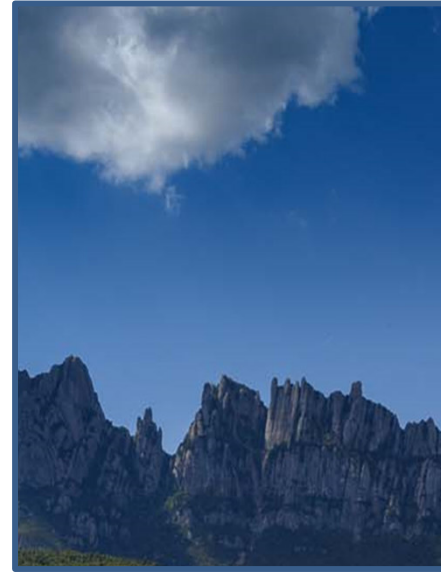




Los retos de la inteligencia turística: estrategia, gobernanza e innovación pública

Jornada Destinos Turísticos Inteligentes:
gobernanza del dato e IA para la toma de decisiones
10 de junio de 2026

- 1. Contexto**
- 2. 3 cuestiones clave: estrategia, gobernanza e innovación pública**
- 3. ¿Estamos preparados?**
- 4. Retos de futuro**
- 5. ¿Cómo lo hacemos?
Cuestiones clave**



