

# El turisme al món: dinàmiques socials, canvis territorials i oportunitats per crear ocupació i riquesa

Dr. Francisco García Pascual  
Departament de Geografia i Sociologia,  
Universitat de Lleida,  
Abril 2018



# Índex

**01** Presentació  
La revolució del turisme

**02** 10 idees claus per a entendre el turisme actual

**03** Un turisme en transformació  
Factors explicatius

**04** Les potencialitats i febleses del turisme

**04** El turisme a la globalització. El turisme globalitzat. Guanyadors i perdedors





# 01 Presentació La revolució del turisme





Platja de Benidorm (Espanya)



Escalant l'Everest (Nepal)



Harmony of seas, el creuer més gran del món



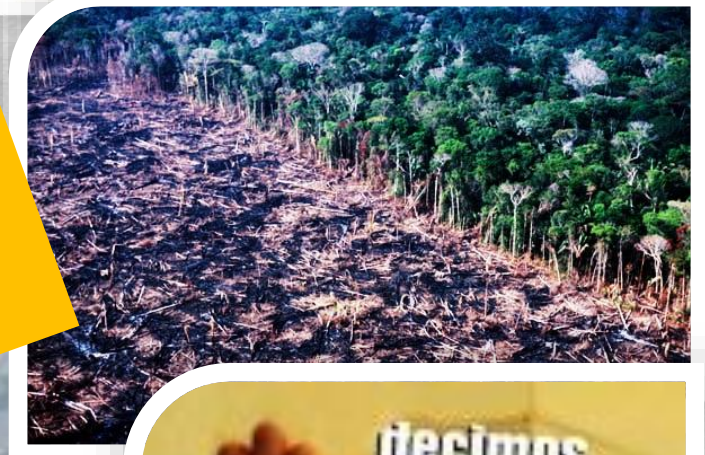
Hotel Hilton (Bora Bora, Polinèsia Francesa)



Portofino (Itàlia)

# El turisme al segle XXI

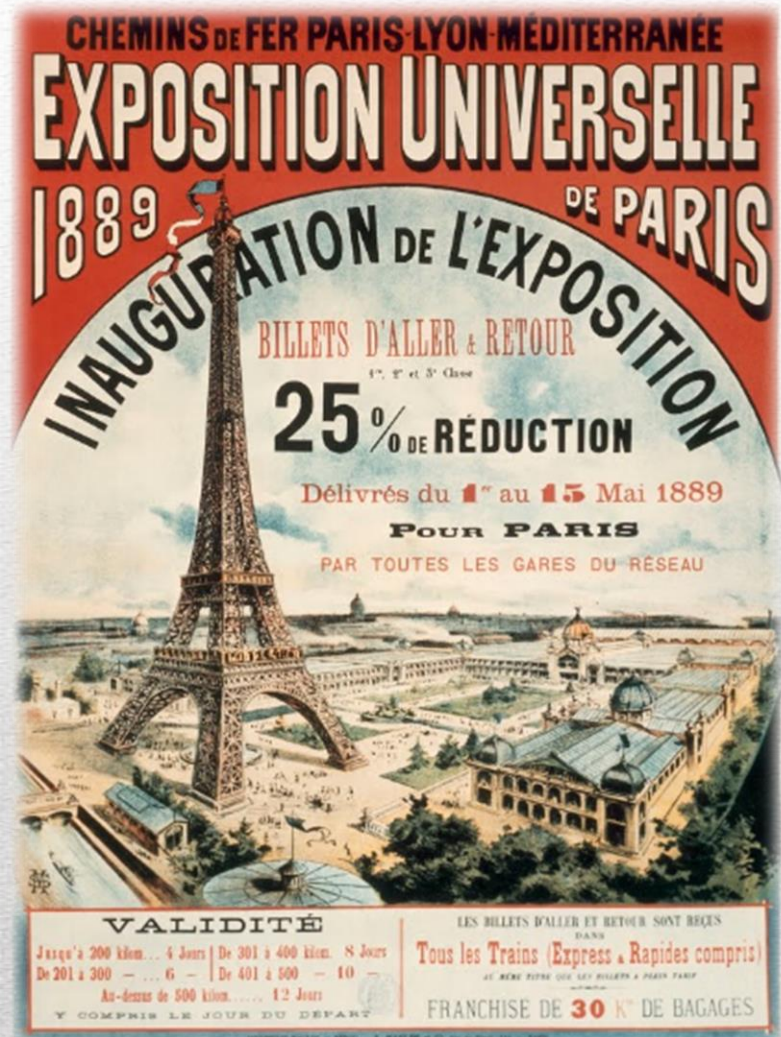




# El turisme al segle XXI







No hi ha cap dubte que **el turisme forma part de la realitat quotidiana** de molts ciutadans i de nombrosos territoris. **Sembla com si a tots els llocs hagués presència turística** i com si a tots els llocs tingués que haver-la.

El turisme **està demostrant una tendència imparable de creixement** en quant al volum de turistes, als ingressos que genera o als territoris que afecta.





Aquest dinamisme, capaç de superar la darrera gran crisi econòmica internacional satisfactòriament, està darrera tant de l'interès individual en la seva promoció, com de les administracions públiques i de les institucions internacionals en el seu foment com a potencial instrument de desenvolupament, al generar, segons s'argumenta, riquesa i ocupació. **Així, el turisme i l'oci contribueixen al desenvolupament econòmic i social.**





Tot i que aquestes tesis son en bona mesura encertades, el turisme és una realitat complexa i contradictòria.

**El turisme i l'oci s'han convertit en els últims anys en un mecanisme fonamental de la globalització. A la seva vegada, la globalització ha influït decisivament a les transformacions estructurals que es desenvolupen el turisme a l'actualitat.**

La magnitud d'aquests canvis és tal que podem parlar de **revolució turística.**



# Els molts turismes al món...



Royal Penthouse Suite a  
l'Hotel President Wilson;  
Ginebra, Suïssa  
**46.000 euros per nit**





# Els molts turismes al món...

Royal Penthouse Suite a  
l'Hotel President Wilson;  
Ginebra, Suïssa  
**46.000 euros per nit**





# Els molts turismes al món...

Pensió Lemus,  
Madrid  
**25 euros per  
nit**







## 02 10 Idees claus per a entendre el turisme actual



**1.**

**El turisme és un fenomen social, econòmic, cultural i polític que té múltiples rostres i molt diversos impactes sobre les societats i les economies d'origen i de recepció dels turistes.**

**2.**

**El turisme de masses sembla que ho domina tot. Però, el turisme també és un dels àmbits de la vida econòmica i social més permeables a l'emprenedoria i la innovació de propostes (siguin productes o destinacions), de creació d'empreses i de llocs de treball.**



### **3.**

**El turisme és un dels sectors econòmics que ha viscut un desenvolupament més espectacular i constant, des de mitjans del segle XX fins a l'actualitat al segle XXI, estretament relacionat amb les diverses etapes del desenvolupament i expansió del capitalisme mundial.**

### **4.**

**El turisme és un sector econòmic molt heterogeni en quant a les seves estructures i formes d'organització, en quant a les motivacions dels turistes, en quant als atractius turístics, i en quant a les empreses i els treballadors que en ell intervenen.**



**5.**

Hem de parlar d'*una dualització espacial* de les activitats turístiques. El turisme està present en bona part del territori, però, al mateix temps, mostra un alt grau de concentració territorial.

**6.**

El turisme és en la seva vessant de fenomen socioeconòmic i cultural percebut com a “neutral” i “positivo” per la majoria dels acadèmics, els polítics i per bona part de la ciutadania. Ara bé, *el turisme no és neutral*. Té impactes positius i negatius.



