



**Ajuntament
de Barcelona**

Barcelona, ciudad y turismo

Diálogo para un turismo sostenible

**Bases para un Pacto Local para la
gestión y promoción de un turismo
responsable y sostenible**

Enero - Abril 2015

Resumen Ejecutivo

9 de abril de 2015

Barcelona, ciudad y turismo

Comisaria: Dra. Maria Abellanet i Meya (CEO Grupo CETT)

Equipo proyecto: Joan Torrella y Xavier Suñol (Direcció de Turisme. Ajuntament de Barcelona), Jordi Moll (Consultor), Xavier Estivill y Joan Casals (MOMENTUM)

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
PARTE 1. METODOLOGÍA Y PARTICIPANTES	
METODOLOGÍA	9
PARTICIPANTES	13
PARTE 2. RESULTADOS	
1. TENDENCIAS Y DIAGNÓSTICO	19
2. BASES PARA UN PACTO LOCAL	21
3. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN	29
ANEXO I. ACTAS DE LAS SESIONES DE TRABAJO	
ACTA DE LA 1ª SESIÓN 06/02/2015	
ACTA DE LA 2ª SESIÓN 23/02/2015	
ACTA DE LA 3ª SESIÓN 13/03/2015	
ANEXO II. OTRA DOCUMENTACIÓN	
A. Declaración del Consejo de Ciudad	
B. Declaración de Estambul sobre el Turismo Urbano (OMT, 2013)	
C. Documentación Audiencia Pública sobre el turismo en Barcelona	

PRESENTACIÓN

Como anunció el alcalde a finales del año 2014 en el marco del Consejo General de Turismo de Barcelona, el Ajuntament de Barcelona ha impulsado el Pacto local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible, del cual he sido nombrada comisaria. Este es un reto importante para el futuro desarrollo social, económico y ambiental de Barcelona, una ciudad con una marca muy potente y muy bien posicionada en todo el mundo gracias, también, a la contribución del turismo (el año 2014 Barcelona ocupó el undécimo lugar en el Global Destination Cities Index).

El trabajo se ha planteado como un proceso de reflexión participativa, con voluntad de responder al interés general y con el objetivo de identificar los retos clave que la ciudad tendrá que abordar en los próximos años. Como punto de partida, imprescindible para alcanzar un resultado satisfactorio, se ha buscado un objetivo común -el de mejorar el encaje entre la ciudad y un turismo responsable y sostenible-, que ya aparecía en la Declaración sobre el Turismo del Consejo de Ciudad, aprobada en el plenario del 10 de noviembre de 2014.

Quisiera destacar el elevado número de participantes (132, un 73% del total de invitados), así como su diversidad (un 34% del sector privado, un 25% del sector público, un 18% de académicos y expertos, un 16% de representantes de la ciudadanía y un 7% de grupos políticos). El éxito de la convocatoria ha puesto en evidencia la importancia del turismo, un tema que nos afecta e implica. Para poder establecer un marco de trabajo basado en la corresponsabilidad y en la confianza mutua, todas las partes implicadas en la reflexión se han reconocido y han mantenido una actitud activa, crítica y respetuosa, además de generar aprendizaje compartido, ideas nuevas y nuevos espacios de diálogo y de cooperación.

El proyecto se ha estructurado en torno a 3 sesiones de trabajo en grupos reducidos, que se llevaron a cabo el 6 y 23 de febrero, y el 13 de marzo. En la primera se trataron las tendencias de las ciudades y del turismo urbano que afectan o afectarán a ciudades con características similares a Barcelona, y que se tendrán que afrontar. También se ha hecho un diagnóstico de la situación actual del turismo en Barcelona a través de los impactos, positivos y negativos, que genera. La segunda giró en torno a los retos y los temas clave de futuro y, finalmente, en la tercera sesión se aportaron propuestas para mejorar la relación de la ciudad y el turismo.

Como resultado, se ha elaborado un documento de bases para un Pacto Local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible que recoge las diversas sensibilidades, una propuesta sólida que pretende ser de utilidad para los diferentes actores implicados en el turismo, y tener recorrido en el ámbito político, empresarial y ciudadano. A partir de los retos identificados y del debate generado, se han definido siete bases como punto de partida de futuros acuerdos y nuevos compromisos, que abren el camino hacia el consenso para avanzar hacia el Pacto Local. A la vez se han presentado 35 iniciativas, que son un compendio de las propuestas de actuación expresadas en los diversos grupos de trabajo.

Este documento se presentó al Alcalde de Barcelona en un Consejo General extraordinario de Turismo de Barcelona, el 9 de abril de 2015, se trasladó al Consejo de Ciudad y a la Mesa Municipal de Turismo y se puso a disposición de todos los participantes simultáneamente.

Ante la trascendencia que ha adquirido el fenómeno turístico en Barcelona, el proceso de reflexión puesto en marcha ha generado un diálogo útil y necesario, valiente y comprometido. La elevada participación, y la riqueza y calidad de las aportaciones recibidas, así como el trabajo conjunto con un marcado sentido de la implicación y la corresponsabilidad con el objetivo común de mejorar el encaje de la ciudad y el turismo en el marco de un modelo responsable, han sido rasgos fundamentales para legitimar el proceso y los resultados. En este punto, quiero manifestar el más profundo agradecimiento a todos los participantes y al equipo técnico del proyecto.

Espero que el documento de bases para un Pacto Local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible sirva para contribuir a que, en un futuro cercano, se trabaje para consensuar una nueva estrategia de turismo, integrada en la estrategia de ciudad, y con una visión transversal y participativa. Todo ello, en pro de la Barcelona que queremos dejar como legado a las generaciones futuras, que queremos compartir con los turistas y visitantes, y de la que queremos disfrutar como ciudadanos.

Dra. Maria Abellanet i Meya

Comisaria de Barcelona, ciudad y turismo y

CEO del Grupo CETT

PARTE 1

METODOLOGÍA Y PARTICIPANTES

METODOLOGÍA

“**Barcelona, ciudad y turismo**” se ha desarrollado como un proceso de reflexión de amplio espectro ciudadano, con el objetivo de identificar los retos clave que la ciudad tendrá que abordar en los próximos años y, entre todos los implicados, avanzar en la definición de cómo mejorar el encaje de la ciudad y el turismo en el marco de un modelo responsable. Para ello se han realizado tres sesiones de trabajo con un formato participativo con el fin de favorecer la recogida de opiniones y su contraste entre todos los participantes:

Sesión 1: **Tendencias y diagnóstico** (06/02/15)

Sesión 2: **Retos y temas clave de futuro** (23/02/15)

Sesión 3: **Propuestas para mejorar el encaje entre ciudad y turismo** (13/03/15)

Las sesiones se han desarrollado utilizando una metodología participativa basada en el uso de paneles y tarjetas, que facilita la recogida de opiniones de todos los participantes de una forma igualitaria y estructura el debate posterior, agrupando las ideas aportadas. Para la asignación de los participantes a los grupos de trabajo se ha seguido cuidadosamente un sistema aleatorio que garantiza una distribución homogénea de los distintos sectores representados. La distribución de los grupos ha sido diferente para cada una de las sesiones de trabajo, con el objetivo de favorecer al máximo la interrelación y la comunicación entre los asistentes.

En la primera sesión los participantes se repartieron en cinco grupos que, en paralelo, reflexionaron sobre las principales tendencias que afectan a las ciudades turísticas y al turismo urbano, y trabajaron para identificar los principales impactos positivos y negativos que el turismo genera en la ciudad de Barcelona.

A partir de los resultados obtenidos, la segunda sesión se estructuró con un formato similar con el objetivo de identificar los principales temas clave y retos que Barcelona tendrá que afrontar en el futuro para mejorar el encaje entre la ciudad y el turismo.

