



Síntesis estudis

En el marc de la realització del Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona, s'han encarregat diversos estudis a grups de recerca universitaris i a empreses especialitzades en l'anàlisi del turisme, amb l'objectiu de generar nou coneixement aplicable al procés de reflexió sobre el turisme i la ciutat endegat pel Pla. Aquests estudis han estat coordinats per l'Oficina del Pla.



Estudi Delphi sobre les tendències del turisme urbà i la seva vinculació a Barcelona **ESADE**

Direcció: Josep Francesc Valls

Objecte: Centrar l'estat actual del concepte de turisme urbà en el marc de la planificació de ciutats. Treure conclusions sobre l'evolució futura del turisme urbà respecte dels clients de la ciutat, els models de planificació, la capacitat d'interacció entre els responsables de planificació de la ciutat i els seus públics.

Metodologia: Estudi Delphi a doble ronda gestionat per internet.
60 experts, directius d'empreses turístiques i responsables d'organismes mixtos de gestió pública de ciutats.
2/3 internacionals, 1/3 espanyols.

Realització: Març – juliol 2009



Síntesis estudis

ESTUDI DELPHI TURISME URBÀ

Pla estratègic de turisme de Barcelona 2015

Dr. Josep-Francesc Valls, catedràtic del Departament de Direcció de
Màrqueting ESADE

Sr. Joan Sureda, professor titular dels departaments de Mètodes
Quantitatius i de Direcció de Màrqueting d'ESADE

Sr. Alfredo Ouro, investigador d'ESADE



ÍNDEX

1. Hipòtesis de partida i metodologia de treball
2. Resultats de l'estudi Delphi
3. Tendències del turisme urbà en el futur



1. Hipòtesis de partida



Síntesis estudis

1. Hipòtesis de partida

1. **L' urbs moderna tendeix a convertir-se en l'escenari d'utilitats per als clients de la ciutat:**
 - **Ciudadans**
 - **Turistes**
 - **Públics intermedis**

2. **Els planificadors de la ciutat poden intervenir en dos aspectes:**
 - **Impulsar els factors que promouen el desenvolupament del turisme urbà i frenar-ne els factors limitadors.**
 - **Adaptar les infraestructures, els equipaments i els serveis a la concepció que es consensuï entre els agents públics i privats entorn del mix de clients que la ciutat vol satisfer.**



Metodologia



Síntesis estudis

1. Metodologia

- 1. Centrar l'estat actual del concepte de turisme urbà en el servei de la planificació de les ciutats.**
- 2. Cercar l'opinió dels experts, dels responsables de planificació de les ciutats mundials i dels directius de les empreses turístiques per tal d'identificar les expectatives entorn del turisme urbà. S'utilitza l'estudi Delphi, per la seva capacitat de desvelar aspectes de prospectiva.**
- 3. Treure conclusions sobre l'evolució futura del turisme urbà respecte dels clients de la ciutat, els models de planificació, la capacitat d'interacció entre els responsables de planificació de la ciutat i els seus públics.**



Fitxa tècnica de l'estudi Delphi

Mostra: 60 individus seleccionats a escala internacional, a doble ronda, gestionada per Internet

Dividits en tres grups, 2/3 estrangers; 1/3, espanyols:

- Experts
- Directius d'empreses turístiques
- Responsables d'organismes mixtos de gestió de ciutats



2. Resultats de l'estudi Delphi



Síntesis estudis



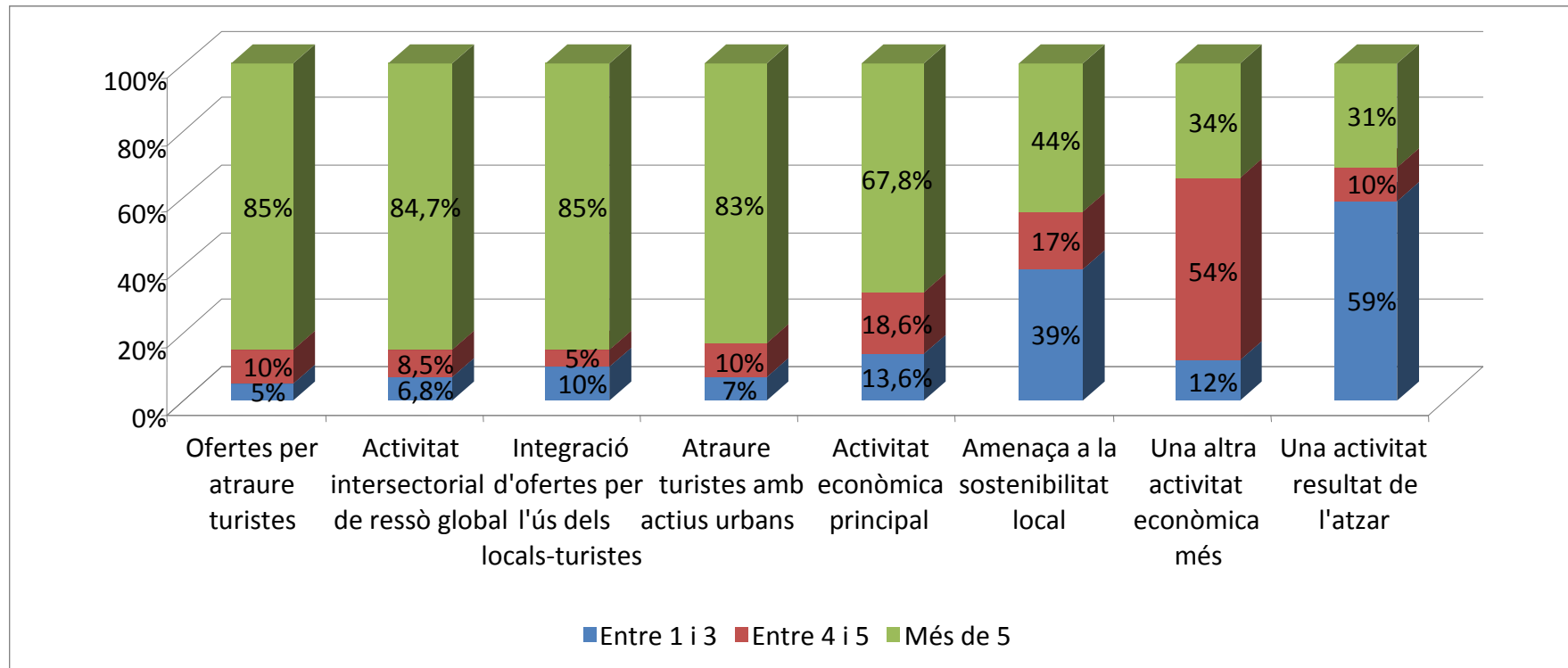
1. Quins són, al vostre entendre, els factors d'impuls (*push factors*) que afavoriran en el futur el desenvolupament del turisme urbà?

