té lloc la Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme (CIMMABT) que culmina amb la Declaració de Berlín, que té per objectiu adaptar els principis del Conveni sobre la Diversitat Biològica a l'activitat turística, firmat a Río'92. En la Declaració de Berlín s'afirma que les activitats turístiques han de ser sostenibles, d'un punt de vista ambiental, econòmic, social i cultural. També s'exposa que la degradació del medi ambient, les estructures socials i l'herència cultural, determinen la necessitat que les activitats turístiques contribueixin a la conservació de la natura i de la diversitat biològica i que beneficiïn a les comunitats locals. Igualment, es recorda que cal desenvolupar els principis i criteris del turisme sostenible per incorporar-los als programes dirigits als professionals del turisme (Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme, 1997).

El Codi Ètic Mundial per al Turisme, encarregat per la Comissió Mundial per al Desenvolupament Sostenible de l'OMT, constitueix el marc de referència per al turisme

sostenible. Va ser aprovat per l'Assemblea General de l'OMT, l'any 1999, després d'un llarg procés consultiu, i reconegut dos anys més tard per l'ONU. Els deu principis del Codi cobreixen, amb escreix, les components econòmiques, socials, culturals i ambientals dels viatges i el turisme, com es descriuen a la figura 2, relativa als articles del Codi Ètic Mundial per al Turisme. Aquests principis van ser concebuts per orientar els actors del desenvolupament turístic: governs, empreses turístiques, comunitats i turistes. L'objectiu és ajudar a maximitzar els beneficis del sector i minimitzar les conseqüències negatives per al medi ambient, el patrimoni cultural i la societat (ONU i OMT, 1999).

Tot i que aquest Codi no és jurídicament vinculant, va incorporar un mecanisme d'aplicació voluntària, a través del reconeixement del Comitè Mundial d'Ètica del Turisme, constituït posteriorment i integrat per un grup d'experts que interpreten, apliquen i avaluen les seves disposicions.

Figura 2 Articles del Codi Ètic Mundial per al Turisme (1999)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'ONU (1999).

L'any 2002 es celebra a Johannesburg la Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible (CMDS), amb l'objectiu principal de renovar el compromís polític envers el desenvolupament sostenible. Com a resultat, s'adopta un Pla d'aplicació de les Decisions

de la CMDS que, a l'epígraf 43, reconeix la importància del turisme en el desenvolupament sostenible (ONU, 2002).

Els principis del turisme sostenible, definits l'any 1995 pel Comitè 21, van ser actualitzats el 2004 pel Comitè per al Desenvolupament del Turisme Sostenible de l'OMT. Els resultats van ser recollits en la guia titulada "Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Maker", publicada conjuntament per l'OMT i el PNUMA, l'any 2005. Per primera vegada, les dues organitzacions sumen esforços i, en una única publicació, tracten diversos aspectes lligats a la sostenibilitat del turisme. En la Guia, es defineix el turisme sostenible com un turisme conscient dels impactes econòmics, socials i ambientals actuals i futurs, que respon a les necessitats dels visitants, els professionals, el medi ambient i les comunitats d'acollida (OMT i PNUMA, 2005).

Per tant, el desenvolupament sostenible del turisme implica tenir en compte els impactes en la planificació i en les activitats turístiques; també exigeix la participació dels agents rellevants, així com un lideratge polític ferm que permeti una col·laboració ampla i aconsegueixi consens. És un enfocament que pot adoptar qualsevol actor turístic, només cal integrar els principis de sostenibilitat en la gestió i en la responsabilitat individual dels viatgers amb el seu comportament, accions diàries i elecció dels proveïdors de serveis i destinacions. Les recomanacions per al desenvolupament sostenible del turisme i les pràctiques de gestió sostenible són aplicables a totes les formes de turisme, en tota mena de destins, inclosos el turisme de masses i els diferents segments turístics.

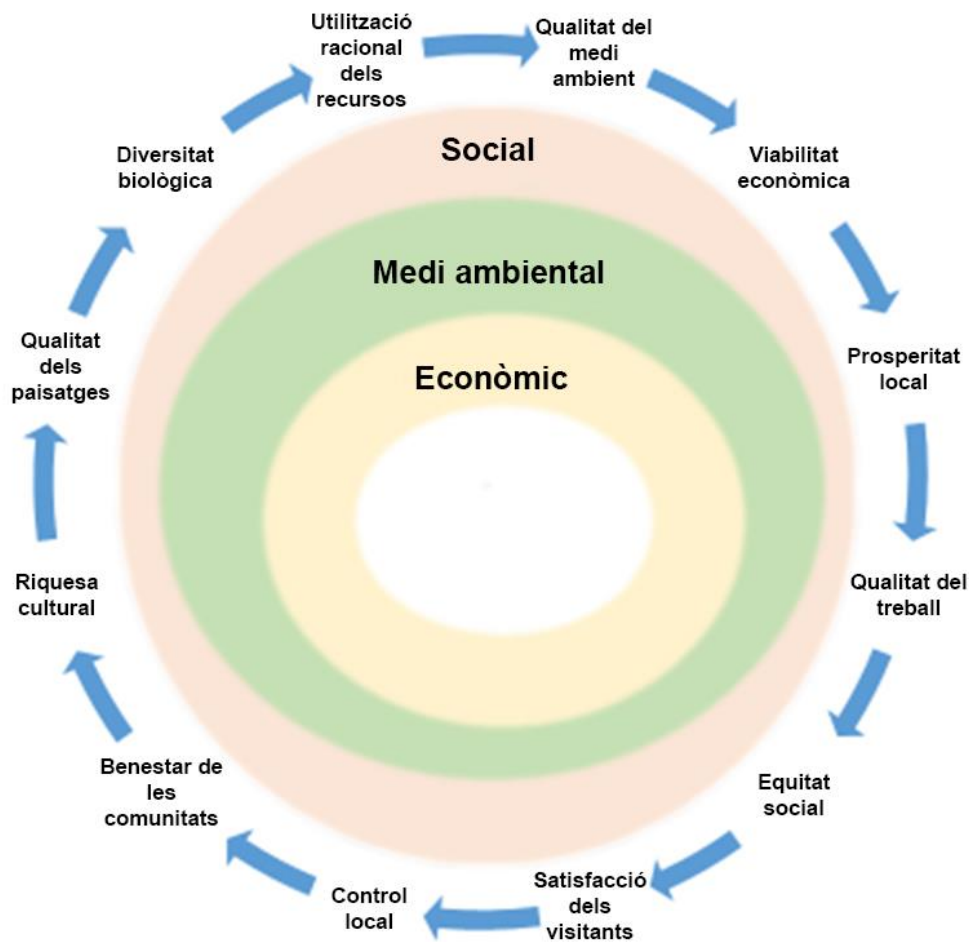
Aquest document defensa un desenvolupament responsable que comporti un compromís entre la necessitat de generar desenvolupament econòmic i la de protegir els recursos ambientals; l'eventual conflicte entre les dues opcions adopta un significat especial en els casos del turisme de muntanya. Resulta prioritari establir un equilibri adequat entre les tres dimensions del desenvolupament turístic sostenible en la producció i en la implementació de les activitats turístiques, per garantir la sostenibilitat a llarg termini. El turisme sostenible requereix un seguiment constant dels impactes, per introduir les mesures preventives o correctives més adients; també ha d'aportar un alt grau de satisfacció per als turistes, una experiència significativa que els faci més conscients dels problemes de la sostenibilitat i fomenti en ells pràctiques sostenibles (OMT i PNUMA, 2005, pp. 11-12).

L'OMT i el PNUMA defineixen els tres requisits que ha de complir el turisme sostenible:

- 1) Fer un ús òptim dels recursos ambientals, element clau del desenvolupament turístic, preservant els processos ecològics essencials i contribuint a la conservació dels recursos naturals i a la diversitat biològica.
- 2) Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones, conservant els seus actius culturals i arquitectònics, els seus valors tradicionals i contribuint a l'enteniment i la tolerància intercultural.
- 3) Garantir activitats econòmiques viables a llarg termini que reportin a tots els agents uns beneficis socioeconòmics ben distribuïts, especialment oportunitats de treball i d'ingressos estables, així com serveis socials per a les comunitats amfitriones per contribuir a la lluita contra la pobresa (OMT i PNUMA, 2005).

Aquesta guia, que no deixa de ser una proposta adreçada als governs perquè adoptin polítiques de turisme sostenible, apel·la a dos eixos que han de regir la política turística: minimitzar els impactes negatius del turisme sobre la societat i el medi ambient i maximitzar la contribució positiva a l'economia local. Això es tradueix en un programa de dotze objectius per implementar el turisme sostenible, que s'han representat en la figura 3, relacionats amb els tres àmbits del desenvolupament sostenible (OMT i PNUMA, 2005, pp. 19-20).

Figura 3 Relació entre els 12 objectius i els pilars del desenvolupament sostenible



Font: Elaboració pròpia, a partir d'OMT i PNUMA (2005, p. 20).

La segona Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme va tenir lloc a Davos, l'any 2007, organitzada per l'OMT en col·laboració amb el PNUMA i l'Organització Meteorològica Mundial (OMM). Aquesta reunió reprèn els resultats de la primera, recollits a la Declaració de Djerba sobre Turisme i Canvi Climàtic, de l'any 2003. En la Declaració de Davos s'insta al sector turístic a afrontar el canvi climàtic, un dels majors reptes al desenvolupament sostenible i als Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni (ODM) que havien estat adoptats per l'ONU, l'any 2000, amb la intenció d'erradicar la pobresa extrema i la fam al món, garantir la sostenibilitat del medi ambient i fomentar una aliança mundial pel desenvolupament (OMT, 2007).

En la Conferència de les Nacions Unides sobre Desenvolupament Sostenible (Rio+20), celebrada a Rio de Janeiro, l'any 2012, es va adoptar el document titulat "El futuro que queremos", que conté mesures clares i pràctiques per a la implementació del desenvolupament sostenible. En aquesta Conferència s'acorda iniciar un procés per

desenvolupar els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) que es basen en els ODM. Es remarca que el turisme sostenible ha de ser concebut i gestionat per contribuir a les tres dimensions del desenvolupament sostenible i es reconeix la necessitat de promoure les activitats relacionades amb el turisme sostenible (ONU i OMT, 2012).

L'any 2015 esdevé clau per a la sostenibilitat amb l'adopció dels ODS, aprovats per l'ONU conjuntament amb l'Agenda pel Desenvolupament Sostenible (Agenda 2030). Es proposen un total de 17 objectius i 169 fites per guiar i mesurar les contribucions dels Estats, de la societat civil i del sector privat per al desenvolupament sostenible, fins a l'any 2030. S'adjunta la figura 4 amb els 17 ODS que persegueixen la transformació del nostre món.

Figura 4 Objectius de Desenvolupament Sostenible



Font: <https://www.exteriors.ad/ca/afers-multilaterals-i-cooperacio/objectius-de-desenvolupament-sostenible>, recuperat el 22.11.2020.

Aquesta agenda, la més ambiciosa en la matèria aprovada fins al moment, persegueix eliminar la pobresa, protegir el planeta i garantir la igualtat i la prosperitat per a tots. Com s'observa en la taula 3, algunes de les fites dels ODS 8, 12 i 14, relacionats amb el desenvolupament econòmic inclusiu i sostenible, el consum i la producció sostenible i l'ús sostenible dels oceans i recursos marins, fan menció expressa del turisme que pot contribuir a l'èxit d'aquests ODS.

Taula 3 ODS i fites relacionades directament amb el turisme sostenible

<p>ODS 8: Creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible, plena ocupació i treball decent per tots</p>	<p>Fita 8.9: D'aquí al 2030, elaborar i posar en pràctica polítiques encaminades a promoure un turisme sostenible que creï llocs de treball i promogui la cultura i els productes locals</p>
<p>ODS 12: Garantir modalitats de consum i producció sostenibles</p>	<p>Fita 12.b: Elaborar i aplicar instruments per vigilar els efectes en el desenvolupament sostenible, amb la finalitat d'aconseguir un turisme sostenible que creï llocs de treball i promogui la cultura i els productes locals</p>
<p>ODS 14: Conservar i utilitzar de manera sostenible els oceans, els mars i els recursos marins pel desenvolupament sostenible</p>	<p>Fita 14.7: D'aquí al 2030, augmentar els beneficis econòmics dels petits estats insulars en desenvolupament i dels països menys avançats que obtenen de l'ús sostenible dels recursos marins, en particular mitjançant la gestió sostenible de la pesca, l'agricultura i el turisme.</p>

Font: Elaboració pròpia, a partir d'<https://www.exteriors.ad/ca/afers-multilaterals-i-cooperacio/objectius-de-desenvolupament-sostenible>

Atès el seu impacte i repercussió, el turisme pot contribuir, de forma directa o indirecta, a assolir qualsevol dels 17 ODS, com es posa de manifest en la taula 4, relativa a com pot el turisme contribuir a assolir aquests objectius. Ara bé, com reconeix la pròpia OMT (2018c), el paper del turisme en l'assoliment dels 17 ODS s'enfortirà, significativament, quan el desenvolupament sostenible esdevingui una responsabilitat compartida i passi a formar part del nucli de la presa de decisions.

Taula 4 Com pot el turisme contribuir a assolir els ODS

<p>ODS 1. Erradicar la pobresa a tot el món, en totes les seves formes</p>	<p>El desenvolupament del turisme sostenible, i la seva incidència en les comunitats, pot vincular-se amb els objectius nacionals de reducció de la pobresa, amb els relacionats amb la promoció de l'emprenedoria i els petits negocis, i amb l'empoderament dels grups menys afavorits, en particular les dones i els joves.</p>
<p>ODS 2. Posar fi a la fam, assolir la seguretat alimentària i la millora de la nutrició, i promoure l'agricultura sostenible.</p>	<p>El turisme pot estimular l'agricultura sostenible en promoure la producció, l'ús i la venda de productes locals en les destinacions turístiques i la seva plena integració en la cadena de valor del sector. A més, l'agroturisme, pot complementar les activitats agrícoles tradicionals.</p>
<p>ODS 3. Garantir una vida sana i promoure el benestar per a totes les persones de totes les edats</p>	<p>Els impostos generats pel turisme poden reinvertir-se en atenció i serveis de salut, reduint la mortalitat infantil i prevenint les malalties.</p>
<p>ODS 4. Garantir una educació inclusiva, equitativa i de qualitat i promoure oportunitats d'aprenentatge durant tota la vida per a tothom</p>	<p>El turisme té el potencial de promoure la inclusió. Una mà d'obra qualificada és fonamental perquè el turisme prosperi. El sector turístic genera oportunitats de treball directe i indirecte a joves, dones i persones amb necessitats especials, que haurien de beneficiar-se a través de mitjans educatius.</p>
<p>ODS 5. Aconseguir la igualtat de gènere i empoderar totes les dones i nenes</p>	<p>El turisme pot empoderar les dones, especialment a través de la creació de llocs de treball directes i generació d'ingressos d'experiències turístiques, així com d'empreses relacionades amb el sector hotelier.</p>

<p>ODS 6. Garantir la disponibilitat de l'aigua, la seva gestió sostenible i el sanejament per a totes les persones</p>	<p>Les inversions que requereix el turisme per prestar serveis d'utilitat pública poden tenir un rol fonamental per accedir a l'aigua, a la higiene i al sanejament. Un ús eficient dels recursos hídrics en el turisme, el control de la contaminació i l'eficiència tecnològica, poden resultar essencials per salvaguardar els recursos.</p>
<p>ODS 7. Garantir l'accés a una energia assequible, segura, sostenible i moderna per a totes les persones</p>	<p>Com a sector que fa un ús intensiu de l'energia, el turisme pot accelerar el canvi cap a l'ús generalitzat de les energies renovables. A més, pot ajudar a reduir els gasos d'efecte hivernacle, mitigar el canvi climàtic i contribuir a aconseguir l'accés a l'energia per a tothom.</p>
<p>ODS 8. Promoure el creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible, l'ocupació plena i productiva i el treball digne per a tothom</p>	<p>El turisme, com a intercanvi de serveis, és un dels quatre motors d'ingressos principals en exportacions, a escala mundial, i actualment genera un de cada deu llocs de treball al món. Amb oportunitats de treball decent al sector turístic, sobretot per a dones i joves, així com amb polítiques que afavoreixin més diversificació a les cadenes de valor del sector, es poden millorar els beneficis socioeconòmics del turisme.</p>
<p>ODS 9. Construir infraestructures resilents, promoure la industrialització inclusiva i sostenible i fomentar la innovació</p>	<p>El desenvolupament del turisme necessita bones infraestructures públiques i privades. El sector pot afavorir polítiques públiques per actualitzar i adaptar infraestructures, per tal de fer-les més sostenibles, innovadores i eficients quant a l'ús de recursos, a més d'avançar cap a un creixement baix en carboni.</p>

<p>ODS 10. Reduir la desigualtat en i entre els països</p>	<p>El turisme pot constituir una poderosa eina per reduir les desigualtats, si s'implica a les poblacions locals i a tots els interlocutors principals en el seu desenvolupament. Pot contribuir a la renovació urbana i al desenvolupament rural, donant a les persones l'oportunitat de prosperar en el seu lloc d'origen. El turisme és un mitjà eficaç d'integració econòmica i de diversificació.</p>
<p>ODS 11. Aconseguir que les ciutats i els assentaments humans siguin inclusius, segurs, resilents i sostenibles</p>	<p>El turisme pot millorar la infraestructura i l'accessibilitat urbanes, promoure la regeneració i preservar el patrimoni cultural i natural, actius de què depèn. La inversió en infraestructures ecològiques (transport més eficient, menys contaminació) hauria de donar lloc a ciutats més intel·ligents i més verdes, no només per als residents, sinó també per als turistes.</p>
<p>ODS 12. Garantir modalitats de consum i producció sostenibles</p>	<p>El sector turístic necessita adoptar patrons de consum i de producció més sostenibles, impulsant el canvi cap a la sostenibilitat. Comptar amb eines per al turisme que donin seguiment a l'impacte en termes de desenvolupament sostenible, incloent-hi energia, recursos hídrics, residus, diversitat biològica i creació de llocs de treball, tindrà com a resultat una millora a escala econòmica, social i ambiental.</p>
<p>ODS 13. Adoptar mesures urgents per a combatre el canvi climàtic i els seus efectes</p>	<p>El turisme contribueix al canvi climàtic i s'hi veu afectat. Els interlocutors turístics haurien d'estar a l'avantguarda de la resposta mundial davant del canvi climàtic. El turisme es pot beneficiar d'un creixement baix en carboni i ajudar a aconseguir un dels reptes més urgents de la nostra època.</p>

<p>ODS 14. Conservar i utilitzar de forma sostenible els oceans, els mars i els recursos marins per al desenvolupament sostenible</p>	<p>El turisme costaner i marítim depèn de la salut dels ecosistemes marins. El desenvolupament turístic ha de formar part d'una gestió integrada de les zones costaneres, per apuntalar la conservació i preservació dels fràgils ecosistemes marins, a més de servir de vehicle per promoure una economia blava i contribuir a l'ús sostenible dels recursos marins.</p>
<p>ODS 15. Protegir, restaurar i promoure l'ús sostenible dels ecosistemes terrestres</p>	<p>La riquesa de la diversitat biològica i del patrimoni natural són sovint les raons principals per les quals els turistes visiten una destinació. El turisme pot assumir un paper fonamental, si es gestiona de manera sostenible en zones fràgils, no només pel que fa a la conservació i preservació de la diversitat biològica, sinó també per a la generació d'ingressos, com a suport alternatiu per a les comunitats locals.</p>
<p>ODS 16. Promoure societats pacífiques i desenvolupar institucions eficaces, responsables i inclusives a tots els nivells</p>	<p>Atès que el turisme implica milers de milions de trobades entre persones de diversos entorns culturals, el sector pot fomentar la tolerància i la comprensió entre religions i cultures, assentant les bases de societats més pacífiques. El turisme, que involucra i beneficia les comunitats locals, pot també consolidar la pau en societats després de conflictes.</p>
<p>ODS 17. Enfortir els mitjans per a implementar i revitalitzar l'Aliança Mundial per al Desenvolupament Sostenible</p>	<p>Gràcies a la seva naturalesa intersectorial, el turisme té la capacitat de reforçar les aliances publico-privades i implicar múltiples interlocutors, en l'àmbit internacional, nacional, regional i local, perquè treballin junts per als ODS i d'altres objectius comuns. Les polítiques públiques i el</p>

	finançament innovador són elements centrals per complir l'Agenda 2030.
--	------------------------------------------------------------------------

Font: Elaboració pròpia, a partir de l'OMT (2018c).

L'any 2015, en la Cimera Mundial del Turisme Sostenible+20 que té lloc a Vitoria-Gasteiz, s'adopta la Carta Mundial del Turisme Sostenible+20. Aquesta resolució s'eleva a la UNESCO, a l'OMT i al PNUMA, per obtenir la màxima difusió possible; es tracta d'una reformulació de la primera Carta Mundial de Turisme Sostenible de 1995 que incorpora els 17 ODS. La Carta té com a finalitat orientar el turisme cap a vies integradores i sostenibles i remarca la importància de compatibilitzar el turisme amb la conservació i protecció del medi ambient i la biodiversitat. El turisme ha d'assegurar la implementació de patrons de consum i producció sostenibles i fer front al canvi climàtic, ja que és un sector econòmic capaç d'ajudar a la transició cap a economies més verdes. Aquesta Carta fa una crida als agents implicats en el procés: governs, comunitats locals, consumidors, indústria, investigadors i ONG (OMT i ONU, 2015).

L'ONU proclama, l'any 2017, Any Internacional del Turisme Sostenible per al Desenvolupament per recordar el potencial del turisme per assolir els 17 ODS inclosos en l'Agenda 2030 del Desenvolupament Sostenible. El propòsit de la proclama és aconseguir un canvi en les polítiques i les pràctiques de les empreses, així com en els comportaments dels consumidors per contribuir a la sostenibilitat del sector. Els eixos estratègics de l'Any Internacional del Turisme Sostenible són els que es descriuen en la taula 5, que promouen, entre altres, el creixement econòmic inclusiu, la reducció de la pobresa i l'ús eficient dels recursos per lluitar contra el canvi climàtic (OMT, 2017).

Taula 5 Eixos estratègics. Any Internacional del Turisme Sostenible

<ol style="list-style-type: none"> 1. Creixement econòmic inclusiu i sostenible 2. Inclusió social, treball i reducció de la pobresa 3. Ús eficient dels recursos, protecció ambiental i lluita contra el canvi climàtic 4. Valors culturals, diversitat i patrimoni 5. Enteniment mutu, pau i seguretat

Font: Elaboració pròpia, a partir de l'OMT (2017).

A fi d'avançar cap a patrons de consum i producció més sostenibles, en la Reunió de Rio+20, es va adoptar el Marc Decennal sobre Modalitats de Consum i Producció

Sostenible (10YFP). Els objectius del Programa de Turisme Sostenible, en el marc 10YFP, es detallen en la taula 6. Actualment, existeixen sis programes en el marc de 10YFP que formen part del programa ambiental de Nacions Unides: contractació pública sostenible, informació al consumidor, turisme sostenible, estils de vida i educació sostenibles, edificis i construccions sostenibles i sistemes alimentaris sostenibles. El programa de turisme sostenible està liderat per l'OMT i es va iniciar l'any 2014; l'objectiu és cooperar entre les parts interessades per desenvolupar i implementar bones pràctiques en l'eficiència de recursos i turisme baix en carboni, per reduir la pèrdua de biodiversitat, conservar els ecosistemes i l'herència cultural, a més de contribuir a combatre la pobresa (PNUMA, 2020).

Taula 6 Objectius del Programa de Turisme Sostenible en el marc 10YFP

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. Integrar patrons de consum i producció sostenibles en polítiques i esquemes de turisme2. Col·laboració per millorar el consum i la producció sostenible en el sector turístic3. Fomentar l'aplicació de directrius i solucions tècniques per prevenir i mitigar els impactes del turisme4. Augmentar la inversió i el finançament sostenible |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Font: Elaboració pròpia, a partir de PNUMA (2020).

Una de les fites de l'ODS 12, sobre producció i consum responsables, és aplicar el Marc Decennal sobre Modalitats de Consum i Producció Sostenibles (10YFP), amb la participació de tots els països i sota el lideratge dels desenvolupats. One Planet és una xarxa creada per implementar els compromisos del marc 10YFP, que acull tots els països interessats i les organitzacions rellevants, amb l'objectiu d'esdevenir el mecanisme principal per dur a terme el canvi cap a patrons de consum i producció més sostenibles, contribuint en l'aplicació efectiva de l'ODS 12. El Programa de Turisme Sostenible de la xarxa One Planet busca, d'aquí a l'any 2030, potenciar l'impacte del turisme en el desenvolupament sostenible, mitjançant pràctiques de consum i producció sostenibles que impulsin l'ús eficient dels recursos naturals, que generin menys residus i afrontin els reptes del canvi climàtic i la pèrdua de biodiversitat.

A partir de les Directrius de l'OMT per rel·lançar el sector turístic, One Planet planteja que el turisme ha esdevingut més fort i sostenible després de la crisi sanitària que ha

sensibilitzat sobre el paper de la sostenibilitat en la vida diària i en les activitats econòmiques. One Planet parteix de la base d'una recuperació responsable del sector que el prepari per afrontar futures crisis, a partir de plans de recuperació que contribueixin a assolir els ODS i l'Acord de París (One Planet, 2020).

La definició de sostenibilitat turística implica dificultats pràctiques, conceptuals i de quantificació (Torres, 2013). Una de les limitacions del concepte turisme sostenible és definir els límits a partir dels quals una activitat és sostenible o deixa de ser-ho. Aquesta dificultat es complica, encara més, quan es té en compte la diversitat de territoris, actors, recursos i interessos que estan presents en l'activitat turística. Com afirma Torres (2013), no hi ha un únic model de desenvolupament turístic que es pugui considerar correcte, ara bé, l'activitat s'haurà d'orientar cap a criteris de sostenibilitat, que mai seran absoluts.

Tots els agents, inclosos els investigadors, tenen una tasca de gran responsabilitat: ajudar a reorientar el turisme —des del punt de vista tant de l'oferta com de la demanda—, cap a un perfil realment sostenible i resilient, apte per a un futur en constant canvi i ple de nous reptes (Romagosa, 2020).

2.3 Del desenvolupament sostenible al decreixement sostenible

En resposta a la sobreexplotació dels recursos planetaris, diversos autors han apostat per una dinàmica de decreixement. El terme *décroissance* va ser utilitzat, per primera vegada, per l'intel·lectual francès André Gorz, l'any 1972, considerat el precursor de l'ecologia política. Gorz qüestionava la compatibilitat de la supervivència del sistema capitalista i l'equilibri del planeta; en la seva opinió, el no creixement i, fins i tot, el decreixement de la producció material era una condició necessària per sobreviure. En el corrent de pensament que va inspirar Gorz, ha tingut un gran pes l'economista Georgescu-Roegen, pioner de la bioeconomia i de l'economia ecològica (citat per Kallis *et al.*, 2015, p. 31).

Un dels principals representants d'aquest moviment és l'economista i antropòleg francès Serge Latouche (2006) que considera el decreixement com una proposta ecològica, radical i igualitària. L'autor sosté que hem d'abandonar el creixement pel creixement, ja que, amb aquesta premissa, la societat no és sostenible perquè supera la capacitat de càrrega del planeta, perquè s'estavella contra els límits de la finitud de la biosfera i perquè els arguments i astúcies per solucionar-ho són insuficients o enganyoses (p. 36). Per Demaria *et al.* (2015) el decreixement té múltiples interpretacions i persones molt diferents han arribat a la mateixa proposta des de diversos angles; uns perquè constaten que hi ha límits al creixement, d'altres perquè consideren que estem entrant en un període d'estancament econòmic on cal mantenir la prosperitat sense creixement; també n'hi ha que creuen que una societat veritablement igualitària només pot ser aquella que s'alliberi del capitalisme (pp. 27-28).

Un grup de científics, en col·laboració amb el Centre de Resiliència d'Estocolm, va confeccionar, en el període 2009-2015, un llistat amb nou límits que la Terra no hauria de sobrepassar. Van concloure que ja s'havien excedit quatre dels límits com el clima, l'alteració de la cobertura vegetal, l'erosió de la biodiversitat o la desaparició d'espècies animals i l'alteració dels fluxos biogeoquímics. Posaven de manifest que tots els indicadors de consum de recursos primaris, d'utilització d'energia, de creixement demogràfic, d'activitat econòmica i de deteriorament de la biosfera s'havien incrementat, de manera significativa, des de la Segona Guerra Mundial i qualificaven totes aquestes

tendències com a insostenibles (Issberner i Léna, 2018). Durant els primers anys d'aquest mil·lenni es va popularitzar el terme Antropocè, per designar l'època en què les activitats humanes han provocat canvis biològics i geofísics a escala mundial.

Segons Issberner i Léna (2018), la mentalitat dels consumidors ha estat colonitzada pels mitjans de comunicació que provoquen ànsies de consum individual. No s'ha actuat col·lectivament per una fe excessiva en el progrés i en el desenvolupament, per creure que la ciència i la tecnologia podrien resoldre qualsevol problema i per l'existència de poderosos interessos que treuen profit d'aquesta dinàmica i exerceixen pressions intenses. Segons Kallis *et al.* (2015), en la primera fase del moviment del decreixement, als anys setanta, el debat s'enfocava cap al límit dels recursos, però, amb el nou mil·lenni, un cop iniciada la segona fase, la força que ha centrat el debat ha estat la crítica a la idea hegemònica del desenvolupament sostenible. Des de 2008, el terme *degrowth* ha format part de l'àmbit acadèmic i universitari.

Ara bé, cal posar en relleu que el concepte decreixement ha rebut dures crítiques de diversos sectors de la societat. En aquesta línia es manifesta Chomsky (2014, citat per Kallis i March, 2015, p. 23) que qüestiona el concepte de decreixement perquè pot espantar els ciutadans, sobretot davant dels efectes negatius provocats per la crisi econòmica i l'austeritat forçada. En contrapartida, Kallis i March (2015), consideren el decreixement com una utopia possible i reconeixen que, si bé el decreixement presenta problemes teòrics i pràctics, no se li poden imputar totes les crítiques que se li fan. A més, reconeixen que ofereix un punt de partida per pensar en una utopia de futurs alternatius a l'imperatiu hegemònic de l'actual creixement il·limitat.

Per Latouche (2006), el decreixement és un projecte polític que consisteix en la construcció, tant en el Nord com en el Sud, de societats convivencials autònomes i estalviadores. Per dur a terme el decreixement als països rics, proposa un programa que anomena de les 8 R: reavaluar, relocalitzar, reestructurar, reduir, redistribuir, reutilitzar, recontextualitzar i reciclar. Aquests vuit objectius, representats en la figura 5, estan relacionats entre si i són susceptibles de desencadenar un cercle virtuós de decreixement serè, convivencial i sostenible.

Figura 5 Accions per al decreixement en els països rics



Font: Elaboració pròpia, a partir de Latouche (2006, pp. 140-141).

El decreixement és un marc conceptual que critica el capitalisme, com a sistema d'organització que obliga a la perpetuació del creixement, i la mercantilització com el procés de convertir productes socials i serveis en mercaderies. No obstant això, el decreixement no es limita únicament a la crítica negativa; en el seu aspecte constructiu, se centra en l'economia reproductiva de l'atenció i en la recuperació i creació de nous *commons*: tenir cura en comú, que estaria representada per noves formes de viure i de produir (Kallis *et al.*, 2015, p. 35). Els béns comuns s'identifiquen amb recursos no renovables (aire, aigua, fauna, flora, etc.) que antigament no eren propietat de ningú (Latouche, 2006, p. 17).

Un dels eixos del decreixement, per a la majoria d'autors que tracten el tema, és la desmitificació del PIB com a indicador del benestar modern. Malgrat que el creixement econòmic s'ha presentat com la solució a tots els problemes, no genera necessàriament cohesió social i, en molts casos, provoca agressions ambientals irreversibles que poden acabar generant un desenvolupament insostenible (Márquez i Garcia, 2010, p. 241).

Per Kallis *et al.* (2015) el futur del decreixement està obert; existeixen determinades premisses compartides, però encara no estan acceptades per la totalitat de la societat i l'àmbit acadèmic. De les esmentades premisses els autors destaquen:

La impossibilitat de la desmaterialització mitjançant els avenços tecnològics i la inevitabilitat d'un canvi climàtic desastrós si el creixement continua; l'entrada de les economies desenvolupades en una etapa d'estancament sistèmic, a causa en part per la limitació de recursos; o la hipòtesi que un abandonament del creixement possibilitarà una revitalització de la política i un reforç de la democràcia, en lloc d'afavorir passions catastròfiques (p. 50).

En sintonia amb aquest ideari, la crisi provocada per la Covid-19 representava una oportunitat per reorientar el model econòmic. Era una opinió generalitzada que la pandèmia havia de suposar un punt d'inflexió que obligués a reflexionar sobre el futur del planeta i de la humanitat.

2.3.1 Turisme i decreixement

El turisme és una activitat que té un potencial transformador dels territoris. Quan l'activitat es desenvolupa amb intensitat en un determinat indret, té tendència a posar la resta de sectors econòmics sota la seva dependència, el que constitueix un factor de fragilitat. El sistema de producció capitalista, en el marc del turisme, està regit per una dinàmica consumista que mai està satisfeta i que sempre busca noves destinacions i experiències. D'aquesta manera, es perpetua un creixement que condueix a les empreses turístiques a mantenir agendes lucratives de desenvolupament turístic (Higgins-Desbiolles *et al.*, 2019).

Són diversos els acadèmics que han posat en qüestió el paradigma del turisme sostenible, a causa de la poca repercussió pràctica, tant en la indústria turística com en les polítiques institucionals. En aquesta línia, Sharpley (2020) confirma que, malgrat que hi ha hagut un gran increment d'estudis científics en els darrers vint anys, s'han aportat poques evidències que indiquin que el sector turístic estigui més enfocat a la sostenibilitat. A més, posa de manifest que els organismes internacionals, com l'OMT, van ser molt ràpids a l'hora d'incorporar el concepte desenvolupament sostenible del turisme i que ho van fer per *greenwash their explicit growth agendas*.

Encara que el concepte turisme sostenible ha estat utilitzat per diversos organismes supranacionals, com l'OMT i el WTTC, i pels responsables polítics, els efectes indesitjables del turisme en l'àmbit ambiental no han disminuït, ni tan sols s'han pogut

mantenir als nivells de quan el concepte es va popularitzar (Hall, 2010). Fins i tot, l'OMT i el PNUMA (2005), malgrat reconèixer que el turisme pot ser molt beneficiós, també alerten que pot esdevenir el vector de pressions susceptibles de destruir els recursos dels quals és tributari. Si el turisme es desenvolupa al marge de la sostenibilitat, pot tenir efectes negatius sobre les societats i el medi ambient i arribar a ser el causant de la seva pròpia destrucció.

D'acord amb Hall, un dels primers autors que ha relacionat la sostenibilitat turística amb el decreixement, el turisme no ha esdevingut una *force for Peace* ni ha satisfet les expectatives inicials que van suscitar tant el turisme sostenible com l'ecoturisme. Per l'autor, el sector turístic, com d'altres indústries multinacionals, ha dut a terme una política de *greenwashing*. Malgrat ser considerat una indústria de serveis, els impactes del turisme no són intangibles. Per tant, si el turisme vol contribuir a la sostenibilitat, esdevé crucial que hi hagi un major reconeixement dels impactes positius i negatius de la indústria turística. Per reduir la seva petjada ambiental, Hall suggereix que el turisme ha d'esdevenir part de l'economia circular (Hall, 2010).

Decréixer exigeix reduir el consum i canviar el sistema de producció, el que implica canvis en tota mena d'estructures (econòmiques, polítiques, socials, etc.). Hall (2009) proposa pel turisme un desenvolupament qualitatiu, però no un creixement agregat quantitatiu que vagi en detriment del capital natural. A més, considera que el món no és prou gran perquè tothom pugui esdevenir el turista mitjà de llarg trajecte estatunidenc o europeu. Diversos autors suggereixen que les polítiques globals de desenvolupament sostenible han de ser reemplaçades pel decreixement sostenible, fent especial èmfasi en mesures per limitar el canvi climàtic i reduir les emissions de carboni. Aquest és el camí cap a una societat del benestar a escala global; per tant, hi ha una necessitat de reduir el flux turístic (Sharples, 2020).

Higgins-Desbiolles *et al.* (2019) parteixen de les accions suggerides per Latouche per al decreixement en els països rics i proposen una sèrie de mesures amb la finalitat d'adaptar-les al decreixement turístic:

- Revaluar i canviar els valors: el turisme s'ha de definir com l'acollida voluntària en les comunitats locals per al benefici dels autòctons i, en segon lloc, dels turistes.

- Recontextualitzar conceptes capitalistes arrelats: els governs han d'aconseguir que la indústria turística segueixi models sostenibles.
- Reestructurar la producció: el que comporta limitar els excessius beneficis de les corporacions turístiques multinacionals. Reestructurar el turisme d'acord amb models més sostenibles i que el desenvolupament de nous productes estigui liderat per moviments de base de la comunitat local.
- Redistribuir a escala global, regional i local: els dos organismes encarregats de la mobilitat internacional -l'OMT i l'Organització Internacional per a les Migracions- s'han de replantejar, de cara a la nova era causada pel canvi climàtic, els drets dels turistes a viatjar, amb un enfocament de justícia i equitat, que han de quedar relegats per sota dels drets dels refugiats o migrants per qüestions ambientals o de conflicte.
- Relocalitzar l'economia: el desenvolupament turístic ha de ser només un pilar d'una economia diversa. Cal abandonar la dependència excessiva del turisme, antítesi de les economies sostenibles i justes.
- Reduir, reutilitzar i reciclar els recursos: la necessitat de reduir, reutilitzar i reciclar han d'integrar-se en l'educació turística per aconseguir (trans)formar les actituds de consum en el turisme (Higgins-Desbiolles *et al* , 2019, pp. 1939-1940).

Els impactes negatius del turisme no són nous; sovint el desenvolupament dels principals destins turístics de tot el món ha anat acompanyat d'un descontent creixent per part de residents i de visitants. Els termes *overtourism* i *turismofòbia* han arribat als discursos públics i als mitjans de comunicació, a conseqüència de l'augment de les actituds hostils de les poblacions locals envers els visitants. El concepte anomenat com a *overtourism* o sobreturisme ha estat definit per la mateixa OMT (2018b, p. 4) com l'impacte del turisme en un destí, o en parts d'aquell, que influeix excessivament en la qualitat de vida percebuda pels ciutadans i/o en la qualitat de les experiències dels visitants de manera negativa. Per Higgins-Desbiolles (2019) l'*overtourism* es produeix quan un destí ha excedit la seva capacitat de càrrega, en termes físics i/o psicològics i, per tant, s'ha d'entendre en un context de capacitat de càrrega (p. 1931).

L'*overtourism* pot ser considerat, en alguns aspectes, un concepte nou per a un fenomen antic, malgrat que en la seva manifestació contemporània s'associa majoritàriament amb el turisme de ciutat i amb l'emergència de sentiments locals antiturisme. L'*overtourism*

és un símptoma de les polítiques econòmiques de desenvolupament general i de la política de desenvolupament turístic en particular (Sharpley, 2020). Tant la indústria turística com les organitzacions internacionals argumenten que el problema no és el creixement turístic, sinó com es gestiona aquest creixement. En aquest sentit, la resposta dominant a les queixes sobre *overtourism* ha estat la de proposar millors maneres de gestió, defugint abordar la qüestió del creixement turístic (Fletcher *et al.*, 2019).

El fenomen del sobreturisme trastoca el món acadèmic i professional del turisme, ja que és una forma coneguda de turisme insostenible que, tenint en compte totes les agendes sociopolítiques d'un turisme més sostenible, no hauria d'haver-se produït (Mihalic, 2020). El sobreturisme és, entre moltes altres coses, l'acceleració i el creixement de l'oferta i la demanda turística, l'ús dels béns ecològics naturals de les destinacions turístiques, la destrucció dels seus atractius culturals i els impactes negatius en el seu entorn social i econòmic. Es tracta d'un turisme irresponsable que exigeix un enfocament més estricte en la implementació de paradigmes de turisme responsable basats en la sostenibilitat (Mihalic, 2020).

Blanco-Romero *et al.* (2019) consideren que el terme *turismofòbia* és utilitzat pel sector empresarial en defensa dels seus interessos, amb la finalitat de desacreditar i reprimir les queixes de la societat. L'efecte negatiu que s'ha donat al terme ha estat amplificat per la seva popularització en els mitjans de comunicació i pel seu atractiu simplificador i sensacionalista. Els autors exposen que ha repercutit en entorns urbans que, recentment, han patit un turisme intens. Afirment que la *turismofòbia* és una peça més del projecte favorable a un creixement encara més gran en espais sobreturistificats, amb la intenció afegida de suprimir les queixes alhora que fomentar el creixement. La solució als problemes de la insostenibilitat i la sobresaturació requereixen la recerca d'alternatives basades en el decreixement i en estratègies que siguin socialment i ambientalment més equitatives i justes. Aquest, doncs, ha de ser l'objectiu d'una futura agenda de recerca més enllà de la mera crítica i anàlisi de l'*overtourism* i la *turismofòbia* (Blanco-Romero *et al.*, 2019).

La crisi de la Covid-19 va demostrar la dependència de l'economia mundial envers el turisme. Aquesta indústria, que ven experiències transitòries que es consumeixen instantàniament, va reduir dràsticament el volum de visitants a causa de les restriccions

de la mobilitat provocades per la pandèmia. En les situacions d'*overtourism*, els governs argumenten que les solucions estan fora del seu abast i que no poden impedir que la gent viatgi, però, durant la pandèmia, les polítiques adoptades van ser en un sentit totalment contrari (Fletcher *et al.*, 2020).

Amb la pandèmia es va evidenciar també la manera en què es podia produir el decreixement de l'activitat turística. Per tant, la necessitat d'un planeta habitable és una raó important per pensar quin volum de gent és sostenible per a un destí, tot i que es fa necessària una planificació concertada per afrontar els impactes socials en aquesta transició (Fletcher *et al.*, 2020). Ara bé, la reducció del turisme per la Covid-19 no guarda relació amb el decreixement, que consisteix en una contracció voluntària i planificada (Romagosa, 2021).

Una tendència contrària i paral·lela al sobreturisme és el subturisme o *undertourism*, que comença a manifestar-se en destins emergents que es presenten com una alternativa d'oferta de qualitat i calma (Peltier, 2019). En aquest sentit, quan neix la consciència de l'excés de turistes, alguns gestors s'orienten cap a un model turístic que pot implicar una reducció del nombre de turistes, però amb un benefici més important, tant a escala econòmica com ambiental. El subturisme implica una aposta cap a un canvi de model en la forma de planificar, ordenar i crear nous productes, que pot basar-se en la riquesa patrimonial dels llocs, sovint infrautilitzats, però sobretot en la creació de noves experiències, major aprofitament de les potencialitats del destí i més contacte entre turisme i comunitat local (Navalón-García, 2020, p. 556).

2.4 Sostenibilitat del turisme de neu. Perspectives del sector

En aquest apartat es realitza una breu caracterització de les zones de muntanya i s'aborda el turisme de neu pel seu desenvolupament i protagonisme en aquestes àrees. El turisme genera riquesa en les zones de muntanya, però la seva sostenibilitat depèn de la preservació dels recursos naturals i de la col·laboració de les comunitats locals; els empresaris turístics han de comprendre la fragilitat d'aquests ecosistemes i comprometre's a no alterar els paisatges i mantenir entorns saludables que resultin atractius pels turistes (ONU, 2019).

Vera *et al.* (2013) afirmen que, amb el nou mil·lenni, la muntanya es configura com un espai de residència i explotació de recursos, un espai natural i cultural a protegir, amb una funció educativa i de preservació i, finalment, com un espai d'oci i turisme. La integració de patrimoni i turisme és una estratègia essencial en les polítiques turístiques actuals. Brătucu *et al.* (2017) destaquen que les muntanyes i els seus paisatges són recursos essencials per a la indústria turística, malgrat que el sobre desenvolupament de l'activitat contribueixi a la degradació ambiental i afecti la biodiversitat. Remarquen que el desenvolupament sostenible del turisme de muntanya ha d'estar garantit per pràctiques ecològiques que permetin la conservació de les zones d'acollida, teòricament en contradicció amb l'oportunitat de desenvolupar infraestructures.

La sensibilitat de l'ONU per les zones de muntanya ja es manifestava, l'any 1992, quan l'Assemblea General va incloure, en el Programa 21, el document "Ordenació dels Sistemes Fràgils: Desenvolupament Sostenible de les Zones de Muntanya" (capítol 13). Posteriorment, l'organisme va declarar l'any 2002 "Any Internacional de les Muntanyes", per facilitar un desenvolupament sostenible, davant la implementació de processos agressius d'aprofitament dels recursos. La data de l'11 de desembre es va constituir com a "Dia Internacional de les Muntanyes", que s'ha celebrat des de 2003, per sensibilitzar sobre la importància de les muntanyes per la vida, així com per destacar les oportunitats i els límits en el desenvolupament de les muntanyes i per construir aliances que aportin canvis positius (FAO, 2020). La Muntanya, com a escenari turístic, també forma part de les agendes de l'OMT i del WTTC.

L'ONU (2019) destaca que els habitants de les zones muntanyoses es troben entre les persones més vulnerables del món. L'organisme proposa una sèrie de mesures per accelerar la implementació de l'Agenda 2030 i donar resposta a les deficiències identificades. Entre les propostes més destacades, figuren la d'augmentar la resiliència al canvi climàtic i als desastres naturals, així com protegir la diversitat biològica; millorar els mitjans de vida de les zones muntanyoses; prioritzar els processos internacionals de desenvolupament de les muntanyes; garantir l'existència de mecanismes financers i crear sinergies amb el sector privat; promoure la bona governança i les institucions inclusives; i millorar la investigació i les dades sobre qüestions específiques de zones muntanyoses.

2.4.1 Característiques del turisme de muntanya

Segons l'OMT (2018a, pp. 17, 41), el turisme de muntanya és un tipus d'activitat de lleure que es realitza principalment als països desenvolupats, on esdevé una de les formes més importants del turisme de lleure. A diferència d'altres tipus de turisme, el de muntanya presenta dos aspectes desiguals, en funció de l'oferta d'hivern i d'estiu. Malgrat la seva importància, no hi ha una definició internacionalment reconeguda del que s'entén per turisme de muntanya ni normes per recopilar dades comparables entre els diferents destins. Aquesta activitat depèn, bàsicament, de l'afluència turística procedent dels mercats propers, que es concentra en un nombre limitat de destins. El PNUMA considera que la proporció del flux turístic que opta per destins de muntanya se situa entre el 15% i el 20% de l'afluència total (citada per Debarbieux *et al.*, 2014, p. 9).

Aquests destins, tot i que segons Río-Rama *et al.* (2019) sempre han existit, per estar vinculats a connotacions religioses o ancestrals, han mostrat un ràpid creixement en les darreres dècades. Avui en dia, l'augment de fluxos turístics, el coneixement d'aquests espais, la millor accessibilitat i l'adaptació de les necessàries infraestructures, fan de les zones de muntanya espais esportius i de lleure, més enllà d'un fet religiós. Les muntanyes són el segon destí més popular del món, després dels destins costaners (Duglio i Beltramo, 2019).

Els espais de muntanya cobreixen un 27% de la superfície terrestre i estan habitats per uns 1.000 milions de persones; compten amb el 30% de totes les àrees clau de la biodiversitat mundial i aporten entre el 60% i el 80% dels recursos d'aigua dolça (ONU,

2019). Els ecosistemes muntanyosos són especialment vulnerables als creixents efectes negatius del canvi climàtic, als fenòmens meteorològics extrems, a la desforestació, a la degradació de les terres i als desastres naturals dels quals es recuperen lentament. Tant el retrocés i la reducció de les geleres i el permafrost, com el canvi en els patrons de neu, afecten de manera negativa els cicles de l'aigua que repercuteixen en el medi ambient i els mitjans de vida (ONU, 2019).

En general, les zones de muntanya presenten uns trets característics comuns, com un relleu abrupte i unes condicions climàtiques específiques afegides a la dificultat d'accés. Habitualment, estan localitzades a certa distància de les grans concentracions urbanes i acostumen a tenir una baixa densitat de població, amb una disponibilitat limitada de sòl (Vera *et al.*, 2013, p. 160). El turisme, l'agricultura i la ramaderia es presenten com les activitats econòmiques que més es desenvolupen en zones de muntanya. La ramaderia ha estat considerada com una activitat tradicional que mantenia l'equilibri ecològic i la conservació de la bellesa dels paisatges de les zones de muntanya. Malgrat que el turisme de muntanya comparteix característiques amb altres tipus de turisme, ha d'afrontar reptes únics, entre els quals la incidència de la geografia, el clima i la topografia, són els més obvis.

L'atractiu de la muntanya, a diferència dels entorns urbans, es basa en el paisatge, les condicions ambientals i una diversitat de recursos que possibiliten diferents modalitats turístiques. La natura es transforma en actiu econòmic i la muntanya, en l'imaginari col·lectiu, representa l'espai natural per excel·lència. A les zones de muntanya conflueixen diversos tipus de productes turístics que aprofiten els recursos naturals que ofereix el territori. L'anàlisi dels productes turístics permet identificar sis grups específics de turisme de muntanya (Vera *et al.*, 2013):

1. Turisme de neu o turisme blanc (esquí alpí, nòrdic...)
2. Turisme verd (senderisme, parcs naturals, caça i pesca)
3. Turisme cultural (patrimoni cultural)
4. Turisme d'esports i d'aventura (alpinisme, golf, ràfting...)
5. Turisme de salut (balnearis)
6. Turisme rural

Els destins de muntanya estan molt influïts pels seus ecosistemes, on qualsevol canvi en el règim de temperatures pot tenir efectes severes en la demanda turística. A tall d'exemple, la manca de neu requereix inversions significatives per poder dur a terme l'activitat d'hivern. Entorn i paisatge són les característiques més atractives pels visitants, el que fa que la topografia resulti un factor important de consideració quan es desenvolupen i mantenen els destins. L'altitud ha esdevingut un actiu de competitivitat entre els destins de muntanya i no totes les regions són apropiades per al desenvolupament turístic, tan sols aquelles que tenen característiques alpines i subalpines (OMT, 2018a, p. 17).

El turisme de muntanya depèn de l'afluència turística procedent dels mercats propers i es concentra en un nombre limitat de destins. El continent europeu és on es troben més espais muntanyosos amb infraestructures turístiques i accessibilitat (Río-Rama *et al.*, 2019). D'acord amb l'Institut Espanyol de Turisme (2009, citat per Río-Rama *et al.*, 2019), els principals destins de turisme de muntanya són Àustria, Suïssa, França, Itàlia i Alemanya.

El turisme de muntanya és bàsicament un mercat entre iguals, és a dir un mercat entre països amb preferències i productes similars. Aquests països són els que ofereixen la major part de les instal·lacions específiques i també són la font bàsica de viatgers que opten per aquest tipus d'activitat turística. Als països amb tradició de turisme de muntanya, el sector ha arribat a la seva maduresa i el flux turístic s'ha estancat (OMT, 2018a, p. 61). D'acord amb Saz i Carús (2008, p. 15), la fase del cicle d'alt creixement i la poca rivalitat que van viure fins als anys vuitanta del segle XX, han abocat a la maduresa del sector; els canvis han estat ràpids i els agents econòmics, davant el creixement inesperat de la competència, només han sabut reaccionar amb accions conjunturals, vàlides a curt termini, però que, de vegades, han pogut comportar tensions amb les societats locals.

En les zones de muntanya conflueixen diversos tipus de productes turístics que determinen una estacionalitat diferenciada, en funció de la latitud i de l'hemisferi on es localitzen. El model de turisme alpí és el més estès en el sector i es caracteritza per una alternança entre turisme blanc o de neu, a l'hivern, i turisme verd o de natura, a l'estiu. Aquesta complementarietat entre l'estiu i l'hivern confereix solidesa al model, ja que permet l'existència de dues temporades altes (Vera *et al.*, 2013, p. 163). Els visitants s'han vist atrets per les zones muntanyoses de tot el món, per la qualitat paisatgística, les

oportunitats esportives i la seva cultura. Per a moltes regions, el turisme suposa incrementar els ingressos, disposar d'oportunitats laborals i mantenir el seu patrimoni.

L'actual configuració del turisme de muntanya, a escala mundial, és en gran part el reflex d'un llarg procés d'especialització dels Alps a on, a finals del segle XIX, s'inicien les primeres activitats esportives d'hivern que es comencen a difondre als anys vint del segle passat. La popularització del turisme de muntanya es produeix a partir dels anys seixanta del segle XX; les famílies de les societats industrials comencen a veure com a essencial el passar les vacances d'estiu en regions de muntanya (OMT, 2018a, pp. 22-23). Paral·lelament, els Pirineus també s'orienten cap al turisme i, de tota la gamma d'activitats que es poden desenvolupar en les zones de muntanya, la indústria de l'esquí és la que tindrà més pes econòmic i demogràfic en aquesta regió (Lasanta *et al.*, 2007).

Tradicionalment, el turisme de muntanya s'ha associat amb el turisme esportiu i d'aventura i és un fenomen complex que comprèn diverses modalitats com la natura, la relaxació, els esports, el lleure, la cultura, la salut i el benestar. Es relaciona amb un tipus d'activitat de benestar on molts dels seus visitants es troben atrets per la qualitat de l'aire. Aquest fet es va veure amb claredat durant el confinament decretat pels governs de molts països, per la pandèmia de la Covid-19, fet que va produir que una part de la població de diversos indrets es desplaçés a les seves residències secundàries, en un entorn segur allunyat dels nuclis més poblats (Seraphin i Dosquet, 2020).

El turisme de muntanya s'ha vinculat tradicionalment amb el turisme de segones residències. Aquest tipus de turisme aporta entrades de capital, crea llocs de treball, genera ingressos per determinats negocis locals, fomenta la creació de restaurants, serveis i empreses de lleure, així com d'empreses del sector de la construcció. Els propietaris d'aquestes segones residències acostumen a disposar de més ingressos que la població local (Larsson i Muller, 2019). A més, Muller (2011, citat per Seraphin i Dosquet, 2020) posa de relleu que els individus que inverteixen en segones residències estan atrets pel baix preu de la propietat i, per tant, aquest tipus d'activitat acostuma a fluctuar amb els canvis macroeconòmics i pot resultar insostenible a llarg termini.

El fet que la Covid-19 hagi contribuït al turisme de segones residències i al turisme de muntanya posa en relleu la resiliència d'aquesta indústria. Seraphin i Dosquet (2020) afirmen que els destins de muntanya, així com les segones residències que s'hi troben

vinculades, poden jugar un rol de placebo en la societat actual, per aquells individus definits com a turistes de la crisi, entesos com a persones o grups viatjant d'un lloc a un altre amb l'objectiu de trobar el benestar físic i/o psicològic durant una crisi (escalfament global, crisi energètica, terrorisme o pandèmia mundial). Ara bé, en la població local aquests moviments poden produir efectes indesitjables, com ansietat, el que demostra la doble faceta del turisme i evidencia que la gestió d'aquests destins esdevé cada cop més important per aconseguir la seva sostenibilitat.

Una de les conseqüències que va tenir la pandèmia de Covid-19, alineada amb els principis de sostenibilitat, va ser potenciar el turisme de proximitat en detriment dels viatges de llarga distància. Juglà *et al.* (2021) han constatat que, durant l'era post-Covid-19, un turisme més proper va guanyar pes en molts territoris, essent el turisme rural una de les opcions escollides.

La presència de neu és l'element distintiu de l'actual turisme de muntanya. La neu esdevé el recurs bàsic i l'esquí alpí la principal activitat que genera, de manera directa i indirecta, rendiments econòmics i llocs de treball. Durant molts anys, el turisme de neu s'havia beneficiat de ser l'única forma popular de lleure a l'exterior durant els mesos d'hivern, als països desenvolupats, el que feia innecessària la promoció activa dels destins de muntanya. Ara bé, la proliferació de nous destins de vacances, a conseqüència de la globalització, ha fomentat l'aparició de processos de substitució. Els recursos tradicionals d'hivern han perdut el seu monopoli de vacances durant aquesta temporada de l'any, a causa de l'emergència de destins de mar, sol i sorra al Mediterrani i a les zones de clima tropical (OMT, 2018a).

Malgrat això, el fet que el turisme de muntanya estigui experimentant un interès creixent en gran part de la societat fa necessari que s'apliquin estratègies de creixement sostenibles, ja que el propi èxit pot fer perillar la seva sostenibilitat (Garcia, 2022). Com a resultat de la mercantilització dels destins de muntanya, molts d'aquests han esdevingut simplement *four season destination resorts* (Williams *et al.*, 2004).

A més, tenint en compte l'impacte directe del turisme en els entorns de muntanya, les destinacions poden voler investigar la seva capacitat de càrrega turística dins dels seus contextos socioecològics específics. Tanmateix, el canvi climàtic i els requisits de l'IPCC deixen clar que el creixement continuat del turisme no s'alinea amb una economia

descarbonitzada. Per tant, s'han de buscar maneres de garantir que el turisme de muntanya millori, però no que esdevingui més gran i que continuï atenent les necessitats de les comunitats locals i ecosistemes sobre els quals està basat (Steiger *et al.*, 2022).

2.4.2 Especificitats del turisme de neu

El turisme de neu és majoritari de les zones de muntanya, mentre que la resta de recursos i productes turístics poden aparèixer en d'altres espais. En el mapa mundial del turisme de neu destaquen els Alps, els Pirineus, els països nòrdics, els sistemes muntanyosos dels Estats Units i els Andes. Els Alps, amb uns paràmetres físics excepcionals, constitueixen un gran espai turístic de caràcter internacional per la seva freqüentació; en comparació, els Pirineus presenten uns paràmetres físics inferiors als alpins (extensió, altitud i innivació), però resulten suficients per possibilitar un sistema turístic de neu de caràcter regional (Vera *et al.*, 2013, pp. 164-165). Malgrat que Saurí i Llordés (2018, p. 51) afirmen que el mercat de l'esquí es troba en una situació d'estancament a escala europea i nord-americana, el pes del turisme de neu és inqüestionable, donat el seu impacte econòmic, social i territorial.

Les activitats turístiques al voltant de la neu, en estreta dependència amb l'espai, la natura i el paisatge, estan íntimament vinculades al clima. Els elements atmosfèrics són importants per a la pràctica dels esports d'hivern perquè actuen com a matèria primera bàsica (Gómez, 2005). Poques activitats turístiques són tributàries, d'una forma tan clara, del context climàtic i meteorològic com el turisme de neu.

Vanat (2020) calcula que, a escala mundial, hi ha aproximadament uns 135 milions d'esquiadors que originen un total de 400 milions de dies d'esquí venuts per temporada, el 43% dels quals es concentra als Alps i el 21% a Amèrica, bàsicament als Estats Units. El pes dels clients internacionals és limitat per a la majoria de països orientats als esports d'hivern, fet que es corrobora pel reduït nombre d'esquiadors que utilitzen vols de llarga distància per anar a esquiar. La proporció de visitants estrangers en relació amb el nombre total d'esquiadors es limita al 12%; aquests esquiadors estrangers van generar només el 3,5% del volum de dies d'esquí venuts a les estacions nord-americanes, durant la temporada 2016/17, inclosos els visitants llatinoamericans. El flux internacional es concentra principalment a l'arc alpí, on tan sols tres països, Àustria, França i Suïssa,

concentren més de dos milions d'esquiadors internacionals. Aquests tres països es beneficien d'un mercat proper fort, especialment d'alemanys i britànics, situats a una distància que no supera les dues hores de desplaçament (Vanat, 2020, pp. 16-18).

Es pot afirmar que el turisme de muntanya és més domèstic que altres formes de turisme i que l'esquí es nodreix principalment dels mercats nacionals, mentre que els visitants estrangers es concentren en uns pocs destins turístics internacionals. Actualment, un total de 68 països ofereixen zones d'esquí equipades a l'aire lliure que compten amb uns 2.000 centres d'esquí. S'estima que les zones de muntanya orientades als esports d'hivern presenten una capacitat d'allotjament situada al voltant de sis milions de llits, concentrats bàsicament en els mercats més industrialitzats que són els que atrauen un major nombre de visitants; les estades mitjanes als centres d'esquí no acostumen a superar la setmana (Vanat, 2020).

Entre els centres d'esquí, es consideren com a importants aquells que venen, com a mínim, un milió de dies d'esquí per temporada; a escala global, tan sols 52 centres compleixen aquests requisits, el 80% dels quals es localitzen als Alps. La major part de l'activitat es concentra al voltant d'aquests centres importants que, tot i que només representen el 20% del total d'estacions, compten amb el 80% de la clientela (Vanat, 2020).

Donada la rellevància del turisme alpin, Barker (1994) definia, al voltant d'una corba de coneixement, l'evolució del desenvolupament turístic dels Alps en quatre fases consecutives:

1. Un objectiu inicial, enfocat al creixement quantitatiu, característic de les dècades de 1960 i 1970.
2. Un canvi d'orientació cap a un creixement qualitatiu, com a resposta a la competència i als problemes sectorials de caràcter social i ambiental. En aquesta fase es van produir, sovint, resultats de creixements incontrolats.
3. El reconeixement de la necessitat de canvi, un cop la saturació es fa inacceptable, tant per l'oferta com per la demanda.
4. Una reorientació de les estratègies dels destins, en un esforç per canviar l'espiral de creixement incontrolat.

Els factors bàsics que col·laboren al fet que un centre d'esquí tingui èxit són: l'accessibilitat, l'abundància de neu, la dimensió, la qualitat de l'àrea d'esquí, l'atractivitat del *resort*, el *shopping*, la gastronomia, les instal·lacions après-ski i el preu. També col·laboren en l'èxit factors generals, com una tradició d'esquí establerta, el respecte pel medi ambient, el tipus de canvi monetari i els requisits de visat (OMT, 2018a, p. 33).

En general, les estacions d'esquí no produeixen beneficis per la seva activitat principal, la venda de forfets. El que habitualment genera més guanys a les societats que exploten les estacions són les operacions immobiliàries i la terciarització dels usos que empreses del seu entorn realitzen en els seus dominis (hostaleria, comerç, oci nocturn, restauració, etc.). Es reconeix que aquests tipus de societats són capaces d'atraure més inversió que la utilitzada en la seva instal·lació (García, 2012).

En opinió de García (2012), la gestió dels recursos turístics de les zones de muntanya (paisatge, patrimoni cultural i natural, etc.) es fa imperativa. S'han d'incrementar els seus valors com a recursos turístics que, fins al moment, han tingut tan sols un valor complementari o secundari, amb relació al turisme d'hivern. La lluita per mantenir quotes de mercat exigeix la millora permanent de la qualitat de l'oferta (comoditats a les pistes, supressió de les esperes, etc.) i posicionar-se en un producte particular, per diferenciar-se. El fet és que totes les millores amb suport tecnològic, com el vertiginós augment de la capacitat de transport d'esquiadors o la innivació artificial, estan a disposició de la pràctica totalitat de destins; això ocasiona una escalada en l'ús de noves instal·lacions, una equiparació de l'oferta a nivells sempre més alts i una espiral de creixement dels costos (Saz i Carús, 2008, p. 15).

2.4.3 Reptes del turisme de neu

Els destins de muntanya tradicionals, orientats als esports de neu, s'enfronten a una sèrie de reptes que afecten la rendibilitat de les estacions d'esquí. Per una banda, el descens del volum d'esquiadors i, d'altra banda, el canvi climàtic, han determinat que un gran nombre de destins turístics hagin de reorientar-se cap a la diversificació, centrada en l'estiu i la tardor (Vera *et al.*, 2013, p. 165). Fa més d'una dècada, Pierret (2010) assenyalava que les estacions d'esports d'hivern d'Europa i d'Amèrica del Nord estaven afectades per tres

fenòmens principals: el canvi climàtic, l'envelliment de la població i els hàbits dels turistes que diversificaven les seves activitats. Actualment, malgrat el futur incert d'alguns dominis esquiables per motius de viabilitat econòmica o pels efectes del canvi climàtic, el turisme de neu continua sent el principal reclam turístic i un dels elements estratègics en el desenvolupament econòmic (Cors *et al.*, 2016).

Les emissions de CO₂ són una amenaça important pel desenvolupament sostenible de les regions de muntanya. L'increment d'aquestes emissions es deu a la calefacció i al transport, a conseqüència de l'increment del nombre d'arribades turístiques. Les emissions de CO₂ que es produeixen en destins turístics de muntanya són significativament superiors a les produïdes en altres comunitats de la mateixa mida. Addicionalment, l'activitat turística té una elevada dependència dels recursos hídrics, en funció de les activitats d'allotjament i restauració, manteniment de piscines i espais verds, i producció de neu, entre d'altres (Brătucu *et al.*, 2017).

La gestió dels destins de muntanya ha de fer-se a partir de tres consideracions bàsiques: la seva utilitat i rendibilitat econòmica (sostenibilitat econòmica); el seu paper de salvaguarda quantitatiu i qualitatiu dels valors naturals i paisatgístics (sostenibilitat ambiental); i la seva integració en la societat local, respectant les normes legals que garanteixin l'interès general i les possibilitats de futura creació de valor (sostenibilitat social) (Sauvain, 1998, citat per Saz i Carús, 2008).

Scott (2001) ja destacava la importància de la resposta del turisme al canvi climàtic, per la pròpia sostenibilitat de l'activitat; la manca de compromís del sector amb aquest fenomen aniria en el seu propi detriment. A principis del mil·lenni, tant pels governs com per les ONG i les empreses, el canvi climàtic emergia com una nova realitat a la qual s'havia de fer front amb un procés de planificació turística adreçada a la sostenibilitat; les organitzacions internacionals es veien obligades a reorientar les seves polítiques i enfocar-les cap a la sostenibilitat per combatre el canvi climàtic.

L'OMT, l'any 2003, alertava de les possibles implicacions negatives del canvi climàtic per als esports d'hivern. En la conferència de Djerba, sobre turisme i canvi climàtic, es van proposar una sèrie d'estratègies d'adaptació que anaven des de la mitigació dels efectes fins a un canvi complet del producte turístic. Les propostes van fer incidència en incrementar l'ús de neu artificial per complementar la cobertura de neu natural quan les

temperatures augmentessin. En la reunió es va destacar que els destins situats en altituds elevades esdevindrien més populars i haurien d'adaptar-se a més demanda, mentre que els situats a baixa altitud haurien d'incloure, durant la temporada d'hivern, alternatives diferents de l'esquí, a causa de la manca d'innivació. També es va remarcar que s'hauria d'invertir en protecció contra les allaus, per la presència d'un tipus de neu menys estable. Finalment, es preveia que el fet que els estius a la muntanya s'allarguessin, fossin més càlids i secs, permetria atraure més turisme (OMT, 2003).

