

## Noticias del Sector

## Barcelona, el reto de GOBERNAR EL TURISMO

El pasado 31 de marzo, el Consejo Plenario del Ayuntamiento dio luz verde al nuevo Plan Estratégico de Turismo, la hoja de ruta que, con el horizonte 2020, aglutina el conjunto de políticas municipales a desarrollar durante los próximos años en materia de turismo.

No partimos de nuevo. Este Plan Estratégico bebe de la evaluación de los retos y de las conclusiones que ya planteaba el anterior Plan, así como de las *Bases para un pacto local de turismo sostenible*, por lo que hemos querido contar con sus respectivos coordinadores, Enric Truñó y Maria Abellanet, para formar parte del Consejo Asesor del nuevo Plan, que integran también los expertos Oriol Nel·lo y Julie Wilson.

Sin embargo, partimos de una realidad diferente a la que acompañaba los anteriores documentos. El crecimiento sostenido de la actividad turística ha sido imparable y bastante más acelerado que el que han registrado otras ciudades, desde que la nominación olímpica de 1992 situó a Barcelona en el mapa. Los esfuerzos dedicados desde entonces a la promoción de la ciudad han dado rédito a lo largo de estos años, y el turismo ha ido ganando espacio, no sólo entre los sectores económicos estratégicos de la ciudad, sino también entre aquellos elementos que la configuran, hasta convertirse hoy en un atributo inherente e indisoluble. Barcelona no dejará de ser una ciudad turística, inmersa en un contexto global en el que el turismo urbano supera año tras año sus registros.

### Nuevos retos, nuevos planteamientos

Ante este escenario, era preciso un nuevo planteamiento que redirigiera el foco y las energías de la acción municipal para dirigir las prioridades a la gestión de esta ciudad turística. Así lo recoge el Plan Estratégico, que sitúa entre sus ejes principales el fortalecimiento del liderazgo público en la gobernanza del turismo. Una gobernanza que, sin duda, hay que hacer guiados por los agentes sociales y empresariales, procurando que la actividad turística revierta mejor y más ampliamente en el conjunto de la ciudad. Estamos convencidos de que éste es un objetivo compartido, como lo es la certeza de que hay que intervenir en algunos espacios y en algunas prácticas para evitar que la actividad turística colida con la vida permanente en la ciudad hasta ponerla en riesgo. Un 11 % de la ciudadanía de Barcelona sitúa el turismo como su principal preocupación, y ésta es una realidad que sería

imprudente ignorar, a pesar de saber que el turismo no es el único causante de todas las responsabilidades que se le atribuyen, pero sí se ha convertido en un elemento central en el imaginario de la opinión pública. La gentrificación que sufren algunos barrios, especialmente en Ciutat Vella, o la burbuja alcista de precios de alquiler tienen en la dinámica especulativa del mercado una explicación de la que el turismo sólo es una parte.

### Ordenación del alojamiento

Es necesario hacer pedagogía de esta complejidad, del mismo modo como lo es desplegar medidas que cuiden del equilibrio urbano y preserven la vida cotidiana en los barrios o protejan, por ejemplo, la función social de la vivienda. Estos objetivos están detrás de medidas previstas en el Plan Estratégico, como el PEUAT, el plan de ordenación del alojamiento turístico que interviene por primera vez en la planificación de la implantación territorial de estos alojamientos, preservando aquellas zonas que han agotado su capacidad de carga y favoreciendo el desarrollo de las que lo necesitan. Una planificación que hemos acompañado de una estrategia de combate intensivo contra la ilegalidad en el alquiler vacacional, que ya ha empezado a dar sus frutos, con la reducción de la oferta de apartamentos turísticos ilegales.

Así pues, el equilibrio urbano es otro propósito prioritario del Plan Estratégico, que también contempla medidas para intervenir de forma específica en aquellos puntos concretos de la ciudad que, como los alrededores de la Sagrada Familia, registran una afluencia masiva de visitantes. Queremos constituir en cada uno de estos espacios mesas de trabajo integradas por todos los agentes públicos y privados que intervienen, para ofrecer soluciones consensuadas y adaptadas a las necesidades de cada lugar.



Por otro lado, el Plan reconoce al turismo su condición de sector estratégico para la ciudad y su potencial para ejercer de palanca de desarrollo de otros sectores económicos. Hablamos del comercio de proximidad, de barrio, pero también de fortalecer la vinculación de los establecimientos turísticos con proveedores locales de todo tipo, así como forjar sinergias entre el tejido empresarial de la ciudad y el numeroso turismo de reuniones que acoge la ciudad cada año.

### Sostenibilidad, el objetivo irrenunciable

Gobernanza, liderazgo público, mejora del regreso a la ciudad, equilibrio urbano, fortalecimiento del tejido económico alrededor de la actividad turística..., son objetivos del Plan Estratégico 2020 desgranados en más de 90 medidas que tienen un paraguas común: la sostenibilidad del destino Barcelona como hito irrenunciable.

Cuando hablamos de sostenibilidad nos referimos a un conjunto de condiciones que van mucho más allá del impacto ambiental de la actividad turística. Hablamos de equilibrio territorial, de desarrollo económico local, de responsabilidad social y también, lógicamente, de costes ambientales. Pero también hablamos de condiciones laborales dignas: no podemos aceptar que el sector turístico sea uno de los que más ha crecido en los últimos años, mientras mantiene el salario medio más bajo entre el conjunto de actividades económicas en la ciudad.

Y también hablamos de la necesidad de que la promoción de la ciudad se ponga al servicio de todos estos objetivos, para que la sostenibilidad no sea un atributo de la marca que se proyecta, sino una realidad producto de la propia estrategia de promoción.

Se trata, pues, de convertir el *marketing* en un instrumento más de gestión, una tarea para la que buscaremos la implicación necesaria de Turismo de Barcelona, pero también la de todos aquellos operadores que emiten un relato de la ciudad y la proyectan al mundo. Porque, desde la legítima defensa de los intereses de cada uno, estoy convencido de que compartimos algunos objetivos comunes por los que podemos encontrar márgenes de acción coordinada que reviertan en beneficio de todos y, sobre todo, de nuestra ciudad.



### Ciudades pendientes de Barcelona

La apuesta del gobierno de Barcelona por este abordaje que recoge el Plan Estratégico, por esta transición del *marketing* al *management* que también están haciendo otros destinos, ha suscitado el interés de varias ciudades que, con casuísticas similares, exploran estrategias para hacer frente al reto de la masificación turística. Lo hemos percibido así en cada una de las ocasiones en las que hemos participado en foros internacionales, el último con motivo de la feria ITB en Berlín, donde representantes tanto institucionales como de operadores de toda Europa han manifestado la voluntad de conocer la experiencia de Barcelona.

Uno de los elementos que ha generado más interés es la puesta en marcha del Consejo de Turismo y Ciudad, una experiencia pionera de deliberación colectiva en materia de política turística donde tienen representación todos los agentes implicados, desde el sector empresarial hasta las entidades de vecinos. Un espacio de rendimiento de cuentas para los que tenemos la responsabilidad sobre la gestión, pero también un espacio de puesta en común de nuevos retos y de construcción participada de las estrategias a impulsar en el futuro. Es en este espacio donde mantendremos abierto el diálogo sobre el desarrollo del Plan Estratégico, para que esta hoja de ruta de la política turística para los próximos años lo sea de la ciudad, y no del Ayuntamiento de Barcelona. ■

Agustí Colom

Concejal de Empresa y Turismo. Ayuntamiento de Barcelona