FACTORS D'IMPULS				
Entorn	Atraccions	Estil de vida	Estratègia	Promoció
Medi ambient	Esdeveniments culturals	Breus aturades (<i>breaks</i>)	Planificació	Estruct. de productes turístics
Preus del petroli	Patrimoni	Escapisme	Comunicació persistent de les vivències possibles	Atracció visitants <i>city breaks</i>
Tipus de canvi	Tradicions	Viatge com a necess. bàsica	Marca	Mitjans tradicionals
Desenvolupament econòmic	Gastronomia regional	Més temps lliure	<i>Placement</i> global de ciutat	Campanyes d'Internet
Poder adquisitiu	Museus	Comunicació internacional	Diferenciació de la ciutat	Sentiments rel. amb ciutat
Transport de baix cost	Arquitectura	Canvi temporal estil de vida		
Bitllets d'avió i preu d'hotels	Esdeveniments esportius	Augment poder adquisitiu		
Sostenibilitat	Trobades de negocis			
Competitiu en <i>city break</i>	Compres			
Centralitat de la ciutat	Seguretat			
Nous mercats (BRIC)	Infraestructures			
Inversions publicoprivades	Serveis als residents			
Connectivitat	Negocis			
Immigració	Tema global per la ciutat			



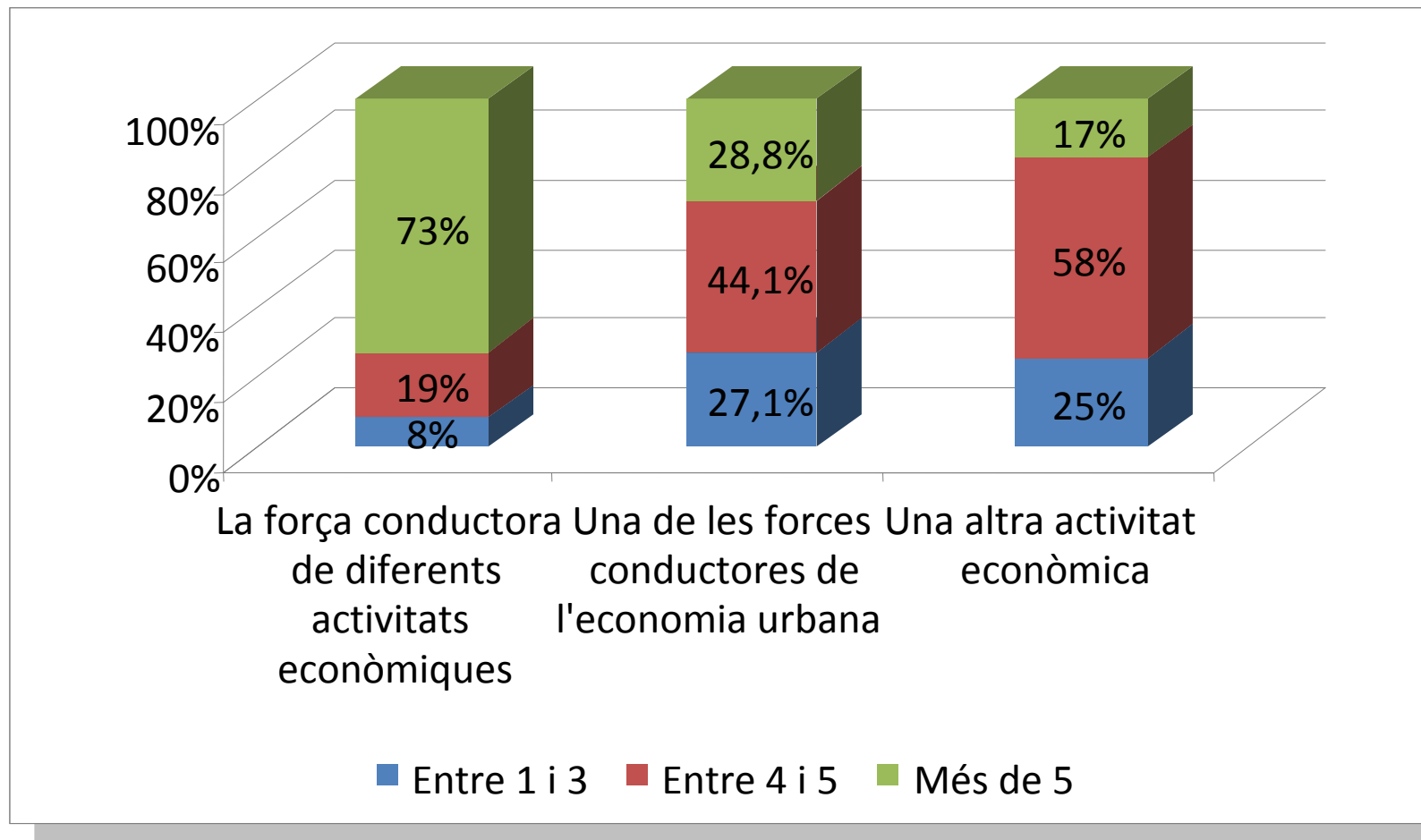
Síntesis estudios

3. Segons la vostra opinió, el turisme urbà és:





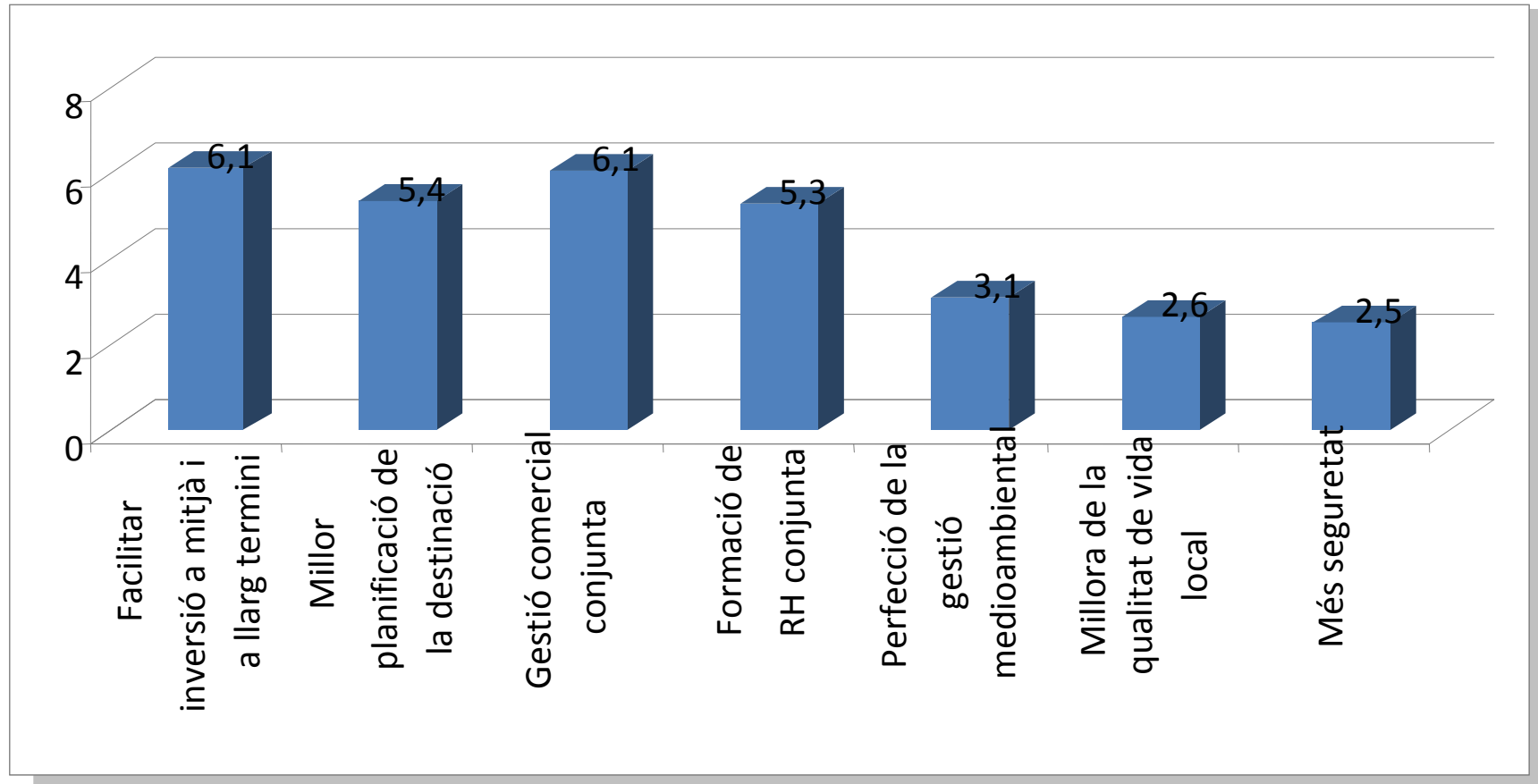
5. Assenyaleu el vostre grau d'acord amb les afirmacions següents: El turisme és...





