

**Turisme**  **2015**  
**BCN**

PLAN ESTRATÉGICO  
DE TURISMO

DE LA CIUDAD  
DE BARCELONA

Mayo 2009

# PRESENTACIÓN

---

El turismo, en sus diferentes aspectos, se ha convertido en uno de los fenómenos sociales y económicos de mayor crecimiento y repercusión social y económica en Barcelona durante las últimas décadas. Por un lado, el turismo se ha convertido en uno de los principales canales para la proyección exterior de la imagen de la ciudad y del país, y por otro lado, los índices de visitantes y turistas han experimentado un importante aumento en Barcelona en los últimos 15 años, lo que demuestra, sin lugar a dudas, su importancia y vitalidad.

Con la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, en Barcelona se aprovechó una extraordinaria oportunidad para la difusión y promoción de la ciudad. Al esfuerzo inicial de ese momento se sumó un trabajo constante y decidido del sector turístico de la ciudad, que desde entonces ha sido encabezado por el Consorci Turisme de Barcelona.

Turisme de Barcelona nació como fruto de una relación de complicidad y soporte entre Ayuntamiento y Cámara de Comercio, que aprovechando la coyuntura de los Juegos del 92 establecían las bases y la organización operativa para el crecimiento turístico de la ciudad. Así, y con la adopción de un Plan Estratégico de Marketing Turístico, se constituía Turisme de Barcelona, organismo que desde entonces ha trabajado para convertir en realidad duradera el excelente posicionamiento de Barcelona en los mercados emisores.

En sus dieciséis años de existencia ha ido desarrollando y concretando los diversos programas y múltiples actuaciones que han permitido convertir la ciudad de Barcelona en el municipio europeo que proporcionalmente ha crecido más en el sector turístico. Desde el año 1987, la ciudad de Barcelona ha ido realizando varios planes estratégicos con un enfoque económico y social que, últimamente, han abrazado todo el ámbito metropolitano. Este largo proceso ha dejado un rico y amplio conocimiento de planificación estratégica en la ciudad.

Hoy en día Barcelona se ha convertido en un destino de turismo urbano de indiscutible referencia a nivel mundial. Actualmente, la actividad turística incide de manera transversal en la dinámica de la ciudad, convirtiéndose en uno de sus principales pilares económicos y de desarrollo. Una vez conseguido este grado de madurez y éxito, Barcelona se plantea nuevos retos y propósitos que pasan por un profundo proceso de reflexión. Este proceso comporta el planteamiento de algunas cuestiones clave, como por ejemplo la cantidad de turismo que puede acoger la ciudad, hasta qué punto hay que seguir creciendo o qué tipo de impactos está suponiendo el crecimiento turístico y qué futuro le espera a la ciudad.

Sensible a todos estos temas, el Programa de Actuación Municipal elaborado por el Ayuntamiento de Barcelona para el período 2008-2011 y aprobado el 31 de octubre de 2008, ha incluido los siguientes objetivos y líneas de actuación:

## **Eje de actuación 4**

**Desarrollo económico y ocupación de calidad**  
Profundizaremos en un modelo de turismo de calidad, que se integre en la realidad de la ciudad y concertado con los sectores implicados.

## **Eje de actuación 10**

**Capitalidad**  
Barcelona también deberá tener un papel de liderazgo mediante la promoción de la ciudad como sede internacional de ferias, convenciones y congresos.

En referencia al turismo, el PAM establece una línea de actuación que define la misión e incluye cuatro grandes objetivos que enmarcan un conjunto de medidas.

---

## **Línea de acción 3.8**

### **Turismo**

---

### **Misión**

Reforzar el atractivo turístico de Barcelona y posicionarla internacionalmente, dando valor a su hecho diferencial y potenciando el turismo de calidad, mejorando al mismo tiempo los mecanismos de gestión de los efectos del turismo en la ciudad conjuntamente con los vecinos y la comunicación de sus factores positivos.

