

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- IV.- Sociodemografía del Turismo
 - 4.1.- Teorías del turismo, agentes, motivaciones
 - 4.2.- Fuentes y técnicas
 - 4.3.- Caracterización de la demanda turística: tipos y flujos

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.1.- Teorías, agentes y motivaciones
- 4.1.1.- Teorías sociológicas del Turismo
 - Hay pocos análisis dado que la actividad implica desplazamientos
 - Más estudios de población sedentaria
 - Migraciones, difíciles de registrar
 - Motivo de desplazamiento más numeroso después de las guerras
 - Actividad económica de dimensiones planetarias
 - Enmarcada en la corriente de la globalización

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Cualquier aspecto cultural es susceptible de ser consumido como producto turístico
- Desplazamiento fuera del hogar para obtener nuevas experiencias (placenteras o simplemente novedosas)
- Turistización de una zona: pérdida de identidad local y abandono de las tradiciones
- Fenómeno turístico asociado a la Modernidad y Revolución Industrial (Thomas Cook).
- Fenómeno turístico analizado no sólo como conducta individual sino como reflejo de la sociedad en la que viven los turistas
- Impacto en sociedades receptoras

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4 áreas de estudio de la Sociología del Turismo:
 - -El 'turista': perfiles, motivaciones (análisis de la demanda) Psicología social
 - Relaciones entre turistas y locales (intercambio económico y cultural) antropología
 - Estructura y funcionamiento del sistema turístico (análisis de la oferta) Economía
 - Consecuencias (económicas, culturales y políticas) del fenómeno Antropología, Economía

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Sociología, enfoque integral
 - Combina las diferentes dimensiones del fenómeno
 - Parte de la Sociología del Ocio (entretenimiento)
 - Peculiaridad por los desplazamientos (migraciones temporales)
 - Turista: 'emigrante que realiza actividades de ocio'
 - Turismo: 'Actividad de ocio que tiene como particularidad el desplazamiento físico'.
 - Práctica transitoria que genera estructuras en zonas de destino

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- A) Enfoques estructural/macro/objetivistas
 - Sociedad define a individuos
- Neodurkheimianos
 - Necesidad en las sociedades de diferenciar la organización de tiempos y espacios (diversificación y especialización). Lo sagrado (al alcance de unos pocos)/lo profano.
 - Mecanismo de ruptura con lo cotidiano en las sociedades modernas
 - 'Souvenir': objetos y signos de lo 'sagrado' (fuera del alcance de 'no iniciados').

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Funcionalistas
 - Turismo, subsistema con funciones sociales (bienestar)
 - ‘Terapia social’
 - Elemento lúdico, diversión, reestructura la vida cotidiana, evita la monotonía
 - ‘Recuperar fuerzas’ (desgaste emocional de vida moderna)
 - La gente viaja porque no sería feliz con su lugar/modo de vida. Turismo como ‘refugio temporal’
 - Sistema social crea la necesidad (masificación, racionalidad y represión de las emociones) y medios para satisfacerla (transportes e industria del ocio)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Teoría crítica y del conflicto
 - Turismo como exponente de las desigualdades sociales, las reproduciría
 - Rural-urbano
 - Entre clases sociales
 - Centro-periferia
 - Actividad económica capitalista
 - Lógica del beneficio económico tiene consecuencias devastadoras:
 - Paisajes
 - Ecosistemas
 - Patrimonio

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Perspectivas feministas
 - El turismo es afectado igualmente por las desigualdades de género
 - Distribución de ocupaciones en el sector por género
 - Puede reforzar las desigualdades tradicionales de género como parte del ‘atractivo turístico’
 - (p.e. ‘mujeres jirafa’).
 - También puede cambiar las tradiciones y las relaciones de poder de género
 - Por ‘contagio cultural’ de los visitantes
 - Nuevos roles y oportunidades de empoderamiento