**7.**

**El turisme és una activitat socioeconòmica que reflexa fefaentment les desigualtats socials que caracteritzen a la societat mundial i a cada societat local. No devem oblidar que la major part de la població mundial segueix exclosa de la possibilitat de “consumir” turisme.**

**8.**

**El turisme actual està en una etapa de transformació de les seves lògiques de localització territorial: es qüestiona l'epicentre tradicional del turisme - tant a escala mundial com a escala de cada país-, i emergeixen nous territoris turístics, alguns dels quals adquireixen una gran preeminència. La competitivitat territorial turística és, doncs, cada vegada més forta.**



## **9.**

**El turisme s'ha configurat com un sistema de producció, distribució i consum del "bé turístic", coherent amb las lògiques organitzatives i territorials del capitalisme en cada moment històric i en cada territori concret.**

**Aquest sistema es conforma per les empreses, els territoris, la força laboral i les institucions turístiques que s'interrelacionen dialècticament i contradictòriament a escales globals i locals.**

**És un sistema on coexisteixen realitats molt diferents, però, està dominat pels interessos de les grans empreses multinacionals.**



## 10.

**El turisme és un sistema complex i heterogeni, que pretén satisfer les “necessitats” d’oci, de descans i de viatge establertes socialment, produint i distribuint el bé turístic.**

**D’aquesta forma, respon a un entramat de percepcions socialment construïdes sobre el “valor” que els diferents productes i destins turístics tenen en relació a la necessitat de satisfacció per la realització de l’oci dels éssers humans.**

**El turisme, per tant, també és una construcció social condicionada pels interessos de cada grup i classe social, que poden mutar en cada territori o en cada moment històric.**





## 03 Un turisme en transformació

Factors explicatius



**El turisme des d'un enfocament holístic**

**El turisme del segle XXI com a complex-sistèmic**

**Comporta l'existència de fluxos de relacions amb la resta de sectors econòmics**

**Les activitats turístiques incideixen en les estructures socials i laborals, en les pautes de consum de la població, i igualment incideixen en el medi ambient**

**Implica un sistema d'acumulació i de distribució dels beneficis interns en el complex turístic i en relació a la resta de la societat local/global**





**Factors clau del desenvolupament del turisme contemporani**



## Forces que estan transformant l'activitat turística a l'actualitat

Forces endògenes

Generalització del modus de producció capitalista a tot el món i assumpció de les pautes socioculturals occidentals com les "úniques" que son "objectiu a assolir", i entre elles està la dedicació de temps a l'oci i al turisme

El grau de desenvolupament de les forces productives dins del propi sector turístic genera mecanismes de creixement autoampliat, impulsat en bona mesura pels interessos dels grans grups empresarials del sector

La diversificació de l'oferta (concordant amb la pluralització dels comportaments socioculturals individuals), provoca la emersió de nous atractius turístics, noves formes de fer turisme i la competència territorial per la activitat turística

Les polítiques públiques en matèria turística giren fonamentalment en la promoció de nous recursos turístics, en l'increment permanent de la capacitat d'atracció de turistes i en l'extensió territorial del fenomen turístic

Turisme en un món en canvi

Evolució econòmica i social a escala internacional i a escala nacional i regional

Creixent, però difusa, percepció i/o interpretació crítica davant el fenomen turístic

Conjuntura canviant polític-institucional en les societats d'origen del turista i en els territoris de destí

Reducció real dels preus dels transports

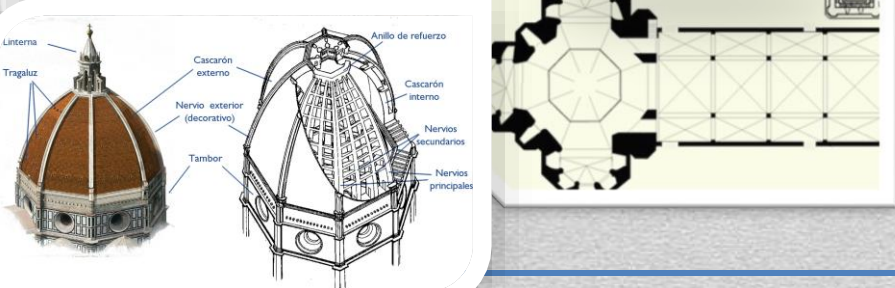
Ús massiu d'internet i de les xarxes socials que permet un accés en temps real a tota la informació turística

Forces exògenes



**El turisme es fa més complex  
amb la globalització**

**Tipus de  
turisme**



**turisme de masses  
d'estiu: de sol i platja**

**turisme segones  
residències**

**turisme de masses  
d'hivern: esquí**

**turisme solidari  
comunitari**

**turisme cultural**

**turisme de compres i  
consum**

**turisme rural**

**turisme ecològic**

**turisme de masses  
urbà**

**turisme d'aventura i  
turisme actiu**

**turisme de negocis**

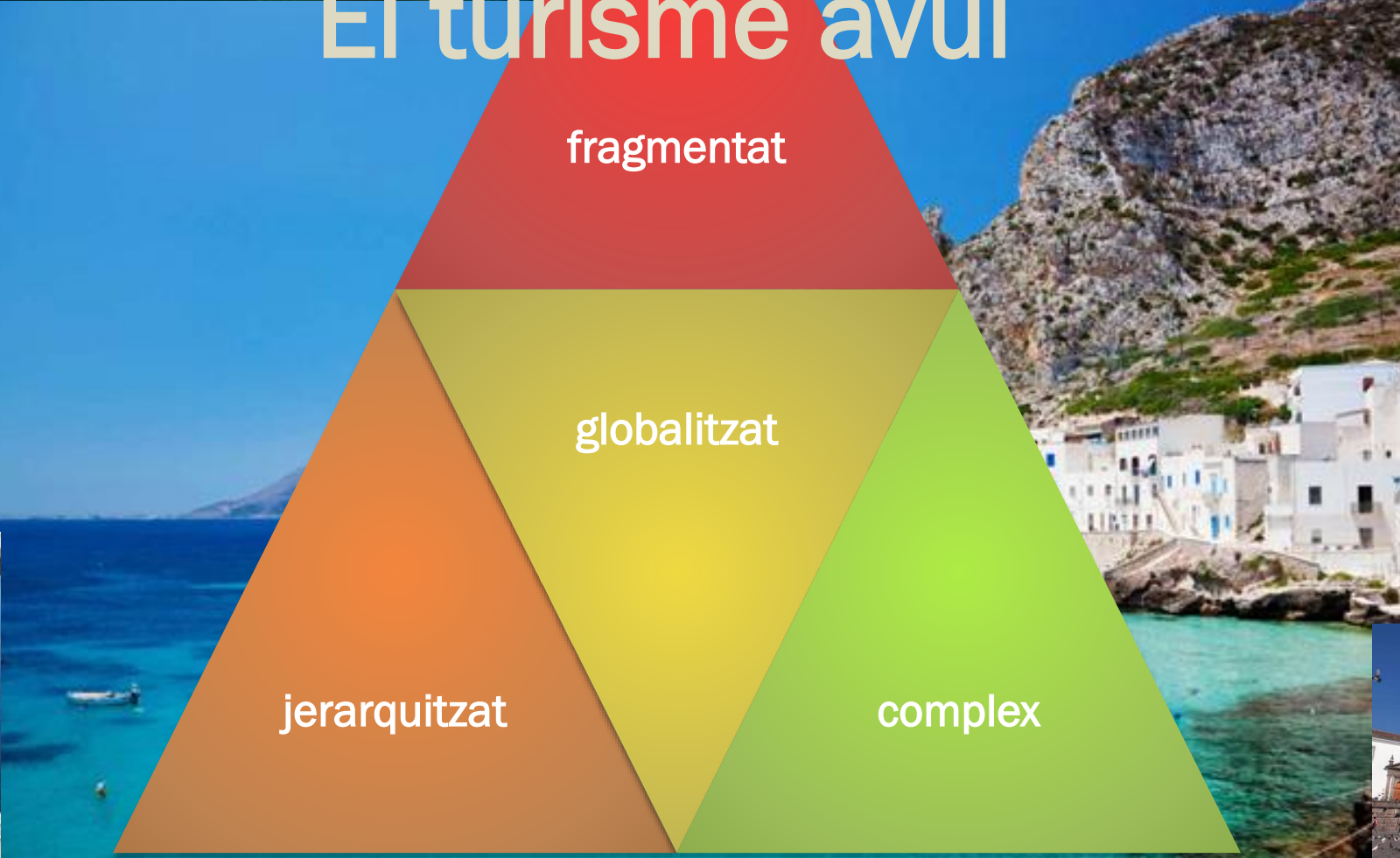
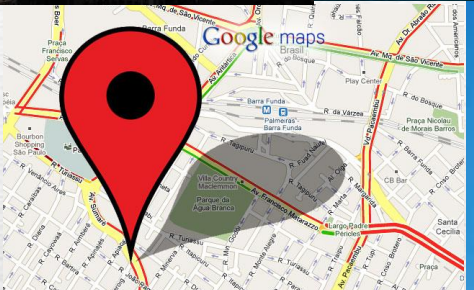
**turisme d'events  
musicals, esportius,  
artístics i culturals**

**turisme religiós**

**turisme relacionat  
amb visites a familiars  
i amics**

**turisme de salut**





# El turisme avui

fragmentat

globalitzat

jerarquitzat

complex







## 04 La potencialitats i febleses del turisme actual



# Xifres clau del turisme mundial avui en dia

## Cifras clave del turismo

PIB



**10%**

(efecto directo, indirecto e Inducido)

Fuente: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Empleos



**1/11**

Fuente: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Exportaciones



**1,5 billones\* \$EE.UU.**



**7%** de las exportaciones mundiales

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

Turistas internacionales



de **25 millones**  
en 1950

a **1186 millones**  
en 2015

**1800 millones**  
previstos en 2030

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

Turistas internos



**5 a 6 mil millones**

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

\* 1 billón = 10<sup>9</sup>

OMT (2017)



