



■ Comunicado de prensa ■

Cataluña cuenta por primera vez con un Plan Estratégico del Turismo en Cataluña que fija los objetivos de la política turística de los próximos 5 años

El Plan Estratégico del Turismo en Cataluña (PETC) es uno de los compromisos previstos en el Pacto del Tinell y en el Acuerdo para la Internacionalización. El objetivo es crear las bases del futuro modelo turístico, y ofrecer al sector público y privado un instrumento de planificación y nuevas fórmulas de optimización de los recursos turísticos.

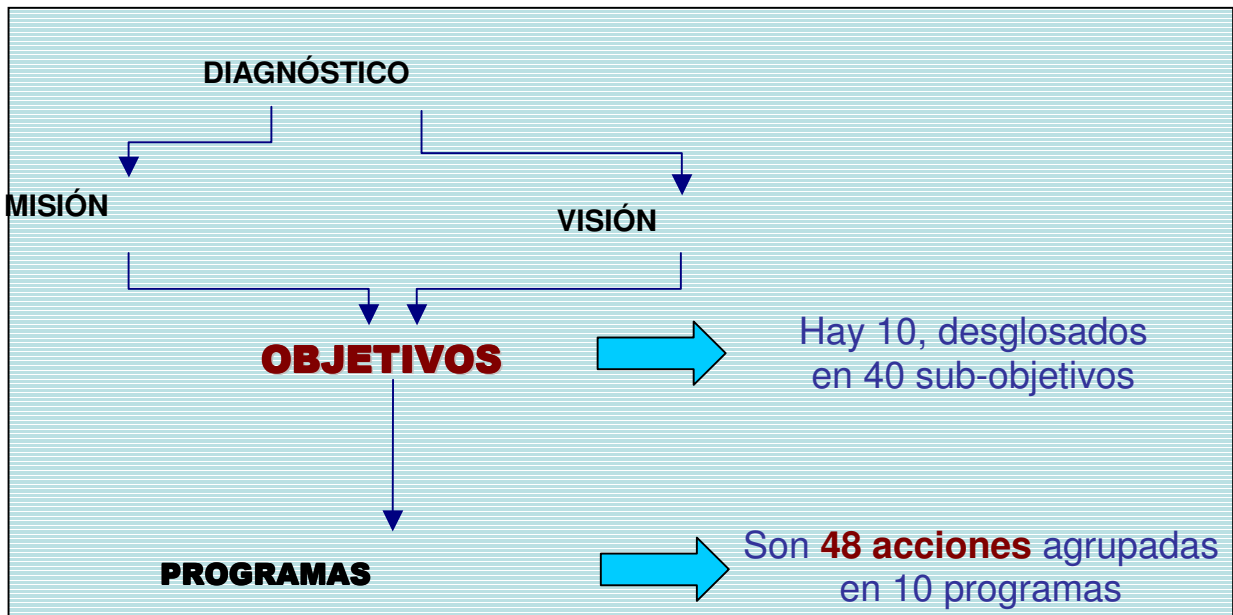
La elaboración del Plan ha contado con las opiniones recogidas de mil encuestas y entrevistas, el asesoramiento de dos comisiones de expertos del sector académico y empresarial, y más de una decena de mesas redondas.

Miércoles, 8 de marzo de 2006.— Cataluña cuenta con el primer Plan Estratégico del Turismo en Cataluña que fijará la planificación de la política turística para el período (2005-2010). El consejero de Comercio, Turismo y Consumo, Josep Huguet, acompañado de la directora general de Turismo, Isabel Galobardes, ha presentado hoy el Plan que define los objetivos básicos de política turística de los próximos 5 años, a partir de un plan de actuaciones específicas al servicio de los sectores público y privado. El consejero Huguet ha destacado que ***“por primera vez contamos con una hoja de ruta al servicio de todos los sectores que directamente o indirectamente participan del turismo”***. Según Huguet, ***“este Plan es un punto de partida, ya que nunca se había trabajado la planificación estratégica del turismo desde una visión totalmente integral y transversal”***.

El Plan Estratégico del Turismo en Cataluña se estructura a partir del análisis de la situación actual del turismo y de la descripción de los elementos que influyen en la actividad turística. En este sentido, el diagnóstico se ha realizado a partir del análisis de un entorno competitivo y de la identificación de amenazas y oportunidades a partir de tres grandes ejes: **territorio y sociedad, gestión y actividades turísticas y promoción**. A partir del diagnóstico se han definido: **la misión, visión y los**

■ Comunicado de prensa ■

objetivos del Plan Estratégico del Turismo en Cataluña, y se han generado los **programas de actuación** del Plan.



De esta evaluación exhaustiva, el Plan propone una serie de objetivos genéricos que son los siguientes:

1. Mejorar la gestión integral del turismo para consolidar el posicionamiento turístico de Cataluña y **aumentar los ingresos por turista.**
2. **Ordenar e integrar el desarrollo turístico** de acuerdo con las capacidades, las potencialidades y la planificación del territorio.
3. **Incrementar la competitividad del sector turístico** mediante la mejora de la **calidad y la innovación tecnológica.**
4. **Aumentar la calidad y la diversidad de la oferta turística** mediante la mejora continua, la reinversión, la consolidación y **diversificación** de productos y una política integral de **promoción.**
5. **Posicionar Cataluña como una marca turística** que sea **reconocida** y **valorada** por sus valores específicos y singulares.
6. **Potenciar la calidad de la formación especializada** y su adaptación al mercado y fomentar la **calidad de los puestos de trabajo del sector.**
7. **Impulsar un modelo de turismo** que sea ambientalmente **sostenible.**
8. **Sensibilización de la importancia del turismo** por el reequilibrio territorial y sus efectos en los ciudadanos y otros sectores económicos.