Síntesis estudis

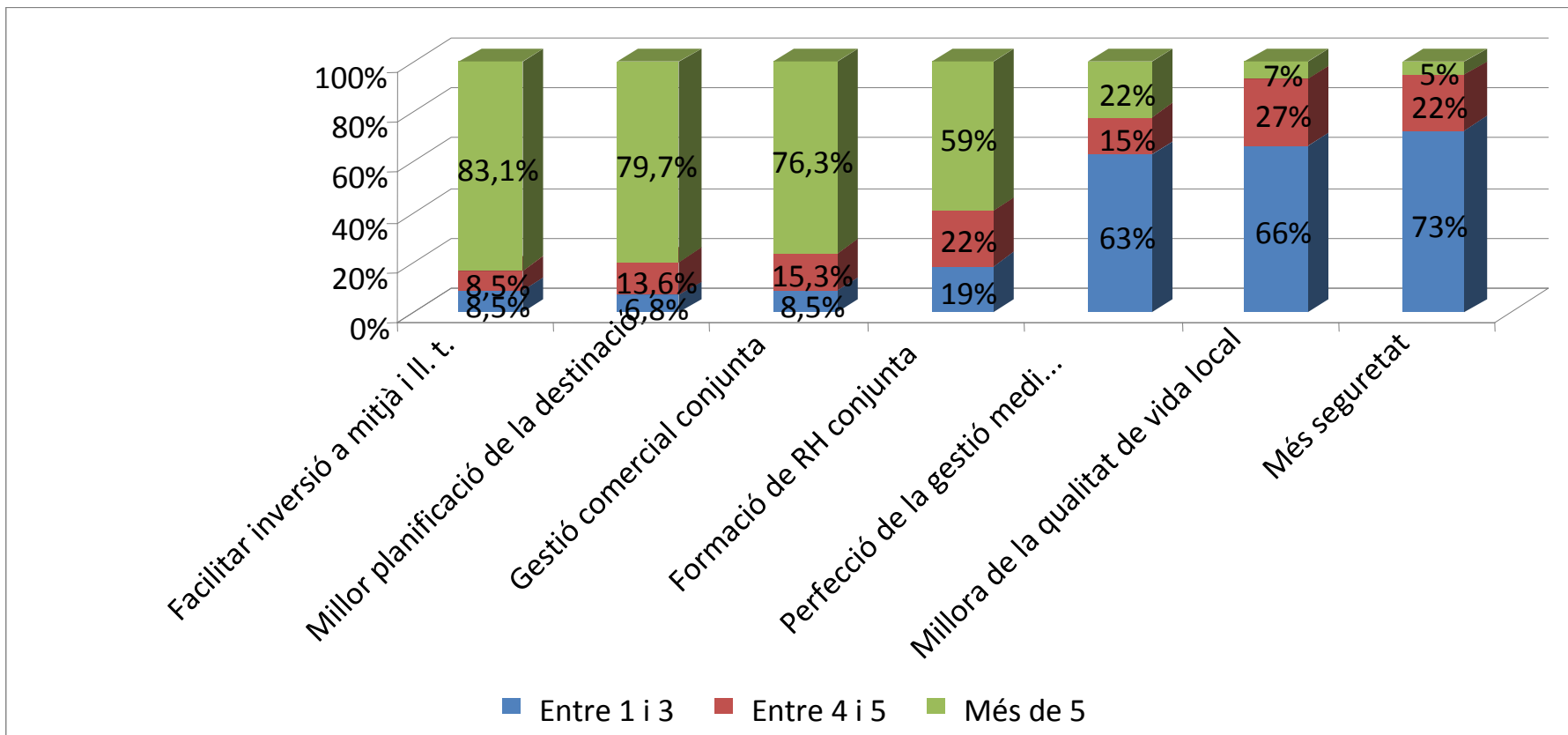
8. Assenyaleu fins a quin nivell contribueixen els partenariats publicoprivats a l'excel·lència de la destinació:





