# Tendències

programa LAB IIT

Septiembre 2025, n. 44



3
La renaturalización como estrategia clave para hacer los destinos del litoral más resilientes al cambio climático

5
Las trabacaciones (*workation*): desdibujando la línea entre el tiempo de vacaciones i el tiempo laboral

7
La descentralización como clave para unas políticas turísticas más eficaces y sostenibles

9
La transformación de perfiles i desigualdades laborables, el turismo europeo ante la encrucijada digital y regenerativa

11
El turista *silver* en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre: de la exigencia a la personalización de los servicios

13
Albert Canadell, Grupo Blaumar: "Si hacemos destinos más seguros y más responsables, haremos destinos más atractivos"

Photo by Sebastián León Prado on Unsplash

COSTA DAURADA

Terres de l'Ebre · RESERVA DE LA BIOSFERA

Diputació Tarragona

eurecat
Centre Tecnologic de Catalunya



Creada por freepik.com

# Turismo astronómico protagonista con la llegada del Trío de Eclipses

Ante la inminencia del Trío de Eclipses, un extraordinario fenómeno astronómico que podrá observarse desde el Estado español y que captará la atención tanto de la comunidad científica como de la ciudadanía, se espera que el turismo astronómico, aunque considerado un nicho en el sector, cobre especial protagonismo en los próximos tres años (2026, 2027 y 2028).

Con motivo de este fenómeno, el pasado 25 de agosto se celebró la primera reunión de la Comisión Interministerial para el Trío de Eclipses, en la que, entre otros, participa el Ministerio de Industria y Turismo. El motivo de dicha reunión es la previsión de que miles de turistas internacionales y nacionales se desplacen para observar los eclipses, lo cual podría generar impactos a nivel logístico y de seguridad.

En este sentido, la Generalitat de Cataluña, y concretamente la Comisión Interdepartamental del Eclipse, también ha puesto en marcha un plan de acción interdepartamental formado por distintos departamentos del Gobierno catalán, entre los cuales está el de turismo, con el apoyo científico y técnico de instituciones y centros de referencia en investigación astronómica y observación del espacio.

El eclipse más cercano en el calendario se producirá el 12 de agosto de 2026, en plena temporada turística, y se espera que este se pueda ver desde el sur de las comarcas de Tarragona, donde la Generalitat prevé una afluencia masiva en las zonas de les Terres de l'Ebre. La excepcionalidad del evento ya ha empezado a generar los primeros impactos. La plataforma de reservas de alojamiento Airbnb ya habla de un aumento del 830% en las búsquedas de alojamientos rurales ubicados en las zonas de máxima exposición.

# La renaturalización como estrategia para la sostenibilidad turística del litoral

La restauración y la renaturalización de los espacios turísticos del litoral se han convertido en estrategias clave para la sostenibilidad turística. Desde los propios destinos turísticos se impulsan actuaciones que mejoran la resiliencia frente al cambio climático, ponen en valor los recursos naturales y refuerzan la atractividad de los destinos. Estas iniciativas apuestan por un turismo regenerativo capaz de compatibilizar competitividad y conservación ambiental.

Entre las últimas tendencias que se pueden observar en la planificación de los destinos turísticos del litoral mediterráneo, y también en el marco de Cataluña, se encuentran la recuperación y la protección de los espacios naturales, que pasa por diseñar estrategias de renaturalización y restauración con el objetivo de procurar una mayor resiliencia frente a las amenazas vinculadas al cambio climático, la mejora y la singularización de la imagen turística y el aumento de la calidad de vida de la población residente.

Actualmente, la estrategia de transformación y mejora de la competitividad de los destinos turísticos del litoral mediterráneo catalán se articula principalmente a través de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD). En la convocatoria de 2023, centrada especialmente en los territorios costeros, el primer eje estratégico prevé actuaciones en el ámbito de la transición verde y sostenible. En este sentido, la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos[1], en su versión revisada de 2023, señala que la aplicación de estos instrumentos de planificación e inversión debe contribuir a mejorar el capital natural del sistema turístico.