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- B) Enfoques micro/subjetivistas
- Weberianos
 - *Motivaciones subjetivas y significado de la acción de viajar (emociones)*
 - *Viaje como respuesta a la ausencia de lo deseado (búsqueda de lo que se carece)*
 - Lo exótico/fantástico/raro
 - Huida de la monotonía (evasión)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Interaccionismo simbólico
 - Objeto de interés: ‘experiencias’ de las personas
 - Forma de conducta de consumo que requiere la ‘apropiación subjetiva’ de los destinos, dotándolos de nuevos significados
 - Correspondencia entre ‘identidad del lugar’ e ‘identidad del turista’
 - Cómo nos vemos a nosotros mismos haciendo turismo (qué ‘película’ nos montemos, vaya): (referentes de los medios de comunicación)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Fenomenología y etnometodología
 - Simmel (teoría de la moda)
 - Schutz (the ‘stranger’). Visión ‘excéntrica’, ‘externa’ (Xenos)
 - Dimensión individual y colectiva del fenómeno
 - Relación con el entorno en el acto turístico
 - Roles
 - Escenarios

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Perspectiva post-moderna
 - Final de la Modernidad y de la Sociedad Industrial
 - Mediados de los 70
 - Crisis del petróleo
 - Informes del Club de Roma (insostenibilidad)
 - Años 80: Se habla ya de Sociedad Post-Industrial y Post-Modernidad (Bell, Toffler, Beck, Giddens...)
 - Siglo XXI: Sociedad de la Información y del Conocimiento (Post-capitalismo?) (Castells: La Sociedad-Red)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Importancia creciente de la cultura como factor de distinción y estatus
- Ocio impregna todas las actividades
- Parte de ese ocio es percibido como turístico (exige desplazamientos)
- Consumo de espacios
 - Juegos
 - Actividades (deportivas, gastronómicas, educativas)
 - Espectáculos (música, teatro. Happenings)
- Notable diferencia entre realidad y representación de la misma
- Turismo reflejo de la sociedad de origen
- Impacto en sociedades receptoras

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.1.2.- Los agentes del 'sistema turístico'
 - Componentes del 'sistema turístico'
 - Empresarios
 - Sindicatos
 - Comerciantes
 - Ayuntamientos
 - Comunidades autónomas
 - Patronatos, fundaciones y asociaciones promotoras
 - Grupos ecologistas
 - Turistas
 - Residentes

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Agente: "aquél que tiene el poder de producir un efecto"
- Agente turístico. "persona, grupo o institución con poder para generar un efecto sobre la actividad turística; es decir, con capacidad para intervenir, modificar o influir el curso del sector."

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- El Estado como agente turístico
 - Funciones desempeñadas por los gobiernos en el sistema turístico
 - Análisis de la estructura organizativa de la Administración Pública dedicada al cumplimiento de esas funciones
 - Describir y comprender las políticas turísticas

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Funciones del Estado en el sistema turístico**
 - Co-participación en mayor o menor medida con agentes del sector privado
 - Siempre hay presente alguna forma de organización pública con responsabilidades en el sector
 - Administración Pública Turística
 - Organización Turística Nacional
 - 'Ministerio de Información y Turismo'
 - Consellería de Turismo
 - Organización Mundial del Turismo

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Provisión de la oferta turística**
 - Sector público:
 - Infraestructuras (comunicación, abastecimiento)
 - Servicios públicos y equipamientos
 - Legislación
 - Preservación del medio ambiente y patrimonio
 - Estadísticas oficiales del sector
 - Sector privado:
 - Alojamientos
 - Restauración
 - Atracciones
 - Gestión del viaje y del transporte

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Puede haber empresas públicas o de capital mixto en el sector**
 - ‘Paradores Nacionales’
 - Iberia
 - ‘ENTURSA’
- En nuestro país han sido privatizados o externalizados
- Estado como promotor pero no como provisor en muchos casos (infraestructuras con uso comercial)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Funciones del sector público:**
 - **Normativa**
 - Planificación de los recursos y bienes públicos
 - Ordenación/regulación/protección mediante instrumentos normativos/indicativos
 - Legislación/control de la actividad turística (y sus externalidades)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Estimulación del sector privado**
 - Inversión en investigación (I+D)
 - Formación de recursos humanos
 - Préstamos, ayudas y subsidios
 - Promoción y marketing del destino
- Gran parte de las competencias, transferidas a las Comunidades autónomas.
- TURESPAÑA

