

Caravana d'innovació digital

Parada:

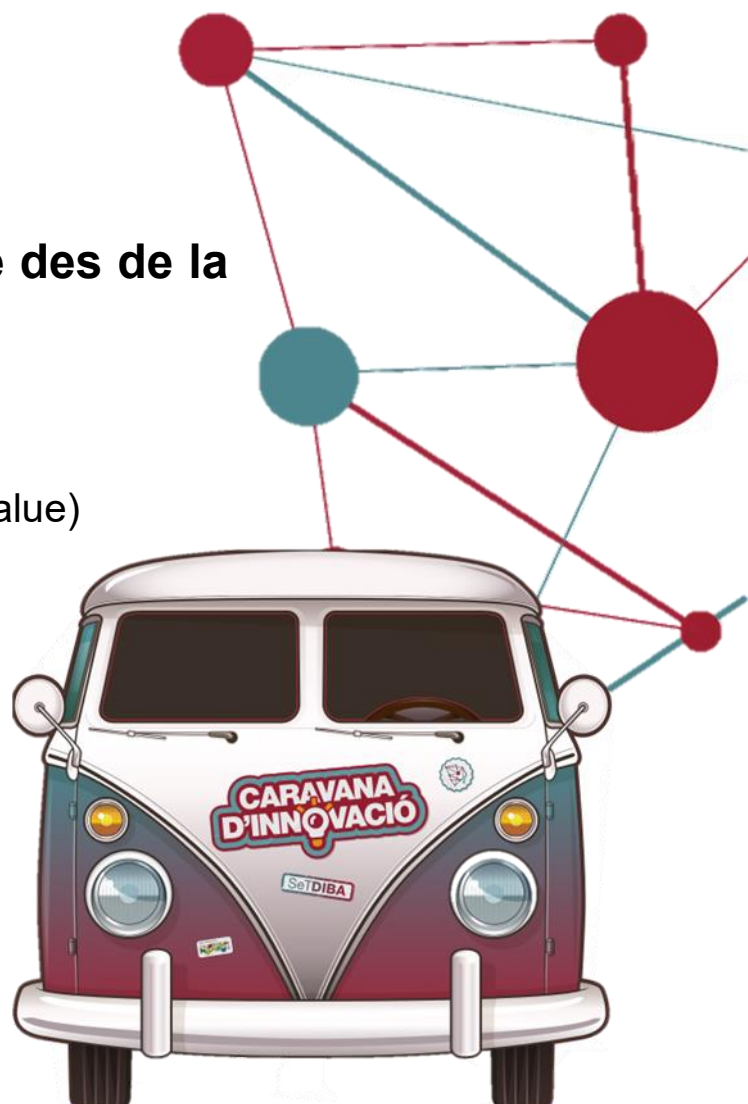
Ajuntament de Calella

Gestió del turisme sostenible des de la governança de les dades

Despatx d'Alcaldia

1/10/2025 a les 9.00 h

Relator: Rafael González (Vivential Value)



■ ■ ■ Conversa amb Marc Buch (Alcalde de Calella), Cindy Rando (1a tinent d'Alcaldia i regidora de Turisme) i Ferran Muñoz (cap de l'Àrea de Turisme i Smart City).

■ Bon dia, és un plaer estar aquí amb vosaltres, en una destinació que coneixem bé i amb la que hem tingut el luxe de treballar en diferents projectes. Tot just ara estàvem reflexionant amb l'equip de Diputació sobre el fet que aquesta és la primera parada de la Caravana Innovació del vertical de turisme, i fer-la a Calella té molta lògica. És la parada número 21, i fer-la a Calella per parlar de turisme, i per parlar d'aquest projecte que és el sistema d'intel·ligència turística, és tot un luxe.



Primer de tot voldria fer una contextualització que em sembla adient. Fa molt de temps una persona, en veure escrit en la meva targeta “innovació en intel·ligència turística” em va dir: “perdona, Rafael, ens acabem de conèixer, no t'enfadis però... intel·ligència i turisme en una mateixa frase?”

Ens agradaria aprofitar aquesta parada precisament per reivindicar que efectivament en

turisme hi ha innovació, que efectivament en turisme hi ha intel·ligència turística aplicada, i que Calella n'és un bon exemple.

Jo possiblement en aquell moment vaig riure, quan avui podria dir amb contundència: “parli vostè amb una destinació com Calella, que pot parlar d'innovació, d'intel·ligència i de turisme en la mateixa frase, sense cap tipus de dubte”.

La intel·ligència turística de Calella és un projecte de llarg recorregut però jo crec que hi ha un punt d'inflexió molt important que és el PSTD (el Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació), que vosaltres com a equip esteu liderant. Per què aposteu per la intel·ligència turística? per què aposteu per fer aquest projecte?