### **Objetivo 1**

Promover un modelo de turismo que potencie el equilibrio entre residentes y turistas preservando los valores de identidad de la ciudad.

### **Objetivo 2**

Potenciar el impacto económico del turismo.

### **Objetivo 3**

Consolidar la imagen internacional de Barcelona.

### **Objetivo 4**

Favorecer la accesibilidad del turismo en la ciudad y promover la eficiencia en los sistemas de acogida y movilidad en el interior de la misma.

Entre las diversas medidas contempladas señalamos la que hace referencia al Plan Estratégico:

### 3.8.11.

Elaboraremos un Plan Estratégico de turismo concentrado con los sectores implicados que aborde la necesidad de planificación de la capacidad de acogida de turistas y garantice la calidad y la sostenibilidad del sector empresarial de la ciudad.

Además, el 2006 la Generalitat de Catalunya ha establecido, por primera vez, su Plan Estratégico del Turismo en Cataluña, con el horizonte del 2010. Por su parte, el Ministerio de Turismo del gobierno español aprobó el 2007 el Plan del turismo español, horizonte 2020.

Al mismo tiempo, el equipo de gobierno del Ayuntamiento ha encargado al Consorci Turisme de Barcelona la realización del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona. Turisme de Barcelona, como organismo responsable de la promoción turística de la ciudad, sitúa su actuación en el marco del desarrollo económico y social y de la calidad de vida de Barcelona y trabaja con el fin de impulsar y mejorar la realidad de todo el sector turístico.

Partiendo de la realidad actual y de la experiencia de Turisme de Barcelona, la realización del Plan Estratégico inicia un proceso de reflexión sobre el modelo de turismo en la ciudad que debe servir para definir las futuras estrategias de actuación necesarias para mantener o incrementar el interés de los ciudadanos, sectores económicos, instituciones, visitantes y turistas; al mismo tiempo, el Plan Estratégico establecerá las actuaciones que deberán realizar los diferentes agentes públicos y privados que incidan en el sector turístico de la ciudad con el fin de garantizar la sostenibilidad y continuidad del éxito en el futuro.

El Consorci Turisme de Barcelona, con una clara voluntad de reflexión compartida sobre el turismo, impulsa la realización del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Barcelona, asumiendo una serie de principios y objetivos que inspiran y justifican el mismo Plan; estos principios inspiradores se concretan en los siguientes puntos:

### **Identidad de Ciudad**

Un énfasis en la propia identidad como valor diferencial y fuente de ventaja competitiva.

### **Sostenibilidad**

**Económica**, considerando la mejora de la competitividad futura de los sectores implicados, el equilibrio entre estos, así como la implicación de nuevos sectores y la generación de ocupación, entre otros aspectos.

**Social**, considerando el equilibrio de la relación entre ciudadano y turista, la mejora de la calidad de vida de la población, la implicación del ciudadano, el reconocimiento, valoración y sensibilización sobre el fenómeno turístico, entre otros.

**Ambiental**, considerando la capacidad de carga o límites al crecimiento y la disminución de impactos ambientales, entre otros.

### **Cooperación y Participación**

Necesidad de contar durante todo el proceso, desde sus inicios, con la complicidad de la ciudadanía, de los sectores económicos y de las instituciones, para conseguir altos niveles de implicación con el futuro turístico de la ciudad en el marco de un proceso de cooperación y colaboración pública y privada.

## OBJETIVOS

---

### Equilibrio Territorial

Necesidad de crear nuevas áreas de atracción y descongestión de otras para equilibrar los efectos positivos y negativos que comporta el desarrollo de cualquier actividad turística.

### Calidad, Innovación y Alto Valor Añadido

La innovación y la calidad deben ser los referentes en la creación de nuevos productos, en la gestión, la prestación y la comercialización de los mismos.