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Coordinación**
 - De los diferentes agentes
 - Administraciones públicas
 - Diferentes niveles (intracoordinación vertical)
 - Diferentes competencias (intracoordinación horizontal)
 - Entre Sector público y privado (intercoordinación)
- **Función social**
 - Acciones encaminadas a reducir las desigualdades en el disfrute del ocio
 - Oferta para colectivos desfavorecidos
 - (IMSERSO, colectivos con discapacidad)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Instrumentos de las Políticas turísticas**
 - Planificación urbana y territorial
 - Control y desarrollo de infraestructuras
 - Control y desarrollo de servicios turísticos (museos, eventos, patrimonio, espacios naturales)
 - Estímulos a la inversión
 - Política fiscal
 - Control sobre la concesión de licencias
 - Promoción de los destinos

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **La Administración Pública Turística en España**
 - Marcada por la descentralización
 - Transferencias de competencias y recursos a CC.AA.
 - Administración turística central
 - Promoción turística en el exterior
 - Gestión de los Parques Nacionales
 - Control de las costas
 - Infraestructuras generales
 - Investigación y estadísticas
 - Gestión de empresas estatales (Paradores)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Secretaría General de Turismo
 - Planificación
- Turespaña
 - Promoción exterior
- Instituto de Estudios Turísticos
 - Estadísticas y análisis de la demanda turística

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Administración Turística Autonómica**
 - Consellería de Turismo
 - Licencias de apertura
 - Clasificación de hoteles y restaurantes
 - Promoción de la demanda interna
 - Formación
- **Administración Turística Local**
 - Provincial (Patronatos Provinciales de Turismo)
 - Comarcal (o mancomunal)
 - Municipal

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Funciones de los Ayuntamientos**
 - Planificación y regulación de los usos del suelo
 - Equipamientos y mobiliario urbano
 - Recaudación de tributos
 - Gestión parcial del patrimonio
 - Prestación de servicios
 - Agua, alcantarillado, recogida de basuras

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **El sector privado y el tercer sector: grupos de interés**
 - Interacción entre Estado a través de sus administraciones y políticas y grupos de interés
 - Relación con poder fomenta la formalización de los Grupos de Interés
 - Tipos de grupos de interés
 - Productivos (empresarios, asociaciones empresariales, Cámaras de comercio)
 - No productivos (asociaciones culturales, ecologistas...etc)
 - De interés 'simple' (promovidos en defensa de alguna amenaza)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **4.1.3.- Las motivaciones de los turistas**
 - Psicología social del turista: “estudia las conductas individuales, interpersonales y transpersonales con relación a las actividades turísticas y de viaje”.
 - Pautas de consumo
 - Tipologías de turistas
 - Estrategias de marketing
 - Impacto en zonas receptoras

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Estudios de Sociología en España, años 60
- Poco desarrollada
- Estudios de ámbito anglosajón
 - Cohen (1974)
 - McCannel (1976)
 - Pearce (1982)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Ocio y Turismo
 - Turismo como forma específica de ocio
 - Implica desplazamientos en el espacio (viaje)
 - Forma de emplear y estructurar el tiempo
 - Tiempo estructurado en cuatro áreas de actividad
 - Psicobiológico (Necesidades fisiológicas y psíquicas)
 - Socioeconómico (Trabajo, ocupación)
 - Sociocultural (Vida en sociedad)
 - De Ocio (actividades de disfrute personal y colectivo)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Funciones psicosociales del ocio turístico
 - Descanso, diversión y desarrollo personal
 - Ruptura con el 'logos' y la rutina (lo contracotidiano)
 - Evasión de las obligaciones y límites
 - Consumo de experiencias comprimido en poco tiempo (viajes organizados)
 - Derroche puntual
 - Extensión 'mítica' (más allá de la racionalidad o la lógica)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Consumo turístico
 - Primera 'industria' mundial
 - Producto intangible (experiencia turística)
 - Componente subjetivo muy fuerte (motivación)
 - Influencia de los mass media para homogeneizar la demanda (mayoristas modelan la demanda desde una oferta más o menos rígida)
 - Diversificación de la oferta por diversificación de la demanda
 - Especialización de destinos
 - Tecnologías de la información
 - Demanda condiciona mucho más la oferta

