



Consequências da sobre-exploração turística
Consecuencias de la sobre-explotación turística
MONFORTE DE LEMOS, 22-11-2017

PRINCIPIO 3 DA DECLARAÇÃO DO RIO DE JANEIRO SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO DE 1992

“O direito ao desenvolvimento deve ser levado a cabo de modo a responder de forma equitativa às necessidades ambientais e de progresso para as gerações presentes e futuras”

OUTRAS DATAS HISTÓRICAS

- ❖ Carta Mundial do Turismo Sustentável apresentada, em Lanzarote, em 1995.
- ❖ Código Ético Mundial do Turismo, reconhecido pela Assembleia Geral das nações Unidas, em 2001.

Aparente contradição:

Exploração turística / Conservação do património

- ❖ A exploração turística do património não está necessariamente em oposição à conservação do mesmo. O facto de atribuir utilidade turística a um recurso patrimonial, gastronómico, natural contribui para a sua preservação.
- ❖ Os recursos turísticos devem estar bem conservados para serem utilizados e promovidos a nível turístico.

APROVEITAMENTO TURÍSTICO

BARCELONA



SANTIAGO DE COMPOSTELA



PORTO



ALGUNAS CONSECUENCIAS DE LA SOBRE-EXPLOTACIÓN

- ❖ Ingresos balanza de pagos
- ❖ Generación rentas fiscales
- ❖ Inseguridad
- ❖ Inflación
- ❖ Mayor peso en el PIB
- ❖ Gasto en importaciones
- ❖ Efecto multiplicador
- ❖ Generación de empleo
- ❖ Contaminación (ambiental, acústica)
- ❖ Carga/Presión en los centros históricos

ALGUNAS CONSECUENCIAS DE LA SOBRE-EXPLOTACIÓN

- ❖ Degradación paisajística
- ❖ Cambio cultural
- ❖ Especulación suelo
- ❖ Mejora de infraestructuras
- ❖ Sobreutilización de recursos
- ❖ Mejora calidad de vida
- ❖ Masificación
- ❖ Revalorización destinos
- ❖ Pérdida autenticidad
- ❖ Mayor asentamiento poblacional
- ❖ Pérdida de costumbres
- ❖ Encarecimiento vida para los residentes

❖ Como responder com êxito às fórmulas de exploração turística de:

- Paragens naturais incomparáveis garantindo ao mesmo tempo a sua conservação?
- Cidades sem prejudicar a qualidade de vida dos seus cidadãos?
- Património cultural sem piorar o seu estado?

QUAIS OS LIMITES E COMO IMPLEMENTA-LOS?

Diversos modos de poner límites:

- ❖ TASAS (BARCELONA, PORTO, SANTIAGO)
- ❖ COBRO ENTRADAS (TEJADOS CATEDRAL, MUSEOS)
- ❖ Máximos DE AFLUENCIA

NÚMERO DE TURISTAS NA CATEDRAL DE SANTIAGO NUM DIA DE MÁXIMA AFLUÊNCIA



- ❖ Na catedral de Santiago a capacidade de pessoas sentadas é de 1.200. Limite ano santo 2010: 1900 pax em simultâneo.