### Orientación a la Demanda

El conocimiento de las necesidades, preferencias y hábitos de comportamiento de los mercados actuales y potenciales será importante a la hora de preparar la oferta de la ciudad.

---

## HORIZONTE 2015

---

Los objetivos de cualquier planificación deben ser mesurables en el tiempo y, por esta razón, deben contar con un punto de partida y un punto final. Por este motivo se propone que el Plan establezca objetivos y acciones de futuro hacia el **horizonte 2015**, dejando abierto, además, un **espacio permanente de evaluación y reflexión** sobre la evolución de la actividad turística de la ciudad.

En definitiva, y de manera sintética, los propósitos del Plan se centran en cuatro grandes intereses:

- Determinar los **impactos que la actividad turística genera** en el sí de la ciudad, teniendo en cuenta sus diversas manifestaciones, tanto cualitativas como cuantitativas.
- Reflexionar sobre el **modelo de turismo** en Barcelona.
- Enmarcar el desarrollo turístico de la ciudad de Barcelona en la línea del **crecimiento sostenible**.
- Implicar positivamente a la **ciudadanía** en el proyecto turístico de la ciudad.

Dos objetivos resumen la misión del Plan:

- **La mejora de la actividad turística.**
- **El encaje del turismo en la ciudad**

## METODOLOGÍA

---

La realización del Plan Estratégico asume como premisa básica la aplicación de un estilo metodológico concebido desde la flexibilidad; para el desarrollo del proceso de reflexión del turismo y la ciudad, se parte de aquellos criterios, instrumentos y sistemas propios del planteamiento estratégico que serán rigurosamente adaptados a las dimensiones y realidades de Barcelona, siguiendo el estilo de trabajo logrado en la realización de los diversos planes estratégicos de la ciudad.

El Plan debe ser capaz de captar las relaciones específicas que existen entre los diferentes agentes turísticos y no turísticos de la ciudad, actuando en y sobre el territorio, y que permitan construir un proyecto de futuro realista y adaptado a las conveniencias reales de su población. Por este motivo, el aspecto fundamental en la instrumentación del Plan de desarrollo turístico es la activa participación de los principales agentes e instituciones que inciden y promueven el turismo en la ciudad, así como también de su ciudadanía. Finalmente, se establecerán una serie de estrategias que deberán guiar las acciones de los responsables del turismo. A fin y efecto de que estas líneas de actuación se conviertan en garantía de éxito y puedan ser aplicadas y asumidas por todos, sólo pueden ser construidas desde el consenso y el entendimiento mutuo.

---

### Primera Fase

#### DIAGNOSIS

Septiembre 2008 – octubre 2009

---

La primera fase abraza el período comprendido entre el mes de septiembre de 2008 y el mes de julio de 2009, y en ella se desarrolla la parte analítica y diagnóstico del plan.

#### Análisis

- Obtener información objetiva y clara (**radiografía de la realidad actual**).
- **Conocer las percepciones** de los diferentes actores de la ciudad y del sector turístico (ciudadanos, sectores, instituciones, turistas...).
- Saber **con quién se compite**.
- Estructurar **información relevante** para la **diagnosis** y la toma de **decisiones**.

#### Diagnosis estratégica

La diagnosis establecerá un retrato actual del turismo en Barcelona, centrándose en aquellos **aspectos clave**

(estratégicos) que sean útiles a la hora de establecer propuestas de actuación (programas). Se contará con la participación de los agentes implicados (ciudadanía, sector, turistas, instituciones, expertos...), y partiendo de un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) se estará en disposición de establecer las líneas estratégicas y pautas de actuación.

---

## Segunda Fase ESTRATEGIA Y PROPUESTAS Octubre 2009 a julio 2010

---

Con la diagnosis consensuada, y contando siempre con la más alta participación y entendimiento, se estará en disposición de establecer el modelo de funcionamiento del turismo, los nuevos retos que hay que afrontar, así como los instrumentos de gestión del turismo en la ciudad, de manera que se espera entrar en una nueva y denominada **segunda etapa de gestión concertada del turismo en Barcelona**.