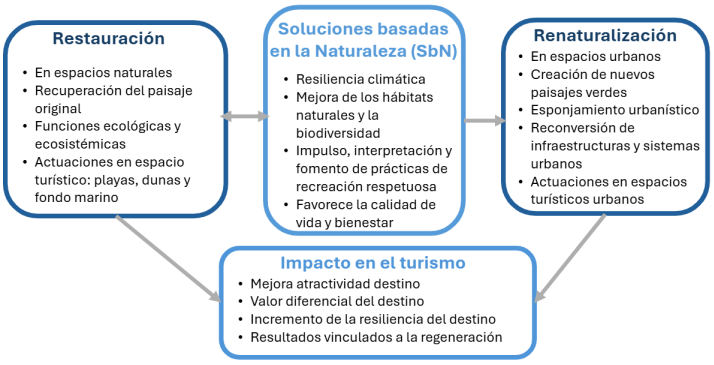
Para alcanzar este objetivo, se señala la renaturalización como una de las actuaciones más recurrentes (Secretaría de Estado de Turismo, 2023).

De los 17 PSTD otorgados en Cataluña en la convocatoria de 2023[2] y con incidencia en los territorios de costa, un 82% contempla actuaciones relacionadas con la renaturalización de espacios de destino como estrategia de sostenibilidad (Generalitat de Catalunya, 2023), no solo centrada en la competitividad, sino como instrumento de mitigación y adaptación al cambio climático. Puede afirmarse que estas actuaciones tienen un doble objetivo: la protección del litoral y la puesta en valor de los recursos naturales a través de su significación, construyendo estrategias que apuestan por un turismo con impacto regenerativo.

**De la restauración a la renaturalización en los destinos turísticos**

Algunas de las medidas más habituales orientadas a la recuperación ambiental y paisajística que impulsan muchos destinos costeros de Cataluña se llevan a cabo en el espacio natural y otras en el espacio urbano. Por tanto, aunque compartan el objetivo de retorno a un estado más próximo al natural, el concepto utilizado para definirlas varía según si se aplica en un entorno natural o en un entorno urbano.

GRÁFICO 1: CONCRECIÓN DE LA ESTRATEGIA DE RENATURALIZACIÓN Y RESTAURACIÓN EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LITORAL.




Fuente: Elaboración propia.

La renaturalización entendida como el retorno al estado y a los procesos y/o las funciones de un espacio con características naturales suele referirse a procesos de restauración, como "la recuperación de un ecosistema que ha sido degradado, dañado o destruido (…)" (Society for Ecological Restoration Science & Policy Working Group, 2002), con la voluntad de devolverlo a un estado lo más próximo posible al original desde el punto de vista de sus funciones ecológicas. De hecho, un ecosistema se considerará recuperado o restaurado cuando pueda continuar su desarrollo natural sin asistencia o intervención, manteniéndose estructural y funcionalmente autónomo y demostrando resiliencia frente a los fenómenos que puedan afectarle.[3]

En este sentido se contemplarían actuaciones vinculadas a la restauración del paisaje natural, la recuperación de playas y dunas, rehabilitaciones de carácter ambiental y la recuperación de praderas de posidonia, así como otras acciones que afectan a los ecosistemas marinos.

Tal como señalan Quintana et al. (2024), los procesos de restauración costera o *coastal rewilding* son cada vez más frecuentes en las agendas internacionales, y un claro ejemplo son los acuerdos del Marco Global de Biodiversidad de Kunming-Montreal (KM-GBF) y la Ley de Restauración de la Naturaleza/Estrategia de Biodiversidad de la UE.[4]

En el marco de la restauración ambiental emerge el concepto de renaturalización,[5] más aplicado a los espacios urbanos, entendido como el proceso de transformación de un espacio urbano o artificial hacia un espacio con características más naturales, aunque suponga la aparición de una nueva realidad distinta a la del estado original previo a la intervención (Hypergeo, s.f.).