1. Contexto

1. Contexto

Organización territorial en la provincia de Barcelona

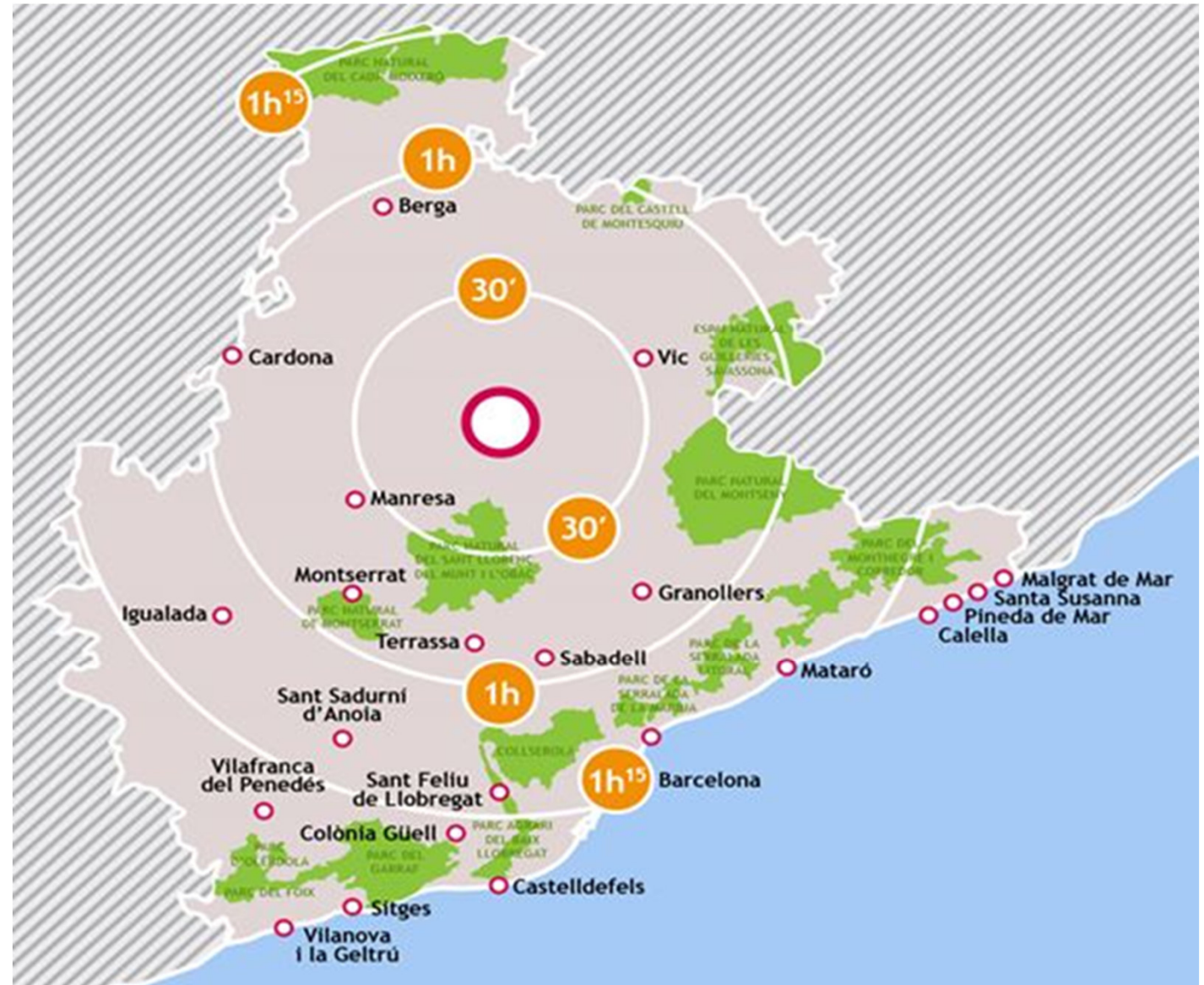


	Área (km ²)	Población (hab. 2025)	Densidad (hab./km ²)
Barcelona provincia	7,727	5 899 063	771,4
Catalunya	32,108	8.124126.	250
Espanya	505,940	49.128.297	89

58%
municipios 4%
población →

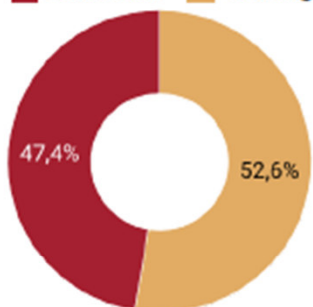
Población	Núm. municipios
> 50,001	19
10,001 – 50,000	62
5,001 – 10,000	49
< 5,000	181
TOTAL	311

Contexto: Barcelona es mucho más

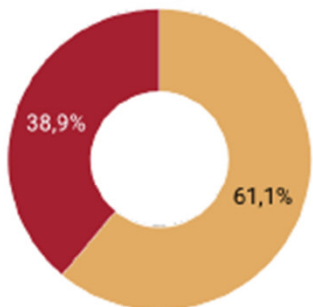


Contexto: algunos datos

Domèstics Estrangers



Viatgers



Pernoctacions

Viatgers



5.364.515

+5,7 % ↑

Pernoctacions



15.817.614

+3,3 % ↑

Estada mitjana



2,9 nits

-2,3 % ↓

Total Aturats³



11.579

-4,0 % ↓

% obertura e. hotelers



76,5 %

-0,6 pp ↓

Concentració estiu¹



22,2 %

+2,8 pp ↑

Concentració costa²



66,9 %

-5,0 pp ↓

Total Ocupats³



91.839

+0,0 % ↑

¹ Percentatge de viatgers de l'Entorn de Barcelona els mesos de juliol i agost.

² Percentatge de viatgers allotjats a les comarques de Baix Llobregat, Garraf, Maresme respecte l'Entorn de Barcelona.

³ Dades sector turístic, mitjana anual 2025.