---

## FOCUS GRUPS

---

Con el objeto de identificar los principales temas críticos y aspectos clave del turismo en Barcelona han sido realizadas unas sesiones de trabajo denominadas Focus Grups, que se han desarrollado desde una visión lo más amplia posible y con la premisa de una voluntad de implicación colectiva en el proceso de reflexión turismo y ciudad.

Las sesiones han sido participadas por un centenar de pensadores y gestores del turismo en Barcelona. Estos espacios de reflexión significaron el verdadero punto de partida del Plan estratégico, y permitieron establecer la “hoja de ruta” a seguir.

Las seis sesiones de trabajo Focus Grups se llevaron a cabo entre el 1 y el 8 de octubre de 2008, con el objetivo de identificar los temas críticos y los aspectos clave para la competitividad y la futura viabilidad del turismo en la ciudad de Barcelona.

Más de un centenar de personas participaron en dichas sesiones fueron, todas ellas con perfiles muy distintos (pensadores, gestores del sector turístico, gestores de infraestructuras y servicios de la ciudad, gestores del sector cultural, agentes sociales, ciudadanos, sindicatos y políticos). El conjunto de participantes presentaba un vínculo común: la ciudad de Barcelona.

La visión crítica, contrastada y compartida expresada por estos representantes sirvió para establecer las líneas de trabajo en las que el Plan Estratégico concentrará toda su energía durante la fase de análisis.

Aspectos destacados de las sesiones de Focus Grups:

### **Relación turismo-ciudadanía**

Percepción de molestias y agravio comparativo. Necesidad de conciliación i sensibilización ciudadana.

### **Gestión y modelo de turismo**

Implicación Ayuntamiento: gestión integral encaje turismo y ciudad.

### **Reequilibrio y diversificación territorial**

Desconcentración, ciudad metropolitana, capital de Cataluña.

### **Infraestructuras y movilidad interna**

Estructuras de recepción, acogida y distribución del turismo.

### **Imagen turística**

Identidad, cultura y patrimonio, prestigio internacional de Barcelona.

### **Profesionalización**

Mejorar la calidad del servicio. Estabilidad y calificación laboral.

---

## SENADO TURISMO Y CIUDAD

---

Un total de 300 personas conforman el llamado Senado Turismo y Ciudad, caracterizado por representar a las voces más plurales y destacadas de Barcelona y el país en términos de turismo y ciudad. La constitución del Senado Turismo y Ciudad tiene por objeto recoger y compartir opiniones y conocimiento.

La opinión de estos representantes institucionales, académicos, políticos, agentes sociales y económicos, agentes del sector y de la ciudadanía de Barcelona serán tenidos en cuenta durante el proceso de reflexión del Plan Estratégico. La constitución del llamado Senado Turismo y Ciudad servirá para compartir las reflexiones del turismo en Barcelona, tanto en la fase de análisis, diagnosis y propositiva. La participación del Senado como núcleo de consulta y de reflexión compartida se

convierte en una vía de comunicación y participación social muy importante.

Entre los diversos miembros que constituyen el Senado Turismo y Ciudad, se encuentran los representantes de las siguientes instituciones:

- Comité Ejecutivo de Turismo de Barcelona
- Pensadores de la ciudad
- Académicos y consultores expertos en turismo
- Gestores de infraestructuras
- Instituciones
- Gestores de productos: Cultura, Deporte, Ámbito Médico, Educación
- Gestores de la ciudad
- Gestores del Sector Turístico (Alojamiento, agencias, servicios, transporte...)
- Comercio y Restauración
- Representantes políticos de los Distritos
- Representantes políticos de los Grupos Municipales
- Entidades sociales
- Entidades de vecinos
- Entidades económicas i sociales
- Planes y organismos de participación

La primera de las acciones realizadas ha sido la emisión de un cuestionario relativo a los temas tratados en los Focus Grups. El objetivo de dicho cuestionario consiste en ponderar y objetivar las opiniones y los discursos de los participantes en las sesiones de Focus Grups.

