



---

## El Gobierno catalán aprueba el Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2013-2016

- Este documento define los principios básicos del modelo turístico de Cataluña a medio plazo, y también establece las directrices a largo plazo con el año 2020 como horizonte.
- El Plan se basa en desarrollar un modelo turístico con criterios de competitividad sostenible manteniendo el equilibrio entre la cantidad y la calidad del turismo.

Martes, 4 de junio de 2013- El Gobierno de la Generalitat ha presentado hoy el Plan Estratégico de Turismo de Cataluña para el periodo 2013-2016. Este documento define los principios básicos del modelo turístico de Cataluña a medio plazo y orienta la política turística de todos los agentes del sector, públicos y privados, especialmente la de la Generalitat de Cataluña. El documento también establece las Directrices Nacionales de Turismo con el año 2020 como horizonte.

Cataluña es uno de los principales destinos turísticos mundiales. Para mantener la posición de liderazgo debe adaptarse a las nuevas realidades sociales y económicas derivadas de los cambios en la demanda turística y la competencia con otros destinos. Las novedades en los sistemas de información y comunicación, la mejora de la calidad y anticiparse a la evolución futura del turismo son otros factores que el Plan aprobado hoy tiene en cuenta. Tal como ha dicho el *conseller* de Empresa y Empleo, Felip Puig, en rueda de prensa **“debemos mantener el liderazgo que hoy tiene Cataluña”**.

El Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2013-2016 contiene las pautas para desarrollar un modelo turístico regido por criterios de “competitividad sostenible”. En este sentido, el *conseller* ha querido remarcar que **“Cataluña será industrial o no será. Pero Cataluña debe conciliar su vocación industrial con su vocación turística y el hecho de ser una zona estratégica”**.

Esto es el equilibrio de la cantidad con la calidad del turismo, siendo tractor de un turismo de valor añadido que permita asegurar su continuidad futura sobre la base de la sostenibilidad económica, medioambiental, cultural y social.



## ■ Comunicado de prensa ■

Para conseguirlo, se necesita una nueva orientación en el gobierno del turismo, que permita la participación e implicación de todos los agentes turísticos en la orientación y consecución de los resultados previstos. En este sentido, la formulación del Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2013-2016 y las Directrices Nacionales de Turismo 2020 ya han contado con una amplia participación y aportación de agentes públicos y privados del sector turístico, a través de entrevistas a personas clave del sector, mesas de trabajo y encuestas y cuestionarios tanto a profesionales del sector turístico catalán, del resto de España y del extranjero.

El Plan Estratégico, las Directrices Nacionales y el Plan de Marketing Turístico conforman la “Estrategia de Turismo 2020 de Cataluña”.

En referencia al Plan de Marketing Turístico de Cataluña, presentado recientemente, recordar que establece las líneas prioritarias para la promoción turística de Cataluña. Este documento es el reflejo de cómo quiere presentarse y venderse Cataluña al mundo. El plan señala una nueva manera de trabajar y de hacer promoción turística, con productos diseñados según las exigencias y requerimientos de los mercados, con una colaboración público-privada más estrecha y con fórmulas innovadoras y al mismo tiempo rentables.

### Plan de actuaciones

El Plan Estratégico se estructura a partir de las siguientes cinco Directrices Nacionales de Turismo que fundamentan la estrategia turística de Cataluña en el horizonte 2020:

1. **Un proyecto de país internacional.** El turismo como uno de los cimientos del proyecto nacional de Cataluña, con una proyección cada vez más internacional.
2. **Cataluña, destino de destinos.** Cataluña, un conjunto armónico de destinos autónomos, sostenibles y competitivos.
3. **El producto, base del marketing.** Una oferta de calidad orientada a una demanda de calidad.
4. **Una dirección de turismo transversal.** Inteligencia, eficiencia e influencia transversal como fundamentos de la dirección general de Turismo.
5. **Excelencia.** Formación, innovación, idiomas y nuevas tecnologías como elementos clave para la excelencia.

Cada una de estas grandes directrices tiene vinculado un programa de actuaciones y unos objetivos específicos:



## ■ Comunicado de prensa ■

1. Programa de gobernanza. Para llevar a cabo el Plan Estratégico se ha de establecer un marco de gobernanza claro y efectivo y articular una política de estado a largo plazo en materia turística con el compromiso de todos los departamentos de gobierno y de la administración.
2. Programa de Destinos. Este es el programa que debe asentar las bases del desarrollo en el espacio turístico bajo el modelo de competitividad sostenible. Algunos de los objetivos son crear nuevos instrumentos de ordenación y planificación del uso del espacio turístico, generar experiencias piloto para crear nuevos modelos de destinos inteligentes, y aumentar la calidad de la experiencia turística.
3. Programa de Producto. Desarrollar una oferta de productos turísticos diversificada, competitiva y sostenible que permita competir en un entorno internacional y atraer a un perfil de clientes cada vez más segmentado y exigente.
4. Programa de Administración y Gestión. Tiene como misión adecuar el modelo organizativo y las herramientas de gestión de la administración de turismo con criterios de eficiencia y eficacia para asumir adecuadamente los retos que plantea el Plan Estratégico.
5. Programa de Excelencia: elementos como la formación, la tecnología, la innovación, los idiomas y la responsabilidad social son algunos de los esenciales que el programa propone. La finalidad es posicionar Cataluña a la vanguardia de los destinos turísticos internacionales.

