

**DESENVOLUPAMENT LOCAL I TURISME:
ELS IMPACTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA
EN EL TERRITORI METROPOLITÀ**

SUMARI

1. Introducció: el turisme, de passatemps a activitat econòmica

2. El turisme com a motor del desenvolupament econòmic local

3. El turisme a l'estratègia econòmica de Barcelona

4. Els reptes per a la sostenibilitat econòmica del turisme

5. Cap a un turisme impulsor del desenvolupament econòmic local

Referències bibliogràfiques

DESENVOLUPAMENT LOCAL I TURISME: ELS IMPACTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA EN EL TERRITORI METROPOLITÀ

Resum

El fort creixement de l'activitat turística a les metròpolis experimentat durant les darreres dècades ha generat canvis en el seu teixit econòmic però també en la geografia de les ciutats, amb els consegüents reptes sobre la sostenibilitat social i ambiental. En aquest article s'analitza l'encaix del turisme en cadascuna de les diferents dimensions del desenvolupament econòmic local: la participació del territori en el desenvolupament econòmic global, com a plataforma al servei de l'activitat econòmica globalitzada; la projecció cap a l'exterior dels actius territorials mitjançant la inversió local; o el desenvolupament local comunitari. Aquestes dimensions se singularitzen per al cas de Barcelona, agafant el turisme de creuers, el turisme de congressos i convencions i el turisme cultural, com a paradigmes de cadascuna d'elles. Finalment, es fa una anàlisi dels principals reptes per la sostenibilitat econòmica del turisme.

Paraules clau: Turisme, desenvolupament econòmic local, economia local, sostenibilitat, ocupació.

1. Introducció: el turisme, de passatemp a activitat econòmica

Explorar, conquerir, comerciar... la motivació de l'ésser humà per viatjar al llarg de la història ha estat sempre fonamentalment relacionada amb la recerca de recursos per enfortir la base econòmica i el poder polític d'una determinada societat. Així ha estat des de que vam esdevenir una espècie sedentària (amb el nomadisme, el viatge era la norma) i continua sent cert avui quan diàriament es mouen arreu del món milions de tones de productes o se celebren fires de negocis i cimera diplomàtiques de tota índole.

També hi ha hagut altres factors que han motivat, tot i que en menor grau en xifres globals, que les persones es plantejessin abandonar temporalment els seus llocs d'origen, com ara el fervor religiós (peregrinacions) o la curiositat científica (expedicions), que moltes vegades acompanyaven els moviments militars o comercials o s'aprofitaven dels camins que aquests obrien. Un cas a part serien les migracions, voluntàries o forçades, donat que l'opció de tornar o bé no es contemplava o només era una esperança llunyana.

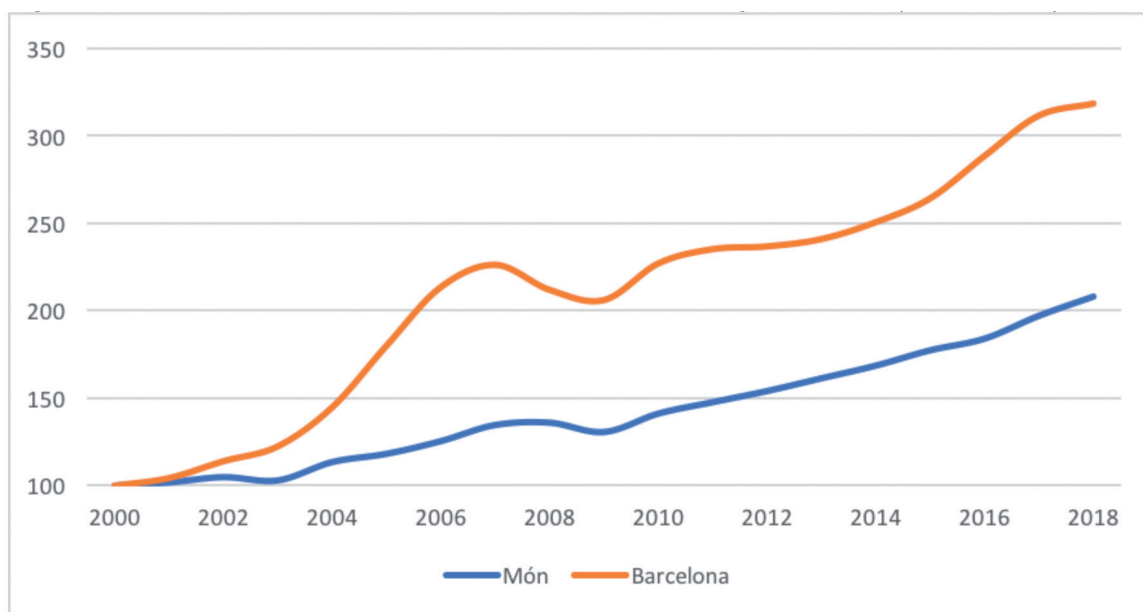
Sigui com sigui, la idea de desplaçament que actualment ens ve primer a la ment no és cap d'aquestes, per molt que hagin estat les primordials al llarg del temps. Avui en dia, viatjar s'associa normalment al lleure, a allò que en diem 'fer turisme', és a dir, a visitar altres ciutats i territoris pel sol gust de conèixer-los, per recreació, com ens recorda el Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans.

Malgrat la vigència d'aquesta idea del turisme com l'art del 'viatjar per viatjar', es considera que l'origen d'aquesta pràctica en la modernitat es troba en els Grand Tours, els viatges amb finalitats educatives que empraven joves de les classes més acomodades britàniques i del nord i centre d'Europa, en els segles XVII i XVIII, per conèixer les grans obres de la cultura clàssica i renaixentista del continent.

L'aparició del ferrocarril i el desplegament de la xarxa ferroviària a mitjans del segle XIX, així com de la motorització de la navegació marítima, van suposar una empenta molt important en termes quantitius al nombre de persones que podien exercir aquestes primeres formes de turisme, que encara estaven vinculades a alguna motivació concreta, com la salut (auge dels balnearis i les destinacions costaneres).

No és, però, fins la segona meitat del segle XX que el turisme comença a agafar una nova dimensió. La revolució en els mitjans de transport, la bonança econòmica en els països occidentals, el pacte social que introdueix les vacances pagades, la generalització dels patrons de vida urbana, o la major estabilitat política en termes globals són factors que contribueixen al boom turístic. Marxar del lloc habitual de residència, sigui a una segona residència pròpia o a qualsevol altre indret, esdevé gairebé una necessitat, sigui per desconnectar de la vida estressant de la ciutat, per cercar condicions climàtiques més benignes als llocs de destinació respecte de les ciutats, o com a senyal de progrés econòmic familiar i d'estatus social. I és així com per algunes ciutats i alguns territoris, esdevenir destinació turística comença a ser una font important d'activitat econòmica. Fins el punt que algunes d'elles, notablement les ubicades en zones costaneres, comencen a especialitzar-s'hi i a expandir-se a ritmes frenètics. Aquest procés, que fins a finals del segle passat s'havia circumscrit a un nombre relativament petit de països, es generalitza a escala global, motivat en bona part pel ràpid creixement de les clas-

Figura 1. Evolució del nombre de turistes a Barcelona i al conjunt mundial (en base 100)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Mundial del Turisme i de Turisme de Barcelona. Les dades de la ciutat de Barcelona corresponen a turistes allotjats en establiments oficials (hotels, pensions, i apartaments turístics).

ses mitjanes a les economies emergents, o els canvis tecnològics i regulatoris al sector aeri, amb el consegüent abaratiment dels costos de transport a llargues distàncies. Així, el nombre de turistes internacionals es duplica entre el 2000 i el 2015, segons dades de l'OMT.