Del análisis de todas las aportaciones realizadas y del debate generado en las dos primeras sesiones de trabajo, siempre respetando el número de aportaciones referidas a una misma idea, se identificaron siete retos principales que sirvieron de punto de partida para la recogida de propuestas de iniciativas y de actuaciones que tuvo lugar en la tercera sesión.



En esta ocasión, se configuraron inicialmente siete grupos de trabajo, cada uno de los cuales se centró en un reto en concreto, en los que los participantes se distribuyeron de acuerdo con sus preferencias

expresadas anteriormente. Transcurridos 45 minutos, todos los participantes cambiaron de grupo para poder abordar otro reto, por lo que al final de la sesión, en un espacio de hora y media, cada participante pudo debatir, profundizar y aportar propuestas en dos grupos y, por lo tanto, en dos de los retos identificados.

De cada una de las sesiones se ha elaborado un acta donde se recoge una transcripción estructurada de los distintos paneles de trabajo de cada grupo. Además, de las dos primeras sesiones se ha elaborado un documento de síntesis a modo de resumen ejecutivo transversal del trabajo realizado en los cinco grupos.



Las tres sesiones han contado con el apoyo de facilitadores externos que han participado en el diseño de las secuencias de reflexión, han dirigido y conducido las sesiones y han elaborado las actas posteriores. Conviene remarcar que el acta de cada grupo de trabajo, así como los documentos de síntesis, a pesar del alto nivel de confluencia de ideas sobre los retos que hay que afrontar, no pretende ser un documento de consenso, sino una recopilación fidedigna de las ideas expuestas y del debate generado,

donde se identifican los puntos en los que existen diferencias de opinión entre los participantes. En este sentido, se debe tener en cuenta que las afirmaciones y los datos que aparecen en el documento son las aportadas por los participantes y, en consecuencia, las opiniones recogidas representan solo las ideas expresadas por ellos en las diferentes sesiones.

A lo largo del proceso, los participantes han dispuesto también de una intranet, creada especialmente para el proyecto, a través de la cual se ha compartido la documentación generada, así como varios documentos de interés para el debate. En ella, los participantes han podido completar sus aportaciones o expresar sus puntos de vista respecto a los temas tratados en las diferentes sesiones.

Barcelona, ciutat i turisme

Intranet per als participants del projecte.

Menú

- [Pàgina d'inici](#)
- [Calendari de treball](#)
- [Documentació de suport](#)
- [Sessió 1: Tendències i Diagnosi](#)
- [Sessió 2: Reptes de futur](#)
- [Sessió 3: Iniciatives / actuacions](#)
- [Aportacions a la 1a sessió](#)
- [Actes de les sessions](#)
- [Galeria de fotos](#)
- [Contacta'ns](#)

Lloc de cerca

Cerca

Benvingut a la intranet del Projecte "Barcelona, ciutat i turisme"

Tal com l'Alcalde va anunciar a finals de l'any 2014 en el marc del Consell General de Turisme de Barcelona, s'ha decidit impulsar un **pacte local per a la gestió i promoció d'un turisme responsable i sostenible**. Es tracta d'un **procés de reflexió participativa** d'ampli espectre ciutadà, amb l'objectiu d'identificar els reptes clau que la ciutat haurà d'abordar en els pròxims anys i, entre tots els implicats, avançar en la definició de com vetllar per millorar l'encaix entre la ciutat i el turisme. L'Alcalde ha nomenat la **Dra. Maria Abellanet i Meys**, acadèmica amb una llarga trajectòria i un reconegut prestigi en el món del turisme a Catalunya (Medalla del Turisme a Catalunya, 2014), com a **comissària per a liderar i coordinar tot el procés**.

Aquesta intranet s'ha creat amb l'objectiu d'**acompanyar el procés de reflexió** "Barcelona, ciutat i turisme". Des d'aquí podreu consultar i descarregar tant els documents previs que es consideren d'interès, com aquells que es vagin generant fruit de les sessions de treball planificades.

Totes les sessions se celebraran a Sant Pau Recinte Modernista (C. Sant Antoni Maria Claret, 167)

Accés: Metro (L5): Sant Pau – Dos de Maig / Bus: H8, 19, 20, 45, 47, 50, 51, 92, 117

Aparcaments

Metro

Fruto de todo el trabajo anteriormente citado, y en base a la recopilación, el análisis y la síntesis de todas las opiniones expresadas, tanto en las actas de las sesiones como en las aportaciones hechas posteriormente, se ha elaborado el presente documento que consta de dos partes:

Parte 1. Metodología y participantes

Parte 2. Resultados

- 1. Tendencias y diagnóstico:** resumen de las tendencias y de los principales impactos identificados.
- 2. Bases para un pacto local:** a partir de los retos identificados y del debate generado se han definido siete bases para avanzar hacia un Pacto Local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible.
- 3. Propuestas de actuación:** iniciativas para abordar los retos, recogidas a lo largo de las sesiones.

Finalmente, se adjuntan dos anexos, uno con las actas de las sesiones de trabajo y el otro con documentación que se considera relevante para el proyecto.

Las conclusiones del proceso Barcelona, ciudad y turismo se presentarán:

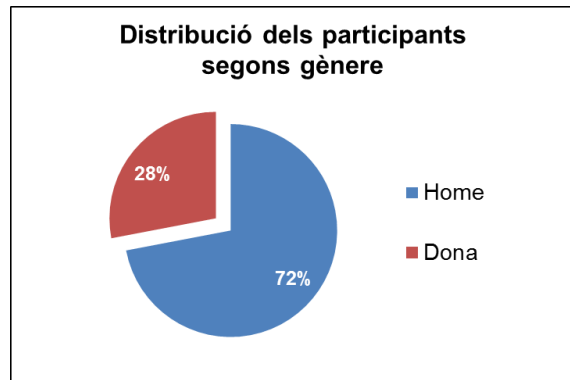
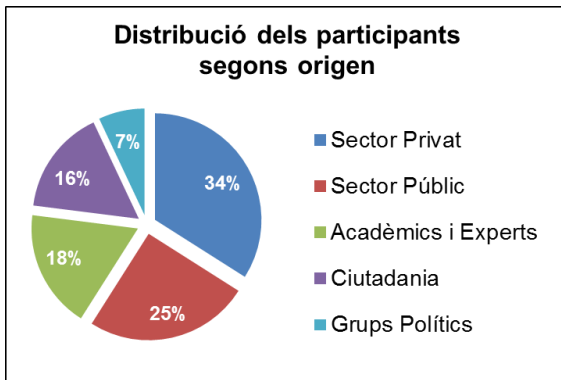
- 1. Al Alcalde**, en el marco de un Consejo General extraordinario de Turismo de Barcelona.
- 2. Al Consejo de Ciudad**, máximo órgano municipal de participación ciudadana.
- 3. A la Mesa Municipal de Turismo**, instrumento de coordinación interdepartamental de las políticas de turismo entre las distintas áreas municipales.

Asimismo, el documento final, cuando se haya presentado al Alcalde, estará disponible para todos los participantes en formato electrónico en la intranet del proyecto, y posteriormente en la web del Ajuntament de Barcelona, en la que se abrirá al público en general.



PARTICIPANTES

En el proceso se ha invitado a 181 personas representantes de entidades ciudadanas, empresas e instituciones relacionadas con la actividad turística, así como expertos en la materia, de las que 132 (el 73%) han participado activamente en las sesiones de trabajo.



