

EVOLUCIÓN
EN DOS
DÉCADAS

1 Antes de los JJOO de 1992 el turismo vacacional solo era el 22,7% del total en Barcelona

2 En la actualidad representa más de la mitad, encabezado por franceses, británicos y de EEUU

3 El 42% repiten visita y buscan nuevas actividades y atracciones para descubrir



FERRAN NADEU



JOAN CORTADELLAS

Clases de 'trencadís' en Mosaicco, dedicada al público foráneo.

tradiciones están tras muchas de las propuestas. La originalidad marca la diferencia entre éxito y fracaso.

Entre las empresas que echan su anzuelo al turista figuran los que dan una vuelta de tuerca a las tradiciones locales. No basta con ver el rastro del modernismo, mejor experimentarlo con actividades como talleres de *trencadís*. Lo imparte Mosaiccos en Ciutat Vella, y por 20 euros es posible aprender a componer creaciones a base de fragmentos de cerámica o vidrio, en sesiones a partir de una hora. «Lo bueno es que lo pueden hacer tanto niños como gente mayor, parejas...», señalan.

Tal ha sido su acogida que es la actividad mejor valorada por el turista para hacer en Barcelona según Tripadvisor. Más *nostrada* aún es la experiencia *castellera*, no en versión montaje para el foráneo, sino presenciando un ensayo real en vivo y en directo de la mano de la Coordinadora de Colles Castelleres de Catalunya, que quiere dar a conocer la esencia real de esta actividad patrimonio de la humanidad a los visi-

las cifras EL IMPACTO DEL SECTOR

7,58 millones de turistas se alojaron en hoteles de Barcelona en el 2013, pero se calcula que la cifra total de visitantes sumando otros alojamientos y excursionistas ronda los 27 millones.

5ª posición ocupa Barcelona entre los destinos europeos. Pero es cuarta en turismo internacional. Y 17ª del mundo.

732 euros de media gasta el viajero de negocios, y 654 el vacacional. En el 2012 (último balance) dejaron 37 millones de euros al día, una tercera parte se gasta en restauración.

3 de cada cien personas que

pasean por la ciudad son turistas. El Eixample y Ciutat Vella copan la mayoría de las 69.000 plazas hoteleras y los 9.606 pisos turísticos con licencia.

15 euros (a partir de esa cifra) es el precio que ofertan muchos particulares por una habitación y una noche en sus domicilios para turistas, desde internet. Un apartamento para dos personas suele costar a partir de 60.

34-44 años es la franja de edad del 34,9% de viajeros. Les siguen los de 45 a 54. Solo un 19% tienen menos de 34 años.

20 euros aproximadamente cuestan muchas de las actividades guiadas en Barcelona.

tantes: con una explicación, ensayo, atendiendo a las dudas del viajero y hasta dejándole sumarse a la *pinya*, cuentan. Todo por 20 euros más IVA durante aproximadamente hora y media. Los ingresos son «dinero extra para las *colles*, porque esto no es un negocio», enfatizan. De momento, participan las de Sants, Gràcia y Barcelona.

PRODUCTOS ESPECÍFICOS // Entre los emprendedores creativos está Running Tours. Nació en el 2012 y entró en la oferta de Turismo de Barcelona en el 2012, creando productos específicos para viajeros. Cuenta Lola Bonet que ofrecen todo tipo de rutas de *running*, desde personalizadas a colectivas, de 5 a 40 kilómetros. En la vertiente turística despachan giras organizadas por kilometraje y objetivos. Por ejemplo, el modernismo en 10 kilómetros, con breves paradas para introducir cada obra. Una de las más vendidas es la Early Bird, para los más madrugadores y con espectaculares vistas al litoral. Los estadounidenses son los clientes

mayoritarios, junto a los escandinavos. Y entre sus anécdotas figura una petición de mano a la carrera.

El abanico de iniciativas ciudadanas es amplio y abarca desde rutas en *ruc català* por Dosrius y Canyamars (con punto de encuentro y traslados desde la plaza de Catalunya), a la opción de elevarse en una tabla aerodinámica (*flyboard*) sobre el litoral de Barcelona, o los itinerarios bautizados *360º por tierra, mary aire*, donde la excursión en grupos guiados de 12 incluye tramos en bicicleta eléctrica, catamarán, teleférico... y entradas a monumentos. Sin olvidar cenas medievales en el Palau Requesens, entre otras muchas tentaciones gastronómicas.

Al margen de los productos-actividades en venta, el consorcio genera negocio directo a 800 empresas participantes en sus programas: Convention Bureau, Gastronomía, Shopping Line, Cultura i Oci, Premium, Shops, Sports, Sustainable Tourism, BCard y BBus Turístic, sean comercios, restaurantes, locales de ocio, salas de eventos o servicios. ≡

ESCUELA SUPERIOR DE DISEÑO

Descubre
nuestros
programas

www.lcibarcelona.com
93 237 27 40

ABRE
TU MENTE
A UN MUNDO
DE DISEÑO



eF Tema del día

Una industria en expansión

Páginas 2 a 4

EL PERIÓDICO



Salida deportiva de Running Tours para turistas con ganas de ver y entrenar.