Marc Buch

Primer de tot hem de posar una mica de context per entendre Calella, com ha arribat i on ha arribat fins a avui. Calella va ser la primera destinació de turisme de sol i platja. Per memòria històrica i per justícia històrica som una destinació que som referents, però a més s'ha de tenir en compte que si hi ha un hotel al nostre voltant, a Santa Susanna, o a Salou, Benidorm, Almeria, etc. és perquè empresaris de Calella hi van anar.

És una destinació madura i al final hi ha moments més alts, hem fet baixada, ara estem pujant... i estem aprofitant totes les eines que estan al nostre abast.

Per a mi parlar d'intel·ligència i turisme és bàsic, perquè la intel·ligència turística no ens l'hem pas inventat nosaltres ara. Aquí fa 70 anys, quan va arribar la primera persona i es va veure que hi havia possibilitat de fer turisme es va aplicar la intel·ligència, i es van aplicar les eines que tenien aquell moment, que eren les que eren, que són totalment diferents de les que tenim ara, però al llarg del període s'han anat aplicant diferents eines i tecnologia que ens han permès arribar on som ara.

A partir d'aquí què hem de fer nosaltres? No és que ara amb el PSTD (Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació) hagi canviat tot. Fa molts anys Calella tenia un turisme sobretot de festa, de borratxera, i de sol i platja, i tot això ha canviat moltíssim, hem passat de tenir 50 discoteques i pubs a tenir-ne només 5, per tant això vol dir que hi ha hagut un esforç de molts anys.

I ara hem tingut la sort (bé, la sort no, perquè s'ha treballat moltíssim des del Departament de Turisme encapçalat per en Ferran Muñoz) que vam aconseguir aquest PSTD, aquests fons europeus, amb 5 milions d'euros que ens permeten, primer, fer tota una infraestructura per fer més sostenible la nostra destinació (la construcció d'un dipòsit de laminació d'aigües, la naturalització de les platges...). Hi ha 20 projectes, i dins amb un ampli ventall d'actuacions especialitzades en allò que coneixem com a intel·ligència turística, *smart tourism*. Per on passa? Doncs passa primer per la instal·lació de sensors en diversos punts de la ciutat per captar i tenir dades, sobretot meteorològiques, i preveure possibles problemes que hi pugui haver causats per la meteorologia, però també hi ha una segona derivada, que és molt important, que és tota la gestió de les dades del turisme, és a dir, saber tota aquella gent que ens arriba a Calella, evidentment les nacionalitats, estades mitjanes, tipologia de despesa, mobilitat, principals interessos, etc.. Disposar d'aquestes dades ens permet després fer un pla de màrqueting, i quan tenim el pla de màrqueting sabem que el podem enfocar, per exemple, al turisme francès, perquè és un mercat que cada cop està pujant més, i també ens dirà que el turisme nacional des de la Covid-19 ha passat a ser la primera destinació, i no només el turisme nacional, sinó que el turisme nacional ve a Calella perquè hi ha un teixit comercial, perquè hi ha tota una infraestructura hotelera, i també troba una ciutat que és viva, que hi passen coses, i que hi ha oci, hi ha cultura, etc.

El gran èxit que volem assolir es basa en ser capaços de crear un sistema (que ho estem fent) que sigui àgil (perquè si alguna cosa té l'administració és que ho encalla tot), sobretot perquè ho necessitem per a prendre decisions. L'objectiu bàsic de qualsevol inversió que fem en turisme, ja sigui recopilant dades o fins i tot quan anem a una fira, és captar informació per a convertir-la en coneixement i d'aquesta manera poder prendre

les millors decisions. Per exemple, si resulta que volem que el mercat danès vingui a Calella i algú en pot dubtar, doncs analitzarem les dades que tenim a disposició perquè d'aquesta forma si és el cas, podrem argumentar i justificar la idoneïtat de mantenir aquest *target*, el danès, com a públic objectiu diana.

Per exemple aquest diumenge celebrem l'Ironman Calella-Barcelona, amb 3.200 participants, amb una mitjana de 3 persones per participant (és a dir l'atleta més dos acompanyants) amb una estada mitjana de 5 nits, amb un impacte de 22 milions d'euros, amb triatletes procedents de 90 països, i el 50% dels participants són nous, per tant, hi ha una rotació molt gran. Això és una campanya turística brutal, però a més a més és una aportació de dades molt gran.