■ **Comunicado de prensa** ■

9. **Generar nuevas fórmulas** para atender las necesidades de **financiación** propias de los destinos turísticos.
10. **Adecuar el marco normativo** a las necesidades actuales y futuras del sector para garantizar su eficiencia.

Los objetivos genéricos del Plan plantean 10 **programas de actuación** que afectan al conjunto de agentes del sector turístico (Generalitat de Catalunya, administraciones locales, administración del Estado, sector privado, universidades y centros de formación e investigación y sociedad civil), y que se concretan en las siguientes acciones específicas:

Programa 1: Territorio, paisaje y sociedad

- Fomento del establecimiento de requisitos de integración paisajística en los proyectos turísticos.
- Programa de mejora del paisaje urbano y periurbano.
- Elaboración de una estratégica de usos turísticos del territorio.
- Plan director del uso turístico del paisaje, los recursos turísticos y los espacios naturales.
- Plan director de la oferta turística de golf.
- Plan director del uso turístico sostenible del espacio litoral.

Programa 2: Fomento e integración de productos turísticos

- Elaboración del mapa nacional de la oferta y de los productos turísticos.
- Creación de la Agenda Turística de Cataluña.
- Creación de las grandes rutas nacionales.
- Fomento de la red de Centros de Acogida Turística de Cataluña (CAT's).
- Categorización y priorización de los productos y segmentos turísticos.

Programa 3: Identificación y potenciación de los rasgos diferenciales de la oferta turística de Cataluña

- Elaboración de un catálogo de iconos que han de identificar Cataluña desde la perspectiva turística.
- Creación de una línea de merchandising y de productos autóctonos de Cataluña.
- Conceptualización y diseño de los Centros de Acogida Turística de Cataluña (CAT's).



■ **Comunicado de prensa** ■

Programa 4: Marketing y promoción

- Potenciación de la marca Catalunya.
- Definición y aplicación de criterios de coordinación y jerarquización de las marcas territoriales.
- Creación de la Agencia Catalana de Turismo.
- Elaboración del plan de marketing turístico de Cataluña.
- Creación del portal turístico de Cataluña.

Programa 5: Modernización y mejora de la información turística

- Actualización y racionalización de la señalización con finalidades turísticas.
- Tipificación, estructuración, consolidación e integración de la red de las oficinas de información.
- Potenciación del uso de otras herramientas de información: Centros de Promoción Turística y portal turístico.

Programa 6: Calidad

- Establecimiento de criterios de calidad y determinación de los estándares propios en las administraciones públicas y las empresas del sector.
- Elaboración y promoción de instrumentos dirigidos a la mejora de la calidad.
- Realización de acciones específicas de comunicación para la promoción de la oferta de la calidad.

Programa 7: Formación y recursos humanos en turismo

- Identificación de las prioridades, elementos de formación y del mercado de trabajo del sector.
- Plan de formación y ocupación de los nuevos colectivos y profesionales del turismo.
- Revisión e impulso de los currículums de formación profesional y de formación continuada.
- Potenciación de Cataluña como referencia internacional de formación en turismo.
- Elaboración de modelos de protocolos para la gestión de recursos humanos en el sector turístico.

Programa 8: Investigación aplicada, tecnología e innovación

- Potenciación del Observatorio de Turismo y estructuración y vertebración de una red de antenas asociadas.



■ **Comunicado de prensa** ■

- Establecimiento de una metodología para la armonización del tratamiento de la información estadística.
- Creación del Instituto de Investigación Turística.

Programa 9: Fortalecimiento institucional y sectorial y marco normativo

- Potenciación de la colaboración y cooperación entre los sectores públicos y privados.
- Creación de un programa de fomento e internacionalización de la actividad turística.
- Fortalecimiento del tejido empresarial.
- Mejora de las condiciones de financiación de los destinos turísticos.
- Creación de la Jornada Profesional del Turismo.
- Reforma de la Ley de Turismo y adaptación del marco normativo.
- Estudio sobre la modernización de los establecimientos turísticos.
- Simplificación e incorporación progresiva de los criterios turísticos a la normativa sectorial que afecta al sector.

Programa 10: Comunicación y sensibilización

- Elaboración de las directrices de comunicación sobre el posicionamiento turístico de Cataluña, sus valores y los públicos objetivos.
- Elaboración del libro de estilo del turismo en Cataluña.
- Diseño e impulso de campañas comunicativas para consolidar el prestigio del sector.
- Desarrollo del plan de gestión y comunicación turística en situaciones de crisis.

Un proceso muy participativo

El Plan Estratégico del Turismo en Cataluña se ha elaborado siguiendo un amplio proceso muy participativo donde se ha escuchado la voz de expertos académicos y empresariales, agentes y operadores del sector, turistas, y administraciones turísticas a través de comisiones, mesas redondas, entrevistas o encuestas. Todo con un **“alto grado de consenso”** en un sector tan amplio como el del turismo.

- **12** expertos agrupados en 2 Comisiones:
 - Académicos
 - Empresariales
- **13** mesas redondas con la participación de más de **250** agentes y representantes sectoriales públicos y privados.



■ **Comunicado de prensa** ■

- **500** entrevistas telefónicas a turistas (400), a agentes de viajes (50) y a operadores turísticos extranjeros (50) y 50 entrevistas personales a alumnos de escuelas de turismo.
- **500** encuestas dirigidas a:
 - Operadores turísticos
 - Administraciones turísticas

Para ampliar la información:

Gabinete de Prensa y Comunicación

Turisme de Catalunya

Tel.: 93 484 98 89

www.catalunyaturismo.com