

Emprenedoria sostenible i responsable

Relator: Josep Capellà

Reflexions prèvies

- Barcelona, des de l'any 1992, s'ha consolidat com una destinació turística integral amb una ampla gamma de serveis turístics i una cartera de productes molt diversificada que li asseguren capacitat d'atracció i de lideratge pel que fa al turisme a Catalunya, així com una imatge de marca molt potent a nivell internacional.

Si en una primera etapa, l'aposta del govern municipal pel desenvolupament turístic es va centrar en la promoció de Barcelona com a marca de referència i en la cooperació entre el sector públic i el sector privat, és a partir de 2010 quan es posa de manifest la necessitat de disposar també d'instruments específics de gestió d'aquesta activitat, tenint present els impactes positius que genera (activitat econòmica, empenedoria, màrqueting territorial, ...) i donant resposta a les externalitats negatives provocades per un creixement tan intens i concentrat en espais molt determinats.

Algunes de les actuacions que en van sorgir són:

- el Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2010-2015
- la creació de la Direcció de Turisme
- i més recentment, el procés *Barcelona ciutat i turisme. Bases per al Pacte Local per a un turisme sostenible i responsable*
- Concretament pel que fa a l'**àmbit de l'emprenedoria sostenible i responsable**, el Pla estratègic proposava entre altres accions, les següents:
 - Innovar en l'oferta de productes, serveis i experiències, apostant per iniciatives que ajudin a reforçar la identitat de la ciutat com a destinació sostenible i de qualitat.
 - Potenciar l'oferta cultural, gastronòmica, artística, firal, ... en detriment de l'oferta de baix valor afegit.
 - Promoure un turisme més inclusiu.
 - Fomentar la distribució dels recursos i beneficis econòmics generats pel turisme a tota la ciutat i les actuacions de RSE de les empreses del sector.
 - Aprofitar el lideratge de Barcelona com a marca turística per a la promoció de l'emprenedoria i l'ocupació de qualitat.
- Hi ha hagut passos rellevants en aquesta línia a través de diferents mecanismes:
 - A nivell de govern municipal, entre d'altres el programa *Barcelona Sustainable Tourism*, els plans de turisme de districte, el pla de gestió del Parc Güell, els plans de mobilitat, els plans de foment de l'ocupació al sector turístic i del turisme inclusiu, l'estudi de bones pràctiques a la indústria turística de TSI/ESADE, la certificació *Biosphere*, ...
 - També, els programes d'assessorament i acompanyament a emprenedors de Barcelona Activa: el programa *Futurisme*, captació de talent, atenció a emprenedors, finançament a través de microcrèdits, *Venture Capital* o *starts-up*,...
 - En el sector privat han aparegut iniciatives interessants com són el *Barcelona Forum District*, *Poble Nou Urban District*, allotjaments sostenibles i inclusivius com *In&Out* o *Twentytu*, el taxi ecològic, les visites a la ciutat amb mitjans de transport

sostenible *Cooltra*, la pròpia Fira de Barcelona i centres de convencions i congressos, entre d'altres.

- A nivell de Catalunya, hi ha també iniciatives que s'alineen amb els objectius que es planteja Barcelona, com ara els premis de turisme responsable, el manual de comunicació *Obre les portes. Promociona i comunica el teu caràcter únic i els teus esforços sostenibles*¹ així com la creació de productes innovadors basats en principis de sostenibilitat i turisme responsable. També el reconeixement en temes de turisme accessible atorgat recentment a la Diputació de Barcelona per part de la DG GROWTH de la Comissió Europea.

Però, així com en els entorns naturals i rurals aquestes iniciatives i productes estan aconseguint una visibilitat notòria, en el cas de Barcelona això no és tan evident, probablement degut a la magnitud i diversitat de l'oferta turística existent.

- Pel que fa al teixit empresarial, trobem a la ciutat un creixement d'empreses de diverses tipologies:
 - Corporacions especialitzades en allotjament, restauració, serveis de receptiu, ... algunes locals i altres amb presència arreu del món. Tenen o poden tenir canals de interacció amb les entitats de gestió turística i promoció de la ciutat.
 - Un teixit de micro i petites empreses, molt heterogènies que s'ha multiplicat en els últims anys. Des de les que donen uns serveis molt convencionals i/o estàndards, a d'altres que aposten per un turisme més integrat en els valors de la ciutat, sigui pel seu arrelament, la motivació dels seus promotors, la capacitat d'innovació i de creació de productes singulars o com a proveïdors de serveis d'alt valor afegit adreçats al client final i a les empreses (que van en la línia de iniciatives de gran reconeixement com *Barcelona Tech City* i *Mobile World Capital*).

En la major part d'aquests casos, la seva representativitat i visibilitat en els òrgans de gestió i promoció de l'activitat turística és més complexa.

- En relació amb l'emprenedoria sostenible i responsable, cal tenir present que en molts casos tenen possibilitats de supervivència limitades motivades entre d'altres, per la seva petita dimensió o per la competència amb altres models de negoci més convencionals i poc innovadors.

Representen en canvi, una oportunitat per avançar cap a un model més sostenible a nivell de ciutat, ja que la seva activitat repercuteix en molts més agents i d'aquesta manera afavoreix una millor redistribució dels beneficis del turisme.

- Les tendències que s'estan imposant en el consum turístic a nivell internacional apunten cada vegada més cap aquests models. En fan referència estudis d'organitzacions com la UNWTO, la OCDE, la pròpia comissió Europea o la *World Travel & Tourism Council*, en els que s'emfatitza que el turisme del futur es caracteritza per:
 - Una demanda d'experiències saludables i singulars.
 - Un disseny de productes adreçats a públics cada cop més segmentats.
 - Una aposta per l'accessibilitat i per la mobilitat sostenible, com a resposta al canvi climàtic.

¹ redactat per Xavier Font i publicat per l'Agència Catalana de Turisme que inclou 19 exemples de bones pràctiques, de les quals 4 són de la ciutat de Barcelona

- Una estreta relació entre activitat física, salut i benestar que afavoreixi el turisme actiu.
- Un aprofitament de les TIC per millorar la gestió i la comercialització turístiques.

Temes de debat:

- Quina és la situació actual de les empreses que han apostat per aquests models de turisme sostenible i responsable a Barcelona? Hi ha alguns serveis no coberts o amb potencial de creixement per aquests tipus d'empreses?
- Les empreses "sostenibles i responsables" tenen suficient visibilitat en el sector? I en el mercat? Estan ben integrades aquestes empreses en les estratègies de màrqueting de la ciutat i en les de informació i comunicació amb els visitants?
- Estan ben representades en els òrgans de gestió i promoció? De quina manera es podria potenciar aquesta integració?
- Hi ha mecanismes de suport suficients que permetin la generació de "clústers", cooperatives, integració horitzontal, que assegurin no només la pervivència sinó també la visibilitat de models de turisme més sostenibles?
- Les certificacions existents a Barcelona tenen suficient visibilitat? El nombre d'empreses i entitats que s'hi han involucrat, és representatiu de la situació actual d'aquest segment d'empreses en el conjunt de l'oferta turística de Barcelona?
- Barcelona té la voluntat de ser un referent en turisme sostenible i responsable. Ha tingut iniciatives innovadores en aquesta línia sobretot pel que fa a la sensibilització i suport a iniciatives empresarials. Com hauria d'evolucionar per continuar mantenint aquest lideratge?