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Factores de atracción
 - La 'costumbre' (ir siempre al mismo lugar da seguridad)
 - Hospitalidad (buen trato)
 - Dotaciones y equipamiento
 - Precio

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Diferentes perfiles
 - De proximidad (Ourense/Sanxenxo. Madrid/Sierra)
 - Nuevos destinos cada vez
 - Más organizados/espontáneos
- Marketing turístico
 - Busca conocer motivaciones de la demanda para satisfacerla mejor
 - Componentes:
 - Producto
 - Mercado
 - Precio
 - Distribución/promoción

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Motivaciones con componentes irracionales
 - Publicidad dirigida e esas motivaciones
 - Consumo más irreflexivo (deseo)
 - Consumo superfluo el menos racional
 - Motivaciones forman parte del proceso de demanda
 - Percepción de necesidad+Recursos para demandar+Oferta que estimule la necesidad

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Motivaciones detectadas en estudios psicosociales
 - Interrupción de la rutina
 - Novedad (nuevos ambientes o lugares)
 - Comodidad (servicio y equipamientos)
 - Divertimento ('desparrame')
 - Familiaridad (vacaciones en familia)
 - Snobismo y prestigio social (competición por conocer lugares nuevos o de moda)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Impactos del Turismo
 - Cambios de actitud o de estado de ánimo del turista (no siempre permanentes)
 - Sorpresa ('choque') cultural
 - Estresante en estancias prolongadas
 - Atenuado por la intervención de guías turísticos (mediación intercultural)
 - No inmersión en sociedad de recepción
 - Hospitalidad la atenúa

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Imagen del destino
 - Aspectos no apreciados por promotores locales (a incluir en campaña de promoción del destino)
- Autenticidad de la experiencia
 - A veces, experiencia falseada (folklore para giris)
- Actitudes de los residentes
 - Básico, procurar que la actividad turística no suponga una molestia
 - Actitudes positivas hacia la actividad

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.2.- Fuentes y técnicas
 - Aplicación de las técnicas de investigación en Sociología
 - Cuantitativas
 - Encuesta
 - Datos estadísticos
 - Cualitativas
 - Entrevista personal
 - Grupo de discusión
 - Observación participante
 - Historia de vida
 - Análisis documental

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Fuentes de información para el estudio y análisis del fenómeno turístico:
 - Ámbito Mundial
 - Organización Mundial del Turismo (OMT). Datos y cifras mundiales sobre salidas y entradas de turistas por regiones, subregiones, países. Indicadores turísticos. Series históricas de datos.
 - Web: www.unwto.org

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

– Ámbito europeo:

- Eurostat. Oficina Estadística de la Comisión Europea
 - Datos sobre vacaciones, infraestructuras turísticas, demanda, indicadores turísticos, empleo, etc
 - Web: www.epp.eurostat.ec.europa.eu

– Ámbito español:

- Instituto de Estudios Turísticos (IET)
 - Movimientos en fronteras
 - Movimientos internos (entre Comunidades autónomas)
 - Análisis del gasto turístico

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

• Instituto Nacional de Estadística

- Sección 'Hostelería y Turismo'
 - » Información mensual y detallada de ocupación hotelera
 - Campamentos
 - Apartamentos
 - Turismo rural
 - » Índice de precios hoteleros (IPH) e ingresos hoteleros (IH)
 - » Inventario según características de alojamientos y servicios de restauración