Síntesis estudis

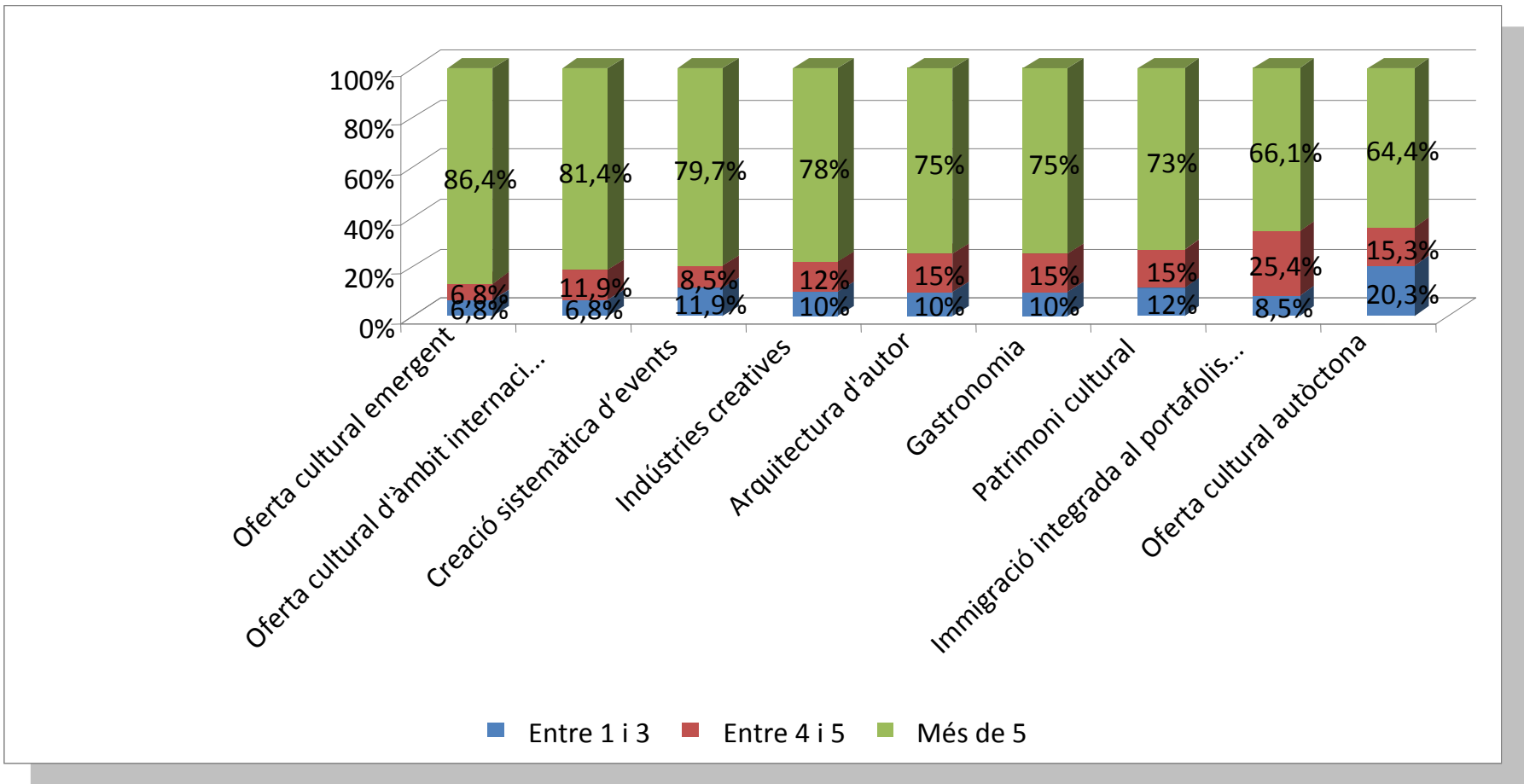
8. Assenyalen fins a quin nivell contribueixen els partenariats publicoprivats a l'excel·lència de la destinació:





Síntesis estudis

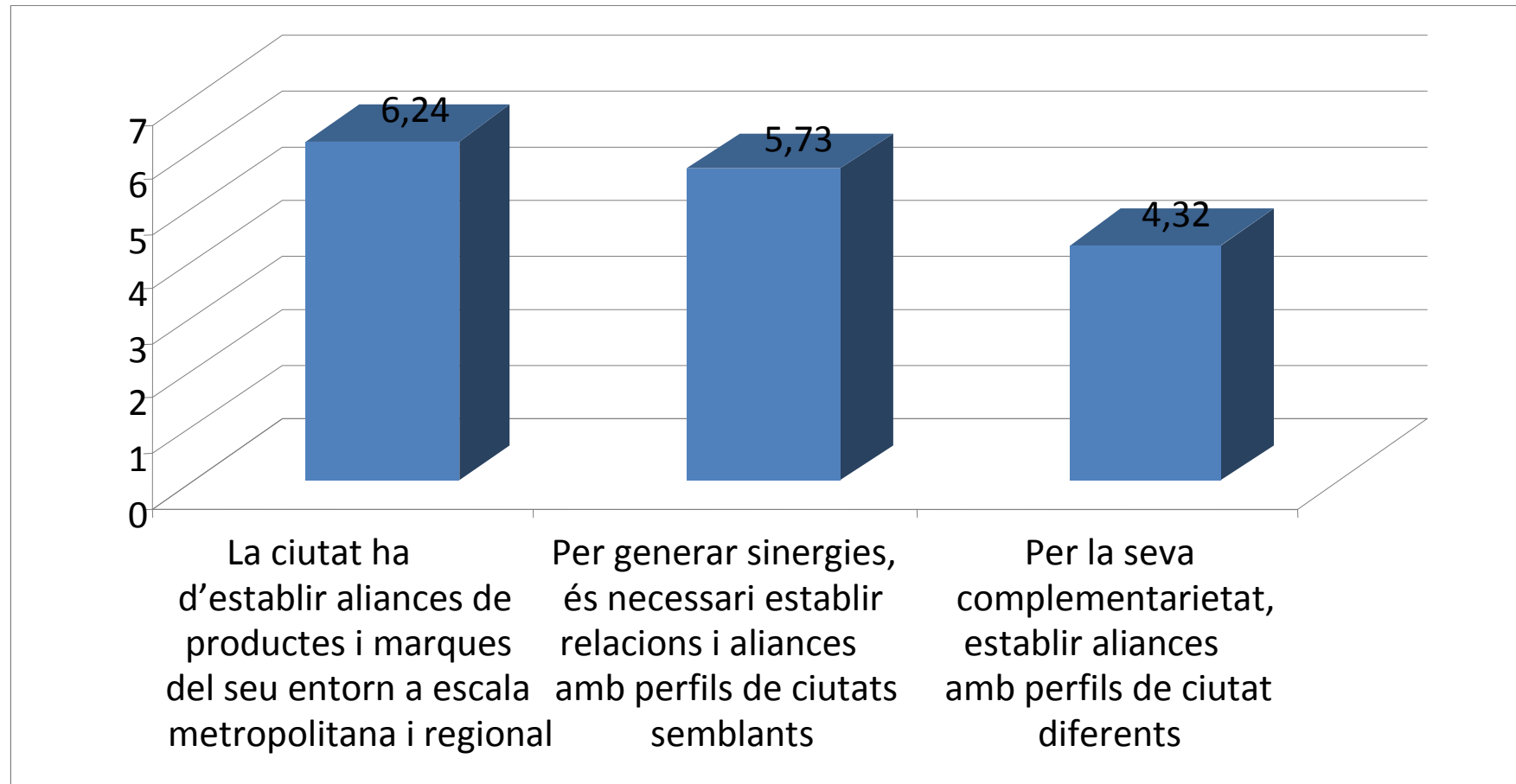
9. Assenyalau la importància de les següents àrees d'interès cultural per a les ciutats:





