

## Estudis i investigacions

# Parlem amb **MARIA SEGARRA,** directora de Comerç, Turisme i Serveis de la Cambra de Comerç de Barcelona



Per garantir l'aplicació del Sistema Turístic en destinacions, el 21 de novembre de 2005 es va signar el conveni entre la Secretaria General de Turisme, la Federación Española de Municipios y Provincias i la delegació de Turisme de la Diputació de Barcelona, per dur a terme la difusió i implantació del SICTED (distintiu global que implica totes les activitats turístiques de la zona que es certifica) a la província de Barcelona; i l'acord entre la delegació de Turisme de la Diputació de Barcelona i la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, amb l'objectiu d'implantar el SICTED en diferents destinacions de la província de Barcelona. En aquest cas, ambdues institucions van decidir sumar sinergies i treballar en un projecte comú per poder assolir millor els objectius en qualitat.

- **Quins són els objectius de l'aplicació d'aquest sistema de qualitat en destinacions?**

Potenciar les destinacions turístiques a partir de la necessària interrelació de sector públic i sector privat. Com a Cambra de Comerç de Barcelona i tenint en compte la transversalitat pròpia del turisme, un projecte com aquest ens permet treballar directament amb tots els sectors econòmics que hi intervenen, a partir de l'assessorament, la formació i la contribució a la millora de la seva competitivitat.

- **Quin és, a grans trets, el procés per obtenir el SICTED?**

Per obtenir el distintiu, les entitats o empreses han d'adherir-s'hi. Després el procés passa per tres etapes:

1. S'assisteix a jornades formatives intersectorials de sensibilització de destinació turística i es treballen eines de gestió de qualitat.
2. Es desenvolupen els manuals de bones pràctiques, mitjançant sessions formatives sectorials i assistència tècnica individualitzada.
3. Si s'ha participat en les actuacions es realitza una avaluació de comprovació de compliment del manual de bones pràctiques *in situ* a les entitats o empreses participants, i se n'emet un informe. La taula de qualitat on són representats els diferents agents del territori decideix com a ens atorgar o no el distintiu als participants que han treballat en el SICTED en la seva demarcació, considerant l'informe d'avaluació i el seguiment de la implantació en cada cas.

- **S'aplica el mateix sistema que a l'Estat espanyol?**

La metodologia és la mateixa, però hi hagut adaptacions a les particularitats del territori (cultura i llengua) i al fet que per primera vegada es gestiona i coordina un territori amb

diferents destinacions implantant el SICTED. Per exemple, es treballa en la implantació de l'enquesta de destinació i en una metodologia pròpia de recollida d'informació. Per la millor gestió i coordinació s'elaboren manuals per ajudar els agents i entitats que intervenen en la implantació: els ens gestors (que s'encarreguen de coordinar i gestionar la implantació a la seva demarcació) i les consultores contractades per cada destinació (responsables de dur a terme la implantació en l'etapa de desenvolupament).

- **Es poden extreure les primeres conclusions sobre l'acollida que està tenint el sistema de certificacions?**

Tant la Diputació de Barcelona com la Cambra estem molt satisfets per la resposta obtinguda en aquest primer any d'implantació del SICTED, tot reconeixent que hem rebut millor acollida en les destinacions d'interior que en les de costa. També per part dels participants hi ha un grau elevat de satisfacció, segons es desprèn dels resultats obtinguts de les enquestes. Pel que fa a la possible aplicació del sistema a d'altres destinacions catalanes, òbviament crec que el binomi Diputació de Barcelona -representant territorial-, i la Cambra de Comerç -representant empresarial-, serà un referent perquè treballin en qualitat.

- **A més del SICTED quines accions duu a terme la Cambra de Comerç en matèria de turisme?**

- Realitzem plans de desenvolupament turístic (i econòmic) als territoris de la demarcació, donant suport a les iniciatives empresarials o recolzant iniciatives públiques que no tenen la necessària participació i implicació dels empresaris (alguns exemples en són el pla de màrqueting turístic del Berguedà i el pla estratègic pel turisme de les rutes del vi i del cava del Penedès).
- Actuem com a gabinet tècnic de turisme i donem suport a l'esforç que la implantació de sistemes de gestió i qualitat suposa per a les empreses i els seus equips, tot facilitant l'assessorament tècnic individualitzat a cada empresa sol·licitant del servei (mitjançant l'aplicació modular i adaptable a cada realitat empresarial).
- Generem informació per a la presa de decisions, mitjançant jornades de debat i reflexió sobre temes d'actualitat, com ara "El posicionament de les empreses del sector turístic a través de la marca".
- Realitzem estudis específics per al sector, més enllà de la informació que s'obté de l'enquesta de conjuntura de la Cambra. ■