### **39 proyectos identificados**

La implementación de estos cinco programas del Plan Estratégico de Turismo requiere la definición de unas actuaciones detalladas que faciliten la concreción de los objetivos y líneas estratégicas del Plan.

El Plan identifica los siguientes 39 proyectos, en los que se detallan los ejes de trabajo y los objetivos operativos para su realización:

#### Programa 1. Sistema de gobierno

##### **1.1 Marco de acuerdo**



■ Comunicado de prensa ■

- Proyecto 1.1.1 Establecimiento del Pacto Nacional para el Turismo

## 1.2 Instrumentos de gobernanza

- Proyecto 1.2.1 Puesta en funcionamiento de la Mesa de Turismo, con una ventana de participación online
- Proyecto 1.2.2 Impulso de la Comisión Interdepartamental y de la Plataforma Inter administrativa de Turismo
- Proyecto 1.2.3 Establecer canales de interlocución transversalmente representativos

## 1.3 Dinamización empresarial e internacional

- Proyecto 1.3.1 Impulso de un servicio de acompañamiento a empresas, emprendedores e inversores en turismo, con una vocación claramente internacional
- Proyecto 1.3.2 Desarrollo de un marco para la financiación de proyectos turísticos

## Programa 2. Desarrollo de destinos

### 2.1 Territorio

- Proyecto 2.1.1 Plan sectorial territorial de turismo
- Proyecto 2.1.2 Catálogo digital de los paisajes turísticos
- Proyecto 2.1.3 Implementación del plan TiT de señalización turístico

### 2.2 Oferta e Infraestructuras

- Proyecto 2.2.1 Plan director de rehabilitación de la planta de alojamiento obsoleta
- Proyecto 2.2.2 Plan de eficiencia energética y energía renovable en el sector turístico
- Proyecto 2.2.3 Plan de regularización de las viviendas de uso turístico
- Proyecto 2.2.4 Plan de movilidad turística

### 2.3 Calidad

- Proyecto 2.3.1 Pla operativo del sistema de calidad turística



## 2.4 Gestión

- Proyecto 2.4.1 Manual del modelo de destinos turísticos
- Proyecto 2.4.2 Proyecto piloto de *smart destinations*

## Programa 3. Desarrollo de producto

### 3.1 Gestión de producto

- Proyecto 3.1.1 Planes directores de los productos turísticos de Cataluña
- Proyecto 3.1.2 Rutas turísticas de Cataluña
- Proyecto 3.1.3 Diseño y conceptualización de experiencias turísticas

### 3.2 Grandes proyectos

- Proyecto 3.2.1 Catálogo de grandes proyectos turísticos

## Programa 4. Administración y Gestión Turística

### 4.1 Normativa

- Proyecto 4.1.1 Plan de reducción de los costes reguladores de la actividad turística
- Proyecto 4.1.2 Actualización de la Ley de Turismo

### 4.2 Organización y gestión

- Proyecto 4.2.1 Fortalecimiento de la estructura organizativa de dirección y gestión turística nacional
- Proyecto 4.2.2 Gestión del fondo para el fomento del turismo (impuesto turístico)
- Proyecto 4.2.3 Adaptación de la red de oficinas de marketing e información turística

### 4.3 Inteligencia

- Proyecto 4.3.1 Fortalecimiento de la unidad del conocimiento e inteligencia de mercado
- Proyecto 4.3.2 Ejecución del plan estadístico de investigación turística
- Proyecto 4.3.3 Creación de la Cuenta Satélite de Turismo en Cataluña
- Proyecto 4.3.4 Desarrollo de un sistema SIG en el sector turístico de Cataluña

## Programa 5. Excelencia

### **5.1 Formación**

- Proyecto 5.1.1 Plan Director de la Formación Profesional en Turismo
- Proyecto 5.1.2 Plan de mejora e internacionalización de los programas universitarios en turismo
- Proyecto 5.1.3 Plan de fomento del conocimiento de los idiomas en el sector

### **5.2 Innovación y tecnología**

- Proyecto 5.2.1 Plan operativo TIC Turismo
- Proyecto 5.2.2 Impulso de las Aulas Territoriales de Innovación Turística y los Premios a la Innovación
- Proyecto 5.2.3 Benchmarking internacional de modelos de negocios turísticos innovadores y creativos

### **5.3 Sensibilización social**

- Proyecto 5.3.1 Campaña de sensibilización "Turismo y Sociedad"
- Proyecto 5.3.2 Campaña de sensibilización "Turismo y Responsabilidad Social Corporativa"

### **5.4 Sostenibilidad Ambiental**

- Proyecto 5.4.1 Campaña de sensibilización "Cambio Climático"
- Proyecto 5.4.2 Campaña de sensibilización "Ecoeficiencia"

Con la ejecución de estos proyectos los objetivos para 2016 serán aumentar el gasto y los ingresos de los turistas, con especial incidencia en el periodo de septiembre a junio. También se quiere conseguir un aumento de la estancia promedio del turista, del índice de repetición y como aspecto muy importante, aumentar el índice de satisfacción de los turistas.

Otros objetivos del Plan Estratégico para 2016 son mejorar el equilibrio territorial del PIB turístico y el uso turístico que se hace del patrimonio natural y cultural. Por último, y vinculado al ámbito del marketing, este Plan enfatiza la necesidad de incrementar el poder de la marca Cataluña.