Dins de l'explosió de l'activitat turística, el turisme de ciutats ha estat un dels segments de major creixement des del 1990. Molts factors han contribuït a la progressiva popularització d'aquest tipus de viatges: canvis en les estructures de les llars, canvis en els hàbits de treball, generalització de la climatització per poder combatre la calor els mesos estivals o una major oferta de vols propiciada per la liberalització de l'espai aeri de molts països, en són alguns.

Aquest creixement ha tingut però pautes diferents segons la ciutat de destinació. Si a ciutats consolidades turísticament com a París o Roma els creixements han estat relativament modestos, a d'altres, com Praga o Viena, el creixement ha estat més que notable. El cas de Barcelona, es troba a mig camí. Si bé el creixement ha estat superior al de la mitjana mundial, aquest fou més intens durant la dècada anterior (figura 1).

Posicionar-se per atraure turistes ha estat, per tant, una de les preocupacions principals en la gestió de les ciutats en les darreres dècades, de manera que el turisme ha esdevingut una activitat econòmica central en la terciarització de les metròpolis.

Els canvis en les preferències dels turistes hi han ajudat. L'auge del factor experiencial, el desig de viure noves experiències de tot tipus, fa possible generar atractius a partir de pràcticament qualsevol element patrimonial d'un lloc, independentment del seu valor intrínsec, i de vegades sense necessitat de cap d'aquests elements (cas dels parcs temàtics, per exemple). És així com la utilització intel·ligent del màr-

keting posa a l'abast de tots els territoris la capacitat de posicionar-se i de participar de l'enorme i creixent mercat turístic global.

El turisme ha esdevingut en els darrers anys, doncs, una activitat econòmica clau per a moltes, i cada cop més, economies locals i s'ha introduït amb molta força al nucli de les estratègies de desenvolupament econòmic local.

2. El turisme com a motor del desenvolupament econòmic local

El turisme pot incorporar-se de diverses formes en l'estratègia de desenvolupament econòmic local, i la forma com ho faci generarà uns efectes diversos sobre l'economia dels llocs. Per analitzar-ho, convé primer fer una breu introducció al concepte de desenvolupament econòmic local.

El desenvolupament econòmic local va més enllà d'una simple visió particular, aplicada a un territori, d'allò que s'entén a nivell macro per 'desenvolupament econòmic'. Això és així perquè el tret característic del desenvolupament econòmic local no se situa en el mer creixement de la producció de béns i serveis o en la generació de rendes i ocupació, sinó que fa un èmfasi especial en quatre aspectes (Estela, en premsa):

- la capacitat dels actors d'un territori d'influir, almenys en part, en el seu propi esdevenidor econòmic
- la disposició d'aquests actors locals a fer-ho de forma concertada entre ells
- la consideració dels recursos locals (naturals, humans, intangibles) com l'actiu essencial sobre el que construir el progrés

- la persecució d'objectius que van més enllà d'allò purament econòmic i que guarden relació amb la preservació del territori, però també amb la identitat i els valors locals

Aquesta dimensió qualitativa té un protagonisme decisiu en totes les definicions de desenvolupament econòmic local, fins el punt que arriba ser indistingible del concepte més genèric de 'desenvolupament local', en tant que l'element econòmic queda integrat amb el social i el territorial. I, sobre tot, ens indica que el desenvolupament econòmic local no pot ser imbuït sense més des de l'exterior d'un territori, o per acció de les forces globals sobre l'economia local, sinó que exigeix la participació dels actors que en formen part i el respecte a determinats trets autòctons.

Aquesta aproximació al concepte de desenvolupament econòmic local ja ens permet, per tant, intuir alguns dels elements que poden resultar afins i d'altres conflictius, en la introducció del turisme en l'estratègia d'un territori: fins a quin punt els actors del territori mantenen un cert control sobre l'evolució del turisme?; quins són els recursos locals que es poden posar a disposició de l'explotació turística, i fins a quin punt? com afectarà aquesta estratègia a la identitat i els valors del territori? Aquestes preguntes tenen a veure amb l'encaix del turisme en cadascuna de les tres dimensions del desenvolupament econòmic local (Estela, 2015):

- La dimensió que consisteix en la participació del territori en el desenvolupament econòmic global, i que representa entendre el territori i els seus recursos com una plataforma al servei de l'activitat econòmica globalitzada. Té a veure, per exemple, amb el desplegament de grans infraestructures i equipaments per connectar el territori a les xarxes globals, de manera que sigui més factible aconseguir inversions de capitals internacionals i atraure empreses. L'impacte sobre l'economia local sol consistir en la creació directa de llocs de treball, en la generació induïda en major o menor mesura d'activitat i ocupació en les empreses locals (depenent del tipus d'activitat i de la relació que s'estableixi amb el teixit productiu de l'entorn) i en la contribució a les finances públiques mitjançant impostos, tot i que no sempre el balanç net acaba sent positiu, ja que en l'atracció de determinades inversions, en particular les que fan preveure un major impacte induït, hi solen entrar en joc beneficis fiscals i ajuts d'altra índole.

En aquesta dimensió, el principal element positiu més enllà de l'impacte directe és l'oportunitat que s'obre per encendre una espurna d'activitat econòmica pròpia en el territori, en especial si les empreses locals aconseguixen accedir al proveïment de les que han arribat des de l'exterior. La part negativa, però, es produeix quan l'efecte global és extractiu, de manera que els beneficis repatriats superen àmpliament l'aportació econòmica real al territori.

Des de la perspectiva del turisme, aquesta dimensió correspondria amb manifestaci-

ons com la presència en determinats casos de grans cadenes multinacionals d'hotels i *resorts* que obvien la relació amb el territori on es troben més enllà dels seu perímetre (la coneguda fórmula 'tot inclòs') o els parcs temàtics descontextualitzats; com també els esdeveniments d'abast internacional: des de grans esdeveniments esportius o culturals, fins les fires i congressos que no es vinculen amb activitats econòmiques presents al territori.