Se obtuvieron un total de 160 respuestas, el análisis de las cuales aportó datos de considerable interés a propósito de las opiniones y el encaje del turismo en la ciudad.

---

## COMISIONES DE TRABAJO

---

Las Comisiones de trabajo se ponen en marcha en la Fase de Análisis y Diagnóstico y tienen como objetivo principal la creación de diálogo y análisis compartido sobre el encaje del turismo en la ciudad. Las Comisiones son vistas como una oportunidad muy importante a la hora de recoger la opinión de los agentes implicados en el turismo y en la ciudad.

Cada Comisión centra su debate alrededor de una temática concreta, con la idea de identificar los puntos fuertes y los aspectos críticos del objeto en cuestión, partiendo siempre de una visión integral y transversal de turismo y ciudad.

Las valoraciones surgidas del conjunto de Comisiones conformarán una aportación relevante al Diagnóstico que el Plan Estratégico elaborará en su primera fase de trabajo, que concluirá el próximo otoño de 2009.

Se llevan a cabo un total de 11 Comisiones de trabajo, clasificadas en función de los siguientes ámbitos: Comisiones de carácter territorial; Comisiones de carácter sectorial; Comisiones de producto.

### Territoriales

- Turismo a Ciutat Vella
- Áreas e iconos turísticos
- La Barcelona de los Distritos
- Entorno Metropolitano
- Barcelona, capital de Catalunya

### Sectoriales

- Restauración
- Alojamiento
- Comercio
- Intermediación

### Producto

- Turisme y Cultura
- Turisme y Negocios

Más de 250 personas participan en el conjunto de las 11 Comisiones de trabajo. El perfil de los participantes es pretendidamente heterogéneo, con tal de reunir y contrastar diversas visiones y sensibilidades acerca del turismo en Barcelona; de esta manera, forman parte de las Comisiones de trabajo representantes de entidades vecinales, asociaciones de comerciantes, representantes de los sindicatos, miembros de los sectores de alojamiento (representantes del ámbito hotelero, apartamentos turísticos, residencias de estudiantes, etc.), miembros de los sectores del comercio y la restauración, agencias de viajes, guías e intermediación, representantes del sector e instituciones culturales públicas y privadas de la ciudad y empresarios y representantes de las infraestructuras de la ciudad; así como miembros de Turismo de Barcelona, representantes de la Cambra de Comercio, directivos y técnicos de los diversos distritos y áreas municipales y también de poblaciones del área metropolitana de Barcelona, representantes de la Diputación de Barcelona y de la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya y de otros organismos e instituciones públicas y privadas, tanto de Barcelona como

de Catalunya; del mismo modo, las Comisiones también son participadas por expertos, profesores universitarios, periodistas, consultores y conocedores del turismo y la ciudad. El conjunto de estas voces plurales permite crear debates amplios y contrastados.

Cada una de las Comisiones de trabajo cuenta con un Presidente y un Relator; la figura de Presidente es asumida por una personalidad significativa de la ciudad y del país (básicamente por su faceta política, social y cultural), mientras que la figura del Relator corresponde a un experto en la temática.

Cada Comisión lleva a cabo un par de reuniones, la primera tanda de sesiones fue realizada entre el 21 de abril y el 4 de mayo; la segunda tanda de reuniones tiene lugar entre los días 14 y 27 de mayo de 2009.

En la segunda fase del Plan tendrán lugar nuevas reuniones con el propósito de establecer las propuestas y líneas estratégicas de actuación.

- Estudio de posicionamiento internacional de Barcelona en los mercados emisores
- Estudio de opinión de colectivos (alojamiento, restauración, comercio, intermediación, equipamientos culturales y de ocio)
- Estudio de opinión “antenas exteriores” (OET’s, CPT’s, CPN’s, Consulados de Mar...)