La renaturalización supone una mirada hacia adelante, basada en una estrategia de retorno al estado previo a la urbanización del espacio, pero con la capacidad de generar nuevos paisajes. Se contemplan actuaciones vinculadas a la reconversión de espacios urbanos en espacios libres, estrategias de esponjamiento urbanístico con el objetivo de reconvertir infraestructuras turísticas obsoletas en nuevos espacios verdes o la recuperación de espacios tradicionalmente dunares (Simancas, 2016).[6]

Ambas estrategias o medidas tienen en cuenta las soluciones basadas en la naturaleza (SbN),[7] que permiten "aumentar la resiliencia de los entornos litorales y ofrecen una estrategia eficaz (…), aportando múltiples beneficios adicionales, como la mejora del hábitat, el acceso a espacios recreativos y la calidad del agua" (Fundación Conama, 2025). Además, implican la recuperación de la biodiversidad, la adaptación y mitigación climática y la mejora de la calidad de vida y el bienestar de la población residente y visitante (Juvillà Ballester, 2019).[8]

**Experiencias transformadoras en destino**

Las acciones vinculadas a la restauración y la renaturalización no son exclusivas de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, aunque sí han representado la última inversión, proveniente de los Fondos Next Generation en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), para los destinos.

En este sentido se pueden destacar tres actuaciones vinculadas a los Planes de Sostenibilidad en Destino que ponen el acento en la renaturalización y la restauración de los espacios naturales en destinos turísticos:

- **La renaturalización de la Pineda (Vila-seca)**

El municipio de Vila-seca, concretamente el núcleo turístico de La Pineda, es el protagonista de una actuación transformadora consistente en la remodelación de su paseo marítimo, que redefinirá la frontera entre la línea de playa y la trama urbana. Esta actuación favorecerá la recuperación ecosistémica y natural de la costa, ya que, con el objetivo de mejorar su adaptación a los efectos del cambio climático y su competitividad turística, se busca recuperar el sistema dunar de la playa y mejorar la movilidad de la zona peatonal, incorporando a los servicios y equipamientos públicos los espacios libres existentes en el frente costero.

- **La renaturalización y restauración de los espacios del Delta del Llobregat**

El Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de la Diputación de Barcelona (2023) plantea actuaciones en un total de siete municipios del litoral barcelonés, con especial atención en el litoral próximo al Delta del Llobregat y, en concreto, en la restauración de paisajes dunares y su renaturalización, con el fin de combatir los efectos del cambio climático y evitar la erosión de las playas. Algunas de las acciones específicas serán la instalación de adaptadores de arena, la retirada de especies invasoras y la reforestación con especies autóctonas.

- **La restauración de la posidonia en Cadaqués**

En los últimos dos años, el municipio de Cadaqués ha sido el escenario del proyecto *Posidoniagrows*, cuyo objetivo principal es la recuperación de praderas de posidonia oceánica, entre otros beneficios asociados. El Plan de Sostenibilidad Turística de Cadaqués continúa con esta voluntad de restaurar el fondo marino a través del *Posidonia Project*, que incluye la implantación de boyas y anclajes sostenibles que contribuyen directamente a la recuperación de la posidonia.

GRÁFICO 2: EXPERIENCIAS TRANSFORMADORAS EN DESTINO DE RENATURALIZACIÓN Y RESTAURACIÓN




Fuente: Elaboración propia.