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)
 - Barómetros de opinión
 - Temas monográficos
 - » Ocio y cultura
- AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea)
 - Estadísticas mensuales y anuales de entradas/salidas de pasajeros
- Instituto Galego de Estadística (IGE)
 - Mismos datos que INE pero centrados en las cuatro provincias
 - Informes anuales con zonas turísticas desglosadas

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.3.- Caracterización de la demanda turística: tipos y flujos
 - 4.3.1.- La evolución histórica de la demanda (tipos de turista en origen)
 - Surge como fenómeno de minorías ilustradas (aristócratas) en el siglo XX. Influencia del romanticismo.
 - Lugares clásicos míticos (Grecia, Roma)
 - Culturas exóticas (India, Arabia. África, Egipto)
 - Paisajes espectaculares
 - Aventura y riesgo (alpinismo)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Turismo de balneario coexiste con Gran Tour
 - Por motivos de salud
 - Más económico y con menos riesgo
 - Desplazamiento puntual de familias e individuos
 - Aguas medicinales y baños de mar
- Hasta años 50, playas frecuentadas por una minoría social
- Fuente de recreo y distinción social
- Ruptura con lo cotidiano ('La montaña mágica')

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- El viaje organizado (Thomas Cook)
 - Surge a medida que se incorporan a la actividad turística las sucesivas clases sociales
 - » Aristocracia: Gran Tour
 - » Burguesía acomodada: Turismo de balneario
 - » Clases medias
 - » Obreros cualificados
- } Viajes organizados
- Turismo como actividad masificada
Sistemas de gestión propios de la sociedad Industrial (Fordismo)
Homogeneidad del producto (reduce costes y amplía mercado)
Prima la cantidad de producto sobre la calidad

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- La moda del bronceado (Turismo de sol y playa)
 - Comienza en el primer tercio del S. XX
 - Riviera francesa (“sol, mar, arena, sexo”)
 - Turistas urbanos
 - Búsqueda del ‘paraíso perdido’
 - Se extiende a zonas costeras y a países del sur de Europa
 - Menos exclusivista que el balneario (playas no acotadas)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Bronceado identificado con belleza y posición social
 - Clase obrera británica comienza a hacer turismo de sol y playa a finales del XIX
 - Viajes organizados conectados por ferrocarril
 - Organización interna comunitaria
 - Destinos de playa (Blackpool, Bournemouth, Brighton...)
 - Promoción del ‘ocio obrero’ (salud laboral)
 - » Campamentos
 - » Asentamientos baratos
- ↓
- » Futuros enclaves turísticos

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- El modelo turístico masivo
 - Forma concreta de articular oferta y demanda
 - Llega a la mayoría de la población
 - Clases altas, medias y bajas
 - Acceso masivo desde los años 50 y 60
 - Protagonizado por los grandes operadores turísticos
 - Sol y playa
 - Verano
 - Integración en un paquete turístico estandarizado de todos los servicios necesarios

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Oferta rígida y estandarizada
- Favorece las economías de escala (reducción de costes)
- Predomina la oferta (más rígida) sobre la demanda
- Necesidad de campañas de marketing para ‘encauzar’ la demanda hacia los productos mayoritarios
- Manipulación y homogeneización del ‘deseo’
- Concentración espacial
- Desplazamiento de otras actividades propias de la zona
- Ambientes ‘exclusivos’ (excluyen a población local=

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Transformaciones recientes
 - Turismo de masas vs. Turismo ‘alternativo’

Dimensiones	T. de masas	T. Alternativo
Número de turistas	Muchos	Pocos
Número de viajes organizados	Alto	Bajo
Dist. espacial turistas e infraest.	Alta conc.	Baja conc.
Orientación precio/calidad	Precio	Calidad
Financiación externa	Alta	Baja
Beneficio económico comunidad	Bajo	Alto
Impactos físicos/culturales	Alto	Bajo
Autenticidad	Baja	Alta
Estacionalidad	Alta	Baja/Media
Peso de grandes operadores	Alto	Bajo