En aquesta línia, diversos autors remarquen que cal més recerca sobre la percepció que tenen els agents implicats en el fenomen, ja que diversos estudis exposen que el canvi climàtic no és vist encara com una amenaça, que més aviat es percep com una problemàtica de naturalesa global i no regional, en què les estratègies d'adaptació acostumen a ser individuals i reactives (Bonzanigo *et al.*, 2016; Brătucu *et al.*, 2017; Bürki *et al.*, 2003; March *et al.*, 2013). També afirmen que, per assolir objectius de desenvolupament sostenible, cal implicar la participació d'un nombre important d'actors de diferents àmbits de la societat i s'han de donar respostes de manera global, ja que les respostes individuals no són suficients.

En opinió de Bonzanigo *et al.* (2016), el canvi climàtic s'ha de tractar des d'una perspectiva global, ja que fer-ho de manera aïllada resulta inefectiu per diverses raons. A escala local, es corre el risc de poca participació i de discussions fútils entre negacionistes i catastrofistes, cadascun d'ells defensant els seus respectius interessos econòmics. A més, el turisme és una activitat econòmica interconnectada que depèn de béns i serveis, tangibles i intangibles, d'origen natural i antropogènic. Pel que fa al turisme d'hivern, els autors expliquen que està lligat a dinàmiques com el desenvolupament econòmic i la demografia dels mercats turístics d'origen; es tracta d'una activitat que presenta signes de maduresa i creixents oportunitats de substitució en destins fora d'Europa.

En els darrers anys es continua constatant com les àrees de muntanya són especialment vulnerables als efectes del canvi climàtic. Malgrat que aquest és un factor més dels que incideixen en el turisme hivernal, la presència o l'absència de neu, el gruix del mantell nival i la seva durada són indicadors clau per a valorar la viabilitat i la sostenibilitat del sector del turisme d'hivern. Per aquest motiu, l'avaluació dels efectes del canvi climàtic, tant en la cobertura natural com en la capacitat de producció de neu, és fonamental per

valorar els impactes socioeconòmics en les àrees de muntanya, en les quals, en molts casos, l'esquí ha passat a ser el motor principal de les economies locals (Fraguell *et al.*, 2016).

El desenvolupament del turisme d'hivern depèn de l'explotació d'uns recursos naturals on la neu és el principal actiu; aquest és un dels sectors més vulnerables a la menor disponibilitat de neu natural. No es pot negar que el turisme de muntanya i els seus fràgils ecosistemes pateixen els impactes de l'escalfament global; s'ha elevat la cota inferior de la cobertura de neu i les estacions d'esquí situades en altituds baixes ja no poden confiar a tenir una cobertura mínima, entre 100 i 120 dies, condició necessària per a l'explotació rendible d'una estació d'esquí. És evident que el clima esdevé un recurs turístic en el moment en què s'incorpora a un bé o servei turístic, promogut pel consum i utilitzat amb finalitats mercantils. Aquest recurs resulta bàsic quan, sense ell, és difícil el desenvolupament i la consolidació de determinades activitats turístiques (dependents) sobre un territori (García, 2012).

L'any 2008, Saz i Carús ja pronosticaven que les estacions amb ubicacions privilegiades per una millor cobertura de neu experimentarien un ús cada vegada més intens, amb dominis esquiables més massificats. Exposaven que s'incrementarien els dominis esquiables a cotes altes i es connectarien amb els situats a cotes baixes, equipant les pistes amb innivació artificial, substituint els remuntadors terrestres per aeris, obrint pistes en vessants amb més neu i modificant la topografia del terreny per adequar el relleu de les pistes. Preveïen que tot això, conjuntament amb els impactes de les infraestructures d'accés, provocaria que paratges fràgils com els pirenaics, amb un poder de regeneració limitat, es trobessin sotmesos a una pressió creixent.

Una recerca, centrada en els Alps i coordinada pel centre europeu d'investigació Eurac Research, demostra que la cobertura de neu s'ha reduït des de 1971 fins avui. En l'estudi han participat una trentena d'especialistes vinculats als països que comparteixen aquesta serralada; segons els investigadors, la capa de neu en cotes inferiors als 2.000 metres ha experimentat una variació mitjana d'un -8,4% de profunditat per dècada, entre els mesos de novembre i maig. En el darrer mig segle, les temporades s'han escurçat entre 22 i 35 dies (Matiu *et al.*, 2021). En cas de mantenir-se un elevat grau d'emissions, es produirà un desgel a gran escala; fins i tot en escenaris amb un nivell de baixes emissions, en què

l'augment de temperatures no sobrepassi +1,5 °C, es podria perdre el 50% de les geleres actuals. Aquesta pèrdua tindria un efecte directe sobre la disponibilitat de recursos hídrics, ja que, inicialment, provocaria un increment dels corrents fluvials i, posteriorment, una reducció dels fluxos que donaria lloc a sequeres. Tot plegat, agreujaria les vulnerabilitats existents causades per la pobresa, la falta d'infraestructures, la degradació ambiental i les deficiències en matèria de governança i recursos (ONU, 2019).

La presència de neu i el gruix, així com la durada del mantell nival, són factors clau per la viabilitat de l'esquí. En aquest sentit, es pot afirmar que *mountains without snow are like summer without sea* (Bürki *et al.*, 2003, p. 1). Una de les estratègies més recurrents per a compensar la variabilitat natural de la neu ha estat, des de fa temps, augmentar la capacitat de fabricació amb la instal·lació de canons. La producció de neu artificial no està exempta de polèmiques amb arguments de tipus econòmic i ambiental. Els partidaris defensen que es tracta d'un ús no consumptiu de l'aigua, que retorna al medi després de la fusió i que la despesa hídrica i energètica no és gaire elevada si es compara, per exemple, amb la despesa urbana. Per contra, altres diuen que l'aigua procedent de la fusió de la neu artificial torna al medi en condicions diferents de qualitat i, sovint, ho fa a una conca diferent de la de captació; també afirmen que les quantitats d'aigua necessàries per produir neu i la despesa energètica són molt elevades (Saurí i Llurdés, 2018, p. 53).

Clarimont (2008) argumenta que, davant les prediccions d'augment de temperatures, la producció de neu de cultiu es farà menys eficient i més cara. Es planteja quina serà la rendibilitat econòmica a llarg termini, ja que sembla incerta. Per les estacions d'esquí, situades a cotes baixes, la instal·lació de canons respon a una estratègia plantejada a curt termini, insostenible econòmicament i qüestionable ecològicament.

Scott *et al.* (2006) remarcaven l'elevada dependència de la neu de cultiu en les estacions d'esquí nord-americanes que poden allargar la temporada, gràcies a l'ús d'aquesta tecnologia, una mitjana d'entre 55 a 120 dies; l'any 2002, alguna de les regions ja disposava d'un 95% a un 98% de la superfície esquiable equipada amb neu artificial. Un exdirector de l'Associació de Centres de Neu d'Ontario reconeixia que *if we had to rely on Snow from the heavens, the ski industry would be bankrupt* (MacDonald, 1998, citat per Scott *et al.*, 2006, p. 378). Segons aquests autors, el canvi climàtic produirà guanyadors i perdedors en la indústria d'hivern de Nord Amèrica, on algunes zones

gauran de factors de negoci (accés al capital, tendències en la demanda, preu de l'energia i disponibilitat d'aigua) que, juntament amb efectes no tan severes del canvi climàtic, els hi comportaran un avantatge.

Segons Pons (2014) i Pons *et al.* (2014), les estacions d'esquí del Pirineu estableixen models per avaluar la seva viabilitat natural i tècnica, considerant tres escenaris possibles: el primer, l'actual; el segon, amb un augment de +2 °C de temperatura; i el tercer, amb un increment de +4 °C. Una estació seria viable, de manera natural, si disposés d'una cobertura mínima de 30 cm de neu, durant un mínim de cent dies per temporada, i de la capacitat de fabricar neu, en els tres escenaris anteriors. Cal tenir en compte que, en un context d'increment de temperatures, es disminueixen els dies aptes per produir neu de cultiu. Els models anteriors es classifiquen segons el nivell de vulnerabilitat: alta, en què davant escenaris de canvi climàtic mitjans i intensos, les mesures d'adaptació no serien suficients per assegurar la viabilitat a mitjà termini; baixa, en què les mesures tècniques podrien assegurar la viabilitat davant d'un escenari mitjà de canvi climàtic, però no davant d'escenaris severes. Per tant, es preveu una redistribució del mercat, amb un flux de les estacions més vulnerables cap a les més resilients.

El Tercer Informe sobre el Canvi Climàtic a Catalunya, que pretén aconseguir un turisme hivernal sostenible, planteja tancar algunes de les estacions actuals, no permetre obrir-ne de noves, millorar el rendiment dels dominis esquiables existents i descartar les inversions en dominis per sota d'una cota mínima. També proposa investigar la relació dels impactes físics del canvi climàtic a les estacions d'esquí; d'una banda, amb el comportament dels esquiadors i, d'altra banda, amb els impactes en alguns indicadors socioeconòmics de les zones afectades. L'informe proposa reorganitzar el sector de la neu, davant la possible davallada de l'activitat d'alguns destins i la concentració d'esquiadors en zones menys afectades pel canvi climàtic; també suggereix que les estacions i els territoris dels Pirineus diversifiquin les activitats (Fraguell *et al.*, 2016, p. 405).

El canvi climàtic incideix negativament en l'eficiència del turisme de neu (Bürki *et al.*, 2003). Alguns autors afirmen que les zones de muntanya són més vulnerables, davant la relació canvi climàtic i turisme, i tenen més dificultats d'adaptació, atès que els impactes negatius del canvi climàtic són més perjudicials per al turisme de neu que per al turisme de sol i platja (García, 2012 i March *et al.*, 2013).

Els resultats de l'estudi de March *et al.* (2013), sobre les percepcions del canvi climàtic que tenen els residents de zones de muntanya (Pirineus) i els de zones de platja (Illes Balears i costa Catalana), assenyalen que els habitants dels Pirineus estan més preocupats pels impactes d'aquest fenomen. Segons els autors, els resultats s'expliquen per una major dependència climàtica de les zones hivernals; remarquen la importància dels factors sociodemogràfics i econòmics en la percepció del canvi climàtic, en les diferents modalitats turístiques, i suggereixen que als Pirineus les mesures d'adaptació i de mitigació del canvi climàtic estarien àmpliament acceptades. Els grups potencialment més afectats pel canvi climàtic serien les dones, membres de famílies extenses i sense treball, que poden ser considerades com els canaris que baixen a la mina -com també es considera el turisme d'hivern-, ja que, juntament amb les seves famílies, poden ser els primers a patir la disminució d'activitats turístiques causades pel canvi climàtic.

Un estudi de Gilbarte-Búrdalo i López-Moreno (2020), relatiu a l'adaptació respecte al canvi climàtic entre els esquiadors del Pirineu central, confirma que aquest fenomen té un impacte mitjà o alt sobre les condicions de la neu, però el 76% dels enquestats considera que és un problema que caldrà afrontar en el futur. També permet deduir que els esquiadors tenen un comportament adaptatiu, tant pel que fa al moviment, la freqüència d'activitat i la substitució de l'esquí per altres activitats de muntanya. Tot i que els impactes del canvi climàtic incideixen negativament en l'eficiència del turisme de neu, la majoria dels enquestats no estan disposats a pagar un forfet més car per afrontar el sobrecost de les societats explotadores derivat de la fabricació de neu i de temporades més curtes.

En general, els processos de mitigació del canvi climàtic tenen per objectiu reduir les emissions de carboni i els gasos d'efecte hivernacle, amb la finalitat d'atenuar l'escalfament global. A diferència d'aquests processos de mitigació, les mesures d'adaptació persegueixen implementar transformacions en l'àmbit socioeconòmic per reduir la vulnerabilitat de les persones, l'economia i el medi ambient, a més d'aprofitar possibles oportunitats associades al canvi climàtic global. Han cobrat rellevància les mesures d'adaptació, que són una necessitat immediata, partint del supòsit que el canvi climàtic és ja una realitat que tindrà continuïtat en el temps i que, per contra, els efectes de les accions de mitigació trigaran a donar resultats.

Tal com exposen Campos *et al.* (2016) les mesures d'adaptació de les estacions d'esquí al canvi climàtic, descrites a la taula 7, comporten costos i beneficis de caràcter econòmic, ambiental i social. La producció de neu artificial és l'estratègia d'adaptació predominant de les estacions, davant el canvi climàtic.

Taula 7 Mesures d'adaptació de les estacions d'esquí al canvi climàtic

Producció de neu artificial	Xarxa de canons d'innivació
	Xarxa de subministrament d'aigua
	Input d'energia elèctrica
Innovació tecnològica	Menor input d'aigua per m ³ de neu
	Menor input d'energia elèctrica per m ³ de neu produïda
	Possibilitat de fer neu a temperatures més elevades
Protecció i conservació dels recursos nivals	Protecció de vents laterals
	Operacions de drenatge d'aigües vessants
	Modificació de la inclinació de les pistes
	Protecció d'allaus
	Reducció del nombre d'esquiadors/hora
	Contractació de serveis per rendibilitzar la cobertura de neu
	Protecció de la cobertura de neu
Monitoratge meteorològic i climàtic	Anàlisi regular de les variables meteorològiques i climàtiques i projeccions climàtiques
Diversificació de productes de neu	Oferta de més activitats recreatives vinculades a la neu

Ampliació d'horaris d'activitat d'esquí	Oferta de diverses activitats nocturnes aprofitant els recursos nivals
Ampliació de l'àrea esquiable	Expandir l'àrea de les estacions a zones de més altitud o a vessants muntanyosos amb major disponibilitat de neu natural
Mesures de caràcter assistencial i solucions de gestió	Subvencions
	Assegurances
	Desgravacions fiscals
	Intervenció d'estacions i conversió a gestió pública
	Gestió integrada de caràcter privat o públic
Reconversió a estacions de muntanya	Oferta d'activitats recreatives i d'oci, amb una reconversió a estacions de muntanya que operin tot l'any
Replantejament del model econòmic local	Apostar per altres sectors econòmics de muntanya en les zones d'estacions d'esquí
Estratègies de màrqueting	Desenvolupar noves estratègies comercials per atraure clients en un context de canvi climàtic i elevada competència entre estacions

Font: Elaboració pròpia, a partir de Campos *et al.* (2016, p. 99).

D'acord amb García (2012), la neu de cultiu, com a mesura d'adaptació, ha demostrat ser rendible, però cal tenir en compte que aquestes estimacions estan basades únicament en els costos de finançament directe de les estacions d'esquí i no inclouen les externalitats potencials, com el consum d'aigua, la demanda d'energia, les afectacions al paisatge i altres costos ecològics. A més, els costos de produir neu artificial augmentaran de forma no lineal, a mesura que augmentin les temperatures. Per tant, algunes de les mesures d'adaptació implementades per les estacions d'esquí comporten impactes ambientals associats, motiu pel qual han estat assenyalades com a exemples de mala adaptació per l'escassa contribució a la mitigació del canvi climàtic (Gómez *et al.*, 2017).

Pel que fa a les estratègies de mitigació del canvi climàtic, seguides amb major o menor intensitat per les estacions d'esquí, han estat l'ús de menys energia, la millora de l'eficiència energètica i optar per les energies renovables, en una aposta per la qualitat, el medi ambient i la sostenibilitat (Gómez *et al.*, 2017).

Les estacions més petites, que acostumen a trobar-se a altituds més baixes, són les més vulnerables i compten amb menys recursos per afrontar processos d'adaptació molt costosos, a diferència de les grans empreses que estan més ben posicionades. Aquestes darreres compten amb millor localització i més diversificació del risc, ja que operen en un gran nombre d'estacions o sectors i disposen de més recursos per implementar mesures d'adaptació. Davant d'aquest escenari, les polítiques públiques varien considerablement, des de l'autoregulació del mercat a la provisió d'ajuda financera adreçada als centres més vulnerables (García, 2012, p. 117)

Alguns autors, com Saz i Carús (2008), defensen que s'han de prendre en consideració un ventall de qüestions econòmiques, socials i ambientals, quan s'afronta l'estratègia de creació de valor d'un destí de muntanya per tal que sigui sostenible; consideren que aconseguir el desenvolupament sostenible resulta molt complicat, en la mesura que els interessos dels agents econòmics tenen visions a curt termini, subjectes a criteris de rendibilitat.

Malgrat que els destins del turisme d'hivern generen efectes positius en la zona, com la inversió de capital, la creació de llocs de treball i un increment de les taxes de població resident, cal tenir en compte que molts municipis de muntanya orbiten entorn de la gallina dels ous d'or (estacions). Així s'expressa Garcia (2012), quan afirma que les estacions abracen una realitat complexa amb moltes implicacions socioeconòmiques, algunes de caràcter negatiu. Aquestes acostumen a ser la pèrdua de propietat del territori que passa a mans de capitals externs, una accentuada transformació cap al sector serveis i un treball generalment discontinu i estacional, en detriment d'altres sectors d'activitat.

Les àrees que presenten un elevat grau d'especialització turística basant-se en activitats molt concretes, com el turisme de neu, han de recórrer a la diversificació de l'oferta turística per tenir un desenvolupament sostenible del sector. La dependència econòmica de bona part del Pirineu, en relació amb el turisme, implica certs riscos, no només per la

dependència del monocultiu turístic, sinó pel futur que s'albira per les activitats tradicionals (Cors *et al.*, 2016).

L'enfrontament entre turisme i activitats primàries suposa un problema pel desenvolupament sostenible que ha de basar-se en la complementarietat; aquests dos sectors competeixen per l'ús de les àrees més fèrtils i per la mà d'obra. Si les activitats turístiques perjudiquen el sector primari, es perden recursos naturals que comporten la degradació del paisatge. Per tant, cal cercar noves fórmules que compatibilitzin el turisme amb el desenvolupament econòmic del territori, mantenint la biodiversitat i el paisatge, requisits imprescindibles per a la sostenibilitat de zones on la natura és el principal recurs (Sánchez *et al.*, 2016). El desenvolupament sostenible s'efectua a dos nivells diferents, independents, però interconnectats: el de planificació i gestió dels objectius específics i el que dirigeix les accions concretes i les mesures pràctiques (Brătucu *et al.*, 2017).

Knowles (2019) afirma que el sector de l'esquí s'ha de transformar en una indústria resilient envers el clima, baixa en carboni i sostenible i que, per a fer-ho, es requereix un treball innovador i col·laboratiu per part de tot el sector, però insisteix en el fet que aquest canvi s'ha d'alinear amb el futur i amb els mercats de consum contemporanis.

Es pot afirmar que els reptes als quals s'enfronten les activitats turístiques de muntanya són complexos i que el sector està fortament condicionat pel mercat, la demanda i el clima (Garcia, 2023). Es fa necessari que les autoritats tinguin una visió nacional que recolzi el desenvolupament sostenible en zones de muntanya i que desenvolupin mesures legislatives concretes. Per tant, els destins de muntanya, les institucions i les estacions d'esquí han de fer front als reptes de sostenibilitat.

2.5 El turisme sostenible i la percepció dels residents

El turisme sostenible va néixer dels desitjos i esperances d'un futur millor i de les preocupacions i temors pel desenvolupament turístic convencional. El turisme sostenible intentava una nova orientació dels destins (Hunter, 1997). Glasson *et al.* (1995, citat per Choi i Sirakaya, 2005) afirmaven que el “turisme conté les llavors de la seva pròpia destrucció: el turisme pot matar el turisme, destruint cada atractiu de l'entorn pels quals venen els visitants a un lloc”. Perquè el turisme sigui sostenible és necessari protegir la cultura local i nacional, millorar el benestar individual i social i conservar/preservar l'entorn (Choi i Sirakaya, 2005).

Malgrat les limitacions que pugui presentar el concepte de turisme sostenible, és innegable que la sostenibilitat és àmpliament acceptada com una tendència per gestionar millor el turisme. Qualsevol iniciativa que vulgui incidir en el turisme, en el context actual, ha de considerar la sostenibilitat com un factor per aconseguir el tipus de turisme desitjat (Torres-Delgado i López, 2012).

Choi i Sirakaya (2005) conclouen que el turisme sostenible, des del punt de vista de la comunitat, és el que busca un desenvolupament turístic centrat o conduït per la mateixa comunitat (beneficis pels residents en l'ús d'instal·lacions d'oci, promoció de negocis locals, participació local); també la minimització dels impactes socials i culturals; l'optimització dels beneficis econòmics; la preocupació ambiental (protecció dels recursos, ètica, política, estàndards, minimització dels impactes negatius); la planificació (a llarg termini, integrada i participativa); la gestió dels visitants (satisfacció dels visitants, manteniment dels atractius del destí, ús d'eines adequades), a més de la participació plena de la comunitat (participació activa, participació en els processos de decisió, col·laboració, informació i comunicació).

La sostenibilitat econòmica promou una distribució justa dels beneficis entre els residents d'una comunitat. Entre els aspectes negatius del desenvolupament turístic, es poden citar els següents: fuites econòmiques en la comunitat d'acollida, atur estacional, poca retribució als treballadors formats, pèrdua de llocs de treball en els sectors tradicionals, augment dels productes importats, transport de productes per no locals, augment de la inversió estrangera, augment generalitzat del preu de la propietat, així com dels preus i

serveis en general (Andereck *et al.*, 2005; Brunt i Courtney, 1999; Choi i Sirakaya, 2005; Kumar *et al.*, 2015).

Choi i Sirakaya (2005) argumenten que la recerca ha conclòs que el desenvolupament del turisme sostenible es recolza en una forma harmònica de desenvolupament ecològicament responsable, socialment compatible, culturalment apropiada, políticament equitable, amb suport tecnològic i, finalment, viable econòmicament per a la comunitat d'acollida. La participació activa de la societat pot aconseguir que el turisme sostenible esdevingui viable per a la mateixa comunitat. Els que advoquen per un turisme sostenible defensen que la ràtio de creixement del desenvolupament turístic ha de mantenir-se en la capacitat de la comunitat per fer front a aquest creixement i restaurar els recursos naturals i culturals danyats.

L'OMT (2020) afirma que, per tal que el sector turístic funcioni pel desenvolupament comunitari, és essencial assegurar una estreta col·laboració entre els governs, a tots els nivells, el sector privat i la societat civil, en particular les comunitats i els residents, així com la plena participació dels turistes.

D'acord amb Damian *et al.* (2022), la formulació de polítiques i plans turístics han de canviar de l'enfocament de dalt a baix (*top-down*) a un enfocament de baix a dalt (*bottom-up*), facilitant el paper emergent de les parts interessades (*stakeholders*). Ali *et al.* (2017) van suggerir substituir l'enfocament *top-down* de planificació per un enfocament de governança. Per assolir la governança en una destinació turística és fonamental analitzar les parts interessades i avaluar-ne la interacció i nivells de col·laboració (Tuohino i Konu, 2014).

La implicació activa de les parts interessades en la sostenibilitat de les destinacions turístiques és cada cop més reconeguda i recomanada, tant en l'àmbit acadèmic com en la pràctica (Waligo *et al.*, 2015).

Actualment, s'accepta que la consulta de les parts interessades és necessària per al desenvolupament del turisme sostenible (Hardy i Pearson, 2018; Waligo *et al.*, 2015). L'anàlisi de la sostenibilitat i dels seus indicadors està cada cop més vinculat a la participació dels grups d'interès (Perez *et al.*, 2017). L'avaluació de la sostenibilitat requereix que els diversos valors de les parts interessades estiguin representats en la

interpretació específica del context de la sostenibilitat i en l'elecció del curs d'acció desitjat.

En aquesta línia s'expressa Ap (1992), quan diu que les relacions de poders entre els residents i altres actors, com el govern, la indústria de turisme, les autoritats de conservació i els turistes, poden influir en les seves percepcions del turisme. Per tant, la percepció obtinguda i l'actitud que assumeixin els residents, en relació amb el turisme, vindrà determinada pel seu nivell de poder, percebut en relació amb altres actors involucrats (Lindberg i Johnson, 1997). En les comunitats on els residents creuen tenir poder per influir en les decisions de desenvolupament turístic, generalment, es troben actituds més favorables envers el turisme (Kayat, 2002).

Els governs locals, la indústria turística i les comunitats de residents, sovint obvien la importància de l'entorn i aspiren únicament a maximitzar el creixement econòmic (Choi i Sirakaya, 2005). D'acord amb Hunter (1997), l'activitat turística hauria d'estar regida per un seguit de principis desitjables. Aquests principis es poden resumir en la necessitat de satisfer els desitjos dels visitants (demanda), dels operadors privats i públics de la indústria (oferta/ promoció), i de la comunitat amfitriona, a més de garantir la protecció dels recursos bàsics pel turisme. Sempre s'han de tenir present la demanda, l'oferta, les necessitats i desitjos de la comunitat d'acollida i la consideració dels impactes sobre els recursos ambientals.

D'acord amb Richards i Hall (2000), el manteniment de la comunitat s'ha convertit en un element essencial del turisme sostenible. La base del desenvolupament del turisme sostenible és la garantia de beneficis regenerables de caràcter econòmic, social i cultural per a la comunitat i el seu entorn. Un enfocament holístic de la sostenibilitat requereix que la millora social, cultural i el benestar econòmic de les comunitats humanes sigui un component integral de la regeneració ambiental. Això és igualment aplicable a les nocions de sostenibilitat turística; sense la sostenibilitat de la comunitat, no es pot esperar que el desenvolupament turístic sigui sostenible. En aquest sentit, el concepte de participació de la comunitat en el desenvolupament del turisme ha esdevingut el centre del debat sobre la sostenibilitat (Taylor, 1995, citat per Richards i Hall, 2000).

Sharpley (2014) suggereix que el turisme sostenible comunitari impliqui una planificació holística que equilibri tres aspectes importants del desenvolupament sostenible: els

membres de la comunitat, els visitants i la indústria turística. Els destins intenten desenvolupar estratègies adequades per gestionar la satisfacció dels visitants, atès que són eines pràctiques que minimitzen els costos del desenvolupament turístic i aconseguen un retorn econòmic. Ara bé, no cal oblidar altres aspectes del turisme sostenible comunitari, com el turisme basat en la comunitat i la participació plena dels residents en el procés. Per obtenir una sostenibilitat turística, els planificadors locals, gestors i governs han de sol·licitar la participació i col·laboració de les comunitats locals (Choi i Sirakaya, 2005).

Quan una comunitat esdevé un destí, la qualitat de vida dels residents es veu afectada per les conseqüències d'aquest desenvolupament. Hi ha un major nombre de persones, un major ús de les carreteres i sorgeixen nous factors econòmics i de treball. L'èxit de qualsevol projecte turístic està amenaçat en la mesura en què el desenvolupament es planifiqui i es construeixi sense el coneixement i el suport de la població d'acollida. Entendre la reacció local i els factors que influeixen en aquestes actituds és essencial per assolir l'objectiu d'un recolzament favorable pel desenvolupament del turisme (Gursoy *et al.*, 2002).

En les darreres dècades, les opinions dels residents han guanyat atenció acadèmica i s'han publicat nombrosos estudis al respecte, ja que és àmpliament reconegut que planificadors i empresaris han de tenir en compte les opinions de la comunitat amfitriona per mantenir la indústria sostenible a llarg termini (Sharpley, 2014; Sorcaru *et al.*, 2022; Williams i Lawson, 2001).

Per crear un sistema turístic exitós i guanyar suport públic, esdevé essencial l'avaluació de les actituds i opinions dels residents envers el turisme sostenible, tant pel que fa a la receptivitat d'aquests residents cap als visitants com cap a la indústria turística (Bujosa i Rosselló, 2007; Davis *et al.*, 1998; Sirakaya-Turk, *et al.*, 2008). Atès que el turisme depèn, en gran manera, de la bona voluntat dels residents locals, el seu suport és essencial pel desenvolupament turístic, la seva gestió exitosa i la seva sostenibilitat (Aguiló i Rosselló, 2005; Andriotis i Vaughan, 2004; Ap, 1992; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski, 1994; Moreira *et al.*, 2022).

Els estudis col·lectius de l'actitud cap al turisme sostenible tenen com a finalitat predir el comportament social o el comportament envers una acció, com ara la voluntat de donar

suport a les polítiques de turisme sostenible, o la participació activa en un projecte de turisme sostenible. A escala global, l'actitud positiva dels residents influeix en les polítiques relacionades amb aquest aspecte. Per tant, una comprensió de les actituds dels residents permetrà als responsables polítics i gestors dels destins avaluar millor la reacció de la comunitat cap al desenvolupament turístic, les propostes de normativa i legislació. A més, les actituds dels residents poden impactar directament en el gaudi del turista (Davis *et al.*, 1998).

Identificar els impactes i tenir capacitat de resposta davant dels mateixos pot ajudar al territori de destí a ser més fort davant les amenaces que poden desequilibrar la seva sostenibilitat (Gómez i Martín, 2019). Entre les eines més utilitzades en l'actualitat per mesurar els impactes del turisme, es troben els indicadors de sostenibilitat que ajuden a identificar les necessitats i a proporcionar informació per comparar diferents destins. S'entenen com a indicadors de sostenibilitat les mesures qualitatives i quantitatives que, aplicades periòdicament, permeten conèixer els canvis produïts, a favor o en contra, en relació amb les condicions ambientals, socioculturals o econòmiques d'un destí turístic. D'aquesta manera, es poden prendre decisions estratègiques de millora, manteniment o transformació d'una situació (Sancho *et al.*, 2007).

Segons Sancho *et al.* (2007), aquests indicadors de sostenibilitat no han tingut prou en compte la població local com a actor essencial de la indústria turística; a més, els indicadors s'han basat habitualment en elements excessivament objectius que no han aconseguit captar les percepcions dels turistes i dels residents.

Els impactes de l'activitat turística han de ser estudiats no només a través d'indicadors objectius, sinó a través d'indicadors subjectius, com l'anàlisi de la percepció que tenen d'aquests impactes els residents en els destins turístics (Gómez i Martín, 2019).

A partir dels anys setanta del segle XX, els estudis empírics i de recerca teòrica, examinant les actituds dels residents, han proliferat tant que, d'acord amb Sharpley (2014), analitzar tots els estudis mundials no seria una tasca difícil, sinó impossible. Aquests estudis es classifiquen tenint en compte la metodologia emprada, la localització o les variables d'influència en les percepcions sobre l'activitat turística. Pel que fa a la localització, el món desenvolupat és el que més interès ha suscitat, essent Nord-amèrica la regió més analitzada, seguida del Regne Unit o Nova Zelanda i havent deixat altres

regions turístiques importants més de banda, com el Carib o el Mediterrani (Sharpley, 2014).

Els fonaments del considerable cos de recerca sobre les percepcions dels residents envers el turisme es troben en el reconeixement de les conseqüències negatives associades a l'activitat turística. Tenint en compte que l'actitud dels residents és un dels factors determinants d'un turisme exitós, resulta important disposar d'una eina que sigui capaç de mesurar les actituds dels residents envers el turisme (Yu *et al.*, 2011).

La recerca en la matèria demostra que les actituds dels residents envers el turisme tenen una influència significativa en el desenvolupament turístic. Per tant, d'acord amb Yu *et al.* (2011), comprendre les actituds dels residents ajuda als polítics i gestors d'un destí a avaluar correctament les percepcions de la comunitat. Els residents són actors principals del desenvolupament turístic, ja que estan afectats directament per aquest procés, amb independència de la seva ocupació. A més, l'actitud dels residents també afecta directament la satisfacció dels turistes, motiu que justifica considerar-los protagonistes de la planificació turística i del procés de desenvolupament (Chia-Pin *et al.*, 2011).

L'estudi de Huynh (2018) conclou que la sostenibilitat percebuda de l'activitat turística i el suport dels residents locals al desenvolupament turístic depèn de la seva satisfacció amb aquesta activitat. Un aspecte important és la interacció entre el turista i la comunitat d'acollida, fenomen complex i multidimensional; aquest contacte varia d'acord amb el context, els rols, les expectatives, etc. Per una banda, els turistes i la població local poden interactuar amb freqüència i plenament, amb tot el que això implica respecte a les percepcions i respostes a aquestes interaccions. D'altra banda, les percepcions dels residents poden basar-se en contactes limitats amb els turistes, si és que n'hi ha; per tant, qualsevol intercanvi serà menys tangible i mancat de reciprocitat (Sharpley, 2014).

La diferència entre percepcions d'impactes i d'actituds és una qüestió de semàntica, atès que la major part d'estudis, generalment, inclouen els mateixos tipus de mesures. En la major part dels casos, les percepcions dels impactes o les actituds són mesurades utilitzant una sèrie d'escala d'acord (Gutiérrez, 2010, p.51; Sharpley, 2014).

La major part d'estudis sobre les actituds dels residents fan servir una metodologia quantitativa i basen les seves anàlisis en qüestionaris que, sovint, són un conjunt de propostes, suggeriments o declaracions on els enquestats declaren les seves opinions o

actituds, utilitzant l'escala de Likert de cinc punts (Bujosa i Rosselló, 2007). Habitualment, no s'utilitzen les tècniques qualitatives en aquest tipus d'estudi, el que constitueix una de les deficiències d'aquesta recerca (Almeida *et al.*, 2015). D'acord amb el que exposa Sharpley (2014), la metodologia qualitativa garanteix un major coneixement i entesa de la temàtica i explica determinades actituds dels residents envers el turisme.

2.5.1 Les teories de l'intercanvi social i de la representació social

S'han utilitzat múltiples teories per intentar explicar l'actitud dels residents envers l'activitat turística. Ap (1992) va criticar els estudis realitzats fins al moment en matèria d'actitud dels residents envers l'activitat turística, per no recolzar-se en cap teoria prèvia, i va identificar com un problema principal el fet de no disposar d'un marc teòric integral que permetés entendre la percepció dels residents. Actualment, són dos els marcs teòrics que dominen la recerca sobre les actituds de la comunitat envers el turisme: la teoria de l'intercanvi social i la teoria de la representació social.

La teoria de l'intercanvi social proporciona un marc teòric per explicar la relació entre els beneficis individuals i les percepcions del desenvolupament econòmic. És una de les teories predominants en l'estudi de les actituds dels residents envers els impactes del turisme (Gursoy i Rutherford, 2004). Pretén entendre l'intercanvi de recursos entre individus i grups en una situació d'interacció, on els actors s'ofereixen entre ells recursos valuosos (Ap, 1992, p. 668). Quan s'aplica a les percepcions del turisme, aquesta teoria estableix que els residents avaluen el turisme en termes de l'intercanvi social que comporta; és a dir, en funció dels beneficis esperats o dels costos produïts, a canvi dels serveis que es presten i dels recursos que s'aporten a l'intercanvi (Ap, 1992; Madrigal, 1993; Jurowski *et al.*, 1997; Gursoy *et al.*, 2002; Sharpley, 2014).

La teoria de l'intercanvi social va ser desenvolupada des de diverses disciplines, com la psicologia o la sociologia. Han destacat en aquest àmbit les aportacions d'Homans, Thibaut, Kelley i Blau (Emerson, 1976). En el camp de la psicologia, la teoria de l'intercanvi social va ser emprada com una teoria econòmica, en l'àmbit de la psicologia social de grups. Destaquen per la seva contribució Thibaut i Kelley (1959) que l'entenen

com una teoria sociològica general interessada en la comprensió de l'intercanvi de recursos entre individus i grups, en una situació d'interacció.

Des d'una perspectiva sociològica, ha estat analitzada per Homans (1961) i Blau (1964). Per a Homans, tota conducta humana social és un intercanvi; és a dir, una relació entre dues persones tindrà lloc si ambdues esperen obtenir recompenses i es mantindrà si les seves esperances es confirmen. En aquest sentit, el nombre d'activitats a intercanviar és pràcticament il·limitat. Ara bé, per Blau (1964), no totes les conductes socials constitueixen un intercanvi, només aquelles que intencionadament el busquen. Per aquest sociòleg, l'intercanvi social està constituït per les accions voluntàries dels individus que obeeixen als resultats que s'espera que proporcionin i que, per norma general, proporcionen (Blau, 1964).

D'acord amb Emerson (1976), l'intercanvi social no és una teoria sinó més aviat un marc de referència on moltes teories (micro i macro) dialoguen entre si, sigui com a argument o com a suport mutu. Per tant, per aquest sociòleg l'intercanvi social és un marc de referència que pren com a focus el moviment de coses preuades, a través del procés social on els recursos només continuaran fluint si s'obté un rendiment valuós.

A partir de les diferents aportacions que configuren la teoria de l'intercanvi social, Ap (1992) fa referència tant a les motivacions per iniciar l'intercanvi com als antecedents i situació de distribució dels recursos; per tant, els residents intercanviaran amb els turistes quan puguin obtenir beneficis sense incórrer en costos inacceptables, donat que la major part de les transaccions humanes poden ser enteses com una forma d'intercanvi de mercat.

En el context turístic, la teoria de l'intercanvi social especifica l'intercanvi de recursos tangibles o intangibles que es poden produir entre residents i turistes -amfitrió-turista- (Andriotis i Vaughan, 2003). El supòsit subjacent de l'intercanvi és que els actors es comporten de manera que maximitzen les recompenses i minimitzen els costos que experimenten. Mentre el patró d'intercanvi es percep com a equitatiu, ambdues parts continuaran involucrant-se en la relació. Per exemple, els residents contribueixen al benestar d'una comunitat mitjançant la seva implicació en el sector turístic, ja sigui activament (ocupació, planificació) o passivament (tolerant els inconvenients relacionats amb el turisme, atorgant hospitalitat als turistes), en bescanvi pels beneficis econòmics rebuts per la comunitat, derivats de la mateixa indústria turística (Madrigal, 1993).

En el marc de les actituds dels residents envers el turisme, i emprant la teoria de l'intercanvi social, hi ha un bloc d'investigadors que tenen com a objectiu analitzar la percepció dels residents sobre els impactes del turisme i les relacions entre aquestes percepcions i les variables predictorres. En els seus estudis inclouen, entre d'altres, el rol del turisme en l'economia local, el nivell de desenvolupament turístic, els beneficis personals que es poden obtenir i la vinculació amb l'activitat turística i amb la comunitat (Andriotis i Vaughan, 2003; Bujosa i Rosselló, 2007; Fredline i Faulkner, 2000; Liu i Var, 1986; Madrigal, 1993).

També hi ha un seguit d'investigadors que han centrat el seu treball en avaluar les actituds dels residents i vincular-les amb els impactes percebuts (Bruno i Courtney, 1999; Ko i Stewart, 2002; Látková i Vogt, 2012; Liu i Var, 1986; Madrigal, 1995; Tomljenovic i Faulkner, 2000; Tosun, 2002). En aquest àmbit es poden identificar tres elements principals del procés d'intercanvi: l'econòmic, l'ambiental i el sociocultural. Per tant, la manera en què els residents perceben els elements econòmics, socioculturals i ambientals de l'intercanvi, afecta la forma en què reaccionen al turisme. Així, segons Gutiérrez (2010), és essencial estudiar com percep la població local els impactes en aquells indrets que són destins turístics. Els investigadors han agrupat els impactes, beneficis i costos en tres categories: econòmics, socioculturals i ambientals (Andereck *et al.*, 2005; Andereck i Vogt, 2000; Andriotis i Vaughan, 2003; Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy i Rutherford, 2004).

Des del punt de vista econòmic, la teoria de l'intercanvi social està associada amb la teoria de la màquina de créixer que suggereix que els residents que poden beneficiar-se econòmicament del turisme (principalment els propietaris de terres i els inversors locals) són més favorables envers l'activitat turística (Andriotis i Vaughan, 2003). No tots els autors són de la mateixa opinió, ja que, segons Almeida *et al.* (2015), la contribució d'aquesta teoria per explicar les actituds dels residents es manté incerta i d'altres autors com Andereck *et al.* (2005) i Sharpley (2014) han posat en dubte aquest marc teòric per explicar els factors que influeixen en les percepcions dels residents.

La teoria de la representació social suposa que són les representacions socials, concebudes com a expressions individuals d'acord o desacord envers el turisme, les que determinen les actituds dels individus (Andriotis i Vaughan, 2003). Moscovici (1984, citat per Andriotis i Vaughan, 2003) exposa que les representacions socials han d'anar

l·ligades a grups socials específics. Per tant, primer s'han d'identificar els grups comunitaris, amb l'objectiu d'intentar entendre les seves percepcions. Tres són les principals fonts de representació social: l'experiència directa, la interacció social i els mitjans de comunicació (Gutiérrez, 2010). Les representacions socials són compartides per grups d'una mateixa societat, malgrat que no tots els grups estiguin uniformement cohesionats (Fredline i Faulkner, 2000).

La teoria de la representació social prové del treball de Moscovici (1988) i dona una explicació a com les persones entenen el món al seu voltant; el món està construït per coneixements, imatges, valors i significats sobre la realitat. Aquesta construcció arriba a través de diferents canals: les experiències directes que creen informació de primera mà; la interacció social, com les famílies, els col·legues i els amics; i el mitjà pel qual és transferida, per exemple imatges, valors i significats (Lundberg, 2015).

La teoria de la representació social és la base dels estudis sobre l'actitud dels residents, en els què s'identifiquen clústers amb una percepció comuna, a través de l'anàlisi de les reaccions de la comunitat al turisme. Malgrat es poden identificar els diferents grups comunitaris, el consens de cada grup és difícil. A més, les representacions socials han estat criticades pel seu caràcter ambigu i la seva absència de límits clars (Andriotis i Vaughan, 2003). Segons Almeida *et al.* (2015) la teoria de la representació o la teoria de la dependència no han provat la seva validesa o efectivitat per proveir un marc adequat per explicar les actituds dels residents envers el turisme.

Segons Brougham i Butler (1981), l'actitud dels residents, les seves percepcions i responsabilitats per experimentar beneficis o costos lligats al turisme, varien segons les característiques individuals. Els impactes del turisme són multifacètics; resulta evident que l'activitat turística pot aportar beneficis considerables a determinats sectors de la població i, per tant, que alguns residents d'una zona puguin recolzar amb entusiasme el seu desenvolupament i creixement, presumiblement sense límits encara definits (Brougham i Butler, 1981; Lundberg, 2015). En conseqüència, la segmentació de la població realitzada en funció de les seves percepcions, utilitzada en l'anàlisi de clústers, il·lustra l'heterogeneïtat de la comunitat local (Fredline i Faulkner, 2000).

Hi ha estudis que han segmentat els grups, com el de Davis *et al.* (1988), mitjançant l'anàlisi de clústers a Florida, on es van identificar cinc segments. El primer grup,

anomenat *lovers* (20%), tenia una visió molt positiva del turisme; el segon, els *haters* (16%) es va caracteritzar per opinions extremadament negatives pel que fa al turisme i als turistes; el tercer, *cautious romatics* (21%), es van mostrar positius pel que fa al turisme, però també remarcaven alguns aspectes negatius, amb una postura anticreixement; el quart, els *in-betweeners* (18%), es mantenien amb opinions moderades, semblants al grup anterior, però més favorables al creixement; finalment, el grup *love 'em for a reason*, (26%), eren individus favorables al turisme, malgrat que la seva reacció semblava impulsada per l'apreciació dels seus beneficis econòmics.

Aquest estudi tenia en compte variables demogràfiques, com edat, sexe, temps de residència, nivell d'educació, ocupació i el fet que algun membre de la família treballés a la indústria turística. Aquest darrer element, utilitzat per detectar diferències entre els membres del clúster, no va resultar estadísticament significatiu. Per contra, les variables relacionades amb si l'enquestat va néixer a Florida i el grau de coneixement de l'impacte del turisme en aquest Estat, van resultar significatives. Es va trobar que la major part dels *haters* eren nadius de Florida i tenien un baix nivell de coneixement sobre el turisme al seu Estat, mentre que els no nadius amb un alt coneixement turístic s'identificaven com a *lovers* (Davis *et al.*, 1988).

S'han realitzat estudis posteriors com el d'Evans (1993, citat per William i Lawson, 2001) i el de Ryan i Montgomery (1994), que aporten conclusions similars al de Davis *et al.* (1988). El de Ryan i Montgomery (1994), fet a Anglaterra, dona resultats similars al de Florida, sense diferències estadísticament significatives entre clústers, però amb algunes diferències en funció de variables demogràfiques individuals, com presència de fills i temps de residència. L'estudi d'Evans (1993, citat per William i Lawson, 2001), dut a terme a Nova Zelada amb una enquesta telefònica a 1.485 persones, constata diferències significatives, a escala estadística, entre els diferents clústers. Una de les possibles raons d'aquesta divergència entre els resultats d'aquesta recerca i la d'Evans podria ser el poder addicional estadístic guanyat a través d'una mostra més ampla (Williams i Lawson, 2001).

Madrigal (1995), que fa una anàlisi de clústers en dues ciutats diferents, afirma que les grans percepcions dels aspectes positius i negatius del turisme coexisteixen entre les dues ciutats. Es van identificar tres grups com a *realists*, *haters* i *lovers* del turisme. La ciutat

de residència va jugar un paper insignificant en la predicció de les actituds, malgrat les diferències culturals i poblacionals entre les dues ciutats. A més, Madrigal (1995) conclou que existeixen segments de població amb percepcions diferents en una mateixa comunitat i que cada grup té distintes expectatives pel que fa al rol del govern en el desenvolupament turístic. En aquest sentit, afirma que s'hauria d'afavorir el procés participatiu en la planificació, involucrant els residents.

No obstant això, en l'estudi d'Andriotis i Vaughan (2003), sobre la percepció de quatre ciutats de Creta, es van agrupar els resultats en clústers utilitzant, com a teoria per a definir-los, la representació social. Segons els autors, les troballes del procediment d'agrupació no resultaven coherents ni inequívocues, en comparació amb les troballes d'anteriors enquestes que havien adoptat mètodes estadístics similars. Exposen, que en el cas de Creta, els resultats de l'anàlisi de clústers va ser poc clar i força difícil d'interpretar. Amb l'excepció dels que estan totalment a favor, hi ha una dificultat en els altres dos clústers, perquè mostren diferents nivells de suport o d'hostilitat envers els impactes. Malgrat això, conclouen que, dins de les comunitats, hi ha segments que expressen diferents nivells de suport/preocupació pels impactes del turisme (econòmics, ambientals i socioculturals) (Andriotis i Vaughan, 2003, p. 183).

2.5.2 Els impactes percebuts de l'activitat turística

La teoria de l'intercanvi social s'utilitza per explicar les percepcions positives i negatives de les comunitats d'acollida (Andereck *et al.*, 2005; Andriotis, 2005; Jurwoski *et al.*, 1997, Wang i Pfister, 2008). Existeix una relació causal entre les percepcions dels residents locals sobre els beneficis i costos de l'activitat turística que condicionen el seu suport al desenvolupament turístic. D'acord amb Gursoy *et al.* (2002) i Gursoy i Rutherford (2004), les reaccions dels residents envers el turisme han estat estudiades extensament i els resultats suggereixen que els residents estan influïts per l'impacte del turisme en tres categories bàsiques de beneficis i costos: econòmics, ambientals i socials. D'aquestes categories depèn la sostenibilitat del desenvolupament turístic, d'acord amb les tres dimensions de la sostenibilitat (Huynh, 2018).

En general, els residents d'una gran diversitat de comunitats perceben el turisme de manera positiva. Això no implica que no estiguin preocupats pels impactes negatius que

pugui tenir a les seves comunitats, encara que les preocupacions específiques variïn segons la comunitat (Andriotis i Vaughan, 2003).

A les destinacions madures, la viabilitat es lliga a les actituds socials i polítiques que mostra la comunitat local i el nivell de satisfacció expressat pels residents en el procés de desenvolupament i gestió de l'activitat turística. A la literatura especialitzada, molts models procuren explicar o predir les actituds i comportaments dels residents, en funció de l'increment del nombre de turistes en una destinació (Almeida-García *et al.*, 2020). Els més coneguts són els models de Doxey (1975) i Butler (1980), que mostren els problemes a què han de fer front les destinacions madures, com la irritabilitat de la població i la competitivitat.

Cal tenir en compte que les percepcions o actituds no han de ser considerades com a sinònim d'una intenció d'actuar. D'aquesta manera, Sharpley (2014) suggereix que, contràriament al que seria imaginable per part dels residents amb actituds negatives envers el turisme, dels quals s'esperaria que retiressin el seu suport o esdevinguessin antagònics envers aquesta activitat, pot no arribar a produir-se mai aquesta relació causal. Per tant, els residents podrien no estar satisfets amb uns impactes particulars del turisme, però això no implicaria necessàriament l'adopció d'accions o actituds en conseqüència.

La població d'acollida acostuma a reconèixer els beneficis econòmics del turisme, essent la dimensió econòmica la principal causa d'actituds positives per part dels residents, mentre que els punts de vista negatius van associats als impactes socioculturals i ambientals (Almeida *et al.*, 2015; Andriotis i Vaughan, 2003; Liu i Var, 1986). La percepció positiva dels residents de qualsevol zona d'acollida es basa en el seu potencial de creació de llocs de treball, de generar ingressos, de millorar les infraestructures comunitàries, d'incrementar el nivell de vida i d'augmentar els ingressos fiscals (Andereck *et al.*, 2005; Andriotis i Vaughan, 2003; Choi i Sirakaya, 2006; Ko i Stewart, 2002; Liu i Var, 1986).

El turisme beneficia els residents perquè els possibilita oportunitats de crear negocis, així com instaurar xarxes locals de negocis (Liu i Var, 1986; Mc Gehhe i Andereck, 2004). Estadísticament, es constata, de forma reiterada, que els residents que es beneficien econòmicament del turisme es mostren més favorables envers l'activitat (Almeida *et al.*, 2015; Williams i Lawson, 2001).

L'estacionalitat acostuma a ser un dels ítems avaluats més negativament pels residents, segons Bujosa i Rosselló (2007). El turisme crea oportunitats, però obliga els residents a afrontar una irregularitat en el mateix període de l'any en què es necessita mà d'obra (Almeida *et al.*, 2015). També existeixen altres elements percebuts de manera negativa pels residents, com l'augment del cost de vida (Bujosa i Rosselló, 2007; Liu i Var, 1986).

Pel que fa al concepte de **capacitat de càrrega**, l'OMT (2018b) el defineix com el màxim nombre de persones que pot visitar una destinació turística al mateix temps sense causar una destrucció de l'entorn físic, econòmic o sociocultural i sense disminuir la satisfacció del turista. És a dir, és el punt d'inflexió que es dona quan el turisme ja no esdevé positiu per cap actor. Als anys seixanta del segle XX la capacitat de càrrega va ser usada com una aproximació teòrica per abordar els impactes negatius del turisme. Aquest plantejament va ser substituït pel turisme sostenible, com a eina teòrica (Saarinen, 2006). Malgrat que molts autors s'interroguen sobre si és realment una substitució, ja que ambdues idees són molt similars, prenent com a base el límit del creixement turístic (Butler, 1999; Saarinen, 2006).

S'ha reconegut que la teoria de la capacitat de càrrega és un enfocament útil per gestionar el creixement turístic; ara bé, el concepte s'ha qüestionat i les seves aplicacions s'han modificat (Muler *et al.*, 2018). Alguns autors han remarcat que centrar-se únicament en xifres turístiques pot resultar enganyós, ja que no s'han associat impactes específics amb un nombre particular de turistes (Manning *et al.*, 2002). Les xifres són menys importants que altres factors associats amb la visita, com el període, localització, tipus d'ús i actitud del visitant (Lindberg *et al.*, 1997).

La percepció bàsica estudiada en la capacitat de càrrega és la percepció de massificació (Muler *et al.*, 2018). Malgrat que alguns autors connecten la massificació amb una percepció negativa, aquesta consciència de massificació és una condició necessària, però no suficient perquè una persona vulgui marxar d'un indret. És a dir, la sensació de massificació pot ser un indicador d'una actitud en la qual la percepció d'un ús excessiu pot conduir, o no, a una situació negativa i a un canvi en el comportament.

Shelby i Haberlein (1986) van usar la percepció de massificació per determinar la capacitat de càrrega. Van establir que, si més de les dues terceres parts dels visitants deien que hi havia massificació, era probable que la capacitat s'hagués excedit. Ara bé, si menys

d'un terç sentia la sobre-massificació, l'àrea estava probablement per sota de la seva capacitat de càrrega. Es va fer un estudi aplicant la regla de Shelby i Haberleyn (1986), en el context dels residents que viuen en una ciutat Patrimoni, concretament a Oxford (Anglaterra) (Glasson, 1994). L'estudi va concloure que part de l'evidència suggeria que el turisme a Oxford estava prop de la seva capacitat màxima, atès que el 56% dels que van respondre sentien que el nombre de turistes era massa alt, el 41% correcte i gairebé ningú sentia que era massa baix (Glasson, 1994).

El turisme té un efecte en les característiques socioculturals de la societat d'acollida, ja que afecta hàbits, costums, vida social, creences i valors dels habitants del destí turístic. D'acord amb Almeida *et al.* (2015), les interaccions entre residents i turistes poden donar lloc a oportunitats socials i culturals, o bé generar sentiments com angoixa, pressió i congestió, que amenacen la seva identitat cultural i la seva realitat social.

En aquest sentit, els beneficis socials i culturals són percebuts com un avantatge pels residents (Muresan *et al.*, 2021), però amb un grau més baix que els econòmics. Els residents avaluen positivament que el turisme tingui una influència positiva en els serveis oferts a la comunitat i en les infraestructures públiques, així com en les activitats culturals (Andereck i Vogt, 2000). Al mateix temps, es reconeix que el turisme crea problemes com la sobresaturació dels serveis de la comunitat, la congestió del trànsit i els alts nivells de preus (Aguiló i Rosselló, 2005; Andereck *et al.*, 2005; Brunt i Courtney, 1999; Ko i Stewart, 2002; Látková i Vogt, 2012; Liu i Var, 1986). Per tant, els residents perceben impactes de caràcter sociocultural i ambiental, encara que, a escala global, siguin conscients de les implicacions positives i negatives del turisme i arribin a conclusions basades en les ponderacions que facin dels beneficis i costos (Andriotis i Vaughan, 2003). Ara bé, en l'estudi de Huynh (2018) els residents donen més importància als impactes socioculturals que als econòmics i ambientals.

Entre els diversos estudis duts a terme que avaluen els impactes ambientals percebuts de l'activitat turística, es demostren contradiccions en les opinions (Almeida *et al.*, 2015). El turisme pot degradar el medi ambient, ja que els visitants generen deixalles i pol·lució; les atraccions de recursos naturals poden patir usos impropis o un excés d'ús. A més, el subministrament de serveis turístics pot alterar l'aparença de l'entorn, així com les visites incontrolades i la sobreexplotació poden degradar els paisatges (Gutiérrez, 2010).

Segons Liu i Var (1986), els residents perceben que és més important la protecció del medi ambient que els beneficis econòmics que aporta el turisme, però no estan disposats a disminuir el seu elevat estàndard de vida per aconseguir aquesta finalitat. En l'estudi de Bujosa i Rosselló (2007) es conclou que els habitants dels municipis amb més densitat d'allotjaments turístics mostren una major tolerància envers els impactes ambientals produïts pel turisme.

2.5.3 Variables que influeixen en la percepció dels residents

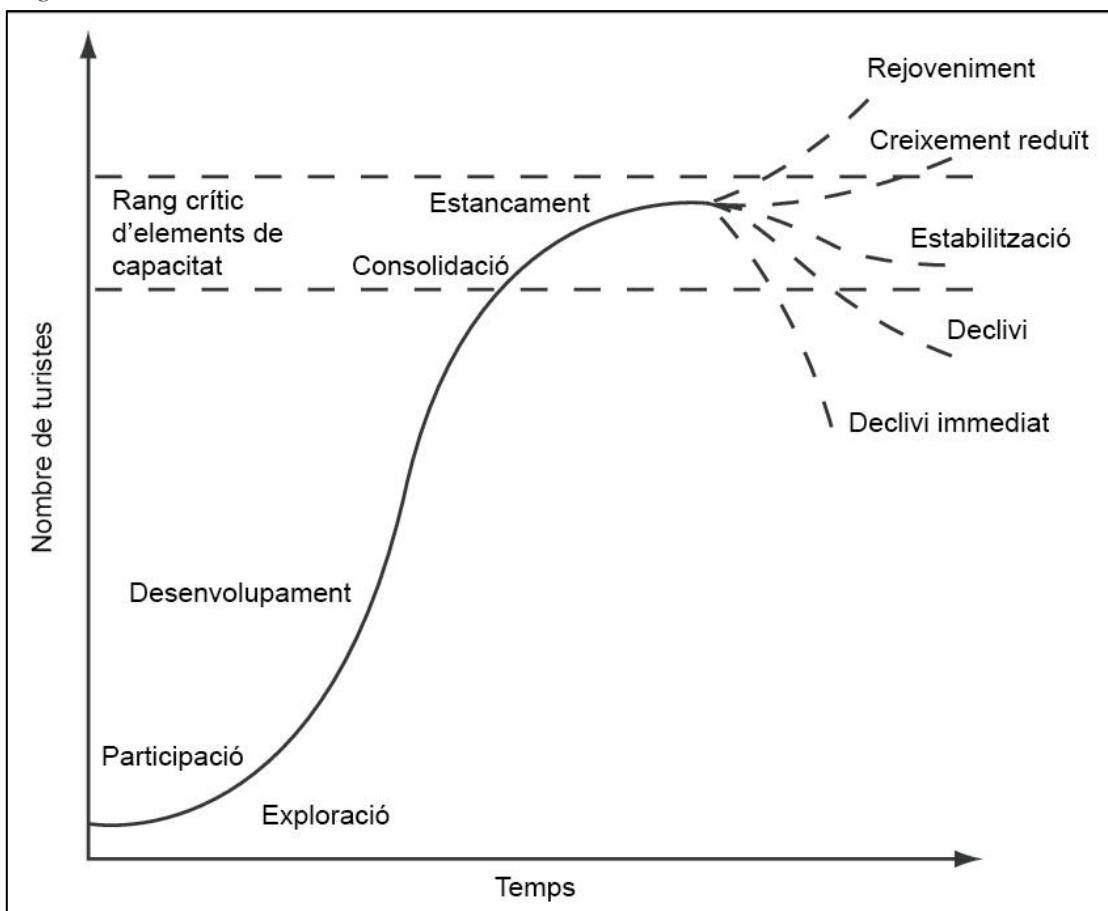
Les anàlisis de les actituds dels residents poden classificar-se, d'acord amb les tècniques estadístiques utilitzades, en bivariables (influència de factors únics), multivariables (influència de dos o més factors) i les que utilitzen les dues (Andriotis i Vaughan, 2003).

Cada resident tindrà envers el turisme una percepció i actitud individual i diferent dels altres, que dependrà de factors extrínsecs i intrínsecs. Els primers descriuen les característiques més properes a la comunitat local, oposats als segons que són externs a les característiques individuals dels residents (González *et al.*, 2019).

Pel que fa als factors únics, s'examinen tenint en compte la dicotomia extrínsec i intrínsec. Les variables **extrínseques** són les que afecten les reaccions dels residents a un nivell macro i que, consegüentment, tenen un impacte general en la comunitat (Andriotis i Vaughan, 2003; Fredline i Faulkner, 2000, p. 765). Aquestes variables extrínseques poden fer referència a l'estadi de desenvolupament turístic (Butler, 1980; Doxey, 1975), al tipus de turista rebut i a l'estacionalitat. Les fluctuacions temporals de la demanda són sovint considerades com la raó principal de les actituds positives o negatives envers els impactes del turisme; concretament, en temporada baixa, els residents tindran una aproximació més positiva del turisme (Andriotis i Vaughan, 2003; Vargas-Sánchez *et al.*, 2014).

Com s'aprecia en la figura 6, Butler (1980) identifica en el seu model de cicle de vida, sis estadis en l'evolució del turisme en un destí (exploració, involucració, desenvolupament, consolidació, estancament i declivi o rejuveniment). Les quatre primeres etapes fan referència a un procés de creixement, començant el decreixement gradual a partir de l'estancament. Les etapes finals varien en funció dels escenaris possibles, que poden ser el rejuveniment, l'estabilització o el declivi.

Figura 6 Model de cicle de vida de Butler



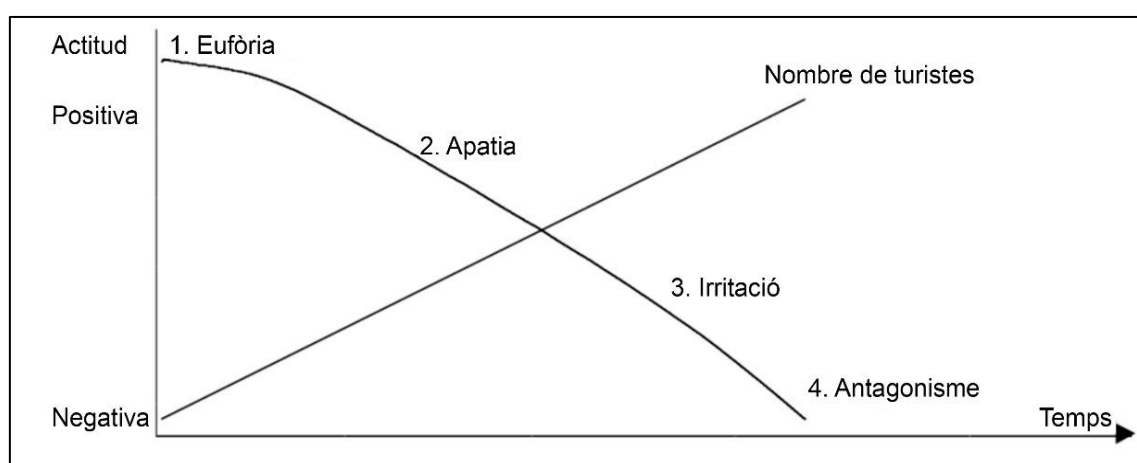
Font: Adaptat de Butler (1980).

A major grau de desenvolupament turístic, quan més s'acosta un destí als estadis finals del cicle de vida és el moment en el qual està més definida l'actitud relativa als impactes del desenvolupament turístic (Butler, 1980). Els residents de ciutats amb desenvolupament turístic extensiu perceben els impactes, positius i negatius, més fortament que els residents de les ciutats menys desenvolupades (Madrigal, 1993). Sembla que les conseqüències de viure amb turisme diari fa que els residents siguin més conscients dels aspectes positius i negatius del desenvolupament turístic (Almeida *et al.*, 2015).

Lundberg (2015), en la seva recerca, combina el cicle de vida de Butler (1980) amb una segmentació, cosa que permet disposar d'un marc per entendre l'heterogeneïtat de la comunitat local, en termes d'actitud, envers el desenvolupament turístic. Ara bé, d'acord amb Almeida *et al.* (2015), els diversos estudis que s'han centrat en l'etapa del cicle de vida no han arribat a conclusions similars.

Ryan i Montgomery (1994) i Sharpley (2014) exposen que l'Irridex, el model d'actitud de Doxey (1975), que es mostra a la figura 7, que descriu el canvi de les actituds en els residents que passen de l'eufòria a esdevenir antagoniques, ha estat criticat per descriure una actitud homogènia i lineal de tota la comunitat, que a la pràctica no existirà. Molt sovint s'expliquen conjuntament el model de cicle de vida de Butler (1980) i el d'actitud de Doxey (1975).

Figura 7 Model de Doxey



Font: Adaptat de Doxey (1975).

A més, diversos estudis en destins madurs (Andriotis i Vaughan, 2003; Liu i Var, 1986) conclouen que l'actitud dels residents és la de recolzar el turisme i tenir una actitud positiva, el que contradiu el model de Doxey (1975), segons el qual haurien de tenir una actitud contrària. Doxey (1975) afirma que les fases inicials del turisme es caracteritzarien per tenir un predomini d'actituds positives, on els turistes serien rebuts amb eufòria i es produiria molt contacte entre aquests i els residents. Aquesta fase inicial donaria pas a l'apatia, quan el volum de turistes augmenti i cada vegada interactuïn menys amb els residents. Si el desenvolupament turístic es manté, sobrepassant el límit de tolerància de la població, es podria arribar a veure com una amenaça o amb irritació. Aquest punt podria acabar en una darrera fase d'antagonisme, on els visitants són considerats com els causants dels problemes de la comunitat i el malestar s'expressa obertament.

Les principals variables **intrínseques** que han estat comprovades per diversos investigadors són la distància a la qual viuen els residents de zones turístiques i/o el temps que porten residint, factors que són capaços d'explicar les actituds dels residents. A més, com s'ha suggerit anteriorment, al respecte de la teoria de l'intercanvi social, les actituds

positives dels residents es deuen molt sovint a la seva situació econòmica i/o dependència laboral del turisme. Només alguns dels estudis realitzats han trobat que els factors intrínsecs de gènere, edat, educació i ingressos permeten entendre les variacions d'actituds en relació amb el turisme (Andriotis i Vaughan, 2003).

Les variables sociodemogràfiques, que són intrínseques, s'utilitzen, quan és possible, per descriure diferències entre grups de la comunitat local (Lundberg, 2015). Es troben divergències en funció de si els individus han nascut en el destí turístic objecte d'estudi (Brougham i Butler, 1981) i en funció dels seus ingressos (Aguiló i Rosselló, 2005). El nivell d'educació es va tenir en compte en el treball d'Andriotis i Vaughan (2003), que va donar com a resultat que els residents amb estudis superiors eren més crítics amb els impactes del turisme que els que tenien un nivell inferior d'estudis. Els residents que treballen a la indústria turística tenien una actitud diferent d'aquells que no hi treballen (Fernández *et al.*, 2021); aquesta actitud pot variar segons el temps que porten residint i l'edat (Brougham i Butler, 1981). També aquells que viuen en una zona altament densificada tenen una actitud menys tolerant que aquells que viuen al perímetre de la zona turística (Ryan i Montgomery, 1994), o aquells que viuen en un destí de sol i platja tindran una actitud menys positiva que els residents de destinacions d'interior (Gómez i Martín, 2019). La importància dels factors sociodemogràfics no és generalitzable, però ajuda a contextualitzar, en funció del destí estudiat i el tipus de desenvolupament turístic.

Igualment, han estat investigades les actituds dels residents de les zones turístiques, mitjançant enfocaments de múltiples factors que, a diferència dels d'un sol factor, examinen més d'una variable simultàniament. Els estudis de múltiples factors reconeixen que les actituds dels residents estan formades per percepcions positives i negatives de les implicacions econòmiques, socials i ambientals del desenvolupament turístic. En la bibliografia sobre turisme, hi ha dues tècniques principals per examinar les actituds de la comunitat utilitzant múltiples factors: l'anàlisi factorial i l'anàlisi de clústers (Andriotis i Vaughan, 2003).

L'objectiu principal de l'anàlisi factorial és examinar les interrelacions entre un gran nombre de variables (mètriques), condensant-les en un conjunt més petit de components (factors), amb una pèrdua mínima d'informació per descobrir la base de patrons.