■ **A col·lació d'això, moltes vegades quan parlem d'innovació de seguida pensem en tecnologia, quan el que estàs explicant no té res a veure amb la tecnologia, o, en tot cas, amb la tecnologia com a facilitador, no com a fi en si mateixa. Aquí del que estem parlant és de cultura de dades com a fet innovador. I en cultura de dades, que potser és un concepte que ens queda molt eteri, una de les claus és la compartició de dades entre el públic i el privat.**

En aquest exemple de l'Ironman, com heu aconseguit que hi hagi aquesta compartició de dades? Perquè podríem tornar a explicar que Calella és una *rara avis*, perquè es parla molt de la col·laboració publico-privada i en aquest cas de l'Ironman amb una institució privada que entenc que gestiona tot això, com heu aconseguit aquest exercici de compartició de dades que és tan interessant i del qual se'n podrà apropiat també el mèrit Calella com a generador de dades sectorials?

Marc Buch



Tot això s'aconsegueix primer demostrant que la destinació és seriosa, que l'administració realment creu en el projecte, que en aquest cas és el turisme esportiu, l'administració però també el sector hotelier i el sector empresarial, la restauració, el comerç, tots s'ho creuen. I remar, remar i remar, i al final és un model que jo sempre dic que podem exportar o l'hauríem d'exportar en qualsevol sector,

perquè és entendre sobretot que l'administració està al servei de la ciutadania i que l'administració som aquí, encara que de vegades sembli que no, per facilitar les coses. Bé, parlem de l'Ironman però hi ha d'altres projectes, l'Ironman és l'esdeveniment més gran, però aquí fem acollim també l'Screamin Festival, el Festival d'Harmòniques, l'Oktoberfest, "Canta al Mar" un festival de cant coral, un campionat internacional de

Dards, som seu del Campionat d'Espanya d'Handbol, en definitiva, fem molts esdeveniments. I això passa, perquè entenem que l'administració ha de posar totes les facilitats possibles. Si una empresa te una proposta amb un clar impacte per la ciutat com és l'Ironman la nostra obligació com a administració posar totes les facilitats perquè es dugui a terme aquest projecte que tindrà un retorn molt important al territori, que en sortirà beneficiat.

Això ho podem dir amb relació a l'Ironman però ho podríem dir també de l'obra privada, la col·laboració publico-privada hauria de ser-hi sempre. No obstant, de vegades la mentalitat política, malauradament, tendeix a pensar que tot el que ve del món privat és dolent. Sabem que de vegades la relació publico-privada no sempre és fàcil, perquè el sector privat va a un ritme, el sector públic va a un altre, i fer confluïr els interessos no sempre és còmode. Però aquí a Calella (no jo, ni la Cindy ni el nostre govern, sinó que això ja ve d'anys) som inconformistes, per això vam ser la primera destinació de turisme de sol i platja. Aquesta manera de fer forma part de l'ADN de Calella i per aquest motiu aconseguim aquestes col·laboracions publico-privades que tenim ara, i en tindrem moltes més en el futur segur.

■ És interessant que a més pugui servir d'exemple perquè d'altres sectors, el sector hotelier per exemple, s'animi a compartir més informació de la que en aquest moment comparteix, perquè vosaltres esteu fent un exercici d'intel·ligència turística des de la punta de la piràmide del territori, però hi ha una informació molt valuosa en el privat, que si no es comparteix no es podrà aconseguir de cap manera, és un bon exercici i serà un bon exemple.

Has parlat del resident, i tot i que quan parlem de turisme sembla que el resident no surt a l'equació, creus que aquest exercici d'intel·ligència sectorial que esteu fent, a través del qual es compartiran dades objectives, valuoses i rigoroses també amb el ciutadà, reforçarà la percepció positiva envers el sector turístic?

Marc Buch

Hi ha una forma de ser del sistema que és que normalment només escoltem les crítiques, els mitjans de comunicació només fan repercussió de les crítiques i la mateixa ciutadania és clar, si tu vas sentint tot el dia la cantarella que això és negatiu, és negatiu, és negatiu, doncs anem contaminant, però si tu surts al carrer tothom sap que el turisme aporta molts beneficis i, evidentment que turisme a qualsevol preu, no. Allò que diem sempre amb la regidora és "qualitat i no quantitat". Nosaltres no volem que Calella tingui els hotels sempre plens a qualsevol preu, nosaltres el que volem és que els hotels treballin amb qualitat i que a més a més els comerços se'n puguin beneficiar, que la restauració se'n pugui beneficiar... i ja ens passa, perquè aquí a Calella les dades són importants, més del 50% de la despesa es fa fora de l'establiment hotelier. Ajudar a millorar la percepció, és clar que ajuda quan tens dades, però aquell que creu que el turisme és dolent, moltes vegades ja té la resposta preconcebuda.