# Una primera impressió del potencial econòmic del turisme



**El turisme directament va aportar 2.306.000 milions de \$ a la economia mundial l'any 2016**



**El turisme directament donava ocupació a 109 milions de persones en el mon l'any 2016**





**Tota l'activitat turística (directa o indirecta) va generar 7.613.000 milions de \$ a l'economia mundial l'any 2016, el que suposava el 12% de la mateixa, l'equivalent al PIB de tota Amèrica Llatina, Àfrica i Europa de l'Est juntes**



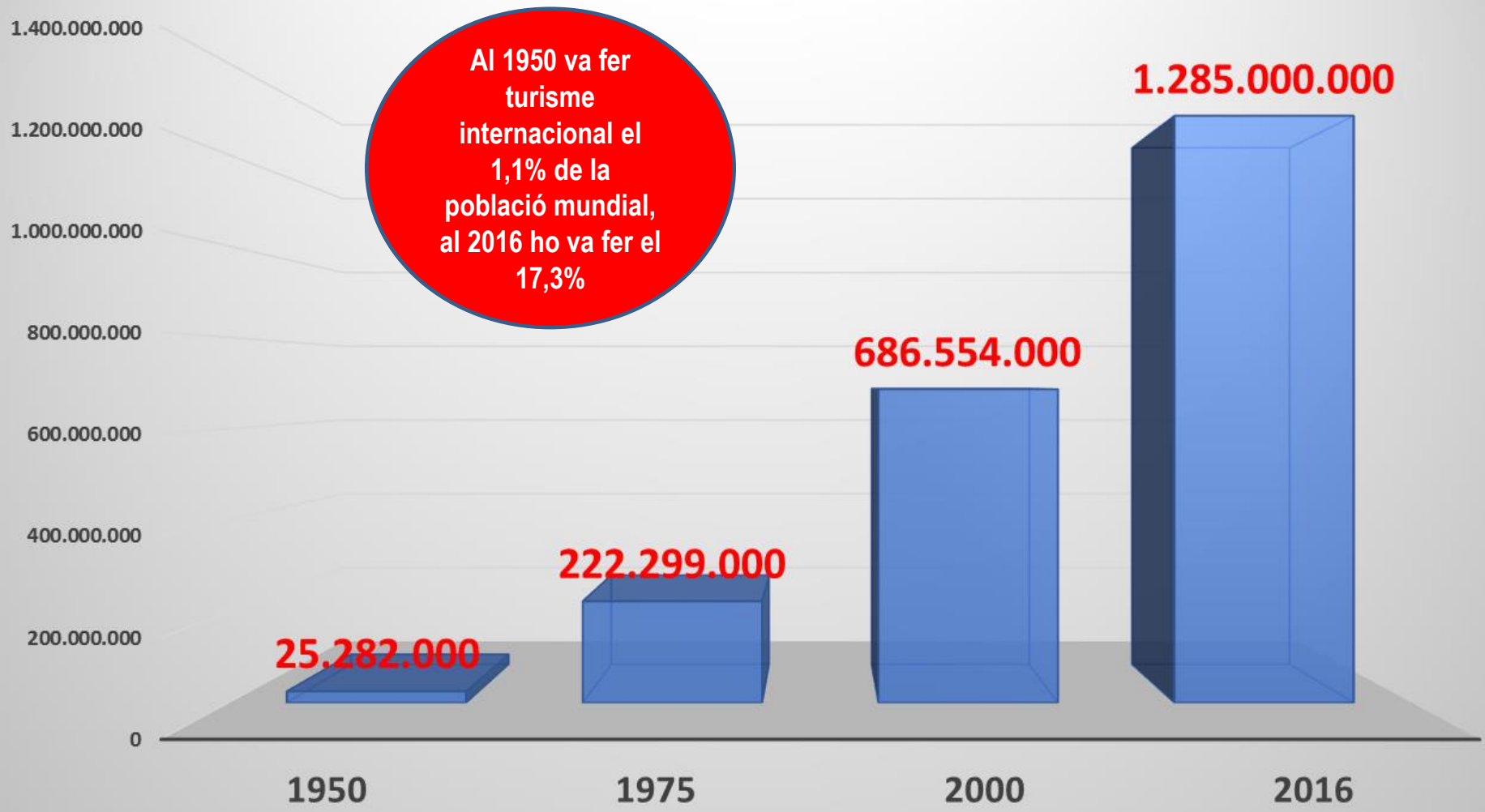
**El turisme directament i indirectament donava ocupació a 292 milions de persones en el món l'any 2016 (el 10% dels treballadors mundials)**