## Grupos técnicos específicos

Se constituyen pequeños grupos técnicos que analizan una temática concreta.

- Calidad y profesionalización (Consell Econòmic i Social de Barcelona)
- Transporte y accesibilidad en la ciudad
- Seguridad
- Turismo 2.0

---

## ESTUDIOS Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

---

### Información

Con el propósito de proporcionar datos objetivos sobre la actual situación del turismo en Barcelona y de identificar la falta de información básica –hecho que marcará las necesidades esenciales de información primaria–, se llevará a cabo una intensa búsqueda de información.

### Investigaciones, dictámenes y estudios específicos

Se llevan a cabo un seguido de investigaciones y estudios relacionados con el turismo en Barcelona, con tal de obtener la información necesaria para poder analizar la situación turística actual. Al mismo tiempo se profundiza en el conocimiento de los aspectos económicos, sociales y medioambientales relacionados con la actividad turística de la ciudad, que también servirán de base para el análisis de la situación.

- Estudio del impacto económico de la actividad turística en la ciudad de Barcelona
- Cuantificación del número de visitantes de la ciudad de Barcelona
- Análisis de Benchmarking y de Best Practices en el ámbito internacional
- Estudio Delphi sobre las tendencias del turismo urbano y su vinculación a Barcelona
- Estudio de posicionamiento turístico de Barcelona en las redes sociales.

# ORGANIZACIÓN

---

## ÓRGANOS DE GESTIÓN DEL PLAN

---

### Consejo Directivo

El Consejo Directivo del Plan está formado por los representantes de las instituciones, grupos políticos y organizaciones miembros de Turisme de Barcelona y otros representantes del mundo del turismo y la ciudad; el Consejo Directivo tiene la función de ser el órgano director del Plan.

### Coordinación del Plan

La coordinación general del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona ha sido encargada a Enric Truñó, que cuenta con una larga trayectoria profesional en este campo, tanto en el ámbito político como en el de la gestión pública y privada.

### Comité Técnico

El Comité Técnico, de ámbito permanente y formado por el Director General y otros miembros de Turisme de Barcelona, el Director de Coordinación y Programas Estratégicos del área de Promoción Económica del Ayuntamiento y los miembros de la Oficina del Plan, tiene la responsabilidad de garantizar la dinámica de proceso del Plan.

### Oficina del Plan Estratégico

Constituida expresamente con motivo del Plan, la Oficina está formada por un equipo de técnicos pluridisciplinar con dedicación permanente; su responsabilidad es la conducción y redacción del Plan.

## ESPACIOS DE TRABAJO Y PARTICIPACIÓN

---

### Comité Asesor

La Oficina del Plan cuenta con el soporte de expertos del turismo, que constituidos en Comité Asesor, aportan una visión y revisión externa y experta al proceso y trabajo del Plan Estratégico.

### Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona

Se contará, de forma permanente y desde el inicio del Plan, con el saber hacer del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, asumiendo que su bagaje en el análisis y diagnóstico de la realidad de Barcelona alimentará de manera provechosa la buena marcha del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Barcelona. Esta coordinación

permitirá garantizar que el desarrollo del Plan esté integrado en los procesos de reflexión global que la ciudad (y el entorno metropolitano) emprendió hace años.

### Consejo de Académicos

El Consejo de Académicos está integrado por profesores expertos en los distintos campos de conocimiento en relación al turismo y la ciudad de las universidades catalanas. Su objetivo consiste en aportar conocimiento interdisciplinario, así como apoyar la realización del Plan estratégico y profundizar en el conocimiento de los aspectos turísticos de la ciudad.

### Organismos e instituciones diversas

También se prevé contar con una serie de organismos e instituciones como el Consell Econòmic i Social de Barcelona y el Consell de Ciutat, entre otros, que de forma directa o indirecta, inciden en la reflexión sobre turismo y ciudad promovida por el Plan Estratégico.