Lista de participantes:

Nom i Cognom	Càrrec	Institució
Joan Abad	Subdirector General d'Ordenació Turística	Direcció General de Turisme Generalitat de Catalunya
Josep Adell	Conseller Delegat	Grup Julià
Carles Agustí	Comisionat de Participació ciutadana	Ajuntament de Barcelona
Enrique Alcántara	President	APARTUR (Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona)
Mª Paz Alonso	Presidenta	APT (Barcelona Associació Professional de Guies Turístics)
Salvador Anton	Director Laboratori Turisme i Oci	URV (Universitat Rovira i Virgili)
Albert Arias	Investigador	URV (Universitat Rovira i Virgili)
Ignasi Armengol	Director General	B:SM (Barcelona de Serveis Municipals)
Ana Barluenga	Assessora jurídica	ACAVE (Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades)
Maria Bauxali	Directora de Promoció	BCD (Barcelona Centre de Disseny)
Mercè Beltran	Cap Programa Cultural	Recinte Modernista de Sant Pau
Jorge Bonafonte	Secretari General	Consell de Gremis
Carles Borrell	Vicepresident	Gremi d'Hotels de Barcelona
Pere Camprubí	Director d'expansió	Fira de Barcelona
Joan Canals	Assessor	Grup Municipal Socialista
Jordi William Carnes	Director General	Turisme de Barcelona
Juan José Casado	Responsable Institucional de la Regió Metropolitana	UGT (Sindicat Unió General de Treballadors)
Manel Casals	Director General	Gremi d'Hotels de Barcelona
Manel Casanovas	Director de Promoció	Turisme de Barcelona
Oscar Casanovas	Professor de Dret	CETT (Centre Universitari de Turisme, Hoteleria i Gastronomia, adscrit a la UB)
Anna Castan	Directora General	Izaka
Txema Castiella	Adjunt a Gerència	ICUB (Institut de Cultura de Barcelona)
Pilar Causapié	Tècnica de turisme	Districte d'Horta-Guinardó Ajuntament de Barcelona
Pere Chias	President	Gremi de Restauració de Barcelona
Xavier Civit	President Comissió Econòmica	Turisme de Barcelona
Albert Claret	Vice-president primer	Consell de Ciutat (CJB)
Jordi Clos	President	Gremi d'Hotels de Barcelona
Joan Codina	Cap de Gabinet	Regidoria d'Educació i Universitats
Joan Coll	Director	Cultruta
Sònia Corrochano	Directora	Aeroport de Barcelona

Nom i Cognom	Càrrec	Institució
Javier Creus	Fundador	Ideas for change
Assumpta Cros	Directora	Agència de promoció d'activitats i de congressos en Fundació UAB
Ignasi de Delàs	Subdirector	Turisme de Barcelona
Marc de las Heras	Director	Cactus Media Productora
Pablo de Porcioles	Group Director Business Development, Adsales & Communications	Clúster e-Commerce
Cristina de Seras	Directora	BBP (Barcelona Business Pass)
Àngel Díaz	Director	ALS Advanced Leisure Services
Beatriu Domènech	Cap d'Innovació	Bdigital Centre Tecnològic
Pere Duran	ex Director General	Turisme de Barcelona
Jordi Ficapal	Director de l'Observatori de Turisme Responsable	TSI (Turisme Sant Ignasi - Universitat Ramon Llull)
Jaume Font	Catedràtic de Geografia	UB (Universitat de Barcelona)
Marcel Forn	Director General	GEBTA (Guild of European Business Travel Agents)
Patricia Gabancho	Vicepresidenta	Ateneu Barcelonès
Josep Garcia	Sotscap ABP Eixample	Mossos d'Esquadra Generalitat de Catalunya
Vicenç Gasca	President	Fundació Barcelona Comerç
Jordi Gascón	Dr Antropologia Social	Instituto de Altos Estudios Nacionales & Foro de Turismo Responsable
Joan Gaspart	President Comité Executiu	Turisme de Barcelona
Marina Genabat	Directora General	EDUCATUR (Educadors i assessors turístics)
Ricard Gomà	Regidor	Grup Municipal Iniciativa per Catalunya Verds - Esquerra Unida i Alternativa
Joan Miquel Gomis	Director Estudis de Turisme	UOC (Universitat Oberta de Catalunya)
Alejandro González	Director	Ecounion
Benito Granados	2n cap de la Unitat Territorial de Ciutat Vella	Guàrdia Urbana, Ajuntament de Barcelona
Alberto Gujarro	Co-director	Primavera Sound Barcelona
Antònia Hernández	Ciutats Educadores	Ajuntament de Barcelona
Mateu Hernández	CEO	Barcelona Global
Santiago Hernández	President	Barcelona Fòrum District
Mercè Homs	Regidora de Ciutat Vella	Grup Municipal Convergència i Unió
Nona Ibarz	Directora de Màrqueting	Circuit de Catalunya
Joan Igual	President	ACEGAL (Associació catalana d'empreses per a gais i lesbianes)
Javier Illa	Vocal	Gremi d'Hotels de Barcelona
Sara Jaurrieta	Regidora	Grup Municipal Socialista
Gabriel Jené	Director General	La Mallorquina
Juan Julià	Propietari	Axel Hotels
Miquel Lacasta	Vocal	FAD (Foment de les Arts i del Disseny)
Josep M ^e Lahosa	Director de Prevenció	Ajuntament de Barcelona
Jaume Marimón	President	PIMEC Turisme
Josep Marquès	Director Executiu de Promoció	Barcelona Activa
Jordi Martí	Director	Traveltec
Ramon Masia	Partner Consultors i Advocats Associats	Masia Ribera
Joan Anton Matas	President	Gremi d'Hosteleria de Sitges
Àngel Mesado	Responsable de Asuntos Públicos	Airbnb
Julià Montero	Turisme inclusiu	Barcelona Zero Limits
Sergi Monzó	Vocal	APT (Barcelona Associació Professional de Guies Turístics)
Javier Mulleras	Regidor	Grup Municipal Partit Popular
Toni Muñoz	Marketing and Sales Manager	Avant Group
Joan Ramon Muset	Oficina de Promoció Econòmica de l'Eixample	Ajuntament de Barcelona
Yolanda Onghena	Investigadora Senior	CIDOB (Barcelona Centre for International Affairs)
Marta Otzet	Directora de Comunicació i Màrqueting	Sagrada Família - Junta Constructora
Valentí Oviedo	Gerent	L'Auditori de Barcelona
Óscar Pallarols	Competence Center Director	Mobile World Capital Barcelona
Núria Paricio	Directora	Fundació Tot Raval
Josep M ^e Pascual	Director	Estrategias de Calidad Urbana
Mar Pérez	Direcció d'estratègia i màrqueting de creuers	Port de Barcelona
Xavier Pérez Farguell	President	Clearwater International
Miriam Plaza	Directora Park Güell	B:SM (Barcelona de Serveis Municipals)
Jordi Portabella	Regidor	Grup Municipal d'Unitat per Barcelona
Jordi Puig	Director	We Barcelona
Agustí Pujol	Tècnic de turisme	Districte de l'Eixample Ajuntament de Barcelona
Lluís Rabell	President	FAVB (Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona)
Eduard Ràmia	Gerent	Institut Metropolità del Taxi
Juan Camilo Ramos	Vocal	FAVB (Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona)