- La dimensió per la qual el desenvolupament econòmic d'un territori prové de projectar cap a l'exterior (cap als mercats globals en general) els seus actius mitjançant, principalment, la inversió local. Aquesta dimensió, que guarda relació estreta amb el concepte de "desenvolupament endogen" (Vázquez Barquero, 2007), fixa la seva atenció en els recursos del territori i en com es poden mobilitzar o, més específicament, "posar en valor" aprofitant el potencial emprenedor dels que habiten aquest territori. És probablement la dimensió predominant avui en dia en el nostre entorn, i en ella hi pren una gran importància la capacitat d'assimilar i generar innovació i de diferenciar la producció local com a palanca d'accés als mercats globals.

En aquest cas, doncs, el que s'obté de l'exterior del territori són rendes, mentre que la inversió, les capacitats i els recursos són locals. Des d'aquesta perspectiva, el territori i la seva població esdevenen actius potencials del desenvolupament; això suposa un enfocament molt positiu del desenvolupament local, ja que se centra en treure profit de les oportunitats que ofereix el propi territori, però que pot resultar contraproduent si es porta l'extrem, quan tot es considera susceptible de ser explotat econòmicament i no es posen límits, amenaçant la sostenibilitat ambiental, econòmica i social.

És fàcil reconèixer l'encaix del turisme en aquesta dimensió del desenvolupament econòmic local, donat que és amb la que millor s'identifica en les nostres ciutats, viles i comarques. Invertim recursos públics i privats per oferir la millor cara del nostre patrimoni natural i cultural, per organitzar esdeveniments que posin de manifest els nostres orígens i tradicions, per fer més còmoda l'estada de qui ens visita. I a canvi esperem l'afluència de turistes que gaudeixin del que els oferim i, de pas, ens deixin una part de la seva renda, que suposa una injecció irrenunciable per a moltes economies locals, en particular aquelles, com les rurals, que disposen de poques alternatives per fer un mos al pastís de l'economia global.

- Finalment, la dimensió del desenvolupament econòmic local comunitari (Gibson-Graham, 2013). Aquesta és la dimensió més centrada en els actors locals i les seves relacions, en el sentit que busca mobilitzar els recursos

locals per satisfer les necessitats i aspiracions específiques del territori en qüestió sense connectar-se, almenys directament, amb els circuits econòmics globals. La inversió i la renda vinculades a aquesta dimensió es mouen fonamentalment dins d'un circuit local més o menys definit, i el conjunt es potencia gràcies a l'efecte multiplicador (Sacks, 2002).

Front a les estratègies d'atracció i de posada en valor que corresponen, respectivament, a les dues dimensions anteriors, la construcció de capital social i l'articulació de xarxes són aquí les missions atribuïbles a les polítiques de suport de la tercera dimensió, que han de reconèixer, encoratjar, valoritzar i interconnectar les iniciatives econòmiques de tot tipus que sorgeixin de la societat civil local. Per contra, una forma extrema d'aquesta dimensió portaria a una mena d'autarquia que no només no és desitjable, sinó que ni tan sols sembla ja possible en el nostre món, de manera que l'hem d'entendre com a la recerca de mecanismes que permetin millorar l'impacte que proporcioni cada recurs invertit o introduït en l'economia local.

El turisme, tal i com s'ha desenvolupat a les ciutats, quedaria al marge d'aquesta dimensió del desenvolupament econòmic local, donat que no existeix turisme sense relació amb l'exterior del territori, però sí que la pot alimentar injectant recursos que aquesta dimensió pugui fer circular.

El que resulta més important de l'esquema de les tres dimensions és reconèixer que una estratègia de desenvolupament econòmic local sostenible s'ha de basar en un cert equilibri de totes tres. Fiar-ho tot a l'atracció d'inversions exteriors condueix a uns elevats nivells de vulnerabilitat, donat que aquest tipus d'inversions poden tornar a desplaçar-se en qualsevol moment a altres territoris que ofereixin majors incentius. La posada en valor indiscriminada dels actius locals pot derivar, com ja s'ha apuntat anteriorment, en un progressiu esgotament o en la sobrecàrrega i, en definitiva, en la insostenibilitat del conjunt. Per últim, tancar-se en sí mateix accentuaria la marginalització d'un territori a mig i llarg termini.

Integrar les tres dimensions és vital: les inversions que s'atrauen poden fixar-se amb major facilitat en el territori si són complementàries amb el teixit empresarial ja existent (i el que es generi de nou) i si aquest es troba ben articulat tant internament com amb la resta de la societat local perquè els recursos circulin el màxim possible entre ells. Atraure, posar en valor i relacionar són els tres eixos d'una estratègia integral de desenvolupament econòmic local que, en realitat, hauria de seguir la seqüència inversa: relacionar els

actors i els recursos locals per cobrir el màxim de necessitats de la comunitat, identificant quins d'aquests recursos són els més adequats per posar en valor per, finalment, atraure allò que ajudi a complementar el que el propi territori genera.

Per aquest motiu adoptar una estratègia turística com a central en un territori suposa un risc de derivar en una amenaça a mig i llarg termini per a la sostenibilitat de l'economia local¹, ja que, com hem vist, el turisme només participa de dues de les dimensions: atraure i posar en valor. Garantir la sostenibilitat del turisme passa per aconseguir que els ingressos que generi en el territori es canalitzin per potenciar altres activitats i que es faci sobre un substrat en què la tercera de les dimensions del desenvolupament econòmic local¹ sigui prou robusta.

3. El turisme a l'estratègia econòmica de Barcelona

El turisme ha estat present a les estratègies de les metròpolis de manera generalitzada des de mitjans dels anys vuitanta del segle passat, coincidint amb els primers processos de reflexió estratègica urbana que tingueren lloc aquells anys. Aquests processos solien fixar-se com a repte principal el trànsit de les ciutats industrials, enteses com aquelles on les diferents branques de indústria manufacturera constituïen la principal activitat econòmica en termes de valor afegit i de població ocupada, a la ciutat postindustrial, on els serveis havien de prendre el relleu com a activitat econòmica fonamental. En molts casos, els processos de renovació urbana, i en especial els associats als fronts marítims d'algunes d'aquestes ciutats, actuaven de possible catalitzador².

El cas de Barcelona és paradigmàtic d'aquest tipus de polítiques. Malgrat la llarga història d'interès dels sectors econòmics de la ciutat per esdevenir una ciutat amb atractiu turístic, des de la cèlebre "Sociedad de Atracció de Forasteros" de començaments del segle XX a la "Ciudad de Ferias y Congresos" de l'època del porciolisme, la Ciutat Comtal no acabava d'emergir en el panorama internacional de les ciutats preferides per visitar (Palou, 2012).