També la pregunta que els faig jo sempre a aquells que diuen “turistes aneu a casa” o *go home* és “tu no deus sortir mai de Calella o de casa teva” perquè és clar, el dia que jo me'n vaig un dissabte amb la meva família a Pineda mateix, ja estic fent turisme.

És aquesta agenda mediàtica que cadascú té la seva agenda política i que nosaltres hem de ser capaços de rebatre-la i de no comprar-la i de donar a entendre que el turisme és una indústria més, i que no és una indústria qualsevol, perquè en el cas de Calella és evident el pes que té, però també el té a tot el país, perquè a tot Catalunya té un pes molt important, i com tota indústria cal anar innovant, cal fer entendre al sector empresarial que s'ha d'invertir, que s'ha d'anar renovant, que s'ha de promocionar, i cal fer entendre a l'administració i a tothom, a tota la ciutadania, que hem d'apostar per la qualitat i no per la quantitat, cosa que s'està fent des de fa molts anys, no a Calella només, sinó arreu del territori, cada vegada s'està fent més.

■ **En relació també amb aquest exercici de transferència al sector privat i a la ciutadania en general, un dels reptes que es tenen quan es desenvolupen aquest tipus de sistemes és la continuïtat en el temps. Jo crec que vivim en un moment excepcional, que segurament no es repetirà. No sé si la paraula és correcta però parlem d'una certa “bacanal de fons europeus”, i com se li dona continuïtat a un projecte d'aquestes característiques? Ara imaginem que el sector “compra” el concepte i està esperant aquesta informació, imaginem que el resident “compra” el concepte, quin repte teniu identificat per donar-li continuïtat?**

Marc Buch

De fons europeus n'hi ha una quantitat i sí, ens agradaria a tots que tinguessin continuïtat en el temps, però recordem que el 80% dels projectes estan pendents encara de portar a terme i si no hi ha un moviment i comencen a allargar terminis o posar facilitats el govern de l'estat espanyol el 80% dels projectes aniran tornats, Espanya és dels països que té menys execució dels fons europeus per tant aquí tots hem de collar.

A Calella complirem. Ens ha costat, hi ha un esforç brutal perquè la burocràcia és immensa però bé, anem a la pregunta important: com donarem continuïtat a tot això? Des de l'Ajuntament de Calella garantirem que la destinació pugui seguir donant cobertura en l'execució dels projectes ja iniciats gràcies al PSTD. Per exemple, la renaturalització de la platja, hi ha gent que em diu que són projectes de llarg termini i son agosarats, no tothom té la valentia de dir que una platja que tothom que viu a Calella l'ha vist sempre d'una manera, una platja urbana lliure, la restringim posant-hi tanques, perquè volem que es renaturalitzi. De fet, tornem una mica als orígens, perquè la platja abans era un espai natural, de fet si mirem fotos molt antigues es veu que hi havia ramats d'ovelles i tot, pasturant per la platja. Per què? Perquè la platja és el nostre màxim valor i per tant hem de fer tot allò que estigui en les nostres mans per a conservar-la. I si ara hem d'hipotecar una part de la superfície per a assegurar-nos que quan hi hagi un temporal no es perdi, doncs ho hem de fer.

Alhora, hi ha diferents elements. Per exemple el dipòsit de retenció d'aigües pluvials ens permetrà que si un dia ens ve algun episodi climàtic extrem com ara pluges torrencials

no s'inundi la ciutat. Actuacions com aquesta, contribueixen en primer lloc a la millora de la qualitat de vida dels ciutadans de Calella i per extensió a la satisfacció del turista que visita Calella.

En relació al Sistema d'Intel·ligència Turística si som capaços d'analitzar bé aquestes dades serà molt més fàcil disposar del coneixement necessari per garantir la sostenibilitat, competitivitat i futur de Calella.

Ferran Muñoz



Volia fer un petit incís en línia amb això que diu l'alcalde. Ahir, si no recordo malament, a la presentació dels resultats de l'estudi dèieu que és una mostra de les enquestes que ha respost més d'un 90%, per tant, treballem els resultats que dona un 90% d'enquestes amb un total de 70 preguntes per cada triatleta, això dona una qualitat en la dada, en la interpretació dels resultats, que gairebé no hi és en altres àmbits. Per tant, des de Calella