PARQUE NACIONAL MARÍTIMO-TERRESTRE ILLAS ATLÁNTICAS



ISLAS CIES . 1800 PAX/DIA



ISLA DE ONS. 1200 PAX/DIA

PRAIA DAS CATEDRAIS: 4812 PAX/DIA



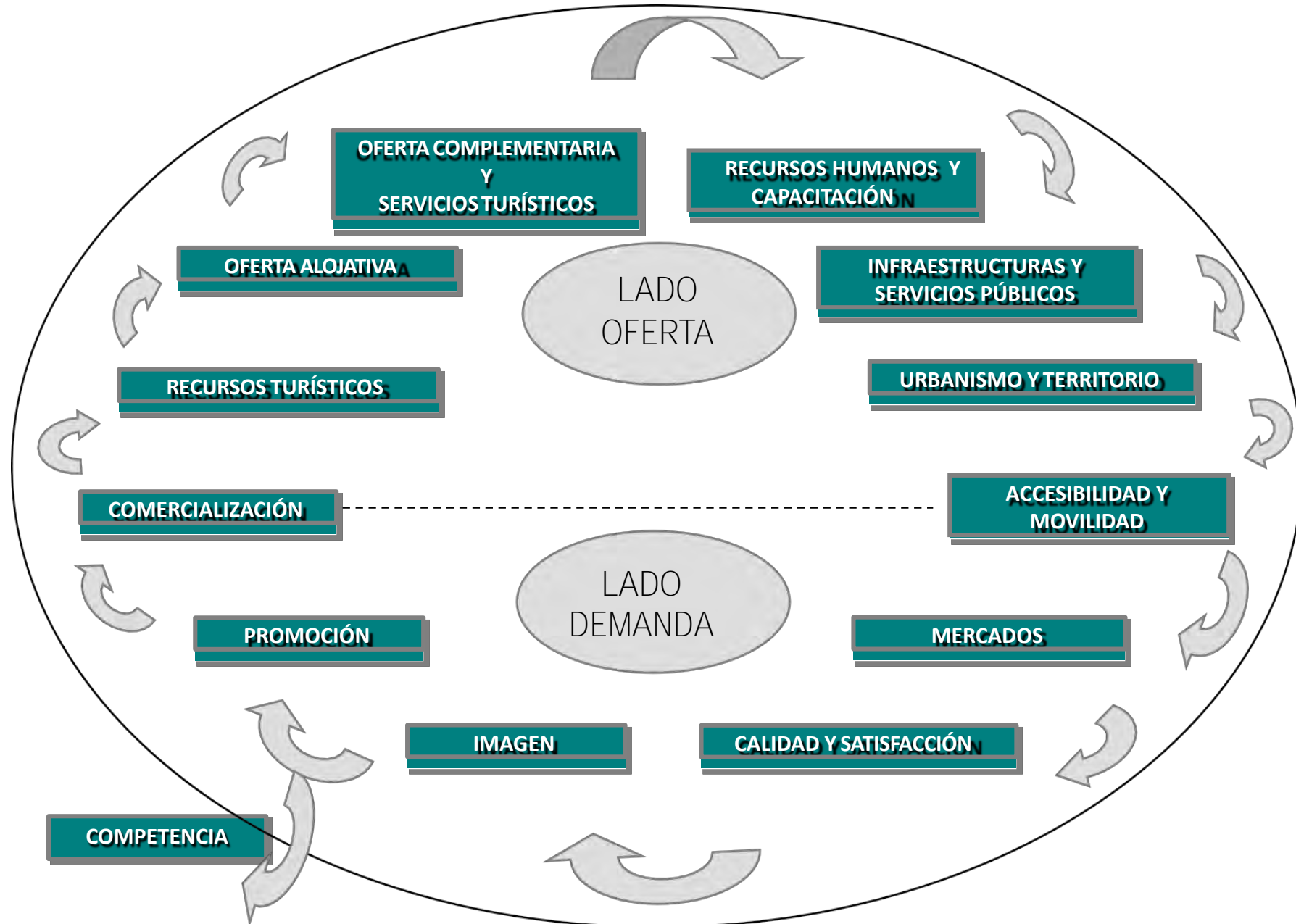
CAMBIOS SOCIALES RELACIONADOS CON LA MASIFICACIÓN/SATURACIÓN DE DESTINOS

- ❖ TURISMO, BIEN DE LUJO RELATIVO → BIEN DE PRIMERA NECESIDAD
- ❖ ECONOMIA COLABORATIVA (AIRBNB, BLABLA CAR, COACHSURFING)
- ❖ OFERTA ILEGAL (ECONOMIA SUMERGIDA, ALOJAMIENTO RESIDENCIAL VS TURISTICO...)
- ❖ TURISMOFOBIA
- ❖ EL VIAJERO DEJA DE SER PASIVO. “SUMA” A LA CADENA DE VALOR DE VALOR DEL SECTOR (“el turista es el primer anunciante del destino”)