Fuentes consultadas:

[1] Secretaría de Estado de Turismo (España), Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2023). Estrategia de sostenibilidad turística en destinos [Versió revisada]. Recuperado de https://femp-fondos-europa.es/wp-content/uploads/2023/02/2023_estrategia_sostenibilidad_turistica_destino_def-2-1.pdf

[2] Generalitat de Catalunya (2023). Catalunya gestionarà 53,7 milions d'euros dels fons europeus (…). Govern de la Generalitat de Catalunya. Recuperado de https://govern.cat/salapremsa/notes-premsa/506182/catalunya-gestionara-537-milions-euros-dels-fons-europeus-dur-terme-nous-plans-sostenibilitat-turistica

[3] Society for Ecological Restoration Science & Policy Working Group (2002). The SER Primer on Ecological Restoration. www.ser.org/

[4] Quintana, C. O., Méléder, V., Sousa, A. I., Drakou, E. G., van der Wal, D., Krause-Jensen, D., & Andreu-Boussut, V. (2024). Editorial: Coastal rewilding as a nature-based solution. Frontiers in Marine Science, 11, Article 1547177. https://doi.org/10.3389/fmars.2024.1547177

[5] Hypergeo. (s. f.). Renaturalisation. En HyperGeo: Encyclopédie de géographie. Recuperado de https://hypergeo.eu/renaturalisation/?lang=en

[6] Simancas Cruz, M. R. (coord.). (2016). La planificación y gestión territorial del turismo. Madrid: Síntesis.

[7] Fundación CONAMA (2025). Soluciones basadas en la naturaleza (…). Recuperado de https://www.fundacionconama.org/wp-content/uploads/web-SbN-adaptacion-costera-cambio-climatico.pdf

[8] Juvillà Ballester, E. (Dir. y coord.) (2019). Renaturalización de la ciudad. Diputación de Barcelona. Recuperado de https://www.diba.cat/documents/renaturalizacion-ciudad.pdf

# "Trabacaciones": desdibujando la frontera entre trabajo y vacaciones

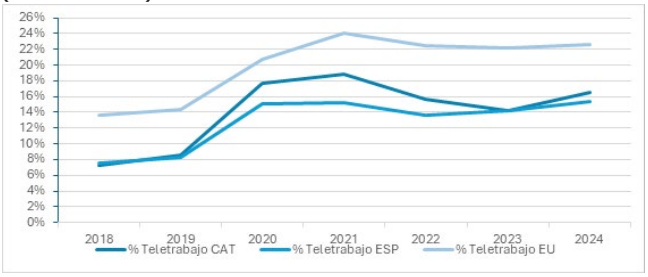
En un contexto laboral cada vez más flexible, digital y competitivo, el concepto de *workation* (o "trabacaciones", en castellano) se perfila como una oportunidad para repensar el turismo más allá de una experiencia de ocio. Esta práctica emergente combina viajes de ocio y vacaciones con el trabajo remoto, con el objetivo de pasar más tiempo en el destino.

El teletrabajo es una modalidad de trabajo a distancia que se caracteriza por estar deslocalizado del centro físico de la empresa, habitualmente desde el domicilio, y por el uso predominante de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Ya en 2002, impulsada por la aparición de esta modalidad en diferentes países de la Unión Europea (UE), la Comisión Europea estableció un acuerdo marco sobre teletrabajo para garantizar los derechos y la protección de las personas que trabajan en remoto.

Con el tiempo, la legislación española incorporó el teletrabajo a la regulación laboral, reconociendo su potencial como modelo productivo que puede favorecerá a la flexibilidad empresarial, la reducción de costes operativos y, a la vez, la mejora de las posibilidades de empleo y la conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Además, puede tener efectos positivos en el medio ambiente, reduciendo los desplazamientos, y contribuyendo a frenar la despoblación en zonas rurales o remotas, facilitando su repoblación.