Síntesis estudis

12. Fins a quin punt considereu que són correctes les afirmacions següents?





Síntesis estudis

14. Quines estratègies podrien tenir-se en compte per generar pràctiques de repetició de turistes i aconseguir-ne una major fidelització cap a una destinació de turisme urbà?

Apareixen dos grans blocs, segons el perfil dels enquestats, per tal d'aconseguir la repetició dels visitants:

. Perfil internacional: orientació cap a les noves tècniques de planificació, control i comercialització:

CRM, ús intensiu de les noves tecnologies

Creativitat i innovació

Control i monitoratge de la satisfacció del visitant (acostament al concepte d'“indicadors de la QdV”)

. Perfil espanyol: orientació cap a tècniques més tradicionals de publicitat i màrqueting i, en menor mesura, l'ús d'Internet:

Publicitat massiva

Potenciar la marca de ciutat

Potenciar els productes estrella

Fomentar la recomanació

Portal de ciutat



3. Tendències del turisme urbà en el futur



Síntesis estudis

I. Dels resultats de l'estudi Delphi sobre el turisme urbà, es dedueix que la ciutat tendeix a convertir-se en una fàbrica permanent i innovadora de productes, infraestructures, equipaments i serveis, d'interrelació metropolitana, amb un marc de sostenibilitat, per tal de satisfer els seus públics interns i externs, segons els criteris de planificació fixats pel consens dels seus agents.

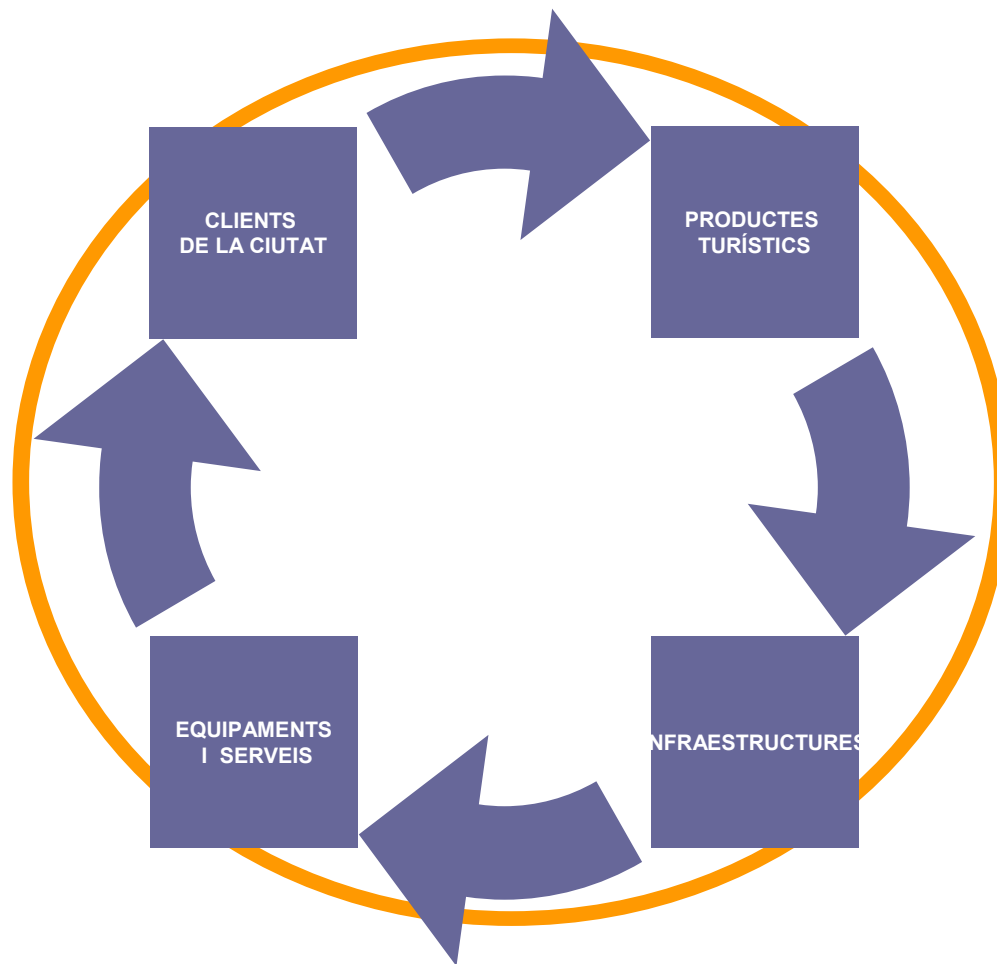
Aquesta visió de la ciutat cap a la innovació es desenvoluparà cada cop més mitjançant la gestió conjunta publicoprivada.