sempre hi ha hagut una mica aquesta voluntat de trobar la fiabilitat de la dada i trencar una mica llança molt sovint, com deia l'alcalde, dels grans titulars. Ni tot és bo ni dolent al 100%. Per tant, jo crec que això és molt important. I aquesta continuïtat que comentava també l'alcalde, es constata donat que el treball que s'està fent d'una manera rigorosa i també ambiciosa, compta amb tota una bateria d'indicadors d'un sistema d'intel·ligència turística que ja no només treballarà en saber d'on ve el turista que ens visita, sinó en saber quin consum d'aigua genera, quin consum energètic genera, quin impacte en definitiva té tant en positiu com potser també en negatiu sobre la ciutat. Això posa de manifest aquesta vocació del sistema de ser transversal a tots els projectes que estan vinculats dintre del PSTD. L'alcalde parlava sobre el pou de captació, la sensòrica que aplica fins i tot als comptadors d'aigua potable, que ens poden donar patrons de consum, es pot detectar fins i tot si hi ha hagut cap tipus d'activitat il·legal, d'aquí sortiran tot un seguit d'indicadors que s'intentaran integrar, i la voluntat és que això pugui tenir continuïtat i transparència en el sentit que qualsevol persona pugui accedir a aquesta informació a través d'una pàgina web. Jo crec que això és important destacar-ho.

■ Enllaçant amb el vostre comentari, i tornant al principi quan feia el “*chascarrillo*” d'intel·ligència i turisme junts, ara us estic escoltant i precisament és tot el contrari. En turisme ja no som només els dels fulletons en les fires i congressos o del punt d'informació, sinó que ara fins i tot ens hem motivat i demanem dades d'altres departaments de la casa, ara miro cap endins. Òbviament quan un projecte té el mandat d'Alcaldia, dit amb afecte, tothom es quadra i anem a una, però heu trobat predisposició positiva de la resta d'àrees del Consistori? Perquè els “rarets” de turisme, en un projecte d'aquestes característiques de cop i volta diuen a la Policia que volen dades de matrícules, o diuen a Gestvia -empresa municipal que gestiona la mobilitat a Calella-, que necessiten dades de parquímetres, o diuen a Platges que volen dades de qualitat de l'aigua, etcètera, no? Jo crec que això és tremendament important, és un punt d'inflexió en aquesta transversalitat, sempre havíem dit “el turisme és transversal” i el que escoltàvem era “au vinga, no molesteu i aneu a les vostres fires”, i ara és ben al contrari.

Quina sensació teniu? Com està alineat? Torno a insistir, el mandat d'Alcaldia és clar i és el que hi ha, però creieu que ens estan rebent de manera adequada amb aquesta “temeritat” dels de Turisme d'arreglar dades que a priori semblava que no eren del nostre interès?

Cindy Rando



Sí, tal com dius tenim el mandat d'Alcaldia, per tant, l'entendem tots com un projecte de ciutat i per tant totes les àrees sempre, sabent que l'alcalde està al darrere, sempre estan predisposades a ajudar. Qui més ho pateix, al final, és el cap de l'Àrea, que és el Ferran, que s'encarrega de coordinar amb totes les àrees perquè tothom ens aboqui totes les dades que anem demanant, i la veritat és que estem justament treballant en aquest procés, estem fent trobades per intercanviar informació i tots estem predisposats a seure'ns a la taula i a abocar tota la informació que tenim, perquè al final, sense les dades, és molt

difícil prendre decisions correctes, i com bé deia l'alcalde com més dades puguem tenir ens servirà per adoptar decisions més encertades, i per tant tot l'Ajuntament, totes les àrees implicades, estan disposades a treballar.

L'alcalde sempre diu que tenim amb aquest govern les ulleres de la sostenibilitat, però també tenim les del turisme posades en clau de ciutat perquè al final és un sector econòmic principal a Calella i per tant, tot l'Ajuntament està implicat d'una manera o

altra. No és només l'Àrea de Turisme, sinó la policia, platges, neteja, cultura, fires... tothom hi estem implicats.

■ **Entenc que la resposta és més òbvia en una destinació o en un municipi manifestament turístic, com és Calella, però com aquesta és una iniciativa que ha de servir d'inspiració a d'altres entitats municipals, creus que tot això serà així d'obvi i de fàcil en d'altres territoris?**

Cindy Rando

Cada territori té la seva idiosincràsia i entenc que primer s'ha de fer com el treball previ, la reflexió interna de dir: si volem ser un municipi on el turisme és un factor econòmic important hem de treballar plegats. Si aquesta reflexió no la podem fer o no se sap fer, costarà molt més. Ara nosaltres jo crec que tenim una història i una trajectòria, com ha dit l'alcalde, molt gran en el món del turisme i per tant, fer aquesta reflexió ha estat molt fàcil, i asseure'ns a demanar dades no ha estat molt difícil tampoc, perquè tots veiem d'on venim i volem anar a millor, per tant les dades són fonamentals.