Tanmateix, cada factor conté variables correlacionades entre si. L'anàlisi de clústers ha estat explicat amb la teoria de les representacions socials.

2.5.4 Limitacions dels estudis sobre la percepció dels residents

Sharpley (2014) analitza els estudis sobre la percepció dels residents i enumera les següents limitacions:

- La major part de la investigació es fa sota forma d'enquestes, en localitats que varien significativament en termes generals (geogràfics, econòmics, socioculturals), i en relació amb el turisme (naturalesa, escala, fase de desenvolupament). Per tant, és habitual trobar resultats molt diferents en estudis que, fins i tot, utilitzen enquestes similars.
- Els destins turístics són dinàmics, s'adapten i es transformen als canvis de l'oferta i la demanda.
- El turisme també és un concepte dinàmic; per tant, les percepcions de la gent envers aquest fenomen evolucionen.
- La major part d'estudis consideren les percepcions dels residents en un moment particular del temps. Per tant, són rellevants pels objectius de la recerca en un període concret, però deixen de ser-ho en un context històric. No hi ha evidències que suggereixin com les actituds i respostes dels residents evolucionen o es transformen amb el decurs del temps.
- Manquen estudis longitudinals, no només sobre com canvien les actituds dels residents amb el temps, sinó com ho fan les seves respostes.

D'acord amb Brougham i Butler (1981), una investigació ideal dels efectes socials, culturals i econòmics de la indústria turística s'hauria de fer abans, durant i després d'aparèixer els visitants, encara que els autors estan d'acord que resulta gairebé impossible dur-la a terme, donada la incertesa de preveure el creixement de la indústria.

Ap (1990) identifica la manca d'un marc teòric integral com un problema i una limitació en els avenços del coneixement de les actituds dels residents envers els impactes del turisme. Almeida *et al.* (2015) consideren que, actualment, aquesta qüestió no està resolta i que, d'acord amb la diversitat de contextos en el desenvolupament turístic, és difícil

aconseguir un marc general i integral que pugui ser extrapolat a centenars de destins, cada un amb les seves característiques i peculiaritats.

Cal tenir en compte la complexitat d'aquest camp d'estudi on no hi ha consens acadèmic que permeti extrapolar conclusions significatives o compartir estàndards metodològics o teòrics. Això és degut, entre altres coses, a la gran varietat de contextos de cada cas d'estudi, a les diferents cultures involucrades, a les realitats inherents a cada destinació i als seus estats respectius en el cicle de vida del producte turístic (Moreira *et al.*, 2022). S'han dut a terme diferents models i s'han adaptat diferents teories, amb resultats contradictoris, sense arribar a cap consens acadèmic; aquestes diferències s'han d'atribuir a les característiques úniques de la població estudiada (Almeida *et al.*, 2015).

Capítol 3. Àmbit de la recerca. El turisme al Principat d'Andorra

Aquest capítol s'estructura en tres apartats. En primer lloc, es presenta la caracterització del turisme a Andorra a partir del nou mil·lenni. En aquest subapartat s'examinen dades d'afluència turística, motiu de la visita, la influència d'aquesta activitat en el sector comercial i dades relatives a l'oferta d'allotjament turístic. En segon lloc, s'aborda la gestió i planificació de l'activitat turística, fent especial incís en els impactes territorials que produeix. Per acabar, s'examina l'especialització turística d'Andorra al voltant del recurs de la neu, des dels seus inicis fins a l'actualitat, fent incidència en els reptes que ha d'afrontar.

3.1 Caracterització turística. El turisme en el nou mil·lenni

El turisme de masses que s'instaura al país a la dècada dels anys seixanta del segle passat es va orientar, preferentment, envers el comerç, amb l'atractiu afegit dels esports d'hivern. Amb l'arribada del nou mil·lenni, Andorra, per fer front a l'estacionalitat i a la competència d'altres destins, busca oferir un producte atractiu i diversificar la seva oferta per allargar l'estada dels turistes, així com atraure un turisme més qualitatiu que quantitatiu. Cal assenyalar que l'impacte del turisme sobre l'economia andorrana és molt rellevant, ja que influeix fortament en la majoria de sectors econòmics, especialment en el comerç, les activitats lúdiques i esportives i la construcció.

Amb el nou mil·lenni, el model turístic del país presenta signes avançats de maduresa, fet que ha comportat la necessitat de diversificar l'oferta per adaptar-se a les necessitats i gustos dels visitants, indissociables de les transformacions socials i econòmiques inherents al procés globalitzador i les noves tecnologies (Garcia-Lluelles i Lluelles, 2022). Actualment cal tenir present que el consumidor prioritza no només els serveis rebuts sinó l'experiència viscuda. Sobre aquesta base, el país afronta el repte de gestionar i planificar l'activitat turística per tal que sigui beneficiosa per a la societat en general, que segueixi creant riquesa i sigui sostenible i duradora en el temps. L'activitat turística exerceix un impacte directe sobre els sectors de l'hoteleria i la restauració que, segons xifres oficials, representen el 7,16% del VAB andorrà, mentre que el sector comercial assoleix el 16,3% (Dept. d'Estadística, 2023). El sector serveis ocupa el 85,9% de la mà d'obra assalariada nacional, on destaca el sector comercial amb el 21,3% del total dels

treballadors, sector que concentra la proporció més elevada de mà d'obra assalariada, mentre que l'hoteleria ocupa el 12,5% del total nacional (Dept. Estadística, 2023).

Com diu Lluelles (2022), el posicionament d'Andorra com a destí turístic reconegut, és el resultat d'un llarg camí que ha exigut l'adaptació a les circumstàncies de cada moment on l'activitat turística ha esdevingut una part inherent i constitutiva de l'Andorra actual, capaç de modificar el territori, canviar els paisatges, les economies locals, les polítiques públiques i la forma de pensar dels ciutadans.

3.1.1 Afluència turística

Cal assenyalar que, tot i que el país ingressa a l'OMT l'any 1995, fins el 1999 no es disposa de les primeres estadístiques oficials sobre turisme, confeccionades amb criteris moderns. A partir d'aquesta data, s'han fet servir tres metodologies diferents en la recollida de la informació, corresponents als anys 2002, 2009 i 2012, fet que dificulta una anàlisi comparativa dels períodes.

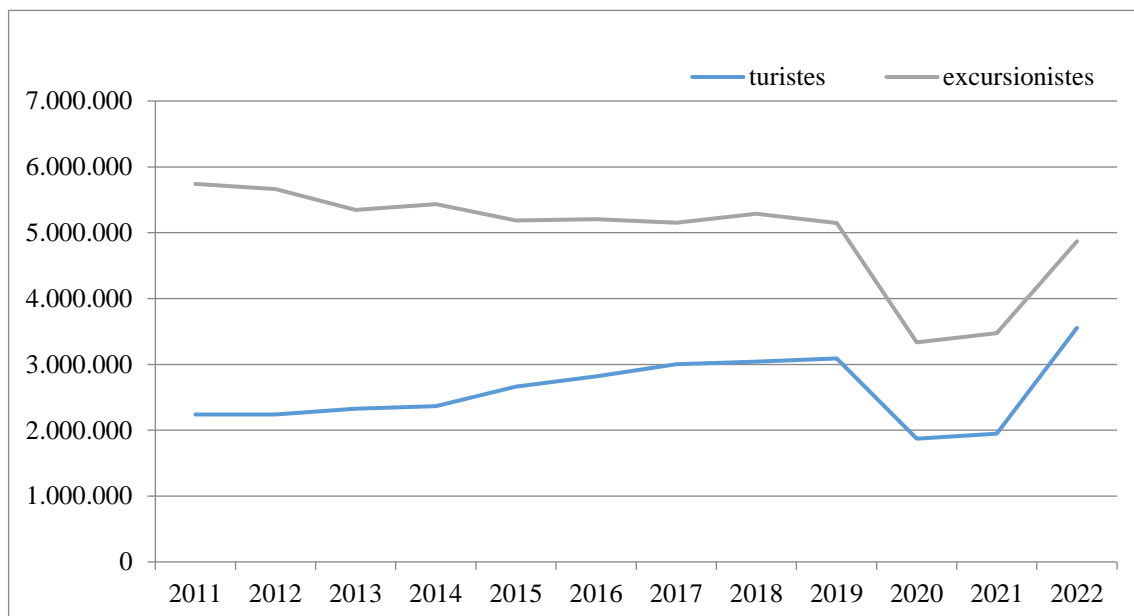
S'ha optat per treballar les sèries de dades d'afluència recollides d'acord amb la metodologia del 2012, donat que tenen continuïtat fins a data d'avui; aquesta metodologia segueix un procediment de recollida diferent a les anteriors i no inclou els treballadors fronterers com succeïa en les series precedents. En conseqüència, la informació que proporciona el Departament d'Estadística del Govern d'Andorra tan sols permet veure el comportament de l'afluència, la procedència i la tipologia turística, de manera fiable, a partir de l'any 2012.

La xifra de visitants és el resultat de sumar la xifra de turistes -els que pernocten- i la dels excursionistes -estades de menys de 24 hores. En el període 2011-2022, la proporció de turistes s'incrementa respecte a la d'excursionistes, malgrat que aquests continuen sent molt més nombrosos que els turistes, com succeeix d'ençà que Andorra es nodreix del fenomen del turisme de masses.

Les sèries estadístiques que figuren en els gràfics inclouen valors fins a l'any 2022 i s'inicien a partir del 2000 o més endavant, en funció de la disponibilitat de les dades. Cal assenyalar que, per evitar les distorsions produïdes per la pandèmia de la Covid-19, s'han comparat els valors actuals amb els de l'any 2019, per ser el darrer any amb xifres de

visitants abans de la pandèmia i, per tant, reflecteix amb més fidelitat la realitat turística del país.

Figura 8 Afluència turística total, 2011-2022

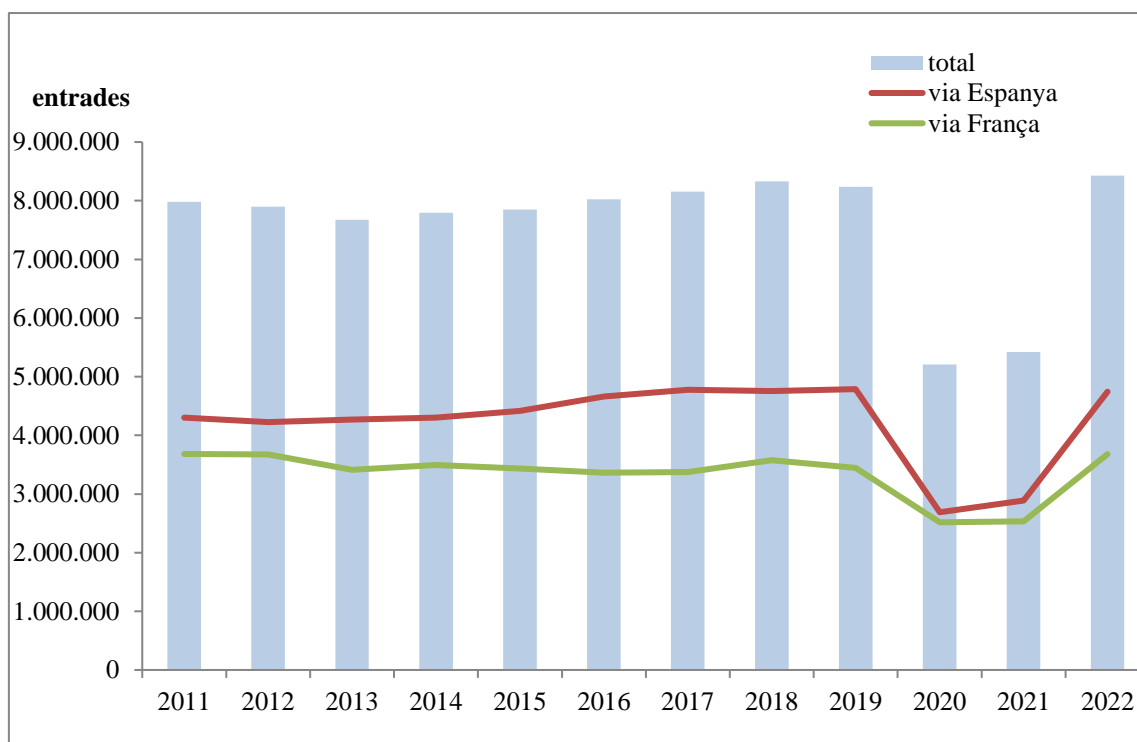


Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

La figura 8, relativa a l'afluència turística del període 2011-2022, mostra dues sèries corresponents a les entrades de turistes i excursionistes. Com a conseqüència de les restriccions produïdes per la pandèmia de la Covid-19, que va comportar tancaments fronterers en moments puntuals, l'afluència decreix, per situar-se al punt més baix l'any 2020. Cal remarcar que la reducció produïda per la pandèmia va ser més intensa entre els excursionistes que entre els turistes. Si se sumen els valors anuals de les dues sèries, es comprova que el valor màxim d'entrades turístiques correspon a l'any 2022, amb 8.426.708 persones, situant-se lleugerament per damunt dels valors de l'any 2018 i 2019.

Dels visitants de l'any 2022, 4.871.612 són excursionistes, equivalents al 57,8% del total i un 42,2% turistes, amb 3.555.096 persones. Pel que fa a la nacionalitat dels turistes, predominen els espanyols, amb el 63,8%, seguits dels francesos, amb el 17,9% del total. Per contra, tan sols, el 31,5% dels excursionistes són espanyols, mentre que els francesos, amb gairebé tres milions de persones, representen el 60,6%. El pes de les altres nacionalitats és únicament d'un 7,8% pels excursionistes i un 18,4% pels turistes. Les xifres demostren que el turisme que predomina a Andorra és estranger, però de proximitat.

Figura 9 Entrada de visitants per frontera, 2011-2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Com s'observa a la figura 9, relativa a l'entrada de visitants per frontera, en el període 2011-2022, predominen les entrades procedents d'Espanya, com ha estat gairebé sempre, llevat dels primers anys de la dècada dels anys setanta del segle XX. El predomini de la frontera hispanoandorrana es manté, en el decurs del període 2011-2022, amb valors que oscil·len entre el 52% i el 59% del total de les entrades.

Pel que fa a la procedència, la major part dels turistes, el 80,6% l'any 2022, entren al país per la frontera hispanoandorrana i tan sols el 19,4% ho fa per la frontera francoandorrana. En canvi, el 61,4% dels excursionistes accedeixen des de França, mentre que el 38,6% ho fa des d'Espanya (Dept. d'Estadística, 2022). Els efectes de la pandèmia i les diferents mesures adoptades pels països veïns, principals emissors del turisme andorrà, provoquen que l'afluència dels anys 2020 i 2021 presenti valors força similars entre les dues fronteres.

En relació amb el tipus de transport, la major part de visitants accedeixen amb vehicle privat, com ho evidencien les dades de l'any 2022, on un 80,9% dels visitants ho feien

amb vehicle particular, un 13,1% amb autobús, un 4,5% amb caravana i un 1,4% amb moto.

Taula 8 Pernoctació mitjana (nombre de nits), 2011-2022

2011	2012	2013	2014	2015	2016
2,8	2,8	2,8	2,7	2,9	2,7
2017	2018	2019	2020	2021	2022
2,7	2,8	2,7	2,4	2,5	2,8

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

La pernoctació mitjana dels turistes, en el període 2011-2022, descrita a la taula 8, assolix el seu valor màxim l'any 2015, amb 2,9 nits de mitjana. El valor més baix de la sèrie correspon a l'any 2020, amb 2,4 nits de mitjana, valor que de ben segur es va veure afectat per les restriccions imposades en matèria de mobilitat, com a conseqüència de la pandèmia de coronavirus. Acabada la crisi sanitària, es reprenen els valors anteriors.

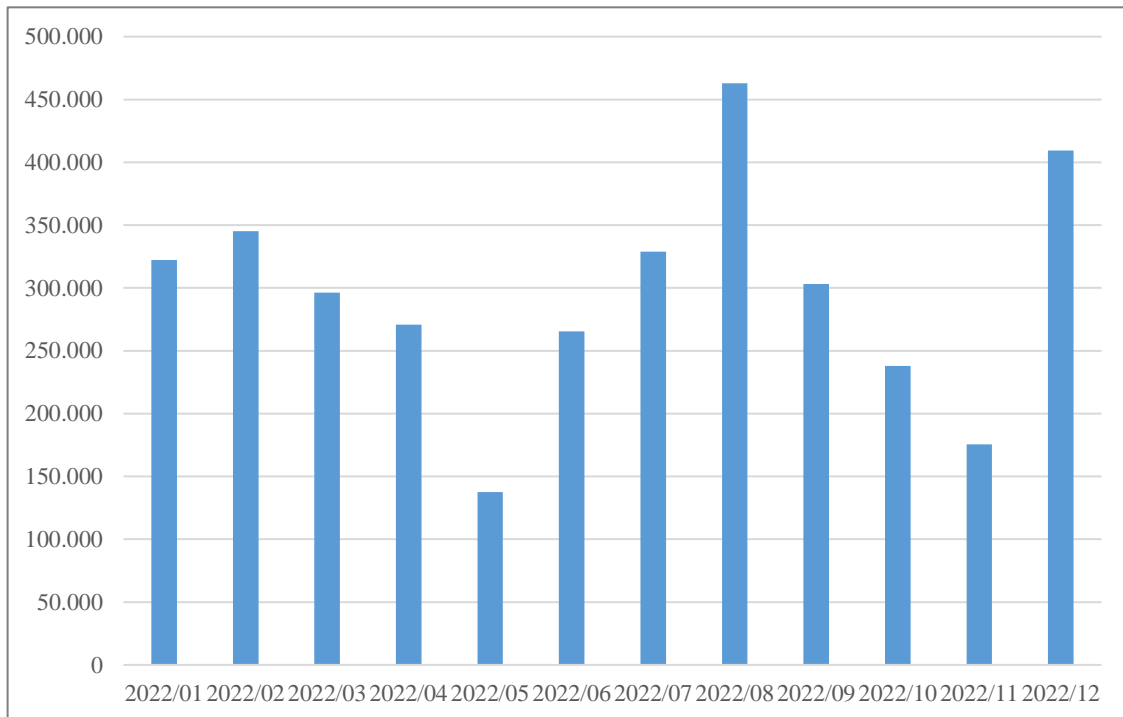
Taula 9 Distribució mensual dels visitants, any 2022

Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny
634.912	611.365	565.812	619.431	448.792	792.590
Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
845.856	1.140.020	742.614	652.321	622.184	750.811

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Com s'observa a la taula 9, relativa a la distribució mensual de l'afluència turística l'any 2022, l'agost és el mes en què s'ha rebut un major nombre de visitants, amb més d'un milió d'entrades, el que representa un 13,5% del total de l'any. Segueixen en importància els mesos de juliol i de juny. La resta de mesos presenten valors similars, sent el mes de maig el de menys afluència, amb un 5,3%. D'aquestes xifres es pot concloure que els visitants es reparteixen durant tots els mesos de l'any, sense una estacionalitat molt marcada, si s'exceptua el predomini dels mesos d'estiu.

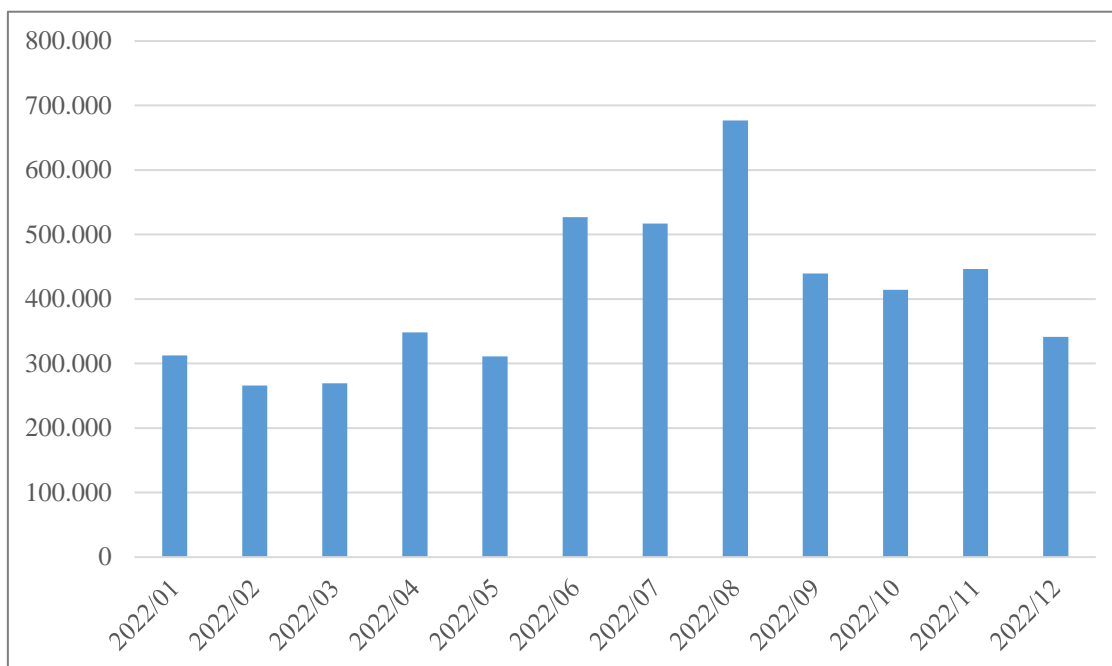
Figura 10 Distribució mensual dels turistes, any 2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Ara bé, si es té en compte la distribució mensual dels turistes de l'any 2022, com es desprèn de la figura 10, s'observa que aquest grup presenta una estacionalitat més marcada. Aquest any van arribar un total de 3.555.096 turistes, sent el mes d'agost el de màxima afluència, amb un 13% del total. El segueixen els mesos d'hivern, coincidint amb la temporada de neu, que presenten xifres destacades i un comportament regular, amb xifres superiors als 320.000 turistes per mes, que suposen gairebé la meitat dels de l'any. Finalment, el mes de juliol també presenta una afluència elevada, amb 328.788 turistes, mentre que la resta de mesos són clarament inferiors als comentats.

Figura 11 Distribució mensual dels excursionistes, any 2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Pel que fa a la distribució mensual dels excursionistes, durant l'any 2022, que es mostra a la figura 11, presenta clares diferències amb la distribució dels turistes entrats el mateix any, quan van entrar al país un total de 4.871.612 excursionistes, amb una afluència màxima al mes d'agost, que coincideix amb el mes de màxima afluència dels turistes. Per contra, els excursionistes presenten una estacionalitat menys marcada que els turistes, ja que durant la resta de mesos es reparteixen de forma més homogènia, excepte els mesos de juny i juliol amb més de mig milió d'excursionistes entrats cada mes.

3.1.2 Motiu de la visita

La informació relativa al motiu principal de la visita s'ha extret del Departament d'Estadística, agafant la distribució mensual de l'any 2022. S'han agrupat els mesos per estacions de l'any, per tenir una visió estacional de les tendències del motiu de la visita, que varia segons l'època de l'any. Entre els motius principals consten múltiples categories; per analitzar les dades, s'han conservat sis categories principals i s'han agrupat aquelles que, sumades en els mesos de cada estació, presentaven un percentatge inferior al 5% del total.

Taula 10 Motiu de la visita dels turistes, any 2022

	Hivern	Primavera	Estiu	Tardor
Esport	59,3%	17,3%	11,6%	11,4%
Oci cultural	2,9%	6,3%	8,4%	9,5%
Benestar, salut, termalisme	5,6%	5,2%	5%	7%
Natura	8,4%	22,9%	22,8%	18,1%
Compres	11,5%	26,8%	39,4%	36,3%
Visitar amics	6,8%	11,8%	6,4%	10,6%
Altres	5,5%	9,7%	6,1%	7%

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Segons es desprèn de la taula 10, relativa al motiu de la visita dels turistes, l'any 2022, la motivació principal dels que pernocten varia en funció de l'estació de l'any. Així, mentre que a l'hivern la major part (59,3%) afirma venir al país per practicar esport, necessàriament relacionat amb els esports de neu, a l'estiu predominen els que es decanten per les compres (39,4%) i la natura (22,8%). També a la primavera, les compres constitueixen la principal atracció (26,8%), seguida de la natura (22,9%) i la pràctica esportiva (17,3%). Les motivacions no varien a la tardor, quan el grup més nombrós (36,3%) s'inclina per les compres, seguit dels amants de la natura (18,1%).

Aquests valors confirmen que durant les temporades de primavera i estiu, coincidint amb una situació meteorològica agradable, la natura és un dels principals reclams pels que volen romandre uns dies al país, tot i que no cal oblidar que les compres són el motiu principal de l'estada; per contra, durant l'hivern, els esports de neu són els que fidelitzen els turistes.

Taula 11 Motiu de la visita dels excursionistes, any 2022

	Hivern	Primavera	Estiu	Tardor
Esport	7%	1,9%	3,1%	1,5%
Oci cultural	2%	1,3%	2,4%	0,9%
Benestar, salut, termalisme	0,4%	0,9%	1,2%	0,5%
Natura	2,7%	2,6%	6,3%	1,9%
Compres	76,9%	81,1%	72,5%	84,2%
Visitar amics	1,4%	2%	1%	1%
Altres	9,5%	10%	13,5%	10%

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Com s'observa a la taula 11, relativa al motiu de la visita dels excursionistes de l'any 2022, les compres constitueixen la motivació principal de la gran majoria dels excursionistes. L'atractiu comercial és un poderós reclam durant tot l'any, situant-se en participacions que oscil·len entre el 72,5% i el 84,2% dels motius de visita. Com a fet rellevant, tan sols el 7% dels excursionistes que visiten Andorra, durant els mesos d'hivern, ho fan per practicar esports relacionats amb la neu, mentre que un 6,3% dels que venen a l'estiu s'orienten cap a la natura. Cal destacar que l'elevada presència d'excursionistes procedents de França, un 61,4% del total de l'any 2022, va estretament lligada a la funció comercial de la localitat fronterera del Pas de la Casa.

3.1.3 Influència del turisme en el sector comercial

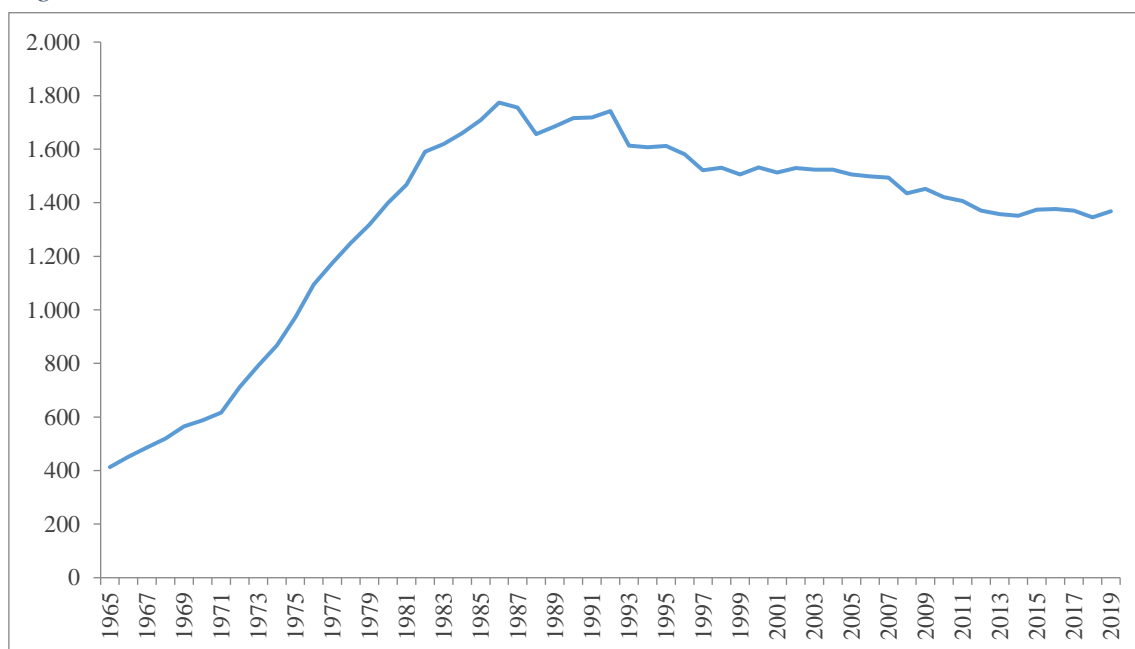
L'activitat turística d'Andorra, des de la segona meitat del segle XX, està molt vinculada al sector comercial del país; per aquest motiu, l'anàlisi d'aquest sector permet tenir una imatge de com evoluciona el turisme al Principat. Amb el canvi de mil·lenni encara es manté l'atractiu comercial, derivat dels efectes de novetat i de concentració territorial

d'una oferta de béns de consum notablement diversificada. El volum de vendes situa el comerç andorrà en una posició avantatjosa, en relació amb els països veïns per a determinades línies de productes (Lluelles i Garcia, 2018).

Les modificacions en la composició sectorial dels treballadors afiliats a la Caixa Andorrana de Seguretat Social (CASS), així com el Registre d'activitats comercials i la participació en el VAB, permeten perfilar l'evolució del sector. Cal assenyalar que, tan sols a partir de l'any 2000, el Departament d'Estadística proporciona informació relativa al VAB per sectors.

El sector comercial, en conjunt, experimenta un creixement negatiu moderat, en el període 2000-2021, tot i que continua mantenint un caràcter clau en la base econòmica. Cal tenir en compte que el comerç ha reduït progressivament el seu pes relatiu, a causa del superior dinamisme comparatiu d'altres activitats, vinculades a la demanda turística. Pel que fa a la participació del sector comercial en el VAB total és del 16,6%, l'any 2019, amb 8.944 persones ocupades en el sector.

Figura 12 Establiments comercials, 1965-2019

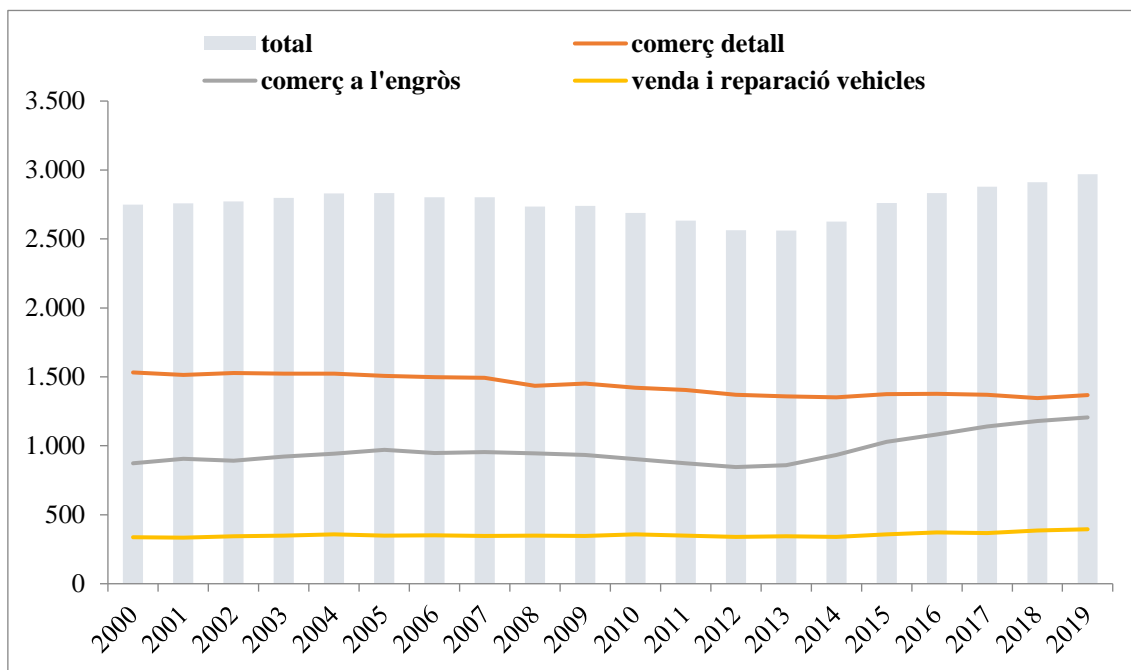


Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2020).

Com es desprèn de la figura 12, relativa al nombre d'establiments comercials del país en el període 1965-2019, el sector comercial inicia el període amb una fase expansiva de dues dècades, que s'estabilitza a la segona meitat dels anys vuitanta, coincidint amb l'ingrés d'Espanya a la CE, i experimenta un període d'una discreta regressió, iniciada a

mitjans dels anys noranta, que es manté durant les dues dècades del nou mil·lenni. La crisi econòmica de 2008 va provocar una disminució moderada del nombre d'activitats i, a partir de 2015, comença un canvi de tendència molt discret amb un increment dels establiments que tornen a davallar l'any 2018. El darrer any de la sèrie, 2019, presenta una xifra de 1.368 comerços, valor sensiblement inferior als 1.532 de l'any 2000.

Figura 13 Estructura del sector comercial. Nombre d'establiments, 2000-2019



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2020).

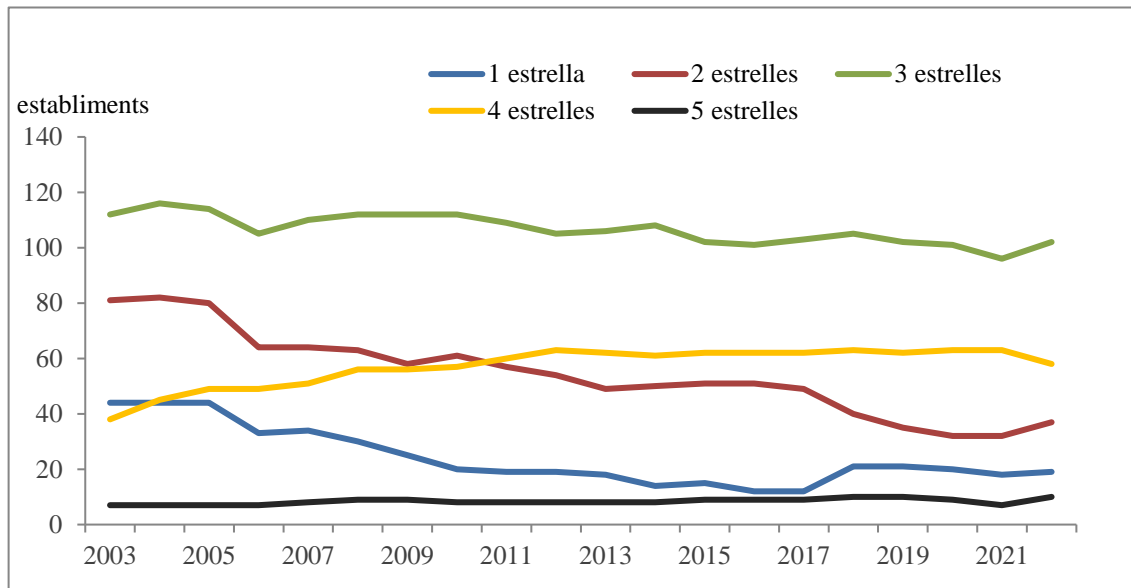
En la figura 13, que mostra el nombre d'establiments del sector comercial, en el període 2000-2019, s'han representat també els valors desagregats del comerç al detall, comerç a l'engròs, i venda i reparació de vehicles. S'observa una reducció del comerç al detall que s'inicia l'any 2008, amb la crisi econòmica, i acaba perdent el 9,6% al final de la segona dècada; en contrapartida, els majoristes i intermediaris incrementen la seva presència, especialment a partir de l'any 2013; d'altra banda, els establiments de concessionaris de vehicles i distribució de carburants mantenen un comportament estable, sense gaires variacions. En termes relatius, cal destacar la pèrdua del comerç al detall que passa d'una participació del 55,7% en el total del sector, l'any 2000, al 46,1% de l'any 2019, mentre que el comerç a l'engròs incrementa la participació del 31,8%, l'any 2000, al 40,6% al final del període.

3.1.4 L'oferta d'allotjament turístic

Andorra compta, l'any 2022, amb unes 46.000 places disponibles, entre les diferents formes d'allotjament que ofereix el país. Les infraestructures destinades a acollir el turisme es classifiquen en dues tipologies diferents: la d'allotjament turístic i la d'altres allotjaments turístics. En la tipologia allotjament turístic s'inclou la modalitat hotelera i els apartaments turístics; aquests darrers són edificis sencers d'ús hoteler amb serveis, que es lloguen per un període màxim de noranta dies a l'any. No s'inclouen en aquesta tipologia ni els càmpings ni els habitatges d'ús turístic (HUT).

El nombre d'allotjaments turístics classificats el 2022, que inclou la modalitat hotelera (hotels, *aparthotels*, hostals, residències i pensions) i els apartaments turístics, és de 226 unitats, amb una oferta de 31.736 llits. La major part dels allotjaments turístics d'aquest any correspon als hotels, que disposen de 167 establiments, mentre que tan sols es comptabilitzen 19 *aparthotels*, nou hostals o residències, quatre pensions i 27 apartaments turístics.

Figura 14 Allotjament hotelier per categories, 2003-2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

En la figura 14, relativa a l'allotjament hotelier per categories del període 2003-2022, s'observa que predominen els hotels de tres estrelles, durant tot el període analitzat, amb més de 100 establiments. Els hotels de categories inferiors, d'una i dues estrelles, s'han

reduït a menys de la meitat durant aquestes dues dècades. Aquesta disminució s'ha vist compensada per l'increment dels establiments de quatre estrelles, que han passat de 38 a 58 hotels, en el mateix període. Pel que fa als hotels de cinc estrelles, no han sofert variacions i han mantingut valors similars durant tot el període, passant de 7 a 10 hotels. L'evolució del sector permet concloure que el parc hotelier andorrà ha apostat per desenvolupar una oferta basada en establiments de qualitat superior.

En la tipologia anomenada altres allotjaments turístics s'inclouen els HUT, els càmpings, les cases rurals, les cases de colònies, els refugis de muntanya i els albergs de joventut. Els HUT es troben en edificis d'ús residencial, oferts pel propietari a tercers per a una estada turística, a canvi d'una contraprestació econòmica; per desenvolupar l'activitat han d'estar registrats al Ministeri de Turisme. El nombre d'HUT es va triplicar, entre els anys 2010 i 2018, però ha mantingut una evolució estable durant el darrer quinquenni.

Taula 12 Evolució habitatges d'ús turístic, 2018-2022

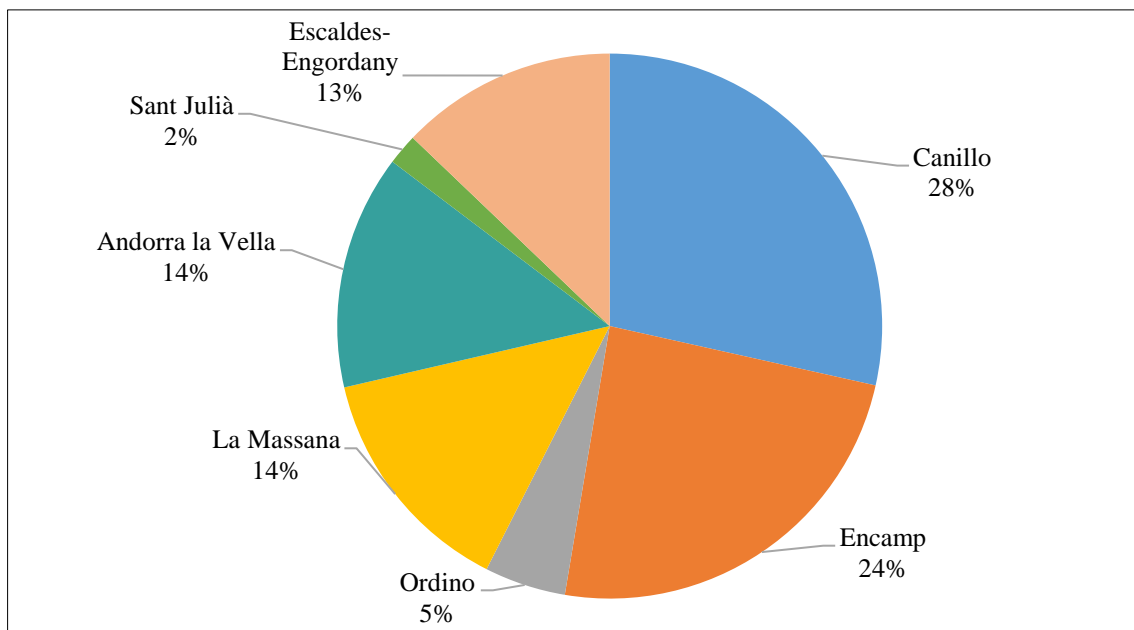
	2018	2019	2020	2021	2022
Empreses	76	81	87	83	102
Habitatges	2.716	2.573	2.600	2.593	2.716
Llits	13.701	12.757	13.980	12.323	12.969

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

En el conjunt del grup que integra altres allotjaments turístics, amb 155 unitats l'any 2022, destaquen les 102 empreses d'explotació d'habitatges d'ús turístic (EGHUT) que disposen de 2.716 habitatges (HUT), amb un total de 12.969 llits, tal com s'observa a la taula 12, relativa a l'evolució dels habitatges d'ús turístic en el període 2018-2022. Aquest nou fenomen dels pisos moblats per vacances adreçats al turisme presenta una tendència creixent, pel que fa al nombre d'empreses, però manté uns valors estables, pel que fa als habitatges i llits turístics.

En la tipologia altres allotjaments turístics, a més dels HUT, també s'inclouen 29 refugis de muntanya, cinc càmpings, una zona d'acampada, una casa de colònies, cinc albergs i dotze allotjaments rurals.

Figura 15 Distribució territorial de llits turístics, any 2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

Per elaborar la figura 15 s'han agregat el nombre de llits en allotjament turístic (modalitat hotelera) i el nombre de llits d'HUT de cada parròquia. Aquest gràfic, relatiu a la distribució territorial dels llits turístics per l'any 2022, evidencia que la majoria de les places d'allotjament que ofereix el país es concentren a les parròquies d'Encamp i Canillo, que compten amb més de la meitat del total, amb 10.508 i 12.406 llits, respectivament. Cal tenir en compte que ambdues parròquies es beneficien de l'existència de pistes d'esquí, com a atractiu turístic parroquial. A més, Encamp compta amb la localitat del Pas de la Casa que uneix l'atractiu comercial i els esports d'hivern.

En un segon terme, pel que fa a la distribució de llits turístics, es troben la Massana, amb 6.060 llits, Andorra la Vella que disposa de 6.062 i Escaldes-Engordany amb 5.598. Finalment, les parròquies d'Ordino, amb 2.102 llits, i Sant Julià de Lòria, amb tan sols 792, són les que compten amb la menor participació en el conjunt de l'oferta nacional.

3.2 Planificació i gestió de l'activitat turística

Aquest apartat relatiu a la planificació i gestió de l'activitat turística a Andorra es divideix en dos subapartats. En primer lloc, es descriu la gestió turística, per abordar seguidament els impactes territorials i els reptes que presenta l'activitat turística.

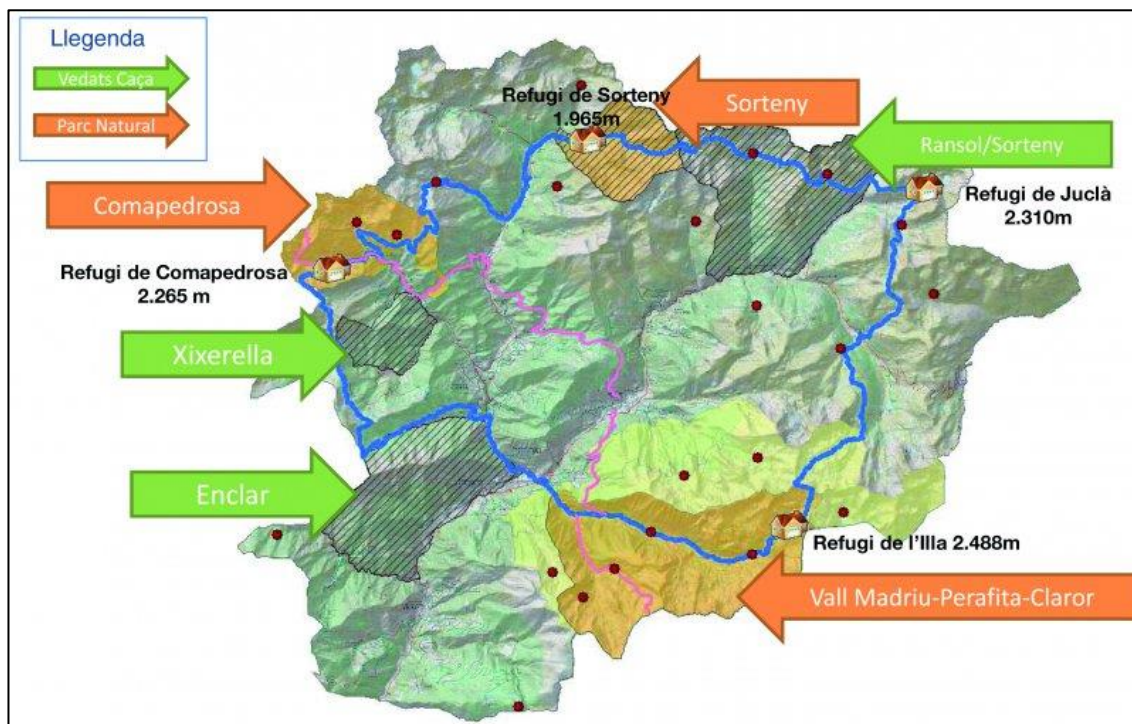
3.2.1 Gestió del turisme

Des de finals del segle XX, Andorra intenta diversificar l'oferta turística per no quedar-se posicionada, exclusivament, com a destí turístic tradicional. Les activitats destinades a satisfer la demanda turística es mantenen com a eix vertebrador de la base econòmica del país que amplia i reforça l'oferta destinada als visitants. Així, l'any 1994, es creen nous elements d'atracció, com l'estació d'esquí de fons de la Rabassa i el centre termolúdic de Caldea que es consolida com a oferta turística de tot l'any.

Entre les accions de l'Administració per reorientar el sector, destaca la del Ministeri de Turisme que, el desembre de 1998, adoptava el Pla de màrqueting turístic 1999-2003, que pretenia ser una eina per organitzar l'activitat turística. Aquest Pla feia èmfasi en desenvolupar l'oferta, en sintonia amb els mercats internacionals, buscant la implicació d'un ampli conjunt d'institucions i agents socials i econòmics. Es pretenia millorar l'oferta creant una forta imatge de marca, minimitzar l'impacte ambiental de les estacions d'esquí i augmentar l'estada dels visitants (Lluelles, 2022).

Amb l'objectiu de dotar el país de nous elements d'atracció, centrats en la natura com a reclam, es creava el parc natural de la Vall de Sorteny, l'any 1999, i el parc natural de les Valls del Comapedrosa, l'any 2003. Aquest mateix any, s'adoptava la declaració institucional per a la protecció, l'ús i la gestió sostenible de la Vall del Madriu-Perafita-Claror, espai inclòs l'any 2004 en la Llista de patrimoni mundial de la Unesco, en la categoria de béns culturals, en la modalitat de paisatge cultural. Aquests tres espais, que es veuen representats en la figura 16, suposen, aproximadament, el 14% del territori andorrà.

Figura 16 Mapa dels parcs naturals i espais protegits



Font: <https://www.elperiodic.ad/noticia/58225/coronallacs-la-ruta-que-uneix-els-4-refugis-guardats>, recuperat el 20.10.24

Actualment, la gestió turística correspon, bàsicament, al Govern d'Andorra, concretament al Ministeri de Turisme. Amb l'afany de liderar la política turística, l'Administració va crear, l'any 2008, una societat pública anomenada Andorra Turisme, per impulsar la competitivitat del país com a destinació turística. El nou ens té com a missió definir, implementar i controlar les accions de màrqueting turístic, amb l'objectiu d'incrementar l'aportació econòmica al producte nacional brut. Les principals competències d'aquest organisme són la creació de producte turístic i la seva comercialització. Quant al Ministeri de Turisme, manté la funció de seguiment i control de les lleis d'àmbit turístic, a més de garantir el desenvolupament sostingut del sector i potenciar Andorra com a destinació turística. Les accions del ministeri es complementen i coordinen amb les d'Andorra Turisme, societat de la qual el ministre encarregat és el president del Consell d'Administració.

A més de les atribucions del Ministeri de Turisme i d'Andorra Turisme, una part de la gestió turística també recau en les administracions locals (comuns) que tenen competències sobre el turisme en el territori de seva la parròquia i s'encarreguen de la

creació de productes turístics, la senyalització turística i l'atenció directa al turista per facilitar la seva estada.

La primera Estratègia Nacional del Paisatge d'Andorra, aprovada pel Govern l'any 2011, és el fruit de diversos estudis efectuats pel Servei de Gestió i Evolució del Paisatge de la Universitat de Barcelona, amb la finalitat d'identificar i qualificar els paisatges, i del Fòrum de l'Estratègia Nacional del Paisatge, seguint els principis i objectius del Conveni europeu del paisatge del Consell d'Europa. Tot i no ser estrictament una política turística, constitueix el primer pas per considerar el paisatge com un bé col·lectiu que cal conservar, gestionar i millorar.

Dels set objectius de qualitat paisatgística consensuats, n'hi ha tres vinculats directament amb el turisme, que figuren a la taula 13, dels quals es van desprendre un seguit d'accions que s'havien de dur a terme en el període 2016-2020.

Taula 13 Objectius de l'Estratègia Nacional del Paisatge relacionats amb el turisme

Objectiu estratègic	Concreció de l'objectiu
Objectiu estratègic 3: paisatges urbans de qualitat, ben delimitats, aollidors per al turisme i alhora agradables per viure	Millorar la qualitat del paisatge urbà i periurbà
	Evitar la continuïtat urbana, mantenir els nuclis separats
	Mantenir el caràcter rural en els nuclis històrics, respectant el llegat del passat
	Adequar els edificis a les característiques físiques del relleu i el paisatge
	Minimitzar i corregir la contaminació lumínica, visual, olfactiva, sonora i de l'aire
	Integrar les zones industrials i comercials en el paisatge circumdant
	Potenciar la creació d'àrees verdes per esponjar l'espai urbà i establir transicions amables amb el paisatge del seu entorn
Objectiu estratègic 5: instal·lacions	Potenciar solucions d'accessibilitat amb un disseny i una integració acurats

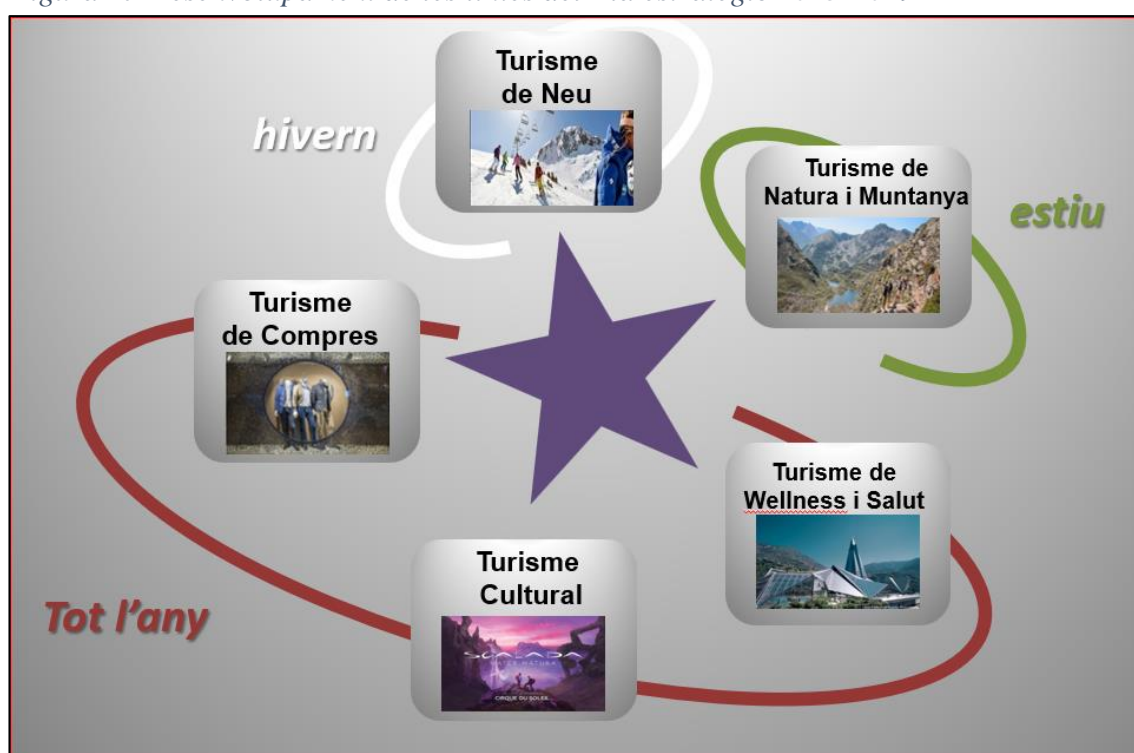
turístiques i de lleure de qualitat i respectuoses amb els paisatges que les envolten	Millorar el paisatge de les zones de lleure i de les instal·lacions annexes
	Potenciar algunes infraestructures del turisme de neu per a altres tipus de turisme, per evitar la duplicitat d'infraestructures i desestacionalitzar l'oferta turística
	Evitar la duplicitat d'infraestructures turístiques i de lleure singulars
Objectiu estratègic 6: turisme diversificat que conegui els paisatges i els seus valors i que els respecti	Millorar i ampliar l'oferta turística lligada amb el paisatge
	Organitzar les activitats relacionades amb el turisme de lleure i aventura amb respecte vers el paisatge
	Mantenir l'atractiu del turisme comercial
	Potenciar el turisme cultural, en totes les modalitats possibles
	Identificar i tractar els punts amb impactes paisatgístics negatius més importants

Font: Elaboració pròpia, a partir de Govern d'Andorra (2011).

Entre les accions proposades per desenvolupar l'objectiu 6, s'incloïa la creació d'un producte turístic basat en el senderisme, desenvolupant els senders de Gran Recorregut i promocionant l'ús dels refugis guardats. Així mateix, es volia treballar en un projecte de llei de l'allotjament turístic i es buscava modificar la reglamentació per facilitar l'obertura de nous allotjaments rurals. També es plantejava la possibilitat que Andorra obtingués un segell de qualitat paisatgística, tipus *Biosphere Responsible Tourism*; aquest objectiu s'assoleix parcialment, l'any 2022, quan Sant Julià de Lòria aconsegueix el segell *Biosphere Destination*. Finalment, es volia continuar amb la promoció de senders i recorreguts paisatgístics, ja que es reconeixia que el paisatge és part del reclam turístic d'Andorra; es buscava organitzar-lo per a ser un producte ampliat i perfectament elaborat que permetés desenvolupar el turisme en les temporades més fluïxes, com la primavera i la tardor (Govern d'Andorra, 2016a).

L'orientació en matèria de política turística, iniciada a les acaballes del segle XX, troba continuïtat en el Pla estratègic que el Ministeri de Turisme fixa per al període 2015-2019. Aquest Pla pretén posicionar Andorra com a destinació turística de referència durant tot l'any, desestacionalitzant l'arribada de visitants, a més de potenciar una major internacionalització del turisme. Per impulsar l'oferta, es defineixen tres palanques: el disseny i la implementació de plans de comunicació i comercialització de l'oferta turística, la millora de la qualitat dels serveis turístics, i la millora dels indicadors de seguiment de l'activitat turística (Ministeri de Turisme i Comerç, 2015).

Figura 17 Desenvolupament de les línies del Pla estratègic 2015-2019



Font: https://www.govern.ad/turisme/item/download/399_4e0da4e963792e6ef014e79bc9849067, recuperat el 2.3.2023.

La figura 17 reproduïx la relació de productes turístics oferts, com a línia estratègica, en funció de l'estació de l'any. Pel que fa a les temporades d'hivern i d'estiu, la comunicació s'orienta al turisme de neu, natura i muntanya, mantenint l'aposta pels esdeveniments esportius de rellevància mundial i reforçant l'oferta d'activitats participatives relacionades amb els esports que es practiquen habitualment al país.

Respecte al turisme de natura, el Pla estratègic planteja impulsar un segell de turisme sostenible que identifiqui Andorra com una destinació amb una àmplia oferta relacionada amb el patrimoni natural. També pretén finalitzar el programa d'infraestructures verdes, centrat en noves rutes a peu i de bicicleta de muntanya de poc desnivell, així com completar la xarxa de refugis guardats al voltant dels senders de Gran Recorregut d'Andorra (Ministeri de Turisme i Comerç, 2015).

Quant al turisme de *wellness* i salut, el Pla preveu seguir promocionant Caldea-Inúu, potenciar el turisme de salut i difondre els serveis mèdics orientats al turisme. Entre les accions relacionades amb el turisme cultural, es planteja continuar l'aposta per referents culturals de notorietat mundial. Finalment, donat que el turisme de compres està en ple creixement a escala internacional, es destaca la necessitat de fer del comerç un sector més competitiu perquè Andorra esdevingui un pol d'atracció més enllà de les regions veïnes. Es reconeix que factors, com la competència de l'entorn més proper, el creixement de la venda per internet i la crisi d'alguns mercats d'origen, fan necessari aquest Pla estratègic (Ministeri de Turisme i Comerç, 2015).

El Pla estratègic del turisme de compres, pel període 2015-2018 (Consell General, 2020a), plantejava com a principals objectius tornar a posicionar Andorra com una destinació de compres de referència, a partir de tres àmbits:

- El de l'oferta comercial, a partir de diversificar i millorar la qualitat per respondre a la demanda d'una clientela més global, atraure noves marques internacionals, orientar-se cap a un comerç menys centrat en les promocions i les rebaixes i facilitar el desenvolupament del comerç electrònic.
- El de l'oferta turística, tot reforçant la vocació turística d'Andorra per incrementar els motius i el temps d'estada al país, afavorint les sinergies amb l'oferta comercial.
- El de l'espai públic i de gestió, cercant la reducció i l'eliminació de les barreres físiques per fomentar la freqüentació de les artèries comercials, millorar la comoditat de la compra, simplificar la relació entre el sector comercial i l'Administració i acompanyar els comerciants en la posada en valor de la seva oferta.

Aquest Pla comptava amb més d'un centenar d'accions que s'havien de dur a terme, tant pels actors del sector públic com pels privats, amb un cost estimat de 115 milions d'euros en un període de vuit anys. El retorn previst era l'increment de més d'un milió de visitants anuals. En la segona fase del Pla s'establia, de manera prioritària, la millora de l'entorn urbà i les zones comercials per tal d'optimitzar l'experiència i el confort en la compra, així com l'accessibilitat de les fronteres. També es buscava completar l'oferta comercial amb la cultural i la d'oci, crear més esdeveniments i infraestructures de referència per atraure el visitant i integrar el comerç electrònic al comerç tradicional (Ministeri de Turisme i Comerç, 2016).

El Govern va aprovar, el 19 d'octubre del 2016, l'Estratègia nacional de la biodiversitat d'Andorra. Entre els objectius plantejats, figura la promoció d'un turisme sostenible i coneixedor de la biodiversitat d'Andorra. Es reconeix que la gran majoria d'activitats turístiques es desenvolupen en hàbitats d'alta muntanya, especialment sensibles pel que fa a la biodiversitat (turisme de neu, senderisme, curses de muntanya, activitats d'aventura, etc.) i que cal orientar l'oferta turística cap a un turisme sostenible, respectuós amb el territori i la biodiversitat (Govern d'Andorra, 2016b).

Posteriorment, l'any 2017, amb motiu de l'Any Internacional del Turisme Sostenible, Andorra va dur a terme un seguit d'accions, com la traducció i difusió del vídeo promocional de l'OMT i de la guia de Consells pràctics per al viatger responsable. A més, es va incloure el logotip promocional de l'Any internacional del turisme sostenible en les pàgines web vinculades al turisme sostenible i en la promoció de les activitats relacionades amb el mateix. En el marc de l'Estratègia nacional del paisatge, per promoure el turisme sostenible durant aquell any, es van inaugurar el refugi guardat de l'Illa i el camí saludable dels drets humans; també es va aprovar la Llei general de l'allotjament turístic (Govern d'Andorra, 2017).

La Llei 16/2017, del 13 de juliol, general de l'allotjament turístic, és la normativa reguladora que fixa unes noves bases per al sector turístic d'Andorra, amb l'objectiu de millorar la qualitat de l'oferta d'allotjament i adaptar-se als nous comportaments de viatge dels turistes, tenint en compte l'evolució del sector turístic, tant a Andorra com a escala internacional. Partint de la base que existeix un excés d'oferta de llits turístics, la nova llei regula qualsevol allotjament turístic que es presta a un consumidor, a canvi de

contraprestació econòmica, i crea la inspecció d'allotjaments turístics per combatre l'intrusisme. Defineix les modalitats i categories dels allotjaments turístics: hotelera, apartaments turístics, càmpings, allotjaments rurals, habitatges d'ús turístic i establiments complementaris d'allotjament turístic.

El Consell General, el 25 de setembre del 2020, encomana al Govern que, en el termini de dos anys, realitzi un estudi de la capacitat de càrrega del medi natural d'Andorra que garanteixi un desenvolupament sostenible del país i participi en l'assoliment dels objectius fixats per la comunitat internacional, a escala global. La corporació argumenta que Andorra haurà d'afrontar, en el mig termini, el repte de conciliar la pressió exercida sobre els recursos naturals pels motors econòmics del país, especialment el turisme, amb la necessitat de garantir la pervivència dels serveis ecosistèmics existents.

L'estudi proposat, que s'ha de segregar en funció de l'ús actual del territori, té l'objectiu de permetre identificar les zones amb més càrrega i definir les polítiques de gestió en diferents àmbits, com la promoció turística, l'ordenament del territori, la mobilitat i la gestió dels espais naturals. S'indica que el treball faci especial incidència en els espais naturals, un dels actius turístics del país que ha adquirit més valor amb la crisi sanitària; per aquest motiu, es requereix una gestió acurada per preservar la seva sostenibilitat a llarg termini (Consell General, 2020b).

Amb la Llei 19/2022, del 9 de juny, reguladora de l'impost sobre les estades en allotjaments turístics, s'instaura un impost sobre les estades en allotjaments turístics que ha de nodrir un fons orientat a impulsar el turisme i la competitivitat d'Andorra. La finalitat del fons és finançar projectes per a la promoció turística, impulsar el turisme sostenible, preservar els recursos turístics, millorar els productes turístics, desenvolupar infraestructures i desestacionalitzar el turisme.

Ara bé, no serà fins a l'adopció de la Llei 32/2022, del 14 de setembre, per a la promoció de la sostenibilitat del desenvolupament urbanístic i del turisme, que s'incorporin mesures més tangibles en matèria de turisme sostenible. En efecte, la mateixa exposició de motius de la Llei estableix que l'activitat turística és un dels pilars socioeconòmics d'Andorra i que ha d'estar necessàriament emmarcada en el principi de sostenibilitat i en els Objectius de Desenvolupament Sostenible. A més, el text s'identifica amb la definició de turisme sostenible de l'OMT que pren en consideració les repercussions econòmiques, socials i

ambientals d'aquest sector, satisfent les necessitats dels visitants, de la indústria, de l'entorn i de les comunitats amfitriones. Així mateix, la Llei estableix la suspensió temporal, per un període de dos anys, de l'atorgament de noves autoritzacions d'habitatges d'ús turístic en apartaments i estudis, a conseqüència del creixement exponencial experimentat pel sector en els anys anteriors.

Aquesta Llei 32/2022, també preveu que el Govern, en el termini màxim de dos anys, realitzi un estudi de la capacitat de càrrega turística del país i de les mesures necessàries per garantir la sostenibilitat i la qualitat del sector turístic. L'estudi ha d'incorporar l'avaluació de les repercussions actuals i futures, econòmiques i socials, de l'activitat turística, tenint en compte les necessitats de la població nacional, dels operadors turístics i dels visitants, així com les consideracions ambientals resultants de l'estudi de la capacitat de càrrega del medi natural, previst a la Resolució del Consell General del 25 de setembre del 2020.

La Llei 24/2023, del 28 de novembre, de mesures d'estímul i d'estabilitat del mercat d'habitatges suspèn, fins el 2025, l'atorgament de noves autoritzacions d'habitatges d'ús turístic, allargant el termini un any més i eliminant determinades excepcions existents per als habitatges de categoria superior.

El Pla d'Acció de Govern per al període 2020-2023, aprovat amb motiu de la crisi sanitària, inclou vint iniciatives sustentades en tres pilars: benestar i cohesió, economia i innovació, i aliances pel canvi. Pel que fa als aspectes relacionats amb el turisme, es fa referència, en primer lloc, a la possibilitat que la Unesco declari Andorra com a Reserva Mundial de la Biosfera. Es considera un objectiu estratègic per avançar cap a l'establiment d'un entorn més sostenible en el qual la relació entre recursos, població i activitat econòmica no comprometí l'equilibri de les generacions futures. Alhora, es remarca que el projecte busca potenciar un turisme basat en valors paisatgístics, ambientals, culturals, patrimonials, històrics i gastronòmics, sota l'empara de la marca reserva de la biosfera. En segon lloc, el Pla fa referència a la implantació d'una taxa turística que revertirà en inversions del sector i que té com a objectius aconseguir un turisme més sostenible i millorar l'estratègia turística en benefici dels visitants i dels ciutadans.

A més d'acompanyar el sector turístic en la seva promoció, dirigint els esforços cap a un turisme de proximitat, el Pla proposa potenciar l'oferta cultural, de natura, d'esports i de salut. També preveu projectar un edifici multifuncional, com a epicentre per acollir esdeveniments culturals, trobades professionals o proves esportives de ressò internacional. S'incideix en promocionar l'aeroport Andorra-la Seu d'Urgell, perquè esdevingui un eix vertebrador de l'activitat econòmica i permeti noves perspectives de negoci i possibles infraestructures de connexió amb valor afegit, així com el futur heliport nacional. Finalment, el Pla inclou projectar una nova sala d'exposicions del Govern per acollir mostres d'artistes nacionals i internacionals, amb una programació atractiva que contribueixi a ser un punt de referència tant pels ciutadans com pels visitants (Govern d'Andorra, 2020).

L'organització de grans esdeveniments desenvolupats en el medi natural s'ha incrementat sensiblement en les darreres dècades. Per aquest motiu, el Govern va aprovar, l'any 2021, el Reglament de grans esdeveniments en el medi natural, detallant els passos que ha de seguir l'organització que vulgui dur a terme qualsevol acte que aplegui més de 300 persones i que tingui lloc al medi natural. S'han de complir unes condicions específiques per minimitzar i corregir qualsevol impacte sobre l'entorn, així com disposar d'una direcció ambiental i restaurar les condicions de l'entorn natural, una vegada finalitzat l'esdeveniment (Decret 317/2021, del 29-9-2021, d'aprovació del Reglament de grans esdeveniments en el medi natural).