L'any 1990, any en què s'aprovà el Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000, l'activitat turística de la ciutat era clarament de segon nivell i en bona part estava orientada, d'acord amb el model adoptat, a la provisió de serveis per a les diferents fires que se celebraven a la ciutat. No obstant això, ja en aquells moments s'albirava que el turisme podia ser una activitat emergent amb gran potencial de consolidació en l'economia urbana post-industrial (Duro i Rodríguez, 2015). De fet, als anys vuitanta es dugueren a terme algunes iniciatives per part de l'Ajuntament de Barcelona encaminades en aquesta direcció, com la creació del Barcelona Convention Bureau l'any 1983, o la promoció d'un ambiciós Pla d'Hotels

¹ Com a exemple il·lustratiu, el cas de Lloret de Mar, actualment el municipi amb menor renda disponible per habitant de Catalunya (municipis de més de 5.000 habitants). Vegeu a El País (08/04/2019): "Lloret de Mar desbanca a Castelló d'Empúries como municipio más pobre" (https://elpais.com/ccaa/2019/04/08/catalunya/1554745385_940896.html).

² En el cas de moltes ciutats portuàries, els canvis tecnològics, i en especial la introducció dels contenidors del trànsit marítim que es produí a partir dels anys seixanta, van implicar l'abandonament de les zones portuàries més tradicionals, alliberant així els espais més propers a la trama urbana. Els Docklands de Londres o l'Inner Harbor de Baltimore en són casos paradigmàtics.

per incrementar la planta hotelera, tant en nombre d'habitacions com en categoria dels establiments. Aquests factors van fer que el turisme s'inclogués com a una de les activitats emergents a promoure, dins del Pla Estratègic, al mateix nivell que les activitats financeres, de disseny, o vinculades a la salut (Ajuntament de Barcelona, 1990).

Els anys noranta del segle passat van acabar de posar els fonaments de la consolidació de l'activitat turística a Barcelona. Per una banda, es van anar concretant una sèrie de projectes que tenien com a objectiu comú internacionalitzar la ciutat, dotant-la d'infraestructures que permetessin millorar-ne l'accessibilitat així com l'estada, tals com terminals aeroportuàries o marítimes, recintes firals o palaus de congressos, però també d'infraestructures culturals (museus o centres d'arts escèniques). Per altra banda, es va apostar per un lideratge compartit públicoprivat, que va cristal·litzar l'any 1993 en la creació de Turisme de Barcelona i un Pla Estratègic de Turisme on convergiren les aspiracions de l'administració pública (municipal) i el sector privat.

El Pla Estratègic de Turisme de 1993 apuntava a diverses vies per captar aquest incipient turisme, com el turisme de cap de setmana, el turisme de congressos i incentius, el turisme cultural o el turisme de creuers, tot aprofitant l'embranchida que en termes d'imatge havien proporcionat els Jocs Olímpics. En alguns casos, com el turisme de congressos, es comptava amb una tradició i una reputació que proporcionava més de mig segle d'activitat firal. Tot i la forta competència de ciutats com París o Viena, Barcelona ha pogut (i ha sabut) consolidar aquest segment. No cal dir que la climatologia especialment benigna hi ha jugat a favor, però també la disponibilitat d'infraestructures (començant pel recinte firal), que facilita acollir congressos com el Mobile World Congress, amb 108.000 assistents (2017), permet que Barcelona continuï al capdavant de la classificació internacional de ciutats de congressos i convencions si s'agafa el nombre d'assistents com a mètrica³.

En d'altres, com el turisme de creuers, es partia gairebé de zero. Si l'any 1990 amb prou feines 100.000 passatgers hi feien escala, actualment s'ha trencat ja la barrera dels tres milions, dels quals més de la meitat ho són d'embarcament i desembarcament, activitats amb major retorn econòmic que una mera escala⁴. La disponibilitat d'una àmplia infraestructura portuària, amb set terminals marítimes construïdes durant les darreres dues dècades, l'existència d'un aeroport de primer nivell a pocs quilòmetres⁵ i un en-

torn amb un baix nivell d'inestabilitat política i social (comparat, almenys, amb el nord d'Àfrica) han fet que Barcelona s'hagi posicionat com a indubtable port base de la Mediterrània i el principal port de creuers a nivell europeu i un dels cinc primers a nivell mundial⁶ (Observatori de Turisme de Barcelona, 2018). Aquest creixement, però, s'inscriu en la forta embranzida d'aquest segment de turisme, on a escala global els passatgers s'han multiplicat per 7 entre el 1990 i 2018⁷. El creixement de l'activitat a Barcelona fou extraordinari a finals del segle passat (com ho fou el creixement de l'activitat turística al conjunt de la ciutat), però ha estat en la línia del creixement global durant la darrera dècada.

Per contra, el turisme cultural ha estat una de les assignatures pendents de Barcelona. Tot i que la ciutat compta amb alguns elements que permetrien la existència d'un notable turisme cultural, la majoria de mètriques apunten a què existeix un ampli camp a recórrer. Dins de les arts visuals, per exemple, únicament el Museu Picasso supera el milió de visitants, una xifra que es manté pràcticament estable des de l'any 2000. El MNAC se situa per sota dels 900.000 visitants anuals, i museus com la Fundació Miró estan per sota dels 400.000 visitants, xifres inferiors a les que presentava a principis de segle.

Aquestes dades, contrasten, per exemple, amb les de París, una ciutat amb una extensió similar a la barcelonina i una població un 30% superior. Els seus museus estan al capdamunt de la classificació mundial en nombre de visitants i ingressos per visitants. Tres d'ells (el Louvre, el Museu del Quai d'Orsay i el Centre Pompidou) se situen entre la vintena de museus més visitats del món, essent el primer el museu més visitat, amb vuit milions de visites anuals, i els altres dos se situen per sobre dels tres milions de visites. Cal destacar també, els 10,2 milions de visitants a les exposicions temporals (2017), enfront dels 2,5 del conjunt d'espais expositius de Barcelona⁸.

Certament, és molt difícil de comparar dos models museístics que presenten importants diferències en algunes de les seves variables (per exemple, París és la capital d'un estat amb més de 60 milions d'habitants, fet que la diferencia de Barcelona), però resulta interessant analitzar la seva evolució. Mentre que els visitants, i presumiblement l'activitat econòmica generada per aquest tipus de turisme no ha parat de créixer a París, a Barcelona les xifres es mantenen estancades i no sembla que hi hagi un efecte difusor sobre altres activitats econòmiques (per exemple, les activitats relacionades amb el disseny).

³ Dades corresponents al rànquing ICCA (International Congress & Convention Association), que comprèn aquelles convencions amb un mínim de 50 participants i que tenen una rotació mínima. Si la mètrica són el nombre de convencions, Barcelona ocupà la 4^a posició el 2018, darrera de París, Viena i Madrid.

⁴ Segons un recent estudi per mesurar l'impacte econòmic del turisme de creuers a Barcelona i el seu entorn (Port de Barcelona i Turisme de Barcelona, 2015), si bé es destacava l'aportació de 413 milions d'euros al PIB de Catalunya (prop de 7.000 llocs de treball o 152 milions d'euros en recaptació fiscal), les xifres de despesa per excursionista i dia van ser únicament de 53,3 euros per als passatgers en trànsit (escala). Aquesta xifra canviava radicalment si es consideraven els turistes que hi embarcaven: la despesa assolí els 200 euros per persona i nit, clarament superior a la mitjana de turistes de la ciutat.