CAMBIOS SOCIALES RELACIONADOS CON LA MASIFICACIÓN/SATURACIÓN DE DESTINOS

- ❖ LA TECNOLOGÍA HA CAMBIADO COMO LOS CIUDADANOS SE RELACIONAN, COMPRAN Y VIAJAN
- ❖ LA INVERSIÓN DE LAS PIRAMIDES POBLACIONALES
- ❖ CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA FAMILIAR
- ❖ PREOCUPACIÓN POR LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL
- ❖ EL TURISMO COMO ACTIVIDAD CONTEMPLATIVA → EL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA EXPERIENCIA

QUE PUEDEN HACER LAS AAPP? EL SISTEMA TURÍSTICO



1. O PAPEL DAS ADMINISTRAÇÕES

- ❖ Informação.
- ❖ Melhora da imagem.
- ❖ Promoção.
- ❖ Comercialização.
- ❖ Estudo do produto e do mercado.
- ❖ Apoio/impulso/assessoria ao sector privado/
público.
- ❖ Formação.
- ❖ Investigação.
- ❖ ...



- ❖ Prestar serviços públicos complementares ao turista (saúde, segurança, proteção do consumidor...).
- ❖ Supervisão do cumprimento da Lei de Proteção dos Caminhos de Santiago.
- ❖ Planeamento estratégico.
- ❖ Recuperação do Património.
- ❖ Oferta pública de alojamento.
- ❖ Infraestruturas em geral.
- ❖ Limpeza/mantimento.
- ❖ Segurança.



LAS EMPRESAS?

Resultados

Y LAS ADMINISTRACIONES?

Sensibilización

Innovación/
Investigación

Formación

Ordenación

Promoción

Desarrollo
de
producto

Defensa del
consumidor

Impulso al
sector

2. ECONOMIA COLABORATIVA

❖ <https://www.bemate.com/>

❖ <https://www.airbnb.com>

❖ <http://www.lodgify.com/es/>

❖ <http://www.apartum.com/es/>

❖ <http://www.blablacar.com>

3. LOS MEDIOS

- NOTICIAS | ▶
- LATINOAMÉRICA | ▶
- COMUNICADOS | ▶
- DIRECTORIO | ▶
- TARIFAS | ▶

**Entradas
Tickets
Alquiler de
coches
Nieve y
aventura**



Saber más



expedia
Travel. Always there.

Economía y Actualidad - Nacional

España no superará los **60 millones de turistas** al finalizar el año

HOSTELTUR • 11-11-2008

España no superará este año los **60 millones de visitantes**, lo que supone un recorte de las previsiones oficiales de comienzos de año, según las cifras dadas a conocer por el secretario de Estado de Turismo Juan Mesquida, durante la primera jornada de la feria internacional de turismo de Londres, World Travel Market, por lo que 2008 no superará el récord de visitantes recibidos en 2007, que fue de 59,2 millones.

Según el responsable de turismo "no sobrepasaremos los 60 millones, como teníamos previsto al principio del año, porque se ha producido, a partir del mes de julio, una disminución en la llegada de turistas". Además, ha explicado que se está produciendo "una situación de deterioro de indicadores económicos muy acelerada", circunstancia que afectará a la industria turística. Sin embargo ha afirmado que el turismo en España 2ha resistido mucho mejor que otros ámbitos de la economía esta situación de deterioro económico" y de momento sigue manteniendo la segunda posición en el ranking de países más visitados.

En cuanto a la marcha del presente ejercicio, Mesquida ha indicado que 47 millones de turistas extranjeros visitaron España durante los primeros siete meses, lo que supone "una ligera reducción del 0,9% respecto al año pasado". Además, el gasto total por turista se incrementó un 2,1% hasta el pasado septiembre, en comparación con el mismo periodo del año anterior, mientras las pernoctaciones registraron un avance del 0,4%.