# Un turisme internacional de creixement imparable

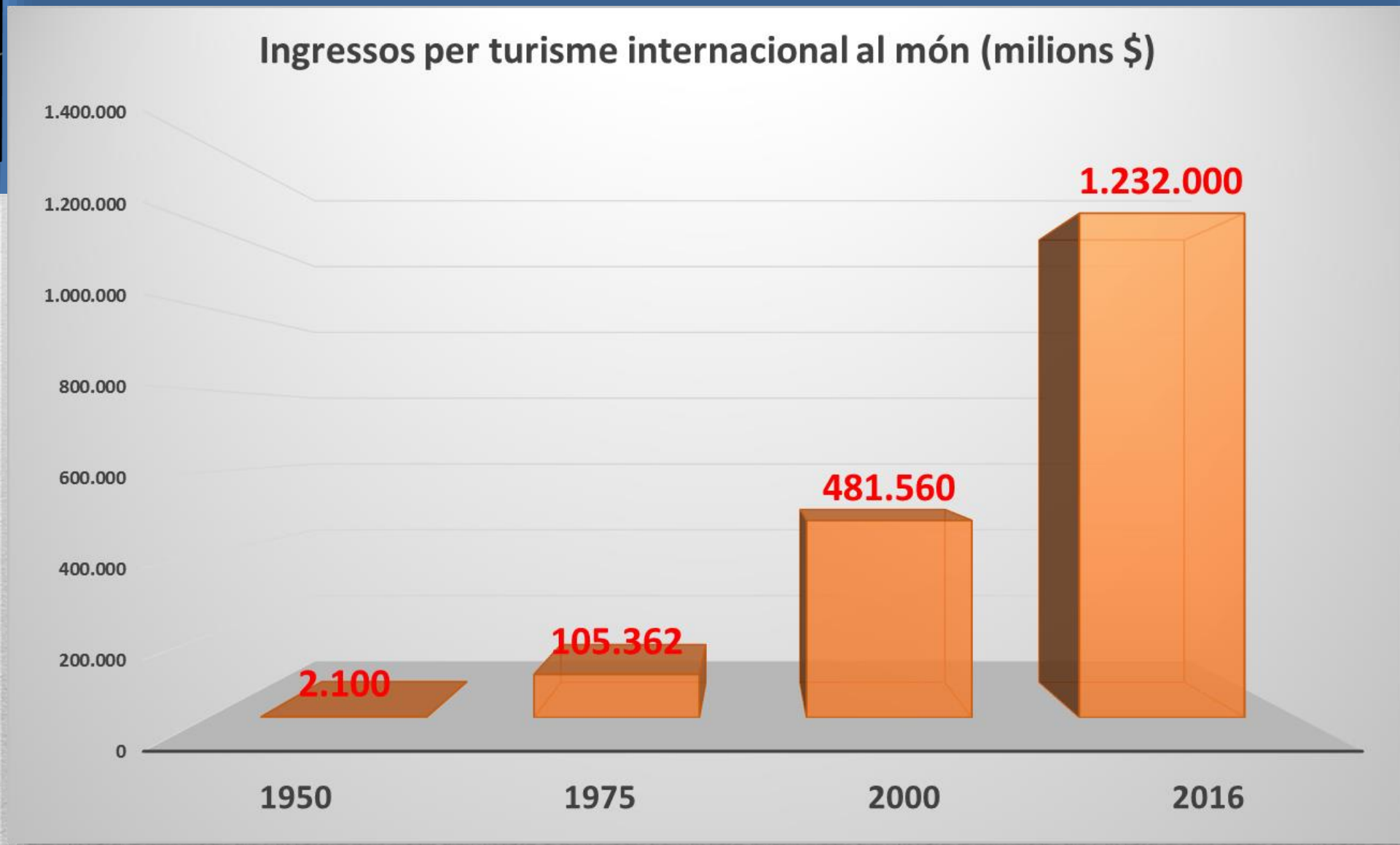


## Nombre de turistes internacionals al món





# Un turisme internacional de creixement imparabile

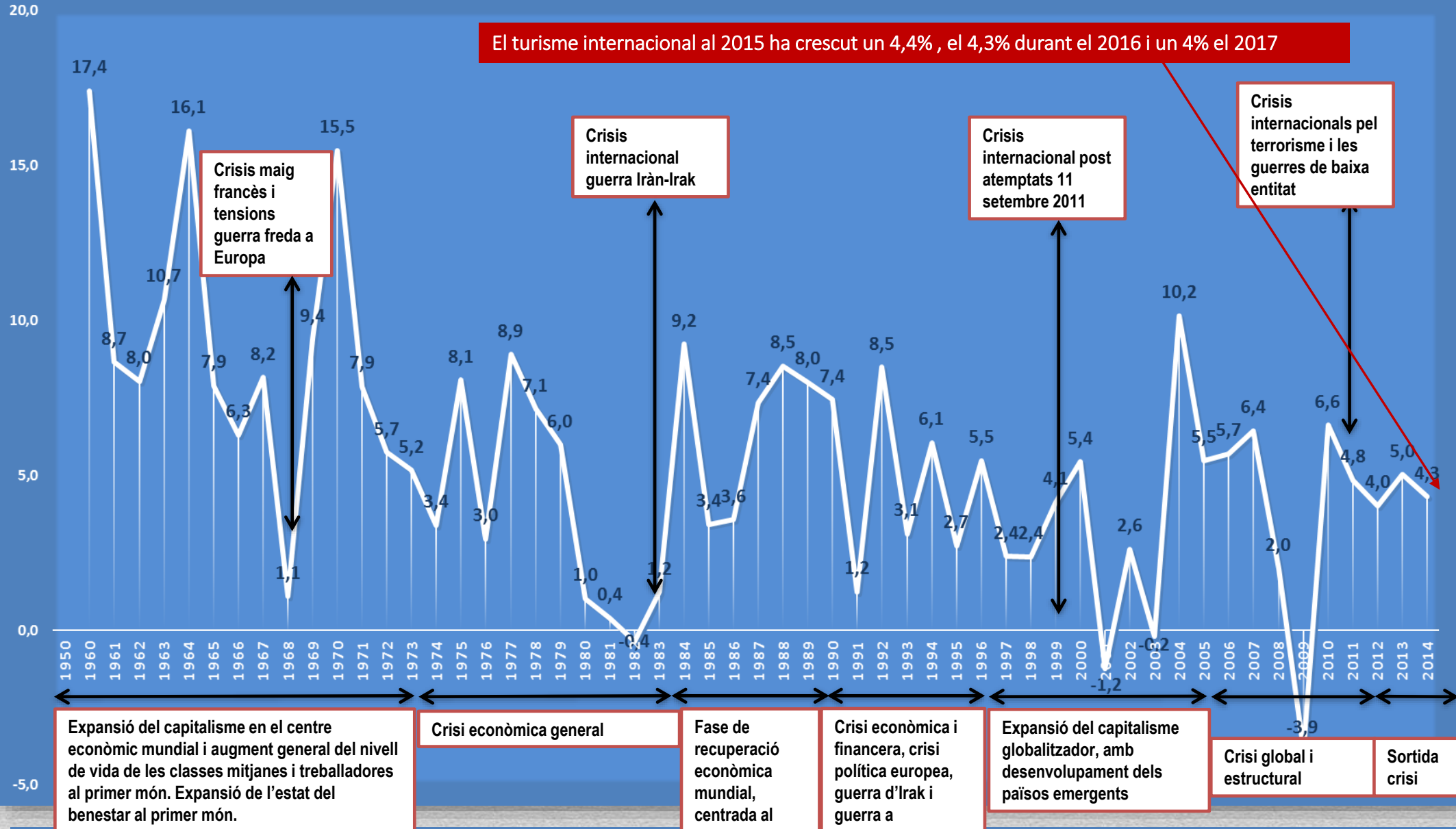




Una activitat socioeconòmica molt afectada por l'evolució de l'economia, dels nivells de vida i de la política internacional

EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE TURISTES INTERNACIONALS AL MÓN (% CREIXEMENT ANUAL)

El turisme internacional al 2015 ha crescut un 4,4% , el 4,3% durant el 2016 i un 4% el 2017



04 La potencialitat i febleses del turisme actual

Expansió del capitalisme en el centre econòmic mundial i augment general del nivell de vida de les classes mitjanes i treballadores al primer món. Expansió de l'estat del benestar al primer món.

Crisi econòmica general

Fase de recuperació econòmica mundial, centrada al «primer món»

Crisi econòmica i financera, crisi política europea, guerra d'Irak i guerra a Iugoslàvia, caiguda de l'URSS

Expansió del capitalisme globalitzador, amb desenvolupament dels països emergents

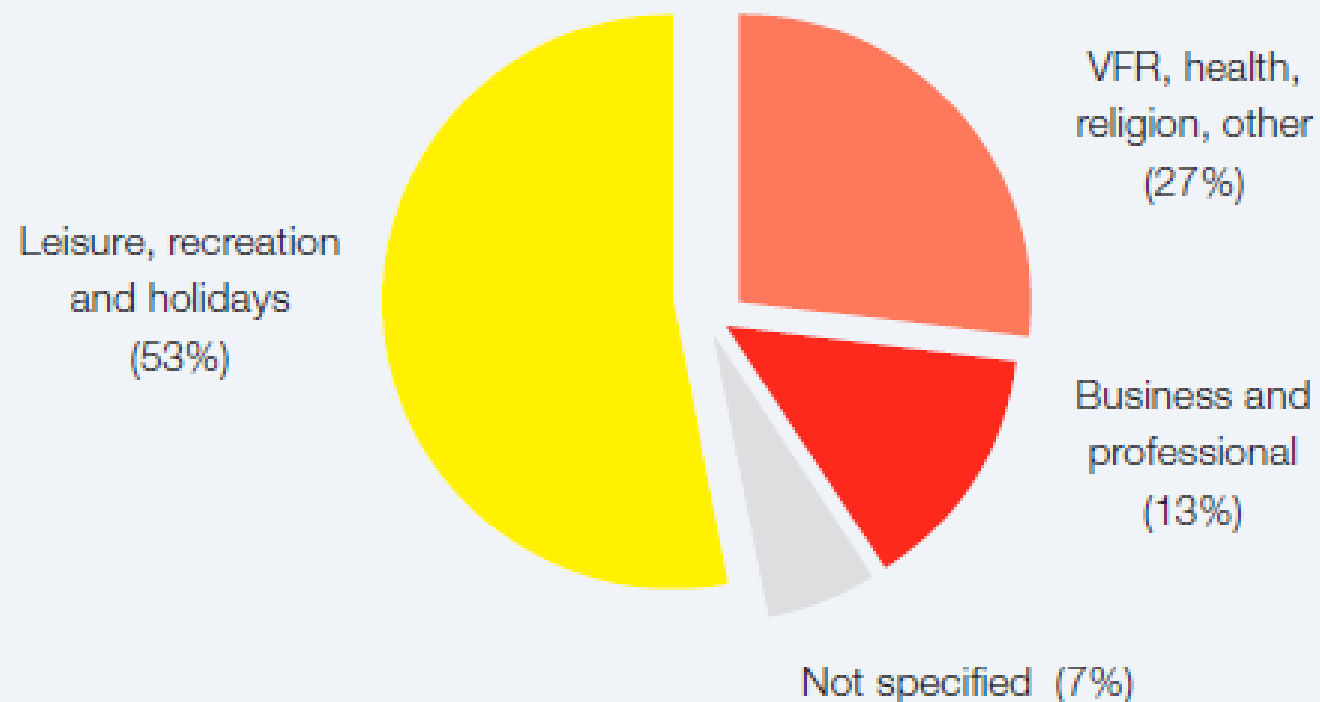
Crisi global i estructural

Sortida crisi



# La motivació fonamental per a fer turisme internacional és l'oci i les vacances

Inbound tourism by purpose of visit, 2016\* (share)



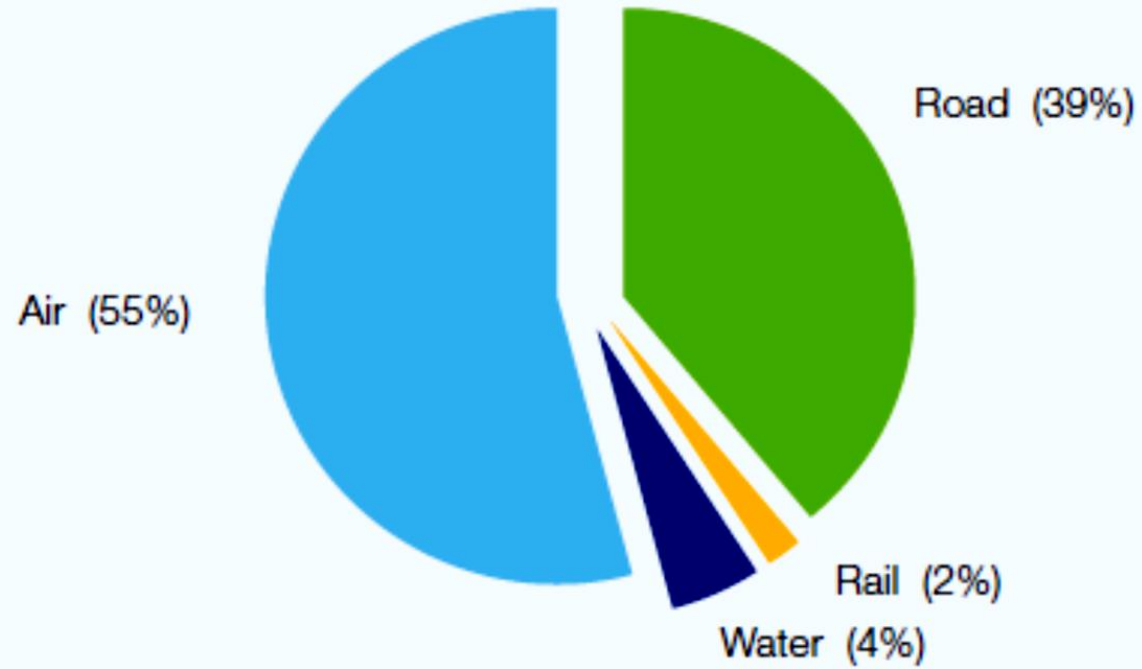
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