⁵ La relació entre activitat creuerista i aeroportuària és bidireccional. Bona part de l'explosió de l'oferta de vols de llarg radi de l'aeroport del Prat, que ha tingut incomputables efectes positius per a la competitivitat de la ciutat, es deu a l'existència dels fluxos estables de passatgers que proporcionen els passatgers de creuers.

⁶ Garay i Cànoves (2012) ofereixen una anàlisi comprensiva de l'evolució del turisme de creuers a Barcelona.

⁷ Segons les dades de la *Cruise Lines International Association* (CLIA), el nombre de passatgers a nivell mundial ha passat de 3,7 milions el 1990 a superar els 26 milions el 2018.

⁸ Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Observatori de Turisme a Barcelona i Office de Tourisme et des Congrès de Paris.

No obstant això, el que es pot observar és que aquestes tres modalitats de turisme mostren les diferents maneres com es despleguen les diferents dimensions del desenvolupament econòmic. El turisme de creuers es tradueix fonamentalment en ingressos per a les principals atraccions turístiques, comerç —sobretot de grans marques internacionals— i, en menor mesura, restauració, amb un escàs retorn per a la ciutat, especialment si es tracta d'escapes. El turisme de congressos i convencions té també el component d'impacte sobre comerç i restauració (en aquest cas possiblement capgirant la importància d'un i altre), però també sobre l'hoteleria i, si es treballa adequadament, sobre el teixit empresarial local del sector en qüestió o sobre el món de la recerca, en el cas de congressos científics. El turisme cultural, en canvi, és el que més fàcilment pot connectar amb el circuit de l'economia local, no només perquè les institucions culturals principals solen ser de titularitat pública, sinó perquè també és un públic més procliu a utilitzar el petit comerç i la restauració autòctona (o, si més no, de capital local).

En qualsevol cas, avui l'activitat turística forma part essencial del *mix* d'activitat econòmica de la ciutat de Barcelona. Tot i que no es disposa de dades precises sobre el pes del conjunt de les activitats turístiques a Barcelona, se situarien en una forquilla entre el 10 i el 12% tant en termes de contribució al valor afegit com a l'ocupació⁹. Una dada prou significativa, que el col·loca dins de les activitats econòmiques tractoras de l'economia de la ciutat. Així mateix, es tracta d'un sector d'activitat que durant la darrera crisi va actuar de factor contra cíclic, compensant la forta caiguda de la demanda interna.

Aquesta evolució favorable des del punt de vista econòmic té, però, algunes ombres. Si bé és cert que és una activitat econòmica amb una creixent contribució al valor afegit brut i a l'ocupació de la metròpoli, més discutibles han estat tant la distribució de les rendes entre els diferents actors del territori, com els efectes externs que aquestes activitats han generat. Aquestes contradiccions són clarament visibles a les enquestes ciutadanes, on s'observa com les preocupacions afloren en moments de millora econòmica i només remeten en períodes on la resta de l'activitat econòmica local entra en períodes de recessió o crisi.

4. Els reptes per a la sostenibilitat econòmica del turisme

El turisme, doncs, es considera una activitat tractora de l'economia, tant en termes de generació de valor afegit, com d'activitat. Per contra, també hi ha una àmplia percepció que és una activitat de baix valor afegit i mal remunerada¹⁰. Molt probablement ambdues afirmacions tenen part de raó, però són matisables.

Evidentment les activitats turístiques tenen un pes significatiu a l'economia de les metròpolis modernes, arribant al 10-12% a ciutats com Barcelona, com ja hem indicat. Aquesta dada prové de les darreres estimacions del PIB a la ciutat de Barcelona¹¹, en què el sector de l'allotjament i la restauració (que inclou tant a clients turístics com a residents), que pot oferir una primera aproximació al PIB turístic, generava el 8% del PIB de la ciutat, una xifra prou significativa, però molt allunyada dels valors amb què comptava la indústria manufacturera de fa poques dècades.

Ampliant el perímetre del que entenem com activitat potencialment turística, és a dir, si s'inclouen activitats com el transport terrestre, marítim i aeri, el lloguer de vehicles, les activitats d'agències de viatges i de serveis de convencions i fires, i les activitats culturals, esportives i de lleure, s'incrementa significativament. No obstant això, força d'aquestes activitats són híbrides, ja que els seus clients finals són tant els residents com els turistes (que poden ser d'origen interior o estranger). Diferents estimacions realitzades anys enrere situaven aquesta xifra en la forquilla ja esmentada entre el 10 i el 12% del PIB per al conjunt (en realitat per a la comarca del Barcelonès). Per tant, és molt possible que les dades es trobin lleugerament sobreestimades.

La qualitat de l'activitat econòmica i l'ocupació generada per les activitats turístiques ha estat objecte de nombrosos debats, ja que tradicionalment s'ha considerat una activitat de baixa qualitat, especialment pel que fa referència a l'ocupació. Aquesta percepció es pot il·lustrar amb la dada que aporta l'informe de salaris mitjans que anualment publica l'Ajuntament de Barcelona: els treballadors de les activitats d'hostaleria i restauració van cobrar el 2017 (darrer amb dades disponibles) una mitjana de 16.708 euros bruts anuals, enfront dels 30.263 euros de salari mitjà pel conjunt de la ciutat. Es tracta, a més, de l'activitat econòmica amb menor salari a la ciutat de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2019b)

Aquestes xifres, certament impactants, són el producte de tres factors que operen simultàniament: un salari/hora per sota de la mitjana, una activitat amb una alta temporalitat i una activitat amb una elevada parcialitat. Pel que fa a la primera d'elles, tot i que el salari horari sigui inferior a la mitjana, aquesta diferència és més reduïda del que hom podria pensar a priori. Tot i no disposar de dades en equivalència a temps complet a l'estadística municipal, fent una comparativa amb les dades a nivell estatal¹², s'observa que la remuneració anual per treballador en equivalència a temps complet a les activitats d'hostaleria i restauració és de 23.594 euros (per al 2015), una xifra lleugerament per sota de la del conjunt de l'economia (24.414 euros), però superior a la mitjana del conjunt dels serveis empresarials (22.957 euros).