El turisme urbà tendeix a ser una activitat econòmica transversal amb influència lateral sobre el conjunt de l'economia, integradora de totes les ofertes existents i futures per a l'ús dels residents i dels turistes.



Síntesis estudis

La ciutat, fàbrica permanent i innovadora





Síntesis estudis

II. Els principals factors impulsors del desenvolupament futur del turisme urbà relacionats amb la ciutat de destinació són els següents:

- Nivell de l'oferta cultural
- Estil de vida propi
- Gestió adequada de l'entorn i l'impacte mediambiental
- Nivell i varietat d'atraccions
- Segmentació adequada de públics
- Promoció intensa i integradora
- Preus harmònics

Els principals factors limitadors són els següents::

- Manca de cura pel medi ambient
- Manca de seguretat
- Integració no adequada de la comunitat local
- Nivell de connectivitat deficient
- Escassetat de l'oferta i d'atractius turístics
- Baix impacte de la marca

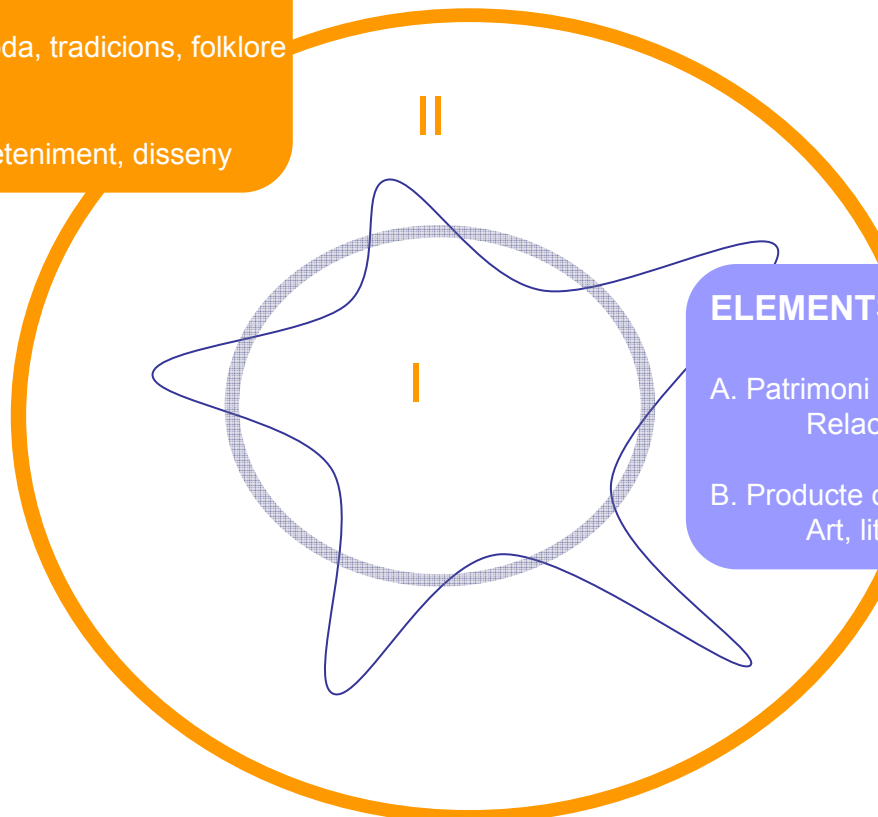


Síntesis estudis

Els dos nuclis de la ciutat

ELEMENTS SECUNDARIS

- A. Estil de vida
Creences, cuina, moda, tradicions, folklore
- B. Indústries creatives
Moda, mitjans i entreteniment, disseny



ELEMENTS PRIMARIS DE LA CULTURA

- A. Patrimoni cultural
Relacionat amb elements del passat
- B. Producte contemporani cultural
Art, literatura i arquitectura contemporània