Nom i Cognom	Càrrec	Institució
Vanessa Requena	Cap de Gabinet	Aeroport de Barcelona
Oscar Rivas	Assessor	Grup Municipal Partit Popular
Ana Rivero	Directora	ALS (Advanced Leisure Services)
Verónica Rodríguez	Directora dels Programes "Shopping Line" i "Premium"	Turisme de Barcelona
Ricard Ruiz de Querol	Soci Director	Coperfield for Social Good
Mercè Sabartés	Gestió de Públics	Fundació Miró
Montserrat Saltó	Assessora Síndica de Greuges de Barcelona	Ajuntament de Barcelona
Anna M ^a Sangenis	Vocal	APT (Barcelona Associació Professional de Guies Turístics)
Joan Santacana	Professor Didàctica C. Socials	UB (Universitat de Barcelona)
Martí Sarrate	President	ACAVE (Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades)
M ^a Àngels Serra	Consultant	Chias Màrqueting
Rosa Serra	Coordinadora Àrea	Diputació de Barcelona
Ramon Serrat	Consultor Turisme Cultural i Territori	CETT (Centre Universitari de Turisme, Hoteleria i Gastronomia, adscrit a la UB)
Montserrat Serret	Directora	BCU (Barcelona Centre Universitari)
Salvador Servià	Director	Circuit de Catalunya
Plar Soldevila	Gerent Adjunta Projectes Estratègics	Ajuntament de Barcelona
Jordi Solé	Cap de gabinet	Grup Municipal d'Unitat per Barcelona
Santiago Soteras	President Executiu	Grup Soteras
Xavier Suñol	Direcció Turisme i Esdeveniments	Ajuntament de Barcelona
Joan Sureda	President	PROHUT (Associació Professional Edificis Habitatge Us Turístic)
Vicenç Tarrats	Secretari Política territorial i del Barcelonès	CCOO (Sindicat Comissions Obreres)
Mercedes Tarrazón	Fundadora	Dispute Management
Patricia Rocío Teran	Prensa i Comunicació	Institut Metropolità del Taxi
Christoph Tessmar	Director Convention Bureau	Turisme de Barcelona
Ole Thorson	Assessor Expert	Pacte mobilitat sostenible, Ajuntament de Barcelona
Jaume Tomàs	Director Productes Turístics	Turisme de Barcelona
Joan Torrella	Director de Turisme i Esdeveniments	Ajuntament de Barcelona
Lluís Torrent	President	FEDERATUR (Federació Catalana d'Apartaments Turístics)
Patrick Torrent	Subdirector	Agència Catalana de Turisme
Eduard Torres	Vocal	Gremi d'Hotels de Barcelona
Enric Truñó	Coordinador	Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015
Ignasi Uñó	Propietari	TwentyTwo Hostel
David Valls	Director	EUT Euroaula
Lluís Vendrell	Gerent	Union Suiza
Marta Ventura	Presidenta	ACATUR (Associació Catalana d'Albergs Turístics)
Francesc Vila	Gerent Turisme	Diputació de Barcelona
Francina Vila	Regidora d'Horta-Guinardó	Grup Municipal Convergència i Unió
M ^a Assumpció Vilà	Síndica de Greuges de Barcelona	Ajuntament de Barcelona
Roser Vilardaga	Secretària de Direcció	HUSA Hoteles
Jordi Vilaseca	Propietari	Destination Spain
Rafael Zarza	Conseller Director General	Avant Group

PARTE 2

RESULTADOS

01. TENDENCIAS Y DIAGNÓSTICO

El modelo de turismo responde a un modelo de sociedad determinado, la evolución de la cual influye tanto en la configuración de las ciudades como en el desarrollo del turismo urbano. Tal como sucede en los principales destinos urbanos del mundo, los nuevos fenómenos que han aparecido como consecuencia de la globalización están transformando muchos aspectos de Barcelona y de su actividad turística.

A. Tendencias de las ciudades turísticas y del turismo urbano

Como resultado de los debates de la primera sesión se detectaron las siguientes tendencias a las que están sometidas las ciudades turísticas y el turismo urbano.

A.1 Tendencias presentadas inicialmente:

1. Ciudades más interculturales y cosmopolitas.
2. Terciarización de las ciudades, ofreciendo nuevos focos de creatividad y de innovación.
3. Incremento del turismo urbano en el mundo.
4. Nuevos perfiles de turista, nuevos estilos de viaje. Turista-ciudadano temporal.
5. Turismo y ciudades responsables y sostenibles.
6. Impacto de la economía colaborativa e impacto de las TIC en el sector.
7. Diversificación de la oferta de alojamiento turístico.
8. Protagonismo de la sociedad civil.
9. Necesidad de prevenir y gestionar conflictos.
10. Las ciudades cooperan y compiten.

A.2 Tendencias añadidas por los participantes:

11. Del dominio de la oferta al dominio de la demanda (turista protagonista) y aparición de nuevos modelos de negocio.
12. Incremento de la profesionalización del sector.
13. Aparición de un tipo de criminalidad orientada al colectivo turístico.
14. Desconocimiento del impacto del turismo en la economía, por parte de la ciudadanía.
15. Evolución de las infraestructuras y adaptación de la planificación urbana.
16. Envejecimiento de la población/sociedad.
17. Impacto del turismo en el área metropolitana.
18. Uso del turismo como instrumento para hacer política.
19. Poco diálogo entre los distintos ámbitos del sector turismo.

B. Aspectos del turismo que generan impactos para la ciudad de Barcelona

En la segunda parte de la primera sesión, se identificaron los siguientes impactos que genera el turismo sobre la ciudad de Barcelona.

B.1 Impactos positivos:

1. Crecimiento económico, generación de riqueza transversal y creación de empleo.
2. Mentalidad abierta, cosmopolita y multicultural que favorece la innovación y la creatividad.
3. Imagen, notoriedad y posicionamiento internacional de la ciudad y de la marca Barcelona.
4. Generación de oportunidades de negocio y atracción de talento.
5. Creación, mejora y sostenibilidad de la oferta cultural, de ocio, de servicios y de infraestructuras.
6. Implicación y participación activa de la ciudadanía en la mejora y la dinamización de los servicios.
7. Diversificación y personalización de la oferta.
8. Mejora de la profesionalidad del sector y de la competitividad en general.

B.2 Impactos negativos:

1. Masificación, concentración y tensión en los usos de ciertas zonas y espacios.
2. Pérdida de la identidad, banalización y estandarización de la ciudad.
3. Incremento de comportamientos incívicos y de conflictos de convivencia.
4. Incomodidades y efectos colaterales del turismo para los residentes.
5. Percepción negativa de la ciudadanía sobre el turismo: *turismofobia*.
6. Falta de conexión entre los agentes turísticos y la ciudadanía.
7. Mala redistribución de la riqueza generada y empleo de baja calidad.
8. Intrusismo y economía sumergida.
9. Excesiva reglamentación administrativa.
10. Comunicación centrada en los aspectos negativos.
11. Riesgo de no incorporar cambios tecnológicos y la innovación.

02. BASES PARA UN PACTO LOCAL

A partir de la síntesis de los retos identificados en la segunda sesión y del debate generado, así como de las propuestas planteadas en la tercera sesión (ver las correspondientes actas adjuntas), se han definido siete bases que respetan el orden de prioridades expresadas por los participantes de acuerdo con el número de aportaciones hechas en cada tema. Estas bases abren el camino hacia un posible consenso para avanzar hacia un **Pacto Local**.

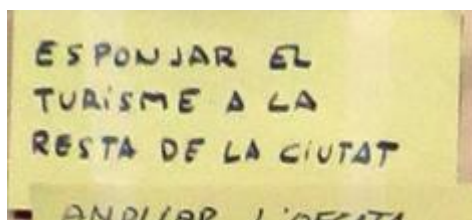
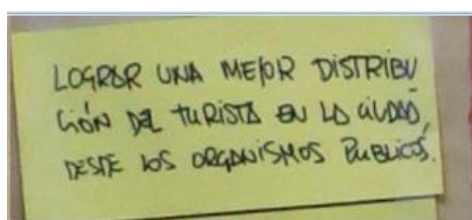
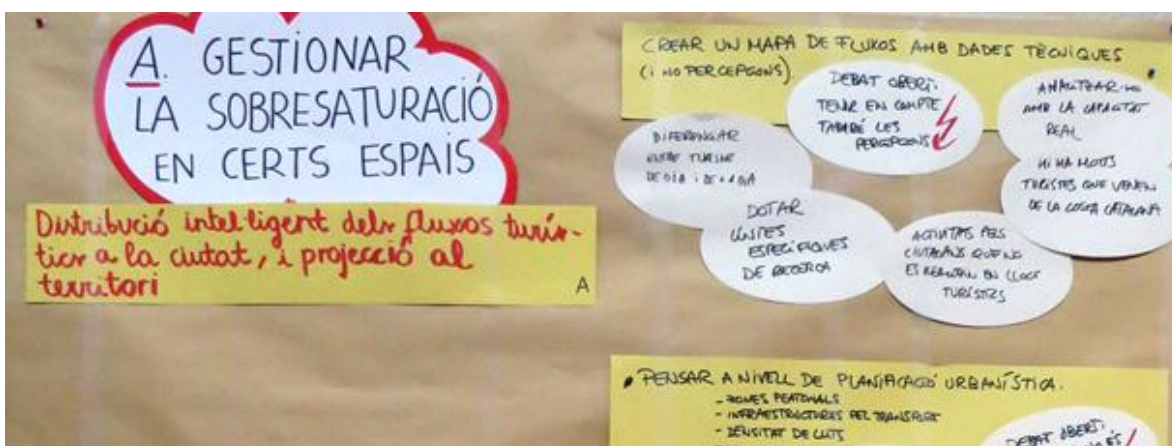
Las bases para un Pacto Local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible, son las siguientes:

- 1. Gestión y distribución inteligente de los flujos turísticos en la ciudad y el territorio**
- 2. Reducción del impacto negativo que genera el turismo en la ciudad**
- 3. Ordenación, regulación y control de la actividad turística y las actitudes incívicas**
- 4. Definición de un nuevo modelo de gobernanza y de financiación del turismo**
- 5. Fomento de la identidad y la singularidad de Barcelona como destino sostenible, competitivo y de excelencia**
- 6. Distribución más equitativa y transversal de los beneficios que genera el turismo**
- 7. Sensibilizar sobre los beneficios del turismo y favorecer la complicidad de la ciudadanía**



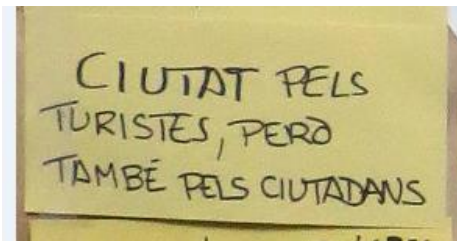
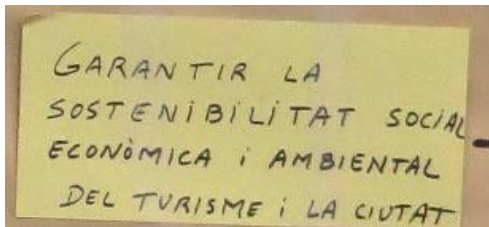
1. Gestión y distribución inteligente de los flujos turísticos en la ciudad y el territorio

- Gestión de la sobresaturación que experimentan ciertos espacios.
- Ordenación de los espacios más masificados y de los flujos turísticos: definición de límites y establecimiento de regulaciones específicas.
- Favorecer la desconcentración de las áreas más masificadas.
- Creación y promoción de nuevas centralidades y atractivos turísticos.
- Uso de herramientas de planificación y gestión urbanística.
- Desconcentración de la oferta turística por el territorio de la ciudad.
- Vertebración del “Destino Barcelona” tanto en el ámbito metropolitano como provincial y de país, ofreciendo una experiencia más transversal.
- Promoción de la innovación en la gestión de los flujos turísticos.
- Aplicación de las nuevas tecnologías para ofrecer al turista una información más global de Barcelona.



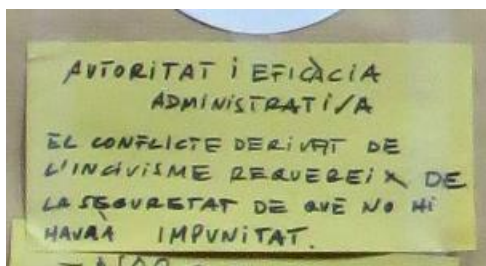
2. Reducción del impacto negativo que genera el turismo en la ciudad

- Desarrollo responsable y sostenible del destino Barcelona.
- Minimización de las externalidades de la actividad turística.
- Promoción de actitudes cívicas que faciliten la convivencia entre residentes y turistas.
- Reducción del impacto ambiental producido por el turismo.
- Hacer frente a la gentrificación y al aumento de precios en las zonas más turísticas.
- Mejora de la movilidad: regulación de los flujos, refuerzo de infraestructuras.
- Fomento de la calidad del espacio público y mejora de las infraestructuras ciudadanas.

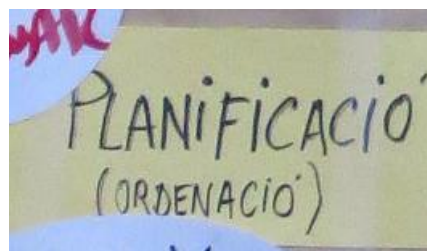


3. Ordenación, regulación y control de la actividad turística y de las actitudes incívicas

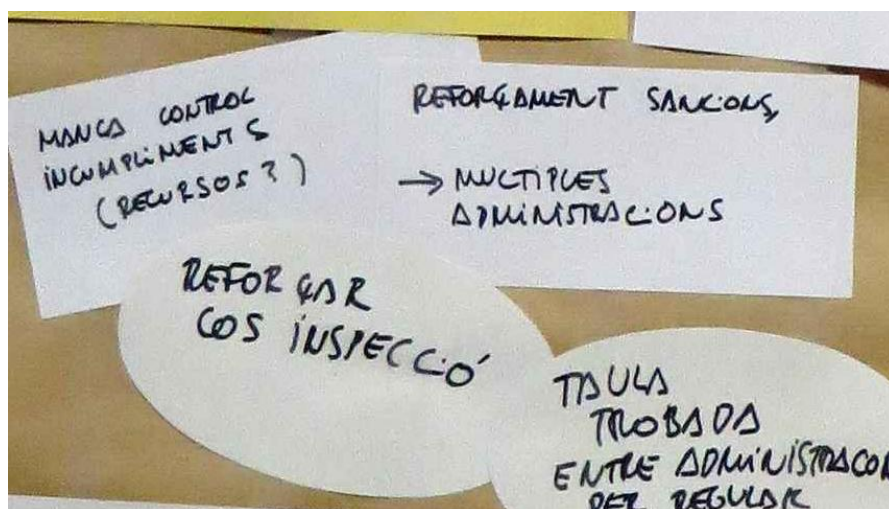
- Garantía de cumplimiento de la normativa vigente, con un buen ejercicio de la autoridad y eficacia administrativa.
- Prevención y firmeza hacia las actitudes incívicas que impactan en el bienestar de la ciudadanía.
- Regulación de las nuevas modalidades emergentes de turismo, en especial aquellas basadas en la economía colaborativa y en las nuevas formas de alojamiento.
- Desarrollo y mejora de las herramientas específicas de regulación urbanística y de usos de la actividad turística.
- Mecanismos de información y cooperación entre ciudades con problemas similares.



AUTORITAT I EFICÀCIA
ADMINISTRATIVA
EL CONFLICTE DERIVAT DE
L'INDIVISME REQUEREIX DE
LA SEURETAT DE QUE NO HI
HAGUÉS IMPUNITAT.



PLANIFICACIÓ
(ORDENACIÓ)

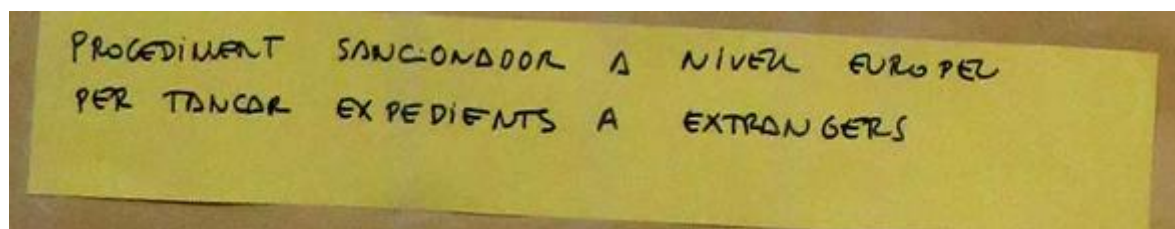


MANCA CONTROL
INCUMPLIMENTS
(RECURSOS?)