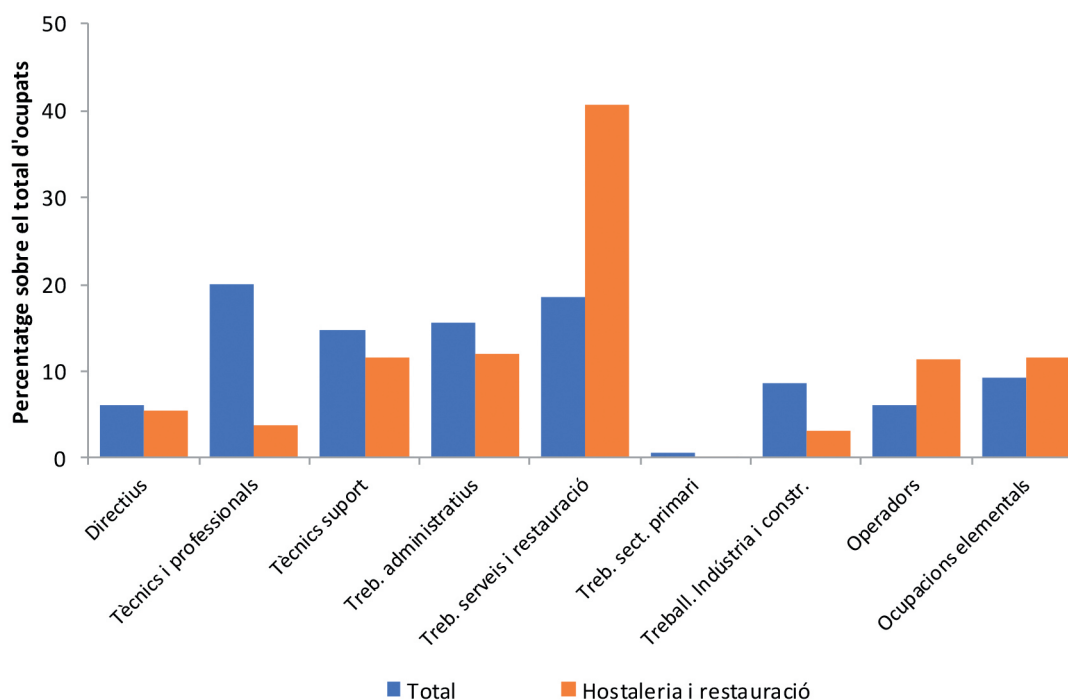
⁹ S'han fet diferents estudis del pes que poden tenir el conjunt d'activitats turístiques sobre el PIB català. Les darreres estimacions (Duro, 2014), que cobreixen el període 2005-2013, estan fetes a nivell comarcal. Pel que fa al Barcelonès, la darrera xifra disponible li atribuïa l'11,1% del total, nou dècimes superior a la mitjana catalana.

¹⁰ Vegeu, per exemple, la referència que en fa Puig (2015).

¹¹ Font: Ajuntament de Barcelona (2019a).

¹² Font: OCDE, STStructural ANalysis Database (STAN). Aquesta base de dades proporciona informació homogènia sobre l'estructura econòmica de les diferents branques de l'activitat econòmica de manera homogeneïtzada per al conjunt de països de l'OCDE. Les darreres dades disponibles completes corresponen a 2015.

Figura 2. Distribució dels ocupats per categoria ocupacional segons CNO-2011, AMB



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Cens 2011, INE.

Aquest salari sensiblement inferior a la mitjana econòmica pot explicar-se com a producte de les diferències entre l'estructura ocupacional de l'activitat i l'estructura ocupacional del conjunt de l'economia. Agafant dades del conjunt de l'Àrea Metropolitana de Barcelona corresponents al cens del 2011, s'observa que les activitats d'hostaleria i restauració són menys intensives en ocupacions altament qualificades (aquelles enquadrades en els grups de professionals i tècnics de la Classificació Nacional d'Ocupacions), i que per contra és més intensiva en treballadors de serveis de mitjana i baixa qualificació (figura 2).

El segon i el tercer factors (temporalitat i parcialitat en l'ocupació) tenen també una especial incidència en aquestes activitats, a causa de l'elevada estacionalitat d'aquestes activitats, així com la seva baixa regularitat. Les activitats d'hostaleria tenen un percentatge molt més elevat de contractes fixes discontinus que el conjunt de l'economia (Sanz, 2012). A més, tampoc són infreqüents les jornades superiors a les 40 hores setmanals. Segons dades de l'Enquesta de Població Activa, el 12,3% dels treballadors ocupats a l'hostaleria declaraven treballar 50 hores o més a la setmana, enfront del 3,1% del conjunt de l'economia, essent l'activitat amb un major percentatge de treballadors en aquesta situació, únicament pel darrera de les activitats agrícoles i ramaderes¹³.

En aquest aspecte cal fer notar la divergència d'interessos entre l'empresa i la persona treballadora. Si en el primer cas les característiques del model de negoci, amb càrregues de treball molt dispa-

rons el dia de la setmana o la temporada, fan que sigui inevitable que una part important dels llocs de treball siguin cobertes per llocs de treball temporals o a temps parcial, en el segon cas ens trobem molt sovint que aquesta opció no és la que la persona treballadora hauria desitjat, i que la tria d'aquesta ocupació obeeixi a la manca d'alternatives més estables¹⁴. Aquest fet s'agreuja per les condicions laborals relativament dolentes que presenten moltes d'aquestes ocupacions (tant pels torns horaris o la dificultat/impossibilitat de conciliar la feina amb la vida familiar i social). Tot i que la pròpia estructura del sector facilita l'accés a col·lectius que altrament ho tindrien difícil en un altre tipus d'ocupació, molt sovint aquestes feines esdevenen una estació de trànsit per assolir altres feines,

Finalment, cal fer notar que les xifres anteriors únicament tenen en compte els treballadors en plantilla de les empreses l'epígraf de la classificació d'activitats sigui algun dels esmentats anteriorment. No es tenen en compte, per tant, totes aquelles persones que hi treballen de manera efectiva, però subcontractades, un fet especialment important en els establiments hotelers, tal i com s'ha vist amb els darrers conflictes laborals. Aquesta pràctica s'ha generalitzat en els darrers anys, facilitada per la reforma laboral de 2012, i ha generat diferencials de prop del 40% entre treballadors de la mateixa categoria professional en funció de si formen part del conveni del sector o bé s'han d'acollir al conveni d'empreses multiserveis pel fet de ser treballadors subcontractats (Cañada et al., 2017)

¹³ Dades corresponents al segon trimestre del 2019 per al conjunt estatal. Font: INE.

¹⁴ Un metaestudi sobre el mercat de treball al sector turístic realitzat per Cañada et al. (2017) ofereix una bona perspectiva d'aquests problemes, a l'incloure una revisió de la literatura acadèmica, així com dades quantitatives i qualitatives centrades pel cas de Barcelona.

Un aspecte sovint esmentat és el fet que les activitats turístiques, si bé generen nombrosos llocs de treball, són activitats de molt baix valor afegit. Si es considera el valor afegit brut per treballador (en equivalència a temps complet), s'observa que les ocupacions més vinculades al turisme se situen per sota de la mitjana de l'economia, però sense els valors tan baixos que hom li podia atribuir. Seguint amb l'estadística de l'OCDE, el VAB per treballador a temps complet a l'estat espanyol se situava l'any 2015 (darrer del qual tenim dades) en 52.432 euros per al global d'activitats d'allotjament i restauració, sensiblement per sota del global (57.942 euros), però superior a la mitjana del sector serveis empresarials (49.161 euros). Així mateix, la participació de les rendes del treball en el valor afegit del sector se situa en línia amb la mitjana de l'economia, el que contrasta amb la creença que es tracta d'un sector on el repartiment de les rendes generades és molt esbiaixat en contra dels treballadors.