El Pla estratègic de comerç (Govern d'Andorra, 2022), dona continuïtat al Pla estratègic del turisme de compres que va aconseguir la transformació i millora de l'espai urbà en les zones comercials, la fusió d'associacions de comerciants i la creació de la marca *The Shopping Mile*, una "milla" comercial, resultat de la continuïtat de les avingudes Meritxell i Carlemany, amb una zona per a vianants que també disposa d'oferta gastronòmica. El nou Pla de comerç, enfocat a la competitivitat, la innovació i la digitalització, persegueix optimitzar les condicions del sector, potenciar l'accés a nous mercats i a nova clientela i enriquir l'experiència de compra. En el futur, es preveu que es desenvolupi un full de ruta amb tres comissions que actuaran en els àmbits de la competitivitat, la innovació i

l'experiència de compra i definiran les accions concretes que s'han d'impulsar a curt i mitjà termini, per competir en el mercat actual i per millorar globalment el sector.

L'any 2019 es va aprovar la Llei de conservació del medi natural, de la biodiversitat i del paisatge on, per primera vegada, l'ordenament jurídic reconeix el paisatge com un component essencial de l'entorn de vida i del benestar individual i col·lectiu dels habitants d'Andorra, com l'expressió de la diversitat del seu patrimoni natural i cultural i com un fonament de la seva identitat. Aquesta Llei proporciona el marc legal necessari per afrontar la nova Estratègia Nacional del Paisatge, presentada el desembre de 2022, com a instrument de protecció, de gestió i d'ordenació del paisatge. L'Estratègia Nacional del Paisatge, que té com a horitzó de treball l'any 2035, s'ha elaborat mitjançant un procés participatiu entre diferents ministeris, les set administracions comunals, altres agents i la ciutadania. Com la primera Estratègia Nacional del Paisatge de 2011, aquesta també recull set objectius de qualitat paisatgística, a més de 28 línies d'actuació i 87 accions prioritàries.

Alguns objectius d'aquesta Estratègia estan directament relacionats amb l'activitat turística, com disposar de paisatges d'alta muntanya ben conservats, que compatibilitzin el manteniment del patrimoni natural i cultural amb l'aprofitament agropastoral i econòmic i el gaudi responsable de la població local i visitant. Entre les accions previstes per aquest objectiu, es troba la preservació dels paisatges d'alta muntanya, potenciant i divulgant els espais protegits, garantint un ús públic respectuós i regulant la freqüentació dels més visitats. L'objectiu sisè busca disposar d'instal·lacions turístiques i de lleure de qualitat, dimensionades i multifuncionals, que facilitin la desestacionalització, i respectuoses amb el paisatge. Aquest objectiu es concreta amb accions dirigides a garantir la integració en el paisatge de les infraestructures d'esquí, reduir l'impacte paisatgístic de les grans àrees d'aparcament a peu de pistes i incorporar criteris paisatgístics en els projectes de noves instal·lacions comercials, esportives i de lleure.

Entre altres accions, l'Estratègia també preveu incrementar el percentatge d'espais protegits, fins a assolir el 30% del territori nacional el 2030, seguint els preceptes marcats pel Conveni de la diversitat biològica. A més, estableix que s'ordenarà l'accés i es regularà la freqüentació de persones i vehicles als paisatges d'alta muntanya, a partir dels resultats de l'estudi de la capacitat de càrrega del medi natural; igualment, es duran a

terme accions per la millora de la integració paisatgística i dels entorns de miradors i fites paisatgístiques singulars (Govern d'Andorra, 2022).

Andorra Turisme realitza tres grans campanyes de comunicació a l'any: la de la temporada d'hivern, la d'estiu i la de *l'Andorra Shopping Festival*. El 2021 es van destinar prop de quatre milions d'euros a aquestes campanyes; el 2022 la inversió va ascendir fins a gairebé cinc milions d'euros i durant el 2023 es va rebaixar a prop de quatre milions.

3.2.2 Impactes territorials i reptes del turisme

El sector turístic ha experimentat una important diversificació, quant a tipologies turístiques, des de fa més de tres dècades. El canvi ha estat motivat per l'ampliació de les ofertes de recursos territorials convertits en productes turístics, la renovació dels destins (madurs i tradicionals) i la segmentació de la demanda (consumidors). D'aquesta manera s'ha conformat una varietat de destins i ofertes diferenciades, amb productes turístics singulars. També ha donat lloc a un seguit de repercussions (impactes i sinergies de tota mena) en els espais geogràfics a on s'implanta (Martínez-Puche *et al.*, 2019). El model turístic està buscant reorientar, amb major o menor èxit, el seu caràcter competitiu sota criteris de qualificació, especialització, innovació i sostenibilitat del sector (Saraff, 2017).

El turisme, com activitat econòmica basada en la utilització dels diferents recursos d'un territori, pot tenir un impacte considerable i, a vegades, imprevisible sobre el medi ambient (Quintero, 2004). La utilització d'aquests recursos i l'afluència més o menys massiva de visitants generen impactes de caràcter ambiental que poden tenir una gran repercussió en la conservació de l'entorn, la sostenibilitat dels models turístics desenvolupats i, fins i tot, en la mateixa activitat turística d'un destí concret que es pot veure afectat per la pèrdua d'interès de la demanda.

El turisme influeix en l'economia, en l'entorn natural i construït, en el paisatge, en la població resident i en els mateixos turistes. És un fenomen complex que demanda abundants recursos i que, en funció dels impactes que pot generar (destrucció i fragmentació d'hàbitats, increment de les emissions de CO₂ per part dels mitjans de transport, elevats consums energètics, urbanització i impermeabilització del sòl, consums

desmesurats de recursos hídrics, producció de residus, reducció de la biodiversitat i banalització del paisatge), s'ha de sotmetre a processos de planificació, ordenació i gestió intel·ligent (Martínez-Puche *et al.*, 2019).

Andorra, com a país de muntanya, fonamenta el seu desenvolupament, des de mitjan segle XX, en l'aprofitament del patrimoni natural i cultural com a recurs turístic. L'atractiu de la muntanya, a diferència dels entorns urbans, es basa en el paisatge, les condicions ambientals i una diversitat de recursos que possibiliten diferents modalitats turístiques.

El fenomen turístic ha estat el principal element transformador del territori andorrà. Els grans canvis econòmics i socials, que a Andorra tenen els seus orígens als anys trenta i es consoliden en el decurs de la segona meitat del segle XX, modifiquen la base demogràfica a mesura que evoluciona el model econòmic. En el sistema tradicional, tots els nuclis parroquials havien mantingut un equilibri, gràcies a unes formes d'explotació marcades per les limitacions físiques de l'espai i per unes normes que regulaven els usos del sòl. Aquest equilibri, propi d'un sistema basat en l'agricultura i la ramaderia, es trenca amb la irrupció d'un model on el comerç i el turisme es constitueixen com a eixos dominants del paisatge. L'espai utilitzat per les antigues comunitats rurals es transforma en espai urbà que ha arribat a ocupar el sòl que havia estat cultivable. L'aparició del turisme va implicar la substitució de les activitats econòmiques tradicionals i va desencadenar canvis profunds en el teixit econòmic nacional que afecten tant el territori com la societat.

L'augment demogràfic, lligat al fenomen turístic, va comportar el desenvolupament de noves infraestructures i la implantació de serveis. La transformació del territori va afectar, inicialment, a les localitats d'Andorra la Vella i Escaldes. El creixement urbanístic i turístic, de la dècada dels seixanta i setanta del segle XX, no afecta únicament els dos nuclis centrals sinó també aquells propers a les estacions d'esquí. Constitueix un exemple paradigmàtic el Pas de la Casa que, malgrat estar allunyat de la capital, no es desenvolupa com la resta de nuclis perifèrics, sinó que ho fa al voltant de l'esquí i el comerç. Aquesta localitat que limita amb França, a 2000 metres d'altitud, implantada en un sector d'antigues pastures, pertany administrativament a la parròquia d'Encamp, malgrat que les localitats més properes per carretera siguin Soldeu i Canillo.

Figura 18 Pas de la Casa, 14-07-1963



Font: Pas de la Casa, ANA/Fons Francesc Pantebre, [14/07/1963].

Figura 19 Pas de la Casa, 1-11-2023



Els nuclis de Canillo i Ordino, els més allunyats del centre polític, han estat els darrers a incorporar-se al teixit urbà. La mobilitat diària, per motius de feina i de lleure, s'ha incrementat fins a esdevenir un dels principals reptes amb què s'enfronta actualment el país, fet que obliga a fer grans inversions en la millora de la xarxa viària.

Aquest procés de terciarització ha esdevingut l'element clau del canvi social i econòmic, provocant una transformació substancial del territori. La transformació del sòl rural en espai urbà comença a tenir significació a partir de 1965, any en què s'autoritza la venda d'apartaments a estrangers no residents (Lluelles, 1991). L'elevat preu dels terrenys i la saturació que es produeix a les localitats centrals comporten la progressiva urbanització de la resta del territori. A partir dels anys setanta, resulta difícil delimitar l'espai rural; la "ciutat" s'escampa en forma de teranyina i integra totes les parròquies; les localitats allunyades dels dos nuclis centrals passaran a desenvolupar una funció de dormitori, per a la població fixa, i de residència secundària d'estrangers.

L'ús turístic de la muntanya andorrana s'ha dut a terme, tant a la temporada d'estiu com a la temporada d'hivern, però és aquesta última, vinculada al recurs de la neu, la que ha esdevingut més rellevant, en termes econòmics. El sector de la neu andorrà disposa, actualment, de més de 2.300 hectàrees de superfície esquiable. Cal considerar també que el desenvolupament del turisme de neu s'ha beneficiat, d'ençà que comencen les primeres estacions d'esquí als anys cinquanta del segle XX, de les sinergies generades pel sector comercial; ambdós sectors han col·laborat també en el desenvolupament de l'hoteleria, de forma especial en les parròquies en què s'ubiquen les estacions d'esquí.

El país, que rep l'any 2022 més de 8,4 milions de visitants, s'ha adaptat a les demandes dels sectors turístic i comercial, responsables de la transformació del territori i dels seus habitants. Es pot afirmar que, a escala nacional, Andorra ha estructurat el seu territori en funció del turisme (Lluelles i Garcia, 2018). Les activitats relacionades amb el lleure, ja sigui a través del comerç, dels esports de muntanya, o bé relacionades amb ofertes al voltant d'un nou concepte de l'antiga balneoteràpia, han constituït un seguit d'àrees identificables amb les diferents administracions territorials que s'han especialitzat en una oferta determinada. Les aptituds de cada parròquia han condicionat una nova especialització funcional del territori i, malgrat que algunes, com la residencial, s'escampen per tot el país, sempre n'hi ha una més definida que identifica a cadascuna de les set parròquies.

Les expectatives que possibilitava el turisme van fer que les administracions permetessin la construcció d'infraestructures, urbanitzacions, hotels i complexos residencials, sense una planificació prou definida. La construcció i la massificació han comportat canvis substancials en el paisatge, la destrucció d'espais naturals, una altura excessiva d'algunes edificacions i la concentració urbana en nous indrets.

Amb el nou mil·lenni, el model turístic presenta signes avançats de maduresa, fet que comporta la necessitat de diversificar l'oferta per adaptar-se a les demandes dels visitants, indissociables de les transformacions socials i econòmiques, inherents al procés globalitzador i les noves tecnologies (Garcia-Lluelles i Lluelles, 2022).

L'augment del valor del sòl, així com l'interès per la compra de propietats per part d'estrangers que s'ha vist incrementat per la fiscalitat favorable i la normativa que, a partir del 2012, liberalitza la inversió estrangera, ha comportat l'obertura de gran nombre d'immobiliàries en la darrera dècada. El context ha propiciat el creixement residencial d'habitatge de luxe, adreçat a un sector d'alt poder adquisitiu. L'augment de la demanda, unit a una oferta insuficient, a causa de l'espai limitat del territori i els preus elevats, ha significat una dificultat afegida pels residents del país que volen adquirir o llogar un habitatge, inassequible per gran part de la població. Aquesta situació del mercat de l'habitatge ha comportat que alguns residents es traslladin als nuclis més allunyats del centre o, fins i tot, a altres localitats fora del territori nacional, com l'Alt Urgell.

El sector de la construcció ha adquirit un pes considerable en termes econòmics i d'efectius laborals. Des de la dècada dels anys seixanta del segle passat fins a l'actualitat, s'assisteix a l'auge del sector que ha contribuït a modificar el paisatge i, fins i tot, la idiosincràsia andorrana. En aquest sentit, molt ha tingut a veure la manca d'una planificació turística-urbanística adaptada a les característiques geogràfiques del país. No va ser fins a l'any 2000 que, amb l'adopció de la Llei general d'ordenació del territori i urbanisme, es fixessin les bases perquè les administracions locals es dotessin d'un pla d'ordenament urbanístic. Aquest instrument permet als comuns classificar el sòl per establir el règim jurídic pertinent i definir el model d'implantació urbana i l'estructura d'ordenació urbanística.

Figura 20 Vall central d'Andorra, 1914-1932



Font: Vall central d'Andorra, ANA/Fons Guillem de Plandolit, 1914-1932.

Figura 21 Vall central d'Andorra, 28-08-2023



La política urbanística s'ha caracteritzat per la improvisació i l'escassa planificació, fet que ha comportat la gairebé total desaparició de l'estètica urbana tradicional. Actualment, l'espai lliure als fons de les valls és gairebé inexistent, el que ha portat les administracions locals a canviar la seva normativa, per permetre construir en altura. El paisatge urbà s'ha

vist modificat substancialment amb l'aparició d'edificis tipus torre, de fins a un màxim de 70 metres, amb 20 pisos d'altura. La manca de regulació i la profusió de nous espais construïts han comportat un dèficit en determinades infraestructures i serveis bàsics, com aparcaments, insuficiència de la xarxa viària i encariment de l'habitatge. La creixent demanda de sòl ha afavorit l'augment del preu dels terrenys i de les edificacions, incrementant la pressió sobre el territori nacional.

En una enquesta realitzada per Andorra Recerca+Innovació (AR+I), l'any 2022, els residents d'Andorra consideren que les prioritats en la gestió del territori haurien de ser la garantia de la bona qualitat dels recursos naturals i de la preservació del territori (80%), seguit de la recerca de l'equilibri entre la conservació dels recursos naturals i el creixement econòmic (71%). Com a tercer element, els enquestats aposten per modular el model urbanístic i d'ús del sòl amb criteris de sostenibilitat ambiental (62%). El 63% dels enquestats expressa que a Andorra no es prenen les mesures necessàries per conciliar la conservació del patrimoni natural i cultural i el creixement econòmic del país. Entre els que destaquen que no es prenen aquestes mesures, el 49% denuncia un creixement urbanístic desmesurat i desordenat, el 16% creu que manquen figures de protecció del patrimoni cultural i natural, el 12% opina que predominen interessos particulars i econòmics, i un 11% considera necessari replantejar el model de país (AR+I, 2022).

La inversió estrangera ha experimentat un creixement important des de l'any 2012, quan es va legislar per a liberalitzar aquest sector de l'economia. Per fer front a l'increment d'inversió estrangera en immobles, la Llei 16/2023, del 7 de setembre, de suspensió transitòria de la inversió estrangera en immobles al Principat d'Andorra, considera en la seva exposició de motius que s'ha de treballar perquè la capacitat econòmica d'aquesta inversió reverteixi directament a l'Estat, a través d'un tribut que, en un futur pròxim, gravi aquest tipus d'inversió. Fins la instauració d'aquest tribut, la Llei va suspendre transitòriament les inversions estrangeres en immobles.

Andorra també ha sucumbit a les tendències de plataformes de lloguer vacacional d'apartaments, cases i habitacions. Els habitatges d'ús turístic han crescut fins a arribar als 12.969 llits, representant el 27,6% de l'oferta d'allotjament turístic total, per l'any 2022. Aquest nou fenomen, que genera reptes per a la gestió i la regulació, condiciona la necessitat d'una normativa específica per a la seva regulació. L'any 2017 es regula, per

primera vegada, qualsevol allotjament turístic que es presti a un consumidor, a canvi d'una contraprestació econòmica, i es crea la inspecció d'allotjaments turístics per combatre l'intrusisme. A més, es defineixen les modalitats i categories dels allotjaments turístics: hotelera, apartaments turístics, càmpings, allotjaments rurals, habitatges d'ús turístic i establiments complementaris d'allotjament turístic.

Ara bé, no serà fins a l'adopció de la Llei 32/2022, del 14 de setembre, per a la promoció de la sostenibilitat del desenvolupament urbanístic i del turisme, quan s'incorporin mesures més tangibles en matèria de turisme sostenible. En efecte, la mateixa exposició de motius de la Llei estableix que l'activitat turística és un dels pilars socioeconòmics d'Andorra i que ha d'estar necessàriament emmarcada en el principi de sostenibilitat i en els Objectius de Desenvolupament Sostenible. A més, el text s'identifica amb la definició de turisme sostenible de l'OMT que pren en consideració les repercussions econòmiques, socials i ambientals d'aquest sector, satisfent les necessitats dels visitants, de la indústria, de l'entorn i de les comunitats amfitriones. En consonància amb aquestes premisses, la Llei estableix la suspensió temporal, per un període de dos anys, de l'atorgament de noves autoritzacions d'habitatges d'ús turístic en apartaments i estudis, a conseqüència del creixement exponencial experimentat pel sector.

Aquesta Llei 32/2022 també preveu, un cop més, que el Govern, en el termini màxim de dos anys, realitzi un estudi de la capacitat de càrrega turística del país i de les mesures necessàries per garantir la sostenibilitat i la qualitat del sector turístic. L'estudi ha d'incorporar l'avaluació de les repercussions actuals i futures, econòmiques i socials, de l'activitat turística, tenint en compte les necessitats de la població nacional, dels operadors turístics i dels visitants, així com les consideracions ambientals resultants de l'estudi de la capacitat de càrrega del medi natural, previst a la Resolució del Consell General del 25 de setembre del 2020.

El turisme ha esdevingut un dels components fonamentals de l'economia andorrana i ha comportat una transformació física i funcional de tot el territori. Es pot afirmar que la major part del territori s'ha estructurat en funció del turisme que ha comportat canvis en l'organització de l'espai, per donar acollida a un volum important de visitants.

3.3 Especialització turística, l'esquí

Segons Vanat (2020), es consideren com a importants aquells centres d'esquí que venen, com a mínim, un milió de dies d'esquí per temporada. A escala global, tan sols cinquanta-dos centres compleixen aquests requisits, el 80% dels quals es localitzen als Alps. La major part de l'activitat es concentra al voltant d'aquests centres que, tot i representar només el 20% del total d'estacions, compten amb el 80% de la clientela. Entre les estacions andorranes, tan sols Grandvalira es troba en aquest grup de centres d'esquí importants (Vanat, 2020, pp. 14-15). Tot i que la temporada d'esquí 2019-2020 es va tancar abruptament a mitjan març del 2020, unes setmanes abans del previst, per la pandèmia de la Covid-19, Grandvalira va finalitzar la temporada com el tretzè domini esquiable del món, amb més dies d'esquí venuts (Castillo, 2021).

El país disposa de dominis esquiables de rellevància internacional i presenta una de les ràtios més elevades d'esquiadors estrangers per habitant. Els esquiadors que venen a Andorra són majoritàriament de caràcter internacional, únicament el 6% de la clientela de Grandvalira, la temporada 2021-2022, era andorrana (Grandvalira Resorts, 2023).

L'any 2022, el 59,3% dels turistes que van acudir a Andorra i van pernoctar, durant els mesos d'hivern, ho van fer amb motiu de practicar esport, és a dir, molt probablement per a esquiar. Ara bé, pel que fa als excursionistes que no pernocten, durant aquesta temporada, tan sols un 7% del total ho van fer per realitzar pràctiques esportives. Per tant, es pot concloure que el perfil del visitant que ve a esquiar a Andorra és el que pernocta al país.

3.3.1 Fase incipient de les activitats turístiques

Les muntanyes, especialment els Alps, ja esdevenien un destí d'oci de l'elit europea, durant el segle XVIII i van contribuir al primer "boom" turístic de la segona meitat del segle XIX. Inicialment, el turisme de muntanya es limitava als mesos d'estiu, fins que el 1864 un innovador hotelier de St. Moritz (Suïssa) convida alguns hostes a una estada hivernal que té un gran èxit i que ajuda a popularitzar aquests mesos de l'any. La clientela aristocràtica ocupava el seu temps de lleure amb la pràctica d'esports d'hivern com el polo sobre gel i el trineu, mentre que l'esquí encara no constituïa una de les activitats

principals. Els corrents turístics de l'època es canalitzaven en funció de l'accessibilitat, condicionada per les línies ferroviàries i la qualitat de les instal·lacions hoteleres. La difusió de l'esquí té lloc a les localitats freqüentades com a destí de vacances d'hivern, on acaba desplaçant la resta d'activitats hivernals (OMT, 2018a).

A principis de segle XX, poques localitats pirinenques tenien les condicions per atraure clientela hivernal, llevat alguns nuclis balnearis francesos com el de Luchon, que disposava d'accés directe amb ferrocarril des de l'any 1873. Luchon-Superbagnères és una de les estacions més antigues del Pirineu, que inaugura un funicular, l'any 1894, per salvar un desnivell de 200 metres per damunt el balneari de Luchon. El 1903, els pioners de la pràctica de l'esquí creen el club Luchon-Ski i el 1912 es posa en funcionament un tren cremallera per accedir a la cota 1800, on se situa l'accés a l'estació de Superbagnères que inaugura un dels primers teleesquís europeus, l'any 1937. Luchon ja era una localitat amb prestigi pel seu termalisme que disposava de nombroses places hoteleres, el que fa que esdevingui fàcilment una estació d'esports d'hivern reputada. Quant a la clientela internacional de l'època, preferia els Alps com a destí d'hivern i només les estacions franceses de Font-Romeu i Superbagnères rebien clientela que no era de proximitat, ja que van experimentar una difusió de l'esquí gairebé tan ràpida com la dels Alps (Gazes, 1964).

En la resta de localitats aptes per a la pràctica de l'esquí, però que no reunien a l'època les condicions necessàries per acollir un moviment turístic de vacances hivernals, la difusió d'aquesta activitat té tan sols caràcter esportiu que esdevindrà turístic a mesura que evolucionin l'accessibilitat, el nombre d'allotjaments i els visitants (Fernández *et al.*, 1989)

Per tant, els factors que determinen el naixement de les primeres estacions hivernals al Pirineu són el ferrocarril i una clientela esportiva i juvenil creixent. La iniciativa per dotar d'instal·lacions el territori és assumida per grups esportius, més que per part de les poblacions autòctones que no podien fer front a inversions d'aquesta envergadura. Les primeres construccions per acollir els esquiadors tenen caràcter de refugi o d'alberg col·lectiu i els remuntadors mecànics no es construiran fins a gairebé la segona meitat del segle XX (Gazes, 1964).

Andorra, durant el segle XIX i les primeres dècades del XX, es limita a rebre els primers viatgers francesos, anglesos i espanyols que s'interessen per l'especificitat del país, amb un impacte escàs sobre el territori. Excursionistes i viatgers donen a conèixer Andorra en cercles selectes i ajuden a configurar una imatge de país gràcies als seus relats en els que descriuen els itineraris que es poden dur a terme. L'exotisme és l'element que exerceix una poderosa atracció sobre els visitants d'aquesta època que veuen el territori de manera romàntica (Lluelles, 2004).

Entre els excursionistes que donen a conèixer tant Andorra com la resta del Pirineu, destaca l'actiu paper del Centre Excursionista de Catalunya (CEC), fundat el 1892. Els seus membres practiquen l'excursionisme científic i l'alpinisme i fan un ampli treball de promoció i difusió a través de les seves publicacions com el "Butlletí", exposicions fotogràfiques, conferències, cartells, excursions col·lectives, curssets d'iniciació, publicacions de guies i mapes, etc. L'any 1896, el CEC ja havia editat la guia d'Artur Osona sobre Andorra, amb 42 itineraris, que eren utilitzats pels seus membres quan visitaven el país (Guilera, 1960). D'aquesta manera, el CEC contribueix al desenvolupament turístic de molts destins locals i a descobrir el potencial hidroelèctric d'Andorra i del Pirineu, durant les primeres dècades del segle XX.

L'any 1908 el CEC funda la Secció d'Esports de Muntanya que introduirà la pràctica de l'esquí a Catalunya, sent aquest mateix any, a Rasos de Peguera, on faran la primera excursió de pràctiques i d'estrena dels esquís i d'altre material d'esports de neu. El CEC serà, durant anys, un inestimable protagonista de la difusió i pràctica de l'esquí al Pirineu, tot i les dificultats d'accés entre Barcelona i les zones de neu, impulsant un moviment de caràcter eminentment més esportiu que turístic. El CEC, que insisteix a tenir a Catalunya estacions semblants a les que s'anaven creant als Alps i al Pirineu francès, decideix el 1934 crear una Secció d'Esquí específica, separada de la Secció de Muntanya (Cardona, 1985).

D'aquesta manera, la pràctica de l'esquí s'introdueix a Catalunya de la mà del CEC que facilita la creació d'estacions emblemàtiques com La Molina, on es va disputar la primera competició internacional, l'any 1912. Deu anys més tard ja s'utilitzava el ferrocarril transpirinenc per traslladar els primers esquiadors a aquest emplaçament que, el 1924, es beneficia de tenir tren directe (Garay i Cànoves, 2010). Les primeres classes d'esquí tenen

lloc a Ribes de Freser el 1911, per anar-se estenent progressivament a altres localitats del Pirineu català, fins a crear la primera escola d'esquí a La Molina el 1944, que imparteix formació als pobles d'Alp, Espot i a la Vall d'Aran. Aquesta escola aconseguirà fer sorgir afeccionats i corredors, alguns dels quals esdevindran campions i monitors d'esquí a les estacions del Pirineu. Simultàniament, s'organitzen proves i concursos per part de diverses entitats esportives que, l'any 1933, s'integraran a la Federació d'Esquí de Catalunya (Cardona, 1985).

Els pobles que acullen esports d'hivern assoleixen la implicació veïnal en la pràctica esportiva a través de l'aprenentatge dels joves, la creació de clubs i entitats locals, a més d'atraure forasters, motivats per la publicació de guies i l'edició de cartells, fulletons i col·leccions de postals dels Pirineus. D'aquesta manera, l'excursionisme i els esports d'hivern contribueixen a la primitiva estructuració del moviment turístic (Cardona, 1985).

Les estacions pirenaïques espanyoles anteriors a la Guerra Civil presenten un caràcter més esportiu que turístic; Candanchú, La Molina i Núria no disposen de remuntadors mecànics i tenen una capacitat d'allotjament escassa, mentre que, pel vessant francès, destaquen Luchon-Superbagnères, Barèges i Font-Romeu, que el 1945 passaran a formar part del "Comitè d'Estacions Franceses d'Esports d'Hivern" que aplegava les quinze estacions de més categoria de l'època.

L'evolució del sector de l'esquí a Andorra manté un cert paral·lelisme amb les fases evolutives de les estacions d'esquí del Pirineu català. Les darreres dècades del segle XIX i les primeres del segle XX, constitueixen la fase incipient de l'activitat turística. En aquell moment, l'oferta del país se centrava en els recursos inherents al paisatge i en el termalisme de les Escaldes. Posteriorment, a partir de les dècades dels anys cinquanta i seixanta del segle passat, el turisme andorrà es popularitza, íntimament vinculat al fenomen comercial, i s'efectuen les primeres inversions en remuntadors per desenvolupar el sector de la neu. El turisme d'estiu, cada vegada més nombrós, es complementa amb un turisme d'hivern vinculat a la neu, capaç de generar un moviment econòmic rellevant.

Aquesta fase dona pas a una tercera etapa que coincideix amb el període comprès entre els anys setanta i vuitanta, moment en què les zones esquiables amplien els seus dominis per respondre a la demanda. El fenomen social de la pràctica de l'esquí s'imposa a Andorra amb cert retard, en relació amb altres zones europees com els Alps. No és fins al

segon quinquenni dels anys vuitanta que es generalitza la informació de l'esquí en premsa escrita i televisió. A partir d'aquí, el creixement de la demanda serà constant i superarà el caràcter elitista d'èpoques anteriors.

Cal esperar la dècada dels anys trenta del segle XX perquè l'esport de l'esquí arribi a Andorra. En un primer moment, es beneficia de les infraestructures creades per Forces Hidroelèctriques d'Andorra, societat anònima (FHASA), que bastia una central hidroelèctrica al país per produir energia a gran escala i havia construït habitatges temporals per als treballadors. Al costat sud del port d'Envalira, un d'aquests barracons, situat a 2.124 metres d'altitud, esdevé l'emblemàtic xalet-refugi d'Envalira per iniciativa de l'enginyer de FHASA Àlvar Menéndez, l'any 1933, un any després de fundar l'Esquí Club Andorrà. El refugi acollirà tant els esquiadors del país com els vinguts de fora. A l'altra banda del port, neix un poblat temporal format per un aglomerat de barraques de fusta i plaques de ciment que, pocs anys després, donarà origen a la localitat del Pas de la Casa (Lluelles, 2004).

Figura 22 Xalet Refugi del Port d'Envalira



Font: Xalet Refugi del Port d'Envalira, ANA/Fons Lengemann Werner, 1955-1960.

A més, s'organitzen sortides amb autobús per esquiar al port d'Envalira, al coll d'Ordino i al coll de la Botella; durant l'hivern de 1933-1934, es posa en funcionament un vehicle

eruga per transportar els esquiadors. L'Esquí Club Andorrà es mostra actiu i organitza, l'hivern de 1936, els campionats d'esquí d'Andorra, amb la participació d'esportistes francesos i alemanys i, ben aviat, passa a comptar amb 240 socis d'Andorra, França i Espanya (Mas, 1999).

3.3.2 Consolidació del turisme d'hivern, 1950-1989

Després d'un període de declivi, a causa de la Segona Guerra Mundial, el turisme alpi experimenta un segon període d'expansió, a conseqüència de l'augment de la riquesa de les poblacions dels països de l'entorn i dels canvis socials i econòmics, com les vacances pagades i la disponibilitat de vehicles de transport (OMT, 2018a, p. 21).

També l'activitat esportiva de l'Esquí Club Andorrà, que s'ha vist interrompuda durant el període de guerres, reprèn l'any 1945 amb el naixement d'un nou club, amb la finalitat de desenvolupar i facilitar l'esquí a Andorra, anomenat Esquí Club Envalira. Un cop constituït el nou club, la Junta sol·licita l'adhesió a les federacions espanyola i francesa; el 8 d'octubre de 1945 ingressa a la Federació Catalana i el 2 de novembre a la dels Pirineus Est de França. El 3 de febrer de 1946 s'organitza a Ordino el primer concurs social d'esquí (Lluelles i Garcia, 2018).

Aquest club programa diverses proves i campionats que estimulen l'afició, atreuen nombrosos visitants i edita la revista Neu. Durant la Pasqua de 1947, s'organitza una cursa amb 58 participants; abans de la cursa, com era habitual a l'època, s'havia celebrat missa al refugi d'Envalira. L'any 1948, Viladomat es proclama campió de Catalunya de segones categories i és convidat per la Federació Catalana a participar, amb el seu equip, en els campionats d'Espanya que tenen lloc a Guadarrama. Aquest any, també s'inaugura la pista de baixada de Soldeu (Torres, 1952).

En el primer número de la revista Neu, del gener de 1952, s'afirma que Andorra és cada dia més visitada pels turistes i que aquests poden contribuir a millorar el nivell de vida del Principat. La publicació destaca que s'ha de relacionar l'esquí amb el turisme d'hivern i que s'han de convertir les estacions naturals en estacions d'esquí de caràcter industrial i comercial, comparables a les dels països veïns, per poder atraure una quantitat important d'esquiadors (Torres, 1952).

Malgrat que l'afluència turística dels mesos d'hivern està per sota de les xifres del període estival, es busca potenciar el turisme d'hivern mitjançant la instal·lació de ginys mecànics que potenciïn la pràctica de l'esquí (Lluelles, 1991).

El número 7 de la Revista Neu, de febrer de 1953, recull diverses opinions que consideren que les instal·lacions hoteleres d'Andorra s'han de convertir en llocs confortables i que els cims s'han de veure vençuts per una xarxa de teleesquís que facilitin la comoditat de llançar-se esquiant per els pendents. Aquest mateix any, l'Esquí Club Envalira proporciona material als infants de les escoles més envoltades de neu per tal d'impulsar la pràctica esportiva (Torres, 1953).

Durant la temporada 1957-1958, s'inaugura a Andorra el primer teleesquí llarg que enllaça el Pas de la Casa i el coll Blanc, amb un recorregut de dos quilòmetres. Dos anys després, es construeix el teleesquí de Grau Roig al qual es traslladen els esquiadors des del refugi d'Envalira, utilitzant vehicles eruga (Lluelles, 2004). La mecanització de l'esquí permet incrementar la presència d'esquiadors espanyols, francesos i andorrans i evidencia les oportunitats d'aquesta pràctica que, en les dècades vinents, posicionarà Andorra com a destí turístic d'hivern (Garcia i Lluelles, 2021).

L'administració pública andorrana donarà un fort impuls al sector turístic i, en especial, al relacionat amb els esports d'hivern. El capital privat, juntament amb la iniciativa pública, impulsaran les estacions d'esquí que esdevindran una peça clau en la consolidació d'Andorra com a destí turístic. En aquest sentit, l'any 1963, el síndic Julià Reig declara l'esquí una prioritat nacional i afirma que Andorra no pot esperar més a equipar les seves magnífiques pistes d'esquí. Considera que existeix un retard en el desenvolupament, entre les estacions andorranes i les dels països veïns, tot i que cada dia augmenta l'afluència d'esquiadors espanyols i francesos. En sintonia amb el programa polític del síndic, el Consell General opta per un model de país orientat al sector turístic, com a mitjà per assolir una economia sòlida, en què el desenvolupament del turisme d'hivern ha de permetre desestacionalitzar la demanda i complementar la temporada d'estiu que és vista com a insuficient per garantir un creixement satisfactori (Lluelles, 2004).

Aquesta política turística requereix fortes inversions en infraestructures que, com exposa Lluelles (2004), es concreten en les importants inversions en la millora de la xarxa viària

i en els primers estudis de perforació del túnel d'Envalira, que havia de facilitar la connexió amb França.

La temporada 1963-1964, l'Esquí Club Envalira organitza el primer campionat escolar en què participen els alumnes escolaritzats al Principat que tindrà continuïtat en anys successius (Torres, 1965). No és fins a l'any 1964, amb la inauguració de l'estació de Soldeu, que s'instal·la el primer telecadira al país, habilitat per a dues places. El comú de Canillo havia atorgat la concessió a la societat explotadora Esports de Neu Soldeu Incles SA (Ensisa), per crear aquesta estació que compta, inicialment, amb deu quilòmetres esquiables, repartits en tres pistes. Fins a l'any 1981, l'estació va créixer al voltant de la localitat de Soldeu, fins a disposar de vint quilòmetres de pistes.

Dues accions rellevants de l'any 1965, relacionades amb l'esquí, contribueixen a enfortir l'oferta andorrana: el Consell General declara oficialment l'esquí com a esport nacional i l'Esquí Club Envalira s'adhereix a la Federació Internacional d'Esquí (FIS). L'ingrés a la FIS atorga al Club la personalitat que, des de la seva fundació, havia quedat diluïda amb l'adhesió a les federacions dels països veïns, ja que era considerat espanyol per Espanya i francès per França. Al cap de dos anys de l'adhesió a la FIS, ja s'organitzen les primeres competicions internacionals d'Andorra, de caràcter oficial (Torres, 1965).

L'any 1967, el comú d'Encamp creava la Societat Anònima d'Equipament Turisticoesportiu de la Parròquia d'Encamp (Saetde), societat mixta, a qui es va concedir la concessió per explotar els recursos de l'estació d'esquí del Pas de la Casa-Grau Roig. El comú aportava a la societat dos teleesquís i, l'any següent, s'incorporava a la societat l'empresari Francesc Viladomat, que aportava els cinc teleesquís del Centre de Teleskís d'Envalira del Pas de la Casa i de Grau Roig, amb una capacitat de 2.700 esquiadors per hora. L'agost de 1968, en assemblea extraordinària, Saetde ratificava l'operació i, a canvi dels cinc teleesquís, Viladomat rebia el 25% de les accions de la societat. Aquest empresari amplia la seva participació en anys subsegüents, fins a arribar a ostentar més de la meitat dels títols de la societat (Ribas, 2007).

L'Esquí Club Envalira, que modifica els estatuts l'any 1968 i passa a anomenar-se Esquí Club d'Andorra, continua incrementant el nombre de socis que, a l'inici de la dècada dels setanta, ja arriben als 1.500 afiliats (Orobitg, 1974). Gràcies al suport econòmic del Consell, el club organitza proves que donen projecció internacional a l'esquí andorrà,

com els concursos internacionals de Setmana Santa i el Gran Premi internacional d'esquí d'Andorra que comença a celebrar-se anualment, a partir de 1967, any en què participen esquiadors de diferents països (Orobitg, 1974).

També l'any 1968 es constitueix l'Escola Nacional Andorrana d'Esquí (ENADE), per acord del Consell General. L'Esquí Club d'Andorra s'encarrega del funcionament d'aquesta nova entitat que aglutina l'escola d'esquí del Pas de la Casa i la de Soldeu, administrades per les respectives societats explotadores. Entre les funcions, destaca la contractació i la formació dels monitors, així com l'establiment dels preus de les classes impartides (Areny, 2019).

L'any 1968, un total de 400 alumnes es desplacen setmanalment, durant la temporada d'hivern, a les diferents estacions del país on reben classes d'esquí, amb la finalitat de potenciar l'afició i descobrir nous valors entre els joves del país (Rossell, 1968).

L'auge de l'esquí es fa palès en les importants inversions de les tres darreres dècades del segle XX. L'any 1974, s'inaugura l'estació d'Arinsal, situada a la parròquia de la Massana, amb capital privat. A començament dels vuitanta, Soldeu ampliava l'oferta al Tarter. El camp de neu de Pal iniciava l'activitat l'hivern de 1982-1983 i el d'Arcalís (Ordino), la temporada 1983-1984. Els camps de neu havien aparegut a la dècada dels anys setanta a França com un model adreçat a fer la pràctica de l'esquí més assequible, on la rendibilitat no és una prioritat. Aquestes instal·lacions es consideren com un servei caracteritzat per la gestió i el finançament públic i la manca d'equipaments residencials al seu voltant.

La iniciativa privada i la pública s'interrelacionen per proveir d'infraestructures les zones que es beneficien d'una concessió per explotar una estació d'esquí. Mentre que el sector privat participa en les tres primeres estacions que s'inauguren al país, el sector públic dota d'infraestructures els camps de neu de Pal i Arcalís. L'any 1986, de l'explotació total dels recursos de neu a Andorra, corresponen a l'empresa mixta el 44% (Pas de la Casa- Grau Roig), a l'empresa pública el 35% (Pal i Arcalís) i a l'empresa privada el 21% (Soldeu i Arinsal) (Govern d'Andorra, 1987).

Segons un estudi de la Conselleria de Serveis Públics del Govern d'Andorra, l'any 1985 van entrar uns set milions de visitants estrangers al país, dels quals 2,8 milions ho van fer durant la temporada d'hivern, entre els mesos de desembre i abril (Govern d'Andorra,

1987). Les xifres recollides en la taula 14, relativa a l'estimació del nombre de visitants de 1985, posen en evidència la importància del turisme com a activitat econòmica i l'auge que experimentava el turisme d'hivern, en aquestes dates.

Taula 14 Estimació del nombre de visitants, any 1985

	Hivern (desembre-abril)	Resta de l'any
Visitants amb vehicle particular	1.897.000	3.693.000
Visitants amb autocar	937.000	481.000

Font: Elaboració pròpia, a partir de Govern d'Andorra (1987, p. 109).

L'any 1985 s'instal·len els primers canons de neu a l'estació del Pas de la Casa-Grau Roig. Aquesta estació, juntament amb La Molina, són les primeres de totes les pirinenques que aposten per la innivació artificial (Ribas, 2007). Dos anys més tard, al sector de Soldeu s'implanta el primer dispositiu per fabricar neu artificial; aquesta inversió es va fer gràcies al fet que el comú de Canillo havia adquirit el 33% de l'accionariat d'Ensisa. La integració del comú a l'estació de Soldeu-El Tarter tenia per finalitat col·laborar directament en el desenvolupament turístic de la parròquia i agilitzar les relacions entre estació i corporació.

A banda dels esquiadors espanyols i francesos, habituals de les pistes andorranes, a partir dels anys vuitanta del segle passat, irrompen també els anglesos. A tall d'exemple, a finals de la dècada, arribaven a Soldeu 1.200 esquiadors anglesos per setmana; a principis dels noranta el volum s'incrementa fins a 2.400 i, a finals de la dècada, arriben als 2.800 (Tort, 2014). Les xifres de Soldeu confirmen el procés d'internacionalització de les estacions andorranes.

El desenvolupament de l'esquí es beneficia de l'auge del sector comercial i, al mateix temps, col·labora en el creixement del sector hotel·ler, de forma molt especial en aquelles parròquies en què s'ubiquen les estacions d'esquí. La millora progressiva dels nivells de renda dels visitants i la popularització d'aquest esport, fan incrementar significativament la presència de turistes en la temporada hivernal. Anteriorment, el factor de l'estacionalitat beneficiava la temporada estival, ja que la poca difusió de l'esquí en les zones de procedència dels turistes comportava una presència de visitants més reduïda durant els mesos d'hivern.

3.3.3 Canvis en l'estructura del sector, 1990-2022

Durant la primera meitat de la dècada dels anys vuitanta, el turisme d'esquí, a escala mundial, passa per un període de consolidació fins que el mercat comença a donar els primers signes de maduresa. En moltes zones d'Europa l'oferta havia crescut per damunt de la demanda el que, unit a hiverns amb precipitacions irregulars, va fer que algunes estacions tinguessin dificultats econòmiques. Per fer front als nous reptes, el sector respon amb la concentració i el creixement dels grans dominis esquiables, procés iniciat a finals de la dècada dels anys seixanta als Alps. Aquesta dinàmica empresarial proporciona avantatges competitiu i de gestió.

Segons Vera (2013), una de les grans conseqüències de la reestructuració de les estacions ha estat la segmentació del mercat i la consegüent jerarquitització de les zones esquiables. En primer lloc, es troben les estacions que, per dimensions i característiques, estan destinades a un mercat de caràcter local, com poden ser moltes de les espanyoles i franceses, on la clientela prové de ciutats properes. En segon lloc, se situen les estacions adreçades a un mercat d'àmbit regional, com les alpines, que reben turistes procedents de tota Europa. Finalment, les estacions que gaudeixen d'un mercat internacional, que atreuen visitants de tot el món, posicionades per la singularitat i la tradició, com Chamonix i Zermatt (Alps), Vail (Estats Units) i Whistler (Canadà). Com s'analitza en aquest apartat, el mateix procés de reestructuració de les estacions té lloc a Andorra, iniciat a partir dels anys noranta i culminat amb el nou mil·lenni.

En la dècada dels anys noranta, les estacions andorranes amplien els dominis esquiables i es milloren els accessos i les infraestructures per facilitar l'arribada d'esquiadors. El turisme d'hivern, que depèn de l'explotació d'uns recursos naturals, exigeix unes inversions públiques i privades elevades, tant en accessos a les estacions com en ginyes mecànics per millorar la capacitat de transport per cable, o en canons de neu per garantir el mantell nival.

La superfície esquiable nacional, la temporada 1992-1993, se situava en 2.400 hectàrees, amb un total de 188 quilòmetres de pistes i mig miler de canons de neu, mentre que la capacitat mitjana d'esquiadors/hora era de 14.407. L'any 1994, s'inaugura a la parròquia de Sant Julià de Lòria, al sector de la Rabassa, la primera i única estació d'esquí nòrdic del país. Les estacions d'esquí ofereixen circuits senyalitzats per la pràctica de l'esquí de

munyanya, de raquetes i d'esquí de fons, en un procés d'ampliar l'oferta en el seus dominis.

Ensisa, societat explotadora de Soldeu-El Tarter, afronta l'any 1993 un grau d'endeutament molt elevat que dificulta realitzar noves inversions. Els socis fundadors de la societat acorden capitalitzar el deute amb l'entitat bancària Crèdit Andorrà, en forma d'accions, i amb el comú de Canillo, en forma d'inversió. D'aquesta manera, el comú i Crèdit Andorrà esdevenen accionistes majoritaris i aposten per professionalitzar la direcció, creant el primer departament de qualitat, a més d'impulsar esdeveniments i competicions lligades al sector de la neu.

Fruit de les elevades inversions efectuades durant la dècada, per garantir temporades més regulars, a finals dels anys noranta la superfície esquiable s'havia ampliat a 2.625 hectàrees, amb 275 quilòmetres de pistes, i s'havien duplicat els canons de neu artificial (Lluelles i Garcia, 2018). Entre les inversions més destacables, cal fer esment de la inauguració del telecabina de Soldeu, la temporada 1996-1997, finançat per Ensisa, i l'aparcament vertical, la temporada 1997-1998, sufragat pel comú de Canillo, amb capacitat per a 300 vehicles i amb accés directe a les pistes.

Durant la darrera dècada del segle XX i la primera del segle XXI, el ritme d'inversió en el sector de la neu varia en funció de les obres projectades i resulta més rellevant quan es tracta de connectar per cable les localitats amb les pistes d'esquí. En el període comprés entre els anys 1994-2003, el conjunt de les estacions andorranes va destinar 174 milions d'euros a equipaments. Cal assenyalar que les inversions més elevades de la història de l'esquí andorrà es duen a terme durant la temporada 1998-1999, amb 13,2 milions d'euros, a més dels 21 milions del Funicamp, i la temporada 2004-2005, amb valors que també s'acosten als 35 milions d'euros (Lluelles i Garcia, 2018).

Amb l'objectiu de reduir distàncies entre els usuaris i les estacions, es construeix el Funicamp, finançat pel comú encampadà, que enllaça la localitat d'Encamp amb la zona esquiable del Pas de la Casa-Grau Roig i Soldeu-El Tarter. Aquest telecabina, inaugurat durant la temporada 1998-1999, amb un recorregut de 5,6 quilòmetres i un desnivell de 1.172 metres, permet enllaçar la localitat d'Encamp amb les pistes, en un temps inferior al quart d'hora.

Amb el canvi de mil·lenni s'assisteix a l'auge dels grans dominis esquiables andorrans, basats en aliances comercials que busquen atraure més clientela. Les constants inversions i ampliacions en les estacions d'esquí que s'havien iniciat la dècada anterior, així com les fusions comercials entre elles, tenen per finalitat garantir la competitivitat d'un dels principals motors de l'economia nacional.

Entre els factors que condicionen el procés de concentració de les estacions d'esquí alpí, influeixen la maduresa dels mercats, la retirada d'operadors tradicionals, la necessitat de capital per respondre a la demanda dels clients, l'exigència d'aplicar economies d'escala per reduir els costos fixos i l'estalvi en els processos de formació de personal (Vera, 2013). Així, la temporada 1999-2000, les societats explotadores Saetde i Ensisa queden enllaçades físicament, tot i que, fins el 2003, no s'oferirà un forfet únic sota la marca Grandvalira. Per aconseguir la unió comercial, es crea una nova societat, Neus del Valira SA (Nevasa), participada en parts iguals per Saetde i Ensisa, amb l'objectiu de comercialitzar un forfet conjunt i fer la promoció de tot el domini. Aquest nou espai esdevé el domini esquiable més gran del Pirineu, amb prop de 1.800 hectàrees d'extensió, 192 quilòmetres de pistes i una capacitat de transport per cable de més de 90.000 esquiadors per hora.

La temporada 2000-2001 s'obre el nou sector del Forn, finançat pel comú de Canillo, amb la instal·lació d'un telecabina, dos telecadires, dues pistes, zona de serveis amb restaurant i un edifici per a l'escola d'esquí. La societat Ensisa adquireix les instal·lacions del comú i la concessió del terreny per 15 milions d'euros, l'any 2003, moment en que Soldeu-El Tarter compta amb 52 pistes, 92 quilòmetres esquiables i un domini de 1.150 hectàrees; també disposa de 425 canons de neu i 32 ginys mecànics, amb una capacitat de transport de 45.000 esquiadors/hora, a més de vint punts de restauració (Tort, 2014).

També les estacions del nord del país, molt més petites, veuen la necessitat de fer aliances comercials. Les estacions de Pal i Arinsal, explotades per la societat EMAP (Estacions de Muntanya d'Arinsal-Pal), uneixen els dominis esquiables, l'any 2001, mitjançant un telecabina. No serà fins l'any 2004 que neixi Vallnord, producte de la unió comercial de Pal-Arinsal i Ordino-Arcalís, quan els comuns de la Massana i Ordino arribin a un acord de comercialització conjunta a través d'un forfet únic. Posteriorment, la temporada 2004-

2005, entra en funcionament el telecabina de la Massana que uneix aquesta localitat amb les pistes de Pal.

En la taula 15, relativa a les inversions i els ingressos procedents de la venda de forfets, en el període comprés entre els anys 2006-2021, es pot apreciar l'important ritme d'inversions realitzades pel conjunt de les estacions andorranes, entre els anys 2006-2009, amb valors propers als 20 milions d'euros per temporada. Aquest ritme decau, per situar-se en xifres inferiors als 10 milions en el següent quinquenni, possiblement pels efectes de la crisi econòmica de 2008. Coincidint amb els primers símptomes de recuperació econòmica, a partir de l'any 2015, es reprenen els valors de les inversions, sense arribar als nivells anteriors a la crisi, excepte la temporada 2018-2019 en què els 25 milions d'inversió representen el valor més elevat de la sèrie. Evidentment, la reducció de les inversions i dels ingressos de la temporada 2020-2021, està motivada per la pandèmia del covid-19 i les restriccions de mobilitat.

Taula 15 Inversions i ingressos per forfets de les estacions d'esquí, 2006-2021

Temporada	Inversions (en €)	Ingressos per forfets (en €)
2006-2007	20.000.000	-
2007-2008	19.700.000	-
2008-2009	21.000.000	-
2009-2010	11.000.000	-
2010-2011	6.400.000	-
2011-2012	7.000.000	45.570.000
2012-2013	8.300.500	46.499.000
2013-2014	9.150.000	49.541.188
2014-2015	10.500.000	50.061.300
2015-2016	19.950.000	51.002.357
2016-2017	15.500.000	54.469.000
2017-2018	15.400.000	61.489.970

2018-2019	25.085.000	61.493.446
2019-2020	16.000.000	59.321.824
2020-2021	8.850.000	5.063.868

Font: Elaboració pròpia, a partir Ski Andorra (2022).

Pel que fa als ingressos en concepte de venda de forfets, cal assenyalar que tan sols ha estat possible obtenir informació a partir de la temporada 2011-2012. Ski Andorra, l'associació que agrupa les estacions d'esquí andorranes, creada el 1993, assenyala que Pas de la Casa-Grau Roig sempre ha encapçalat el rànquing de vendes, seguida de Soldeu-El Tarter (Lluelles i Garcia, 2018). Tal com s'aprecia a la taula 15, els ingressos de les estacions andorranes experimenten un creixement continuat que es manté, pràcticament, fins a la pandèmia de la Covid-19, en què els valors decauen estrepitosament. També les inversions es veuen negativament afectades per les restriccions produïdes amb motiu de la crisi sanitària.

3.3.4 D'estació d'esquí a estació de muntanya

Amb el nou mil·lenni, l'Administració assumeix el lideratge de la política turística, procés que culmina l'any 2008, amb la creació de la societat pública Andorra Turisme, que té per objectiu la millora constant de la competitivitat del país com a destinació turística. Simultàniament, neix la necessitat de diversificar l'oferta de les estacions d'esquí i ampliar-la a la temporada estival, amb l'objectiu d'augmentar la freqüentació dels dominis i rendibilitzar les instal·lacions i les infraestructures existents. Mentre es manté el ritme d'inversions, es potencien les activitats relacionades amb la natura, l'esport i la muntanya.

Com a mostra d'aquesta diversificació, cal destacar que també a l'estiu es posa en funcionament el Funicamp i es realitzen a Pal campionats de BTT i descens en bicicleta. Entre altres iniciatives, l'any 2007, es crea Naturlandia que incorpora l'estació d'esquí de fons de la Rabassa i, l'any 2021, passa a anomenar-se Naturland; el projecte ofereix múltiples activitats vinculades a la natura i l'esport, durant l'hivern i l'estiu. També al

sector del Forn de Canillo s'inaugura, l'any 2009, un camp de golf d'altura, amb una inversió de tres milions d'euros, que s'explota durant la temporada estival.

L'any 2018, Saetde adquireix el 76% de les accions de SECNOA, societat de titularitat pública que explotava l'estació d'esquí d'Ordino-Arcalís. Aquest domini, que passa a formar part de la marca comercial Grandvalira Resorts, amplia les instal·lacions amb un nou telecabina, la temporada 2019-2020. Aquesta mateixa temporada, s'inaugura el setè accés al domini Grandvalira, amb un nou remuntador a la zona del Peretol, situat a la parròquia de Canillo.

També Soldeu-El Tarter millora les instal·lacions amb noves inversions milionàries que possibiliten organitzar campionats internacionals. Cal destacar la que es realitza a la localitat de Soldeu, on es construeix una plataforma esquiable de 14.000 m² i un nou aparcament de 450 places, que permet organitzar les proves finals de la Copa del món d'esquí alpí de l'any 2019. La inversió va assolir els 25 milions d'euros, aportats íntegrament per Ensisa.

D'acord amb la tònica de concentració de les estacions en grans dominis, neix una nova societat, l'any 2021, fruit de la integració d'Ensisa i EMAP, anomenada SETAP365, nom que fa referència a la voluntat de mantenir oberta l'activitat durant tot l'any. Amb aquesta fusió, les pistes d'esquí de Soldeu-El Tarter, Arinsal i Pal s'agrupen en una única societat, amb un repartiment d'accions del 40,23% propietat del comú de Canillo, el 39,80% del Crèdit Andorrà i el 19,96% del comú de la Massana.

Grandvalira inverteix, la temporada 2021-2022, un total de 6,7 milions d'euros, destinats principalment al projecte "l'Abarset", edifici bastit amb la intenció d'esdevenir un referent de l'*après-ski* que, en el seu segon any, consolida la seva oferta amb una afluència de més de 100.000 persones. També inverteix en innovació tecnològica, millora de serveis per a la pràctica de l'esquí i l'snowboard, i en l'oferta de restauració.

Una nova estratègia per a la venda de forfets de dia, amb la introducció de preus dinàmics, és incorporada per Grandvalira, la temporada d'hivern 2021-2022. La fórmula es basa en una fluctuació de l'import segons l'època de l'any i el dia de la setmana, de manera que l'estació pot adaptar l'oferta a la demanda. El nou sistema fomenta l'ús dels canals digitals del domini esquiable i premia amb preus més econòmics els clients que reservin els seus forfets amb anticipació.

Per la seva banda, la temporada 2021-2022, a Ordino-Arcalís s'inverteix un milió d'euros en el nou mirador solar de Tristaina, en millors sobre el terreny, en una nova proposta gastronòmica i en la digitalització de sistemes i processos. El mirador, ubicat a 2.700 metres d'altitud, potencia l'ús de les instal·lacions del domini esquiable a l'època estival; es pot accedir-hi mitjançant un telecabina i un telecadira que funcionen també durant els mesos d'estiu, amb una afluència de 85.000 persones el primer any de funcionament.

Figura 23 Mirador Solar de Tristaina, 1-01-2023



En el procés evolutiu de les estacions andorranes, s'assisteix, durant la temporada 2022-2023, al reagrupament de totes les estacions d'Andorra sota la marca Grandvalira Resorts que ofereix, per a la pràctica dels esports d'hivern, un total de 213 pistes, amb 303 km esquiables, 123 remuntadors mecànics amb capacitat per a 177.235 esquiadors/hora, innivació de cultiu per al 66% del domini i 87 punts de restauració (Grandvalira Resorts, 2023).

La superfície destinada a la pràctica dels esports d'hivern és de més de 2.300 hectàrees, superior a la destinada a les activitats agropecuàries del país. Amb la unificació de l'oferta, Andorra se situa entre les primeres destinacions europees, pel que fa a la

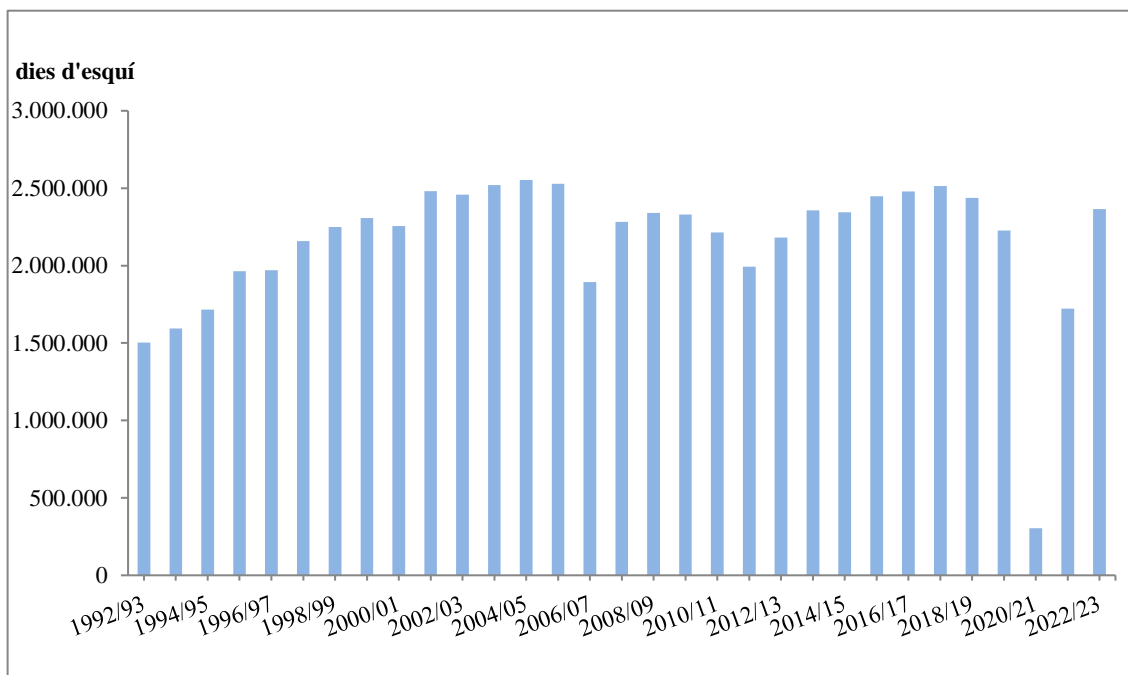
superfície esquiable, i es consolida com a destí de neu i d'activitats d'oci a la muntanya durant tot l'any.

Grandvalira Resorts inverteix, la temporada 2022-2023, un total de 17,5 milions d'euros, una de les xifres més elevades en una mateixa temporada dels últims anys, repartits a raó de 12,5 milions a Grandvalira, 2,5 milions a Ordino Arcalís i 2,5 milions a Pal-Arinsal. En un intent de donar un impuls a Pal-Arinsal, es preveu una inversió superior als 30 milions d'euros en noves infraestructures i remuntadors que permetin la unió esquiable dels dos sectors.

Les estacions d'esquí, de forma directa i indirecta, creen llocs de treball que, per la seva importància, tenen una clara repercussió sobre el mercat laboral nacional. Pel que fa a l'ocupació directa, segons informació proporcionada per Ski Andorra, les estacions andorranes van ocupar 2.370 treballadors, la temporada 2017-2018, xifra que s'incrementa a 2.809 la temporada següent. La contractació de personal decau a partir de la temporada 2019-2020, amb 2.722 treballadors; aquesta tendència negativa s'incrementa, per efecte de la pandèmia de la Covid-19, durant la temporada 2020-2021, quan tan sols es contracten 1.289 treballadors, el que representa una pèrdua del 52,6% dels efectius, respecte a l'any anterior. Amb el final de la pandèmia, es recuperen els anteriors valors de contractació que, durant la temporada 2022-2023, arriben als 2.500 empleats.

A banda de les inversions realitzades, també es valoren els dies d'esquí venuts per temporada, com a un indicador més de l'activitat del sector. Els valors creixen d'ençà que existeix la informació, com es desprèn de la figura 24, relativa a la venda de dies d'esquí, entre 1992-2023. D'un total d'1,5 milions de dies venuts, la temporada 1992-1993, es passa als 2,3 milions de la temporada 2022-2023. És evident que els efectes de la Covid-19 i de les consegüents restriccions de mobilitat, van ser responsables de la gran reducció que va experimentar la venda de forfets, durant la temporada 2020-2021.

Figura 24 Evolució dies d'esquí venuts (1992/93-2022/23)



Font: Elaboració pròpia, a partir Ski Andorra i Dept. d'Estadística (2023).

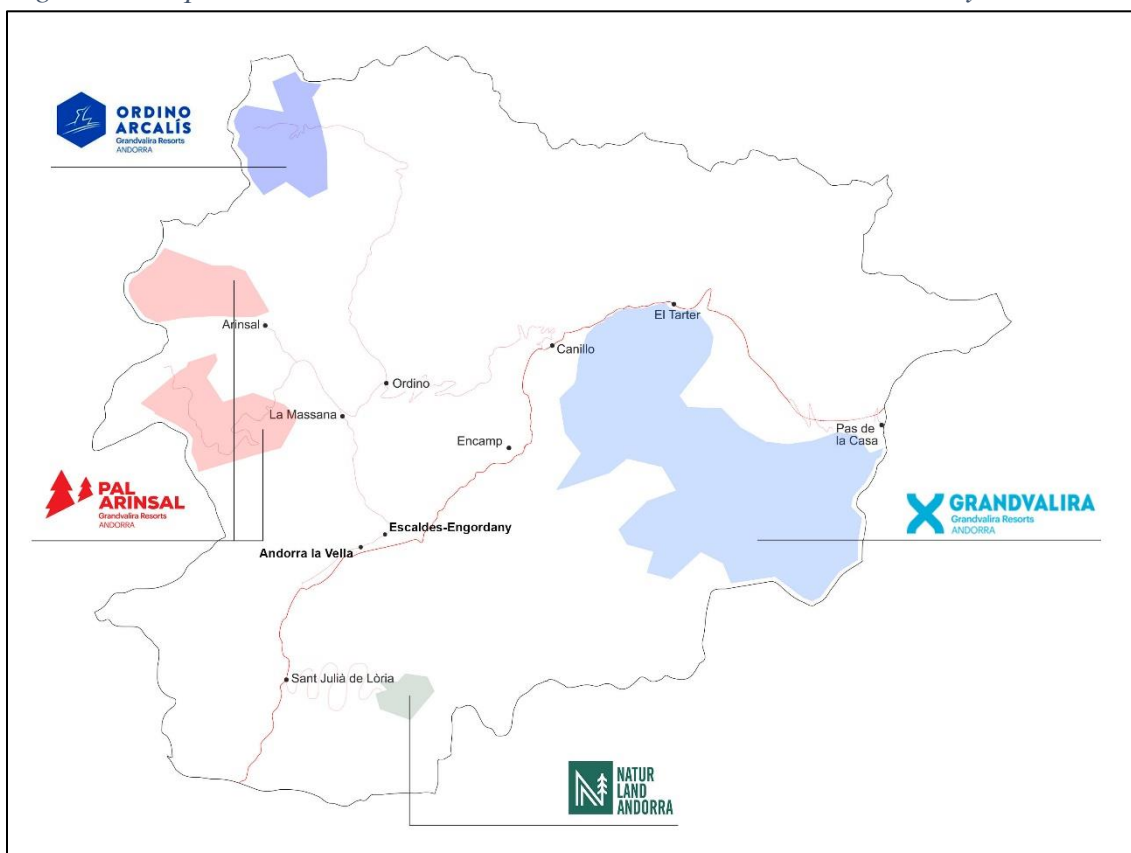
L'entitat Ski Andorra assenyala que el Pas de la Casa-Grau Roig ha encapçalat tradicionalment el rànquing de vendes de dies d'esquí, seguida de Soldeu-El Tarter. La distribució dels esquiadors per dominis confirma la posició avantatjosa del domini Grandvalira que, durant tot el període, ven el 70% del total de dies d'esquí, enfront del 30% de Vallnord. Aquest repartiment és similar al que es produïa als anys vuitanta del segle XX, quan la suma de les estacions del Pas de la Casa-Grau Roig i Soldeu-El Tarter, posteriorment domini Grandvalira, representava el 71% del total de forfets venuts, mentre que el 29% restant es repartia entre les altres estacions, posteriorment agrupades en el domini Vallnord. Durant la temporada 1986-1987 es van vendre 1,3 milions de dies d'esquí, el 48% dels quals corresponien a Pas de la Casa-Grau Roig, el 23% a Soldeu-El Tarter, el 12% a Ordino-Arcalís, el 9% Arinsal i el 8% a Pal (Lluelles i Garcia, 2018).

La temporada 2022-2023, la primera que agrupa totes les estacions d'Andorra sota la marca Grandvalira Resorts, va tancar amb 2.364.359 dies d'esquí venuts, xifra que supera lleugerament les dades acumulades de la campanya anterior. L'estació de Grandvalira, amb 1.747.333 dies d'esquí venuts en els 136 dies d'obertura, va superar lleugerament les xifres de la temporada anterior, amb un 1,41% més. Per la seva banda, Pal-Arinsal, en el primer hivern en què formava part de la marca Grandvalira Resorts, va tancar una temporada complexa per la manca de precipitacions en forma de neu, amb un total de 430.516 dies d'esquí venuts, un 12% menys que l'hivern anterior. La manca de

precipitacions i les temperatures per sobre de la mitjana van comportar l'avançament del tancament de Pal-Arinsal, amb la consegüent reducció de la clientela que es va veure compensada per l'augment del 19% en la despesa mitjana per client.

A la figura 25 es representen les estacions de muntanya d'Andorra. Tot i que totes les d'esquí alpí s'agrupen sota la marca Grandvalira Resorts, es poden distingir els diferents dominis: a les valls del nord, Pal, Arinsal i Ordino Arcalís; a les valls orientals, Soldeu-El Tarter, Canillo, Grau Roig i Pas de la Casa. També s'ha inclòs el centre d'activitats Naturland, al sud del país, on entre d'altres, es pot practicar l'esquí nòrdic.