Marc Buch



En tot cas si em permetes un moment d'extrapolar-ho a la resta d'administracions l'èxit de Calella, en aquest cas no és només entendre la importància del turisme sinó (jo sempre ho recalco quan fem reunions de govern o a qualsevol treballador) jo els dic que estem al servei del ciutadania i que i l'Ajuntament és un tot, que aquí els departaments no existeixen, que quan un ciutadà entra per la porta vagi a la comissaria de policia, vagi a l'OAC, vagi a turisme o vagi a urbanisme està parlant amb l'Ajuntament de Calella. Per tant, tots els projectes de l'Ajuntament de Calella, siguin del departament que siguin, són igual d'importants per a tothom, per tant, si un regidor demana una cosa a un tècnic de la casa del departament que sigui, només faltaria que aquell tècnic no hi fes cas.

Extrapolant-ho a altres llocs nosaltres mateixos ens relacionem amb administracions superiors i ens passa que truquem a la Generalitat i ens diuen "no, això no ho porto jo, o això no és d'aquest departament" però jo parlo amb la Generalitat de Catalunya, no? Per tant, és necessari entendre que l'administració està al servei del ciutadà i que més enllà dels organigrames és clau que els projectes, els lideri qui els lideri, s'han de tirar endavant.



■ Parlem ara específicament d'innovació, ja que hem vingut amb la Caravana Innovació Digital aquí a Calella.

Ferran, com a responsable de coordinar la implementació d'aquest nou sistema de dades turístiques, què creus que és el més rellevant en termes d'innovació i/o tecnologia?

Ferran Muñoz

Més que la innovació tecnològica és la interpretació en aquest cas com comentàvem de les dades, és a dir, la tecnologia com a palanca de la transformació de les destinacions en el territori al final. Un exemple seria un sistema de intel·ligència turística com l'estem dissenyant nosaltres. En el cas de Calella val a dir que ja fa uns anys que hi estem treballant. Però el més important és veure la tecnologia com una eina que facilita la presa de decisions. En aquest sentit, això ens ha de permetre disposar d'aquesta capacitat necessària de monitoritzar indicadors de gestió del turisme a Calella i al seu torn, ser capaços de donar visibilitat a la ciutadania mitjançant dades obertes.

No obstant, el que sí és cert és que quan hem parlat molt sovint d'innovació tecnològica en destinacions anomenades de turisme intel·ligent hem anat cap a un "efecte Mediamarkt". Sembla com si al final s'hagi associat la intel·ligència turística amb pantalles interactives que sí, que segurament aporten informació, però de la qual no en tenim un retorn. És a dir, allò important, com deia l'alcalde, en aquest cas és saber què necessita, què busca el turista, visitant, el ciutadà, l'usuari, i per tant, tota aquesta part de tecnologia, sensòrica, indicadors de gestió del sistema d'intel·ligència turística ha de revertir en benefici de la qualitat de vida de les persones de Calella durant tot l'any, que per extensió han d'influir evidentment en una experiència satisfactòria o el més excel·lent possible per part de qui ens visita. Nosaltres moltes vegades diem que un turista al final no deixa de ser un ciutadà temporal. Utilitza bona part dels recursos, infraestructures i serveis igual que un resident i com a tal cal garantir la qualitat i funcionalitat. Per tant, com deia, la tecnologia s'ha d'entendre com a palanca de transformació. Nosaltres l'estem enfocant dintre del que és el sistema d'intel·ligència a través d'aquesta eina de visualització dades. Un altre capítol a part és com s'integren aquests sistemes d'intel·ligència turística amb la *Plataforma Intel·ligent de Destinats* que està treballant la Secretaria d'Estat de Turisme a l'estat espanyol, però això donaria per una altra parada de la Caravana de la Innovació.

Un dels reptes que afrontem a dia d'avui, i això crec que ja ho hem comentat en algun moment amb l'alcalde i la regidora, és que tenim diferents nivells d'administració i