**\*VFR: visita a familiars i amics**



# Els dos grans sistemes de transport en termes turístics internacionals: són l'avió i el cotxe

Inbound tourism by mode of transport, 2016\* (share)



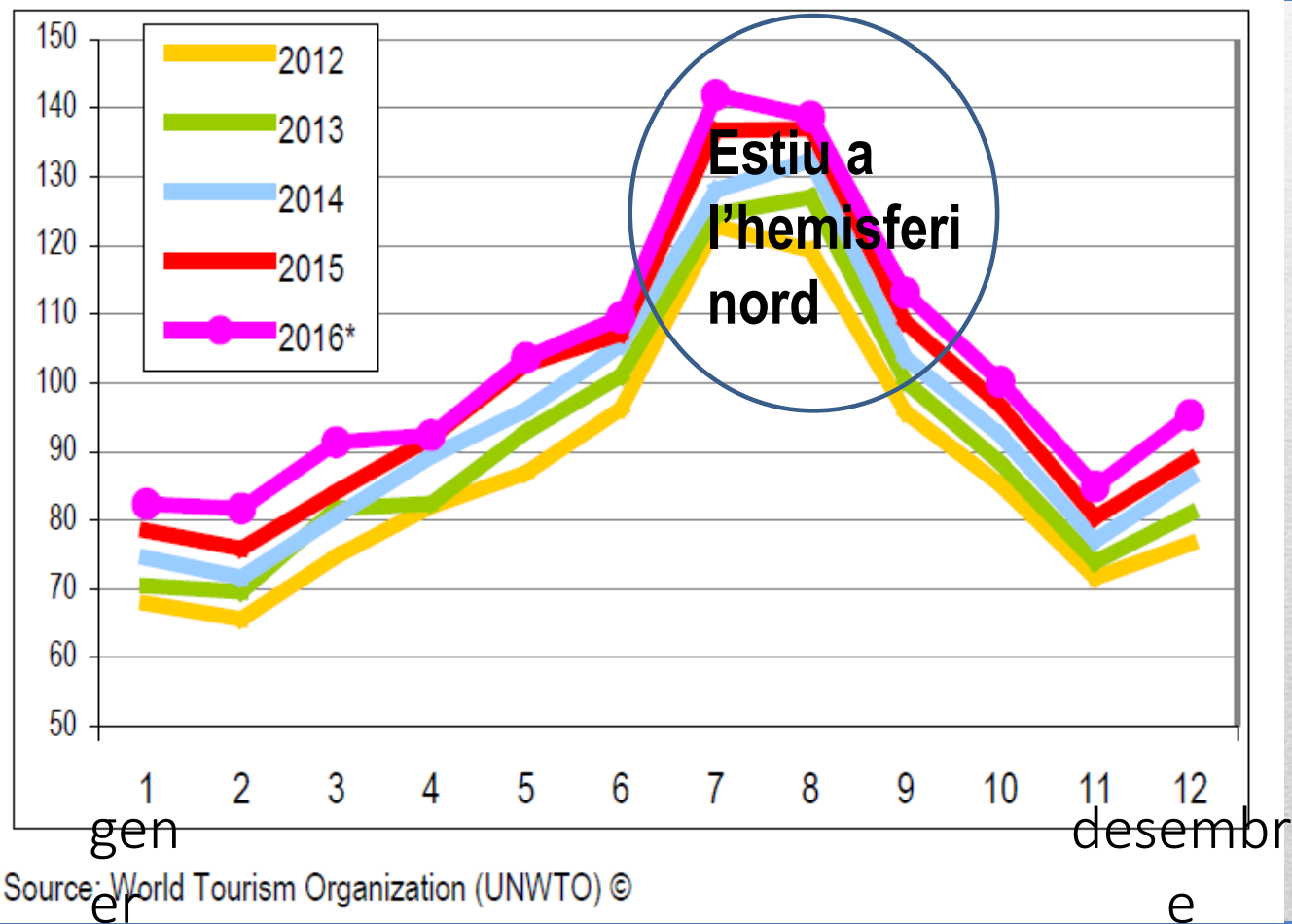
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

# El turisme internacional té una característica fonamental: és fortament estacional

International Tourist Arrivals, monthly evolution

World

(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



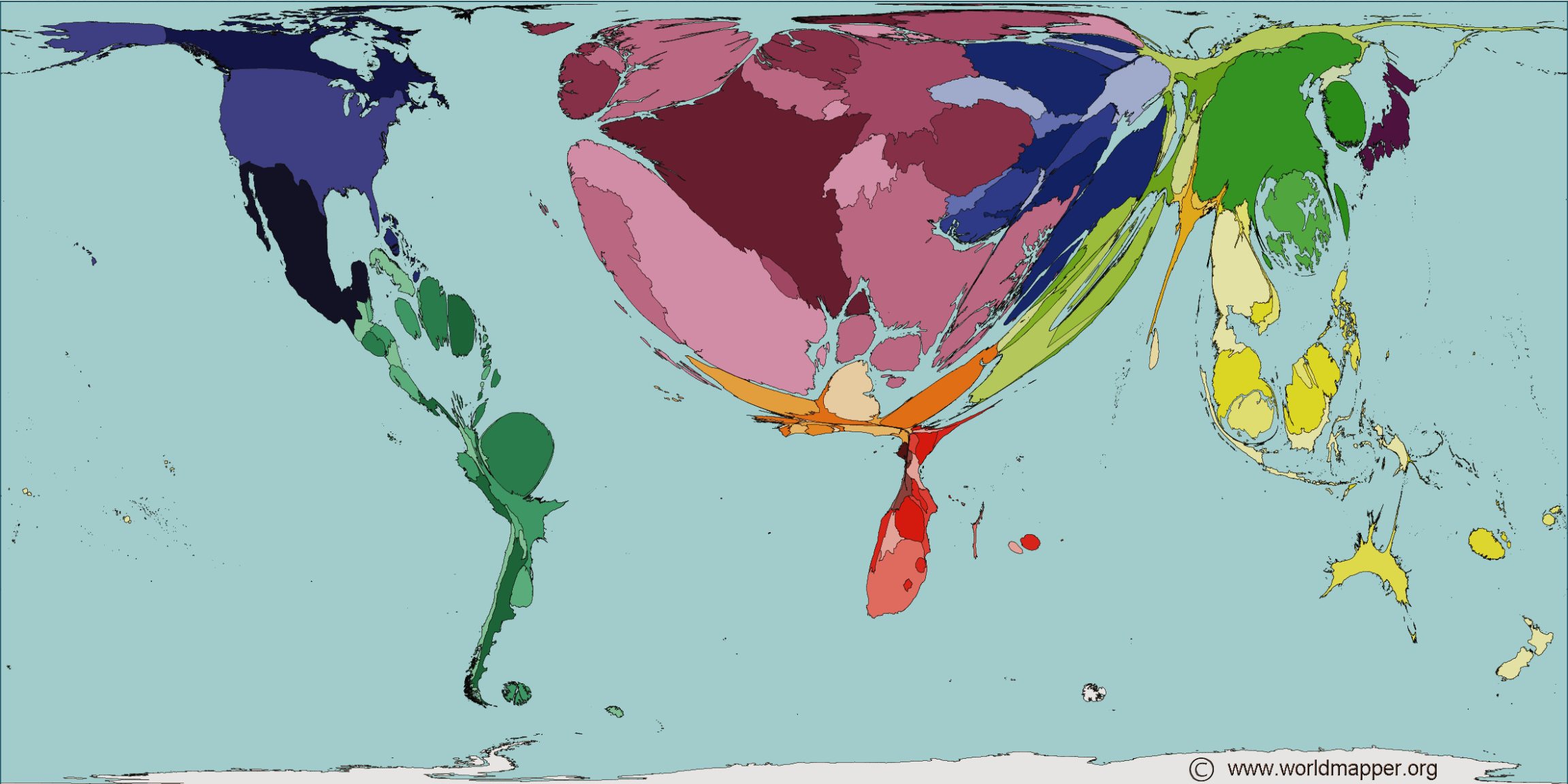
## Importants canvis en la territorialització del turisme: una visió global des de l'any 1950 al 2016