Predicciones para la temporada baja

En cuanto a la temporada baja Mesquida ha asegurado que aunque es difícil hacer predicciones "las ventas van a buen ritmo a día de hoy", aunque el sol y playa sigue siendo "la joya de la corona" ya que más del 65% de quienes



NUMERO 177



PDF

VER

VERSIÓN IMPRESA
CONTROLADA POR OJO

MÁS REVISTAS | ▶

HEMEROTECA | ▶

DOCUMENTOS | ▶

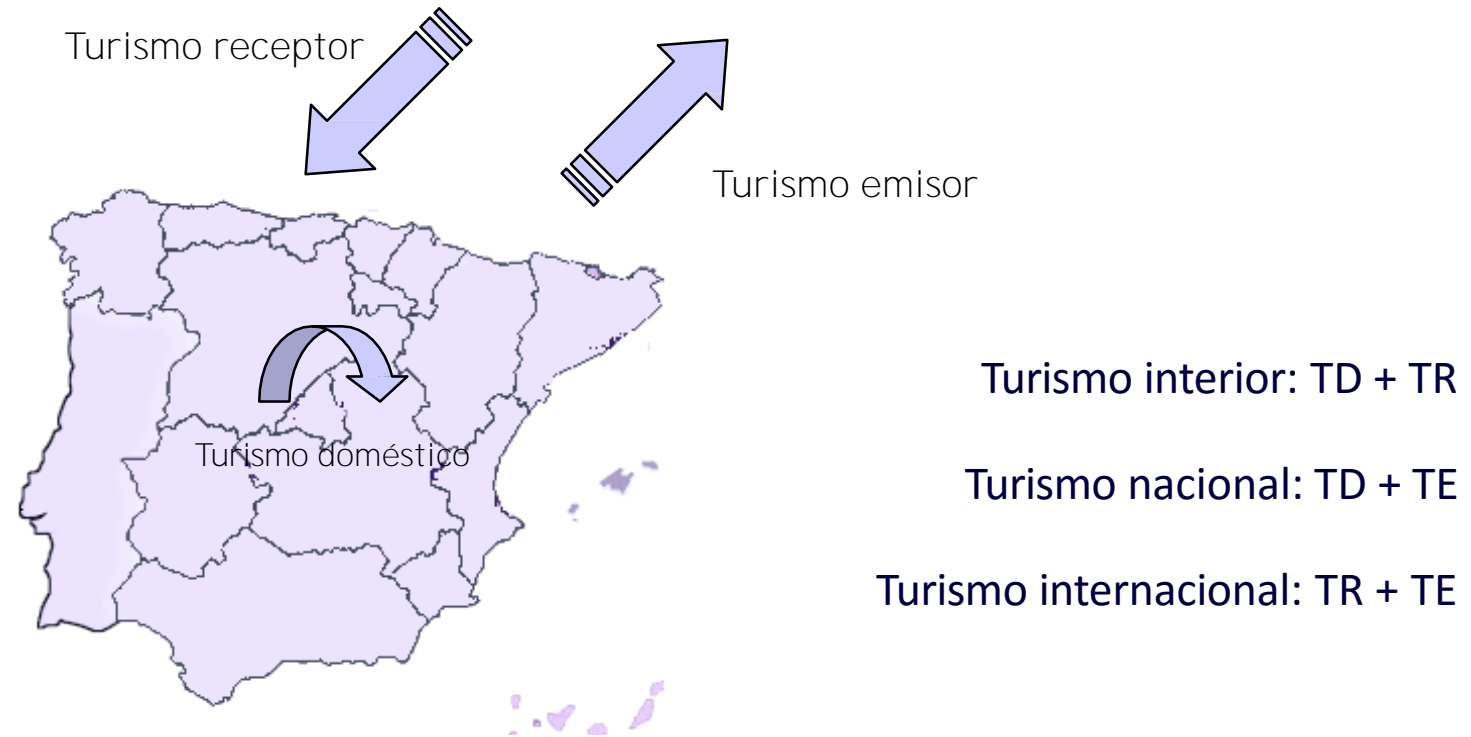
CALENDARIO DE EVENTOS | ▶

DESCARGAS

Ya te puedes descargar los números anteriores, especiales, otros... estés donde estés