Síntesis estudis

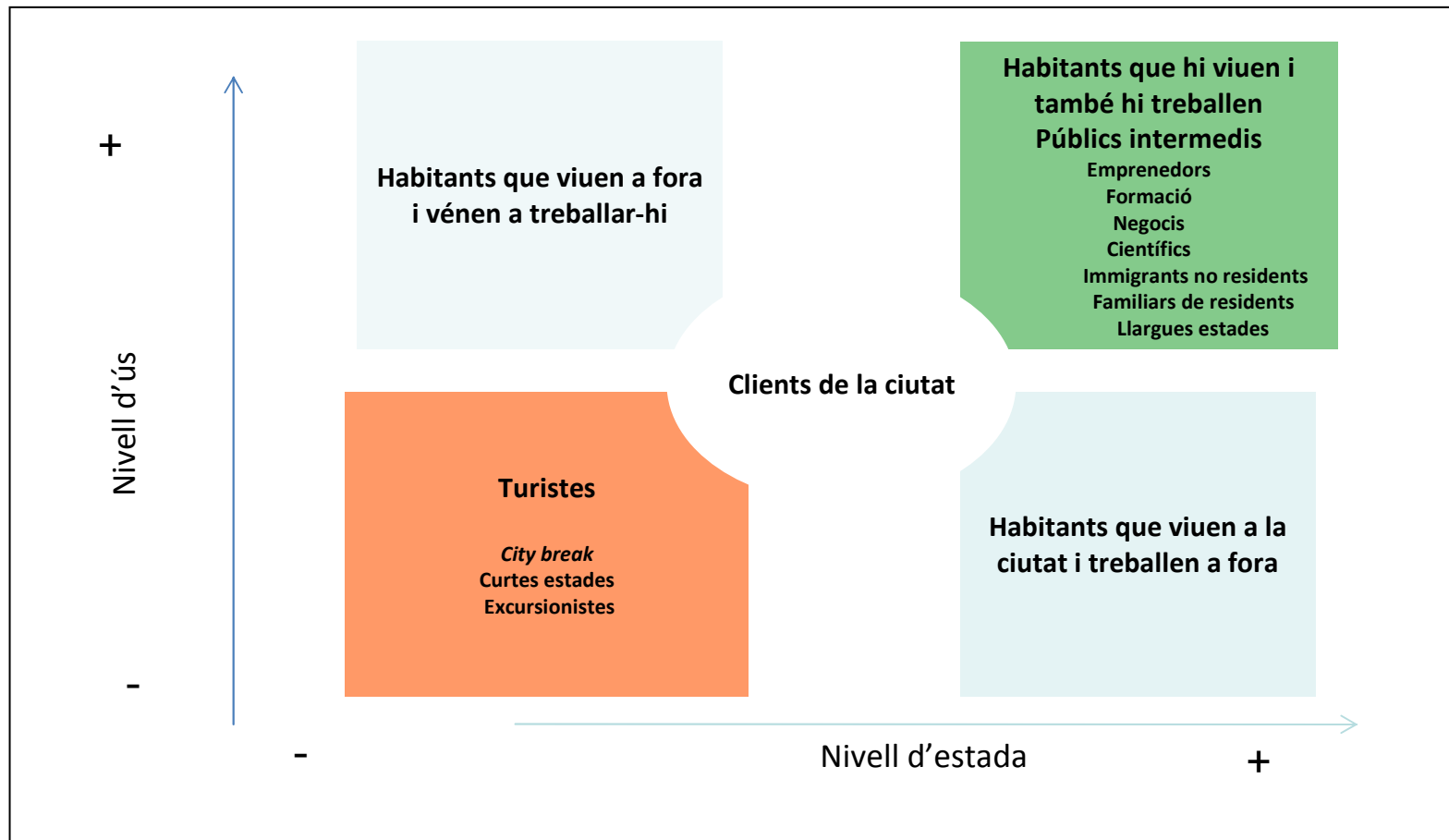
III. Apareixen nítidament tres grups de clients de la ciutat:

- Ciutadans
 - Que viuen
 - Que treballen a dins
 - Que treballen a fora
 - Que vénen a treballar
- Turistes
 - Excursió (un dia sense pernoctació)
 - *City break*
 - Estada curta (tres o quatre dies de pernoctació)
- Intermedis
 - Estudiants d'Erasmus, màsters, *trainings* en empreses i institucions
 - Científics i investigadors
 - Emprenedors
 - Turistes de llarga estada



Síntesis estudis

Els clients de la ciutat





Síntesis estudis

IV. Pel que fa als diversos públics, s'observen dues grans tendències, segons el perfil dels enquestats:

- Responsables d'organismes mixtos de gestió de la ciutat i directius d'empreses turístiques consideren els públics principals de la ciutat els que vénen de fora:
 - *City break*
 - Emprenedors
 - Formació
 - Negocis
 - Científics
 - Vacances curtes
 - Vacances llargues

- Experts: s'acosten més a la mitjana de la mostra: tan importants són els públics externs com els interns.



Síntesis estudis

V. El nivell de competitivitat turística de la ciutat està estretament relacionat amb el desenvolupament dels grups de competències següents:

Nivell cultural i fortalesa de l'estil de vida: dinamisme cultural, patrimoni cultural, arquitectura i disseny, indústries creatives, gastronomia

Infraestructures físiques: connectivitat, control del medi ambient, accessibilitat, producció científica, intercomunicació a través d'Internet, neteja, senyalització, seguretat

Capacitat d'innovació, atracció de talent, atracció d'emprenedors, partenariat publicoprivat

Nivell del parc hoteler, de la restauració, del comerç