Consignas y bicis de alquiler de Budget Bikes en la plaza de la Llana.

SECTOR ECONÓMICO EN AUGE EN BARCELONA

El otro filón del turismo

140 emprendedores presentan cada año proyectos de servicios para el visitante en Turismo de BCN | Miles de particulares sacan partido del viajero con ofertas de alojamiento, gastronomía y ocio

PATRICIA CASTÁN
BARCELONA

La mayoría de barceloneses asumen que el turismo es económicamente importante para la ciudad, en especial con el agujón de la crisis de por medio. Lo corroboran algunas encuestas municipales, ese 10-12% del PIB local que genera y, más domésticamente, el conocer a familiares o amigos entre los 120.000 empleos vinculados. Pero esa defensa del sector pierde toda su fuerza cuando el interlocutor vive en la Barceloneta, la Sagrada Família o el Gòtic, entre otros territorios con turistas a destajo.

La amenaza de la convivencia, de la pérdida de identidad de barrio o el simple incivismo de algunos puede más que cualquier argumento de euros. Ese malestar generó el pasado verano una erupción volcánica en el barrio mariner y avivó las voces que alegan que el turismo solo beneficia directamente a hoteleros, restauradores y tiendas del centro de la ciudad.

Sin embargo, basta asomarse a la calle o a internet para comprobar que el pastel de las divisas forá-

neas se extiende más y más a empresas autóctonas e iniciativas particulares nacidas por y para el turismo. Cientos de emprendedores en el paro ven ahora en este sector una salida ofreciendo los más variados servicios. La mayoría hacen la guerra por su cuenta (a veces desde la economía sumergida), pero cada vez hay más iniciativas profesionalizadas. A Turismo de Barcelona llegan anualmente unas 140 propuestas nuevas, en busca de asesoría o con el objetivo de comercializarlas oficialmente desde el consorcio.

APARTAMENTOS // La cara evidente de esta apertura del negocio turístico, más allá de los 375 hoteles de la ciudad, la aportan los polémicos apartamentos turísticos, un total de 9.606 con licencia cuya titularidad recae tanto en inversores como en avispados barceloneses que han querido sacar provecho del emergente sector. En no pocos casos son vecinos de a pie que llegan a fin de mes alquilando una habitación por días, una actividad no regulada que ayer mismo sumaba más de mil anuncios particulares en el portal Airbnb; pero también invirtiendo en un peque-

Unas 200 empresas ofrecen de forma rotativa sus servicios desde el portal del consorcio oficial

La Coordinadora de Colles Castelleres de Catalunya también organiza visitas de pago a sus ensayos

ño piso para alquilar por días o cediendo el uso de su propia vivienda cada vez que se ausentan de vacaciones para obtener ingresos complementarios. En este caso, el problema, tras la prohibición municipal de nuevas licencias, es lograr aflorar la economía en negro que generan, dado que tener licencia no equivale a declarar los ingresos obtenidos.

En el ámbito doméstico sigue proliferando la opción de cocinar en casa para el visitante, con una oferta supervisada, al estilo www.eatwith.com, como avanzó este diario. Fuentes de la empresa señalan que ya han superado los 10.000 clientes en Barcelona. Para algunos supone un sueldo alternativo y asegurado. Y en esa línea crecen excursiones guiadas variopintas, talleres gastronómicos, paseos en bici con mil y una rutas, acompañamientos para descubrir la ciudad... la mayoría por parte de incontables particulares. También empresas de alquiler de bicis, motos, triciclos y cualquier transporte alternativo, o consignas de maletas, siempre buscadas.

No obstante, quienes profesionalizan su situación y ven en el turismo «un motor de nuevas oportuni-

dades», según Turismo de Barcelona, son cada vez más. Apuntan que en el 2013 recibieron 140 nuevos proyectos. «La mitad de lo que presentan acaba en el mercado», afirman fuentes del servicio de Atención a Emprendedores y Empresas turísticas. Inicialmente, se les presta asesoría para mejorar su plan y se les indica si es una idea muy explotada o le ven buenas perspectivas.

APRUEBA // Lo normal, si el negocio es viable, agregan, es que sus instigadores maduren los proyectos y vuelvan con su plan en marcha y la situación legalizada (permisos y demás). El consorcio entonces los comercializa un tiempo, al margen de que ellos lo hagan también de forma independiente. Si funcionan se mantienen y si no, se dejan de vender. En la actualidad, despachan por internet unos 200 productos de los que un puñado son propios (como el Bus Turístico) y la mayoría están a cargo de emprendedores o de empresas especializadas que van sumando nuevas fuentes de negocio creativo.

¿Qué han inventado los barceloneses para sacar partido al negocio? La cultura, el ocio, el paladar y las