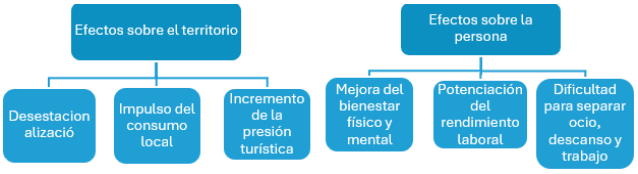
En los últimos años, el teletrabajo ha experimentado un crecimiento notable tanto en Cataluña[1] como en España y en la Unión Europea[2] (GRÁFICO 1). La pandemia de la COVID-19 y las restricciones de movilidad aceleraron esta expansión, obligando a muchas empresas a adoptarlo rápidamente. Aunque, una vez superadas las restricciones, el porcentaje de población ocupada que teletrabajaba de manera habitual u ocasional disminuyó.

GRÁFICO 1: PORCENTAJE DE POBLACIÓN OCUPADA CON TELETRABAJO A LA UE, ESPAÑA Y CATALUÑA (2018-2024)




Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2024). Employed persons working from hombre as a percentage of the total employment, by sex, age and profesional status (%) y Idescat (2024). Enquesta de població activa: Població ocupada. Segons treball en el domicili particular Catalunya.

GRÁFICO 2: IMPACTOS DE LA PRACTICA DE WORKATION EN LA PERSONA Y EL TERRITORIO




Fuente: Elaboración propia.

La Ley 10/2021 de trabajo a distancia es la normativa vigente en España que regula el teletrabajo. Esta establece que el lugar desde el que se desarrolla la actividad laboral debe constar por escrito en el acuerdo de trabajo a distancia, pero no menciona explícitamente dónde debe ser. Sin embargo, la ley introduce requisitos que pueden limitar esta libertad de localización: la empresa debe garantizar la seguridad y salud laboral del lugar escogido, así como asumir los gastos adicionales derivados de la actividad a distancia y proporcionar los medios necesarios[3].

Estas condiciones legales limitan, en algunos casos, la posibilidad de teletrabajar desde cualquier lugar, especialmente cuando se pretende alternar múltiples localizaciones. Aun así, algunas empresas permiten que las personas trabajadoras informen sobre los distintos lugares desde los que quieren teletrabajar, adaptándose así a su movilidad y ofreciendo mayor flexibilidad.

Este contexto que facilita la deslocalización del puesto de trabajo, a menudo acompañada de pactos de flexibilidad horaria, coincide con un mercado laboral altamente competitivo, donde la presión por mantenerse actualizado profesionalmente de forma constante genera una percepción de falta de tiempo libre, fatiga y estrés. En consecuencia, el valor atribuido al tiempo libre y de ocio aumenta, y se buscan fórmulas que permitan disfrutarlo más y durante más tiempo[4].

## *Workation* personal

Es en esta confluencia en la que emergen modalidades de viaje híbridas como el concepto de *workation*. Esta práctica consiste en teletrabajar desde un destino antes o después de pasar allí las vacaciones. De este modo se alarga la estancia y se puede disfrutar del tiempo libre de manera más inmediata una vez finalizada la jornada laboral.

Esta modalidad está ganando popularidad a pesar de que la normativa española exige que el lugar de teletrabajo conste por escrito en el acuerdo entre empresa y persona trabajadora. En la práctica, algunas personas optan por trabajar desde ubicaciones temporales alternativas sin comunicarlo formalmente.

Esta flexibilidad suele tolerarse mientras no afecte a la productividad, pese al riesgo que puede suponer en caso de accidentes laborales. La dificultad de control por parte de las empresas y la ausencia de conflictos evidentes contribuyen a normalizar esta práctica en ciertos entornos laborales.

De hecho, algunos países de la UE con regulaciones más favorables a la libre elección del lugar de teletrabajo han aprovechado el concepto de *workation* como herramienta para fomentar, sobre todo, el turismo nacional, especialmente en zonas rurales. Suecia, por ejemplo, bajo el eslogan *Workation in Sweden – a natural thing*, ponía en valor espacios naturales con buena conexión a internet como lugares ideales para trabajar y desconectar.

Un estudio piloto realizado con el Karolinska Institutet demostró que trabajar en entornos naturales puede ser beneficioso para la salud de diferentes formas: contribuye a incrementar el nivel de actividad física aumenta la calidad del sueño, reduce el estrés y mejora otros aspectos de la salud mental[5].