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Factores que provocan a la crisis del Turismo de masas
 - Cambios productivos
 - Flexibilización de la gestión
 - Mayor adaptabilidad a la demanda cambiante (no stocks)
 - Fragmentación del proceso productivo
 - Privatización
 - Externalización, franquicias
 - Globalización e internacionalización
 - Mayor circulación de capitales, bienes y personas
 - Creciente conexión e interdependencia
 - Auge de las telecomunicaciones (Internet)
 - Cambios en las estructuras demográficas, sociales y laborales
 - Incorporación laboral de las mujeres
 - Mayor formación e información
 - Ciclos formación/empleo/ocio

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- **Modelo Turístico Post-Fordista**
 - **Características:**
 - **Combinación de economías de escala y red**
 - Externalización de tareas
 - **Operadores especializados**
 - Propiciado por la externalización
 - Productos muy específicos
 - **Marketing selectivo**
 - Dirigido a consumidores más especializados
 - Potencial de la IA (algoritmos) para localizar demanda potencial y difundir información de la oferta especializada
 - **Proliferación de productos turísticos específicos**

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.3.- Caracterización de la demanda turística: tipos y flujos
 - Impacto del Turismo en sociedades emisoras
 - La motivación desde la Sociología
 - Motivaciones y tipología
- 4.3.1.- “Sociedades turísticas”
 - Sociedades desarrolladas (renta y t.libre: Alemania 70%)
(en las demás hay turismo, pero en menor proporción)
 - Desarrollo del Estado (de Bienestar)
 - Aparición y desarrollo de empresas turísticas
 - Demanda mayoritariamente urbana (sociedades urbanizadas)
 - Crecimiento de clases medias más o menos solventes

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Ausencia de actividad turística considerada negativamente (pobres...)
- Cambios en vestimenta, gastronomía y aficiones
 - (p.e. Yogur griego y todo lo demás...)
- Construcción de identidad colectiva visitando ciertos lugares (has estado en...?)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4.3.2.- El concepto de motivación desde la Sociología
 - Diferente a Economía y Psicología
 - Motivos no siempre fijados individualmente
 - Muchos son prefijados socialmente
 - Resortes subjetivos (psicología)
 - Análisis del discurso, pautas colectivas
 - Estructura profunda (p.e. Referendum OTAN)
 - Qué nos gusta/disgusta de: (dinámica)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Actividad turística en cuatro etapas:
 - Anticipación (reserva)
 - Viaje
 - Conducta (estancia)
 - Retorno
- Motivación con componentes
 - Cognitivos/afectivos
 - Conscientes/inconscientes

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Antes: explicaciones unicistas:
 - Una sola motivación
 - Objetivismo (una oferta uniforme genera una demanda igual)
- Ahora: explicaciones pluralistas
 - Motivaciones múltiples
 - Subjetivismo

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Vida moderna: diferenciación de tiempos y espacios
 - El Turismo tiene también diferenciados sus tiempos y espacios
 - Ocio: ruptura con rutina cotidiana
- Vida post-moderna: desdiferenciación de espacios y tiempos
 - Ocio en espacios cotidianos (reencantamiento)
 - Reestructuración del tiempo y el espacio: límites más borrosos entre trabajo y ocio

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Antes, marketing de las grandes operadoras:
 - Prioriza un solo motivo (oferta crea demanda)
 - Consumidor más pasivo
 - En la actualidad, más activo en la elaboración de la experiencia
 - 'Aparecen' pluralidad de motivos y diferentes tipos de Turismo asociados a los mismos

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Trabajos sociológicos sobre motivación:
 - Boorstin (1964)
 - Turismo como pseudo-evento
 - Viajes organizados y grupos guiados
 - Atracciones inauténticas y 'artificiales'
 - Poblaciones y empresarios locales responden a la demanda: eventos 'extravagantes'
 - No siempre. Algunas iniciativas originales
 - Romerías, fiestas gastronómicas
 - Actividades culturales