cadascun gestiona les dades d'una determinada manera. Aleshores, passa com a les manifestacions al carrer, i la disparitat de xifres que es donen en funció de qui lidera el relat, ja sigui Policia Nacional, la Guàrdia Urbana o la Policia Local. En cas del turisme, un indicador com és per exemple el nombre de turistes varia en funció de la font on anem a buscar aquesta informació. Per exemple, en relació a les arribades de turistes, podem trobar dades diferents amb molta disparitat. L'Institut Nacional de Estadística publica una dada, l'Idescat en publica una altra i després, com ja sabeu Catalunya té la plataforma de Tourist Data System que recull aquesta part d'estadística, i que és absolutament diferent. Per tant tenim el mateix indicador (arribades de turistes) amb tres resultats diferents. El repte en aquest cas ja no és tant la tecnologia sinó veure com som capaços de prendre les millors decisions, perquè al final la tecnologia ho facilita però no és un fi en si mateix, és igual que sigui Power BI que Qlik que un document d'Excel, el més important és que sapiguem quines són les preguntes que volem fer-nos i com es responen, independentment de que hi hagi diferents nivells d'administració. Quan hem parlat amb el sector alguna vegada ens demanen millorar la coordinació entre les administracions. Al final, el sector empresarial reivindica que sigui la administració qui comparteixi la informació en comptes de demanar-la per separat quan la finalitat és la mateixa, en aquest cas, per exemple, saber el total de turistes que arriben a la nostra destinació. Sembla evident doncs que cal fer aquest exercici d'integració de dades per optimitzar i estalviar temps de resposta per part del sector empresarial de l'allotjament.

■ **Doncs precisament em deixes ja servida la segona part de la pregunta que us volia fer en termes d'innovació. Intueixo que esteu reivindicant com un fet tremendament rellevant la capacitat crítica i el criteri per discernir quina font és rellevant, com interpretar-la, etc., i això ens porta a les persones, ens porta als equips. Els projectes al final els lidera una institució però els executen les persones.**

Jo crec que Calella té una cosa que no trobem en la major part dels municipis, fins i tot dels molt turístics, on sovint ens diuen “és que no tinc equip per portar això internament”. En el vostre cas és totalment el contrari, i Calella l'estem utilitzant com a exemple de que això es pot fer amb un equip intern. Expliqueu-me una miqueta o poseu en valor aquest equip que està al capdavant d'aquest projecte, si us plau.

Marc Buch



Les persones ho són tot, és a dir l'equip, la capacitat de generar una estructura, tot això no ha passat per atzar. A l'Ajuntament de Calella fa 3 anys hi havia un departament de turisme que no tenia res a veure amb el que tenim ara. Ara tenim una Àrea de Turisme que nosaltres amb aquest govern vam prendre la decisió en primer lloc de nomenar un cap de Departament, cosa que no existia, això vol dir que creem un i en

segon lloc, d'incrementar-ne la plantilla. Concretament, hi havia persones que estaven només amb un 50% de dedicació de la seva jornada laboral (6 mesos) ara ja estan al 100%, durant tot l'any. Això també passa per haver pres algunes decisions orientades a garantir una millor eficiència en la prestació del servei. Per exemple, a Calella disposàvem d'un Punt d'Atenció al Turista amb personal de l'Àrea de Turisme, just al costat de l'estació de tren. Vàrem saber a partir de les dades del Sistema d'Intel·ligència Turística que la informació que es lliurava a l'usuari era bàsicament horaris de tren. En aquest sentit, vàrem considerar oportú reorientar la tasca del personal tècnic tancant aquest Punt d'Atenció Turístic i dedicar seva participació en projectes de l'Àrea de Turisme amb més valor afegit, i més atinent a les càrregues de feina que es deriven de l'execució del PSTD.

Si tu vols fer coses, si prens decisions i vols innovar i vols arriscar, o poses un equip humà al darrere amb un lideratge sòlid o això no funciona. I en aquest cas hem tingut la sort que políticament tenim clars els nostres objectius i tenim la sort que el cap del Departament i tot el seu equip tenen clara quina és la voluntat política, però sobretot tenen clara una cosa que és molt intangible, que és que s'estimen el territori, perquè són d'aquí i volen el millor. Hi ha treballadors com a tot arreu, al sector públic i al privat, que l'únic que fan és anar a treballar i fer allò que els toca, i llavors sempre hi ha aquell que hi posa el seu plus, amb pensament crític però sobretot té un actitud proactiva, és a dir, que no només ve aquí i prou. Jo sempre els dic "quan tingueu alguna cosa expliqueu-m'ho, i si creieu que m'estic equivocant m'ho dieu" i aleshores arriben aquí i et diuen "escolta, mira, què et sembla això?" Evidentment tot documentat. Quan tens una persona, un equip que et venen amb propostes, també et posen les coses molt més fàcils. De fet si no tinguéssim un bon equip i no haguéssim tingut una bona coordinació no haguéssim aconseguit el PSTD, ni aconseguiríem consolidar allò que ens deies tu abans de com consolidar i mantenir tot això en el temps, doncs bàsicament amb un bon equip.