GRÁFICO 3: COMPARATIVA DE LOS CONCEPTOS DE WORKATION

| Aspecto | *Workation* personal | *Workation* corporativo |
|---|---|---|
| **Quién lo organiza** | Persona trabajadora | Empresa |
| **Destino** | Elección libre | Determinada por la empresa |
| **Objetivos principales** | Disfrutar de más tiempo en el destino | Fomentar la cohesión y la productividad |
| **Flexibilidad horaria** | Alta (pactada o autónoma) | Baja, según programa de actividades |

Fuente: Elaboración propia.

### *Workation* corporativo

Algunas empresas han empezado a implementarlo como estrategia interna, organizando viajes para sus equipos que combinan formación, trabajo y actividades lúdicas conjuntas. Estas experiencias buscan, al igual que las *workation* personales, mejorar la concentración y productividad a través del cambio de entorno, al tiempo que se facilita el acceso al ocio y la cohesión de los equipos.

La diferencia principal con respecto a las *workation* personales es la elección del destino y de las actividades, que pasan a ser responsabilidad de la empresa, lo cual puede resultar en que las personas trabajadoras las perciban más bien como una extensión de la jornada laboral y no tanto una experiencia de disfrute del tiempo libre.

### *Workation en Cataluña*

Según datos de Eurostat, más de 64,5 millones de personas de la UE pueden teletrabajar al menos de forma ocasional[2]. Las incipientes ofertas de *workation* que se publican actualmente en Cataluña van dirigidas principalmente a particulares o empresas extranjeras provenientes de países con regulaciones favorables a esta práctica.

Estas propuestas se complementan con aquellas orientadas a profesionales autónomos residentes en Cataluña o en España. Actualmente, las personas que trabajan por cuenta propia, con perfiles profesionales de los ámbitos tecnológico, creativo, de comunicación y marketing, gestión empresarial y sector docente, entre otros, son quienes disfrutan de más libertad legal para practicar modalidades híbridas de viaje y trabajo. Estolas convierte en un público clave para impulsar iniciativas innovadoras que combinen viajes de ocio con la actividad profesional.

Aun así, según datos del IDESCAT, en 2024 en Cataluña aproximadamente 630.300 personas ocupadas trabajaron desde su domicilio particular, al menos de manera ocasional. Esta cifra no incluye a las personas que teletrabajan desde ubicaciones distintas de su domicilio ni a aquellas que, a pesar de tener la posibilidad de teletrabajar, optaron por no hacerlo[1].

Si se considera que una parte de estas personas podría desplazarse con sus unidades familiares, este colectivo representa una oportunidad estratégica para el sector turístico, especialmente en destinos que ofrecen condiciones favorables para el trabajo remoto, que podrían orientar sus ofertas hacia este segmento.

Así pues, este escenario plantea una oportunidad para repensar las políticas laborales y turísticas con el objetivo de facilitar modalidades híbridas que respondan a las nuevas necesidades de movilidad, flexibilidad y bienestar de las personas trabajadoras.

** Los datos de Cataluña hacen referencia a personas que trabajan desde su domicilio particular y no incluyen a las que lo hacen desde otras ubicaciones.*

Fontes consultadas:
[1] Instituto de Estadística de Cataluña (2024). Enquesta de població activa: Població ocupada. Segons treball en el domicili particular Catalunya. Idescat. Recuperado de https://www.idescat.cat/treball/epa?tc=4&id=scj464
[2] Eurostat. (2024). Employed persons working from home as a percentage of the total employment, by sex, age and professional status (%). Recuperado de https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/lfsa_ehomp__custom_13832747/default/table?lang=en
[3] Ley 10/2021, de 9 de julio, de trabajo a distancia, Pub. L. No. 10/2021, Boletín Oficial del Estado (2021). Recuperado de https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2021-11472
[4] Alonso Benito, L. E. (2004). La sociedad del trabajo: debates actuales. Materiales inestables para lanzar la discusión. Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas., 107, 21-48.
[5] Visit Sweden. (2021, September 6). Workation, the New Remote Working Trend in Sweden. Cision News. Recuperado de https://news.cision.com/visit-sweden/r/workation--the-new-remote-working-trend-in-sweden,c3604443