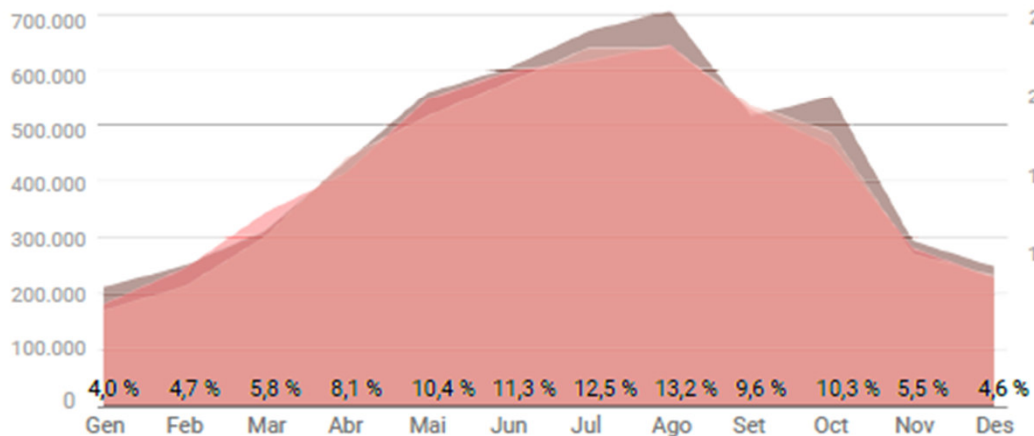
Contexto: algunos datos

Dades acumulades Entorn de Barcelona

Agregat establiments hotelers, càmpings i turisme rural i percentatge de distribució mensual