### % dels turistes internacionals mundials

Àrees geopolítiques	any 1950	any 1980	any 2000	any 2016
Amèrica del Nord (EEUU, Canadà)	24,50	12,08	10,36	7,74
Amèrica Llatina i el Carib	5,10	8,71	8,37	8,39
Àfrica Subsahariana	0,50	1,59	2,17	3,17
Oceania (Austràlia...)	0,50	1,00	1,20	1,26
Orient Mitjà i Àfrica del Nord (Turquía, Egipte...)	2,40	6,38	7,34	8,23
Nord-est d'Àsia (Xina, Japó...)	0,70	3,24	8,49	12,49
Sud i Centre d'Àsia (Índia...)	0,20	0,81	0,96	2,91
Sud-est d'Àsia (Tailàndia, Malàsia...)	0,20	2,94	5,20	9,16
Europa de l'Est (Rússia...)	4,00	12,61	11,15	11,86
Europa Occidental	61,90	50,64	44,76	34,79
Món	100,00	100,00	100,00	100,00

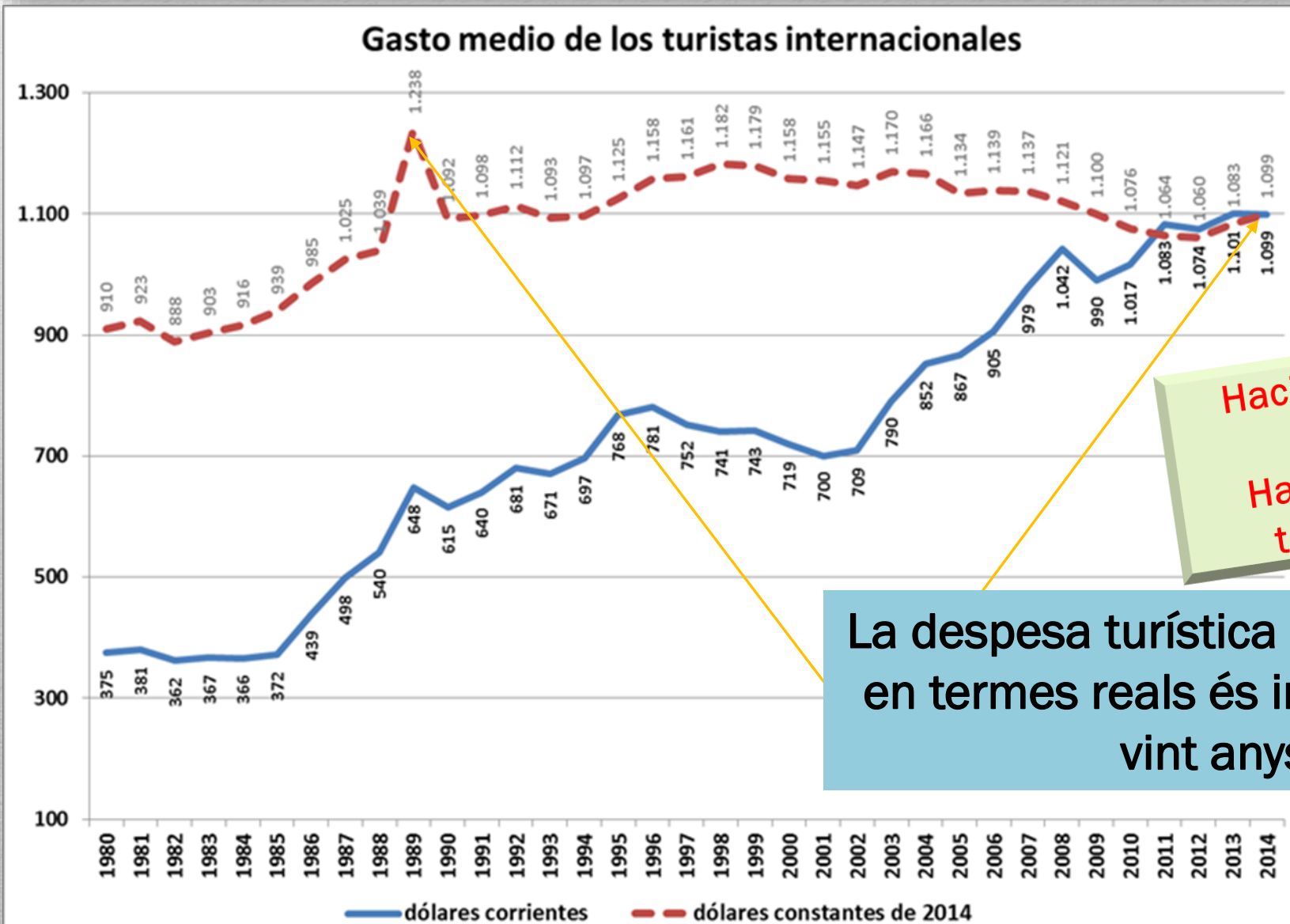
Font: OMT, 2018

# Mapa anamòrfic del turisme mundial 2009





# Evolució de la despesa mitjana per turista internacional al món: cap a un turisme low cost



Hacia un turismo low cost!!!  
Hacia unos salarios turísticos bajos!!!

La despesa turística actual per càpita en termes reals és inferior a la de fa vint anys!!!!

## **La potència del turisme intern**



**L'any 2016 s'estima que es van produir entre 5 i 6.000 milions de viatges turístics domèstics (és a dir, en el mateix país que el de residència).**



**El turisme intern (el que es produeix dins d'un país pels seus propis residents) equival al 72% del valor total de l'economia del turisme mundial, mentre que el turisme internacional solament aporta el 28%**



**Aquest és un fet clau per entendre el turisme mundial**

## Importants canvis en la territorialització del turisme: els principals destins turístics també canvien (% del moviment turístic internacional)

principals països turístics	any 1950
Estats Units	71%
Canadà	
Itàlia	
França	
Suïssa	



principals països turístics	any 2015
França	29%
Estats Units	
Espanya	
Xina	
Itàlia	



**Els països que reben més turistes internacionals l'any 2016 segons l'OMT**

**Catalunya va rebre 18.500.000 turistes estrangers**

Països	nombre de turistes internacionals	%
França	82.600.000	6,43
EEUU	75.608.000	5,88
Espanya	75.563.000	5,88
Xina	59.270.000	4,61
Itàlia	52.372.000	4,08
Gran Bretanya	35.814.000	2,79
Alemanya	34.971.000	2,72
Mèxic	34.961.000	2,72
Tailàndia	32.588.000	2,54
Turquia	31.600.000	2,46
Àustria	28.121.000	2,19
Malàsia	26.757.000	2,08
Hong Kong (Xina)	26.553.000	2,07
Grècia	24.799.000	1,93
Rússia	24.551.000	1,91
Japó	24.039.000	1,87
Aràbia Saudí	18.049.000	1,40
Canadà	17.977.000	1,40
Polònia	17.463.000	1,36
Corea del Sud	17.242.000	1,34
Holanda	15.828.000	1,23
Macau (Xina)	15.704.000	1,22
Hungria	15.256.000	1,19
Índia	14.559.000	1,13
resta del món	442.795.000	34,46
<b>total mundial</b>	<b>1.285.000.000</b>	<b>100,00</b>