# Turismo y descentralización: respuestas locales a retos globales

La implicación de los gobiernos municipales en la planificación y gestión turística permite adaptar mejor las actuaciones a las necesidades de visitantes, residentes y agentes locales. Además, la coordinación con gobiernos supramunicipales facilita respuestas más efectivas y específicas. Esta colaboración favorece las transformaciones digital, verde y social del turismo del futuro.

La descentralización de las políticas y la gestión turísticas facilita una mejor identificación de las necesidades y preferencias de los distintos destinos, tanto desde la perspectiva de los visitantes como de la ciudadanía residente y del resto de agentes que configuran los respectivos ecosistemas turísticos (GRÁFICO 1). Los procesos de toma de decisiones de las organizaciones de gestión de destino (OGD) y de los gobiernos municipales, ejecutados sobre la base de un conocimiento próximo de la realidad, permiten dar respuestas más efectivas a cada situación.

Desde una perspectiva supralocal, la propia Comisión Europea pone de manifiesto que "para que las estrategias turísticas nacionales o regionales sean específicas y eficaces, deben complementarse con planes de trabajo elaborados y adaptados a nivel local"[1]. De esta manera, se acelera el camino de las transiciones en curso (digital, verde y también social) de las actividades turísticas, y se promueve una mayor resiliencia en el ecosistema turístico (Comisión Europea, 2022).

Consecuentemente, también hay que tener en cuenta esta aportación de los gobiernos locales con respecto a la mejora del impacto de las políticas turísticas actuales a la hora de afrontar ciertos retos clave, como la gestión de los flujos de visitantes, el cambio climático y los impactos ambientales, o bien la transición digital (OECD, 2025)[2].

## Nuevos retos y oportunidades para los municipios turísticos

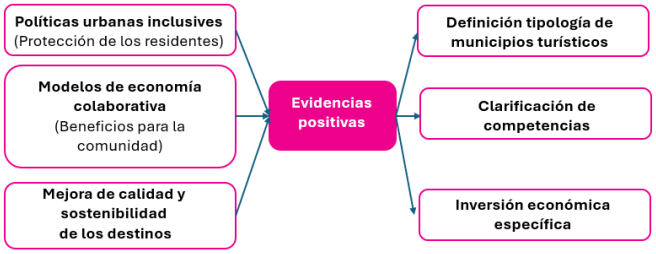
En el marco del Tourism Innovation Summit

GRÁFICO 1: DE LA POLÍTICA AL IMPACTO LOCAL DEL TURISMO




Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 2: De las actuaciones municipales a la regulación de los municipios turísticos




Fuente: Elaboración propia.

celebrado en Sevilla en octubre de 2024, los responsables de turismo de diferentes comunidades autónomas españolas destacaron la importancia de ciertas actuaciones impulsadas por parte de los gobiernos municipales en el actual contexto de la evolución del turismo en España.

Concretamente, se hizo referencia a políticas urbanas inclusivas orientadas a proteger a los residentes locales o a propuestas basadas en modelos de economía colaborativa aplicados al turismo y con efectos beneficiosos para la comunidad local, que contribuían a reforzar la excelencia de los destinos turísticos, a optimizar el impacto del turismo en los respectivos territorios y a preservar un desarrollo equilibrado y sostenible de las comunidades y culturas locales.