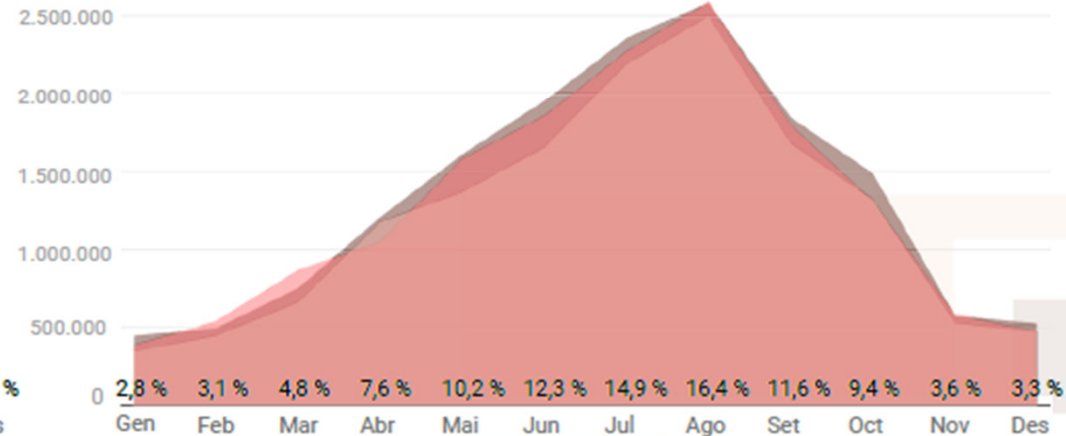
Viatgers

■ 2025 ■ 2024 ■ 2023



Pernoctacions

■ 2025 ■ 2024 ■ 2023

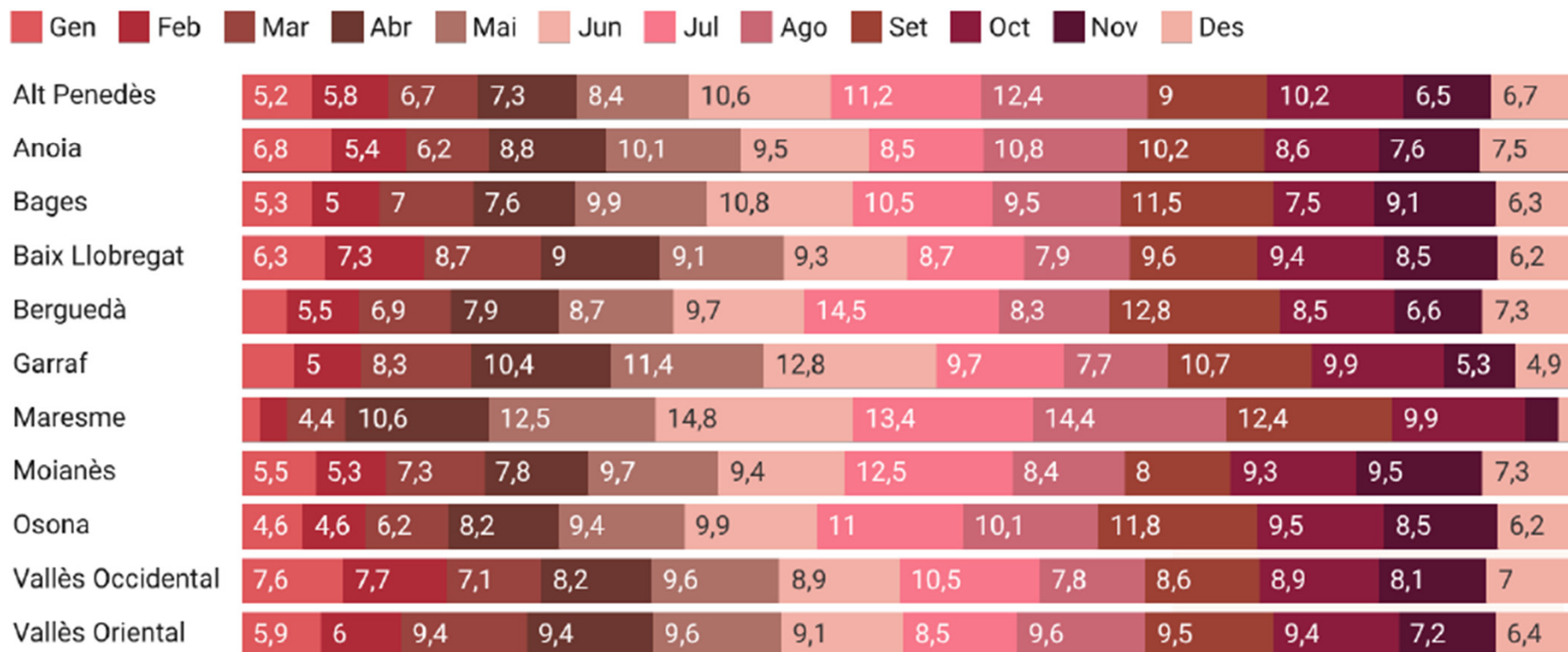


Contexto: algunos datos

Estacionalitat

El **Vallès Occidental** és la comarca amb l'**estacionalitat més baixa** (menor diferència acumulada respecte del valor base*).

El **Maresme** és la comarca amb l'**estacionalitat més alta** (major diferència acumulada respecte del valor base*).



*Si tots els mesos es rebessin el mateix nombre de turistes, la distribució de cada mes seria aproximadament del 8,3 % del pes.

Distribució mensual de viatgers (pes dels viatgers de cada mes respecte a tots els viatgers rebuts al llarg de l'any).

Les dades de la comarca d'Osona inclouen les del Lluçanès.

Font: Elaboració pròpia del LABturisme, en base a les dades de Tourism Data System.

Contexto: algunos datos

		Núm. Viatgers			var.
		2023	2024	2025	'25/'24
1. França	Entorn de Barcelona	367.373	377.877	395.207	+4,6%
	Barcelonès	628.534	641.953	636.746	-0,8%
	Destinació Barcelona	995.907	1.019.830	1.031.954	+1,2%
2. Regne Unit	Entorn de Barcelona	231.076	262.305	237.886	-9,3%
	Barcelonès	639.377	645.480	657.451	+1,9%
	Destinació Barcelona	870.453	907.785	895.337	-1,4%
3. Alemanya	Entorn de Barcelona	170.611	175.010	182.769	+4,4%
	Barcelonès	496.339	472.638	490.655	+3,8%
	Destinació Barcelona	666.950	647.648	673.423	+4,0%
4. EUA	Entorn de Barcelona	130.845	154.417	158.362	+2,6%
	Barcelonès	1.136.797	1.267.021	1.335.318	+5,4%
	Destinació Barcelona	1.267.642	1.421.438	1.493.681	+5,1%
5. Països Baixos	Entorn de Barcelona	111.753	118.386	138.573	+17,1%
	Barcelonès	205.043	214.322	208.787	-2,6%
	Destinació Barcelona	316.796	332.708	347.361	+4,4%