Més enllà de la qüestió salarial, cal considerar les externalitats negatives que sovint s'associen a l'activitat turística i que suposen una minva en la seva aportació neta a l'economia local. Algunes d'elles són tangibles, com els efectes derivats del consum elevat de l'espai públic i que generen uns sobre costos de neteja, manteniment o seguretat que han d'assumir els residents, o el sobreconsum de béns subvencionats, com és el cas del transport públic. També els efectes mediambientals, derivats dels mitjans de transport, però també del major consum de recursos hídrics o generació de residus.

Un cas paradigmàtic és el del Park Güell, on la creixent presència de turistes no només va comportar que aquest espai deixés de ser d'esbarjo per al veïnat dels barris adjacents, sinó que també va generar problemes de mobilitat derivats de l'ús del transport públic per a usos turístics. Altres aspectes, com els costos derivats de la contaminació atmosfèrica i acústica han estat també objecte d'anàlisi i crítica, especialment pel que fa al trànsit de creuers, però també per l'explosió del trànsit aeri i les repercussions que ha tingut en l'entorn dels aeroports.

En aquest sentit, sembla que ha anat guanyant consens la tendència a eliminar algunes d'aquestes externalitats mitjançant la internalització de costos; per exemple, generalitzant el pagament de les visites d'espais d'especial interès turístic (com el propi Park Güell), o la decisió de fer pagar per l'admissió als museus, restringint la gratuïtat als residents o a situacions molt puntuals¹⁵. Aquest aspecte genera una tensió entre raons en termes d'eficiència econòmica, que argumenten que el pagament genera recursos per a una millor gestió d'un espai que altrament haurien de pagar tots els ciutadans, en fossin o no usuaris, i objeccions en termes d'equitat social (la imposició generalitzada de pagaments pot acabar constituint una barrera d'accés per a diverses capes socials).

L'altra manera de buscar compensacions econòmiques és establint una figura impositiva més general,

com és el cas de l'impost d'estades en allotjaments turístics (més popularment conegut com a 'taxa turística'). L'impost, que ha recaptat 56,5 milions d'euros a l'exercici 2017/8, (dels quals 30,6 milions d'euros al Barcelonès) segons les darreres dades proporcionades per al Generalitat de Catalunya, inicialment preveia que aquests recursos s'havien de destinar íntegrament a promoció turística. Des de diferents instàncies, en especial l'Ajuntament de Barcelona, s'ha defensat des de fa temps que la destinació d'aquest impost hauria de incloure també la compensació, directa o indirecta, dels efectes externs del turisme, una cosa que finalment es va assolir el 2017, cinc anys després de la creació de l'impost. Actualment, el debat rau en quin hauria de ser el tipus impositiu òptim, ja que els impostos aplicats actualment són modestos en comparació als d'altres ciutats amb una casuística similar a la barcelonina.

I és que un tercer efecte extern, tot i ser intangible, pot ser tant o més important que els dos primers: l'efecte expulsió (*crowding out*) que provoca actualment l'activitat turística sobre la resta de l'estructura econòmica (reducció de les inversions i de la generació d'ocupació en altres sectors econòmics, degut a l'obtenció d'un major rendiment en el sector turístic), com també sobre l'estructura territorial i urbana. Ens referim aquí a la tensió entre l'ús de l'habitatge per a usos residencials enfront dels temporals-turístics en zones cada cop més àmplies de la ciutat, però també als usos dels espais comercials, o a l'orientació de determinades inversions en l'àmbit de la cultura o el transport, per no parlar de les formes de vida en comunitat, tant en baris com en espais rurals (Goldstone, 2003).

L'emergència dels allotjaments turístics alternatius als tradicionals (hotels, albergs o edificis d'apartaments turístics) amb l'aparició de models híbrids com els habitatges d'ús turístic, o el lloguer d'habitacions per a estades turístiques, no només genera un debat entre com aquests nous negocis han de compensar els possibles efectes externs (quelcom que un impost podria realitzar), i el fet que formen part d'una tendència a l'alça en les preferències de la demanda, especialment en el cas del lloguer d'habitacions, ja que ofereix flexibilitat, preus normalment avantatjosos i la possibilitat de gaudir una experiència, almenys pel que fa al relat comercial, més 'autèntica'.

No obstant això, tampoc pot oblidar-se que l'activitat turística pot generar també importants externalitats positives. La consolidació de Barcelona com a punt d'origen i destinació de grans creuers, ha anat acompanyada d'un important creixement de la connectivitat de l'aeroport, especialment pel que fa a les rutes aèries de llarg radi. L'escassetat de connexions directes de llarg radi havia estat sovint citada com a factor limitador de la competitivitat de les empreses locals o un fre per a inversions estrangeres, especialment d'aquelles de sectors d'alt valor afegit.

Així mateix, l'activitat turística permet garantir l'activitat de diferents sectors de l'economia, des de les in-

¹⁵ Existeix una àmplia literatura acadèmica (vegeu per exemple, Frey i Meier, 2006) que ha analitzat els beneficis i costos d'aplicar una entrada als museus. Un dels principals és evitar la sobreocupació dels museus, amb els consegüents costos que suporten (deteriorament de les exhibicions). També s'han citat motius de caire redistributiu, en tant que els usuaris habituals dels museus solen ser persones de les deciles de renda més elevades.

dústries culturals fins a activitats agroalimentàries, que probablement tindrien un futur més difícil de fiar-ho tot a la demanda interna. A tall d'exemple, el 70% dels visitants dels museus municipals de Barcelona l'any 2017 eren residents a l'estranger¹⁶, essent la seva contribució sobre els ingressos per taquillaatge encara superior. Aquestes externalitats però, no han rebut el mateix tractament que les negatives (probablement per la major dificultat en la seva quantificació), i sovint són ignorades de les anàlisis.

Per tots aquests motius, doncs, una pregunta que cal fer-se és el cost d'oportunitat d'abraçar el turisme com a activitat econòmica clau en un territori. És a dir, si les polítiques públiques han de continuar promocionant-lo i de quina manera ho han de fer, o bé si han d'adoptar una actitud menys proactiva o fins i tot treballar en favor del denominat "decreixement turístic", ajustant el flux de visitants a una mesura determinada de la capacitat de càrrega.