Figura 25 Mapa d'Andorra amb la localització de les estacions de muntanya

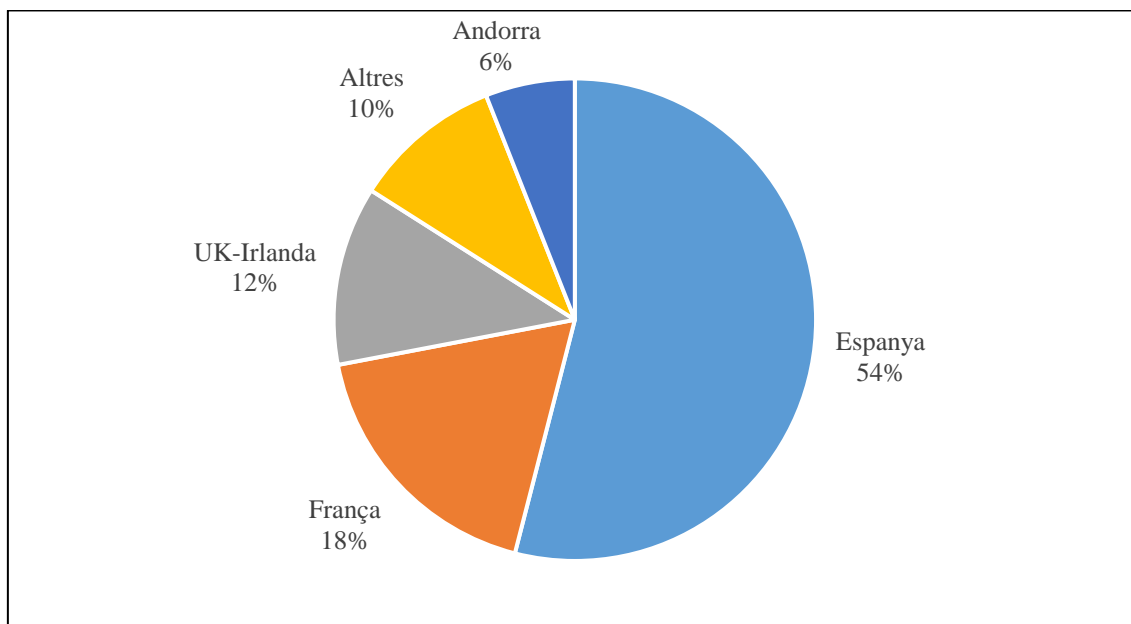


Font:Elaboració pròpia.

La ubicació d'Ordino Arcalís, que permet un major gruix d'innivació i una millor conservació de la qualitat de la neu, ha afavorit aquest domini. L'estació va viure la temporada 2022-2023, com la millor, des de la seva integració a Grandvalira Resorts, amb 186.510 dies d'esquí venuts, el que significa un augment del 26% respecte a la temporada anterior.

Segons es desprèn de la figura 26, relativa a la procedència dels esquiadors de Grandvalira, durant la temporada 2021-2022, el 54% dels que practiquen l'esport en aquest domini són espanyols, seguits dels francesos, amb un 18%, i en tercer lloc destaquen els procedents de Regne Unit i Irlanda, amb un 12% del total. En contraposició, la clientela nacional té una participació discreta que tan sols assoleix el 6% del total.

Figura 26 Procedència dels esquiadors de Grandvalira, 2021-2022

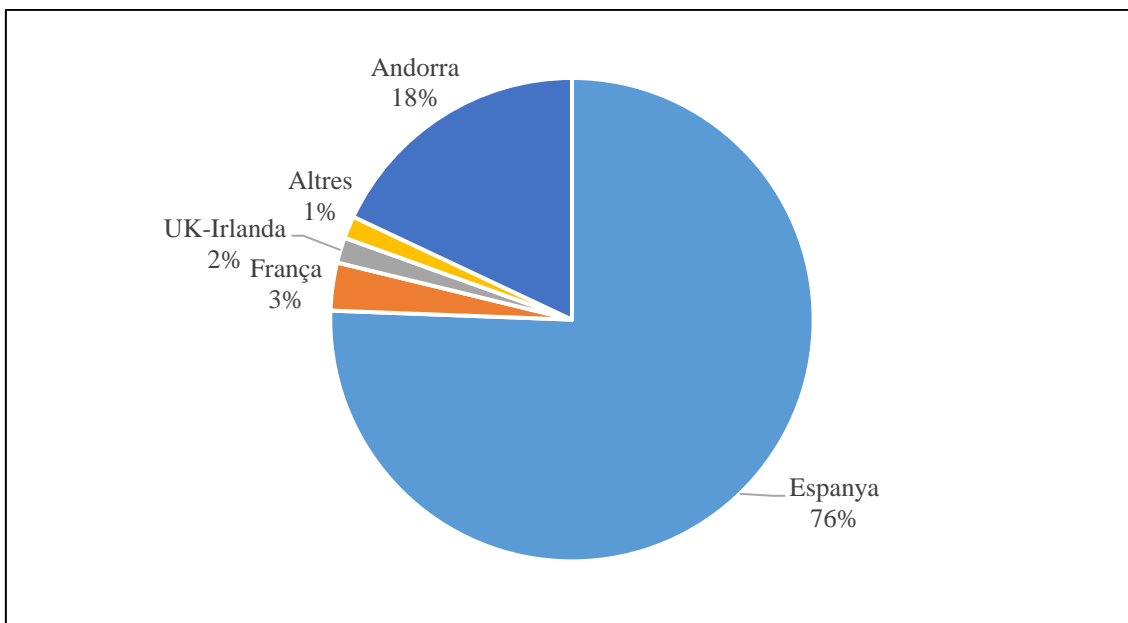


Font: Elaboració pròpia, a partir de Grandvalira Resorts (2022).

Pel que fa a l'edat dels esquiadors de la temporada 2021-2022, la gran majoria tenen menys de 45 anys, mentre que els que superen aquesta edat representen el 36% de la clientela de Grandvalira i el 32% de la d'Ordino-Arcalís. Pel que fa a Grandvalira, tan sols un de cada tres esquiadors està per sobre dels 45 anys, mentre que els menors de 25 anys són una minoria equivalent al 14% (Grandvalira Resorts, 2022).

La figura 27, relativa a la procedència dels esquiadors de la temporada 2021-2022 d'Ordino-Arcalís, confirma que també el client majoritari d'aquesta estació és l'espanyol, amb un 76% del total, el que representa una proporció superior en un 22% a la de Grandvalira. En segon lloc apareix el client nacional, amb un 18%, que evidencia la preferència de la població andorrana per aquesta estació. La resta de grups estan escassament representats, destacant els francesos, amb una participació del 3,2% del total.

Figura 27 Procedència dels esquiadors d'Ordino-Arcalís, 2021-2022



Font: Elaboració pròpia, a partir de Grandvalira Resorts (2022).

La regulació del sector es fonamenta en la Llei 21/2022, del 9 de juny, d'estacions de muntanya, que passa d'una normativa d'estacions d'esquí a una d'estacions de muntanya. El text legal, a més de les instal·lacions mecàniques, té en compte els serveis oferts durant tot l'any que s'entenen com un conjunt organitzat d'activitats. Es defineix l'estació de muntanya com l'activitat mercantil que, en l'àmbit territorial d'un domini i per mitjà d'un conjunt coordinat d'instal·lacions, desenvolupa una prestació de serveis relacionats amb la pràctica de l'esquí i els esports de muntanya, així com activitats turístiques i lúdiques. Pel que fa a les àrees d'activitat, es preveuen zones regulades, és a dir preparades i condicionades per la pràctica de múltiples activitats.

Amb aquesta llei es consoliden les instal·lacions esportives existents que tenen relació amb les activitats que es duen a terme en el domini d'una estació de muntanya. L'exposició de motius recorda que la norma s'adopta per l'increment de l'oferta de serveis relacionats amb la pràctica de l'esquí i les activitats de muntanya, així com per la desestacionalització de les activitats que es realitzen. També estableix criteris per a la creació de noves estacions i activitats, evitant generar pressions en la qualitat ambiental i en la biodiversitat dels espais naturals.

Posteriorment, la Llei 4/2023, del 19 de gener, d'avaluació ambiental de projectes i de plans i programes, busca incrementar la protecció del medi, actualitzar i modernitzar la

normativa en vigor, a més d'integrar els aspectes ambientals en la redacció i autorització de projectes i de plans i programes que tenen efectes significatius sobre el medi ambient. La llei estableix el procediment d'avaluació dels impactes ambientals dels projectes, en funció de les seves característiques o de la seva dimensió, amb l'objectiu d'adaptar el procediment a l'envergadura de cada projecte i als possibles impactes que pot tenir sobre el medi ambient. El text indica el procediment d'avaluació ambiental estratègica que s'ha de dur a terme per garantir que la seva repercussió ambiental es tindrà en compte durant la preparació i abans de l'adopció del pla o programa.

La nova norma estableix tres categories de projectes. En primer lloc, els projectes sotmesos a avaluació d'impacte ambiental amb un procediment estàndard, a través del qual es posa a informació pública els projectes de titularitat pública. En segon lloc, els projectes sotmesos a avaluació d'impacte ambiental que, per les seves característiques o dimensions, tenen un grau d'impacte molt important sobre el medi ambient, per als quals s'estableix una fase de consultes públiques. Finalment, els projectes que, per les seves característiques o dimensions, tenen un grau d'impacte més petit sobre el medi, que no queden sotmesos a procediments d'avaluació d'impacte ambiental i que han de presentar únicament un pla de restauració i un pla de vigilància.

3.3.5 Conseqüències del canvi climàtic en el sector de la neu

El sector de la neu andorrà disposa, actualment, de més de 2.300 hectàrees de superfície esquiable i ocupa unes 2.500 persones. Els destins de muntanya tradicionals, orientats als esports de neu, com el cas andorrà, s'enfronten a una sèrie de reptes que afecten la rendibilitat de les estacions d'esquí i el desenvolupament dels territoris on es localitzen. Entre aquests reptes, cal destacar el canvi climàtic, l'envelliment de la població i els hàbits dels turistes que diversifiquen les seves activitats (Pierret, 2010 i Vera *et al.*, 2013).

Són diverses les institucions privades i públiques del país que mostren interès per avaluar l'estat del turisme de neu i els impactes del canvi climàtic. A tall d'exemple, el Congrés Mundial de Turisme de Neu i d'Esports d'hivern, promogut i organitzat per l'OMT en col·laboració amb el Govern d'Andorra, és una reunió bianual que es desenvolupa a Andorra des de l'any 1998. Aquesta primera reunió va concloure que la competitivitat del

turisme de neu exigeix una estreta col·laboració del sector privat i les administracions, definint marcs flexibles per al desenvolupament sostenible.

Posteriorment, l'any 2005, la reunió esdevé l'actual Congrés Mundial de Turisme de Neu i de Muntanya, organitzat pels comuns, el Govern i l'OMT, que van acordar ampliar la temàtica a les activitats practicables a la muntanya durant tot l'any. Aquest congrés és un referent internacional de l'intercanvi de coneixements sobre les tendències, les eines i les oportunitats del desenvolupament turístic en territoris de muntanya. La trobada biennal, a iniciativa dels set comuns i el Govern d'Andorra, se celebra en una parròquia diferent en cada ocasió.

A partir de l'any 2010, l'Observatori pirinenc del canvi climàtic (OPCC), de la Comunitat de Treball dels Pirineus (CTP), organisme en què Andorra està integrada, ha treballat per analitzar la vulnerabilitat al canvi climàtic de diferents poblacions i sectors naturals, econòmics i socials de tota la regió pirinenca, mitjançant la creació de metodologies apropiades i una perspectiva de col·laboració.

L'any 2011, Andorra va adherir-se al Conveni Marc de les Nacions Unides sobre el Canvi Climàtic (CMNUCC); posteriorment, va signar l'Acord de París, l'any 2016, i el 2020 el Consell General va aprovar la Declaració de l'estat d'emergència climàtica i ecològica. El Pla d'Acció del Govern d'Andorra 2020-2023 s'orienta, entre d'altres, cap a la diversificació de les activitats econòmiques i la lluita contra el canvi climàtic.

A escala global, es preveu que les principals conseqüències del canvi climàtic sobre el sector de la neu vinguin determinades per variacions en la distribució de les precipitacions i la pujada de la cota de neu natural que afectaran tant la qualitat com el gruix i el recobriment de neu de les estacions d'esquí. Es preveu que aquest escenari pugui dificultar la planificació de les inversions i el dimensionament de les infraestructures destinades a les activitats turístiques al voltant de la neu, el que, evidentment, comportaria un augment de les despeses associades.

En la taula 16 es descriuen les vulnerabilitats associades a l'impacte del canvi climàtic en el turisme, centrat en els esports d'hivern a Andorra. Pel que fa al territori andorrà, el canvi climàtic pot repercutir en una disminució de l'afluència del turisme vinculat als esports d'hivern i, per tant, de tota l'activitat econòmica relacionada amb el sector, com

els comerços, bars, restaurants i serveis d'allotjament en estreta relació amb el turisme de neu (Oficina de l'Energia i el Canvi Climàtic, 2021).

Taula 16 Impactes del canvi climàtic vinculats al turisme de neu a Andorra

Sector	Impactes del canvi climàtic	Vulnerabilitats associades
Turisme	Canvis en la distribució de les precipitacions i la pujada de la cota de neu natural que afectaran la qualitat, el gruix i el recobriment de neu en les estacions d'esquí	-Vulnerabilitat de les estacions d'esquí, degut a la disminució de la neu natural -Vulnerabilitat de les estacions d'esquí per la necessitat de produir neu de cultiu, a causa de l'augment de temperatura i disminució de la disponibilitat d'aigua
	Dificultat en la planificació d'inversions i dimensionament d'infraestructures destinades a activitats turístiques, així com l'augment de les despeses associades	-Vulnerabilitat dels esports de neu, que tenen una forta dependència de les condicions meteorològiques i climàtiques -Vulnerabilitat de l'economia del país, molt lligada al turisme de neu, on el sector turístic té un pes molt important en el PIB
Comerç i serveis	Disminució de l'afluència de turisme vinculat als esports d'hivern i, per tant, de tota l'activitat econòmica relativa als comerços, bars, restaurants i allotjaments associats al turisme de neu	Vulnerabilitat del sector per la seva dependència del turisme i dels esports d'hivern

Font: Elaboració pròpia, a partir d'Oficina de l'Energia i del Canvi Climàtic (2021, pp. 49-50).

Les estacions d'esquí són grans consumidores d'aigua i energia. Grandvalira ha registrat 320 centímetres de neu acumulada, la temporada 2022-2023, la de menys precipitacions dels últims anys. Aquest valor representa una reducció del 33%, respecte a la temporada anterior en què es van registrar 479 cm de neu acumulada. La menor innivació va

condicionar un esforç suplementari per adequar les pistes i una producció addicional de neu de cultiu, amb la transformació d'1.250.000 m³ d'aigua (Grandvalira Resorts, 2023).

Els dominis esquiables de la Massana s'han vist especialment afectats per l'escassetat de precipitacions en forma de neu, durant la temporada 2022-2023. Concretament, el sector de Pal va registrar 176 cm de neu acumulada, la meitat que l'hivern de la temporada anterior. El sector d'Arinsal, amb 276 cm de neu acumulada, va registrar un 43% menys respecte de la temporada 2021-2022. No obstant això, Pal Arinsal va garantir el 75% del domini esquiable, durant la gran majoria de dies, gràcies al treball suplementari destinat a condicionar les pistes i la producció de neu artificial per la qual es van emprar 278.581 m³ d'aigua (Grandvalira Resorts, 2023).

Finalment, Ordino-Arcalís va acumular, durant la mateixa temporada 2022-2023, un total de 375 cm de neu, amb una reducció del 17% respecte de la temporada anterior. A banda d'un esforç suplementari destinat a preparar les pistes, com en la resta d'estacions, es van requerir 100.500 m³ d'aigua per produir neu artificial (Grandvalira Resorts, 2023).

La indústria de l'esquí va endegar una sèrie d'accions, la temporada 2022-2023, en consonància amb el creixent imperatiu social sobre l'estalvi energètic. Així, Grandvalira Resorts va invertir 2,5 milions d'euros per aconseguir que la quarta part de l'energia que consumeixen les tres estacions que integren el grup provingui de l'autoproducció, arribant a un 100% d'autosuficiència a Ordino-Arcalís, un 37% a Pal-Arinsal i un 6% a Grandvalira (Grandvalira Resorts, 2023).

Capítol 4. Metodologia

La investigació empírica que es presenta en aquest apartat s'ha dissenyat per donar resposta als objectius plantejats i amb la finalitat de contrastar les diferents hipòtesis. S'ha elaborat un instrument de mesura amb la finalitat d'estudiar la percepció social de l'activitat turística a Andorra. Malgrat que no hi ha constància d'un estudi d'aquest tipus al país, a escala internacional existeixen múltiples treballs en aquesta línia.

L'Agenda 2030 i la declaració dels ODS destaquen que els processos de participació social tenen un rol principal en aquells temes que impliquen fer front als problemes de la humanitat. És així com els residents d'una comunitat són qui tenen el coneixement per millorar les seves problemàtiques i aconseguir un major benestar. El desenvolupament sostenible de l'activitat turística està vinculat al nivell de satisfacció dels residents. L'opinió i les actituds d'aquests, en referència a l'activitat turística, permeten desenvolupar polítiques de planificació exitoses i orientades cap a la sostenibilitat.

En aquest apartat s'exposa el disseny de la investigació empírica, tant pel que fa a les tècniques quantitatives d'investigació, on s'ha emprat una enquesta, com pel que fa a les tècniques qualitatives, que han consistit en plantejar una pregunta oberta en l'enquesta i entrevistes en profunditat.

4.1 Tècniques quantitatives d'investigació

El qüestionari de l'enquesta s'ha construït a partir de la revisió de múltiples treballs sobre turisme sostenible i l'actitud dels residents cap a l'activitat turística (Andereck *et al.*, 2005; Andereck i Vogt, 2000; Andriotis i Vaughan, 2003; Brunt i Courtney, 1999; Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy i Rutherford, 2004; Ko i Stewart, 2002; Látková i Vogt, 2012; Liu i Var, 1986; Madrigal, 1995; Tomljenovic i Faulkner, 2000; Tosun, 2002). El qüestionari mesura, entre altres aspectes, la sostenibilitat percebuda del desenvolupament turístic i la satisfacció dels residents amb l'activitat turística. S'ha emprat com a base la teoria de l'intercanvi social, que és el marc més comú en la investigació de l'actitud dels residents (Hadinejad *et al.*, 2019). Aquesta base teòrica ha estat escollida pel poder explicatiu que té, concretament desenvolupa la relació d'intercanvi i les conseqüències del mateix, diferenciant els beneficis i costos percebuts pels individus com a precursors

del desenvolupament turístic. La teoria de l'intercanvi social ha estat àmpliament utilitzada per avaluar el suport dels residents envers el turisme, en funció dels beneficis i costos econòmics, socials, culturals i ambientals de l'activitat (Lee, 2013).

4.1.1 Elaboració de l'instrument de mesura

Com a primer pas, s'ha dissenyat un instrument que permeti avaluar el grau de percepció dels residents sobre la sostenibilitat de l'activitat turística a Andorra, des d'un punt de vista econòmic, social i ambiental. Donada la insuficiència de les dades públiques disponibles, tant a escala estatal com parroquial (administració local), s'ha optat per dissenyar una enquesta que reculli la percepció dels residents en relació amb l'activitat turística al país.

La finalitat d'aquesta enquesta, en la qual s'introdueixen diferents ítems de la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del turisme, és avaluar el grau de sostenibilitat turística a través del grau de satisfacció expressada pels residents. Per portar a terme l'estudi empíric, s'ha optat per un estudi de caràcter quantitatiu, en el qual la recollida de la informació s'ha realitzat mitjançant una enquesta, on els residents declaren les seves opinions o actituds utilitzant una escala de Likert de cinc punts. A més, s'ha introduït una pregunta de caràcter qualitatiu.

L'escala de Likert és una eina àmpliament utilitzada en enquestes per mesurar actituds, opinions o percepcions dels enquestats i és dels instruments més utilitzats en ciències socials. Porta el nom del psicòleg Rensis Likert, qui va desenvolupar aquesta tècnica. És un tipus d'escala de qualificació que permet avaluar el grau d'acord o desacord amb una afirmació (Cañadas i Sánchez-Bruno, 1998). En una escala de Likert de cinc punts, es presenten diverses afirmacions relacionades amb un tema específic i es demana als enquestats que indiquin el seu nivell d'acord o desacord amb cadascuna d'elles, en la que 1 (mínima puntuació) significa que s'està molt en desacord i 5 (màxima puntuació) significa que s'està molt d'acord amb l'ítem.

Segons López-Roldan i Fachelli (2015), en la investigació social, l'enquesta és considerada una recollida de dades a través de la interrogació de subjectes amb la finalitat d'obtenir, de manera sistemàtica, mesures sobre els conceptes que es deriven d'una problemàtica d'investigació prèviament construïda. La recollida de dades es du a terme a

través d'un qüestionari, instrument de recollida de les dades (de mesura), i la forma protocol·lària de realitzar les preguntes (taula registre) que s'administra a la població o a una mostra extensa, a través d'una entrevista caracteritzada per l'anonimat del subjecte.

D'acord amb els criteris establerts per l'OMT (2006), l'elaboració d'una enquesta del nivell de satisfacció local amb relació al turisme, és un instrument suggerit com a indicador per conèixer la satisfacció dels residents (p.190). El qüestionari permet aconseguir dades quantitatives, qualitatives i establir relacions entre ambdues.

4.1.2 Univers i mida de la mostra

L'univers poblacional al qual va dirigit el qüestionari és la població resident a Andorra. Amb l'objectiu d'acotar la mostra, des d'un punt de vista operatiu, aquesta s'ha limitat als residents majors de 18 anys. Una comunitat es defineix com un grup d'individus que comparteixen unes característiques comunes. Sovint, es parteix de la base que un grup de residents són una comunitat si comparteixen proximitat física o geogràfica amb uns límits delimitats. És important viure en el mateix indret; ara bé, els residents, per esdevenir una comunitat, necessiten compartir un sentiment de pertinença amb lligams, valors i creences compartides. Les comunitats es caracteritzen per proveir ajuda mútua, suport recíproc, solidaritat i cooperació entre els membres. A més, presentar una manera particular d'entendre la vida i d'emprendre activitats són criteris rellevants a l'hora de definir comunitats. Altres criteris definitoris d'una comunitat es relacionen amb la tangibilitat, els processos orientats al lloc o les accions interrelacionades que fomenten la participació dels seus membres (OMT, 2020, p. 16).

En el discurs global actual sobre desenvolupament comunitari, les comunitats es defineixen bàsicament per la localització geogràfica i el nivell de desenvolupament econòmic, sempre que hi hagi un sentit de pertinença i identitat, i facin front a problemes similars o relacionats. És per aquest motiu que s'ha escollit la població d'Andorra major de 18 anys, com a univers de la mostra.

Taula 17 Població d'Andorra de més 18 anys per trams d'edat i sexe, any 2021

	Total	Homes	Dones
--	--------------	--------------	--------------

Població entre 18 i 29 anys	10.961	5.848	5.113
Població entre 30 i 44 anys	18.077	9.200	8.877
Població entre 45 i 64 anys	26.130	13.450	12.680
Població de més de 65 anys	11.728	5.698	6.030
Total població	66.896	34.196	32.700

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2022).

Com es pot apreciar en la taula 17, relativa a la població d'Andorra de més de divuit anys per trams d'edat i sexe, de l'any 2021, el total era de 66.896 persones, amb una proporció del 51% d'homes i el 49% de dones.

El total de qüestionaris vàlids que s'han rebut i que s'han considerat en el desenvolupament de l'estudi empíric ha estat de 372, xifra que, tenint en compte que la població major de divuit anys, segons el Departament d'Estadística del Govern d'Andorra (www.estadistica.ad) de l'any 2021, era de 66.896 habitants, representa un error del 5% al 95% de confiança)².

Amb 372 respostes vàlides, l'error és del 4,3% al 90% de confiança, del 5% al 95% i del 6,7% al 99% de confiança. Un cop avaluades les tres opcions, s'ha optat per utilitzar un 95% de confiança i treballar amb un error del 5%.

² Mètode 1 (López-Roldan i Fachelli, 2015, p.14):

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

S'ha calculat pel valor màxim d'indeterminació $P=Q=50\%$

Mètode 2 (Triola, 2009, p.337): $E = Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{pq}{n} \frac{N-n}{N-1}}$

On:

- n, és la mida de la mostra
- N, la mida de la població
- E, error d'estimació màxim acceptat
- Z, és un paràmetre estadístic que està relacionat amb el nivell de confiança
- P, és una probabilitat d'èxit
- Q, és la probabilitat de que no succeeixi l'esdeveniment

4.1.3 Construcció de l'instrument de mesura: el qüestionari

Un cop definida la mida de la mostra, el mètode d'obtenció de l'evidència empírica ha estat la construcció d'un qüestionari. Per obtenir les dades necessàries per a la contrastació del model proposat, s'ha utilitzat com a instrument de recollida un qüestionari estructurat, dissenyat específicament per al treball.

El qüestionari constitueix l'instrument de recollida de dades on apareixen enunciades les preguntes, de forma sistemàtica i ordenada, i on es consignen les respostes mitjançant un sistema establert de registre senzill. Es tracta d'un instrument rígid que busca recollir informació dels enquestats a partir de la formulació d'unes mateixes preguntes, intentant garantir una mateixa situació psicològica estandarditzada en la formulació de les preguntes i assegurar la comparabilitat de les respostes. És a dir, el qüestionari ha de reflectir tota la problemàtica plantejada en la investigació, ha de traduir a la constatació empírica els conceptes que estan a l'esquema generador que és el model d'anàlisi (López-Roldan i Fachelli, 2015).

Per a elaborar el qüestionari, tal com suggereixen López-Roldan i Fachelli (2015), s'han tingut en compte les següents premisses:

- Formular preguntes adequadament, sense biaix
- Formular un nombre de preguntes adequat, ja que un qüestionari excessivament llarg pot cansar l'entrevistat
- Formular preguntes que, preferiblement, donin resposta a un nombre delimitat de categories o a una resposta immediata
- Formular les preguntes en un llenguatge senzill

Després de realitzar una revisió exhaustiva de la bibliografia existent (Aguiló i Rosselló, 2005; Andriotis i Vaughan, 2004; Andereck *et al.*, 2005; Bujosa i Rosselló, 2007; Brunt i Courtney, 1999; Choi i Sirakaya, 2005; Davis *et al.*, 1998; Fredline i Faulkner, 2000; Gursoy *et al.*, 2002; Jurovski, 1994; Kumar *et al.*, 2015; Liu i Var, 1986; Sirakaya-Turk, *et al.*, 2008), es va elaborar una primera versió del qüestionari, recollint els ítems que es van considerar més adequats en la realització de l'estudi. El qüestionari de l'enquesta té com a objectiu plantejar ítems que mesurin la sostenibilitat percebuda del desenvolupament turístic, la satisfacció dels residents locals amb aquest desenvolupament

i el suport dels residents locals al mateix. Algunes preguntes d'aquest qüestionari s'han basat en les d'estudis anteriors (Choi i Sirikaya, 2005; Cottrell *et al.*, 2013; Gómez i Armesto, 2010; Gutiérrez, 2011; Huynh, 2018; Ramón, 2012).

Al ser un producte d'elaboració pròpia, el qüestionari havia de ser necessàriament validat mitjançant algun procediment metodològicament adequat. Per tant, l'instrument va ser sotmès a un procés de validació de contingut mitjançant un judici d'expert, procediment usualment utilitzat per aquest tipus d'accions (Barroso i Cabero, 2010, citat per García i Cabero, 2011).

L'avaluació mitjançant el judici d'experts, mètode de validació que consisteix a sol·licitar la demanda d'un judici envers un instrument, resulta necessària des d'un punt de vista metodològic, com a indicador de validesa del contingut de l'instrument de recollida de dades o d'informació. Per tant, en una segona etapa, la versió preliminar del qüestionari s'ha validat -en l'àmbit conceptual- per dotze experts acadèmics. Tots els suggeriments dels experts s'han processat, analitzat i considerat per a la construcció de la versió final de l'instrument.

Els canvis més importants han modificat determinades preguntes del qüestionari. Per una banda, s'han fet ajustos per fer-les més comprensibles, és a dir, s'han completat els enunciats d'algunes d'elles; d'altra banda, tenint en compte les observacions dels experts, s'han incorporat noves preguntes i s'han suprimit algunes de les inicials. És a dir, s'han incorporat modificacions que han tingut un impacte positiu i significatiu en la quantitat, varietat i qualitat de la informació a recollir. A partir de la introducció de les modificacions proposades, s'ha obtingut la versió final del qüestionari.

Un cop finalitzada aquesta etapa, s'entén que l'instrument ha de comptar amb els criteris de validesa i fiabilitat necessaris. El qüestionari es pot consultar a [l'Annex 1](#).

Taula 18 Fitxa tècnica de l'estudi quantitatiu

Univers	Població resident a Andorra. Operativament, s'ha limitat als majors de 18 anys
---------	--------------------------------------------------------------------------------

Població a Andorra major de 18 anys	66.896 persones, segons Dept. d'Estadística 2021
Mètode de recollida de la informació	Enquesta autoadministrada per mitjans telemàtics a residents, mitjançant mostreig aleatori
Mida de la mostra vàlida per a l'anàlisi	372
Error mostral pel nivell de confiança 95% i P=Q=50%	5%
Treball de camp	Octubre-novembre 2022
Tractament de la informació	Doble gravació amb Excel / SPSS

Font: Elaboració pròpia.

S'ha utilitzat una metodologia quantitativa, basada en les respostes obtingudes a l'enquesta, on els residents declaren les seves opinions o actituds utilitzant una escala de Likert de cinc punts. A més, s'ha introduït una pregunta de caràcter qualitatiu.

El qüestionari inclou variables contextuais, relatives a la demografia (edat, sexe i educació), vinculació comunitària (lloc de naixement, període de residència), i ocupació i vinculació personal amb la indústria turística. L'instrument de mesura inclou diversos factors intrínsecs identificats a la bibliografia sobre la matèria, amb l'excepció de la distància a la qual viuen els residents de la zona turística. No s'ha inclòs aquesta variable per la dificultat d'identificar què es considera zona turística i què no, en un territori de 468 km², afectat en la seva pràctica totalitat per l'activitat turística.

El qüestionari s'ha dividit en els **sis grans blocs** que es descriuen a continuació. En un **primer bloc** es demana el perfil sociodemogràfic del participant en l'enquesta. En aquesta part, que consta de 8 preguntes, es recull informació relativa al gènere, edat, lloc de naixement, anys de residència al país, nivell màxim d'estudis finalitzats, situació laboral i si es té una feina relacionada amb el sector turístic. Les preguntes realitzades, en aquest bloc, són tancades i es determinen diferents categories per a cada una de les respostes.

En un **segon bloc**, s'analitza l'actitud dels residents amb relació al turisme a Andorra, tenint en compte aspectes de la sostenibilitat turística, amb un total de 21 preguntes. Les respostes són quantitatives, basades en una escala de resposta Likert de 5 opcions, en la que 1 (mínima puntuació) significa que s'està molt en desacord i 5 (màxima puntuació) significa que s'està molt d'acord amb l'ítem. L'actitud percebuda del desenvolupament turístic consta de tres dimensions: 1) aspectes econòmics, amb 9 ítems; 2) aspectes ambientals, amb 5 ítems; i 3) aspectes socioculturals, amb 7 ítems. Aquests ítems s'han classificat en beneficis i impactes per cada una de les dimensions.

El **tercer bloc** té com a objectiu conèixer si el participant està familiaritzat amb el concepte de turisme sostenible, amb una única pregunta que ofereix una resposta tancada de sí o no.

El **quart bloc** vol conèixer la satisfacció dels residents envers l'actual model turístic a Andorra, amb un total de 7 qüestions. Les respostes són quantitatives, basades en una escala de resposta Likert de 5 opcions, en la que 1 (mínima puntuació) significa que s'està molt en desacord i 5 (màxima puntuació) significa que s'està molt d'acord amb l'ítem.

El **cinquè bloc** pretén determinar la percepció del resident en relació amb l'impacte del canvi climàtic, en diferents tipus d'activitats turístiques que es desenvolupen a Andorra, amb un total de 7 opcions, essent la darrera una opció oberta, per tal que l'enquestat opini en quina activitat pot tenir efectes el canvi climàtic. Les respostes són quantitatives, basades en una escala de resposta Likert de 5 opcions.

Finalment, al **sisè bloc**, s'ha fet una darrera pregunta oberta, de caràcter qualitatiu, on es demana a l'enquestat, si ho desitja, comentar qualsevol aspecte a destacar sobre la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del model turístic d'Andorra. En aquest bloc de caràcter voluntari han participat un total de 83 enquestats que han aportat comentaris qualitatius a l'enquesta.

4.1.4 Aplicació de l'enquesta

Tenint en compte les possibilitats i recursos econòmics, el qüestionari ha estat distribuït per correu electrònic i mitjans telemàtics, donant accés a una web on estava l'enquesta i on es recollien les dades. És a dir, es tracta d'una enquesta autoadministrada, on no

existeix entrevistador. L'enquesta va estar disponible durant set setmanes, en el període octubre-novembre 2022, a través dels canals de distribució següents: correu electrònic i links a xarxes socials (grups comunitaris com associacions culturals, professionals i universitàries).

Com es desprèn de la taula 19, la tramesa del qüestionari per correu electrònic presenta avantatges i inconvenients.

Taula 19 Tipus d'administració del qüestionari a través de mitjans telemàtics

Tipus	Avantatges	Inconvenients
Correu o web <i>“Barates”</i>	<ul style="list-style-type: none"> - La més econòmica - Permet l'accés a llocs de difícil entrada i/o llunyans - Evita la influència per l'acció de l'entrevistador - Garanteix l'anonimat evitant que es donin respostes socialment desitjables - Permet l'entrevistat consultar per obtenir informació 	<ul style="list-style-type: none"> - Alt grau de no resposta - Lentitud de la resposta - Biaix pel tipus de persona predisposada a contestar - Influència de terceres persones en la resposta - Control escàs - Les preguntes i el qüestionari han de ser molt senzilles - Es pot trencar fàcilment la lògica d'ordenació de les preguntes en el qüestionari

Font: Elaboració pròpia, a partir de López-Roldan i Fachelli (2015, p.15).

Per recopilar les dades es va utilitzar un qüestionari que havia de ser omplert pels propis enquestats. Es van recollir un total de 465 qüestionaris, 93 dels quals amb dades incompletes. Per tant, de tots els recollits, únicament s'han tingut en compte 372 qüestionaris, tots ells amb dades vàlides. Pels objectius d'aquesta investigació, els qüestionaris retornats amb dades incompletes van ser eliminats de l'anàlisi, ja que els resultats estadístics obtinguts sobre el conjunt de dades amb valors incomplets haguessin sigut tan esbiaixats que les variables incorporades al model s'haguessin vist influïdes pel

procés de depuració de dades incompletes (Hair *et al.*, 1999, citat per Gutiérrez, 2010). Per aquest motiu, es van conservar, per la seva anàlisi, els 372 qüestionaris amb dades completes.

4.1.5 Anàlisi empíric

S'ha realitzat una anàlisi descriptiva; aquest tipus d'anàlisi empíric té diversos precedents en la literatura (Andereck i Vogt, 2000; Chen, 2000; Teye *et al.*, 2002; Tomljenovic i Faulkner, 2000; Tosun, 2002). S'han usat tècniques d'estadística descriptiva univariant, on es presenten les característiques i les freqüències rellevants. D'aquesta manera es poden identificar les tendències i comportaments generals de la mostra. Posteriorment, es realitza una anàlisi de components principals (anàlisi factorial exploratori), amb la finalitat d'agrupar els ítems usats.

4.2 Tècniques qualitatives de la investigació

S'ha posat de manifest que, a més de la metodologia quantitativa, es fan necessaris mètodes de triangulació de la recerca, és a dir, complementar la recerca amb diferents metodologies i amb dades obtingudes per diferents procediments, per a proporcionar una visió conceptual més profunda i una comprensió de les percepcions i les actituds dels residents més detallada. Mitjançant l'aplicació d'aquestes tècniques qualitatives es busca revelar elements i dimensions noves o revalidar les existents en relació amb la mesura de les percepcions dels residents (Gursoy *et al.*, 2018).

Com van exposar Deery *et al.* (2012), el predomini de la metodologia quantitativa limita una comprensió més profunda dels impactes i de la seva influència en la comunitat amfitriona. L'enfocament qualitatiu ha de proporcionar una major comprensió de les percepcions.

Tal com s'ha indicat amb anterioritat, l'enquesta es va completar amb una pregunta oberta on es demanava a l'enquestat que, si ho desitjava, podia comentar qualsevol aspecte a destacar sobre la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del model turístic d'Andorra. Les preguntes obertes utilitzades en enquestes proporcionen informació de caràcter textual; opinions, explicacions, justificacions. A més, no obliguen a escollir entre un conjunt fix d'alternatives, són de resposta lliure, per això, d'acord amb la naturalesa de la pregunta i l'interès de la persona, les respostes varien molt pel que fa a extensió i profunditat. També, presenten dificultat de codificació i anàlisi de resultat; ara bé, permeten recopilar informació espontània, tenen utilitat per explicar i comprendre l'opinió d'un grup de persones (Gómez, 2014).

Com a element addicional i complementari, es van realitzar entrevistes semiestructurades, que són converses que permeten accedir a informació important. S'ha optat per desenvolupar una entrevista semiestructurada, amb un guió que permet comptar amb una base de preguntes, sobre les quals els entrevistats tenen la llibertat d'introduir preguntes addicionals per precisar conceptes i obtenir informació complementària sobre el tema d'estudi. L'instrument consta de 8 blocs de preguntes obertes que permetin a l'entrevistat expressar-se de manera lliure i aportar informació addicional.

En el disseny de l'entrevista es van incloure un conjunt de preguntes obertes i semiestructurades, amb la finalitat de conèixer la percepció dels residents envers l'activitat turística. Cal posar de relleu que l'estructura i la selecció de les preguntes de l'entrevista està lligada a l'estructura de l'enquesta, amb la intenció de profunditzar en les respostes obtingudes. Les entrevistes han d'aportar informació per confirmar o rebutjar determinats aspectes assolits en els resultats de les enquestes, tant quantitius com qualitius. Per elaborar l'entrevista es van tenir en compte els resultats quantitius de l'enquesta, així com algunes qüestions que van posar de manifest els enquestats en la pregunta oberta.

Per a la selecció dels entrevistats, s'ha emprat el mostreig intencional, que consisteix a agafar un petit nombre de persones, a partir de les quals es vol recopilar informació rellevant, per ser posteriorment analitzada (Verd i Lozares, 2016). Amb aquesta finalitat, s'han realitzat set entrevistes a persones residents a Andorra; els criteris d'inclusió han estat ser resident, major d'edat i haver participat en l'enquesta distribuïda amb anterioritat. S'ha procurat que la mostra de persones entrevistades fos equilibrada pel que fa a sexe i tipus de feina. L'objectiu era recopilar informació en profunditat sobre les experiències, opinions i perspectives d'aquests residents. Les entrevistes es van dur a terme entre desembre de 2023 i març de 2024. El guió de l'entrevista es pot consultar en [l'Annex 2](#).

La taula 20 descriu el perfil sociodemogràfic dels set entrevistats. S'ha inclòs la mateixa informació que es va sol·licitar en l'apartat de variables sociodemogràfiques de l'enquesta. La columna relativa a sector turístic, fa referència a la vinculació laboral directa de l'entrevistat amb aquesta activitat. Coincidint amb els resultats de l'enquesta, entre els entrevistats, s'observa una preeminència dels que han assolit un nivell educatiu d'estudis universitaris.

Taula 20 Perfil sociodemogràfic dels entrevistats

	Sexe	Edat	Naixement	Anys residència	Nivell estudis	Situació laboral	Tipus feina	Sector turístic
E1	Home	>65	Estranger	> 20	Universitaris	Jubilat		
E2	Dona	30- 44	Estranger	>20	Universitaris	Actiu	Sector privat	No
E3	Dona	18- 29	Andorra	> 20	Universitaris	Actiu	Sector públic	No
E4	Home	30- 44	Estranger	5-10	Universitaris	Actiu	Compte propi	No
E5	Dona	30 – 44	Estranger	10-20	Universitaris	Actiu	Sector públic	No
E6	Home	45- 64	Andorra	> 20	FP superior	Actiu	Sector privat	Si
E7	Dona	30- 44	Andorra	> 20	Universitaris	Actiu	Compte propi	Si

Font: Elaboració pròpia.

Les fases de l'anàlisi qualitatiu de les dades han estat les següents: descripció, el que comporta una reducció i classificació de les dades; detecció de resultats i interpretació (Coffey i Atkinson, 2005).

Els resultats de les entrevistes, conjuntament amb la pregunta oberta de l'enquesta, van ser sistematitzats amb el programa *Atlas.ti*, que disposa d'eines que faciliten la codificació de la informació per la seva posterior anàlisi i interpretació de dades. El procés de convertir les respostes individuals en categories s'anomena codificació. Es realitza en dues etapes: en la primera, es fa una anàlisi de la mostra del corpus que condueix a l'elaboració del codi; en segon lloc, s'ha de fer correspondre cada resposta a un o diversos codis (Gómez, 2014). És a dir, la codificació consisteix en assignar un identificador a cada categoria de dades (Miles i Huberman, 1994).

S'ha emprat l'anàlisi temàtica, que consisteix en agrupar i organitzar respostes o dades similars en un sol tema. Aquesta tècnica proporciona una eina d'anàlisi eficaç per gestionar la major part de les dades qualitatives dins d'un tema raonable. L'anàlisi temàtica és una estratègia eficaç que s'utilitza per organitzar, identificar, analitzar i informar patrons (temes) dins de les dades (Creswell *et al.*, 2007).

Seguint aquesta metodologia, la informació es va codificar i classificar dins dels diferents àmbits per la seva anàlisi i interpretació. A més, amb la finalitat de mantenir la rigorositat, les entrevistes s'han anonimitzat i codificat amb la lletra E, així s'inicia amb E1 fins a E7, conforme al nombre d'entrevistes realitzats.

Capítol 5. Resultats

En aquest capítol es presenten els resultats obtinguts a partir de la investigació empírica. S'ha dut a terme l'anàlisi d'estadístics descriptius, on es presenten les característiques i les freqüències rellevants relacionades amb l'enquesta practicada. També s'ha dut a terme una anàlisi factorial exploratòria (AFE) que permet identificar factors que influeixen en l'actitud i la satisfacció del resident envers l'activitat turística, així com analitzar l'impacte del canvi climàtic en el turisme. En últim lloc, s'ha dut a terme l'anàlisi qualitativa dels resultats procedents de la pregunta oberta de l'enquesta, així com de les entrevistes realitzades.

5.1 Resultats quantitius. Estadística descriptiva

En aquest apartat del treball de recerca s'analitzen els resultats de l'estadística descriptiva. En primer lloc, es detallen les dades corresponents a les característiques de les persones enquestades, per passar després a descriure els resultats dels estadístics descriptius més rellevants. L'objectiu és examinar i resumir les característiques principals de la mostra i identificar els patrons o tendències observades, per assolir una visió global de les dades obtingudes en les enquestes.

Com ja s'ha exposat, el nombre de qüestionaris vàlids, que s'han rebut i s'han considerat en el desenvolupament de l'estudi empíric, ha estat de 372. Les taules amb les freqüències, percentatges, càlcul de la mitjana, mediana, moda i desviació estàndard per cada ítem de l'enquesta es troben a [l'Annex 3](#).

5.1.1 Característiques sociodemogràfiques

En aquest apartat es descriuen les característiques bàsiques de la mostra analitzada, a partir de les dades extretes del qüestionari autocomplementat pels residents a Andorra, durant el mes de novembre de 2022. La configuració de la mostra dels residents, que han contestat al qüestionari i que poden ser utilitzats per l'anàlisi, es plasma a les taules i gràfics següents.

Taula 21 Estructura per trams d'edat de la població i de la mostra

	Població	Mostra
Població entre 18 i 29 anys	16,39%	13,98%
Població entre 30 i 44 anys	27,02%	28,76%
Població entre 45 i 64 anys	39,06%	44,35%
Població de més de 65 anys	17,53%	12,90%
	100%	100%

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2022).

Com es pot apreciar a la taula 21, relativa a l'estructura per trams d'edat de la població andorrana i de la mostra, l'estructura de la mostra resultant guarda bastant similitud amb l'estructura per trams d'edat de la població de l'any 2021. Tant en l'àmbit de la població com en el de la mostra, el grup predominant està constituït per l'interval comprès entre 45 i 64 anys, seguit del situat entre 30 i 44 anys.

Taula 22 Estructura per sexe de la població i de la mostra

	Població	Mostra
Homes	51,2%	33,06%
Dones	48,8%	66,94%
	100%	100%

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2022).

Ara bé, com es pot veure en la taula 22 sobre l'estructura per sexe de la població i de la mostra, l'estructura de la mostra no guarda paral·lelisme amb l'estructura de la població de l'any 2021. El grup de dones predomina en la mostra, amb un 66,9%, mentre que a escala nacional tan sols representa el 48,8%. Aquest fet es pot explicar perquè les dones estan més predisposades a respondre enquestes proposades per mitjans electrònics que els homes (Green, 1996; Becker i Glauser, 2018).

La taula 23, relativa a l'estructura per lloc de naixement de la població i de la mostra, evidència un predomini clar de persones nascudes a Andorra, entre els que han respost l'enquesta, sobre les nascudes a l'estranger, a diferència del que succeeix amb la població a escala nacional, en què la majoria ha nascut a l'estranger, segons les estadístiques de població de l'any 2021.

Taula 23 Estructura per lloc de naixement de la població i de la mostra

	Població	Mostra
Nascuts a Andorra	33,84%	53,49%
Nascuts a l'estranger	66,16%	46,51%
	100%	100%

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2022).

En la taula 24, es detallen les respostes donades a l'enquesta, per trams d'edat i per sexe dels enquestats. S'observa un predomini clar de les respostes efectuades per dones, que dupliquen les respostes realitzades pels homes. Tan sols en l'interval de més de 65 anys, s'observa una relativa paritat entre homes i dones, mentre que entre els compresos entre 18 i 29 anys, les dones gairebé tripliquen els homes.

Taula 24 Respostes de l'enquesta per edat i sexe

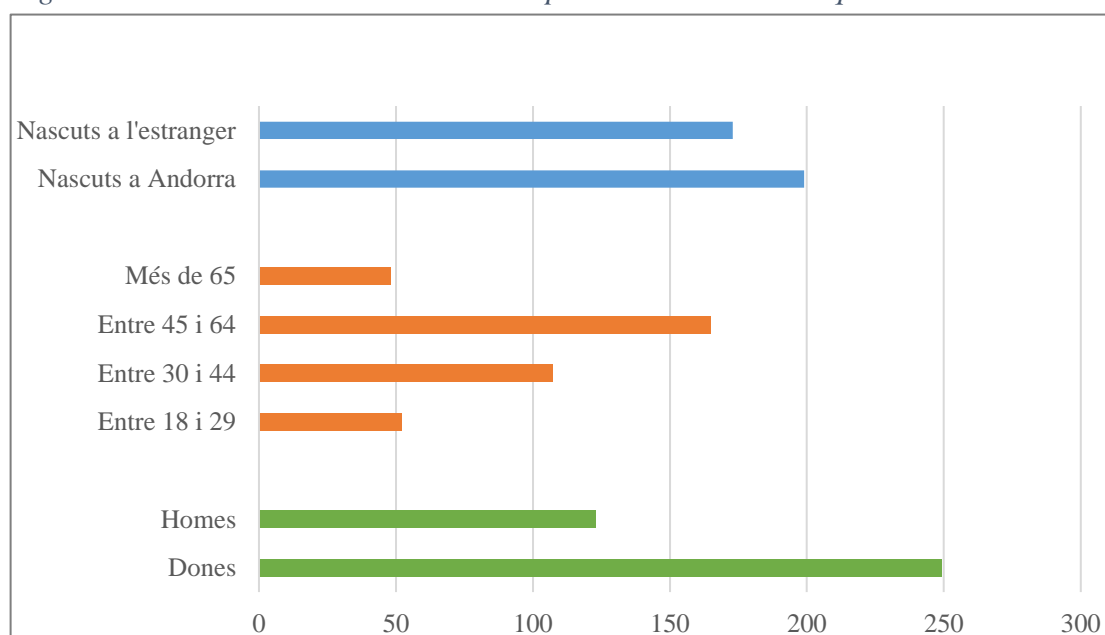
Edat	Total	Homes	Dones
Entre 18 i 29	52	14	38
Entre 30 i 44	107	38	69
Entre 45 i 64	165	51	114
Més de 65	48	20	28
Total	372	123	249

Font: Elaboració pròpia.

En la figura 28 es visualitzen els valors relatius al lloc de naixement, edat i sexe dels enquestats. En relació amb el lloc de naixement, una discreta majoria, el 53,49%, són

nascuts a Andorra, mentre que un 46,51% han nascut a l'estranger. Quant a l'edat, l'estructura de la mostra s'aproxima a la mateixa distribució que la població, tal com s'ha indicat anteriorment. Tenint en compte els grups d'edat en què s'ha agrupat la mostra, es pot observar que el grup majoritari se situa en el rang d'edat entre 45 i 64 anys (44,35%), seguit del rang entre 30 i 44 anys (28,76%); mentre que en els extrems dels grups d'edat se situa el tram entre 18 i 29 anys (13,98%) i el grup de més de 65 anys (12,9%). Pel que fa al sexe, s'observa que la major part dels enquestats, amb un 66,94%, són dones, enfront del 33,06% dels homes.

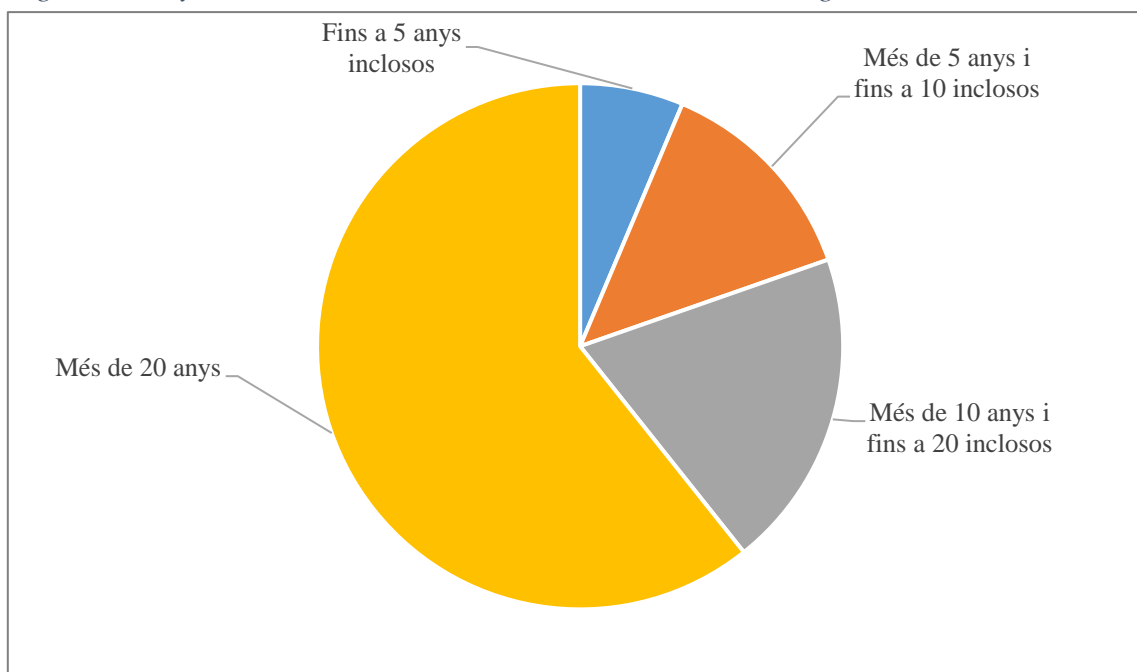
Figura 28 Lloc de naixement i estructura per edat i sexe dels enquestats



Font: Elaboració pròpia.

La sobre representació de gent gran i amb educació superior és habitual en les respostes a enquestes en els darrers anys (Tolonen *et al.*, 2006). A més la naturalesa del qüestionari pot influir en les característiques de la mostra, els més involucrats i que tenen sentiments més forts envers les qüestions de desenvolupament turístic estan més predisposats a respondre (Lundberg, 2015). És important tenir-ho en compte quan s'analitzin els resultats (Fredline i Faulkner, 2001).

Figura 29 Anys de residència a Andorra dels nascuts a l'estranger

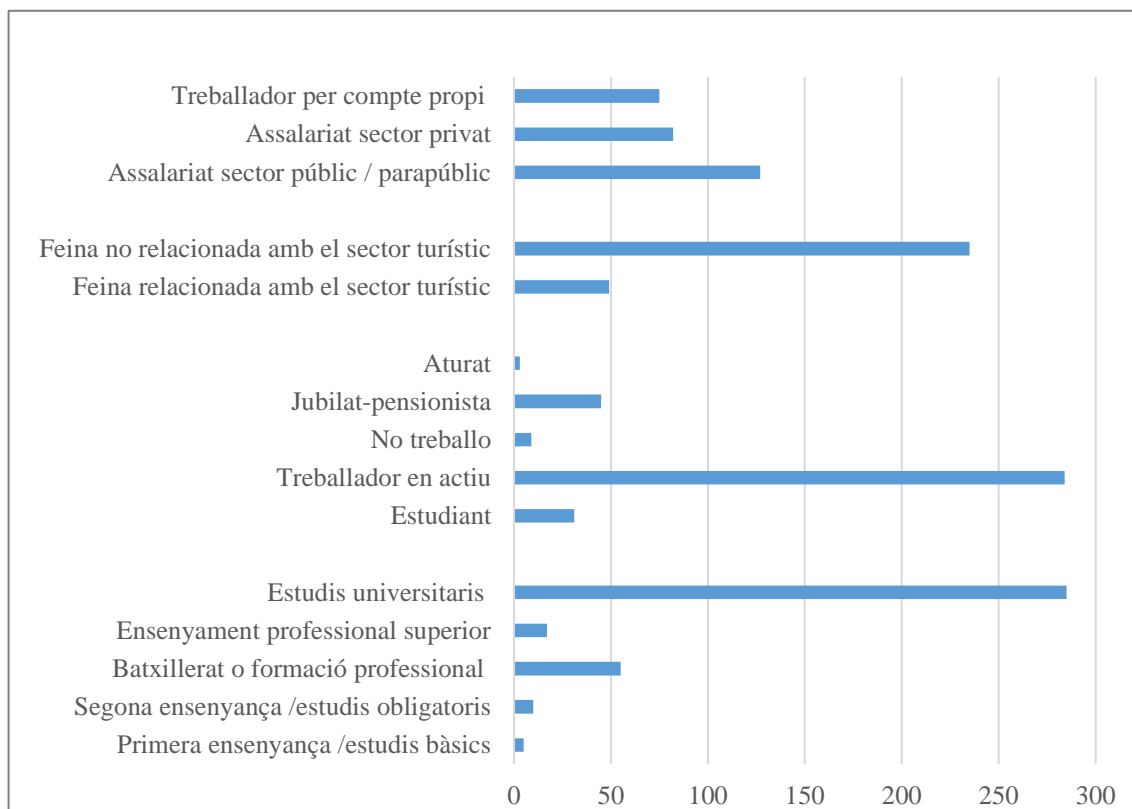


Font: Elaboració pròpia.

Una majoria important dels enquestats no nascuts a Andorra, un 60,69%, com s'indica a la figura 29, fa més de 20 anys que resideix al país, mentre que un 19,65% ha residit entre 10 i 20 anys, un 13,29% ho ha fet entre 5 i 10 anys i únicament el 6,36% compta amb una residència de menys de 5 anys. El fet que gairebé el 80% dels enquestats declari haver residit deu anys o més al país, evidencia el seu coneixement de la realitat socioeconòmica, ambiental, etc. i dona fiabilitat a l'enquesta (Ramón, 2012).

Com evidencia la figura 30, relativa al perfil professional i formació acadèmica, la majoria de les persones enquestades són treballadors en actiu i representen el 76,34% de la mostra, mentre que el 12,10% són jubilats o pensionistes, el 8,33% són estudiants, el 2,42% no treballen i el 0,81% estan aturats. Dels treballadors en actiu, el 82,75% afirma no tenir una feina vinculada directament amb el sector turístic, mentre que un 17,25% sí que té una situació laboral relacionada directament amb aquest sector. En aquest grup de treballadors en actiu, un 44,72% són assalariats del sector públic o parapúblic, un 28,87% són assalariats del sector privat i un 26,41% són treballadors per compte propi.

Figura 30 Perfil professional i nivell d'estudis



Font: Elaboració pròpia.

El perfil demogràfic dels enquestats evidencia que la majoria d'ells obté els seus ingressos fora de la indústria turística, en conseqüència, no gaudeixen dels beneficis del turisme i tendeixen a estar més preocupats per l'impacte negatiu del turisme (Rasoolimanesh *et al.*, 2015). Només un 17,25% podria estar escassament influït en les respostes de l'enquesta per l'incentiu econòmic que li suposa l'activitat turística en la seva vida.

El grau de nivell educatiu majoritari dels enquestats de la mostra resultant és el d'estudis universitaris, amb el 76,61%, seguit del 14,78% que compta amb batxillerat o formació professional, el 4,37% amb ensenyament professional superior, el 2,69% amb estudis de segona ensenyança i l'1,34% amb estudis de primera ensenyança³.

Pel que fa a la formació acadèmica de la mostra, és d'esperar que, per la vinculació entre implicació social i nivell d'estudis, hi hagi un biaix de la mostra cap a les persones amb major nivell d'estudis (Ramón, 2012).

³ Per manca de dades disponibles, no es pot comparar el nivell d'estudis de la mostra amb el nivell d'estudis de la població.

Finalment, pel que fa a la qüestió plantejada al tercer bloc, relativa a si l'enquestat està familiaritzat amb el concepte de turisme sostenible, una gran majoria equivalent al 76,61% de la mostra ha afirmat que sí ho està, mentre que 87 persones, el 23,39%, admeten no estar familiaritzades amb aquest concepte.

5.1.2 Actitud dels residents envers el turisme

En aquest apartat es presenten els estadístics descriptius més rellevants pel que fa a l'actitud dels residents envers el turisme a Andorra.

S'han calculat tant la mitjana com la desviació estàndard de cada ítem de l'enquesta. També s'ha cregut convenient calcular la mediana i la moda, ja que alguns dels ítems presenten distribucions amb valors extrems, en els quals la mitjana pot proporcionar una representació distorsionada de la tendència central de les dades. Per això, la mediana o la moda, que no estan afectades pels valors extrems, proporcionen uns valors més realistes de la tendència (Rey i Ramil, 2007, p. 49).

A la taula 25 es recullen els 21 ítems descriptius de l'actitud envers el turisme.

Taula 25 Descriptiu dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme

Codi	Ítem	Mitjana	Mediana
B1	El turisme és positiu per a l'economia del país	4,56	5
B2	El turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país	4,36	5
B3	El turisme ha afavorit la millora dels serveis públics del país	3,77	4
B4	Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques	4,32	4

B5	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (salaris)	2,50	3
B6	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (estabilitat)	2,63	3
B7	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (possibilitats de creixement en el lloc de treball/ carrera professional)	2,70	3
B8	El turisme afavoreix l'especulació immobiliària a Andorra	3,98	4
B9	El turisme afavoreix l'augment del cost de vida al país	3,92	4
B10	El turisme afavoreix la inseguretat ciutadana (robatoris, vandalisme,...) al país	2,73	3
B11	El turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)	4,41	5
B12	El turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana	2,67	3
B13	El turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra	3,72	4
B14	El turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país	3,73	4
B15	El turisme permet conèixer gent d'altres cultures	3,80	4
B16	El turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra	2,70	3
B17	El turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país	2,69	3

B18	El turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país	2,87	3
B19	El turisme incentiva el consum de productes locals d'Andorra	2,90	3
B20	El turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia, etc.	3,94	4
B21	El turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país	3,91	4

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa als descriptius de l'actitud envers el turisme, en una escala de Likert de 5 opcions, els millor puntuats, tots ells amb una mediana de 5, han estat: “el turisme és positiu per a l'economia del país”, amb una valoració mitjana de 4,56; seguit de “el turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país”, amb un valor mitjà de 4,41; i de “el turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país”, amb una mitjana de 4,36.

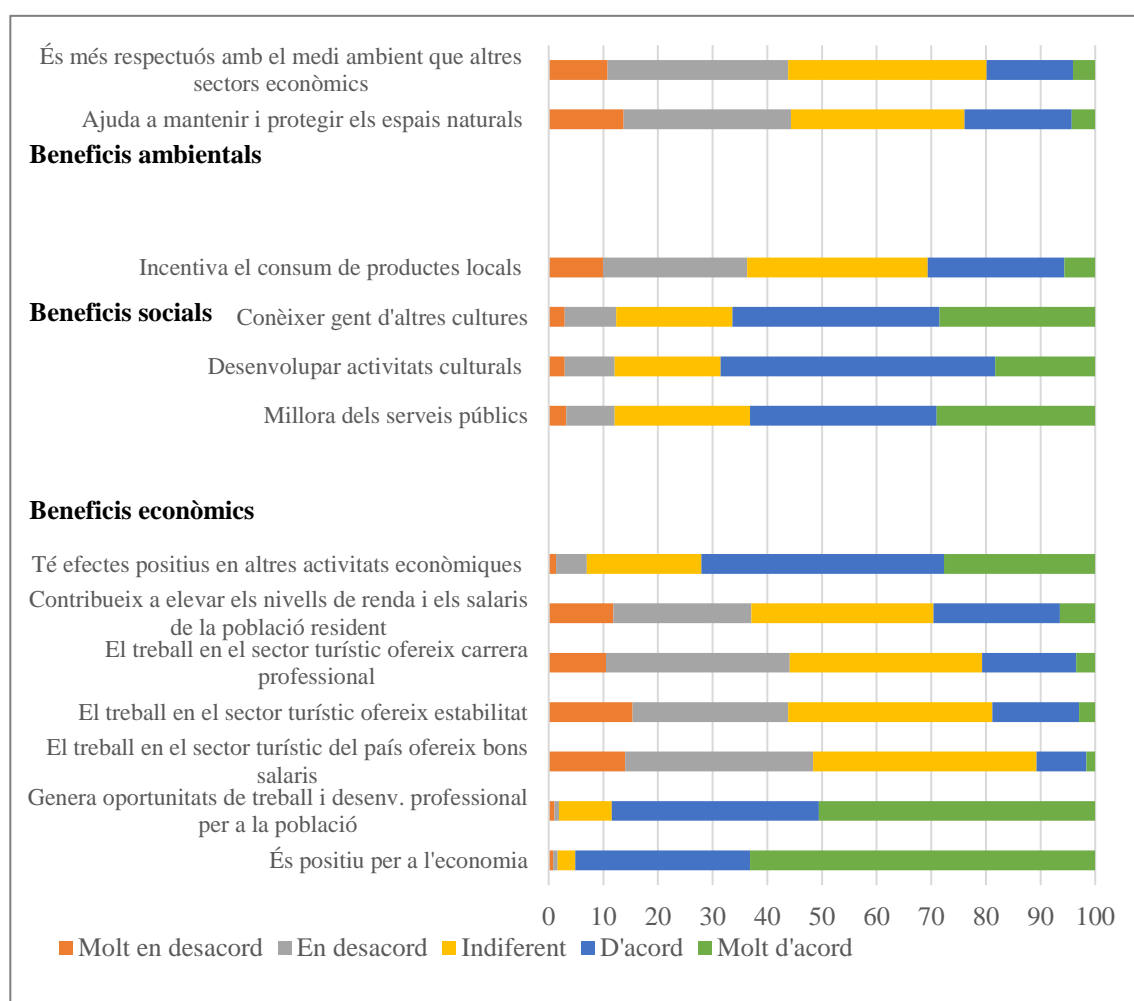
Les actituds que han tingut una puntuació més baixa posen en evidència algun dels aspectes més negatius de la indústria turística, com “el treball en el sector turístic ofereix bones condicions laborals (salaris)”, puntuat amb una mediana de 3 i un valor mitjà de 2,5.

Altres ítems, com “el turisme és positiu per a l'economia del país”, “Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques”, “genera oportunitats de treball i desenvolupament professional”, són els que presenten menys disparitat d'opinions entre els enquestats, amb una desviació estàndard del 0,676, del 0,720 i del 0,777, respectivament. Per contra, l'ítem “el turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana”, amb una desviació estàndard d'un 1,278 és el que presenta més dispersió d'opinions.

Alguns estudis suggereixen que l'actitud dels residents està influïda per tres categories o impactes: econòmica, sociocultural i ambiental (Gursoy, *et al.*, 2002). Per aquest motiu, s'han tingut en compte aquests tres àmbits en l'anàlisi dels resultats de l'enquesta.

Els resultats obtinguts evidencien que de les tres actituds amb una puntuació més alta, dues són favorables al turisme “es considera positiu per a l’economia” i “es considera que genera oportunitats de treball i desenvolupament professional”; mentre que, una és negativa “es considera que perjudica la mobilitat del país”. L’impacte econòmic és el més valorat, seguit del sociocultural i, finalment, l’ambiental. Sobre aquesta darrera dimensió, les opinions estan més diversificades, arribant a les conclusions que aporta l’estudi de Liu i Var (1986), que afirmen que els residents prefereixen recolzar el turisme i prioritzar els seus avantatges, més que estar en desacord amb els possibles perjudicis ambientals.