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Turner y Ash (1991)
 - Mantienen tesis de Urry (1990)
 - Turista, centro de atención
 - Relevado del 'trabajo' de construir su propia experiencia (experiencias falseadas ofertadas por el mercado)
 - Viajes semi-organizados (experiencias de Mundo Joven años 80 y 90)
 - Poco a poco se van transformando los gustos y experiencia de los turistas

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- McCannel (1976):
 - 'El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa'
 - Retoma el análisis de Veblen (1899): 'Teoría de la clase ociosa'
 - Existencia de espacios profanos/sagrados (reservados para unos pocos, exclusivos)
 - Desplazamiento de la fuente de motivación
 - De clase social a estatus (identidad social, prestigio)
 - Modo de viaje según estatus
 - Nichos de mercado diferenciados
 - Diversificación cultural
- (p.e. tribus urbanas como fuente de identidad social y estatus)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Búsqueda de autenticidad temporal y frustrada
- Nuevos estudios revelan esta diversidad
 - No todos los turistas están igualmente 'alienados'
 - Búsqueda de autenticidad variable
 - Concepto de lo 'auténtico' muy variable
 - (p.e. tradiciones y folklore)
 - No se tienen en cuenta 'experiencias transgresoras'
 - » (élites excéntricas)
 - » P.e. 'Turismo de barricada' (nuevas etiquetas para motivaciones clásicas)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Tipología de turistas según Cohen (1976)
 - Cohen hace referencia a:
 - Diversidad de los turistas
 - Motivaciones no siempre 'banales' o 'alienantes'
 - (necesidad de banalizar muy legítima)
 - 5 Tipos de turistas
 - 1) **Recreacionales**
 - Busca entretenimiento, diversión (banalizar)
 - Reposición de fuerzas, desconexión
 - Funcional para la sociedad

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 2) **Distraccionales**
 - Escapan de la rutina a toda costa
 - Turismo de 'escapada' (el más alienante?)
 - Actividad más o menos 'compulsiva'
- 3) **Experienciales**
 - Interés por culturas diferentes
 - Búsqueda de nuevas experiencias y modos de vida alternativos/diferentes
 - Aparentemente, motivaciones más 'profundas'

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4) **Experimentales**
 - Viajeros post-modernos 'desorientados'
 - Personalidades excéntricas o 'descentradas'
 - Búsqueda de experiencias alternativas que colne sus expectativas
 - Búsqueda de sí mismos
 - Predominantemente jóvenes
- 5) **Existenciales**
 - Búsqueda de trascendencia
 - Buscan 'conversión espiritual'
 - Peregrinaje a lugares míticos o 'sagrados'
 - (p.e. camino de Santiago)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Nueva tipología post-moderna (Cohen, 2005)
 - 1) **Post-turistas**
 - Diversión como fin en sí misma
 - No profundiza en la experiencia (ni lo pretende)
 - Prefieren el sucedáneo si es más cómodo y placentero
 - (a veces, lo 'auténtico' no lo es tanto...placentero)
 - Buscan experiencias familiares lejos del entorno inmediato
 - Hallan distinción en la sofisticación de la experiencia
 - Turismo cultural (presupone capital económico y social)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 2) **Experienciales/fantásticos**
 - Buscan experiencias extraordinarias simuladas
 - Parques temáticos
 - 'Happenings' a cargo de empresas o pobladores
- 3) **Turismo 'extremo'**
 - Zonas fuera del alcance del sistema turístico 'mainstream'
 - Experiencias más extremas y más auténticas
 - Ponen a prueba habilidades y destrezas del turista
 - Turismo de riesgo y aventura

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Dimensiones de la atracción del destino turístico (Yannakis y Gibson, 1992)
 - Sg.:
 - Familiaridad/extrañeza
 - Estimulación/tranquilidad
 - Seguridad/libertad
- (Combinación de las tres dimensiones marca el atractivo de cada destino)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- La segmentación de la demanda turística en España
 - Tipología de turistas basada en fuentes y técnicas estadísticas
 - Objetivo: clasificación de los turistas en España según sus motivaciones
 - Configuración de conglomerados
 - 'Clusters' o 'nubes'