Se establecerán mecanismos de enlace permanentes a lo largo de la duración del Plan; en este sentido, el objetivo es doble:

- Conocer la opinión sensible de ciertos colectivos: ciudadanos, trabajadores, entre otros.
- Alinear estudios, investigaciones, búsquedas que ya se están desarrollando o que se pueden llevar a cabo.

## COMUNICACIÓN

---

### Web

El Plan dispone de una página web ([www.turismebcn2015.cat](http://www.turismebcn2015.cat)) con el objetivo de convertir este instrumento en el canal de difusión, divulgación y diálogo con la ciudad (sector, ciudadanía, instituciones...), favoreciendo una amplia participación y conocimiento ciudadano del proceso.

La página web cuenta con un espacio de Actualidad en el que se publican las informaciones más destacadas del trabajo llevado a cabo por el Plan, así como las informaciones sobre los acontecimientos y la actualidad del turismo en Barcelona. Además, la web también dispone de un apartado de Documentación en el que pueden encontrarse distintos documentos de interés (dossieres de prensa, documentos del Plan, estadísticas, etc.).

La página web también dispone de un espacio reservado a las Comisiones de trabajo, en el que los participantes de cada una de ellas pueden encontrar e intercambiar informaciones, opiniones y documentos.



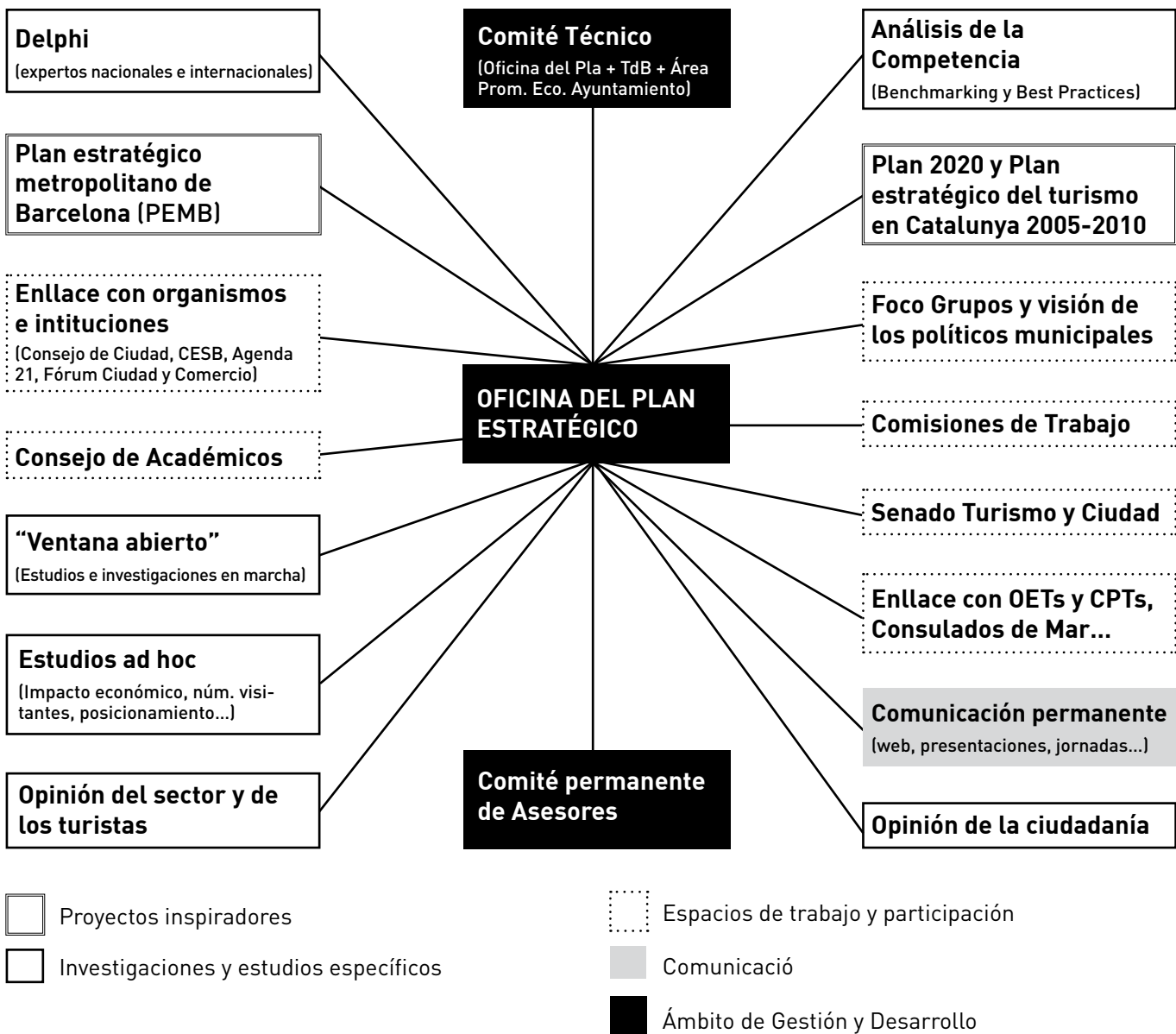
# ORGANIZACIÓN

## Prensa

La prensa se convierte en un medio adecuado para comunicar el Plan: se llevarán a cabo ruedas de prensa para presentar públicamente el Plan y se redactaran noticias con tal de dar a conocer las actuaciones del Plan.

## Jornadas

A lo largo del período del Plan se prevé la realización de diversas Jornadas de presentación de resultados y “discusión” con el sector y/o colectivos especiales que se estime oportuno.



# CALENDARIO

---

---

## Fase Inicial

### Junio - julio 2008

---