Figura 31 Beneficis percebuts de l'activitat turística



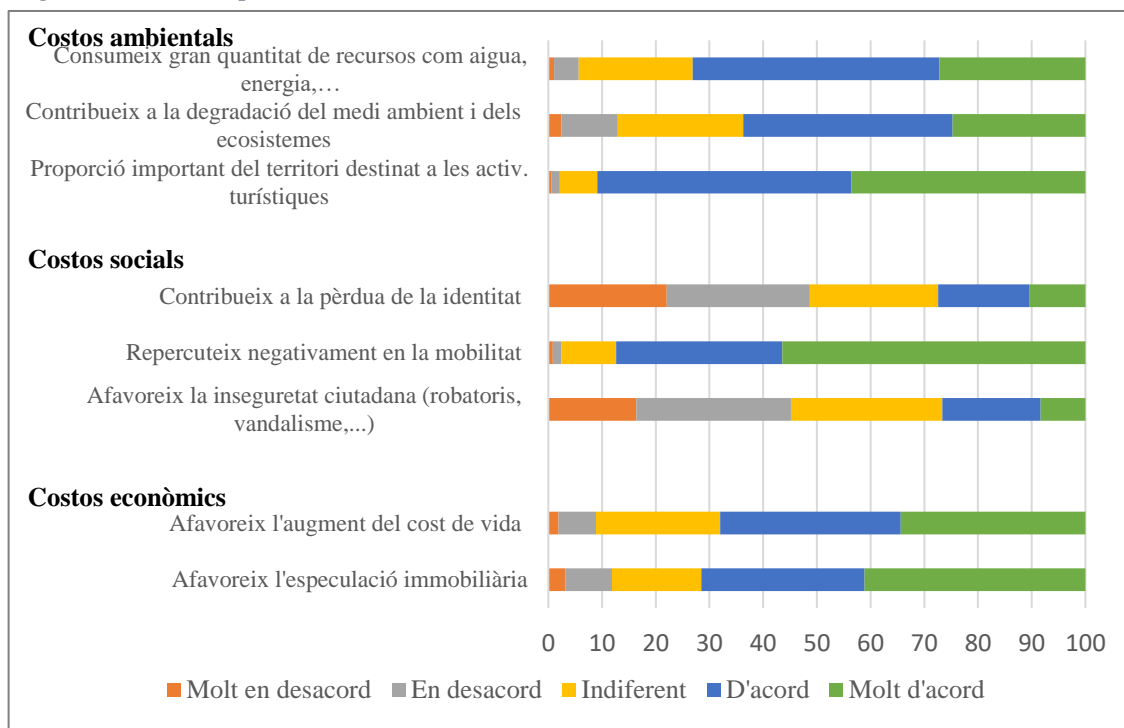
Font: Elaboració pròpia

Com es desprèn de la figura 31, relativa als beneficis percebuts de l'activitat turística, la major part dels enquestats consideren que no es perceben beneficis de l'activitat turística

en l'àmbit ambiental; opinen que el turisme no és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics i que no ajuda a mantenir i protegir els espais naturals. Per contra, els impactes socials i culturals són considerats pels enquestats com un benefici important derivat de l'activitat turística.

Els impactes associats als beneficis econòmics, com es mostra a la figura 31, són percebuts com els més positius. Els ítems més rellevants són que el turisme “és positiu per a l'economia” i que “genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població”. Però, malgrat aquests aspectes positius, els enquestats valoren com a negatius, tant l'absència de carrera professional com la poca estabilitat laboral i els salaris del sector.

Figura 32 Costos percebuts de l'activitat turística



Font: Elaboració pròpia.

De la figura 32, relativa als costos percebuts de l'activitat turística, es desprèn la importància de l'activitat turística en l'àmbit ambiental. La gran majoria dels enquestats consideren que es destina una proporció important del territori a les activitats turístiques;

aquest és l'aspecte més negatiu percebut de l'activitat turística, dels recollits en l'enquesta. Tanmateix, una gran part de la població considera que l'activitat turística consumeix gran quantitat de recursos, com aigua i energia, i que contribueix a la degradació del medi ambient i dels ecosistemes.

Els costos socials són dels que generen menor impacte percebut com a conseqüència de l'activitat turística. En opinió dels enquestats, tant la seguretat ciutadana com la identitat nacional no es veuen gaire afectades pel fenomen turístic. Per contra, la gran majoria considera que l'activitat turística repercuteix negativament en la mobilitat del país.

Finalment, a la figura 32, també es perceben com a elevats els costos econòmics de l'activitat turística, relacionats amb l'augment del cost de vida i l'especulació immobiliària. En relació amb els aspectes econòmics del turisme, cal tenir present que gairebé un 40% de la població enquestada ha assenyalat que estava en desacord amb el nivell salarial, la manca d'estabilitat laboral i la carrera professional en el sector turístic; per tant, aquests tres aspectes també s'han de considerar com a repercussions econòmiques de caire negatiu.

5.1.3 Satisfacció dels residents amb el model turístic

En aquest apartat es presenten els estadístics descriptius més rellevants pel que fa a la satisfacció dels residents amb el model turístic andorrà.

A la taula 26 es recullen els descriptius dels set ítems de la satisfacció de la població amb el model turístic. Es mostren els valors de la mitjana i la mediana de cada ítem, tal com s'ha fet anteriorment, en els relatius a l'actitud envers el turisme.

Taula 26 Descriptius dels 7 ítems de la satisfacció amb el model turístic

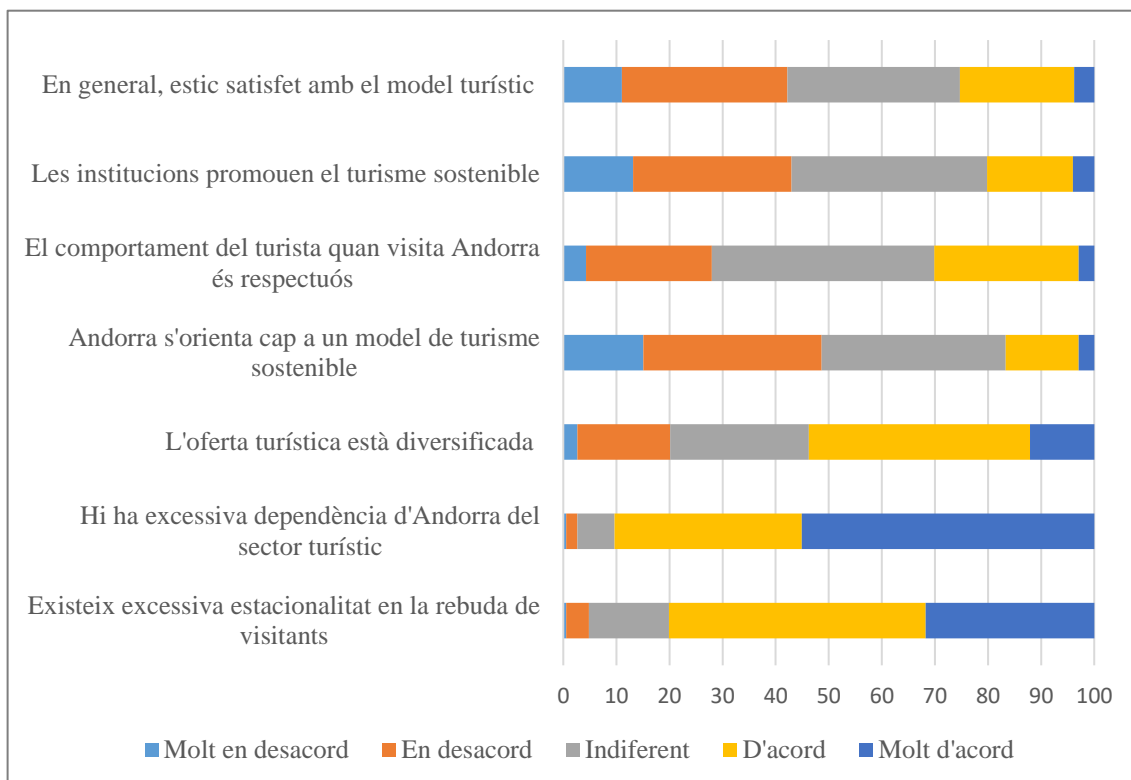
Codi	Ítem	Mitjana	Mediana
-------------	-------------	----------------	----------------

D1	Existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants	4,06	4
D2	Hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic	4,42	5
D3	L'oferta turística està diversificada (turisme cultural, turisme de compres, turisme d'esports...)	3,43	4
D4	Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible	2,56	3
D5	El comportament del turista quan visita Andorra és respectuós	3,01	3
D6	Les institucions del país promouen el turisme sostenible	2,68	3
D7	En general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra	2,76	3

Font: Elaboració pròpia.

Com s'observa a la taula 26, relativa al descriptiu dels set ítems de la satisfacció amb el model turístic, l'ítem "hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic" presenta una desviació estàndard de 0,761. Per tant, aquest ítem és el que presenta menys dispersió d'opinions i és també el que té una mitjana més elevada, del 4,42, amb una mediana de 5. Per contra, l'ítem menys avaluat és el relatiu al fet que "Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible", amb una mitjana de 2,5 i una mediana de 3, el que, implícitament, comporta un grau de desacord envers l'orientació actual de l'activitat turística del país.

Figura 33 Satisfacció dels residents amb el model turístic



Font: Elaboració pròpia.

Els nivells de satisfacció dels residents amb el model turístic andorrà són variables entre els diferents indicadors, com es desprèn de la figura 33, relativa a la satisfacció dels residents amb el model turístic. Es constata una crítica implícita envers el model turístic desenvolupat al país, atès que un 42% està insatisfet amb el mateix. Una opinió similar s'observa respecte a l'adequat comportament del turista que visita Andorra, actitud que tan sols un 30% considera com a respectuosa. La gran majoria dels enquestats opina que el país té una excessiva dependència del sector turístic (90%) i que també existeix excessiva estacionalitat en la rebuda dels visitants (80%).

Pel que fa al paper de les institucions en la promoció del turisme sostenible, tan sols un 20% està d'acord amb la seva actuació, mentre que gairebé la meitat dels enquestats (48,7%) opina que Andorra no s'orienta cap a un model de turisme sostenible, enfront del 16,7% que creuen satisfactòria l'orientació cap a un model de turisme sostenible.

5.1.4 Impacte del canvi climàtic en les activitats turístiques

En aquest apartat es presenten els estadístics descriptius més rellevants pel que fa a la l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques a Andorra.

A la taula 27 es recullen els descriptius dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques. Com en els apartats anteriors, també s'inclouen els valors de la mitjana i la mediana.

Taula 27 Descriptiu dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques

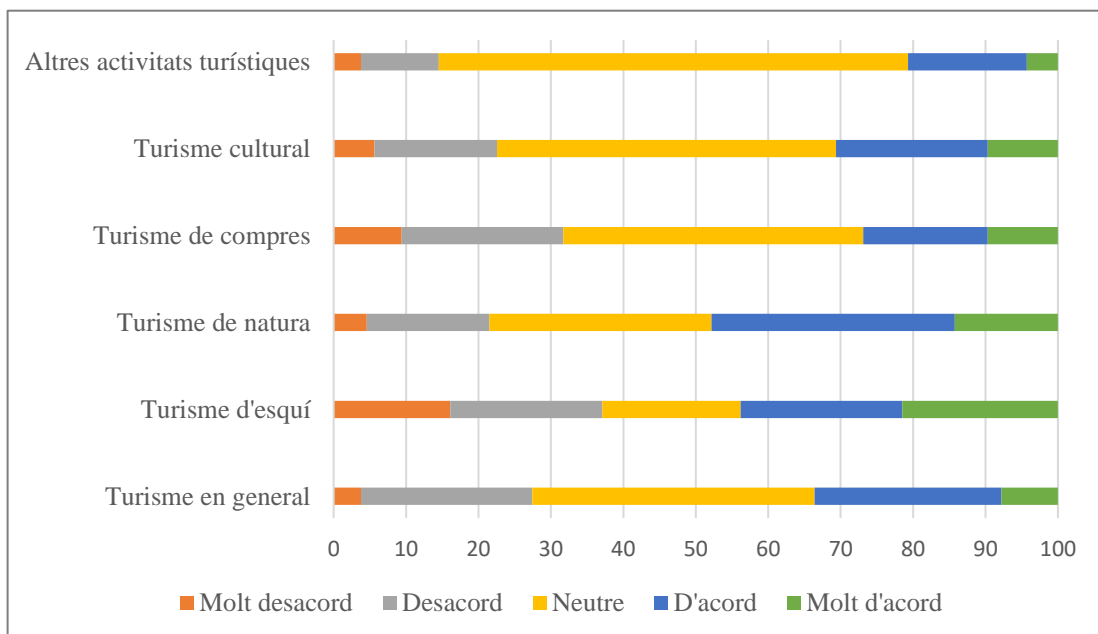
Codi	Ítem	Mitjana	Mediana
E1	Turisme en general	3,10	3
E2	Turisme d'esquí	3,12	3
E3	Turisme de natura	3,36	3
E4	Turisme de compres	2,95	3
E5	Turisme cultural	3,12	3
E6	Altres activitats turístiques	3,07	3

Font: Elaboració pròpia.

Les activitats turístiques sobre les quals els enquestats observen un impacte més important del canvi climàtic són el turisme d'esquí i el turisme de natura, ambdós amb una moda de 4. Pel que fa a la resta d'activitats turístiques, les respostes les han avaluat de manera similar. L'activitat turística amb menys dispersió d'opinions és la d'altres activitats i la que presenta més dispersió d'opinions és la de turisme d'esquí, amb una desviació estàndard d'1,389.

En l'apartat altres activitats turístiques, que permetia fer una especificació amb més detall, un total de 51 enquestats han mencionat algun tipus d'activitat diferent de les que apareixien en l'enquesta.

Figura 34 Importància de la repercussió del canvi climàtic en les activitats turístiques



Font: Elaboració pròpia.

Com es posa de relleu en la figura 34, els enquestats no semblen tenir una opinió significativa sobre les repercussions del canvi climàtic en les activitats turístiques, exceptuant el turisme de natura i el turisme d'esquí.

5.2 Resultats quantitativs. Anàlisi factorial dels resultats

Les tècniques d'anàlisi multivariant de la interdependència tenen com a objectiu reduir la informació redundat o excessiva que pot estar associada a la recollida d'informació amb moltes variables.

L'anàlisi factorial exploratòria té els seus orígens a principis del segle XX i és coneguda com una tècnica estadística d'interdependència, és a dir, on totes les variables s'analitzen en conjunt. Per tant, presenta una gran versatilitat. L'objectiu és establir una estructura subjacent entre les variables de l'anàlisi a partir d'estructures de correlació entre elles. Busca definir unes noves variables, anomenades factors, mitjançant l'agrupació de les variables originals que presenten una alta correlació entre sí. Addicionalment, es busca disminuir la complexitat de treballar amb un nombre elevat de variables, al convertir-les en un volum més reduït (Méndez i Rondón, 2012).

En aquest apartat es presenta l'anàlisi factorial exploratòria que s'ha realitzat, tant per al conjunt de les variables observades de l'actitud envers el turisme, com de les de la satisfacció dels residents amb el model turístic, així com de les de la repercussió del canvi climàtic en les activitats turístiques. Per dur a terme aquesta anàlisi factorial exploratòria, s'ha utilitzat la tècnica estadística dels components principals. Un cop s'han identificat els factors, aquests s'han d'interpretar per atribuir un significat a cada factor en funció de les variables que l'integren.

Pel que fa a la mida de la mostra, és convenient que sigui el més gran possible ja que l'anàlisi factorial es basa en el càlcul de correlacions, que a la vegada estan determinades per la mida de la mostra. D'acord amb Hair *et al.* (2010), l'anàlisi no s'hauria d'aplicar quan la mida de la mostra és inferior a 50 casos. L'òptim és que sigui de 300 a 400 casos, per tal de minimitzar la probabilitat d'equivocació, augmentar la precisió dels estimadors poblacionals i, per tant, la confiança de les inferències elaborades. Atès que la mostra amb que es treballa té 372 respostes, és possible dur a terme aquesta anàlisi factorial exploratòria.

Prèviament a realitzar una anàlisi factorial exploratòria, s'ha d'avaluar el supòsit de correlació entre les variables per a determinar la seva interrelació. L'avaluació d'aquestes

correlacions es pot fer amb la prova d'esfericitat de Bartlett i la prova de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).

El test d'esfericitat de Bartlett és una prova estadística que proporciona la probabilitat de que la matriu de les correlacions sigui la identitat (Hair *et al.*, 1999). La hipòtesi nul·la (H_0) és que el determinant de la matriu de correlacions sigui 1 i l'alternativa (H_1) diferent d'1. Si es rebutja la H_0 ($p < 0,05$) les variables observades estan correlacionades i és apropiat aplicar l'anàlisi factorial (Hair *et al.*, 1999).

El mètode de KMO avalua la força de la relació entre dues variables, a partir de les correlacions parcials, la qual representa la correlació entre aquest parell de variables, després de suprimir l'efecte de la resta. Per avaluar aquesta relació s'utilitza l'índex KMO, que pren valors 0 i 1. Per valors del KMO superiors a 0,5 es considera acceptable l'adequació de les dades al model factorial (Pérez, 2009). Concretament,

- Si $KMO < 0,5$; no és acceptable efectuar una anàlisi factorial exploratòria,
- Si $0,5 \leq KMO < 0,7$; l'anàlisi factorial exploratòria és acceptable,
- Si $KMO \geq 0,7$; és adequat dur a terme una anàlisi factorial exploratòria.

A la taula 28 es mostren les dades de la prova d'esfericitat de Bartlett i de la prova de KMO per a cadascuna de les tres anàlisis factorials exploratòries realitzades en aquest apartat. Pel que fa a la prova d'esfericitat de Bartlett, en tots els casos s'obté una significació inferior a 0,050, amb la qual cosa es rebutja la hipòtesi nul·la de la matriu de correlacions igual a la matriu identitat. Quant a la prova de KMO, en els dos primers casos, el seu valor és molt elevat (superior a 0,8). El tercer factor, amb un valor de 0,53, es pot qualificar de "pobre". Cal tenir en compte que aquest índex és molt sensible, ja que creix quan la mida de la mostra o el nombre de variables augmenta i decreix quan les correlacions o el nombre de variables disminueix (Méndez i Rondón, 2012). La tercera anàlisi factorial compta amb un nombre de variables petit, el que pot comportar estar dins del supòsit esmentat, fet que implica que els resultats s'hauran de prendre amb cautela.

Taula 28 Prova de Bartlett i índex KMO dels factorials

		21 variables d'actitud envers el turisme	7 variables de satisfacció dels residents amb el model turístic	5 variables de repercussió d'activitats turístiques en el canvi climàtic
Mesura d'adequació mostral de KMO		0,841	0,811	0,538
Prova d'esfericitat de Bartlett	Chi-quadrat aproximat	2671,535	798,362	506,543
	gl	210	21	10
	Sig	0,000	0,000	0,000

Font: Elaboració pròpia.

En general, es recomana aplicar dues mesures de correlació i, si alguna d'elles evidencia algun grau de correlació, es considera que té sentit realitzar l'anàlisi estadística. Aquesta premissa es compleix en els tres supòsits.

Per dur a terme aquesta anàlisi factorial s'ha utilitzat el mètode de components principals. A més, s'ha realitzat una rotació ortogonal Varimax, seguint el desenvolupament de Kaiser. La finalitat és trobar una correlació per a cada variable el més elevada possible, propera a 1 per algun dels factors i propera a 0 per la resta.

A continuació es mostren les càrregues factorials, és a dir, els coeficients de correlació de cada variable amb cadascun dels factors extrets. Una vegada obtinguda aquesta informació el procediment ha consistit a eliminar els factors amb càrregues factorials inferiors al 0,4 amb valor absolut (Hair *et al.*, 2010). Finalment, en el cas que una variable hagi estat associada a diferents factors, aquesta s'ha vinculat amb el factor amb el qual presenta la major càrrega factorial.

També s'ha inclòs el percentatge de variància que es pot explicar a partir del model factorial obtingut, així com el percentatge de la variància total explicada per cada factor

i el percentatge de la variància total explicat pel conjunt dels factors. S'utilitza el criteri de percentatge de variància, que és una aproximació que es basa en aconseguir un percentatge acumulat especificat de la variància total extreta. Es considera com a valor límit el 55%, d'acord amb l'emprat en la majoria d'estudis de ciències socials (Hair *et al.*, 1999).

5.2.1 Anàlisi factorial exploratòria de l'actitud dels residents d'Andorra envers el turisme

S'ha realitzat una anàlisi factorial dels components principals amb els elements corresponents a les opinions dels residents nacionals sobre l'actitud envers el turisme a Andorra. En primer lloc es mostren les dades corresponents a l'anàlisi factorial que s'ha dut a terme amb les 21 variables de l'actitud envers el turisme. En aquesta primera anàlisi factorial exploratòria realitzada, s'obtenen cinc factors significatius que expliquen el 58,5% de la variància total.

Aquesta anàlisi pretén reduir la informació inicial que ofereixen les variables originals a un conjunt de factors menors, ressaltant així els factors o construccions subjacents en la informació proporcionada per les variables originals. En conseqüència, queda clar que realitzar l'anàlisi factorial representa una opció pertinent, ja que l'índex Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) es troba per sobre de 0,7, mentre que el test d'esfericitat de Bartlett també és significatiu, 2671,535, amb una significació menor de 0,000 (Bartlett, 1950).

A la taula 29 es mostren els cinc factors que s'han trobat, realitzant una rotació Varimax que ajuda a aconseguir una millor comprensió dels factors implicats.

Taula 29 Matriu factorial rotada a partir de l'anàlisi factorial de l'actitud dels residents d'Andorra envers el turisme

	Factors				
	1	2	3	4	5
El turisme és positiu per a l'economia del país	0,771				
El turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país	0,767				
El turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país	0,650				
Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques	0,586				
El turisme ha afavorit la millora dels serveis públics del país	0,499				
El turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra	0,474				
El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (estabilitat)		0,869			
El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (salari)		0,834			
El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (possibilitats de creixement en el lloc de treball/ carrera professional)		0,816			
El turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra			0,743		

El turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país	0,733	
El turisme incentiva el consum de productes locals d'Andorra	0,663	
El turisme permet conèixer gent d'altres cultures	0,482	
El turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país	-0,437	
El turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país	0,433	
El turisme afavoreix l'especulació immobiliària a Andorra		0,854
El turisme afavoreix l'augment del cost de vida al país		0,742
El turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia, etc.		0,596
El turisme afavoreix la inseguretat ciutadana (robatoris, vandalisme,...) al país		0,794
El turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana		0,665
El turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)		0,585

% de la variància explicada	14,130	13,173	12,832	9,382	8,936
% de la variància acumulada	14,130	27,303	40,135	49,517	58,453

Font: Elaboració pròpia.

La taula 30 que descriu els estadístics descriptius amb valors tipificats dels cinc factors de l'actitud dels residents envers el turisme, s'ha realitzat suposant que la mitjana és 0 i la desviació típica és 1. Aquesta informació permet obtenir la càrrega mínima i màxima de cada factor per veure si existeix molta divergència de criteris o poca. És a dir, amb la tipificació es pot comparar entre els cinc factors, ja que tots ells apareixen en la mateixa escala.

Taula 30 Estadístics descriptius amb valors tipificats dels 5 factors de l'actitud dels residents envers el turisme

	Mínim	Màxim
Factor 1	-5,77161	2,07475
Factor 2	-2,71185	3,35335
Factor 3	-2,75779	3,58472
Factor 4	-3,44514	1,97029
Factor 5	-2,55357	2,67339

Font: Elaboració pròpia.

En aquesta anàlisi factorial s'han trobat cinc factors, tot i que únicament el factor 1 ja explica el 14,1% de la variància total, el que evidencia la seva importància. Aquest primer factor s'ha anomenat **beneficis socioeconòmics del turisme (factor 1)** amb sis variables. D'aquestes, les que estan més correlacionades amb el factor i presenten unes càrregues més elevades són: “el turisme és positiu per a l'economia del país” (0,771), “el turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país”

(0,767) i “el turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país” (0,650). Les variables relatives al “turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra” (0,474) i “el turisme ha afavorit la millora dels serveis públics” (0,499), són les que menys correlacionades estan amb el factor. Aquest primer factor també inclou una darrera variable, “Andorra destina una proporció important del territori”, amb una càrrega de 0,586, que, malgrat no representar un benefici tal com es planteja, podria ser considerada d’aquesta manera per les persones que han respost l’enquesta. Cal tenir en compte que aquest factor és el que presenta una dispersió de resultats més elevada, amb un rang de valors entre -5,77 i 2,07.

Un segon factor, que s’ha anomenat **condicions laborals del sector turístic (factor 2)**, explica un percentatge de variància del 13,2% del total i està integrat per tres variables amb càrregues molt similars, al voltant del 0,8.

El tercer factor que apareix, explicant un percentatge de variància del 12,8% del total, és el que s’ha anomenat **beneficis de l’activitat turística en els àmbits socioeconòmics i ambientals (factor 3)**, que compta amb cinc variables. Les variables amb una càrrega més alta són: “el turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra” (0,743) i “el turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país” (0,733). En canvi, les que presenten menys correlació són: “el turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país” (0,433), juntament amb “el turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país” (-0,437). Aquesta darrera, en presentar un valor negatiu, s’ha d’entendre com un cost de l’activitat en els àmbits socioeconòmics i ambientals.

El quart factor és el que s’ha anomenat **costos de l’activitat turística en els àmbits socioeconòmics i ambientals (factor 4)**, amb un percentatge de variància explicada de 9,4 % i integrat per tres variables. En aquest cas, la variable més correlacionada amb el factor és “el turisme afavoreix l’especulació immobiliària a Andorra” (0,852), seguida de la que indica que “el turisme afavoreix l’augment del cost de la vida al país” (0,742). La variable que presenta menys correlació és “el turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia etc.” (0,596).

Finalment, el darrer factor, amb un percentatge de variància explicada del 8,9%, és l’anomenat **costos de l’activitat turística en els àmbits socials i ambientals (factor 5)**,

integrat per tres variables. La variable relativa a què “el turisme afavoreix la inseguretat ciutadana al país” (0,794) és la més correlacionada amb el factor i la variable “el turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)” és la menys correlacionada (0,585).

5.2.2 Anàlisi factorial exploratòria de la satisfacció dels residents amb el model turístic

S’ha realitzat una anàlisi factorial dels components principals amb les variables corresponents a les percepcions dels residents sobre la satisfacció amb el model turístic. En primer lloc es mostren les dades corresponents a l’anàlisi factorial que s’ha dut a terme amb les vuit variables observades de la satisfacció amb el model turístic. En aquesta anàlisi factorial exploratòria realitzada s’obtenen dos factors significatius que expliquen el 60,9% de la variància total.

Aquesta anàlisi pretén reduir la dimensió per a descobrir factors latents en un conjunt de variables quantitatives. Queda clar que realitzar l’anàlisi factorial representa una opció pertinent, ja que l’índex Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) es troba per sobre de 0,7 i el test d’esfericitat de Bartlett també és significatiu, 798,362, amb una significació menor de 0,000 (Bartlett, 1950).

Com s’observa a la taula 31, dos factors apareixen després de la implementació de l’anàlisi factorial exploratòria de la màxima versemblança, aplicant una rotació Varimax. Aquests factors expliquen el 60,9% de la informació aportada per les variables originals.

Taula 31 Matriu factorial rotada, a partir de l'anàlisi factorial de la satisfacció dels residents amb el model turístic

	Factors	
	1	2
En general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra	0,874	
Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible	0,839	
Les institucions del país promouen el turisme sostenible	0,815	
El comportament del turista quan visita Andorra és respectuós	0,702	
L'oferta turística està diversificada (turisme cultural, turisme de compres, turisme d'esports, ...)	0,615	
Existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants		0,806
Hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic		0,742
% de la variància explicada	43,190	17,720
% de la variància acumulada	43,190	60,910

Font: Elaboració pròpia.

En aquesta anàlisi factorial s'han trobat dos factors, tot i que únicament el factor 1 ja explica el 43,19% de la variància total, el que evidencia la seva importància. Aquest primer factor anomenat **beneficis percebuts pels residents de l'activitat turística (factor 1)**, compta amb cinc variables. D'aquestes, la que està més correlacionada amb el factor i presenta una càrrega més elevada és "en general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra" (0,874). La variable relativa a què "l'oferta turística està diversificada" és la menys correlacionada (0,615).

El segon factor anomenat **costos percebuts pels residents de l'activitat turística (factor 2)**, presenta dues variables i explica el 17,72% de la variància del total. Les dues variables expliquen molt bé el factor; la que presenta una càrrega més elevada i, per tant, està més correlacionada és “existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants” (0,806).

5.2.3 Anàlisi factorial exploratòria de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques

S'ha realitzat una anàlisi factorial de les variables principals corresponents a les percepcions dels residents sobre la satisfacció amb el model turístic. A la taula 32 es mostren les dades corresponents a l'anàlisi factorial que s'ha dut a terme en cinc de les set variables observades de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques. S'han exclòs dues variables per ser de caràcter qualitatiu. Com s'observa en la taula 32, en aquesta anàlisi factorial exploratòria realitzada s'obtenen dos factors significatius que expliquen el 70,2% de la variància total.

En aquest cas també queda clar que realitzar l'anàlisi factorial representa una opció pertinent, ja que l'índex Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) es troba en el rang acceptat, tal com s'exposa a la taula 32, i el test d'esfericitat de Bartlett també és significatiu, 506,543, amb una significació menor de 0,000 (Bartlett, 1950).

Taula 32 Matriu factorial rotada, a partir de l'anàlisi factorial de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques

	Factors	
	1	2
Turisme d'esquí	0,918	
Turisme en general	0,835	
Turisme de natura	0,643	
Turisme cultural		0,897
Turisme de compres		0,665

% de la variància explicada	40,144	30,083
% de la variància acumulada	40,144	70,227

Font: Elaboració pròpia.

En aquesta anàlisi factorial s'han trobat dos factors, un dels quals (el factor 1) ja explica el 40,1% de la variància total. Aquest primer factor anomenat **activitats turístiques on el canvi climàtic impacta més (factor 1)** compta amb tres variables. D'aquestes, la que està més correlacionada amb el factor i presenta una càrrega més elevada és "el turisme d'esquí" (0,918), tot i que el conjunt de les variables descriu molt bé el factor.

El segon factor, anomenat **activitats turístiques on el canvi climàtic impacta menys (factor 2)**, presenta dues variables i explica el 30,083% de la variància del total. Les dues variables expliquen molt bé el factor, tot i que la que presenta una càrrega més elevada i, per tant, està més correlacionada és la de "turisme cultural" (0,897).

5.3 Resultats qualitatius

Cal recordar que es disposa de dos conjunts de dades qualitatives a analitzar, les relatives a la pregunta oberta de l'enquesta i les relatives a la implementació i anàlisi de les set entrevistes realitzades a residents. Totes elles aporten informació valuosa i permeten analitzar en profunditat determinats aspectes i variables que descriuen la situació del destí en matèria turística; també mostren l'opinió dels residents en relació amb els impactes que exerceix l'activitat turística en el territori objecte d'estudi.

Per no alterar el material obtingut i transmetre la immediatesa de les situacions estudiades, els resultats es presenten des d'una perspectiva narrativa, es desenvolupen a través de relats, utilitzant les mateixes paraules que les dels entrevistats o les usades en les preguntes obertes de les enquestes.

5.3.1 Anàlisi qualitativa de la pregunta oberta de l'enquesta

El primer conjunt de dades qualitatives s'extrau del sisè bloc de l'enquesta, a on es feia una pregunta oberta que oferia a l'enquestat la possibilitat de comentar algun aspecte sobre la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del model turístic d'Andorra. En aquest bloc, de caràcter voluntari, van participar 83 enquestats que van aportar comentaris qualitatius.

S'ha de tenir en compte que la resposta a la pregunta oberta de l'enquesta era lliure i, per tant, es convidava voluntàriament a l'enquestat a comentar qualsevol aspecte lligat amb la sostenibilitat de l'activitat turística. Dels 83 comentaris aportats, quinze van ser eliminats per no tenir cap lligam amb la temàtica o per considerar que no contenien informació rellevant. En conseqüència, es van obtenir 68 comentaris vàlids que es van classificar d'acord amb la temàtica sorgida. En funció del seu significat, una aportació pot haver estat classificada en més d'una categoria.

A la taula 33 es detallen les categories emprades per classificar els comentaris rebuts. Mereix especial atenció el fet que tots els comentaris aportats, de manera opcional, pels enquestats siguin de caràcter negatiu; alguns expressen un sentiment d'insatisfacció i

d'altres la necessitat de millora en aspectes substancials. S'ha de destacar que no s'ha rebut cap comentari positiu o satisfactori.

Taula 33 Codificació dels comentaris de l'enquesta

	Total comentaris enquesta	83
○ Capacitat de càrrega	9	
○ Context socioeconòmic	9	
○ Diversificació oferta	3	
○ Impactes turístics	14	
○ Institucions	8	
○ Mobilitat	11	
○ Model turístic	28	
○ Sostenibilitat	19	
Totals	101	

Font: Elaboració pròpia.

Per analitzar els resultats de les preguntes obertes, s'ha emprat la metodologia de la codificació, tal com s'ha explicat en l'apartat 4.2. La figura 35 recull les paraules més freqüents que han utilitzat els enquestats en la pregunta oberta de caràcter opcional. En aquesta figura s'observen algunes de les categories emprades per classificar i codificar les respostes, com model, impactar, Andorra, sostenibilitat, massificació, sostenible, qualitat, institucions, etc. També apareix la paraula “no”, el que posa en relleu que ha estat molt repetida i demostra la negativitat de les aportacions dels enquestats.

Tots els comentaris aportats que es poden classificar en la categoria de capacitat de càrrega fan incís en les característiques físiques d'aquest concepte i en la necessitat d'imposar determinats límits en la rebuda dels visitants, així com en millorar la seva planificació i gestió.

Pel que fa a la **categoria context socioeconòmic**, amb nou observacions, alguns residents han remarcat que “l'estratègia d'atraure inversors de fora no considero que porti res al país, només generar més despesa pública i augmentar el cost de la vida dels residents”; d'altres expressen que “existeix massa dependència del turisme i s'han d'explorar noves vies econòmiques”. També hi ha qui opina que “Andorra hauria de trobar una solució a llarg termini per desenvolupar activitats econòmiques més importants que el turisme”; o bé que “el model econòmic del país i el turisme afavoreixen l'especulació urbanística que estem patint”. Finalment, alguns afirmen que “Andorra prioritza el turisme abans que el benestar dels ciutadans. Això genera que la societat andorrana ens sentim menyspreats pel propi país i fa que molts vulguin marxar per trobar un lloc on poder viure dignament i ser remunerats d'acord amb la seva professió”.

Les nou observacions incloses en la categoria socioeconòmic, evidencien que molts dels enquestats coincideixen en la necessitat de diversificar l'economia i alguns manifesten dubtes sobre els efectes de permetre la inversió estrangera.

Encara que menys nombrosos, també hi ha enquestats que veuen necessària la **diversificació de l'oferta turística**, amb els següents arguments: “considero que el país hauria de diversificar encara més la seva oferta turística i potenciar més el turisme esportiu i de salut, que ja s'està començant a fer”; o “Andorra hauria de promocionar un turisme gastronòmic amb productes del país”.

En la **categoria impactes turístics**, que ha estat la tercera més nombrosa, amb catorze observacions, trobem afirmacions com “el context global farà que Andorra augmenti l'atractiu turístic i, per tant, la massificació, amb els impactes col·laterals socials i ambientals que això comportarà”; o “considero que s'està fent una explotació incontrolada i abusiva del territori amb efectes molt negatius sobre el patrimoni natural del país”. D'altres comenten que “el model econòmic del país i el turisme afavoreixen l'especulació urbanística que estem patint i que farà Andorra insostenible, ja que els recursos són limitats”; també que s'ha de “millorar el medi ambient i limitar de la

construcció”; o que “estem convertint Andorra en un parc temàtic i perdent el que ha de ser natura”.

Majoritàriament, les observacions destaquen els impactes turístics que presenten una actitud desfavorable, per ser percebuts de caràcter negatiu. Se centren en els impactes de caràcter ambiental, fent especial incís en l'excessiva urbanització del territori que perceben els residents. Ara bé, també n'hi ha d'altres que remarquen els impactes socials o econòmics traduïts en costos per la població andorrana, com quan expressen que els “salariis són molt baixos en relació amb el nivell de vida”; o que “el model turístic actual està provocant una gentrificació de les parròquies centrals, fet que comporta un desplaçament de les zones de residència a altres parròquies”; i que “les persones que viuen i treballen a Andorra tenen salariis precaris i horaris impossibles”. També expressen que “no existeix un model de turisme sostenible ni en l'àmbit de la natura, ni molt menys en l'àmbit social, amb uns sous baixíssims, amb un treballador temporer que no es fidelitza per culpa dels salariis baixos i de l'habitatge”.

S'han classificat en la **categoria institucions** les vuit afirmacions relatives al rol institucional o del sector públic en l'activitat turística. Un dels enquestats reclama la participació ciutadana en la planificació turística i exposa que “el país ha de fer una política activa involucrant tota la població envers el turisme sostenible”. Un altre critica que l'executiu i les corporacions locals no estiguin adaptats a la realitat actual del turisme i afirma que “el govern i comuns en general han de canviar la idea que tenen del turisme. El turisme ha canviat, els turistes volen altres coses i nosaltres ens hem quedat deu anys enrere”. També hi ha un que comenta que “massa diners destinats a activitats que reverteixen poc en la societat (Cirque du Soleil). En moments puntuals, és impossible conviure amb el turisme”. Aquest darrer incideix, especialment, en la sensació de saturació que es viu al país per la gran afluència turística, en determinades èpoques.

En aquesta categoria, anomenada institucions, un altre enquestat reconeix que s'han fet avenços en l'àmbit legislatiu, de cara a la sostenibilitat turística, ja que “s'han aprovat diverses lleis que s'orienten cap a la sostenibilitat (també la turística). Caldrà vetllar perquè es compleixin”. D'altres qüestionen la política turística oficial i diuen que “Andorra Turisme fomenta un turisme sostenible potenciant macroesdeveniments i en cap cas qualitat de serveis”. Finalment, hi ha qui desitja que “el sector privat estigui més

conscienciat amb el desenvolupament turístic sostenible, treballant per allargar les estades i diversificar el turista al llarg de l'any en lloc de fomentar la massificació. Per contra, el sector públic potencia esdeveniments que en lloc de posar en valor la identitat del territori, fomentar la preservació i conservació del paisatge, impulsa projectes com un pont tibetà que potencien la massificació”.

Encara que la **categoria mobilitat** podria estar inclosa dins dels impactes turístics, s'ha creat una categoria diferenciada per la quantitat de vegades que els enquestats han fet referència a aquest aspecte. El sentiment majoritari dels onze comentaris és que el turisme satura la xarxa viària i dificulta la mobilitat interior del país. Així, es remarca que “el transport públic no està gaire desenvolupat per a la gent de fora, fent que hagi de dependre dels seus propis vehicles”; o bé que “la mobilitat de vehicles hauria de ser més ordenada. Els accessos al país, podrien contemplar l'arribada en tren”; també que “el fet que els visitants només puguin venir amb cotxe ja és contaminació, col·lapsa el país, no hi ha lloc per aparcar, es produeixen cues immenses a tot arreu”. Entre els aspectes negatius, hi ha qui considera el turisme com una activitat que redueix el benestar per “aparcaments insuficients, cues quilomètriques arreu, com a resident ho visc com una invasió i amb ofec, altera totalment el nostre dia a dia”. Sense aportar propostes concretes, alguns desitjarien “reduir la problemàtica de les cues de vehicles a les fronteres i dins el país”.

En la **categoria model turístic** s'han inclòs gran part de les aportacions fetes pels enquestats. En aquesta categoria i en la de sostenibilitat es troben la gran majoria dels comentaris recopilats. Entre les 28 observacions, majoritàriament negatives, hi ha qui diu que “el model turístic actualment es fonamenta en l'augment del volum de turistes, per molt que es vulgui vendre la idea d'un turisme de qualitat (que sovint és a qui menys importen els temes de sostenibilitat i medi ambient). Aquest elevat volum de turistes genera efectes col·laterals negatius (trànsit, consum excessiu de recursos disponibles, impacte en la natura...). Prima l'objectiu econòmic i no el de sostenibilitat mediambiental”. Entre les crítiques a la sostenibilitat del model turístic, també es remarca que “mentre es promogui la quantitat i no la qualitat, el model turístic no serà sostenible ni socialment ni ambientalment parlant; en l'àmbit econòmic es pot arribar a l'equilibri i guanyar diners tot i no malmetre el país i la natura”.

A més d'incorporar el concepte de sostenibilitat, també es fan moltes referències a un model turístic de més "qualitat", contraposat al model de turisme de masses. Per exemple, en aquest sentit, es diu que "s'han d'adequar serveis a un turisme de nivell mitjà-alt i no massificat"; o que "seria millor atraure menys turisme de masses i promoure el turisme de qualitat"; també que "s'hauria de ser més selectiu, no tan massificat. Sobren hotels a preus irrisoris que només projecten una mala imatge del país. Un bon servei i un bon producte s'han de pagar"; o que "cal incrementar el turisme d'alt nivell". D'altres critiquen el turisme comercial i proposen fomentar el turisme de neu: "el model turístic comercial cada cop té un nivell més baix. En canvi, el turisme de neu, de moment i si el canvi climàtic no ens afecta molt, crec que és un valor en alça".

Molts enquestats coincideixen a considerar el model turístic actual com excessivament massificat: "el model actual no em sembla sostenible. Crec que seria millor un turisme menys massificat". D'altres són partidaris d'un canvi de model, sense concretar quin és el que consideren desitjable: "canvi de model i paradigma turístic, consensuat, explicat i progressiu". Alguns fan incís en els perills de la globalització i en la necessitat de conservar els elements diferenciadors del territori: "manca turisme que li agradi la història, que vulgui aprofundir amb els costums andorrans i fer d'Andorra un lloc on la nostra essència sigui important i no voler convertir el nostre estimat o petit país amb una Nova York en petit. Aquí som com som i no podem pretendre ser com grans ciutats, tot el nostre territori no és ni una barriada de Barcelona. Deixem de ser tan territorials i lluitem junts per un país sostenible".

Hi ha residents que utilitzen el concepte de sostenibilitat turística en les seves aportacions sobre el model turístic i afirmen que "caldria treballar cap a un model de turisme realment sostenible sense explotar en excés el territori. Considero que s'està fent una explotació incontrolada i abusiva del territori amb efectes molt negatius sobre el patrimoni natural del país. D'altra banda, convindria educar i informar més els turistes perquè respectin i entenguin el model de natura sostenible"; o que "el turisme sostenible hauria de ser l'única opció".

Finalment, en la **categoria sostenibilitat** s'han classificat dinou dels comentaris rebuts, que es mostren inequívocament partidaris d'un turisme sostenible i, majoritàriament, crítics amb l'actual model. Així, cal destacar que els enquestats consideren que "fer la

vida fàcil al turista és important, però no si s'ha de comprometre el benestar mediambiental i social de tot un país. És urgent trobar un equilibri i oferir un turisme respectuós pel medi ambient i la cultura. A qualsevol lloc es pot anar a un centre comercial, però la fauna i flora és local. Les institucions es remeten als ODS de l'ONU, però després el seu model turístic vulnera la gran majoria d'aquests objectius i això no es té en compte. Cal un canvi de model". També es destaca la necessitat d'orientar l'activitat turística cap a un desenvolupament sostenible: "Andorra és un país que depèn del turisme de lleure bàsicament i cal que sigui prou sostenible". Alguns comentaris afirmen que l'actual model és totalment insostenible i parlen de "sostenibilitat nul·la. Només turisme de masses"; o bé que "el model turístic no és sostenible en cap dels sentits".

Una part dels enquestats vincula la sostenibilitat amb la necessitat de disposar d'informació i gestionar-la correctament i expressen la "necessitat d'estudis tècnics per fer el seguiment real dels usuaris turístics i del seu impacte sobre els recursos naturals del país, per poder regular l'ús intensiu dels mateixos de manera que es tendeixi cap a un ús sostenible". D'altres remarquen la sostenibilitat ambiental, vinculada als impactes negatius en el medi ambient. Per exemple, un diu "que no es té en compte la sostenibilitat ambiental, ja que el model turístic s'orienta moltíssim cap a un turisme de masses i no de muntanya. Penso que s'hauria hagut d'orientar cap a un turisme de muntanya venent Andorra com a destí de muntanya, promocionant i fomentant els parcs naturals, els espais de muntanya, la natura, etc. A més, les ampliacions de pistes d'esquí, els atractius turístics (pont tibetà, etc.) no ajuden a la imatge d'Andorra (Port Aventura de muntanya?). Estic convençut que s'hauria pogut arribar a la mateixa economia promocionant la muntanya i la natura d'Andorra. A més, aquest turisme de muntanya s'allotjaria més d'una nit a Andorra, amb ganes de tornar per descobrir la resta de muntanya".

S'han recopilat moltes dades interessants sobre la percepció del model turístic d'Andorra. La diversitat d'opinions reflecteix la complexitat d'aquesta qüestió i la importància de considerar una sèrie de factors en la planificació i el desenvolupament del turisme al país. Resulta evident la preocupació sobre la capacitat de càrrega i la necessitat de limitar l'afluència de visitants per protegir els valors naturals i culturals del país. Aquesta qüestió és habitual en molt destins turístics que han de trobar l'equilibri entre l'afluència turística i la preservació del seu entorn.

La diversificació de l'oferta turística també emergeix com una àrea d'interès per alguns dels enquestats. També la qüestió de la sostenibilitat és central en molts dels comentaris. Hi ha una crida per un canvi en el model turístic cap a una direcció més sostenible, tant des del punt de vista ambiental com econòmic i social. És interessant veure com aquestes qüestions s'interrelacionen en diversos comentaris i com els residents es mostren preocupats per mantenir un equilibri entre el creixement econòmic i la conservació dels recursos naturals i la qualitat de vida.

En general, aquesta anàlisi qualitativa proporciona una visió rica i variada sobre les opinions dels residents d'Andorra sobre el seu model turístic. Serà crucial tenir en compte aquestes perspectives per la correcta gestió del turisme a Andorra.

5.3.2 Anàlisi qualitativa de les entrevistes en profunditat

El segon conjunt de dades prové de les set entrevistes semiestructurades, que aporten informació per confirmar o rebutjar determinats aspectes assolits en els resultats de les enquestes, tant quantitatives com qualitatives. És important remarcar que aquests resultats són complementaris a les enquestes realitzades. La qüestió pràctica i conceptual restant consistia a discernir si les dades estadístiques obtingudes eren congruents amb les derivades de les entrevistes i si aquestes darreres podrien proporcionar idees no disponibles a partir de les dades quantitatives.

Com s'ha explicat en l'apartat 4.2, l'entrevista es va dividir en vuit blocs. En primer lloc, es va demanar en **quina mesura ha contribuït el turisme al desenvolupament del país**. Tots els entrevistats coincideixen a reconèixer que el turisme ha contribuït de manera significativa al desenvolupament d'Andorra i vinculen el sector turístic amb el creixement econòmic. Per exemple, “el turisme ha estat el motor del creixement econòmic d'Andorra del darrer segle”(E1); o bé “el turisme ha contribuït molt al desenvolupament del país, ja que ha sigut un dels pilars del model econòmic d'Andorra” (E6). A més, l'activitat turística es vincula a una font de riquesa pel país; d'aquesta manera, els entrevistats destaquen que el turisme ha permès que Andorra presenti un “PIB per càpita elevat” (E1); també que “és la principal font d'ingressos” (E2); i, fins i tot, que “hem viscut del turisme i encara hi vivim (E3)”.

Alguns entrevistats destaquen també la contribució del turisme en aspectes socials, com el fet “que ha permès frenar l’emigració de població andorrana i atraure mà d’obra exterior” (E1), o que ha incidit en el “desenvolupament social del país” (E5). Finalment, l’activitat turística també es relaciona amb la millora dels serveis (E1), el desenvolupament de vies de comunicació i l’obertura del país a l’exterior (E2), i el fet de dotar d’infraestructures públiques el país (E4).

En segon lloc, es va demanar sobre la **satisfacció dels entrevistats amb el model turístic, des d’un punt de vista de la sostenibilitat**. De manera general, tots els entrevistats coincideixen a mostrar la seva insatisfacció al respecte i coincideixen en què hi ha molt marge de millora per tenir un model turístic més sostenible. L’excepció es presenta amb l’entrevistat 3, l’únic que considera que està satisfet amb el model, tot i que hi ha “infraestructures que són innecessàries, però també és cert que gràcies al turisme en cuidem altres que potser sense aquest serien força oblidades” (E3). També l’entrevistat 5 es mostra a favor “d’un model més sostenible” (E5), tot i que destaca que creu que “el nostre model turístic no és dels menys sostenibles del nostre voltant” (E5).

La resta d’entrevistats destaquen l’impacte ambiental del model turístic d’Andorra que s’associa a una manca de gestió o regulació i a un creixement excessiu del sector. Per exemple, exposen que “és gran consumidor de territori i de recursos del país” (E1); també es destaca que s’hauria “de tenir una millor gestió dels recursos naturals i intentar disminuir la petjada de carboni associada al turisme” (E6); i que “s’ha venut tot al preu que fos, que era com més millor i sense tenir en compte la qualitat i, per tant, zero sostenibles. S’han destrossat moltes parts del país per aconseguir aquest model turístic” (E7). D’altres diuen que el model econòmic del país s’ha basat “de forma il·limitada en aquest sector i sense tenir en compte les repercussions mediambientals i únicament posant el punt de vista en l’aspecte econòmic” (E6); que el sector “ha tingut un creixement exponencial. Inicialment, quan es va desenvolupar el turisme no es pensava en termes de sostenibilitat. Actualment, quan el model està descontrolat es pensa en clau de sostenibilitat” (E2).

També destaquen accions que creuen que es podrien fer o haver fet per un model més sostenible, com apostar per un turisme menys massiu “necessitàvem un model turístic de

més qualitat. Potser ara el model turístic funciona, però d'aquí a uns anys quan la gent valori més que sigui sostenible, pot arribar a perdre l'al·licient, ja que estarà tot destrossat" (E7). D'altres aposten per una acció reguladora del sector públic, com "desenvolupar un pla estratègic a escala nacional per tal d'afavorir la sostenibilitat en el si del turisme" (E5); o la constatació que "el model turístic està pendent de regulació quantitativament i qualitativament, cal un equilibri entre desenvolupament econòmic i sostenibilitat" (E4). Finalment d'altres apunten a la sensibilització, tant dels residents com també dels turistes "ara hi ha més consciència i la població està més sensibilitzada, tot i que encara falta més sensibilització" (E2); "també es podria promocionar la consciència mediambiental entre els turistes" (E5).

Pel que fa a la tercera qüestió proposada als entrevistats, relativa als **impactes negatius del turisme, des del punt de vista de la sostenibilitat**, les respostes s'han agrupat en tres apartats: sociocultural, econòmic i ambiental.

Els entrevistats destaquen, com a principals impactes negatius, els de **caràcter ambiental**. Així, afirmen que l'activitat turística "destrossa molta part de natura, d'ecosistema, de muntanya, dels rius. Per fer més carreteres, més pisos, més botigues ens ho estem carregant" (E7); i que a "nivell ambiental ha creat un creixement no sostenible i que ja estem començant a veure les conseqüències" (E6).

Fins i tot, alguns relacionen l'impacte ambiental amb fets concrets, com la contaminació produïda per l'ús del vehicle privat, les infraestructures turístiques i, específicament, per les pistes d'esquí. En aquest sentit, s'expressa l'entrevistat 5 quan diu que "el transport per arribar al nostre país suposa un problema i crea un impacte ambiental molt negatiu, ja que només es pot arribar per carretera i la gran majoria ho fa en vehicle privat, amb les conseqüències que això comporta pel que fa a la contaminació. Les pistes d'esquí, gran atractiu turístic del nostre país també tenen un impacte negatiu en el medi ambient, donat el consum d'energia i aigua, així com l'impacte directe que té en la fauna i flora per la modificació del seu entorn natural. La construcció d'infraestructures associades a la pràctica de l'esquí en concret i al turisme en general també impacta de la mateixa manera el medi del país" (E5).

Del mateix parer és l'entrevistat 1, quan diu que els “impactes ambientals són els de caràcter més important. Per exemple, la xarxa viària que ha crescut molt, però es col·lapsa, i les estacions d'esquí, que ocupen cada any més territori, amb més ginys mecànics i consum de recursos com l'aigua. A més, l'administració els ha concedit una pròrroga de les concessions” (E1). També concorda amb aquesta opinió l'entrevistat 3, que afirma que hi ha “massa parc mòbil i edificis centrats al turisme de luxe” (E3).

D'altres, com l'entrevistat 4, associen els problemes ambientals al creixement urbanístic del país. Exposa que “el creixement urbanístic il·limitat a causa de la pressió turística comporta problemes ambientals de manca de recursos d'aigua, pol·lucions de l'aire, escalfament a causa de les calefaccions i a la circulació viària” (E4).

Per la seva banda, l'entrevistat 2 reconeix que l'activitat turística té impactes de caràcter ambiental significatius, però que alguns dels més recents no han merescut una crítica per part de la societat andorrana. Considera que el turisme presenta “impactes ambientals, per exemple fer neu artificial, hi ha moltes coses que tenen impactes en aquest sentit. També fer pistes d'esquí destrueix les muntanyes, però ja fa molt temps que estan fetes. El turisme d'estiu explota molt la muntanya, però no veig l'impacte ambiental. Ara bé, per exemple el mirador de Tristaina i alguns telecabines tenen molt d'impacte i no transcendeix públicament” (E2).

Respecte dels **impactes socials**, tan sols tres dels entrevistats consideren que l'activitat turística tingui conseqüències en aquest aspecte. L'entrevistat 7 incideix en les desigualtats que comporta l'activitat turística i en l'augment de preus, especialment en l'habitatge. D'aquesta manera, recorda que les institucions públiques han de jugar un rol per pal·liar aquests desequilibris. Exposa que “la part positiva del turisme és que crea riquesa però només per una part de la societat. És a dir, crea desigualtats i inaccessibilitats sobretot a la classe baixa i mitjana. Potser, aquesta darrera es pot enriquir en part, però la classe baixa queda fora de joc” (E7).

En la mateixa línia s'expressa l'entrevistat 2 que diu que “hi ha una desigualtat en la riquesa que proporciona l'activitat, és a dir, no tots s'enriqueixen d'igual manera, propi d'un sistema capitalista” (E2). Contràriament, l'entrevistat 7 manifesta que a “escala

cultural l'impacte negatiu no el veig. Si hi ha un augment del turisme hi ha més oferta cultural i això ho veig un aspecte positiu" (E7).

Únicament l'entrevistat 3 incideix a dir que el turisme "ha provocat una pèrdua d'identitat, però contradictòriament una revalorització del patrimoni" (E3). És a dir, reconeix un impacte negatiu, però a la vegada també un de positiu en la salvaguarda del patrimoni nacional.

A escala d'**impactes econòmics**, l'entrevistat 2 incideix en la recent privatització de l'explotació de les pistes d'esquí i defensa la gestió pública d'aquestes. Assenyala que "el turisme d'hivern que és el model turístic del país, no repercuteix en què el país es beneficiï de la privatització de les pistes d'esquí. No repercuteix en positiu cap al país, només beneficia als propietaris d'aquestes instal·lacions. En comptes de privatitzar, l'Estat hauria de ser capaç de fer una bona gestió" (E2).

Altrament, l'entrevistat 3 se centra en l'augment dels preus de l'habitatge, quan diu que "el turisme inversor a través de segones residències, apartaments turístics i els fons d'inversió individuals ha fet pujar preus de l'habitatge, deformant el seu mercat" (E3). De la mateixa manera ho veu l'entrevistat 7, que expressa que "el turisme comporta que pugin els preus, que disminueixi l'oferta d'habitatge. És a dir, que molta de la població local quedi fora de joc o en una posició desafavorida" (E7). Aquest mateix entrevistat opina que "a escala econòmica, l'impacte va molt lligat amb l'impacte social. És a dir, apugen els preus per l'augment de la demanda. Van tots molts lligats, potser l'ambiental és més independent" (E7).

De la mateixa manera, s'han agrupat les respostes donades pels entrevistats als **impactes positius de l'activitat turística**. Els **factors econòmics** són el motor que impulsa les actituds favorables envers l'activitat turística. En aquest sentit, coincideixen a destacar que el turisme "ha creat llocs de treball i ha dinamitzat l'economia" (E1), que "crea llocs de treball, a les estacions d'esquí a l'hivern, al sector hotelier i als pisos turístics. Aquest sector proporciona llocs de treball a gran part de la població" (E2) i que "els visitants deixen diners al país" (E3). En la mateixa línia, l'entrevistat 7 diu que el turisme "genera

riquesa pel país, partint de la base que tot estigui ben gestionat i no es malbarati. Aquesta riquesa hauria de permetre fer moltes coses pel bé del país i de la gent que hi viu” (E7).

L’entrevistat 4 exposa que “sense el turisme no s’hauria pogut realitzar la transformació de la vella Andorra a la nova Andorra, passant d’un medi rural a una societat de serveis, terciaritzada, sense passar per una etapa industrialitzada. Ha permès fer acumulació de capital necessari sense passar per guerres, ni pràctiques humanitàriament il·lícites afectant els drets humans. Aquest canvi ha permès també un canvi polític del país amb el seu reconeixement internacional com a Estat. I, successivament, ha de permetre una sostenibilitat econòmica i una altra sostenibilitat social, i, finalment, també mediambientalment, sent conscients que els canvis són progressius i no venen de cop o uns abans que els altres. Sense els uns no hi ha els altres” (E4). Per tant, els impactes que associa a l’activitat turística es poden considerar, bàsicament, de caràcter social i econòmic. De forma similar s’expressa l’entrevistat 6 quan diu que el turisme “en l’àmbit social i cultural ha fomentat extreure tot aquell valor afegit que tenia el nostre país i econòmicament ha permès evolucionar i ser reconegut com a país” (E6).

De forma clara, els entrevistats 4 i 6 associen l’activitat turística andorrana a l’evolució econòmica i social del país; també als canvis institucionals que van culminar amb la Constitució de 1993 i van permetre que Andorra fos reconeguda a escala internacional com un Estat independent, de dret, democràtic i social.

A escala **social i cultural**, la major part dels entrevistats tenen una percepció favorable de l’activitat turística. Així, l’entrevistat 2 reconeix que “s’està fent una bona feina, ja que els museus fan visites guiades, s’està explotant bastant. També es fan festivals de música, cada cop hi ha més oferta de teatre i pels infants. Destacaria la varietat de l’oferta cultural” (E2). Alguns reconeixen que el turisme ha potenciat l’oferta cultural i d’infraestructures de les quals es poden beneficiar els residents. D’aquesta manera s’afirma que “ha facilitat la creació d’infraestructures com Caldea i ha potenciat activitats culturals com el Cirque du Soleil, que es plantegen pel turisme, però els residents poden tenir-hi accés” (E1). Igualment, l’entrevistat 5 destaca que l’activitat turística “promou la diversitat cultural i social al país, fet que no em sembla un impacte negatiu, sinó més aviat positiu” (E5).

Coincidint en l'avaluació positiva, s'expressa l'entrevistat 7 que reconeix que “hi ha moltes més oportunitats, perquè gràcies al turisme, si es creix es crea bonança, etc. qui ho sap aprofitar i si Govern ho gestiona bé, això hauria de portar cap a un fet positiu envers la societat. La societat s'hauria d'enriquir, evidentment si tot està regulat i ben gestionat. Penso que la part positiva del turisme a Andorra a escala social és bàsicament que porta riquesa i que això és un avantatge per la societat. A més, també crea més oferta del tipus més negocis que sorgeixen, per tant, més diversificació i oferta per la societat. Crea uns avantatges per a la població de varietat d'oferta i fa que pugui ser més oberta de ment a les noves tendències i altres maneres de fer” (E7).

A escala **ambiental**, tan sols l'entrevistat 6 reconeix aspectes positius a l'activitat turística quan exposa que el turisme “ha creat consciència sobre la importància de continuar creixent des d'un punt de vista sostenible” (E6).

La taula 34 recull els principals impactes de l'activitat turística percebuts pels entrevistats, de caràcter positiu i negatiu.

Taula 34 Resum de la percepció dels impactes de l'activitat turística

Impactes	Econòmic	Sociocultural	Ambiental
Positius	E1: genera llocs de treball, dinamitza l'economia E2: genera llocs de treball E3: genera ingressos E4: desenvolupament país E6: desenvolupament país E7: genera riquesa	E1: creació d'infraestructures, activitats culturals E2: oferta cultural E3: revalorització de patrimoni E4: desenvolupament de la societat i canvis institucionals E5: diversitat cultural i social E6: desenvolupament de la societat i canvis institucionals E7: desenvolupament societat, oferta cultural, innovació	E6: ajuda a conscienciar
	E2: privatització infraestructures turístiques	E2: desigualtats socials E3: pèrdua d'identitat E7: desigualtats socials	E1: consum de recursos, infraestructures turístiques

Negatiu	E3: augment de preus en l'habitatge E7: augment de preus, especialment en habitatge		E2: consum de recursos, infraestructures turístiques E3: creixement urbanístic i xarxa viària E4: creixement urbanístic, contaminació ambiental, consum de recursos naturals E5: infraestructures turístiques, consum de recursos naturals, contaminació ambiental E6: creixement no sostenible E7: destrucció medi ambient
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Font: Elaboració pròpia.

Posteriorment, es demana sobre les **iniciatives públiques o privades que l'entrevistat pensa que han fet el model turístic més sostenible**. Cal remarcar que la major part diuen que no saben que respondre o que no se'ls hi acudeix cap iniciativa en concret. Com a excepció, l'entrevistat 1 apunta que, per la banda del **sector públic**, “iniciatives públiques com Caldea que fa que l'oferta es diversifiqui i es desestacionalitzi la rebuda de turistes. També, en aquest sentit, el Cirque du Soleil o les actuacions musicals dirigides bàsicament al turisme” (E1). L'entrevistat 3 també destaca el paper de les institucions en la sostenibilitat del model turístic andorrà quan afirma “crec que els comuns i el govern són els que busquen més la sostenibilitat, sigui com a objectiu o de cara a la galeria. El que més destacaria d'iniciatives és les relatives a la protecció dels parcs naturals, tot i que en alguns han arribat tard” (E3).

Un altre remarca que les iniciatives han estat “l'adaptació del turisme a Andorra a les necessitats exteriors. No és el mateix oferiment el dels anys cinquanta com ara el dels 2000, i la tàctica ha estat d'anar afegint elements d'atracció: càmpings i excursions a muntanyes i llacs, comerç divers respecte als veïns i econòmic, esquí, medicaments, excedents comunitaris, tabacs i alcohols, atractius fiscals i financers, sector salut, tecnològic, i educatiu, natura i experiències. Tot acompanyat de les corresponents iniciatives públiques generals i comunals per permetre-ho” (E4).

D'altra banda, pel que fa a les **iniciatives privades**, majoritàriament, els entrevistats reconeixen que s'han buscat uns objectius que no encaixen amb la sostenibilitat. Únicament l'entrevistat 1 ens diu que "són limitades i consisteixen en la instal·lació de plaques solars o energies renovables en les estacions d'esquí" (E1).

Alguns apunten el seu desacord amb el model actual, per exemple, "estic molt en desacord en l'edificació que s'està duent a terme actualment" (E2); o "totes les iniciatives públiques i privades són insuficients per aconseguir un desenvolupament sostenible" (E1). També incideixen en què "les iniciatives han estat molt enfocades cap a la sostenibilitat econòmica i en la diversificació de l'oferta turística però no en millorar l'impacte de la sostenibilitat en els altres vessants" (E6).

Altrament, també es volia conèixer l'opinió dels entrevistats amb relació a la **participació dels ciutadans en la planificació turística**. Moltes de les respostes han denunciat que tan sols els ciutadans andorrans tenen dret a vot, mentre que els residents estrangers no poden participar en les eleccions, tant de caràcter nacional com comunal. D'aquesta manera, s'han expressat "no, perquè quan parlem de resident, parlem de tota la gent que no pot votar a les eleccions. Hi ha molta gent que resideix al país que no té la nacionalitat andorrana. S'hauria de donar més veu a la població, no només en les eleccions" (E2); "és important valorar que gran part de la població del país (residents no nacionals) no tenen dret de vot i, per tant, no poden participar en les decisions polítiques del país" (E5); o bé "la població resident no vota, doncs, no se'ls té en compte" (E7).

De totes maneres, la percepció general dels entrevistats és que la població no participa en la planificació de l'activitat, ja sigui perquè la seva opinió no es té prou en compte o perquè no hi ha processos específics de participació sobre l'activitat turística o perquè no és un element destacable dels programes polítics. En aquest sentit, un diu que "la població no participa en les iniciatives públiques. A més, hi ha casos que un sector de la població s'ha oposat a determinats projectes, com el telefèric de Pic de Carroi o la ubicació de l'heliport i les administracions no ho han tingut en compte" (E1); un altre expressa que "no crec que demanin massa opinió als ciutadans en aquests temes" (E3); a més, un diu que "la planificació turística del país no acostuma a ser un eix central dels programes

electorals” (E5). Una de les respostes lamenta el sentiment de marginació, pel que fa a la planificació turística, i expressa que “no se m’ha demanat mai la meua opinió. Com a andorrà no he participat en cap procés participatiu sobre planificació turística” (E6).

No és d’aquesta opinió l’entrevistat 4 que creu que “la població resident és la que opina, permet i realitza aquesta adaptació contínua i permanent. Cadascú des del seu lloc: privat o públic, empresarial o assalariat” (E4); tampoc l’entrevistat 7 “a qui vota en principi se l’hauria de tenir en compte perquè vota a algú que ha explicat quin és el seu model o planificació turística, però la població resident segur que no, perquè no té dret a vot” (E7).

A més, hi ha dos entrevistats que suggereixen accions per a participar en la planificació turística: “hi hauria d’haver propostes, concursos on la gent participés” (E2); i “s’haurien de fer molts més referèndums, sobretot tenint en compte les dimensions del nostre país” (E3).

Pel que fa al **grau de preocupació dels entrevistats pel canvi climàtic**, tots responen que estan preocupats o molt preocupats pel tema. Per exemple, “el meu grau de preocupació pel canvi climàtic és molt elevat, diria que elevadíssim” (E1); un altre diu “el meu grau de preocupació pel canvi climàtic és alt, molt alt. La veritat és que fa uns anys no n’era tan conscient, però ara sóc molt conscient i em genera bastanta preocupació i, fins i tot, *stress*” (E7). Un entrevistat manifesta una preocupació creixent pel canvi climàtic: “el meu grau de preocupació pel canvi climàtic és creixent i, segons avança el temps va en augment de forma exponencial, ja que és més fàcil i evident identificar les causes que el produeixen” (E5).

D’altres vinculen el seu grau de preocupació amb el fet de viure a Andorra, com l’entrevistat 3 que diu que “em preocupa molt el canvi climàtic i més vivint a Andorra, pel fet que nosaltres vivim del turisme, que és la nostra font d’ingressos i molt d’aquest es genera a l’hivern amb les estacions d’esquí” (E3).

A continuació es demanava als entrevistats quin és **l’impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques a Andorra i, si en el seu parer, hi ha diferència entre les que es duen a terme a la temporada d’hivern o d’estiu**.

Com era d'esperar, la major part dels entrevistats apunten a l'especial vulnerabilitat de les activitats turístiques hivernals, pel recurs de la neu, estretament vinculat a les condicions climàtiques i, per tant, afectat directament pel canvi climàtic. No obstant això, també fan incidència en l'impacte que presenta en totes les temporades.