**El turisme real: la suma d'ingressos dels turistes nacionals i internacionals l'any 2016 segons l'OMT i WTTC**

**Els 10 primers països concentraven el 66% dels ingressos mundials del turisme**

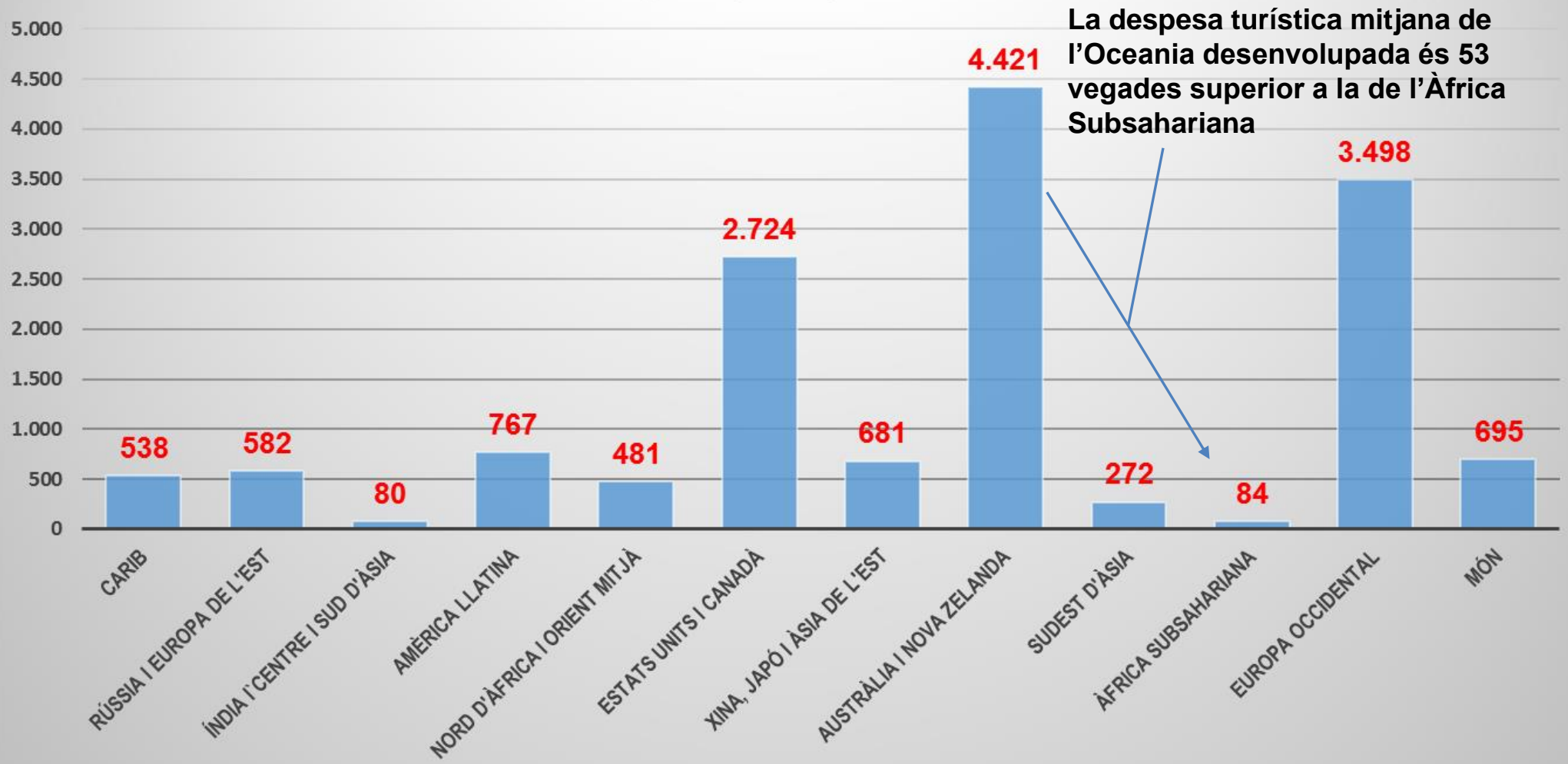
**Catalunya va assolir uns ingressos turístics totals de 22.000 milions de \$**

Països	Ingressos per turisme estranger i domèstic (milions \$)	%
EEUU	1.028.120	20,65
Xina	664.003	13,34
Alemanya	366.414	7,36
Japó	231.907	4,66
Gran Bretanya	219.384	4,41
Índia	190.235	3,82
França	170.438	3,42
Itàlia	156.135	3,14
Mèxic	127.003	2,55
Espanya	120.589	2,42
Brasil	102.501	2,06
Austràlia	92.168	1,85
Canadà	70.770	1,42
Corea del Sud	67.924	1,36
Tailàndia	67.814	1,36
Turquia	53.034	1,07
Hong Kong (Xina)	48.013	0,96
Filipines	47.981	0,96
Suïssa	46.518	0,93
Rússia	45.752	0,92
Àustria	45.109	0,91
Emirats Àrabs Units	40.450	0,81
Suècia	37.325	0,75
Holanda	36.572	0,73
resta del món	1.930.749	38,78
<b>total mundial</b>	<b>4.978.790</b>	<b>100,00</b>



# El turisme és una activitat que es mou dins de la lògica del capitalisme actual, i que mostra els nivells de desigualtat al món (dades del WTTC, 2016)

## Despesa turística per càpita tans dins de cada país com a l'estranger (en \$) l'any 2015



**El turisme és una activitat que es mou dins de la lògica del capitalisme actual, i que mostra els nivells de desigualtat al món, dades de l'any 2016**

**Catalunya va assolir una despesa turística per càpita de 1.800 \$**

**Suïssa comptava amb una despesa turística per càpita 97 vegades superior a la de Bangladesh (que només va ser de 57\$ per any i habitant)**

Països	Despesa turística		Despesa turística per càpita
	(milions \$)	Població	
EEUU	967.202	323.128.000	2.993
Xina	833.670	1.382.710.000	603
Alemanya	406.512	82.800.000	4.910
Gran Bretanya	255.227	65.809.000	3.878
Japón	224.021	126.960.000	1.764
Índia	184.190	1.324.171.000	139
França	171.468	67.025.000	2.558
Itàlia	143.256	60.589.000	2.364
Mèxic	118.989	127.540.000	933
Brasil	111.405	206.101.000	541
Austràlia	100.458	24.127.000	4.164
Canadà	88.023	36.229.000	2.430
Espanya	81.631	46.528.000	1.754
Corea del Sud	72.228	51.246.000	1.409
Rússia	60.989	143.440.000	425
Filipines	52.772	104.184.000	507
Suïssa	46.095	8.418.000	5.476
Argentina	39.194	43.487.000	901
Suècia	38.753	9.995.000	3.877
Holanda	37.573	17.020.000	2.208
Aràbia Saudí	35.443	32.776.000	1.081
Àustria	35.336	8.773.000	4.028
Emirats Àrabs Units	35.178	9.269.000	3.795
Hong Kong (Xina)	33.404	7.367.000	4.534
resta del món	805.773	3.088.174.000	261
<b>total mundial</b>	<b>4.978.790</b>	<b>7.397.776.000</b>	<b>673</b>



# La productivitat de la indústria turística al món l'any 2015: un sector econòmic amb grans desigualtats (WTTC, 2016)

**Luxemburg té una productivitat 150 vegades superior a la de Malawi**

país	productivitat (PIB turístic/treballador turístic en \$) any 2015
Luxemburg	169.377
Macao	124.411
Irlanda	115.066
Suïssa	97.633
Bèlgica	93.416
Finlàndia	88.809
Singapur	87.994
Japó	87.242
EEUU	86.624
Noruega	86.514
Aústria	78.353

país	productivitat (PIB turístic/treballador turístic en \$) any 2015
Malawi	1.125
Gàmbia	1.427
Moçambic	1.675
Índia	1.773
Burundi	1.850
Nepal	1.888
Uganda	1.981
Cambodja	2.355
Ethiopia	2.470
Myanmar	2.558
Madagascar	2.630

**La productivitat mitjana al món va ser de 20.747\$. Per exemple, la Xina va comptar amb 9.960\$, Brasil 21.457\$, o Alemanya 43.429\$ i Espanya de 53.900\$.**



## 05 El turisme a la globalització. La globalització del turisme



En el context actual el turisme s'ha convertit en una de les manifestacions més paradigmàtiques de la globalització.

El conjunt d'activitats al voltant de la producció i consum del bé turístic, ha contribuït notablement al propi procés de globalització

Les lògiques que sustenten la globalització i la reestructuració del capitalisme actual han incidit en la transformació profunda del sistema turístic internacional