		Núm. Pernotacions			var.
		2023	2024	2025	'25/'24
1. França		1.059.661	1.138.715	1.191.696	+4,7%
		1.517.070	1.512.195	1.451.532	-4,0%
		2.576.731	2.650.910	2.643.228	-0,3%
2. Regne Unit		1.073.037	1.225.545	1.055.359	-13,9%
		1.823.058	1.791.650	1.722.635	-3,9%
		2.896.095	3.017.195	2.777.994	-7,9%
3. Alemanya		675.677	744.599	796.876	+7,0%
		1.514.894	1.454.001	1.383.645	-4,8%
		2.190.571	2.198.600	2.180.521	-0,8%
4. Països Baixos		546.117	603.209	699.442	+16,0%
		567.397	575.744	530.808	-7,8%
		1.113.514	1.178.953	1.230.250	+4,4%
5. Polònia		415.640	508.956	506.814	-0,4%
		373.081	371.218	397.936	+7,2%
		788.721	880.174	904.750	+2,8%

Contexto: algunos datos

		Núm. Viatgers			var.
		2023	2024	2025	'25/'24
1. Catalunya	Entorn de Barcelona	1.049.300	984.778	899.362	-8,7%
	Barcelonès	573.327	508.154	485.070	-4,5%
	Destinació Barcelona	1.622.627	1.492.932	1.384.431	-7,3%
2. C. de Madrid	Entorn de Barcelona	229.181	232.510	234.477	+0,8%
	Barcelonès	498.244	505.398	521.039	+3,1%
	Destinació Barcelona	727.425	737.908	755.516	+2,4%
3. C. Valenciana	Entorn de Barcelona	95.106	101.144	140.230	+38,6%
	Barcelonès	107.065	106.612	123.543	+15,9%
	Destinació Barcelona	202.171	207.756	263.773	+27,0%
4. Andalusia	Entorn de Barcelona	84.599	86.394	98.908	+14,5%
	Barcelonès	147.117	136.587	128.736	-5,7%
	Destinació Barcelona	231.716	222.981	227.644	+2,1%
5. País Basc	Entorn de Barcelona	53.560	51.446	61.742	+20,0%
	Barcelonès	106.355	71.013	62.393	-12,1%
	Destinació Barcelona	159.915	122.459	124.135	+1,4%

		Núm. Pernoctacions			var.
		2023	2024	2025	'25/'24
1. Catalunya		1.965.394	1.875.915	1.680.584	-10,4%
		1.225.944	1.053.393	877.587	-16,7%
		3.191.338	2.929.308	2.558.171	-12,7%
2. C. de Madrid		448.599	448.522	445.567	-0,7%
		902.059	882.745	886.197	+0,4%
		1.350.658	1.331.267	1.331.765	+0,0%
3. C. Valenciana		181.132	203.794	276.759	+35,8%
		185.106	179.506	196.747	+9,6%
		366.238	383.300	473.506	+23,5%
4. Andalusia		202.251	188.097	216.144	+14,9%
		284.902	254.521	228.266	-10,3%
		487.153	442.618	444.410	+0,4%
5. País Basc		115.673	139.724	174.291	+24,7%
		197.233	130.939	110.186	-15,8%
		312.906	270.663	284.478	+5,1%

2. Cuestiones clave: estrategia, gobernanza e innovación pública

Planificación estratégica para maximizar el impacto

Estrategia territorial de turismo sostenible



Economía

MERCADES VALORACIÓN FUNDACIONES INICIATIVAS DE EMPLEO EMPRESAS DE SERVICIOS EMPRESAS DE INICIATIVA SOCIAL EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL EMPRESAS DE ECONOMÍA CÍVIL EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

PREVISIONES

España será el país con más turistas del mundo en 2040 por delante de Francia y Estados Unidos

Un informe realizado por Google y Deloitte anticipa que España recibirá 110 millones de visitas, algo más que Francia y cinco millones más que Estados Unidos. China y México serán el cuarto y el quinto mayor receptor, con 80 millones cada uno.