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Estudio: 'Percepción de la imagen turística de Andalucía en el mercado Español'
 - (unos minutos de publicidad)
 - 2500 entrevistas válidas aprox.
 - Población no-andaluza de 18 años y más
 - Items:
 - cognitivos
 - afectivos
 - motivaciones
 - fuentes de información

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Variables:
 - Destinos visitados recientemente
 - Andalucía
 - Litoral Mediterráneo
 - Litoral Norte
 - Interior
 - Islas
 - Extranjero

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Tipo de alojamiento:
 - Hotel
 - Pensión
 - Apartamento
 - Casa particular
 - Alojamiento rural
 - Camping (nuevas modalidades)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Orientación temática del viaje:
 - Sol y Playa
 - Campo y naturaleza
 - Ciudades y monumentos
 - Deportes
 - Fiestas y eventos culturales
 - Amigos y familiares
 - Conocer el lugar
 - Tranquilidad y descanso

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- Medio de transporte utilizado:
 - Vehículo propio
 - Autobús
 - Tren
 - Avión
 - Barco

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

• **Resultados:**

- 4 perfiles
- 1) Turismo de media/larga distancia (27,3%)
 - Viajes al extranjero (53%)
 - Islas (39%)
 - En avión (85%)
 - Hotel (83%)
 - Ciudades y monumentos (40%)
 - Sol y playa (34%)
 - Conocer otros lugares (64%)
 - Turismo en pareja (50%)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 2) Turismo familiar de interior (25,7%)
 - Interior (28%)
 - Litoral Norte (19%)
 - Extranjeros (27%)
 - Sol y playa (2%)
 - Vehículo propio (56,2%)
 - Alojamiento en casas particulares (60%)
 - Visita a amigos y familiares (40%)
 - Contacto con Naturaleza (19,65)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 3) Turismo activo de litoral (29,1%)
 - Costas españolas (89,2%)
 - Mediterráneo (46%)
 - Andalucía (24%)
 - Litoral Norte (19,4)
 - Vehículo propio (78,6%)
 - Hotel (41,7%)
 - Casas particulares (25,2%)
 - Apartamentos (17,3%)
 - Sol y Playa (47,5%)
 - Turismo cultural (14%)
 - Turismo de Naturaleza (14%)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

- 4) Turismo familiar de Sol y Playa (17,9%)
 - Mediterráneo (63,4%)
 - Andalucía (27,5%)
 - Sol y Playa (82,4%)
 - Vehículo propio (86%)
 - Con familia (56%)
 - Apartamentos (38,3%)

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

– Rentabilidad:

- 1) Turismo de media y larga distancia (85% por canales comerciales)
- 2) Turismo familiar de interior (68% viajes independientes)
- 3) Turismo activo de Sol y Playa (60% viajes independientes)
- 4) Turismo familiar de Sol y Playa

SOCIOLOGÍA. SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

– Accesibilidad:

- 1) Turismo de media y larga distancia
 - Aeropuertos de salida: Madrid y Barcelona (50%)
 - Mayor uso de fuentes de información 'inducidas'
 - » Folletos, agencias, guías
- 2, 3 y 4) Turismo familiar de Interior, activo de costa y familiar de Sol y Playa
 - Mayor dispersión geográfica
 - Encarecimiento del producto
 - Proyecto autogestionado

**SOCIOLOGÍA.
SOCILOGÍA DEL TURISMO**

- **Bibliografía:**
- Álvarez De Sousa, A.
 - (1994) El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch
 - (2005) “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras”. Política y sociedad, vol. 42, nº 1, pp. 57-84.
- Latiesa, M y otros (2009). Sociología del Ocio y del Turismo. Granada. Universidad.
- Marrero, R. y González, M. (2009): Manual de Sociología del Ocio Turístico. Oviedo. Septem
- Rubio Gil, A. (2003): Sociología del Turismo. Barcelona. Ariel

**SOCIOLOGÍA.
SOCILOGÍA DEL TURISMO**