5. Cap a un turisme impulsor del desenvolupament econòmic local

La resposta a aquesta pregunta és, com no podria ser d'una altra manera, complexa. Si prenem en consideració aspectes com la sostenibilitat global, caldria certament deixar d'incentivar els desplaçaments contaminants massius i promoure, en tot cas, un turisme molt més de proximitat. Precisament el fet que el turisme es basi cada cop més en el factor experiencial hauria de contribuir a que en un entorn territorial raonable —i encara més quan aquest territori és una metròpoli— s'hi trobin prou elements per descobrir i gaudir com per no haver-ne de buscar de similars deixant pel camí tones de diòxid de carboni. Però, malauradament, ni la consciència sobre l'emergència climàtica ni l'eclosió d'una classe mitjana global, xinesa especialment, als països emergents, que vol començar a descobrir el món, auguren una reducció dels desplaçaments en el mig termini.

Davant d'això, un territori sí que podria jugar la carta de la limitació de la seva capacitat d'acollida: control del nombre de vols o de creuers que hi arriben, o la reducció del nombre de places d'allotjament. Però aquesta resposta tampoc sembla senzilla d'articular i, en tot cas, requerriria una estratègia que en requerriria una altra de complementària: l'estímul a la generació d'altres tipus d'activitat econòmica al territori que compensessin la reducció de l'aportació del turisme.

Que és precisament l'estratègia que possiblement sigui més eficaç per almenys contenir el creixement imparable del turisme en metròpolis com la nostra, ja que es desviaria l'efecte *crowding out* cap a altres sectors. Si l'auge del turisme es va produir gràcies, com hem vist, a l'adopció d'una estratègia específica a finals dels anys vuitanta del segle passat, el mateix hauríem de ser capaços de fer amb altres activitats econòmiques: emetre un senyal inequívoc de la nostra aposta i afavorir la rendibilitat de les inversions. Més fàcil de dir que de fer, clarament, però imprescindible intentar-ho, indubtablement.

I de manera complementària, caldria treballar per minimitzar la component extractiva del negoci turístic, representada entre altres pel desequilibri entre els beneficis que s'expatrien i els sous que romanen, i trobar fórmules tant per incrementar la participació d'inversors locals en el sector, com per generar maneres de capturar els fluxos de recursos: que de cada euro que gasta un turista a Barcelona, se'n recuperi una part cada cop major per a l'economia local.

En particular, el creixement de les iniciatives i projectes turístics que contempen criteris de sostenibilitat i de vinculació amb l'economia social i solidària comença a ser una tendència, malgrat que en la majoria de casos no s'adopten formes de gestió cooperatives, com assenyala un recent estudi de la cooperativa de serveis de restauració i turístics XAREC, posant de manifest el camí que encara queda per recórrer en un àmbit clau per reequilibrar l'estratègia de desenvolupament econòmic local (Pinter, 2019).

Aquestes línies han volgut oferir una panoràmica introductòria del debat de la qüestió, tot i quedar molts temes per a futurs desenvolupaments. Per exemple, caldria, en la línia expressada ja per Cañada et al. (2017), una anàlisi més detallada de l'impacte real que les activitats turístiques tenen sobre el teixit econòmic de les ciutats o sobre els mercats de treball. Caldria també avaluar de manera més global l'impacte de les externalitats (positives i negatives) associades a les activitats turístiques sobre les ciutats, així com el dels instruments compensatoris que s'han anat introduint per tenir-les en compte. I finalment, i no menys important, caldria també avaluar fins a quin punt factors externs com la creixent financiarització del sector immobiliari, propulsada per la manca d'inversions alternatives, estan promovent un creixement turístic que va més enllà dels límits que hom podria esperar.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1990). *Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Diponible a: https://pemb.cat/public/docs/35_wn_9_Is_iplaestrategieconomicisocialbcn2000.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019a). *El Producte Interior Brut de Barcelona, 2018*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Gabinet Tècnic de Programació. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/barcelonaeconomia/sites/default/files/PIB_BCN_2012_2018_Maig2019.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019b). *Els salaris a Barcelona 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Gabinet Tècnic de Programació. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/barcelonaeconomia/sites/default/files/Salaris_2017.pdf

CAÑADA, E., JULIÀ, M., i BENACH, J. (2017). *Situació, característiques i efectes del treball en el sector turístic a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de

¹⁶ Font: Museus de Barcelona: Explotació Estadística de les Dades de Visitants 2017, Ajuntament de Barcelona.

Barcelona. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/1901_informe_upf_mercat_laboral.pdf

DURO J.A. (2014). *Aproximació a l'activitat econòmica generada pel turisme a les comarques de Catalunya. Sèrie 2008-2012 (i avenç 2013)*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_-_turisme/coneixement_i_planificacio/recerca_i_estudis/documents/arxius/Estudi-PIB-turistic-20082013.pdf

DURO J.A. i RODRÍGUEZ, D. (2015). Barcelona como municipio turístico: algunos datos evolutivos y elementos de futuro. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 507-538.

ESTELA, O. (2015). Políticas públicas para unas economías locales resilientes. *TRIA*, 15, 81-94.

ESTELA, O. (en premsa). Políticas de desarrollo económico local: ¿y si repensamos lo básico?. *TERRA*, xxx.

FREY, B., i MEIER, S. (2006). *The Economics of Museums*. A V.A. Ginsburgh, i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (pp. 1017-1047). Amsterdam: North-Holland.

GARAY, L.A., i CÀNOVES, G. (2012). Turismo de Cruceros en Barcelona: de la Marginalidad al Liderazgo Internacional. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 60, 253-271.

GIBSON-GRAHAM, J.K., CAMERON, J., i HEALY, S. (2013). *Take Back the Economy. An Ethical Guide for Transforming Our Communities*. Minneapolis: Regents of the University of Minnesota.

GOLDSTONE, P. (2003). *Turismo. Más allá del ocio y del negocio*. Madrid: Debate.

PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.

PINTER, A. (2019). El cooperativisme busca en el turisme una destinació atractiva. *coop*, 8, 26-29.

OBSERVATORI DE TURISME A BARCELONA, CIUTAT I REGIÓ (2018) *Informe de l'activitat turística a Barcelona 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/informe_act_tu_2017_complet_1_0.pdf

PORT DE BARCELONA I TURISME DE BARCELONA (2015) *Activitat de Creuers a Barcelona. Impacte sobre l'economia catalana i perfil socioeconòmic del creuerista* (2014). Barcelona: Port de Barcelona i Barcelona Turisme. Disponible a: https://professional.barcelonaturisme.com/imgfiles/estad/Informe_ACPBCN_2014_CAT_web.pdf

PUIG, M. (2015). *Un bon país no és un país Low Cost*. Barcelona: Edicions 62.

SACKS, J. (2002). *The Money Trail. Measuring your impact in the local economy using LM3*. Londres: New Economics Foundation and The Countryside Agency.

SANZ, P. (2012). *Employment and Industrial Relations in the Hotels and Restaurants – Spain*. Loughlinstown: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions – Eironline (European Industrial Relations Observatory). Disponible a: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2012/employment-and-industrial-relations-in-the-hotels-and-restaurants-18>

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, 11, 183-210.