Gobernanza para un cambio cultural

Coordinación multinivel y colaboración público-privada



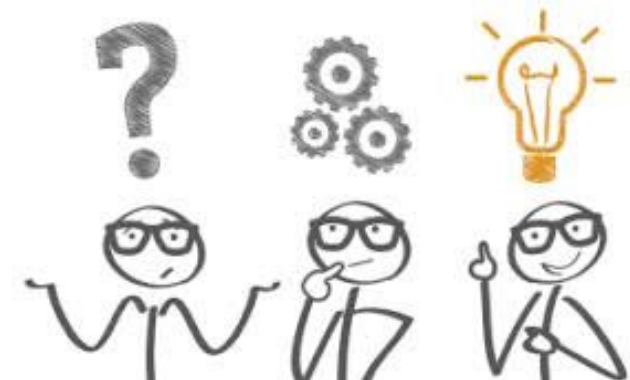
Innovación pública para mayor optimización de las propuestas

Soluciones adaptadas. De la reacción a la proactividad

- ✓ Capacidad de las administraciones públicas de responder a los retos y desafíos que plantean el entorno y la ciudadanía
- ✓ Capacidad de anticipar necesidades de la sociedad, estén expresadas o no por la ciudadanía

Sánchez, C., Lasagna, M., Marcet, X. (2013) *Innovación pública: un modelo de aportación de valor*

CREACIÓN DE VALOR
PÚBLICO



3. ¿Estamos preparados?

3. ¿Estamos preparados?

Soluciones adaptadas para todos los públicos

Importancia de conocer el territorio.
Visión supramunicipal

Diversidad y complejidad:
Imprescindible adaptar productos y servicios a las necesidades de cada territorio

Modelo de gestión territorial: entidades comarcales
1,6 MEUR/año

Catálogo de servicios
1,3 MEUR/año

Programa de asesoramiento municipal

MITDiba:
Modelo de Inteligencia Turística

LabTurismo

Estudio de madurez digital de la provincia de Barcelona

3. ¿Estamos preparados?

Estudio madurez digital municipios y comarcas

PERFIL DE LA MUESTRA:

Muestra: 183 municipios
Universo: 310 municipios

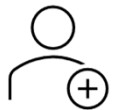
SEGMENTACIÓN POR POBLACIÓN Y TIPOLOGÍA TERRITORIAL:

- Hasta 5.000 habs 47,5%
- 5.001 – 20.000 habs. 28,4%
- 20.001 – 50.000 habs. 13,7%
- Más de 50.001 habs. 10,4%

PRINCIPALES CONCLUSIONES:



El 86,3% no dispone de hoja de ruta de digitalización turística



El 56% no dispone de técnico de turismo o máximo ½ jornada



El 59% tiene una autopercepción baja sobre el nivel de digitalización, el 30% moderado y solo el 10% nivel avanzado o muy avanzado



El 76% tiene un nivel de digitalización básico (web, redes sociales, materiales digitales)

4. Retos de futuro

Retos de futuro

POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Integración
estrategia municipal
Recursos
Toma de decisiones

REFUERZO Y CAPACITACIÓN DE EQUIPOS

Técnicos de turismo
Apoyo tecnológico
Identificación
necesidades

TRANSICIÓN GRADUAL DEL MODELO

Digitalización
Inteligencia turística
Análisis cuantitativo
y cualitativo

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO

Termómetro sobre
qué sucede y
cambios de
tendencias

ADECUACIÓN DE LENGUAJE Y SERVICIOS

Enfoque tecnológico
y turístico
Sostenibilidad de los
proyectos

FONDOS NGEU COMO PALANCA DE CAMBIO

Motor de
transformación
Impulso a la
innovación

5. ¿Cómo lo hacemos? Cuestiones clave

Cuestiones clave

- ✓ Enfoque integral de las políticas de turismo
- ✓ Incorporación de la cultura del dato y la inteligencia turística en nuestro día a día: de la excepción a la normalidad
- ✓ Toma de decisiones informadas y mejora continua. Termómetro para recalcular la ruta
- ✓ Tener claro por qué hacemos las cosas: no es una moda:
 - ✓ Desarrollo sostenible en su triple dimensión
 - ✓ Cohesión territorial
 - ✓ Gestión equilibrada de los flujos
 - ✓ Redistribución de la riqueza
 - ✓ Mejor calidad de vida del residente y experiencia del visitante





Elisabet González

Directora de la Oficina Técnica de Turismo

gonzalezme@diba.cat

Diputació de Barcelona – Turisme <https://www.diba.cat/es/web/turisme/>
Barcelona és molt més: [Barcelona és molt més, idees de viatge a prop de Barcelona - Web Internacional](#)
[- Diputació de Barcelona](#)