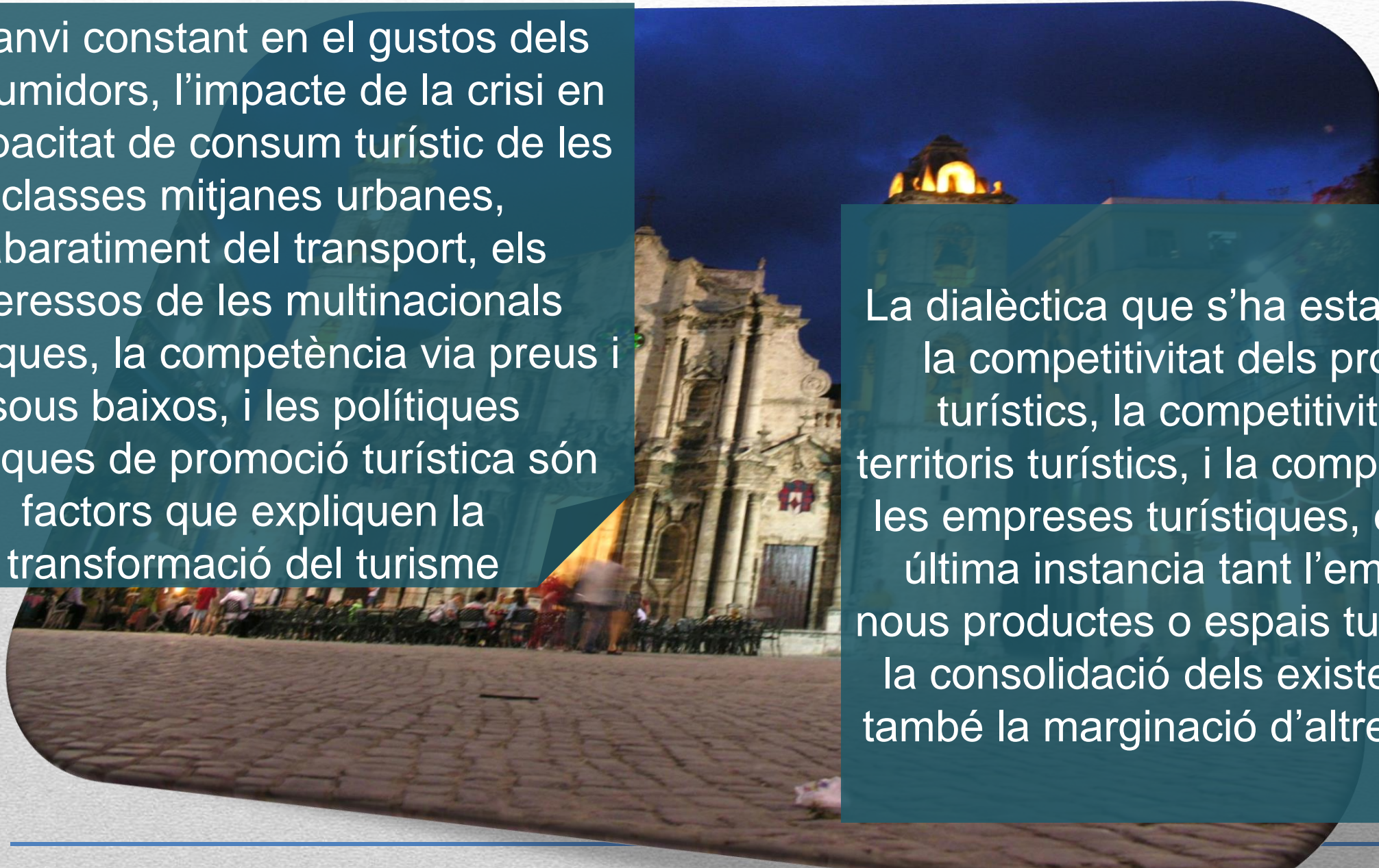




## Els motors del canvi turístic

El canvi constant en el gustos dels consumidors, l'impacte de la crisi en la capacitat de consum turístic de les classes mitjanes urbanes, l'abaratiment del transport, els interessos de les multinacionals turístiques, la competència via preus i sous baixos, i les polítiques públiques de promoció turística són factors que expliquen la transformació del turisme

La dialèctica que s'ha establert entre la competitivitat dels productes turístics, la competitivitat dels territoris turístics, i la competitivitat de les empreses turístiques, explica en última instància tant l'emersió de nous productes o espais turístics com la consolidació dels existents, però també la marginació d'altres territoris





## L'emersió d'un nou model turístic

Aquests anys s'està forjant *un nou model de turisme global concordant amb el desenvolupament del capitalisme actual*, en el qual conviuen formes que predominaven en el sistema turístic mundial que es configurà des dels anys 50 als 80 del segle XX, amb altres formes diferents que defineixen l'actual turisme de masses global.

Aquest **nou model** comprèn:

- a) un conjunt molt heterogeni però jerarquitzat d'empreses transnacionals, nacionals i locals;
- b) abasta la pràctica totalitat del planeta, però es construeix localment;
- c) se sustenta en l'extensió a quasi tots els països d'una determinada construcció social del turisme predominant a les societats més desenvolupades;
- d) aquest model segueix mostrant una forta relació entre nivell de renda i nivell de consum turístic;
- e) apareixen amb força les empreses d'intermediació online del turisme;
- f) apareixen noves motivacions per fer turisme i noves destinacions turístiques.



## Los impactos del nuevo modelo turístico







## Un model turístic fortament adaptatiu

Desregulació dels fluxos de capital a escala mundial i la desregulació del mercat laboral, han facilitat que les empreses turístiques puguin competir globalment via preus baixos i reducció costes salarials.



La capacitat del modelo turístic de convertir elements innovadors que "xoquen" amb els interessos del establishment turístic-empresarial, en un element més del model

Un model turístic amb una notable capacitat d'adaptació a les conjuntures econòmiques canviants





**Però el turisme també té costos....**



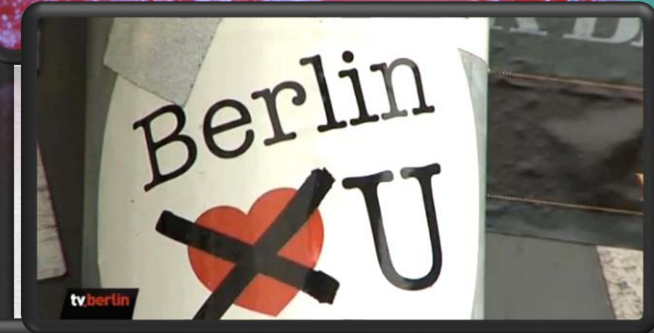


**Però el turisme també té costos....**



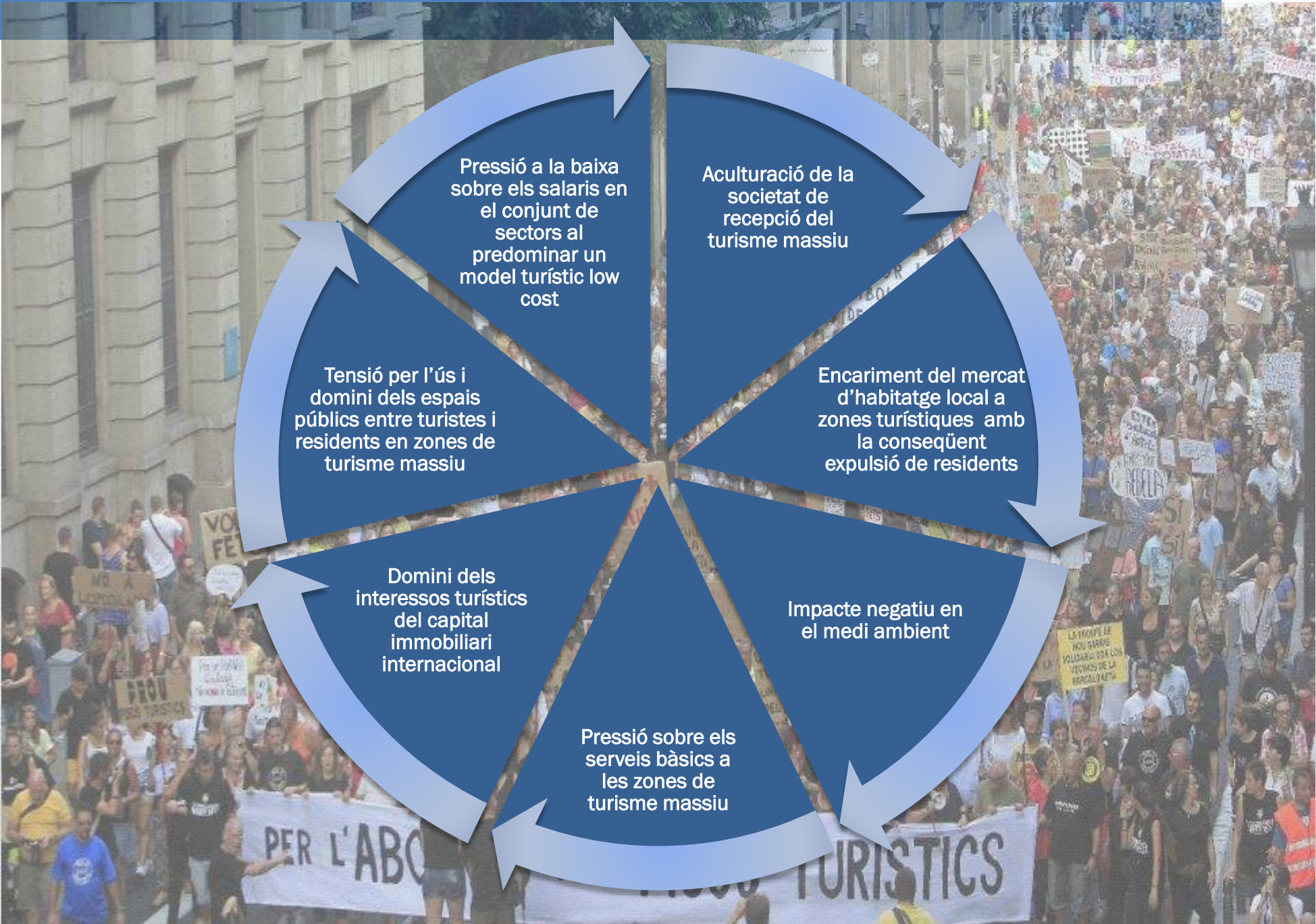


# L'aparició de la turismofobia





**El model turístic actual genera guanyadors i perdedors...**





**Per tot plegat, soc dels que creuen que el turisme ha de ser governat, planificat, gestionant i ordenat per a què sigui una activitat que beneficiï a la majoria de ciutadans i a la majoria dels territoris.**

**F. García (2018)**



Aula d'Extensió Universitària de Lleida



FI