VER LOS NUMEROS ANTERIORES

4. DEMANDA TURÍSTICA HETEROGENEA



5. CONDICIONANTES DE LA OFERTA VS DEMANDA

OFERTA

- ❖ Inmovilidad temporal: imposibilidad de almacenaje del producto/servicio.
- ❖ Sujeta a fenómenos (sociales, económicos, políticos, naturales,...) a veces, de difícil previsión.
- ❖ Inmovilidad espacial: consumo obligatorio en el lugar de producción.

CONDICIONANTES DE LA DEMANDA

❖ *DISPONIBILIDAD DE DINERO*

❖ *DISPONIBILIDAD DE TIEMPO*

6. NUMERO DE NIVELES: HASTA SIETE...

- ❖ UE
- ❖ Administración Central
- ❖ Comunidades Autónomas
- ❖ Municipios
- ❖ Entes supramunicipales
- ❖ Diputaciones

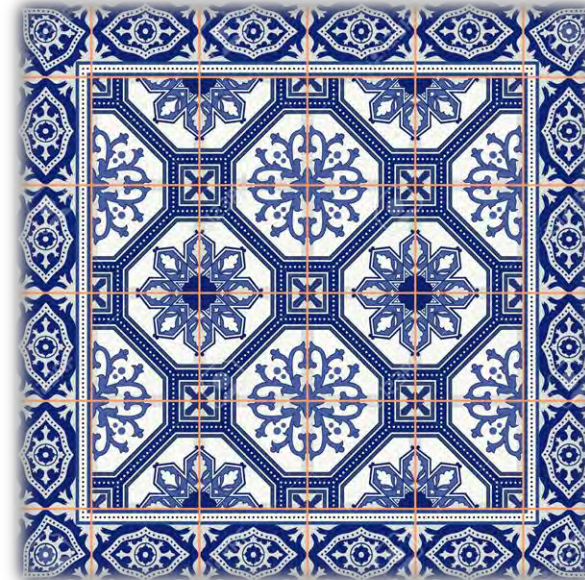


Variedad de organismos y fórmulas de cooperación/instrumentos...

- ✓ Órganos administrativos (consejerías, secretarías generales, direcciones generales, concejalías, etc.)
- ✓ Instituciones de cooperación público-privada
- ✓ Agencias, Institutos, etc.
- ✓ Consorcios, mancomunidades, asociaciones de municipios, etc.
- ✓ Marcas/Productos transregionales/transnacionales (España Verde, Camino de Santiago)
- ✓ Convenios puntuales

RETOS -DESAFIOS AAPP

- 1. As sinergias da sustentabilidade:** A base assenta sobre conseguir o progresso social, abordado desde uma perspectiva dinâmica e responsável com o meio, com a qualidade de vida dos residentes e com o património artístico.
- 2. Maior Gasto & Maior Estadia VS** Incremento do número de turistas
- 3. Lucha contra la pérdida de autenticidad**
- 4. Sensibilización del residente**



5. VOLUNTAD POLITICA: DATA DRIVEN DECISION MAKING

❖ ACCEDER A/GENERAR DATOS Y ASEGURAR SU APROVECHAMIENTO

❖ ADOPTAR DECISIONES POLITICAS COHERENTES CON LOS DATOS OBTENIDOS

❖ *FITUR (Feria Internacional de Turismo, Madrid)*

❖ *ITB (Internationale Tourismus-Börse, Berlin)*

❖ *SALON DU TOURISME (Paris)*

❖ *BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa).....*

??????????

META AMBICIOSA, MAS NECESSÁRIA

- ❖ A base assenta sobre conseguir o progresso social, abordado desde uma perspetiva dinâmica e responsável com o meio, com a **qualidade de vida dos residentes e com o património.**



TURISMO, A INDÚSTRIA DA FELICIDADE

MUITO OBRIGADA

GRACIAS



ULTREIA!!!!!!!!!!!!