■ **Us atreviu a fer una breu recomanació a d'altres municipis que puguin estar llegint aquesta peça, alguna recomanació per si volen seguir un camí semblant al vostre? Perquè heu obert via, estem parlant d'un projecte que va començar fa temps. Alguna recomanació?**

Marc Buch

Jo el primer que els diria és que han de tenir molt clar quin és l'objectiu, on volen arribar. Quan tu fixes el rumb després al camí pots trobar algun revolt, pots trobar alguna pendent, però si tens clar l'objectiu, el destí final, hi acabaràs arribant. I sobretot cal ser valent en la presa de decisions i no pensar sempre en el curt termini. Un dels mals de la política actual és que es pensa molt en el curt termini. Pensar en el mitjà i en el llarg termini i tenir molt clar que per molt que hi pugui haver un canvi de govern, tot allò que ja funciona, si l'objectiu era bo s'ha de mantenir, i en aquest cas hem aprofitat moltes coses que ja venien d'inèrcia, perquè si no, en 4 anys no tens temps de fer res. Jo crec que per tenir èxit has de tenir molt clar quin és l'objectiu i allò que vols, quan saps allò que vols, anar treballant, anar treballant i al final s'acaba aconseguint. I evidentment, entendre que el projecte no és d'un departament sinó que és de tots, i és clar que hi has de posar recursos, perquè tu vols tenir un projecte, vols tenir un objectiu, però si vols anar a una illa però no tens un vaixell, doncs no hi arribaràs.



■ **Molt bé, doncs escolteu, ha estat un plaer, volíem tenir una conversa molt tècnica i ha ens sortit una conversa molt estratègica i molt de governança, sense deixar de banda aquesta vessant d'innovació i digitalització. Per la meva part us vull donar les gràcies.**

Marc Buch

Gràcies a vosaltres.



El relator, Rafael González, lliura el reconeixement a la participació en la Caravana Innovació Digital a Marc Buch, alcalde de Calella, i Cindy Rando, 1a tinent d'Alcaldia i regidora de Turisme

Caravana d'Innovació Digital



L'Ajuntament de Calella, l'ens amfitrió, puja a la Caravana Innovació Digital

Crònica del relator

Tots els que treballem en el sector turístic estem d'acord amb una frase que s'ha popularitzat ens els darrers anys: **“el turisme serà sostenible o no serà”**.

Es per això que, aquest projecte de Calella, esdevé de màxima actualitat i rellevància per a qualsevol territori que vulgui realitzar una gestió de l'activitat turística amb l'objectiu final d'esdevenir en una destinació competitiva i sostenible.

Parlant específicament d'innovació, sense cap mena de dubte aquest **Sistema d'Intel·ligència Turística de Calella (SIT CALELLA)** sobre el que hem pogut conversar en aquesta crònica, té dos eixos clau que el fan meritori com a exemple de bones pràctiques:

▪ **Innovació en tecnologia turística:**

En el moment de la redacció d'aquesta crònica, el SIT CALELLA és possiblement el **sistema d'intel·ligència turística més complet de tota la demarcació de Barcelona**, donat que ha estat capaç d'integrar fins a una quinzena de capes de dades molt heterogènies tant en contingut (des de dades de satisfacció de visitants i residents a dades d'ocupació dels allotjaments, fluxos d'origen per telefonia mòbil, qualitat de l'aigua de la platja o monitoratge dels consums hídrics) com en tipus de fonts de dades (senyors, connectors, enquestes, escolta activa de canals digitals, estadístiques oficials, entre d'altres).

I més enllà de la potència actual d'aquest SIT, la tecnologia de *business intelligent* aplicada, garanteix dos fets especialment determinants per a la **continuitat i escalabilitat futura**: per un costat, el fet de estar basat, en un percentatge molt elevat, en dades gratuïtes i d'accés recurrent al llarg del temps; per un altre, el fet de tenir personal propi capacitat per a l'ús d'aquesta tecnologia que permetrà actualitzar-ho de manera autònoma reduint les inversions futures en manteniment.

▪ **Innovació en governança turística:**

El SIT CALELLA no és només un exemple de desplegament tecnològic, **és essencialment un model de gestió i de governança turística des de les dades, des del coneixement**. I ho és en un doble sentit.

El primer, des d'una visió interna, que permet prendre millors decisions per a reforçar la competitivitat i la sostenibilitat sectorial. El segon, des d'una visió externa, de transferència de coneixement de valor tant al sector privat com al conjunt de la ciutadania.

I tot plegat, reivindicant que el turisme és veritablement un fet transversal, en el que participen directament i indirectament moltes àrees de l'Ajuntament, i que, més enllà d'una frase feta, aquesta transversalitat queda palesa en la col·laboració de diferents departaments per tal de fer realitat aquest Sistema d'Intel·ligència Turística del municipi de Calella.

En definitiva, el SIT CALELLA és un fantàstic exemple d'innovació en gestió turística recolzat en l'aplicació de tecnologies digitals.