Sobre aquest aspecte, coincideixen a dir que “el canvi climàtic impacta directament en les activitats turístiques, posa en qüestió la viabilitat del sector de l'esquí. Crec que impacta més directament sobre la temporada d'hivern, de manera molt visible en l'esquí, però és veritat que el canvi climàtic té efectes en totes les estacions” (E1); també que “pel que fa a les activitats turístiques a Andorra penso que el canvi climàtic impacta de manera negativa. Penso que el canvi climàtic té més impacte a les activitats d'hivern, ja que afecta més l'esquí” (E5). Fins i tot, es fa referència a la irregularitat i manca de neu de la temporada anterior a l'entrevista, en aquest sentit, aquest entrevistat manifesta que “com hem vist aquest any el canvi climàtic està afectant la neu, amb mesos de molta calor i inestabilitat. Ara veig plausible que com diuen les prediccions, en uns anys, les estacions d'esquí no puguin tirar endavant perquè no hi haurà prou neu, ni capacitat de produir-la, tenint en compte l'aigua disponible i el dany al medi ambient. Crec que afecta molt i que si continuem amb el mateix ritme encara afectarà més. El turisme d'estiu s'haurà d'adaptar a les condicions climatològiques que tenim perquè els estius cada cop són més calorosos. No tenim espais preparats per aquesta calor, no tenim suficients piscines públiques per la calor que farà” (E3).

De manera similar s'expressa l'entrevistat que diu “penso que a l'hivern afecta de manera més especial, es veu com cada any els dies en què neva van disminuint, com cada cop hi ha més dependència de la neu artificial. Això no impedeix que no pensi que a l'estiu tingui impacte perquè s'observa menys pluviositat, la calor és més intensa, però donada la importància de la temporada d'hivern per Andorra, fa que la població sigui més conscient en aquest període” (E6).

De la mateixa opinió és l'entrevistat 4, que fa especial èmfasi en la importància econòmica de la temporada d'hivern “és un tema que em preocupa especialment en un grau notable i que en l'àmbit particular de l'edifici on habito s'han fet millores per disminuir les emissions de CO₂, però no es veuen accions col·lectives decidides per pal·liar-lo. I està justificat pel que deixarem a les generacions que venen darrere.

L'increment de temperatura produeix fenòmens extrems a més de l'impacte sobre la inivació. La temporada d'hivern és molt més decisiva per l'economia del país que la temporada d'estiu que és més fluixa, i en els períodes intermedis encara més" (E4).

Per acabar, l'entrevistat 7 destaca que, en un primer moment, el canvi climàtic pot arribar a beneficiar el territori en les temporades estivals, "pel que fa a les activitats turístiques a Andorra el canvi climàtic impacta, sobretot en les d'hivern, perquè el país viu molt d'aquestes. Es pot arribar a escurçar molt la temporada. El canvi climàtic el que està fent és que està generant que hi hagi dues estacions, estiu extrem i hivern extrem. De moment a l'estiu, a mitjà termini, ens pot arribar a beneficiar. Als llocs de platja la calor serà tan extrema i tan inaguantable que als llocs com Andorra, que tenim natura i muntanya, que farà calor, però potser no tant extrem guanyarà turisme" (E7).

Finalment, als entrevistats se'ls hi va demanar per les **iniciatives dutes a terme per fer front al canvi climàtic, especialment en l'àmbit turístic.**

De manera general, els entrevistats descarten les iniciatives específiques de l'àmbit turístic en matèria de lluita contra el canvi climàtic. D'una banda, hi ha entrevistats que no reconeixen iniciatives en aquesta matèria, com l'entrevistat 4 "no conec cap iniciativa en aquest àmbit que sigui transcendent en l'àmbit local" (E4); ara bé, l'entrevistat 1 les reconeix, tot i que, les qualifica de "greenwashing" (E1). D'altres, afirmen que si bé hi ha iniciatives públiques per fer front al canvi climàtic, no n'hi ha d'específiques en l'àmbit turístic, "penso que són més d'àmbit general, de conscienciació, de programes de millora de l'eficiència energètica, també a escala educativa es promou la sensibilització en aquest aspecte. En l'àmbit turístic penso que estem lluny d'aconseguir objectius i que cal dedicar esforços" (E6). En la mateixa línia s'expressa un altre que diu que "en termes generals s'han dut a terme iniciatives per fer front al canvi climàtic, però considero que no són significatives, per exemple fer el transport públic gratuït per a tots els residents al país, però no crec que hagi impactat de manera transcendent. En l'àmbit turístic penso que no es prenen suficients mesures" (E5).

Tanmateix, hi ha entrevistats que reconeixen determinades iniciatives en aquest àmbit, encara que sigui de manera insuficient o tardana. Així, l'entrevistat 3 incideix en què "s'estan fent moltes iniciatives per fer front al canvi climàtic, ja que moltes de les

activitats que es fan són netes i respectant el medi ambient com les curses de muntanya per exemple, que busquen que siguin amb zero residus i es fa especial èmfasi en aquest sentit. Potser les iniciatives públiques no són suficients, però penso que la ciutadania també hi ha de posar de la seva part, encara que això habitualment és difícil, a més cal tenir en compte que potser totes les grans empreses no estan prou involucrades. Ara bé, per exemple, és cert que Grandvalira sí que està fent accions de residus zero, incorporant la sostenibilitat. Tot i això, penso que anem tard” (E3).

D’una manera similar s’expressa l’entrevistat 4, quan assevera que “cal estar preparat pel canvi perquè és irreversible. Cal millorar la independència energètica a favor de les renovables, la gestió de l’aigua en l’àmbit nacional (la captació, magatzematge suficient, xarxa de distribució a connectar en xarxes), una major reducció d'emissions de CO₂, una gestió forestal pendent de fer a escala nacional... Tot això perquè caldrà tant per als habitants fixos al país com per als turistes i visitants. Es duen a terme algunes iniciatives, però és necessari que hi hagi més accions i es duguin a terme amb més celeritat” (E4).

De tot l’exposat es pot extreure la conclusió que l’aspecte econòmic és el considerat de major importància entre les percepcions dels residents, tal com es pot evidenciar de l’anàlisi de les entrevistes, on els residents ressalten que consideren el turisme com una font d’ingressos i base de l’economia local. El turisme és vist com un motor important del creixement econòmic d’Andorra al llarg dels anys. Molts entrevistats destaquen la seva contribució a l’augment del PIB per càpita i a la creació de llocs de treball.

No obstant això, els residents tenen percepcions negatives sobre la planificació i la gestió d’aquesta activitat, atès que consideren que la distribució dels beneficis econòmics no es du a terme de forma equitativa entre tots els actors. A més, hi ha una preocupació generalitzada sobre la sostenibilitat del model turístic actual. Els entrevistats expressen la necessitat d’un canvi cap a un model més sostenible, ja que observen impactes ambientals negatius, com el consum excessiu de recursos i la contaminació.

Pel que fa a l’àmbit institucional, els residents coincideixen en què s’hauria d’incloure els ciutadans en la planificació i gestió de l’activitat turística i en la presa de decisions. En aquest sentit, la major part dels entrevistats expressen una sensació de manca de participació en la planificació turística i de falta de canalització de les seves opinions i preocupacions. Hi ha una reivindicació general d’una major integració dels residents en

els processos de presa de decisions. Tots ells mostren una preocupació unànime pel canvi climàtic, amb diversos graus d'inquietud, alguns molt elevats, especialment considerant el seu impacte a Andorra. Destaquen la vulnerabilitat de les activitats turístiques, sobretot les hivernals, a causa de la manca de neu. Pel que fa a les iniciatives per fer front al canvi climàtic, mostren un coneixement limitat; alguns consideren que les iniciatives existents són insuficients o tardanes, mentre d'altres destaquen determinades accions com un pas positiu, tot i que reconeixen que encara queda molt per fer i que cal una major implicació de la ciutadania i les empreses.

En conjunt, aquests resultats mostren una diversitat de punts de vista i preocupacions entre els residents sobre el model turístic d'Andorra i la seva sostenibilitat. La inclusió dels residents en la planificació i gestió del turisme sembla ser un punt crític que molts consideren necessari per abordar les preocupacions i garantir un futur més sostenible per a la indústria del turisme a Andorra.

Capítol 6. Discussió

Aquest capítol té per finalitat contrastar les tres hipòtesis plantejades en el present treball, mitjançant l'anàlisi de les dades quantitatives i qualitatives obtingudes. L'objectiu és acceptar o rebutjar les hipòtesis formulades, en funció de l'anàlisi dels resultats obtinguts, tant en l'enquesta com en les entrevistes plantejades. Aquest apartat ha de servir per comprendre amb més claredat les dinàmiques existents entre el turisme sostenible i la percepció dels residents envers l'activitat turística a Andorra. A més, l'apartat inclou la discussió d'altres aspectes que han quedat fora de l'abast de les hipòtesis inicialment plantejades.

Hipòtesi 1: Els residents perceben impactes positius de l'activitat turística a Andorra, en termes econòmics, socioculturals i ambientals, tot i que també en perceben de negatius

El perfil demogràfic dels enquestats evidencia que la majoria d'ells aconseguen els seus ingressos fora de la indústria turística; en general, aquestes persones que no gaudeixen dels beneficis directes del turisme tendeixen a estar més preocupats pel seu impacte negatiu (Rasoolimanesh *et al.*, 2015). Tan sols un 17,25% podria estar influït, parcialment, en les respostes de l'enquesta per l'incentiu econòmic que suposa l'activitat turística en la seva vida.

Per contrastar la hipòtesi 1, s'han tingut en compte **tres àmbits d'impactes turístics** en l'anàlisi dels resultats de l'enquesta, tant en la categoria d'impactes positius (beneficis) com en la d'impactes negatius (costos): econòmic, sociocultural i ambiental (Gursoy *et al.*, 2002).

Els residents poden percebre impactes positius o negatius i, sovint, aquests punts de vista es poden mantenir simultàniament. La literatura demostra que els impactes turístics i les percepcions dels residents sobre aquests impactes recauen en el context local i, sovint, són específics de cada ubicació (Garcia *et al.*, 2015). No obstant això, la major part dels resultats coincideixen amb els obtinguts en la revisió bibliogràfica, especialment els que descriuen els impactes econòmics positius percebuts de l'activitat turística. Ara bé, els impactes econòmics no estan limitats únicament a les oportunitats econòmiques, donat

que el context del destí determina com i per què aquests impactes són qualificats de negatius o positius. Sharpley (2014) ho resumeix dient “que les destinacions turístiques han de fer front a un dilema de desenvolupament, ja que d’alguna manera han de participar entre un intercanvi del benefici que perceben del turisme i les conseqüències socials i ambientals negatives del seu desenvolupament”.

Els resultats de l’enquesta demostren clarament que l’àmbit d’**impacte econòmic** positiu és el més valorat, seguit del sociocultural. Que els impactes econòmics siguin percebuts com els més positius, també es confirma en la revisió de la literatura que mostra que, habitualment, els impactes econòmics són els que presenten l’actitud més positiva per part dels residents (Almeida *et al.*, 2015; Brent i Mikko, 2006; Williams i Lawson, 2001; Vargas-Sánchez *et al.*, 2014). Els ítems més rellevants són que “el turisme és positiu per a l’economia” i que “genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població” (Andereck *et al.*, 2005; Brunt i Courtney, 1999; Bujosa i Rosselló, 2007; Lindberg i Jonhson, 1997; McGehee i Andereck, 2004; Teye *et al.*, 2002; Williams i Lawson, 2001). També es confirma la valoració que el turisme incrementa els nivells de renda de la població resident, coincidint amb resultats anteriors (Gursoy i Rutherford, 2004).

En el context andorrà, una mostra de la riquesa del país es tradueix en un elevat PIB per càpita, en termes de paritat de poder de compra que, segons dades del Dept. d’Estadística, se situa l’any 2022 en 60.491 dòlars. Aquestes xifres estan per damunt de la mitjana de la UE (54.260 dòlars) i de la de l’OCDE (53.982 dòlars) (Dept. Estadística, 2023).

A més, el sector anomenat comerç a l’engròs i al detall i reparació de vehicles, íntimament lligat al turisme, és un dels àmbits d’activitat que més contribueix al VAB, amb una aportació del 16,3%, i un valor de 470,1 milions d’euros, l’any 2022. Aquest sector presenta, des de l’any 2015, un creixement sostingut; no obstant això, va experimentar una davallada, arran de la crisi sanitària viscuda l’any 2020 (Dept. d’Estadística, 2023). Igual que el sector comercial, el sector de l’hoteleria i la restauració també està estretament vinculat a l’activitat turística i representa el 7,2% del VAB, amb un valor de 206,6 milions d’euros (Dept. d’Estadística, 2023).

Aquestes xifres permeten afirmar que l'activitat turística contribueix de manera significativa al VAB nacional i que la renda per càpita és superior a la mitjana dels països de l'entorn. Evidentment, encara que no es pot demostrar que l'elevada renda per càpita andorrana sigui conseqüència exclusiva de l'activitat turística del país, sí que es pot afirmar que està condicionada pel sector turístic.

Adicionalment, cal posar en relleu que, l'any 2022, la població d'Andorra d'entre 15 i 64 anys se situava en 58.454 persones, el 84,2% dels quals es considera població activa. La taxa d'ocupació estimada de la població d'aquest grup d'edat se situava en el 85,5%. Aquesta taxa és elevada, especialment si es compara amb la mitjana de la UE, que és del 69,9% (Dept. d'Estadística, 2023).

Cal destacar que, entre les persones ocupades a Andorra, vuit de cada deu (83,1%) són assalariades. Pel que fa a la taxa d'atur, de 2,1%, és molt baixa si es relaciona amb el conjunt de la UE que se situa en 6,1% (Dept. d'Estadística, 2023). Per tant, tot i que no es pot afirmar que sigui conseqüència exclusiva de l'activitat turística, el mercat laboral andorrà presenta unes taxes elevades de població ocupada i molt baixes de població aturada, aspectes que confirmen la percepció dels residents sobre els impactes econòmics positius del turisme.

Malgrat reconèixer aquests aspectes positius, els enquestats també detecten aspectes que qualifiquen de negatius, tant l'absència de carrera professional com la poca estabilitat laboral i els salaris del sector. Aquests resultats negatius són coincidents amb els d'altres estudis (Andereck *et al.*, 2005; Tossun, 2002). Pel que fa a l'actitud negativa dels impactes econòmics, també es perceben com a elevats els costos de l'activitat turística relacionats amb l'especulació immobiliària, fet que es confirma igualment en estudis anteriors (Andereck *et al.*, 2005; Brunt i Courtney, 1999; Ko i Stewart, 2002; Teye *et al.*, 2002).

Quant a la remuneració dels sectors vinculats al turisme, el Dept. d'Estadística aporta la remuneració del conjunt dels sectors d'activitat nacional. L'any 2022, la mitjana bruta mensual del conjunt de tots els treballadors va ser de 2.240,5 € i la mediana de 2.007,1 €. En comparació amb els valors totals, les xifres de remuneració del sector del comerç al detall van ser inferiors, amb 1.943,3 € per la mitjana i 1.741,4 € per la mediana. També el sector de l'hostaleria (allotjament i serveis d'aliments) presentava uns valors encara

més moderats, de 1.742,5 € per la mitjana i de 1.576,2 € per la mediana. Per tant, aquests sectors d'activitat vinculats al turisme, es troben entre les remuneracions brutes mensuals mitjanes més baixes, (entre les que també es troba el sector primari). Per contra, les remuneracions brutes mensuals mitjanes més elevades es troben al sector d'activitats financeres i assegurances, amb 3.560,9 € de mitjana. En conseqüència, les dades secundàries de caràcter estadístic, relatives a la remuneració per sector d'activitat, un cop més, són concordants amb la percepció dels residents, pel que fa als salaris baixos en el turisme.

Amb relació a l'estabilitat laboral en el sector turístic, cal destacar que, Andorra disposa d'un sistema específic d'immigració vinculat a l'atorgament d'un permís temporal. Habitualment, s'aprova una quota d'autoritzacions temporals d'immigració vinculades a l'època hivernal, que es justifiquen per l'augment de l'activitat productiva que experimenta el país durant aquest període. L'any 2022 es va obrir, per primer cop, una quota de treballadors temporers per a l'estiu, amb vigència de l'1 de juny fins al 31 d'octubre.

Taula 35 Quota de treballadors temporers hivern, 2022-2023

Quota 2022-2023	Comunitaris	Extracomunitaris	Total
Hostaleria	755	3.977	4.732
Pistes	335	815	1.150
Lloguer d'esquí	50	358	408
Agències	9	41	50
Comerç al detall	4	93	97
Neteja	5	119	124
Total	1.158	5.403	6.561

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

La taula 35, en què es reproduïxen les autoritzacions de treballadors temporers, per la temporada d'hivern 2022-2023, dona una visió complementària sobre el comportament del sector turístic andorrà. Es van concedir 1.158 permisos de treball temporal, per a personal comunitari, i 5.403 autoritzacions per a personal extracomunitari. D'aquests treballadors, el grup més important, amb un 45,3% sobre el total, es troba en ocupacions

anomenades de serveis, que integra ocupacions com cambrers de restaurants i dependents. Seguidament, es troba el grup de treballadors no qualificats que representa el 34,1% sobre el total i que inclou els cambrers d'habitacions, els ajudants de cuina i els agents d'exploració de telesquí.

Quant a l'especulació immobiliària, valorada com a conseqüència negativa, tal com s'ha exposat en el capítol 3, tot i que no es pugui confirmar amb dades secundàries que sigui una conseqüència directa de l'activitat turística, sí que es constata que existeix un problema d'accés a l'habitatge per part dels residents, tant pel que fa a la compra com al lloguer. Els resultats de l'enquesta han permès constatar que, a més dels aspectes assenyalats, existeixen altres elements percebuts de manera negativa pels residents, com l'augment del cost de vida. Aquesta actitud també resulta coincident amb les conclusions extretes de la literatura (Bujosa i Rosselló, 2007; Ko i Stewart, 2002; Liu i Var, 1986; McGehee i Andereck, 2004; Teye *et al.*, 2002; William i Lawson, 2001).

En relació amb els **impactes socials i culturals**, els resultats que manifesten una actitud positiva també s'han mostrat coincidents amb la literatura. En aquest sentit, els residents avaluen positivament que el turisme tingui una influència beneficiosa en els serveis oferts a la comunitat (Andereck i Vogt, 2000; Andereck *et al.*, 2005; Bujosa i Rosselló, 2007; Gursoy *et al.*, 2002), així com en les activitats culturals (Andereck i Vogt, 2000, Chen, 2000). El mateix succeeix quan els residents perceben que el turisme permet interactuar amb persones d'altres cultures (Liu i Var, 1986; McGehee i Andereck, 2004; Sirakaya *et al.*, 2001; William i Lawson, 2001). Malgrat que els residents també tenen una actitud positiva envers l'increment del turisme sobre el consum de productes locals, avaluen aquest aspecte en un grau més discret que els impactes anteriors.

Simultàniament, els residents també manifesten una actitud negativa en relació amb els impactes socials; la gran majoria dels enquestats coincideix que l'activitat turística repercuteix negativament en la mobilitat del país, perquè contribueix a la saturació de la xarxa de carreteres. Diversos autors, com Andereck *et al.*, 2005; Brunt i Courtney, 1999; Bujosa i Rosselló, 2007; Jurovski *et al.*, 1997; Látková i Vogt, 2012, destaquen que els residents perceben la congestió del trànsit com una qüestió important creada per les

activitats turístiques, el que confirma plenament els resultats obtinguts en el present treball.

De la revisió d'estudis anteriors, s'evidencia que, tant la percepció de la delinqüència com la congestió del trànsit, destaquen entre els impactes turístics negatius que més sovint perceben les comunitats d'acollida (Andereck *et al.*, 2005; Bujosa i Rosselló, 2007; Davis *et al.*, 2008; Gursoy *et al.*, 2010; Ko i Stewart, 2002; Látková i Vogt, 2012; Liu i Var, 1986; Sirakaya *et al.*, 2002). Aquesta percepció només es corrobora parcialment en l'enquesta duta a terme, ja que la delinqüència no és vista com un problema major, en el cas andorrà. La sensació de la ciutadania es pot explicar pel fet que Andorra té un índex de criminalitat molt baix i un elevat grau de seguretat ciutadana.

A propòsit dels **impactes ambientals**, la major part dels enquestats considera que, en aquest àmbit, no es perceben beneficis de l'activitat turística; en contrapartida, es destaca l'actitud negativa, en relació amb aquesta categoria d'impactes. Els residents opinen que el turisme no és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics i que no ajuda a mantenir i protegir els espais naturals. Altrament, la gran majoria dels enquestats considera que es destina una important proporció del territori a les activitats turístiques, aspecte que destaca com el més negatiu dels recollits en l'enquesta. A més d'això, gran part dels enquestats considera que l'activitat turística consumeix una gran quantitat de recursos, com aigua i energia, i que contribueix a la degradació del medi ambient i dels ecosistemes. Novament, aquests resultats també coincideixen amb els de la literatura científica (Andereck *et al.*, 2005; Ko i Stewart, 2002; Liu i Var, 1986; McGehee i Andereck, 2004; Williams i Lawson, 2001).

En relació amb l'anàlisi de les entrevistes, com es pot veure en l'apartat 5.3, tots els participants presenten una actitud positiva envers els impactes econòmics, tot i que reconeixen que impliquen alguns elements de caràcter negatiu. També els impactes socioculturals comporten una actitud positiva, de manera general, tot i reconèixer determinats aspectes negatius. Per contra, els atributs ambientals de l'activitat turística generen una actitud negativa generalitzada entre els entrevistats.

Entre totes les aportacions dels residents a la pregunta oberta de l'enquesta, s'han codificat 14 observacions en la categoria d'impactes turístics, que han estat associades a

una actitud negativa envers l'activitat turística, bàsicament pels impactes assenyalats de caràcter ambiental, seguits dels econòmics i socials.

Tant els enquestats com els entrevistats han trobat punts en comú, pel que fa als impactes positius i negatius que genera el turisme a Andorra, essent els beneficis econòmics els que generen una actitud més positiva, entre els quals s'inclou la creació de llocs de treball i els beneficis i ingressos econòmics. Tot i que, de manera general, l'àmbit social i el cultural generen actituds positives envers l'activitat turística, també es considera que el turisme genera un augment dels preus, especialment en l'habitatge, així com conseqüències negatives pel medi ambient.

Per tant, s'accepta la hipòtesi 1, relativa al fet que els residents a Andorra perceben impactes positius, en termes econòmics, socioculturals i ambientals, tot i que també en perceben de negatius.

Hipòtesi 2: Els residents d'Andorra estan satisfets amb el model turístic

La hipòtesi 2 està integrada per set subhipòtesis que s'analitzen a continuació, de forma individual, per poder assolir una valoració conjunta.

- **Subhipòtesi 1: Els residents perceben que l'activitat turística a Andorra presenta una estacionalitat elevada**

L'estacionalitat acostuma a ser un dels ítems avaluats més negativament pels residents, segons Bujosa i Rosselló (2007). A més d'experimentar impactes de diferents tipus, les destinacions turístiques presenten pics estacionals d'activitat; per tant, l'efecte de l'estacionalitat també s'ha de tenir en compte.

Segons les dades de l'enquesta, aquesta afirmació, relativa a què existeix excessiva estacionalitat turística, va obtenir una puntuació mitjana de 4,06. La mediana i la moda, amb un valor de 4, reforcen aquesta percepció. La desviació estàndard de 0,828 mostra una variabilitat moderada en les respostes, suggerint un acord relativament consistent

entre els enquestats. El 48,39% dels residents va confirmar que estava d'acord i el 31,72% molt d'acord amb l'enunciat. Aquestes xifres indiquen clarament que hi ha una percepció generalitzada d'una elevada estacionalitat de l'activitat turística.

Si es fa ús de les dades secundàries, presentades en el capítol 3, resulta evident que el mes d'agost és el de màxima afluència dels turistes i dels excursionistes. Ara bé, els excursionistes presenten una estacionalitat menys marcada que els turistes, ja que durant la resta de mesos es reparteixen de forma més homogènia. Pel que fa a l'afluència de turistes, hi ha un pic d'afluència durant els mesos d'estiu i un altre a l'hivern, coincidint amb la temporada de neu. En la taula 36 es pot observar la pernoctació mitjana mensual de l'any 2022.

Taula 36 Dies de pernoctació mitjana mensual dels turistes, any 2022

Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny
3,38	3,73	3,47	3	2,09	2,51
Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
2,51	2,96	2,65	2,4	2,33	3,12

Font: Elaboració pròpia, a partir de Dept. d'Estadística (2023).

D'acord amb les dades, s'evidencia un increment de les pernoctacions durant els mesos d'hivern, coincidint amb la temporada de neu, amb una disminució durant les altres temporades, tot i que amb algunes fluctuacions, ja que per exemple, el mes d'agost també presenta un nombre de pernoctacions mitjanes elevat.

Per tot això, les dades secundàries confirmen en gran manera la percepció dels residents, com també ho fan els resultats de les enquestes. La concentració de visitants en períodes concrets, fruit d'una estacionalitat elevada, és un problema percebut àmpliament entre els residents; d'aquesta manera, **s'accepta aquesta subhipòtesi 1.**

- **Subhipòtesi 2: Els residents perceben que hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic**

Les dades de l'enquesta relatives a l'ítem hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic, indiquen que els enquestats perceben aquesta dependència del sector turístic, amb una puntuació mitjana de 4,42 sobre 5. La mediana i la moda de 5

suggereixen que el valor central de les respostes és 5, el que indica una percepció molt alta de dependència. La desviació estàndard de 0,761 mostra una variabilitat moderada en les respostes, suggerint que es dona un acord entre els enquestats sobre aquest tema.

La taula 41, de freqüències i percentatges, proporciona una visió més detallada de la distribució de les respostes. Només el 0,54% dels enquestats perceben molt poca dependència del sector turístic. El 2,15% perceben poca dependència, mentre que el 6,99% té una opinió neutra o indiferent. Per contra, el 35,22% percep una alta dependència i el 55,11% molt alta.

Les dades quantitatives evidencien que hi ha un consens generalitzat sobre l'elevada percepció de la dependència d'Andorra envers el sector turístic per part dels residents. Per tant, **s'accepta la subhipòtesi 2.**

- **Subhipòtesi 3: Els residents perceben que l'oferta turística està diversificada**

Els enquestats perceben una diversificació moderada de l'oferta turística d'Andorra, amb una puntuació mitjana de 3,43 sobre 5. La mediana i la moda de 4 suggereixen que la resposta més comuna i el valor central de les respostes és 4, fet que indica una percepció més aviat positiva de la diversificació. La desviació estàndard d'1 mostra una variabilitat considerable en les respostes, suggerint opinions dividides entre els enquestats.

D'una banda, el 2,69% dels enquestats perceben una diversificació molt baixa de l'oferta turística i un 17,47% percep una diversificació baixa. D'altra banda, un 26,08% té una opinió neutra o indiferent sobre aquesta qüestió, mentre que un 41,67% percep que la diversificació és bona i un 12,10% molt bona.

Pel que fa a la part qualitativa, en la pregunta oberta de l'enquesta, únicament hi ha tres comentaris codificats en aquesta categoria, que conviden a diversificar l'oferta turística. Per tant, es pot afirmar que els residents perceben, en general, l'oferta turística d'Andorra com a diversificada. En conseqüència, **s'accepta la subhipòtesi 3.**

- **Subhipòtesi 4: Els residents perceben que Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible**

Amb la finalitat de contrastar la subhipòtesi 4, es valoren les dades procedents de l'anàlisi quantitativa i qualitativa dels resultats, procedents de les enquestes i de les respostes de les entrevistes.

En l'apartat de satisfacció dels residents envers el model turístic, l'ítem pitjor avaluat és el relatiu al fet que "Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible", amb una puntuació mitjana de 2,56 punts, el que, implícitament, comporta un grau de desacord envers l'orientació actual de l'activitat turística del país. La mediana i la moda de 3 suggereixen que la resposta més comuna i el valor central de les respostes correspon a una avaluació neutra o indiferent. La desviació estàndard d'1,001 mostra una variabilitat considerable en les respostes, suggerint opinions dividides entre els enquestats.

La taula 41, de freqüències i percentatges, per aquest ítem, proporciona una visió més detallada de la distribució de les respostes. En aquest sentit, un 13,71% dels enquestats es mostra d'acord amb el supòsit que el país s'orienti envers el turisme sostenible i un 2,96% molt d'acord. No obstant això, un 33,36% expressa el seu desacord i un 15,05% demostra que està molt en desacord. Gairebé la meitat dels enquestats, un 48,65%, percep que Andorra s'orienta poc o gens cap a un model de turisme sostenible i, únicament un 16,67%, percep una orientació positiva. D'aquesta manera, a través de l'enquesta, es pot confirmar que, de manera general, la percepció dels enquestats relativa a què Andorra s'orienti cap a un model de turisme sostenible és bastant negativa o neutra.

Pel que fa a les dades qualitatives, a partir de les aportacions realitzades en la pregunta oberta de l'enquesta, en la categoria de sostenibilitat, la majoria dels comentaris rebuts mostra un suport clar per a un turisme sostenible i una crítica al model actual. Entre els enquestats hi ha un consens sobre la necessitat d'un canvi cap a un model turístic més sostenible que protegeixi el medi ambient i promogui la cultura local, alhora que gestioni millor l'impacte del turisme sobre els recursos naturals.

Un cop analitzats els resultats obtinguts, es **rebutja l'enunciat de la subhipòtesi 4**. Per tant, els residents no perceben, de manera generalitzada, que Andorra s'orienti vers un model de turisme sostenible.

- **Subhipòtesi 5: Els residents perceben que el comportament del turista quan visita Andorra és respectuós**

La percepció dels residents i l'actitud envers els turistes que visiten la seva comunitat ha atret menys l'atenció de la recerca turística (Kim *et al.*, 2020), malgrat que els intercanvis i interaccions amb els turistes poden originar els impactes turístics (Sharpley, 2014).

Pel que fa a la subhipòtesi 5, relativa a què el comportament del turista quan visita Andorra és respectuós, les dades indiquen que els enquestats tenen una opinió indiferent sobre el comportament respectuós dels turistes a Andorra, amb una puntuació mitjana de 3,01 sobre 5. La mediana i la moda de 3 suggereixen que la resposta més comuna i el valor central de les respostes és 3, indicant una percepció equilibrada. La desviació estàndard, de 0,895, mostra una variabilitat moderada en les respostes, suggerint un cert acord entre els enquestats sobre aquest tema.

La taula de freqüències i percentatges proporciona una visió més detallada de la distribució de les respostes. El 4,30% dels enquestats percep que el comportament dels turistes no és gens respectuós, i el 23,66% creu que el comportament dels turistes és poc respectuós. Malgrat això, el 41,94% té una opinió neutra sobre el comportament dels turistes, mentre que el 27,15% percep que el comportament dels turistes és respectuós i el 2,96% que és molt respectuós.

Les dades quantitatives indiquen que la percepció del comportament dels turistes a Andorra és majoritàriament indiferent, amb una lleugera inclinació cap a la percepció positiva. Per tot això, **s'accepta la subhipòtesi 5**, que indica que els residents perceben que el comportament dels turistes quan visiten Andorra és respectuós.

- **Subhipòtesi 6: Els residents perceben que les institucions del país promouen el turisme sostenible**

Pel que fa a aquesta subhipòtesi, relativa a la percepció del rol de les institucions en la promoció del turisme sostenible, aquest ítem ha estat avaluat amb una puntuació mitjana baixa, de 2,68 punts, en l'enquesta. La mediana i la moda de 3 suggereixen que la resposta més comuna i el valor central de les respostes són neutres. La desviació estàndard d' 1,024

mostra una variabilitat considerable en les respostes, suggerint opinions dividides entre els enquestats.

Addicionalment, la freqüència i percentatges d'aquest ítem proporciona una visió més detallada de la distribució de les respostes; un 29,87% està en desacord amb aquesta premissa i un 13,17% està molt en desacord. Únicament el 2,96% dels enquestats està molt d'acord amb el fet que les institucions facilitin el turisme sostenible i el 13,71% d'acord. Es demostra que hi ha una proporció molt superior d'enquestats que no estan satisfets amb el rol institucional, relatiu a la promoció del turisme sostenible.

Amb relació a la part qualitativa, en la pregunta oberta, les afirmacions classificades en la categoria d'institucions reflecteixen diferents perspectives sobre el rol del sector públic en l'activitat turística. Es recull el neguit d'una major participació ciutadana en la planificació turística per fomentar el turisme sostenible. A més, es critica la falta d'adaptació de l'executiu i les corporacions locals a les noves realitats del turisme. També hi ha qui assenyala la inversió excessiva en determinades activitats puntuals que aporten poc a la societat i provoquen saturació turística en moments puntuals. En canvi, d'altres reconeixen que s'han fet avenços legislatius cap a la sostenibilitat, però que caldrà assegurar el seu compliment. Alguns qüestionen la política turística oficial relativa a promoure macroesdeveniments en comptes de promoure la qualitat de serveis. Finalment, hi ha un desig de major conscienciació per promoure un turisme sostenible, diversificant les estades al llarg de l'any i evitant la massificació.

Pel que fa a les entrevistes, la major part indiquen que no saben què respondre o que no se'ls acudeix cap iniciativa pública concreta en relació amb el turisme sostenible. No obstant això, alguns destaquen exemples específics.

Respecte a les dades secundàries, és interessant remarcar les paraules del ministre de Turisme i Comerç que, el 21 de febrer de 2024, assenyalava que les xifres actuals del turisme a Andorra són positives per a l'economia, però subratllen la necessitat urgent d'adoptar un model de turisme sostenible que beneficiï tant els residents com els operadors turístics i els visitants. Remarcava que això implica prendre decisions immediates i implementar mesures per afrontar reptes presents que influiran el sector turístic en els pròxims anys a escala global, entre els quals es troba el canvi climàtic i la massificació del destí. Incidia en la necessitat d'ordenar i planificar la política turística

nacional, promovent la qualitat de l'oferta turística per aconseguir un equilibri entre la ciutadania, l'economia i els recursos naturals. També que aquesta estratègia s'ha de reflectir en la futura llei del turisme, que es preveu sigui una realitat aquest any, i que s'han de complementar les accions ja iniciades, com la implantació de la taxa turística i l'estudi de capacitat de càrrega del sector turístic, que establirà els límits del seu creixement (Torres, 2024).

Per tant, les dades secundàries, conjuntament amb l'exposat al capítol 3 d'aquesta tesi doctoral, demostren que, malgrat que les institucions han iniciat el camí cap a un model de turisme orientat a la sostenibilitat, aquest encara s'ha d'acabar de definir i materialitzar.

Les dades de l'enquesta indiquen que la percepció dels residents sobre la promoció del turisme sostenible, per part de les institucions d'Andorra, és bastant negativa o neutra. Si s'analitza conjuntament amb les dades qualitatives, es pot concloure que hi ha una percepció per part dels residents, relativa a què les institucions d'Andorra necessiten millorar la promoció del turisme sostenible. Per tant, **es rebutja la subhipòtesis 6**.

- **Subhipòtesi 7: Els residents, en general, estan satisfets amb el model turístic d'Andorra**

Si es pren com a base les dades de l'enquesta, la satisfacció general dels residents amb el model turístic d'Andorra està lleugerament per sota de la mitjana de l'escala, amb un 2,76 de puntuació. La mediana i la moda de 3 indiquen que la resposta més comuna i el valor central de les respostes és aquesta xifra, que suggereix una resposta neutra. La desviació estàndard d'1,031 mostra una variabilitat considerable en les respostes, suggerint que les opinions estan força dividides.

La taula de freqüències i percentatges indica que la major part dels enquestats es troben en una posició moderada, respecte a la seva satisfacció amb el model turístic d'Andorra, amb una majoria relativa que se situa en la puntuació d'indiferents, amb un valor de 32,53%. No obstant això, un percentatge significatiu, 42,20%, està molt en desacord o en desacord, mentre que tan sols una minoria, 25,27%, està d'acord o molt d'acord amb l'afirmació.

Pel que fa a la part qualitativa, en la pregunta oberta de l'enquesta és la categoria on es van codificar més comentaris, amb un total de 28. En la categoria de model turístic, gran part de les aportacions dels enquestats es concentren en comentaris sobre la sostenibilitat i la qualitat del turisme. Els comentaris rebuts destaquen majoritàriament el suport al turisme sostenible i les crítiques al model actual, basat en l'increment del volum de turistes, amb poca consideració per la sostenibilitat i l'impacte ambiental. Altrament, es destaca la prioritat econòmica sobre la sostenibilitat mediambiental, generant efectes negatius com el trànsit i el consum excessiu de recursos.

En la pregunta oberta de les enquestes, els residents fan una crida a un turisme de més qualitat, oposant-lo al model de turisme de masses. Suggereixen l'adaptació de serveis a un turisme de nivell mitjà-alt i la reducció de la massificació turística, amb la idea de promoure un turisme més selectiu i de millor qualitat. També se subratlla la necessitat d'informació i gestió adients, així com d'estudis tècnics per monitorar l'impacte del turisme en els recursos naturals i regular-ne l'ús per a un desenvolupament sostenible.

Respecte a les dades qualitatives, la major part dels entrevistats van mostrar la seva insatisfacció amb el model turístic actual, assenyalant que hi ha molt marge de millora per a fer-lo més sostenible. Entre els motius d'insatisfacció, van assenyalar que el model turístic és un gran consumidor de territori i recursos del país, que és necessari millorar la gestió dels recursos naturals i reduir la petjada de carboni associada al turisme i que, en moltes ocasions, el turisme ha estat prioritzat sense tenir en compte la qualitat ni la sostenibilitat, causant danys mediambientals. A més, van assenyalar que l'economia d'Andorra s'ha basat excessivament en el turisme, sense considerar les repercussions mediambientals amb un enfocament principalment econòmic.

Aquestes idees suggereixen que hi ha un marge de millora en el model turístic d'Andorra per tal d'incrementar la satisfacció general dels residents. Per tot això, **no s'accepta la subhipòtesi 7.**

Per poder acceptar o rebutjar la hipòtesi 2, que estableix que els residents estan satisfets amb el model turístic d'Andorra, s'ha tingut en compte les percepcions dels residents en les set subhipòtesis a través de l'enquesta i de les entrevistes. La taula 37 resumeix els resultats de l'anàlisi de les subhipòtesis, per a acceptar o rebutjar la hipòtesi general.

Taula 37 Contrast de la hipòtesi 2

Subhipòtesis relacionades amb la hipòtesi 2 (Els residents estan satisfets amb el model turístic d'Andorra)		
2.1	Els residents perceben que l'activitat turística a Andorra presenta una estacionalitat elevada	Acceptada
2.2	Els residents perceben que hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic	Acceptada
2.3	Els residents perceben que l'oferta turística està diversificada	Acceptada
2.4	Els residents perceben que Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible	Rebutjada
2.5	Els residents perceben que el comportament del turista quan visita Andorra és respectuós	Acceptada
2.6	Els residents perceben que les institucions del país promouen el turisme sostenible	Rebutjada
2.7	Els residents, en general, estan satisfets amb el model turístic d'Andorra	Rebutjada

Font: Elaboració pròpia.

Un cop analitzades les set subhipòtesis que conformen la hipòtesi 2, es conclou que la major part dels residents perceben una estacionalitat elevada i que la gran majoria perceben una dependència alta. Aquestes subhipòtesis, tot i ser acceptades, s'han de considerar un aspecte de caràcter negatiu en el grau de satisfacció dels residents.

A més, els residents no perceben que el país s'orienti cap a un model de turisme sostenible, però sí que consideren, per contra, que el comportament del turista quan visita Andorra és respectuós. Altrament, només una petita part dels residents percep una promoció positiva del turisme sostenible per part de les institucions. Finalment, pel que fa a la satisfacció general amb el model turístic, la major part mostra una opinió negativa amb el model turístic actual. Per tant, els aspectes positius, com la diversificació de l'oferta turística o el comportament dels turistes, són contrarestats per preocupacions sobre la dependència del turisme i la manca de sostenibilitat percebuda.

Els residents no es mostren plenament satisfets amb el model turístic actual. Hi ha aspectes que es valoren positivament, però altres preocupacions importants, com la dependència del turisme i la manca de promoció de la sostenibilitat, que afecten negativament la satisfacció general. Aquests aspectes crítics haurien de ser coneguts i abordats per les institucions competents.

Per tot això, **es rebutja la hipòtesi 2, relativa a què els residents estan satisfets amb el model turístic d'Andorra.**

Hipòtesi 3: Els residents perceben que el canvi climàtic impacta en les activitats turístiques d'Andorra, especialment en les d'hivern

Les activitats turístiques sobre les quals els enquestats observen un impacte més important del canvi climàtic són el turisme d'esquí i el turisme de natura, ambdós ítems amb una moda de quatre. Els residents d'Andorra perceben que el canvi climàtic té un impacte significatiu, especialment en les activitats turístiques d'hivern. Aquestes activitats, com l'esquí, són particularment vulnerables perquè depenen de la neu, la qual està directament afectada per les condicions climàtiques. Els entrevistats destaquen la irregularitat i la manca de precipitacions en les darreres temporades, així com l'augment de la dependència de la neu artificial.

Encara que el canvi climàtic també impacta en les activitats turístiques d'estiu, per l'increment de temperatures i la reducció de pluviositat, els residents consideren que les repercussions són més crítiques a l'hivern. Alguns, fins i tot, suggereixen que a curt termini, el canvi climàtic podria beneficiar Andorra a la temporada estival, ja que la calor extrema a les zones de platja podria atraure més turistes a les muntanyes andorranes. Aquestes percepcions es confirmen amb el que suggereixen diversos estudis (Bigano *et al.*, 2006; Pröbstl-Haider *et al.*, 2015), que assenyalen que les zones turístiques d'estiu, de sol i platja, seran substituïdes per altres destins amb altituds i latituds més altes, presentant un clima més fresc, durant aquesta temporada.

Els residents, que solen ser conscients del canvi climàtic i dels seus efectes sobre el turisme hivernal, perceben clarament que aquest fenomen afecta negativament el turisme durant els mesos d'hivern al país, posant en risc les activitats relacionades amb la neu i, per tant, l'economia. Diversos estudis han analitzat l'impacte del canvi climàtic en el turisme d'hivern a regions de muntanya (Bonzanigo *et al.*, 2016; Brătucu *et al.*, 2017; Bürki *et al.*, 2003; Gilberte-Búrdalo i Lopez-Moreno, 2021; Hall i Saarinen, 2020; March *et al.*, 2013; Saarinen i Varnajot, 2019; Scott, 2001; Steiger *et al.*, 2022). Els resultats d'aquests estudis, generalment, coincideixen amb les observacions dels residents d'Andorra, destacant la preocupació de la població local sobre la viabilitat econòmica de les estacions d'esquí i l'impacte en l'economia local.

Aquests resultats també són coincidents amb els de l'estudi de l'AR+I (2024), on s'ha demanat a 737 persones, de més de 18 anys i residents a Andorra, si creuen que el canvi climàtic pot afectar el país. El 95% dels enquestats ha contestat afirmativament a aquesta qüestió i únicament un 4% opina que no afecta a Andorra. També s'ha demanat als enquestats de quina manera pot afectar el canvi climàtic al país; un 68% considera que ho farà amb la falta de neu i amb conseqüències sobre el turisme, sobretot a escala econòmica. A més, un 37% afirma que afectarà el turisme i/o l'economia general (AR+I, 2024).

Per tant, atesos els resultats obtinguts, tant en l'enquesta com en l'entrevista, **s'accepta la hipòtesi 3, relativa a què els residents perceben que el canvi climàtic impacta en les activitats turístiques d'Andorra, especialment en les d'hivern.**

Amb el contrast de les tres hipòtesis anteriors, s'han abordat la major part dels resultats obtinguts en la part quantitativa i qualitativa d'aquesta recerca. Ara bé, hi ha determinats aspectes que no s'han tingut en compte en el contrast de les hipòtesis, per haver quedat fora dels objectius inicialment plantejats per la recerca. Aquests s'han tractat únicament en la part qualitativa de la recerca i, a continuació, es pretén assenyalar els aspectes més rellevants. Tot i això, cal tenir certa cautela en la interpretació d'aquests resultats, ja que com s'ha dit no han sigut comprovats amb la metodologia quantitativa d'aquesta recerca.

En primer lloc, pel que fa a la **participació de la comunitat**, aquest és un aspecte que es va abordar en les entrevistes per haver sorgit com una preocupació dels residents en la pregunta oberta de l'enquesta. Cal recordar que la participació de la comunitat és fonamental per al desenvolupament del turisme sostenible, ja que aquest està íntimament lligat als mitjans de vida de la població local (Hossen, 2016), i les destinacions turístiques són comunitats amb les quals els residents interactuen diàriament. El desenvolupament turístic s'ha criticat per planificar-se sense el suport de la població resident (Gursoy *et al.*, 2002).

Els resultats de l'enquesta duta a terme per Mak *et al.* (2017), demostrava que la majoria dels enquestats no es consideraven implicats en el procés de presa de decisions per al desenvolupament del turisme. En aquesta recerca s'afirmava que els residents no podien participar en les activitats de consulta pública, que hi havia oportunitats limitades de donar el seu punt de vista en fòrums públics existents que eren insuficients per participar en el procediment de presa de decisions en matèria turística (Mak *et al.*, 2017). Aquests resultats també estan en línia amb els de la recerca de Vidar-Huakeland (2011), que va realitzar un estudi qualitatiu sobre la percepció de determinats actors a parcs nacionals de Noruega. En relació amb la planificació turística, va concloure que opinaven que la seva participació era mínima. En definitiva, per aconseguir un model turístic sostenible, s'han de donar les oportunitats adequades als residents per formar part dels processos de presa de decisions.

En aquesta línia s'expressa Ap (1992), quan diu que les relacions de poders entre residents i altres actors com el govern, la indústria turística, les autoritats de conservació i els turistes, poden influir en les percepcions del turisme. Per tant, la percepció obtinguda i l'actitud que assumeixin els residents, en relació amb el turisme, vindrà determinada pel seu nivell de poder percebut en relació amb altres actors involucrats (Lindberg i Johnson, 1997). En les comunitats on els residents creuen tenir poder per influir en les decisions de desenvolupament turístic, generalment, es troben actituds més favorables que recolzen més el turisme (Kayat, 2002).

Els entrevistats van expressar diverses opinions sobre la participació en la planificació turística, on la majoria percep que la població no participa perquè la seva opinió no és

tinguda en compte atès que no hi ha processos específics de participació, o bé perquè la planificació turística no és una prioritat en els programes polítics.

Cada cop es reconeix i es recomana més la participació activa de les parts interessades en la sostenibilitat de les destinacions turístiques, tant en l'àmbit acadèmic com en la pràctica (Waligo *et al.*, 2015). Actualment, es considera essencial la consulta de les parts interessades per al desenvolupament del turisme sostenible (Hardy i Pearson, 2018; Waligo *et al.*, 2015). Es reconeix que els residents participarien activament en organitzacions comunitàries i en afers públics pel seu benefici personal i col·lectiu, amb la finalitat de millorar la seva qualitat de vida en la comunitat local, a més de promoure més satisfacció als turistes amb una experiència més bona (Cheng *et al.*, 2017).

Durkin i Soldic (2021), assenyalen que és important que els destins altament visitats, com és el cas d'Andorra, prestin més atenció als canals de comunicació amb els residents per permetre la seva participació en la planificació i gestió de futures activitats turístiques, amb la finalitat d'evitar la possibilitat de caure en l'*overtourism*. A més, destaquen la importància de revisar les eines polítiques per garantir la sostenibilitat del sistema turístic, sense fer perillar significativament les fonts d'ingressos d'un gran nombre de residents locals (Durkin i Soldic, 2021).

Un altre dels aspectes abordats en les entrevistes va ser la **contribució del turisme al desenvolupament del país**; els entrevistats van assenyalar com a aspecte essencial la contribució econòmica del turisme. Tots ells reconeixen que el turisme ha estat un factor clau en el desenvolupament econòmic d'Andorra i el consideren com el motor del creixement i un dels pilars del model econòmic del país. S'admet per part dels entrevistats que el turisme ha contribuït significativament a l'elevat PIB per càpita del país i que és la principal font d'ingressos. També es destaca l'impacte social del turisme en termes positius i la influència que ha tingut en la millora dels serveis i infraestructures.

Si es pren conjuntament el resultat d'aquest apartat de l'entrevista amb el de satisfacció amb el model turístic, que ha estat discutit amb més profunditat a la hipòtesi 2, s'arriba a la conclusió que l'activitat turística és elogiada pel seu èxit econòmic en comparació amb altres sectors econòmics. Malgrat això, la percepció és que, inicialment, és un factor que beneficia al territori i, amb el temps, es percep una necessitat de més regulació per deixar

de causar impactes negatius en el benestar social, en la vida de la comunitat local o en no permetre ampliar el benestar econòmic a altres sectors (Zerva *et al.*, 2018).

Adicionalment, en les entrevistes es va demanar per la **preocupació causada pel canvi climàtic com a problemàtica global**, sense incidir específicament en l'activitat turística. Aquesta qüestió es va plantejar pels comentaris rebuts en la pregunta oberta de l'enquesta. En aquest sentit, l'estudi de l'AR+I (2024), esmentat anteriorment, conclou que la població considera el canvi climàtic com un problema greu, amb una mitjana de 7,7 sobre una escala de 10, amb una freqüència del 78% dels enquestats valorant-ho com a molt greu. En comparació amb els països de la UE, les dades són similars, tot i que hi ha diferències entre països; alguns, com Malta, Grècia o Portugal, consideren el problema molt greu i d'altres, com Estònia, Txèquia o Àustria, no ho perceben com a greu (AR+I, 2024). Quan els enquestats són demanats per la percepció del canvi climàtic, un 91% confirma que l'ha percebut; entre aquests, un 60% diu que ho ha notat perquè neva menys, un 53,5% per les variacions de temperatura, un 32% per un canvi de clima i un 23% per canvis en les estacions (AR+I, 2024). Els resultats d'aquest estudi són coincidents amb els resultats de les entrevistes, on s'ha trobat que tots els entrevistats estan preocupats o molt preocupats pel canvi climàtic.

En la mateixa línia anterior, es va incidir en les entrevistes sobre **les iniciatives dutes a terme per fer front al canvi climàtic**. En l'esmentat estudi de l'AR+I, també es demanava als enquestats si Govern està fent prou accions per fer front al canvi climàtic: un 51% considera que no se n'està fent prou, un 24% ho desconeix i, únicament un 26% dels enquestats considera que les accions governamentals són suficients (AR+I, 2024).

En les entrevistes es va demanar als residents sobre si coneixien iniciatives específiques dutes a terme per fer front al canvi climàtic i es va trobar que, en general, els entrevistats no coneixen iniciatives específiques del sector turístic per combatre el canvi climàtic. A més, es va trobar un consens sobre la necessitat de dur a terme més accions. Per tant, tot i que en l'entrevista es demanava específicament sobre accions en l'àmbit turístic, els resultats poden ser comparables amb els de l'estudi de l'AR+I.

Capítol 7. Conclusions

Aquesta recerca s'ha enfocat en l'anàlisi de la dinàmica existent entre el turisme sostenible i la percepció dels residents envers l'activitat turística a Andorra. La investigació ha tingut la voluntat de proporcionar una comprensió més profunda de les opinions locals i contribuir al debat sobre el turisme a Andorra, amb la finalitat de fomentar un desenvolupament turístic més sostenible i inclúsiu en el país. L'actitud dels residents té una importància cabdal per l'èxit d'un destí turístic; és per això que s'ha convertit en una àrea d'estudi imprescindible en l'àmbit turístic.

Partint d'aquesta premissa i tenint en compte la importància de l'activitat turística pel territori andorrà, on no hi havia constància d'estudis previs d'aquest àmbit, es va plantejar aquesta recerca que tenia com a **objectiu general identificar els factors que determinen les percepcions dels residents a Andorra cap a l'activitat turística i els seus impactes.**

Per abordar aquesta qüestió, en primer lloc, es va plantejar **l'objectiu específic d'analitzar el concepte de turisme sostenible, delimitant el marc teòric i la seva evolució, en especial a les zones de muntanya.** Aquest objectiu ha estat extensament abordat en el capítol 2 d'aquesta recerca, referent al marc teòric. Igualment, va ser necessari introduir prèviament el concepte de desenvolupament sostenible. Aquest enfocament va sorgir en resposta a les preocupacions ambientals dels anys seixanta i setanta del segle XX, consolidant-se amb l'informe "Límits to Growth" (1972) del Club de Roma, que va alertar sobre els límits físics del creixement econòmic i la necessitat d'un canvi en les tendències de creixement, per evitar un col·lapse ecològic i econòmic. L'informe Brundtland (1987) va establir les bases del desenvolupament sostenible, definint-lo com la satisfacció de les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les futures generacions per satisfer les seves pròpies necessitats. Aquest informe va destacar la importància d'equilibrar les necessitats socials, ambientals i econòmiques per obtenir resultats sostenibles a llarg termini.

Com és ben conegut, el turisme és un sector econòmic de gran importància a escala global, però també té impactes ambientals significatius. L'activitat ofereix experiències als turistes i oportunitats econòmiques als destins. La sostenibilitat en el turisme implica la gestió responsable dels recursos naturals, el respecte pels drets humans i la igualtat d'oportunitats, així com la viabilitat econòmica a llarg termini. La implementació de

pràctiques sostenibles en el turisme pot contribuir a la prosperitat econòmica, la conservació ambiental i el benestar social.

Pel que fa a les zones de muntanya, el turisme de neu és una activitat important que s'enfronta a diversos reptes, incloent-hi el canvi climàtic, la reducció de la cobertura de neu i la necessitat de diversificació econòmica. La producció de neu artificial és una mesura d'adaptació clau, tot i que té implicacions econòmiques i ambientals. La viabilitat a llarg termini de les estacions d'esquí depèn de la seva capacitat d'adaptació a les condicions climàtiques canviants i de la implementació de pràctiques sostenibles. Per assegurar la sostenibilitat del turisme de neu, és essencial desenvolupar polítiques públiques que promoguin pràctiques sostenibles i adaptatives. Això inclou la protecció del medi ambient, la diversificació de l'oferta turística, i el suport a les comunitats locals. Les autoritats han de tenir una visió que, a llarg termini, integri el desenvolupament econòmic, la conservació ambiental i el benestar social.

El segon objectiu específic plantejat consistia a desenvolupar un marc teòric que sustentés l'estudi de l'actitud dels residents i la seva percepció dels impactes de l'activitat turística. La literatura especialitzada afirma que un sistema turístic només pot tenir èxit si compta amb el suport de la població resident. És evident que el desenvolupament sostenible de l'activitat turística està estretament lligat al grau de satisfacció de la població resident en un destí turístic. Per això, des del punt de vista de la planificació, resulta imprescindible valorar les actituds i les opinions de la població d'acollida respecte al fenomen turístic en si i als impactes que produeix. En aquest sentit, els residents han de ser protagonistes de la planificació turística per garantir la sostenibilitat del sistema.

Tant l'Agenda 2030 com la declaració dels ODS destaquen que els processos de participació social tenen un rol principal en aquells àmbits que impliquen fer front als problemes de la humanitat. És així com els residents d'una comunitat són qui tenen el coneixement per millorar les seves problemàtiques i aconseguir un major benestar. Des d'aquest punt de vista, la percepció que té la comunitat d'acollida de l'activitat turística, concretament dels impactes positius i negatius, de caràcter econòmic, social i ambiental, és essencial per a l'èxit del sector turístic i la sostenibilitat de l'activitat a llarg termini. A

més, conèixer les actituds de la població resident ha de permetre desenvolupar polítiques de planificació exitoses orientades cap a la sostenibilitat.

Existeixen dues teories bàsiques en l'estudi de l'actitud dels residents. La primera, la teoria de l'intercanvi social, suggereix que els residents avaluen el turisme en funció dels beneficis que obtenen a canvi dels costos que suporten; això implica que els residents donen suport al turisme quan perceben que els beneficis superen els costos. La segona, la teoria de la representació social, indica que les actituds dels residents estan influenciades per les representacions socials compartides dins de la comunitat, basades en experiències directes, interaccions socials i mitjans de comunicació.

Adicionalment, hi ha d'altres variables que poden influir en la percepció dels residents, com el nivell de desenvolupament turístic, la densitat d'allotjaments turístics i la temporada turística. A més, les característiques sociodemogràfiques dels residents, com el lloc de naixement, el nivell d'educació, la dependència econòmica del turisme i la distància a les zones turístiques, també poden afectar les seves percepcions.

El **tercer objectiu específic**, necessari per contextualitzar l'àmbit de la recerca i justificar la necessitat d'aquesta, **era el d'analitzar les característiques del sector turístic andorrà, incidint en el sector de la neu de manera específica**, per la seva importància estratègica en l'activitat turística andorrana.

Andorra, amb una proporció certament elevada de visitants, que supera els 8 milions anuals, centra els motius de visita en el comerç i la muntanya. El paisatge juga un paper important en la demanda i, tant les muntanyes com els esports que se'n deriven de la seva utilització, han esdevingut factors claus de l'oferta. S'ha produït una especialització turística d'Andorra al voltant del recurs de la neu. L'esquí és un recurs turístic central pel país amb estacions que destaquen a escala mundial, on la clientela és principalment estrangera. En definitiva, l'activitat turística d'Andorra, definida en el capítol 3 d'aquesta tesi, té una elevada importància socioeconòmica, sent un dels pilars bàsics de l'economia del país i, per tant, requereix estar sotmesa a una planificació i gestió acurada per garantir la sostenibilitat del sector.

El **quart objectiu específic** consistia a mesurar la **percepció dels residents a Andorra sobre l'impacte de l'activitat turística en termes ambientals, socials i econòmics, la**

satisfacció amb l'activitat turística i els efectes del canvi climàtic en les diferents activitats turístiques.

Per assolir aquest objectiu es va utilitzar una combinació de mètodes de recollida de dades, incloent-hi enquestes, entrevistes a residents i anàlisi de dades secundàries. La metodologia adoptada va ser mixta, combinant mètodes quantitius i qualitius. Es va elaborar un qüestionari administrat telemàticament a residents majors de divuit anys, obtenint dades quantitatives i qualitatives; també es van realitzar set entrevistes semiestructurades per obtenir dades suplementàries.

La metodologia està àmpliament detallada en el capítol 4. Inclou un qüestionari, basat en les escales de Likert sobre cinc punts i una pregunta oberta per recollir dades qualitatives més àmplies, que va produir 372 respostes vàlides, a partir de les quals es va realitzar una anàlisi estadística descriptiva i una anàlisi factorial exploratòria. A més, les entrevistes semiestructurades van ajudar a capturar les percepcions dels residents de manera més detallada. Aquesta combinació de mètodes ha permès una comprensió més completa dels efectes del turisme en els sentiments dels residents i en la seva relació amb l'entorn.

Els resultats d'aquesta recerca, tant els quantitius com els qualitius, estan descrits en el capítol 5, mentre que en el capítol 6 s'aborda l'apartat de discussió on es contrasten les tres hipòtesis generals plantejades, totes elles relacionades amb els objectius específics precedents.

Aquests quatre objectius específics van permetre donar resposta a les tres hipòtesis de la recerca.

Els residents poden percebre impactes econòmics positius i negatius i, sovint aquest punt de vista es pot mantenir simultàniament (hipòtesi 1). Els resultats d'aquesta investigació suggereixen que els residents tenen una percepció positiva sobre determinats impactes econòmics, culturals i socials. Tanmateix, en alguns aspectes, els residents tenen una actitud més negativa, com pel que fa al cost de la vida, l'habitatge, l'estabilitat laboral i la dependència del destí del turisme.

Els residents identifiquen el turisme com a motor econòmic; aquesta activitat és àmpliament percebuda com un component vital de l'economia d'Andorra i molts

reconeixen els beneficis socioeconòmics que aporta al país. Emfatitzant en els resultats de l'estudi, es pot assenyalar que entre els principals impactes del turisme, de caràcter positiu, se'n troben dos de tipus econòmic: que el turisme és positiu per a l'economia del país i que genera oportunitats d'ocupació i desenvolupament professional. A més, entre els impactes positius de caràcter econòmic, es reconeix que el turisme ha contribuït significativament al desenvolupament econòmic d'Andorra, actuant com el motor principal del creixement econòmic, que incrementa els nivells de renda de la població resident i que és la principal font d'ingressos del país.

Pel que fa al vessant negatiu dels impactes econòmics, els residents manifesten preocupacions sobre l'especulació immobiliària i l'augment del cost de vida, especialment en l'habitatge. Així mateix, els salaris en sectors vinculats al turisme, com l'hostaleria i el comerç al detall, són percebuts com a baixos, en comparació amb altres sectors, mentre que la inestabilitat laboral, juntament amb la manca de carrera professional, són vistes amb certa preocupació en l'àmbit turístic.

Respecte als impactes positius de caràcter sociocultural, es reconeix per part dels residents que el turisme ha millorat els serveis oferts a la comunitat i ha facilitat la interacció amb persones d'altres cultures. Addicionalment, s'admet que l'activitat ha promogut el desenvolupament social i cultural, així com la creació d'infraestructures públiques. Per contra, els costos socials són dels que generen menor impacte percebut a conseqüència de l'activitat turística. En opinió dels enquestats, tant la seguretat ciutadana com la identitat nacional no es veuen especialment afectades pel fenomen turístic.

Quant als impactes ambientals, no es perceben beneficis ambientals clars de l'activitat. En canvi, emergeix entre la població una preocupació per la sostenibilitat ambiental del turisme, amb qüestions com la contaminació, la pèrdua de recursos naturals, l'expansió urbana i el consum de recursos. A més d'això, les respostes i opinions aportades destaquen aspectes com la congestió del trànsit, el sentiment de massificació i la sensació que es destina una proporció important del territori a les activitats turístiques, amb un impacte negatiu en el medi ambient.

Els beneficis econòmics són els més valorats, mentre que els impactes ambientals són percebuts de manera més negativa. La percepció dels residents és coherent amb la

literatura científica, que ressalta tant els beneficis com els costos del turisme en les diverses dimensions de la sostenibilitat.

Altrament, l'estudi ha evidenciat que els impactes del turisme no afecten només les actituds dels residents envers el turisme, sinó també els seus sentiments cap al seu entorn. La població resident coincideix a considerar que l'activitat turística va ser essencial per Andorra, durant les seves etapes inicials o anteriors a l'actual. En canvi, pel que fa a l'etapa actual, critica l'excessiu creixement urbanístic, la manca de planificació; igualment es posen de manifesta una sèrie de sentiments oposats entre els habitants, que poden ser el motiu del canvi de percepció en la ciutadania. Ara bé, segons Liu i Var (1986), els residents perceben que és més important protegir el medi ambient que els beneficis econòmics que aporta el turisme, però no estan disposats a disminuir el seu elevat estàndard de vida per aconseguir aquesta finalitat.

Els nivells de satisfacció dels residents amb el model turístic andorrà (hipòtesi 2) són variables, segons el resultat dels diferents indicadors. Es constata una crítica implícita envers el model turístic desenvolupat al país, ja que, tot i que hi ha aspectes percebuts com a positius, com la diversificació de l'oferta turística i el comportament respectuós dels turistes, els residents perceben una alta estacionalitat i una dependència excessiva del sector turístic, aspectes que són considerats negatius. A més, la percepció de la manca de promoció de la sostenibilitat per part de les institucions i la insatisfacció general amb el model turístic actual contraresten els aspectes positius. Es fa palesa la necessitat de que les institucions competents abordin aquestes preocupacions per millorar la percepció i la satisfacció dels residents amb el model turístic del país. Els residents d'Andorra són una població conscient i crítica en certs aspectes d'un dels principals sectors econòmics del país com el turisme (Garcia-Lluelles *et al.*, 2023).

Així mateix, les **activitats turístiques sobre les quals la població resident percep que el canvi climàtic tindrà un impacte negatiu més important són el turisme d'esquí i el turisme de natura (hipòtesi 3)**. És evident que el canvi climàtic és una realitat a la qual, tant el sector turístic com el país, hauran de fer front amb un procés de planificació turística adreçada a la sostenibilitat.

Els residents observen que el canvi climàtic afecta negativament les activitats d'hivern, com l'esquí, a causa de la disminució de neu i la irregularitat climàtica. A més, assenyalen que hi ha una creixent dependència de la neu artificial per mantenir viables les estacions d'esquí, fet que és vist com una solució temporal, però insostenible a llarg termini. També remarquen que la inestabilitat climàtica i la manca de neu posen en perill la viabilitat futura de les estacions d'esquí, impactant negativament en l'economia local que depèn del turisme hivernal. La població d'Andorra és especialment conscient dels efectes del canvi climàtic durant els mesos d'hivern, donada la importància econòmica per al país.

Aspectes com la percepció dels residents sobre la participació en la planificació turística, la contribució del turisme al desenvolupament econòmic i l'impacte del canvi climàtic, reflecteixen una preocupació pel futur del model turístic actual. Tot i reconèixer els beneficis econòmics del turisme, hi ha una necessitat clara de millorar la sostenibilitat i la regulació, per evitar impactes negatius a llarg termini. La participació comunitària, la implementació de mesures efectives contra el canvi climàtic i una planificació turística més inclusiva són aspectes crítics que les institucions han de considerar per assegurar un desenvolupament turístic sostenible i beneficis per a tota la població.

Els residents també s'han manifestat respecte a la sensació de massificació en la rebuda de turistes i la necessitat d'establir uns límits de capacitat de càrrega del país, vinculats al turisme. La percepció de massificació pot ser un indicador d'una actitud que pot conduir a una situació negativa i a un canvi en el comportament. Alguns residents expressen, fins i tot, la seva preocupació sobre la desigualtat en la distribució de la riquesa i els beneficis derivats del turisme, suggerint la necessitat d'un enfocament més equitatiu en el repartiment dels avantatges econòmics. Per tant, aquests sentiments de la població d'acollida també haurien de ser tinguts en compte pels planificadors turístics.

S'evidencia una percepció generalitzada entre els residents de què la seva participació en la planificació i presa de decisions relacionades amb el turisme és limitada i poc representativa. Simultàniament, s'expressa la necessitat d'una major implicació i acció, per part de les institucions, per abordar les preocupacions ambientals i socials relacionades amb el turisme, incloent-hi la implementació de polítiques més restrictives i la promoció de pràctiques turístiques responsables. Fins i tot algunes respostes es mostren

crítiques amb la gestió actual del turisme a Andorra, assenyalant la manca de planificació i control sobre el desenvolupament turístic i la necessitat d'una regulació més rigorosa.