REFORÇAMENT SANCTIONS,
→ MULTIPLES
ADMINISTRACIONS

REFORÇAR
COS INSPECCIÓ

TISULA
TROBADA
ENTRE ADMINISTRACIÓ
DEL REGULAR



PROCEDIMENT SANCCIONADOR A NIVEL EUROPEU
PER TANCAR EXPEDIENTS A EXTRANJERS

4. Definición de un nuevo modelo de gobernanza y de financiación del turismo

- Gobernanza del turismo integrada en la estrategia de ciudad y con visión transversal bajo el impulso y la coordinación municipal.
- Gobernanza más participativa, con la incorporación de todos los implicados.
- Gobernanza proactiva para hacer frente a los nuevos retos y fenómenos emergentes, y para prevenir conflictos.
- Gobernanza corresponsable con diálogo e intercambio de información y conocimiento entre distintos sectores de la ciudad y del turismo, como punto de partida para el consenso.
- Garantía de la financiación necesaria para la gobernanza y el despliegue de las políticas de turismo.
- Corresponsabilización del conjunto de actores beneficiarios de la actividad turística en la financiación de la gestión del turismo.



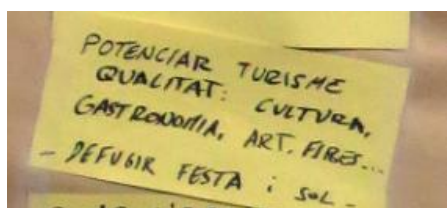
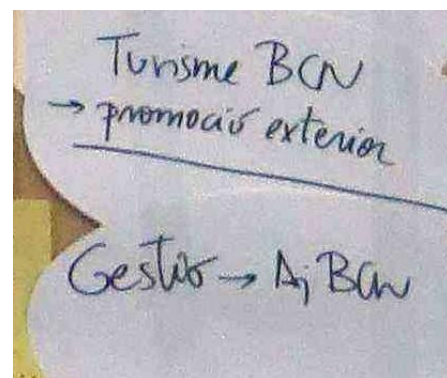
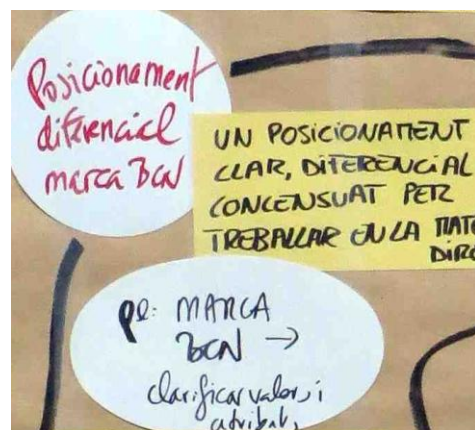
IMPLICACIÓ DE LA
CIUTADANIA EN EL MODEL
TURÍSTIC → ENTITATS
ASSOCIATIUES
PARTICIPACIÓ

QUE EL TURISME
ENCAIXI EN LA
CIUTAT NO AL REVE

Governança
llarg termini
vs
curt termini
sostenibilitat

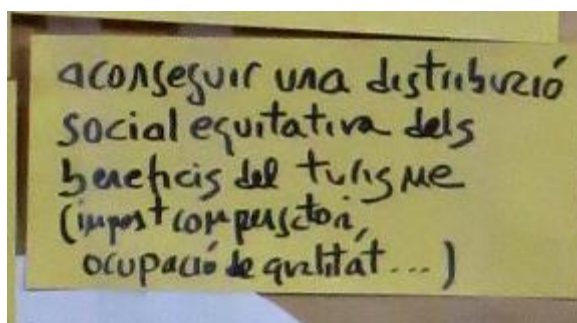
5. Fomento de la identidad y de la singularidad de Barcelona como destino sostenible, competitivo y de excelencia

- Promoción de Barcelona de acuerdo con la estrategia de ciudad para mantener un posicionamiento diferencial respecto a otros destinos.
- Oferta turística sostenible, profesionalizada, innovadora, con productos, servicios y experiencias de alto valor añadido.
- Potenciación de aquellos aspectos que conforman la identidad y la singularidad de Barcelona.
- Fomento de la actividad cultural y del comercio local.
- Incorporación de la diversidad de los barrios y distritos de la ciudad al relato turístico de Barcelona, a pesar de extenderlo en el conjunto del destino y en el resto de Catalunya.



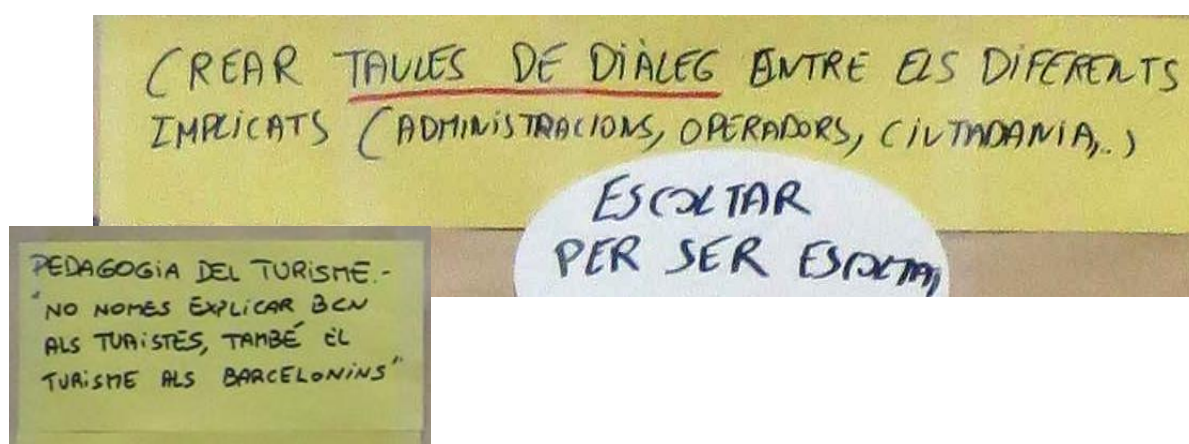
6. Distribución más equitativa y transversal de los beneficios que genera el turismo

- Mejor distribución de los beneficios que genera el turismo, para hacer partícipe al conjunto de la población.
- Financiación a cargo del impuesto turístico y otras posibles fuentes de las acciones para preservar el destino y compensar los efectos de la actividad turística.
- Generalización de la implantación de políticas de responsabilidad social empresarial en el sector turístico.
- Apuesta por la formación y la calidad del empleo en el sector.
- Apoyo al emprendimiento y a la creación de empresas.



7. Sensibilizar sobre los beneficios del turismo y favorecer la complicidad de la ciudadanía

- Comunicación didáctica de los valores del turismo y de los aspectos positivos que aporta el turismo en la ciudad, en toda su transversalidad y alcance.
- Fomento de la implicación de la ciudadanía con el fin de favorecer el desarrollo de Barcelona como destino sostenible y responsable.
- Realización de acciones de comunicación específicas en los barrios más afectados, comunicando los impactos positivos y, al mismo tiempo, estableciendo mesas de participación y diálogo.
- Favorecer la interrelación entre el sector turístico y las entidades sociales y vecinales.
- Generación de conocimiento a través de la obtención de información objetiva, rigurosa y contrastada, que sea compartido por el conjunto de agentes.



03. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Fruto del debate sobre las iniciativas que deben permitir abordar los retos detectados, que se realizó a lo largo de la tercera jornada de trabajo, se presentó una recopilación orientativa de las propuestas de actuación expresadas por los diversos grupos de trabajo. Estas propuestas, muchas de las cuales pueden ayudar a afrontar varios retos, siguen el mismo orden que las siete bases presentadas anteriormente y, a la vez, están ordenadas según las prioridades derivadas de las aportaciones de los participantes.

1. Mejorar la gestión de los flujos turísticos en los puntos más masificados

- Mejorar la gestión de los flujos turísticos en los puntos "calientes": Rambla, Sagrada Família, Barceloneta, etc.
- Incrementar el número de informadores turísticos.
- Regular la movilidad de los grupos turísticos en bicicleta.
- Implantar soluciones para disminuir el ruido.
- Establecer áreas de pacificación de tráfico en las zonas más masificadas.
- Planificar aspectos de movilidad: gestión de los aparcamientos (autocares turísticos, carga y descarga, etc.), regulación del acceso de autocares turísticos en los espacios turísticos, etc.
- Elaborar un Plan de Peatones y de zonas de tráfico pacificado.
- Mejorar la señalización vertical y el *contactless*.

2. Crear y promocionar nuevas centralidades e iconos, dentro y fuera de la ciudad, para los visitantes repetitivos, con la implicación de los operadores turísticos

- Potenciar los atractivos turísticos de cada zona de la ciudad
- Mantener la concentración de determinados equipamientos en lugares adecuados (p. e. explanada de Museos).
- Potenciar las identidades y los atractivos de los diferentes barrios y ofrecer el relato de Barcelona como la suma de estos.
- Promover actividades alternativas (ruta de los mercados, fábricas del Poble Nou, Montjuïc, Glòries, etc.) fuera de los lugares emblemáticos para potenciar los barrios/territorio.
- Descentralización, a tres niveles: Ciudad, Área metropolitana, Distancia/tiempo (lugares de fuera, accesibles en un tiempo razonable).
- Programar actividades ciudadanas en espacios poco masificados.

3. Aprovechar las nuevas tecnologías para realizar una mejor gestión del turismo, y las redes sociales para generar mensajes redistributivos

- Desarrollar una estrategia activa en redes sociales para generar mensajes redistributivos.
- Innovar en la oferta de información turística, de alto valor añadido, a través de nuevas aplicaciones (reservas anticipadas, datos de saturación, puntos de interés próximos,...).

4. Abordar con celeridad los problemas más relevantes que causan crispación

- Barceloneta, Mercado de la Boqueria, Sagrada Família, La Rambla, etc.
- Concentración de autocares turísticos.
- Alojamiento turístico ilegal.
- Conductas incívicas.
- Seguridad.

5. Introducir la figura del Agente Cívico de Proximidad vinculado al turismo**6. Mejorar las infraestructuras de las zonas con más impacto turístico**

- Zonas de aparcamiento de autocares para resolver la movilidad de los turistas en la ciudad.
- Mejorar la iluminación de determinadas zonas.
- Lavabos públicos al lado de iconos turísticos.

7. Contrarrestar el impacto económico negativo causado por el turismo

- Promoción de vivienda social en los barrios con más impacto turístico.
- Medidas de compensación económica y fiscal.

8. Gestión de la calidad medioambiental en todos los ámbitos turísticos, impulsando la reducción de las emisiones de CO₂

- Reducción de emisiones de los cruceros.
- Reducción de la contaminación ambiental del transporte turístico.
- Promover la movilidad sostenible (p. ej.: tarjeta Hola Barcelona).

9. Implicar a los operadores turísticos en la sensibilización de los turistas sobre los efectos del turismo en la ciudad

- Campaña de sensibilización a los turistas para corresponsabilizarlos sobre los valores de un turismo sostenible.
- Establecer y difundir un código de buenas prácticas (p. ej. explicar a los turistas que se pide silencio, apagar motores, etc. siguiendo la coherencia de los valores del turismo de la ciudad).
- Recuperar el lema “Barcelona, ciudad de diálogo”.

10. Profundizar en la integración del turismo en la estructura de gobierno municipal, a fin de abordar su gestión desde una perspectiva transversal y global, y garantizar así su sostenibilidad

- Incluir el turismo como prioridad en la agenda pública de la ciudad.
- Definir un modelo de gobernanza que responda a las necesidades de la ciudad, a nivel micro y a nivel macro. Que el turismo encaje en la ciudad, y no al revés.
- Garantizar que las estrategias de la ciudad y del turismo estén alineadas, y seguir promocionando el destino en consonancia.

11. Coproducción de políticas de turismo bajo el impulso y la coordinación municipal, mediante la participación, la implicación y la responsabilización de los múltiples actores del turismo

- Favorecer la participación de la ciudadanía en la gobernanza de la actividad turística, teniendo en cuenta distintos niveles y ámbitos de participación.
- Identificar y promover diferentes roles del partenariado público-privado, que permitan una geometría variable en función de los temas o ámbitos.
- Posibilitar que Turisme de Barcelona dé apoyo a nuevas iniciativas vinculadas con el desarrollo del nuevo modelo turístico.
- Poner en marcha un Consejo de Turismo u organismo similar.
- Incluir el ámbito metropolitano y provincial en la planificación y gestión del turismo.

12. Redefinición del modelo turístico de Barcelona, en el marco de una visión de futuro de la ciudad, que incorpore estrategias de sostenibilidad

- Redefinir los objetivos y las estrategias turísticas de la ciudad con indicadores de resultados a medio y largo plazo.
- Tener en cuenta los barrios y su gente y preservar el carácter residencial tanto de las actuales zonas turísticas como las de potencial desarrollo.
- Implicación y participación de la ciudadanía (entidades, asociaciones) en la definición del modelo turístico.

13. Crear marcos de trabajo participativo entre los diferentes agentes implicados en el turismo, públicos, privados y de ciudadanía

- Crear mesas para generar más diálogo y comprensión entre los diferentes actores implicados, y más consenso hacia el desarrollo sostenible de la actividad turística.
- Establecer distintos niveles y ámbitos de participación (distritos, metropolitano, provincia,...).

14. Crear un sistema integral de inteligencia turística de Barcelona

- Crear un Observatorio del Turismo con participación de los agentes implicados que permita tomar decisiones y observar cómo avanza la implantación de la estrategia de turismo de la ciudad.
- Vertebrar todas las iniciativas existentes, evitando duplicidades.
- Promover estudios rigurosos de impacto del turismo en toda su transversalidad, con el fin de identificar a la aportación concreta en los distintos sectores.
- Crear mapas de flujos con datos técnicos.
- Definir y seleccionar nuevos indicadores de *performance* turística, más allá de los tradicionales (visitantes, gasto, empleo,...), que incorporen elementos clave de sostenibilidad económica, ambiental y social.
- Hacer estudios sobre percepciones y sobre aspectos de la relación entre turistas y residentes.
- Hacer estudios de impacto ambiental de la actividad turística.
- Implantar un sistema de monitorización en tiempo real para mejorar la gestión del turismo.
- Profundizar en la I+D+I de la actividad turística de la ciudad.
- Velar por el futuro gracias a la observación y la interpretación de tendencias, y el estudio comparativo de otras ciudades.
- Incluir los turistas en las encuestas y estudios sobre movilidad.