- Constitución del Comité Técnico y la Oficina del Pla Estratègic
- Etapa de trabajo interno
- Definición de contenidos, metodología, cronograma y equipo de trabajo
- Rueda de prensa de presentación del Plan Estratégico. 23 de julio de 2008

---

## Primera Fase

### FASE DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

#### Septiembre 2008 – octubre 2009

---

- Realización de seis sesiones de trabajo “Focus Grups”, con representantes del ámbito de la gestión turística y las infraestructuras y con “pensadores” de la ciudad para identificar los temas críticos y los aspectos relevantes del turismo en Barcelona.
- Constitución del Senado Turismo y Ciudad y emisión de cuestionarios
- Definición de las Comisiones de trabajo
- Recogida de datos objetivos del turismo en Barcelona y de todas las materias relacionadas con el turismo
- Definición de la información necesaria y encargo de estudios
- Presentaciones sectoriales e institucionales

### Enero - mayo 2009

- Realización de estudios e investigación
- Opinión de sectores. Emisión de cuestionarios
- Delphi con expertos nacionales e internacionales
- Benchmarking internacional
- Posicionamiento en mercados emisores
- Constitución y desarrollo de las Comisiones de trabajo

### Junio - septiembre 2009

- Constitución y realización de los Grupos de Trabajo Técnico
- Redacción del análisis y diagnóstico de la realidad turística de Barcelona
- Consenso de la diagnosis y propuesta de modelo.

### Octubre 2009

- Presentación del documento de Análisis y Diagnóstico

---

## Segunda Fase

### PARTE ESTRATÉGICA. PROPUESTAS

#### Octubre 2009 – julio 2010

---

- Líneas estratégicas de desarrollo
- Nuevas comisiones, dictámenes y grupos de trabajo
- Programas de actuación
- Presentación y aprobación del Plan Estratégico de turismo de la ciudad de Barcelona. Julio 2010

**[www.turismebcn2015.cat](http://www.turismebcn2015.cat)**