Els resultats palesen que la població resident reivindica un grau més elevat de participació en les polítiques de planificació turística. Si es pretén que el turisme esdevingui una indústria turística sostenible en una comunitat, ha d'haver-hi una àmplia participació ciutadana, així com una contínua avaluació de les percepcions dels residents. Per superar aquests dèficits, es podrien planificar noves polítiques turístiques, amb l'objectiu de fomentar el treball en xarxa de tota classe d'actors turístics i d'augmentar l'eficiència dels mecanismes locals de planificació, informació i presa de decisions conjuntes.

Juntament amb les conclusions d'estudis anteriors que indiquen que els impactes percebuts pels residents, de les diferents dimensions del turisme sostenible, exerceixen influències en la seva satisfacció, aquest treball permet ressaltar la importància de què els responsables de la política turística i els planificadors incloguin, en els seus plans i estratègies turístiques, les tres dimensions del turisme sostenible, tal com la perceben els residents. Així mateix, es posa de manifest la importància de controlar els canvis dels efectes percebuts dels impactes del turisme sobre la satisfacció dels residents amb el turisme i desenvolupar estratègies dirigides cap als residents, per tal de millorar la seva satisfacció i suport al turisme.

Malgrat l'existència de determinades iniciatives destinades a promoure el turisme sostenible, entre la població resident hi ha un escepticisme generalitzat sobre la seva eficàcia i abast, així com un desconeixement sobre les iniciatives privades en aquest sentit. Això suggereix la necessitat de millorar la comunicació i la difusió d'aquestes iniciatives.

Existeix la necessitat de planificar, gestionar i controlar l'activitat turística a Andorra amb la finalitat de no arriscar les condicions que permeten la continuïtat d'aquesta. La política turística ha de marcar els principals objectius a aconseguir. Per a fer-ho, es requereix un flux constant d'informació per facilitar la presa de decisions dels implicats en aquests processos. Un element bàsic és la conveniència de potenciar la participació ciutadana en l'elaboració d'estratègies de l'activitat turística, així com la necessitat de millorar els sistemes d'informació per tenir un control més regular i precís dels impactes associats a l'activitat. S'haurien de promoure estudis especialitzats que comptin amb els agents

implicats en el turisme, incloent-hi a la comunitat local i als turistes, ja que disposar d'informació fiable és la base que permet desenvolupar estratègies de gestió adequades.

Limitacions i futures línies de recerca

Aquesta recerca ha pretès ser una contribució al coneixement de la dinàmica entre el turisme i les percepcions dels residents a Andorra. L'estudi de les actituds dels residents ha rebut molta atenció en l'àmbit acadèmic a escala mundial. Malgrat això, Andorra no se n'ha fet ressò, fet que crida l'atenció, atesa la importància cabdal de l'activitat turística del país, sent una de les principals fonts d'ingressos.

Com en qualsevol altre estudi, aquest treball fa front a una sèrie de limitacions. D'una banda, no s'ha de perdre de vista la complexitat que exigeix elaborar una teoria general de la percepció dels residents. D'altra banda, les enquestes s'han administrat a un nombre limitat de persones que han accedit a participar a través de mitjans electrònics. Tot i això, tenint en compte l'elevat nombre de respostes, s'ha obtingut evidència suficient de la percepció existent entre els residents d'Andorra.

A més, cal posar de relleu que, per tenir una visió global de l'activitat turística, s'ha de tenir present que hi ha una disponibilitat limitada de dades estadístiques públiques que dificulten la comprensió global de les dinàmiques de l'activitat. Entre d'altres, no hi ha informació pública de sèries de dades relatives a la despesa mitjana dels turistes a Andorra, a la xifra de residències secundàries, a la contribució de les activitats turístiques al PIB, al perfil sociodemogràfic del visitant i al percentatge de sòl destinat a activitats turístiques.

D'altra banda, aquesta recerca s'ha centrat en la percepció dels residents, excloent d'altres actors essencials, com els turistes. Des d'aquest punt de vista, dins d'un mateix territori, les percepcions dels individus poden ser diferents de les percepcions de qualsevol altra persona, que pertanyi a un col·lectiu diferent.

Com a futures línies d'actuació, es planteja la possibilitat d'abordar la influència dels factors relacionats amb la tecnologia. És a dir, com suggereixen Rasoomalimanesh i Seyfi (2020), seria interessant conèixer com les xarxes socials i l'*smart tourism* impacten en les percepcions i actituds dels residents envers el turisme. A més, es podrien dur a terme estudis que tinguin en compte les variables sociodemogràfiques, per conèixer si varia el grau de satisfacció o la percepció en funció de l'edat, el gènere, el vincle amb la comunitat, el nivell d'educació o el temps de residència.

Una altra de les possibles línies d'investigació futura seria la de complementar aquest tipus de recerca amb estudis longitudinals, per conèixer l'evolució de la percepció dels residents en diferents moments temporals, així com aprofundir en el grau de satisfacció dels residents i la influència de la participació ciutadana.

També cal tenir en compte que Andorra no disposa d'un sistema d'indicadors de sostenibilitat turística que permeti contrastar-los amb la percepció social obtinguda a través d'enquestes o entrevistes. Seria recomanable que, com a futura línia d'investigació, es desenvolupin uns indicadors que permetin avaluar la sostenibilitat de l'activitat turística al país.

Referències bibliogràfiques

- Aguiló Pérez, E., i Rosselló Nadal, J. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925–941. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004>
- Alamineh, G.A., Hussein, J.W., Endaweke, Y., i Tadesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state. *Heliyon*, 9.
- Ali, F., Hussain, K., Nair, V., i Nair, P.K. (2017). Stakeholders' perceptions and attitudes towards tourism development in a mature destination, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(2), 173-186.
- Almeida Garcia, F., Balbuena Vázquez, A., i Cortés Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives* 13(1), 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002>
- Almeida-García, F., Cortes-Macías, R., Balbuena-Vázquez, A., i Carmen-Hidalgo, M. (2020) New Perspectives of Residents' Perceptions in a Mature Seaside Destination. *Sustainability*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/su12104183>
- Andereck, K. L., i Vogt, C. A. (2000). The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27–36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., i Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andorra Recerca+Innovació (2022). Resultats de les enquestes d'opinió sobre Andorra Reserva de la Biosfera. AR+I
- Andorra Recerca+Innovació (2024). Observatori 1r semestre 2024. <https://www.ari.ad/images/pdf/observatori%201%202024.pdf>
- Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67–90. <http://doi.org/10.1177/1096348004268196>
- Andriotis, K., i Vaughan, R.D. (2003) Urban Residents Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42, 172-175. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287503257488>

- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 610-616. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90032-m](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90032-m)
- Ap, J. (1992). Residents Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research* 19, 665-690.
- Areny, D. (2019). *Història viva d'un país: l'esquí i els esports de neu al principat d'Andorra*. Institut d'Estudis Andorrans Centre d'Estudis Històrics i Polítics. https://www.iea.ad/images/CEHiP/documents/Esqui_esports_neu_Andorra.pdf
- Baker, S., Kousis, M., Richardson, D., i Young, S. (2002). *The Politics of Sustainable Development. Theory, policy and practice within the European Union*. Routledge.
- Barker, M.L. (1994). Strategic Tourism Planning and Limits to Growth in The Alps, *Tourism Recreation Resesuavianarch*, 19(2), 43-49. <https://doi.org/10.1080/02508281.1994.11014707>
- Bartlett, M. S. (1950). Tests of significance in factor analysis. *British Journal of Psychology*, 3, 77-85.
- Bassan, C. E., i Rodríguez, A. J. (2020). Estudio de percepción del turismo por parte de los residentes de la localidad de Barreal, departamento de Calingasta (San Juan). *Revista De Turismo e Identidad*, 1(1), 217-251.
- Becker, R., i Glauser, D. (2018). Are prepaid monetary incentives sufficient for reducing panel attrition and optimizing the response rate? An experiment in the context of a multi-wave panel with a sequential mixed-mode design. *Bulletin of Sociological Methodology*, 137, 74-95.
- Bigano, A., Hamilton, J. M., i Tol, R. S. J. (2006) The Impact of Climate Change on Domestic and International Tourism: A Simulation Study. FEEM Working Paper 86, *CMCC Research*, 4, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.907454>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., i Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philía: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83(2834), 1-30. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2834>
- Blasco Lázaro, M. (2005). Introducción al concepto de turismo sostenible. *En I Jornadas de Turismo Sostenible en Aragón 2005*. Govern d'Aragó.

<https://www.aragon.es/documents/20127/674325/INTRODUCCION-2019.06.12.11.39.00.pdf/ede0fddd-740e-bbf1-60f0-c3a8288d167f>

- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley
- Bonzanigno, L., Giupponi, C., i Balbi, S. (2016). Sustainable tourism Planning and climate Change adaptation in the Alps: a case study of winter tourism in mountain communities in the Dolomites. *Journal of Sustainable Tourism*, 2016. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1122013>
- Brătucu, G., Băltescu, C.A., Neacșu, N.A., Boșcor, D., Țierean, O.M., i Madar, A. (2017). Approaching the Sustainable Development Practices in Mountain Tourism in the Romanian Carpathians. *Sustainability*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9112051>
- Brent, R., i Mikko, I. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 27-44. <https://doi.org/10.1002/jtr.545>
- Brougham, J. E., i Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90042-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90042-6)
- Brunt, P., i Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00003-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1)
- Bujosa Bestard, A., i Rosselló Nadal, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.004>
- Bürki, R., Elsasser, H., i Abegg, B. (9-11 d'abril de 2003). *Climate Change - Impacts on the Tourism Industry in Mountain Areas*. Conference on Climate Change and Tourism, Djerba.
- Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable Tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>

- Campos Rodrigues L.M., Freire-González J., González Puig A., i Puig-Ventosa I. (2016) Costes y beneficios de la adaptación al cambio climático en el sector del turismo de nieve en España. *Revista Ambienta*, 114, 96-108. <https://ent.cat/costes-y-beneficios-de-la-adaptacion-al-cambio-climatico-en-el-sector-del-turismo-de-nieve-en-espana/?lang=es>
- Camus, S., Hikkerova, L., i Sahut, J.-M. (2010). Tourisme durable: une approche systémique, *Management&Avenir*, 4(34), 253-269. <https://doi.org/10.3917/mav.034.0253>
- Cañadas, I., i Sánchez-Bruno, A. (1998). Categorías de respuestas en escalas tipo Likert. *Psicothema*, 10(3), 623-631.
- Cañizares Ruiz, M.C. (2013). Sostenibilidad y turismo: de la documentación internacional a la planificación en España “Horizonte 2020”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 61, 67-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4157711>
- Cardona i Romeu, M. (1985). *Esports de neu a Catalunya*. Centre Excursionista de Catalunya, Club Alpí Català.
- Carmine, E. G., i McIver, J. P. (1981). *Analyzing Models with Unobserved Variables: Analysis of Covariance Structures*. En G. W. Bohrnstedt, i E. F. Borgatta (Ed.), *Social Measurement: Current Issues* (65-115). Sage Publications, Inc.
- Castillo del, G. (17 d'abril de 2021). Grandvalira va ser la tretzena estació del món amb més dies d'esquí venuts. *Diari d'Andorra*.
- Chen, J.S. (2000). An Investigation of Urban tourism Residents' Loyalty of Tourism. *Journal of Travel and Tourism Research*, 24(1), 5-19
- Cheng, T. M., Wu, H. C., Wang, J. T. M., i Wu, M. R. (2017). Community Participation as a mediating factor on residents' attitudes towards sustainable tourism development and their personal environmentally responsible behaviour. *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1764-1782. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1405383>
- Choi, H.-S.C., i Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude towards Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research* 43(4), 380-394. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>

- Clarimont, S. (2008). *Turismo de invierno y cambio climático: la producción de nieve artificial en los Pirineos, ¿un uso sostenible del agua?*. 6è Congrés Ibèric sobre gestió i planificació de l'aigua, Vitòria. <https://www.divulgameteo.es/uploads/Turismo-invierno-CC.pdf>
- Coffey, A., i Atkinson, P. (2005). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Conferència Internacional de Ministres de Medi Ambient sobre Biodiversitat i Turisme (1997). *Declaración de Berlín*. CIMMABT i Organització de les Nacions Unides.
- Consell General (2020a). *Butlletí del Consell General, 71/2020*. Casa de la Vall, 29 de setembre del 2020.
- Consell General (2020b). Resolucions aprovades en sessió del Consell General del dia 25 de setembre del 2020.
- Cors Iglesias, M., Gómez Martín, M.B., i Armesto López, X. (2016). Estrategias de diversificación y desestacionalización turística en espacios de alta montaña. El caso de la Vall de Boí (Lleida). En García Marín, R., Alonso Sarría, F., Belmonte Serrato, F., i Moreno Muñoz, D. (Eds.). XV Coloquio Ibérico de Geografía. *Retos y tendencias de la Geografía Ibérica*: 468-477. Universidad de Murcia-AGE-APG. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5879868>
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., i Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8, 42-48. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.005>
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., i Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs: Selection and Implementation. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236-264. <https://doi.org/10.1177/0011000006287390>
- Cucculelli, M., i Goffi, G. (2015). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidences from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- Damian, I. M., Navarro, E., i Ruiz, F. (2022). Stakeholders' perception of the sustainability of a tourism destination: a methodological framework to find out

- relationships and similarity of opinions, *Tourism Review*, 77(2), 515-531.
<https://doi.org/10.1108/TR-07-2020-0292>
- Davis, D., Allen, J., i Cosenza, R. M. (1988). Segmenting Local Residents By Their Attitudes, Interests, and Opinions Toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8. <https://doi.org/10.1177/004728758802700201>
- Debarbieux B., Oiry Varacca M., Rudaz G., Maselli D., Kohler T., i Jurek M. (2014). *El Turismo en las Regiones de Montaña: Esperanzas, Temores y Realidades*. Serie sobre el desarrollo sostenible de las montañas. UNIGE, CDE, SDC.
https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/themen/klimawandel/Tourism-in-Mountain-Regions_ES.pdf
- Decret 317/2021, del 29-9-2021, d'aprovació del Reglament de grans esdeveniments en el medi natural. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 104, de 6 d'octubre del 2021. https://www.bopa.ad/bopa/033104/Pagines/GR20211001_09_57_07.aspx
- Deery, M., Jago, L., i Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Demaria, F., D'Alisa, G., i Kallis, G. (2015). Prefaci a l'edició catalana. *Decreixement. Vocabulari per a una nova era*. 9-19. Icaria
- Departament d'Estadística (diversos anys). *Estadístiques demogràfiques i socials*. Govern d'Andorra.
- Departament d'Estadística (diversos anys). *Estadístiques econòmiques*. Govern d'Andorra.
- Dot Jutglà, E., Romagosa Casals, F., i Noguera Noguera, M. (2022). El incremento del turismo de proximidad en Cataluña en el verano de 2020: una oportunidad para la consolidación del turismo rural como forma de turismo sostenible y segura. *Investigaciones Turísticas*, 23, 162-185.
<https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.8>
- Doxey, G. (8-11 de setembre de 1975). A causation theory of visitor–resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism. En *Proceedings of the Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*, San Diego, EUA.

- Duglio, S., i Beltramo, R. (2019). Mountain tourism in Europe. *European Journal of Tourism Research*, 22, 129. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v22i.379>
- Durkin Badurina J. i Soldić Frleta D (2021). Tourism Dependency and Perceived Local Tourism Governance: Perspective of Residents of Highly-Visited and Less-Visited Tourist Destinations. *Societies*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/soc11030079>
- Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362. <http://www.jstor.org/stable/2946096>
- Essabri, N. (2017). Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME. Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech. [Tesi doctoral, Gestion et management, Conservatoire national des arts et métiers]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01815121/document>
- Fernández Fernández M., Fernández Méndez, D., i Riveiro García, D. (2021). El impacto del Camino de Santiago a escala local: la percepción de los residentes de dos municipios gallegos. *Cuadernos de Turismo*, 47, 37-63. <https://doi.org/10.6018/turismo.474001>
- Fernández, L.A., Fernández-Trapa, J., i Fernández-Trapa, T. (1989). Esquí en los Pirineos. Historia para un futuro sin fronteras (I). *Estudios Turísticos*, 104, 101-116.
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco-Romero, A., i Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blázquez-Salom, M., i Blanco-Romero, A. (2020). Tourism, degrowth, and the COVID-19 Crisis. *Political Ecology Network*, 24 March 2020. <https://politicalecologynetwork.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-covid-19-crisis/>.
- Food and Agriculture Organization (20 d'abril del 2020). 2020, Mountain Biodiversity. <http://www.fao.org/international-mountain-day/international-mountain-dayinformation-materialen/es/>
- Fraguell Sansbelló, R.M., Gómez Martín, M.B., Llurdés Coit, J.C., Martí Llambrich, C., Ribas Palom, A., i Saurí Pujol, D. (2016). Turisme. En *Tercer informe sobre el*

- canvi climàtic a Catalunya*. Generalitat de Catalunya i Institut d'Estudis Catalans, 383-405. <https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000241/00000006.pdf>
- Fredline, E., i Faulkner, B. (2000). Host community reactions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(99)00103-6)
- Garay Tamajón, L.A., i Cànoves Valiente, G. (2010). Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de evolución del destino turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 52, 43-58.
- García Abad, A. (2012). Estaciones de esquí, turismo y entorno rural de montaña: claves para una regulación de las estaciones de esquí ante el cambio climático. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 31, 91-135. https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.201231630
- García López, E., i Cabero Almenara, J. (2011). Diseño y validación de un cuestionario dirigido a describir la evaluación en procesos de educación a distancia. *EduTec-e, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 35, 1-26. <https://edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/412/148>
- Garcia Lluelles, E. (2022). El turisme sostenible en zones de muntanya. *Accions dinamitzadores al Pirineu, 18es Trobades Culturals Pirinenques*, 273-281. <https://doi.org/10.2436/15.8060.28.31>
- Garcia Lluelles, E. (2023). Perspectives del turisme d'hivern al Pirineu. *Els recursos naturals del Pirineu, 19es Trobades Culturals Pirinenques*, 86-96. <https://doi.org/10.2436/15.0110.21.54>
- Garcia Lluelles, E., i Lluelles Larrosa, M.J. (2021). Els reptes d'Andorra als s.XX i XXI. *Recull de Conferències 2019/20, Debats de Recerca*, 13, 266-277. <https://doi.org/10.2436/15.8060.25.10>
- Garcia-Lluelles, E., Cànoves Valiente, G., i Casalprim-Ramonet, M. (2023). El impacto del turismo en Andorra: la percepción de los residentes. *Cuadernos de Turismo*, 52, 123-147. <https://doi.org/10.6018/turismo.593451>
- Garcia-Lluelles, E., i Lluelles Larrosa, M.J. (2022). *Andorra de la segona meitat del segle XX al segle XXI*. Relat Històric d'Andorra. <https://www.historia.ad/wp-content/uploads/2023/01/relat-cronologic-10-segleXX2.pdf>

- Gazes, G. (1964). Le développement des sports d'hiver à Superbagnères (Luchon). *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 35(1), 45-65, <https://doi.org/10.3406/rgpso.1964.2125>
- George, D., i Mallery, P. (1985). *SPSS/PC step by step: A simple guide and reference*. (11a ed.). Pearson Education, Inc.
- Gilaberte-Búrdalo, M., i López-Moreno, J.I. (2020). Skier demand and behavioural adaptation to weather, snow conditions and climate change in Central Pyrenees. *Pirineos, Revista de Ecología de Montaña*, 175. <https://doi.org/10.3989/pirineos.2020.175012>
- Glasson, J. (1994). Oxford: a heritage city under pressure. *Tourism Management*, 15(2), 137-144. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90007-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90007-8)
- Gómez Bruna, D., i Martín Duque, C. (2019). Los impactos del turismo en España: diferencias entre destinos de sol y playa y destinos de interior. *Cuadernos de Turismo*, 43, 325-347. <https://doi.org/10.6018/turismo.43.13>
- Gómez Martín, M.B. (2005). Reflexión geográfica entorno al binomio clima-turismo. *Boletín de la Asociación Española de Geógrafos de España*, 40, 111-134
- Gómez Martín, M.B., Armesto López, X.A., Cors Iglesias, M., i Martínez Ibarra, E. (2017). Estrategias de mitigación al cambio climático en las estaciones de esquí españolas. El caso del Pirineo catalán. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo globalizado*. Actas del XXV Congreso de la Asociación Española de Geógrafos Españoles. Universidad Autónoma de Madrid. <https://doi.org/10.15366/ntc.2017>
- Gómez Martín, M.B., i Armesto López, X. (2010, maig). Turismo y Cambio Climático: Notas sobre la percepción por parte de la demanda turística [sessió de conferència, VI Seminário Latino-Americano de Geografia Física II Seminário Ibero-Americano de Geografia Física]. Universidade de Coimbra. https://www.uc.pt/fluc/cegot/VISLAGF/actas/tema3/m_belen
- Gómez, W. A. R. (2014). Preguntas abiertas en encuestas ¿cómo realizar su análisis?. *Comunicaciones en Estadística*, 7(2). <https://doi.org/10.15332/s2027-3355.2014.0002.02>

- González, R., Gascó, J., i Llopis, J. (2019). Local residents' perception about tourism and foreign residents: A Spanish case study. *Psychology & Marketing*, 36, 1098-1108. <https://doi.org/10.1002/mar.21259>
- Govern d'Andorra (1987). *Abans projecte de l'aprofitament esquiable del marge esquerres dels rius Valira d'Orient i Gran Valira*. Andorra, Conselleria de Serveis Públics. Departament d'Obres Públiques.
- Govern d'Andorra (2011). Estratègia Nacional del Paisatge.
- Govern d'Andorra (2016a). Estratègia Nacional del Paisatge. Accions per als anys 2016-2020.
- Govern d'Andorra (2016b). Estratègia Nacional de la Biodiversitat d'Andorra (ENBA).
- Govern d'Andorra (1 d'agost de 2017). Andorra se suma a l'Any internacional del turisme sostenible per al desenvolupament [comunicat de premsa].
- Govern d'Andorra (31 de juliol del 2020). Relat Horitzó 23, presentació del Pla d'acció del Govern d'Andorra 2020-2023 [comunicat de premsa].
- Govern d'Andorra (17 de gener de 2022). El Pla estratègic de comerç identifica les necessitats actuals del sector del retail [comunicat de premsa].
- Grandvalira Resorts (2023). Dossier de premsa, temporada 2022-23.
- Green, K.E. (1996). Sociodemographic factors and mail survey response. *Psychology & Marketing*, 13(2), 171-184.
- Griffith Institute for Tourism (n.d). Consultat el 12 de novembre de 2020: <https://www.tourismdashboard.org/explore-the-data/sustainable-production>
- Gu, H., i Ryan, C. (2010). Hongcun, China-Residents' Perceptions of the Impacts of Tourism on a Rural Community: A Mixed Methods Approach. *Journal of China Tourism Research*, 6(3), 216-243, <https://doi.org/10.1080/19388160.2010.503862>
- Guilera, J.M. (1960). *Una història d'Andorra*. Aedos.
- Gursoy, D., i Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>

- Gursoy, D., Jurowski, C., i Uysal, M. (2002). Resident Attitudes. A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., i Wei, W. (2018). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a Meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), 306-333. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589>
- Gutiérrez Taño, D. (2010). *Las actitudes de los residentes ante el turismo*. [Tesi doctoral, Universidad de la Laguna]
- Hadinejad, A., Nunkoo, R., D. Moyle, B., Scott, N., i Kralj, A. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, 74(2). <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R. L., i Black, C. (1999). *Análisis multivariante* (5a ed.). Prentice Hall.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., i Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7a ed.). Pearson.
- Hall, M. C., i Saarinen, J. (2020). 20 years of Nordic climate change crisis and tourism research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), 102-110. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1823248>
- Hall, M.C. (2009). Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1). <https://doi.org/10.1080/13032917.2009.10518894>
- Hall, M.C. (2010). Changing Paradigms and Global Change: From Sustainable To Steady-state Tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2). <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081629>
- Hardy, A., i Pearson, L. (2018). Examining stakeholder group specificity: an innovative sustainable tourism approach, *Journal of Destination Marketing & Management*, 8.

- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., i Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926-1944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
- Hopkins, D. (2013). The sustainability of climate change adaptation strategies in New Zealand's ski industry: a range of stakeholder perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 107-126. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.804830>
- Hossen, M.A. (2016). Participatory mapping for community empowerment. *Asian Geogr.* 33, 97–113.
- Huberman, M., i Miles, M.B, (1994). *Métodos para el manejo y análisis de datos*, Norman Denzin & Yvonnas Lincoln (eds.). Handbook of Qualitative Research, Sage publications.
- Hunter, C. (1997). Sustainable Tourism as an Adaptative Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)
- Huynh, Q. L. (2018). Residents' satisfaction and suport to sustainable tourism development: Evidence from Tra Vinh province, Vietnam. *Asian Journal of Empirical Research*, 8(2), 38-50. <http://www.aessweb.com/html/4003>
- Issberner, L-R., i Léna, P. (2018). Antropoceno: la problemática vital de un debate científico. *El Correo de la Unesco*, abril-juny(2), 7-11. <https://es.unesco.org/courier/2018-2/antropoceno-problematica-vital-debate-cientifico>.
- Jurowski, C. (1994). *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*. [PhD dissertation in Hospitality and Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University]. https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/39998/LD5655.V856_1994.J876.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jurowski, C., Uysal, M., i Williams, D. R. (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
- Kallis, G., Demaria, F., i D'Alisa, G. (2015). Introducció: Decreixement. Decreixement. *Vocabulari per a una nova era* (31-51). Icaria

- Kallis, G., i March, H. (2015). El futuro dialéctico del decrecimiento: ¿Ficción distópica o proyecto emancipador? *Revista de Economía Crítica*, 19, 21-33. http://www.revistaeconomicacritica.org/sites/default/files/revistas/n19/Kallis-March_Futuro_Dialectico_Decrecimiento.pdf
- Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171-191. <https://doi.org/10.1002/jtr.375>.
- Kim, G., Duffy, L. N., i Moore, D. (2020). *Tourist attractiveness: measuring residents' perception of tourists*. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 1-19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1708919>
- Kim, S. S., Styliadis, D., i Oh, M. M. (2019). Is perception of destination image stable or does it fluctuate? A measurement of three points in time. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 447-461. <https://doi.org/10.1002/jtr.2273>
- Knowles, N. (2019). Can the North American ski industry attain climate resiliency? A modified Delphi survey on transformations towards sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 380-397. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1585440>
- Ko, D.-W., i Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
- Kumar, J., Hussain, K., i Kannan, S. (2015). *Positive vs negative economic impacts of tourism development: a review of economic impact studies*. Developments of the new tourism paradigm in the Asia Pacific region. Asia Pacific Tourism Association.
- Larsson, L., i Muller, D.K. (2017). Coping with second home tourism: responses and strategies of private and public service providers in Western Sweden. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1958-1974. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1411339>
- Lasanta, T., Laguna, M., i Vicente-Serrano, S.M. (2007). Do tourism-based ski resorts contribute to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A

- case study in the Central Spanish Pyrenees. *Tourism Management*, 28, 1326-1339. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.003>
- Látková, P., i Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>
- Latouche, S. (2006). *La apuesta por el decrecimiento. ¿Cómo salir del imaginario dominante?* Icaria.
- Lee, T.H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Lindberg, K., i Johnson, R. L. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-42.
- Lindberg, K., McCool, S., i Stankey, G. (1997). Rethinking carrying capacity, *Annals of Tourism Research*, 24(2), 461-465. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80018-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80018-7)
- Linh Huynh, Q. (2018). Residents' satisfaction and support to sustainable tourism development: Evidence from Tra Vinh province, Vietnam. *Asian Journal of Empirical Research*, 8(2), 38-50.
- Liu, J. C., i Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90037-x](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-x)
- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development. A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>
- Llei 16/2017, del 13 de juliol, general de l'allotjament turístic. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 52, de 2 d'agost de 2017. https://www.bopa.ad/bopa/029052/Pagines/CGL20170728_09_50_07.aspx
- Llei 19/2022, del 9 de juny, reguladora de l'impost sobre les estades en allotjaments turístics, de modificació de la Llei 16/2017, del 13 de juliol, general de l'allotjament turístic i de modificació de la Llei 13/2007, del 20 de setembre, de creació de la societat pública Andorra Turisme, SA. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 76, de 22 de juny de 2022. https://www.bopa.ad/bopa/034076/Pagines/CGL20220622_10_03_29.aspx

- Llei 21/2022, del 9 de juny, d'estacions de muntanya. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 76, de 22 de juny de 2022. https://www.bopa.ad/bopa/034076/Pagines/CGL20220622_10_04_56.aspx
- Llei 32/2022, del 14 de setembre, per a la promoció de la sostenibilitat del desenvolupament urbanístic i del turisme, i de modificació de la Llei general d'ordenació del territori i urbanisme, del 29 de desembre del 2000, i de la Llei 16/2017, del 13 de juliol, general de l'allotjament turístic. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 116, de 28 de setembre de 2022. https://www.bopa.ad/bopa/034116/Pagines/CGL20220928_10_55_15.aspx
- Llei 4/2023, del 19 de gener, d'avaluació ambiental de projectes i de plans i programes. *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*, 15, de 6 de febrer de 2023. https://www.bopa.ad/bopa/035015/Pagines/CGL20230203_13_52_25.aspx
- Lluelles Larrosa, M. J. (1991). *La transformació econòmica d'Andorra*. L'Avenç.
- Lluelles Larrosa, M. J. (2004). *El segle XX. La modernització d'Andorra*. Pagès editors i Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra.
- Lluelles Larrosa, M.J. (2022). *La construcció d'Andorra com a destí turístic*. Relat Històric d'Andorra. <https://www.historia.ad/wp-content/uploads/2022/12/Cultura-i-societat-TURISME-ok.pdf>
- Lluelles Larrosa, M.J., i Garcia Lluelles, E. (2018). *Història econòmica d'Andorra, segles XX-XXI*. Universitat d'Andorra.
- López-Roldan, P., i Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccaa_a2016_cap2-3.pdf
- Lundberg, E. (2015). The Level of Tourism Development and Resident Attitudes: A Comparative Case Study of Coastal Destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(3), 266-294. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1005335>
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90059-c](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90059-c)
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00070-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00070-9)

- Mak, B. K. L., Cheung, L.T.O., i Hui, D.L.H. (2017) Community Participation in the Decision-Making Process for Sustainable Tourism Development in Rural Areas of Hong Kong, China. *Sustainability*, 9(10). <https://doi.org/10.3390/su9101695>
- Manning, R., Wang, B., Valliere, W., Lawson, S., i Newman, P. (2002). Research to estimate and manage carrying capacity of a tourist attraction: a study of Alcatraz Island, *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 388-404. <https://doi.org/10.1080/09669580208667175>
- March, H., Saurí, D., i Llurdés, J. C. (2013). Perception of the effects of climate change in winter and summer tourist areas: the Pyrenees and the Catalan and Balearic coasts, Spain. *Regional Environmental Change*, 14(3), 1189-1201. <https://doi.org/10.1007/s10113-013-0561-0>
- Márquez Fernández, D., i Garcia López, A. (2010). *Del Desarrollo Sostenible al Decrecimiento: Por una Re-Estructuración del Sistema Económico*. XV Coloquio de Geografía Rural. Càceres, 240-248. http://age.ieg.csic.es/geografia_rural/Actividades%20de%20grupo/Documentos/XVColoquio_Caceres%202010/Comunicaciones/contenido/1%C2%AA%20oponencia%20pdf/1.22.pdf
- Martínez-Puche, A., Amat Montesinos, X., Hortelano Mínguez, L.A, Iranzo García, E., Palací Soler, Q., Prieto Cerdán, A., i Zúñiga Antón, M. (2019). *Informe sobre el impacto del turismo y su incidencia en la sostenibilidad desde el punto de vista territorial* (SEGITUR).
- Mas, D. (1999). Envalira, la primera estació d'esquí. *Ex-libris Casa Bauró, fulls de Bibliografia*, 2, 4-5.
- Massons i Rabassa, J. (2007). *La rendibilitat de les estacions catalanes d'esquí alpí*. [Tesi doctoral, ESADE]. <http://hdl.handle.net/10803/9176>
- Matiu, M., Crespi, A., Bertoldi, G., Carmagnola, C. M., Marty, C., Morin, S., Schöner, W., Cat Berro, D., Chiogna, G., De Gregorio, L., Kotlarski, S., Majone, B., Resch, G., Terzago, S., Valt, M., Beozzo, W., Cianfarra, P., Gouttevin, I., Marcolini, G., ... Weilguni, V. (2021). Observed snow depth trends in the European Alps: 1971 to 2019, *The Cryosphere*, 15(3), 1343-1382. <https://doi.org/10.5194/tc-15-1343-2021>

- Matos Marquez, L., i Pérez Colmenares, S. (2019). Revisión sobre la capacidad de carga turística y la prevención de problemas ambientales en destinos emergentes. *Turismo y Sociedad*, XXIV, 77-100. <https://doi.org/10.18601/01207555.n24.04>.
- Mauleon-Mendez, E., Genovart-Balaguer, J., Merigo, J.M., i Mulet-Forteza, C. (2018). Sustainable Tourism Research toward twenty-five years of the Journal of Sustainable Tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 6(1), 23-46. <https://doi.org/10.30519/ahtr.406555>
- McGehee, N., i Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- Meadows, D. H., Meadows, D.L., Randers, J., i Behrens III, W.W. (ed.) (1972). *The Limits to Growth*. Nova York: A Potomac Associates Book.
- Méndez Martínez, C., i Rondón Sepúlveda, M.A. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de psiquiatría*, 41(1), 197-207. [https://doi.org/10.1016/S0034-7450\(14\)60077-9](https://doi.org/10.1016/S0034-7450(14)60077-9)
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- Ministeri de Turisme i Comerç (2015). *Línies estratègiques 2015-2019*. Govern d'Andorra. https://www.govern.ad/turisme/item/download/399_4e0da4e963792e6ef014e79bc9849067
- Ministeri de Turisme i Comerç (2016). *Pla estratègic del turisme de compres 2a fase - Estratègia i accions a dur a terme Presentació al sector comercial i turístic*. Govern d'Andorra. <https://www.andorrabusiness.com/wp-content/uploads/2016.11.08-Pla-estrategic-turisme-de-compres.pdf>
- Moreira Gregori, P. E., Román, C., i Martín, J. C. (2022). Residents' perception of a mature and mass tourism destination: The determinant factors in Gran Canaria. *Tourism Economics*, 28(2), 515-534. <https://doi.org/10.1177/1354816620968330>
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>

- Moya Mosquera, P., i Muñoz-Barriga, A. (2022). Residentes, conservación, desarrollo y turismo en Galápagos. *Revista de geografía Norte Grande*, 83, 201-220. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022022000300201>
- Muler Gonzalez, V., Coromina, L., i Galí, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73(3), 277-296. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-013810.1108/tr-08-2017-013>
- Muresan, I.C., Harun, R., Arion, F.H., Fatah, A.O., i Dumitras, D.E. (2021). Exploring Residents' Perceptions of the Socio-Cultural Benefits of Tourism Development in the Mountain Area. *Societies*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/soc11030083>
- Navalón-García, R. (2020). La paradoja del overtourism y undertourism en un mismo destino: Nueva Tabarca (Alicante, España). *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31. Sostenibilidad Turística: overtourism vs. undertourism. <http://hdl.handle.net/10045/109700>
- One Planet Sustainable Tourism Programme (2020). One Planet Vision for a Responsible Recovery of the Tourism Sector. <https://www.unwto.org/es/covid-19-oneplanet-iniciativas-recuperacion-responsable>
- Organització de les Nacions Unides (1972). *Resultados de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano*. CDA-29. Organització de les Nacions Unides.
- Organització de les Nacions Unides (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Organització de les Nacions Unides.
- Organització de les Nacions Unides (1993). *Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Río de Janeiro, 3 a 14 de junio de 1992, Volumen II: Actuaciones de la Conferencia*. Organització de les Nacions Unides.
- Organització de les Nacions Unides (2002). *Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*. Organització de les Nacions Unides.
- Organització de les Nacions Unides (2019). *Desarrollo sostenible de las montañas. Informe del Secretario General. A/74/209*. Organització de les Nacions Unides.

- Organització de les Nacions Unides i Organització Mundial del Turisme (1999). Code Mondial d'éthique du tourisme. Pour un tourisme responsable. Organització Mundial del Turisme. <https://www.unwto.org/fr/code-mondial-d-ethique-du-tourisme>
- Organització de les Nacions Unides i Organització Mundial del Turisme (2012). *El futuro que queremos*. Document final de la Conferència, Ríó de Janeiro. Organització de les Nacions Unides.
- Organització Mundial del Turisme i Organització de les Nacions Unides (2015). *Carta Mundial del Turismo*. Aprovada a la Conferència Mundial sobre Turisme Sostenible, realitzada a Vitòria-Gasteiz. Organització Mundial del Turisme.
- Organització Mundial del Turisme, Organització de les Nacions Unides i Unió Europea (1995). *Carta Mundial del Turisme*. Aprovada a la Conferència Mundial sobre Turisme Sostenible, realitzada a Lanzarote. Organització de les Nacions Unides.
- Organització Mundial per al Turisme (2003). *Climate Change and Tourism*. Resultats de la 1a Conferència de turisme i canvi climàtic Djerba, 9-11 d'abril. https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=861
- Organització Mundial per al Turisme (2007). *Davos Declaration "Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges"*. Organització Mundial per al Turisme. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.2007.17.02>
- Organització Mundial del Turisme (16 de gener de 2017). 2017, Año internacional del turismo sostenible para el desarrollo. [Comunicat de premsa].
- Organització Mundial per al Turisme (2018a). *Sustainable Mountain Tourism- Opportunities for Local Communities*. Organització Mundial per al Turisme. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420261>
- Organització Mundial per al Turisme (2018b). *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. Organització Mundial per al Turisme. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420070>
- Organització Mundial del Turisme (2018c). La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica.

- Organització Mundial per al Turisme (2019). *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*. Organització Mundial per al Turisme.
- Organització Mundial per al Turisme (2020). *AIUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism*. Organització Mundial per al Turisme, Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422159>
- Organització Mundial per al Turisme (agost/setembre 2020). World Tourism Barometer, 18 (5) Organització Mundial per al Turisme. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.5>
- Organització Mundial per al Turisme i Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. Organització Mundial per al Turisme. <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/8741>
- Orobitg i Carné, N. (1974). *Anuari Guia Turística i Comercial d'Andorra, 1973-1974*. Edicions Publicitat Andogràfica.
- Peltier, D. (15 de març de 2020). Travel Megatrends 2019: Undestourism is the new Overtourism. SKIFT.
- Pérez, C. (2009). *Técnicas estadísticas multivariantes con SPSS*. Ibergaceta publicaciones S.L.
- Pérez, V.E., Santoyo, A.H., Guerrero, F., Leon, M.A., da Silva, C.L., i Caballero, R. (2017). Measuring the sustainability of Cuban tourism destinations considering stakeholders' perceptions, *International Journal of Tourism Research*, 19(3), 318-328.
- Pierret, F. (2010, abril). Conférence sur le tourisme de neige et de montagne [sessió de conferència], 6è Congrés Mundial de Turisme de Neu i de Muntanya, Organització Mundial del Turisme, Andorra.
- Pierri, N. (2005). Historia del concepto de desarrollo sustentable. *¿Sustentabilidad? Desacuerdo sobre el desarrollo sustentable*. 27-81.
- Pons Pons, M. (2014). *Climate change impact on winter tourism in the Pyrenees and adaptation strategies*. [Tesi doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/284721>

- Pons, M., Johnson, P.A., Rosas, M., i Jover, E. (2014). A georeferenced agent-based model to analyze the climate change impacts on ski tourism at a regional scale. *International Journal of Geographical Information Science*, 28(12), 2474-2494.
- Pröbstl-Haider, U., Haider, W., Wirth, V., i Beardmore, B. (2015). Will climate change increase the attractiveness of summer destinations in the European Alps? A survey of German tourists. *Journal of Outdoor. Recreation and Tourism*, 11, 44–57. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2015.07.003>
- Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (2020). *10YFP - 10 Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production Patterns*. Consultat el 14 de desembre de 2020. <https://www.unenvironment.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/one-planet-network/10yfp-10-year-framework-programmes>
- Ramón Cardona, J. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza*. [Tesi doctoral, Universitat de les Illes Balears].
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N. i Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>
- Rey C., i Ramil, M. (2007). *Introducción a la estadística descriptiva* (2a ed). Gesbiblio.
- Ribas i Comas, M. (2007). *La realitat d'un somni. 50 aniversari Pas de la Casa-Grau Roig 1957-2007*. Saetde.
- Richards, G., i Hall, D. (2000). *Tourism and Sustainable Community Development*. Routledge Advances in Tourism.
- Río-Rama, M., Maldonado-Erazo, C., Durán-Sánchez, A., i Álvarez-García, J. (2019). Mountain tourism research. A review. *European Journal of Tourism Research*, 22, 130-150. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v22i.380>
- Rodríguez Rodríguez, I. (2011). La tesis de los límites físicos del crecimiento: una revisión a los informes del Club de Roma. *Revista de Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacionales*, 5(2), 75-104.

- Romagosa Casals, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 1-5.
- Romagosa Casals, F. (2021). Turisme: de la quantitat a la qualitat, de la llunyania a la proximitat. *Pensem.cat*. <https://www.pensem.cat/noticia/172/turisme-quantitat-qualitat-llunyania-proximitat>
- Rossell, A. (1968). *Anuari Guia Turístic i Comercial del Principat d'Andorra, 1968*. Edició PAC.
- Ryan, C., i Montgomery, D. (1994). The Attitudes of Bakewell Residents to Tourism and Numbers in Community Responsive Tourism. *Tourism Management* 15, 358-369. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90090-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90090-6)
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4),1121-1140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Saarinen, J., i Varnajot, A. (2019). The Arctic in tourism: Complementing and contesting perspectives on tourism in the Arctic. *Polar Geography*, 42(2), 109–124. <https://doi.org/10.1080/1088937X.2019>
- Salinas Chávez, E., i La O Osorio, J. A. (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoria a la pràctica en Cuba. *Cuadernos de Turismo*, 17, 201-221.
- Sánchez-Cañizares, S.M, Ana M. Castillo-Canalejo, A.M., i Cabeza-Ramírez, L.J. (2018). Sustainable Tourism in Sensitive Areas: Bibliometric Characterisation and Content Analysis of Specialised Literature. *Sustainability*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051525>
- Sánchez Pulido, L., Daries Ramón, N., i Cristóbal Fransi, E. (2016). Sostenibilidad económica y situación financiera de las estaciones de esquí alpino del Pirineo catalán. *Intangible Capital*, 12 (5), 1451-1483.
- Sancho, A., García, G., i Rozo, E. (2007). Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables. *Annals of tourism research*, 9(1), 150-177.
- Sarraff, V. (2017). El turismo sostenible en España: Camino por delante y lecciones aprendidas, en Sánchez, A.B. (Coord.), Informe sobre sostenibilidad en España 2017, 117-129. Fundación Alternativas.

- Saurí, D., i Llurdés, J.C. (2018). La vulnerabilitat del turisme de neu davant el canvi climàtic. L'exemple del Pirineu català. En Calbó, J., Fraguell, R. M., i Martí, C. (ed.), *Canvi Climàtic i Turisme, Changement Climatique et Tourisme* (49-57), International Summer School on the Environment (17a : 2017).
- Saz Gil, M.I., i Carús Ribalaygua, L. (2008). La sostenibilidad del turismo recreativo de alta montaña. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 5(60), 11-36.
- Scott, D. (2001). Why sustainable tourism must address climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 17-34.
- Scott, D., McBoyle, G., i Minogue, A. (2006). Change and the Sustainability of Ski-based Tourism in Eastern North America: A Reassessment. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 376-398.
- Seraphin, H., i Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 485-500. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0027>
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946.
- Shelby, B., i Haberlein, T.A. (1986). *Carrying Capacity in Recreation Settings*, Oregon State University Press.
- Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., i Kaya, A.G. (2008). An examination of the validity of SUS-TAS in cross-cultures. *Journal of Travel Research* 46(4),414-421. <https://doi.org/10.1177/0047287507308328>
- Sorcaru, I.A., Capatina, A., Muntean, M.-C., Manea, L.-D., i Soare, I. (2022). Residents' Perceptions towards Tourism Development—The Case of Galați-Brăila Conurbation, Romania. *Sustainability*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137962>
- Steiger, R., Knowles, N., Pöll, K., i Rutty, M. (2022). Impacts of climate change on mountain tourism: a review, *Journal of Sustainable Tourism*, 1-34. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2112204>

- Tashakkori, A., i Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications, Inc.
- Teye, V., Sirakaya, E., i Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Thibaut, J.W., i Kelley, H.H. (1959): *The social psychology of groups*. New York: Willey.
- Thiel Ellul, D.F. (2014). *Medición y análisis de la sostenibilidad. Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía*. [Tesi doctoral, Universitat de Màlaga]. <http://hdl.handle.net/10630/8591>
- Tolonen, H., Helakorpi, S., Talala, K., Helasoja, V., Martelin, T., i Prättälä, R. (2006). 25-year Trends and Socio-demographic Differences in Response Rates: Finnish Adult Health Behaviour Survey. *European Journal of Epidemiology*, 21(6), 409-415. <https://doi.org/10.1007/s10654-006-9019-8>
- Tomljenovic, R., i Faulkner, B. (2000). Tourism and Older Residents in a Sunbelt Resort. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 93-114.
- Torres Delgado, A. (2012). *Turismo y sostenibilidad: una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal*. [Tesi doctoral, Universitat de Barcelona].
- Torres-Delgado, A., i López Palomeque, F. (2012). The growth and spread of the concept of sustainable tourism: The contribution of institutional initiatives to tourism policy. *Tourism Management Perspectives*, 4, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.05.001>
- Torres, G. (1952). Una mica d'història. *Revista Neu*, gener. Esquí Club Envalira.
- Torres, G. (1953). *Revista Neu*, febrer. Esquí Club Envalira.
- Torres, J. (21 de febrer de 2024). Cap a un turisme sostenible i de qualitat. *Diari d'Andorra*.
- Tort, M. (2014). *50 anys de Soldeu – El Tarter. El motor d'una parròquia*. Ensisa.
- Tosun, C. (2002). Host Perceptions of Impacts. A Comparative Tourism Study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-258.

- Triola, M. F. (2009). *Estadística* (10a ed.). Pearson.
- Tuohino, A., i Konu, H. (2014), Local stakeholders' views about destination management: who are leading tourism development?, *Tourism Review*, 69(3), 202-215.
- Unió Internacional per a la Conservació de la Naturalesa, Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient i Fons Mundial per a la Naturalesa (1980). *Estrategia Mundial para la Conservación. La conservación de los recursos vivos para el logro de un desarrollo sostenido*. Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient. <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/WCS-004-Es.pdf>
- Vanat, L. (2020). *2020 International Report on Snow&Mountain Tourism. Overview of the key industry figures for ski resorts (12th edition - April 2020)*. <https://www.vanat.ch/RM-world-report-2020.pdf>
- Vanclay, F. (2002). Conceptualising social impacts. *Environmental Impact Assessment Review*, 22(3), 183-211. [https://doi.org/10.1016/S0195-9255\(01\)00105-6](https://doi.org/10.1016/S0195-9255(01)00105-6)
- Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N., i de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2014). Residents' Attitude to Tourism and Seasonality. *Journal of Travel Research*, 53(5), 581-596. <https://doi.org/10.1177/0047287513506295>
- Vera Rebollo, J.F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M.J., i Anton Clavé, S. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades.
- Verd, J.M., i Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa. Fases, métodos y técnicas*. Síntesis Editorial.
- Waligo, V., Clarke, J., i Hawkins, R. (2015). Embedding stakeholders in sustainable tourism strategies, *Annals of Tourism Research*, 55, 90-93.
- Wang, Y. A., i Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>
- Williams, J., i Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(00\)00030-x](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(00)00030-x)

- Williams, P.W., Gill, A.M., i Chura, N. (2004), Branding mountain destinations: The battle for “placefulness”. *Tourism Review*, 59(1), 6-15. <https://doi.org/10.1108/eb058425>
- World Comission on Environment and Development (1987). *Our Common Future*. Annex al document A/42/427- Development and International Co-operation: Environment. United Nations.
- World Travel and Tourism Council (2022). *Travel&Tourism, Economic Impact 2022. Global Trends, August 2022*. World Travel and Tourism Council. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>
- Yu, C.-P.S., Chancellor, H.C., i Cole, S.T. (2011). Measuring Residents’ Attitudes toward Sustainable Tourism: A Reexamination of the Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63. <https://doi.org/10.1177/004728750935318>
- Zerva, K., Palou, S., Blasco, D., i Donaire Benito, J. A. (2018). Tourism-philía versus tourism-phobia: residents and destination management organization’s publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*, 21(2), 306–329. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1522510>

Annexes

Annex 1. Qüestionari



Benvolgut/da, Soc l'Eva Garcia Lluelles, doctoranda de la Universitat d'Andorra (UdA). Estic realitzant la meva recerca sobre el turisme sostenible en zones de muntanya, específicament en el cas del Pirineu andorrà. Per a la realització d'aquest treball és indispensable conèixer l'opinió dels residents al país. La vostra opinió és molt important i per aquesta raó us agrairia que omplíssiu el qüestionari següent, d'una durada aproximada de 5 minuts, abans del dia 25 de novembre de 2022. La finalitat és avaluar les actituds de la població resident a Andorra envers el turisme, des d'una perspectiva de la sostenibilitat turística. El qüestionari és anònim i les dades obtingudes es tractaran de forma confidencial i agregada amb finalitats exclusivament d'investigació. Es garanteix la confidencialitat respecte a la identitat dels participants. La mostra i els resultats de la investigació seran utilitzats únicament per les finalitats descrites. Cordialment, Eva Garcia Lluelles Universitat d'Andorra A/e: egarciall@uda.ad

Secció A: Dades sociodemogràfiques

A1. Sexe

Home

Dona

Altres

A2. Edat

Entre 18 i 29 anys

Entre 30 i 44 anys

Entre 45 i 64 anys

A partir de 65 anys

A3. Lloc de naixement

A Andorra

A l'estranger

A4. Anys de residència al país

Entre 0 i 5 anys (inclosos)

Més de 5 i fins a 10 anys (inclosos)

Més de 10 i fins a 20 anys (inclosos)

Més de 20 anys



A5. Nivell màxim d'estudis finalitzats	Primera ensenyança/ Estudis bàsics	<input type="checkbox"/>
	Segona ensenyança/ Estudis obligatoris	<input type="checkbox"/>
	Batxillerat o formació professional	<input type="checkbox"/>
	Ensenyament professional superior	<input type="checkbox"/>
	Estudis universitaris	<input type="checkbox"/>
A6. Situació laboral com a activitat principal	Treballador en actiu	<input type="checkbox"/>
	Aturat	<input type="checkbox"/>
	Estudiant	<input type="checkbox"/>
	No treballa	<input type="checkbox"/>
	Jubilat- pensionista	<input type="checkbox"/>
A7. Teniu una feina relacionada amb el sector turístic?	Sí	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
A8. Escolliu el tipus de treball	Treballador per compte propi	<input type="checkbox"/>
	Assalariat sector privat	<input type="checkbox"/>
	Assalariat sector públic o parapúblic	<input type="checkbox"/>
Secció B: Actitud envers el turisme		
Puntueu la vostra resposta de l'1 al 5, essent 1 molt en desacord, 2 en desacord, 3 indiferent, 4 d'acord i 5 molt d'acord		
B1. El turisme és positiu per a l'economia del país	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
	4	<input type="checkbox"/>
	5	<input type="checkbox"/>



B2. El turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B3. El turisme ha afavorit la millora dels serveis públics del país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B4. Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B5. El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (salaris)	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>



B6. El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (estabilitat)	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B7. El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (possibilitats de creixement en el lloc de treball/ carrera professional)	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B8. El turisme afavoreix l'especulació immobiliària a Andorra	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B9. El turisme afavoreix l'augment del cost de vida al país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>



B10. El turisme afavoreix la inseguretat ciutadana (robatoris, vandalisme,...) al país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B11. El turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B12. El turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B13. El turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>



B14. El turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B15. El turisme permet conèixer gent d'altres cultures	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B16. El turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B17. El turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>



B18. El turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B19. El turisme incentiva el consum de productes locals d'Andorra	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B20. El turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia, etc.	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
B21. El turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
Secció C: Percepció del model turístic	
C1. Esteu familiaritzat amb el concepte de turisme sostenible (és a dir, aquell tipus de turisme que busca un equilibri entre l'activitat econòmica, el benestar social i la conservació del medi ambient)?	Sí <input type="checkbox"/>
	No <input type="checkbox"/>



Secció D: Satisfacció amb el model turístic

Puntueu la vostra resposta de l'1 al 5, essent 1 molt en desacord, 2 en desacord, 3 indiferent, 4 d'acord i 5 molt d'acord

D1. Existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

D2. Hi ha excessiva dependència d'Andorra del sector turístic

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

D3. L'oferta turística està diversificada (turisme cultural, turisme de compres, turisme d'esports, ...)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

D4. Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



D5. El comportament del turista quan visita Andorra és respectuós

1

2

3

4

5

D6. Les institucions del país promouen el turisme sostenible

1

2

3

4

5

D7. En general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra

1

2

3

4

5

Secció E: Impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques
Puntueu la vostra resposta de l'1 al 5, essent 1 molt negatiu, 2 negatiu, 3 neutre, 4 positiu i 5 molt positiu, l'impacte o repercussió que considereu que té el canvi climàtic en les activitats turístiques desenvolupades a Andorra:

E1. Turisme en general

1

2

3

4

5



E2. Turisme d'esquí	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
E3. Turisme de natura	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
E4. Turisme de compres	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
E5. Turisme cultural	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>
E6. Altres activitats turístiques	1 <input type="checkbox"/>
	2 <input type="checkbox"/>
	3 <input type="checkbox"/>
	4 <input type="checkbox"/>
	5 <input type="checkbox"/>



E7. Especifiqueu les altres activitats turístiques

Secció F: Consideracions finals

F1. Comenteu qualsevol aspecte que desitgeu destacar sobre la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del model turístic d'Andorra

Moltes gràcies per la vostra col·laboració

Annex 2. Entrevista



UNIVERSITAT D'ANDORRA

Model d'entrevista semiestructurada sobre el turisme i la percepció dels residents a Andorra

Benvolgut/da,

Soc l'Eva Garcia Lluelles, doctoranda de la Universitat d'Andorra (UdA). Estic realitzant la meva recerca sobre la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del turisme a Andorra i la percepció dels residents. Per a la realització d'aquest treball és indispensable conèixer l'opinió de la població. La vostra col·laboració és molt important i, per aquesta raó, us agraeixo la vostra participació en l'entrevista.

L'entrevista s'ha estructurat en vuit apartats. La durada aproximada és de 30 minuts. Les dades obtingudes es tractaran de forma confidencial amb finalitats exclusivament d'investigació. Es garanteix la confidencialitat respecte a la identitat dels entrevistats. Els resultats de la investigació seran utilitzats únicament per les finalitats descrites.

1. En quina mesura ha contribuït el turisme al desenvolupament del país?
2. Des del punt de vista de la sostenibilitat, està satisfet amb el model turístic actual?
3. Al seu criteri, quins són els principals impactes negatius del turisme, des del punt de vista de la sostenibilitat (impactes ambientals, impactes socials i culturals, impactes econòmics)?

4. Quins són els principals impactes positius del turisme a Andorra, des del punt de vista de la sostenibilitat (impactes ambientals, impactes socials i culturals, impactes econòmics)?
5. Quines creu que han estat les iniciatives, públiques i privades, orientades a fer més sostenible l'actual model turístic?
6. Es té en compte l'opinió de la població resident en la planificació turística?
7. Quin és el seu grau de preocupació pel canvi climàtic? Pel que fa a les activitats turístiques a Andorra, com creu que impacta el canvi climàtic? Creu que hi ha diferència en l'impacte del canvi climàtic entre les activitats turístiques de la temporada d'hivern i d'estiu?
8. Creu que es duen a terme iniciatives per fer front al canvi climàtic, especialment en l'àmbit turístic?

Annex 3. Taules de freqüències i descriptius dels ítems de l'enquesta

Taula 38 Freqüències de les variables sociodemogràfiques

Codi	Descripció	Freqüència	Percentatge
Sexe	Dones	249	66,94
	Homes	123	33,06
Edat	Entre 18 i 29	52	13,98
	Entre 30 i 44	107	28,76
	Entre 45 i 64	165	44,35
	Més de 65	48	12,90
Lloc de naixement	Nascuts a Andorra	199	53,49
	Estranger	173	46,51
Anys de residència al país (pels nascuts a l'estranger)	0 i 5 anys inclosos	11	6,36
	Més de 5 anys i fins a 10 inclosos	23	13,29
	Més de 10 anys i fins a 20 anys inclosos	34	19,65
	Més de 20 anys	105	60,69
Nivell màxim d'estudis finalitzats	Primera ensenyança /estudis bàsics	5	1,34
	Segona ensenyança /estudis obligatoris	10	2,69
	Batxillerat o formació professional	55	14,78
	Ensenyament professional superior	17	4,57
	Estudis universitaris	285	76,61

Situació laboral com a activitat principal	Estudiant	31	8,33
	Treballador en actiu	284	76,34
	No treball	9	2,42
	Jubilat-pensionista	45	12,10
	Aturat	3	0,81
Només treballadors en actiu, teniu una feina relacionada amb el sector turístic	Si	49	17,25
	No	235	82,75
Només treballadors en actiu, escolliu el tipus de treball	Assalariat sector públic / parapúblic	127	44,72
	Assalariat sector privat	82	28,87
	Treballador per compte propi	75	26,41

Font: Elaboració pròpia.

Taula 39 Descriptiu dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme

Codi	Ítem	Mitjana	Mediana	Moda	Desviació estàndard
B1	El turisme és positiu per a l'economia del país	4,56	5	5	0,676
B2	El turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país	4,36	5	5	0,777
B3	El turisme ha afavorit la millora dels serveis públics del país	3,77	4	4	1,064

B4	Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques	4,32	4	4	0,720
B5	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (salari)	2,50	3	3	0,901
B6	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (estabilitat)	2,63	3	3	1,019
B7	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (possibilitats de creixement en el lloc de treball/ carrera professional)	2,70	3	3	0,989
B8	El turisme afavoreix l'especulació immobiliària a Andorra	3,98	4	5	1,102
B9	El turisme afavoreix l'augment del cost de vida al país	3,92	4	5	1,010
B10	El turisme afavoreix la inseguretat ciutadana (robatoris, vandalisme,...) al país	2,73	3	2	1,180
B11	El turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)	4,41	5	5	0,800
B12	El turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana	2,67	3	2	1,278

B13	El turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra	3,72	4	4	0,965
B14	El turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país	3,73	4	4	1,024
B15	El turisme permet conèixer gent d'altres cultures	3,80	4	4	1,049
B16	El turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra	2,70	3	3	1,066
B17	El turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país	2,69	3	3	0,995
B18	El turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país	2,87	3	3	1,096
B19	El turisme incentiva el consum de productes locals d'Andorra	2,90	3	3	1,063
B20	El turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia, etc.	3,94	4	4	0,873
B21	El turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país	3,91	4	4	0,910

Font: Elaboració pròpia.

Taula 40 Freqüències dels 21 ítems de l'actitud envers el turisme

Codi	Ítem		1	2	3	4	5
B1	El turisme és positiu per a l'economia del país	Freqüència	3	3	12	119	235
		Percentatge	0,81	0,81	3,23	31,99	63,17
B2	El turisme genera oportunitats de treball i desenvolupament professional per a la població del país	Freqüència	4	3	36	141	188
		Percentatge	1,08	0,81	9,68	37,90	50,54
B3	El turisme ha afavorit la millora dels serveis públics del país	Freqüència	12	33	92	127	108
		Percentatge	3,23	8,87	24,73	34,14	29,03
B4	Andorra destina una proporció important del territori a les activitats turístiques	Freqüència	2	6	26	176	162
		Percentatge	0,54	1,61	6,99	47,31	43,55
B5	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (salaris)	Freqüència	52	128	152	34	6
		Percentatge	13,98	34,41	40,86	9,14	1,61
B6	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (estabilitat)	Freqüència	57	106	139	59	11
		Percentatge	15,32	28,49	37,37	15,86	2,96
B7	El treball en el sector turístic del país ofereix bones condicions laborals (possibilitats de creixement en el lloc de	Freqüència	39	125	131	64	13
		Percentatge	10,48	33,60	35,22	17,20	3,49

	treball/ carrera professional)						
B8	El turisme afavoreix l'especulació immobiliària a Andorra	Freqüència	12	32	62	113	153
		Percentatge	3,23	8,60	16,67	30,38	41,13
B9	El turisme afavoreix l'augment del cost de vida al país	Freqüència	7	26	86	125	128
		Percentatge	1,88	6,99	23,12	33,60	34,41
B10	El turisme afavoreix la inseguretat ciutadana (robatoris, vandalisme,...) al país	Freqüència	61	107	105	68	31
		Percentatge	16,40	28,76	28,23	18,28	8,33
B11	El turisme repercuteix negativament en la mobilitat del país (congestions a les carreteres)	Freqüència	3	6	38	115	210
		Percentatge	0,81	1,61	10,22	30,91	56,45
B12	El turisme contribueix a la pèrdua de la identitat andorrana	Freqüència	82	99	89	63	39
		Percentatge	22,04	26,61	23,92	16,94	10,48
B13	El turisme contribueix a desenvolupar activitats culturals a Andorra	Freqüència	11	34	72	187	68
		Percentatge	2,96	9,14	19,35	50,27	18,28
B14	El turisme contribueix a la destrucció o degradació del medi ambient i dels ecosistemes del país	Freqüència	9	39	87	145	92
		Percentatge	2,42	10,48	23,39	38,98	24,73
B15		Freqüència	11	35	79	141	106

	El turisme permet conèixer gent d'altres cultures	Percentatge	2,96	9,41	21,24	37,90	28,49
B16	El turisme ajuda a mantenir i protegir els espais naturals a Andorra	Freqüència	51	114	118	73	16
		Percentatge	13,71	30,65	31,72	19,62	4,30
B17	El turisme és més respectuós amb el medi ambient que altres sectors econòmics del país	Freqüència	40	123	135	59	15
		Percentatge	10,75	33,06	36,29	15,86	4,03
B18	El turisme contribueix a elevar els nivells de renda i els salaris de la població resident al país	Freqüència	44	94	124	86	24
		Percentatge	11,83	25,27	33,33	23,12	6,45
B19	El turisme incentiva el consum de productes locals d'Andorra	Freqüència	37	98	123	93	21
		Percentatge	9,95	26,34	33,06	25,00	5,65
B20	El turisme a Andorra consumeix gran quantitat de recursos com aigua, energia, etc.	Freqüència	4	17	79	171	101
		Percentatge	1,08	4,57	21,24	45,97	27,15
B21	El turisme té efectes positius en altres activitats econòmiques del país	Freqüència	5	21	78	165	103
		Percentatge	1,34	5,65	20,97	44,35	27,69

Font: Elaboració pròpia.

Taula 41 Descriptiu dels 7 ítems de la satisfacció amb el model turístic

Codi	Ítem	Mitjana	Mediana	Moda	Desviació estàndard
D1	Existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants	4,06	4	4	0,828
D2	Hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic	4,42	5	5	0,761
D3	L'oferta turística està diversificada (turisme cultural, turisme de compres, turisme d'esports, ...)	3,43	4	4	1,000
D4	Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible	2,56	3	3	1,001
D5	El comportament del turista quan visita Andorra és respectuós	3,01	3	3	0,895
D6	Les institucions del país promouen el turisme sostenible	2,68	3	3	1,024
D7	En general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra	2,76	3	3	1,031

Font: Elaboració pròpia.

Taula 42 Freqüències dels 7 ítems de satisfacció amb el turisme

Codi	Ítem		1	2	3	4	5
D1	Existeix excessiva estacionalitat (concentració en períodes concrets) en la rebuda de visitants	Freqüència	2	16	56	180	118
		Percentatge	0,54	4,30	15,05	48,39	31,72
D2	Hi ha excessiva dependència a Andorra del sector turístic	Freqüència	2	8	26	131	205
		Percentatge	0,54	2,15	6,99	35,22	55,11
D3	L'oferta turística està diversificada (turisme cultural, turisme de compres, turisme d'esports, etc.)	Freqüència	10	65	97	155	45
		Percentatge	2,69	17,47	26,08	41,67	12,10
D4	Andorra s'orienta cap a un model de turisme sostenible	Freqüència	56	125	129	51	11
		Percentatge	15,05	33,60	34,68	13,71	2,96
D5	El comportament del turista quan visita Andorra és respectuós	Freqüència	16	88	156	101	11
		Percentatge	4,30	23,66	41,94	27,15	2,96
D6	Les institucions del país promouen el turisme sostenible	Freqüència	49	111	137	60	15
		Percentatge	13,17	29,84	36,83	16,13	4,03
D7	En general, estic satisfet amb el model turístic d'Andorra	Freqüència	41	116	121	80	14
		Percentatge	11,02	31,18	32,53	21,51	3,76

Font: Elaboració pròpia.

Taula 43 Freqüència turisme sostenible

Esteu familiaritzat amb el concepte de turisme sostenible (és a dir, aquell tipus de turisme que busca un equilibri entre l'activitat econòmica, el benestar social i la conservació del medi ambient)?		Sí	No
	Freqüència	285	87
	Percentatge	76,61	23,39

Font: Elaboració pròpia.

Taula 44 Descriptiu dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques

Codi	Ítem	Mitjana	Mediana	Moda	Desviació estàndard
E1	Turisme en general	3,10	3	3	0,974
E2	Turisme d'esquí	3,12	3	4	1,389
E3	Turisme de natura	3,36	3	4	1,064
E4	Turisme de compres	2,95	3	3	1,077
E5	Turisme cultural	3,12	3	3	0,990
E6	Altres activitats turístiques	3,07	3	3	0,769

Font: Elaboració pròpia.

Taula 45 Freqüències dels 6 ítems de l'impacte del canvi climàtic a les activitats turístiques

Codi	Ítem		1	2	3	4	5
E1	Turisme en general	Freqüència	14	88	145	96	29
		Percentatge	3,76	23,66	38,98	25,81	7,80
E2	Turisme d'esquí	Freqüència	60	78	71	83	80
		Percentatge	16,13	20,97	19,09	22,31	21,51

E3	Turisme de natura	Freqüència	17	63	114	125	53
		Percentatge	4,57	16,94	30,65	33,60	14,25
E4	Turisme de compres	Freqüència	35	83	154	64	36
		Percentatge	9,41	22,31	41,40	17,20	9,68
E5	Turisme cultural	Freqüència	21	63	174	78	36
		Percentatge	5,65	16,94	46,77	20,97	9,68
E6	Altres activitats turístiques	Freqüència	14	40	241	61	16
		Percentatge	3,76	10,75	64,78	16,40	4,30

Font: Elaboració pròpia.