- 15. Utilizar el impuesto turístico también para la gestión y no solo para la promoción.**
- 16. Explorar otras posibles fuentes de financiación que complementen el impuesto turístico, para poder disponer de instrumentos y medios para la gestión del turismo.**
- 17. Hacer un plan de regulación urbanística y de usos de la actividad turística de toda la ciudad, que responda a los cambios de los últimos años con una visión global y de futuro**
 - Definir nuevos indicadores de medida y sus límites, como capacidades máximas de crecimiento por zonas, capacidad de carga de los espacios turísticos, niveles de tolerancia de ruidos, etc.
 - Preeminencia de las políticas públicas por encima de las tendencias espontáneas del mercado.
 - Planificar y gestionar la densidad de los distintos tipos de alojamiento por zonas y barrios.
 - Mejorar la distribución territorial del alojamiento turístico.
 - Plantear una regulación compensatoria de las viviendas de uso turístico.
 - Analizar otras ciudades que están sometidas a procesos similares.
- 18. Revisar la normativa que regula las actividades de mercado relacionadas con el turismo y adaptarla a las nuevas realidades**
 - Regular las nuevas actividades, con visión pública, especialmente el alojamiento turístico (nuevos modelos, viviendas de uso turístico, Bed&Breakfast,...), el transporte colaborativo, etc., escuchando la opinión de los implicados.
 - Definir estándares para la aplicación de normas en base a estudios de buenas prácticas de otras ciudades.
- 19. Reforzar los procesos de control y sanciones sobre los incumplimientos en las actividades turísticas**
 - Aumentar la eficacia del procedimiento sancionador para evitar la impunidad y agravios comparativos con los que cumplen.
 - Hacer cumplir rigurosamente la normativa vigente en todos los ámbitos de actividad actuando en los ámbitos de detección, tramitación y sanción.
 - Perseguir el fraude fiscal en el sector turístico.
 - Reforzar el cuerpo de inspectores para controlar los incumplimientos en los procesos de licencias que han aumentado raíz de la aplicación de la Ley Ómnibus.
 - Contundencia en la lucha contra el intrusismo y las actividades ilegales.
 - Difusión de las actuaciones sancionadoras, por su carácter ejemplificador.
- 20. Reforzar el control del espacio público**
 - Hacer cumplir la normativa: civismo, bicicletas, venta ambulante, etc.

-
- 21. Establecer mecanismos de información y cooperación entre ciudades con problemáticas similares y normas homologables**
- Impulsar un ámbito europeo de normativa administrativa para promover un procedimiento sancionador común y poder cerrar expedientes a extranjeros.
- 22. Aprovechar al máximo las posibilidades de la Carta Municipal de Barcelona, con el fin de ejercer mejor la autoridad y el control de actividades turísticas**
- Impulsar una mesa de trabajo entre administraciones para regular actividades vinculadas al turismo, consensuar criterios de actuación y superar las dificultades derivadas de la multiplicidad de administraciones.
 - Hacer frente a los vacíos legales con agilidad y activar medios para evitar la picaresca, riesgos para la población y para los turistas.
- 23. Construir un nuevo relato consensuado de la ciudad, potenciando su singularidad, para conseguir un posicionamiento diferencial y atraer a un turismo de calidad.**
- Necesidad de un nuevo relato sobre el turismo, con valores e identidad.
 - Complementar la marca Barcelona con los valores de la marca Catalunya.
 - Reforzar el rol de Barcelona como capital de Catalunya.
 - Complementar la marca Barcelona con aspectos positivos de la marca España que refuercen los propios.
 - Preservar la identidad de Barcelona como ciudad viva e incorporarlo al relato.
 - Incorporar el concepto que el turismo en Barcelona es sostenible y respetuoso con el ciudadano y la ciudad.
 - Incorporar la innovación en turismo como refuerzo de la marca Barcelona.
- 24. Innovar en la oferta de productos, servicios y experiencias, y seguir reforzando a través de Turismo de Barcelona los objetivos, las estrategias y las acciones de promoción basándose en la identificación de Barcelona como destino sostenible y de calidad**
- Potenciar líneas de actividad y nuevos productos que permitan mantener la identidad de la ciudad.
 - Desarrollar estrategias de promoción conjuntas con las comarcas de Barcelona.
 - Potenciar la oferta cultural, gastronómica, artística, ferial, etc. en detrimento de la oferta de bajo valor añadido, e incrementar su promoción en aquellos segmentos que generan más valor.
 - Fomentar un turismo más inclusivo.
- 25. Desarrollar una estrategia de apoyo al comercio local y evitar la excesiva estandarización comercial de determinadas zonas de la ciudad.**
- Potenciar el comercio local y singular.
 - Intentar preservar los comercios emblemáticos, tanto el aspecto físico como el mantenimiento de la actividad económica.
 - Dinamización del comercio de proximidad en los barrios.
-

26. Potenciar y promocionar aspectos identitarios de la ciudad y de nuestra cultura

- Potenciar elementos singulares: castellers, ruta de los mercados, patrimonio gastronómico, etc.
- Facilitar y promocionar actuaciones de “cultura local”.
- Fomentar el consumo cultural, tanto por parte de los residentes como por parte de los turistas.
- Aprovechar las nuevas tecnologías y los medios de comunicación para su difusión.

27. Fomentar la redistribución de los recursos generados por el turismo en toda la ciudad, para mejorar las condiciones de vida de los barrios más afectados y de los no turísticos.

- Aumentar los recursos generados por el turismo: tasa turística, otros impuestos, ingresos tipo Park Güell, así como las actuaciones de RSE de las empresas del sector.
- Distribución más integral en toda la ciudad de los beneficios económicos que genera el turismo.

28. Fomentar el diálogo socioeconómico desde la proximidad territorial de Barcelona para dignificar el trabajo en el sector turístico

- Creación de un instrumento de concertación local del sector turístico.

29. Mejorar la formación y la calidad del empleo en el sector turístico

- Mayor profesionalización y estabilidad laboral.
- Respeto por los acuerdos firmados en la negociación colectiva de los distintos sectores.
- Consideración de las titulaciones y las categorías profesionales.
- Fidelizar a las plantillas y corresponsabilizarlas con el servicio.
- Formación continua y permanente, y planes de carrera profesional.

30. Aprovechar la relevancia del turismo en Barcelona como fuente de riqueza, para promover la creación de empresas y puestos de trabajo de calidad

- Fomento del emprendimiento en el sector turístico.
- Apoyo a las empresas.

31. Comunicar e informar a la ciudadanía sobre los aspectos positivos del turismo para que el turismo sea considerado un bien común

- Enfatizar los aspectos positivos del turismo: beneficios económicos transversales, pero también otros como la atracción del talento, y valores intangibles como la proyección de Barcelona en el mundo.
- Comunicar con emociones, no solo con datos.
- Introducir en el relato virtudes y valores del sector, como la rápida y pionera adopción de la tecnología, las oportunidades para crear start-ups o reinventar negocios.
- Acciones de comunicación dirigidas a los ciudadanos para convertirse en turistas de su ciudad y para acoger a los turistas.

-
- Explicar el escenario de una Barcelona sin turismo.
 - Incidir en el efecto multiplicador del turismo, para explicar la transversalidad y el alcance.

32. Promover espacios de intercambio y visibilidad del conocimiento turístico

- Generar puntos de encuentro para los distintos sectores implicados en el turismo.
- Jornadas, publicaciones, cátedras, etc., para poner en común y ayudar a visibilizar los estudios y los datos existentes sobre turismo, innovación, etc.
- Conocer más las actividades de otros sectores afines que tienen relación con el turismo.

33. Realizar acciones específicas en los barrios más afectados, comunicando los impactos positivos

- Comunicación de los impactos de la redistribución (p. ej. partidas adicionales que se han podido invertir en ese barrio).
- Hacer más permeables los establecimientos turísticos en los horarios de menor ocupación, por ejemplo, cediendo espacios a los ciudadanos para encuentros y actividades, etc.

34. Establecer mesas de diálogo para escuchar y debatir problemas y soluciones en los barrios más afectados

35. Impulsar acciones de comunicación dirigidas a políticos, comunicadores y generadores de opinión sobre el modelo y la realidad del turismo en Barcelona, basado en información objetiva.

- Establecer un compromiso, a partir de unos criterios compartidos, para no utilizar el turismo para hacer sensacionalismo o como medio de confrontación.
- Incorporar los relatos de los distintos agentes.