El creciente reconocimiento de los efectos positivos de la descentralización en las políticas turísticas en los últimos años también se refleja en las propuestas de mejora de la regulación de los municipios turísticos en España, orientadas a concretar las características o tipologías de estos entes municipales, a especificar las competencias que les corresponde gestionar y a asignarles recursos económicos específicos para su gestión (GRÁFICO 2).

## Hacia un nuevo marco regulador y de gobernanza colaborativa

En este sentido, cabe señalar que, en diciembre de 2023, la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa planteó a la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España la necesidad de redefinir el concepto de municipio turístico y sus vías de financiación (Hosteltur, 2023)[3].

Debe mencionarse también la aprobación en enero de 2024 por parte del Gobierno de Castilla-La Mancha del

Decreto 3/2024 que regula al municipio turístico en dicha comunidad (como consecuencia de la aprobación de la Ley 5/2020, de Medidas Urgentes para la Declaración de Proyectos Prioritarios en Castilla-La Mancha, que modificaba la Ley 8/1999 de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha) (INAP, 2024)[4].

Más recientemente, 13 municipios integrantes de la Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (AMTC) acordaron impulsar la proposición de Ley de Municipio Turístico, ya admitida actualmente por el Parlamento de Canarias. La propuesta consiste en establecer un marco jurídico específico para los municipios turísticos de las islas que permita una organización adaptada a sus necesidades particulares (AMTC, 2024)[5].

Conviene recordar que la legislación española establece una definición de municipio turístico de manera muy restrictiva en el artículo 125 del Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, lo que justifica esta demanda de mejora a nivel estatal o a través de iniciativas autonómicas. Según esta norma, pueden tener el reconocimiento de municipios turísticos aquellos que, sin ser capitales de provincia o de comunidad autónoma, tengan una población de derecho inferior a 75.000 habitantes y que cumplan estas otras dos condiciones: (a) tener una población de derecho superior a 20.000 habitantes y (b) tener una cantidad de viviendas de segunda residencia superior a la de viviendas principales (según los datos oficiales del último Censo de Edificios y Viviendas).

Ciertamente, esta definición tan taxativa de municipio turístico deja fuera a muchos entes locales que, aun teniendo una intensa actividad turística, no se ajustan a los requisitos legales establecidos. La misma Ley Reguladora de las Haciendas Locales establece mecanismos específicos de financiación para los "municipios turísticos" basados en la participación en tributos estatales.

Debe tenerse en cuenta que el hecho de que los municipios turísticos cuenten con una población de derecho muy inferior a la población de hecho condiciona la dotación de recursos económicos complementarios a estos ayuntamientos: a partir de la primera cifra se determina una gran parte de los ingresos municipales, mientras que la segunda condiciona el dimensionamiento del gasto necesario para la prestación de los servicios públicos correspondientes.

**Nuevos modelos de gobernanza colaborativa**

Ante esta realidad, y dado que la Ley de Bases de Régimen Local faculta a las comunidades autónomas a establecer regímenes municipales especiales cuando concurren determinadas circunstancias, se han propuesto y aprobado legislaciones autonómicas con diferentes modelos de regulación de los municipios turísticos y de financiación del turismo a escala municipal (GRÁFICO 3).

- Cataluña: el Impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos (Ley 5/2012) permite recaudar recursos para el denominado Fondo para el fomento del turismo. Sus recursos se destinan a financiar políticas turísticas en Cataluña, con la asignación de un mínimo del 50 % de su dotación a las entidades locales.
- Comunidad Valenciana: el Decreto 5/2020 de regulación del Estatuto del municipio turístico distingue tres categorías de municipio turístico (de excelencia, de relevancia y de singularidad) y otorga el derecho a acceder a vías de ingreso.
- Aragón: la Ley del Turismo define el concepto de municipio turístico, lo que repercute favorablemente en el despliegue de medidas de fomento y apoyo del gobierno autonómico.

En el marco de las políticas turísticas más descentralizadas, se están desplegando nuevos modelos de gobernanza del turismo basados en la colaboración entre todas las partes interesadas, por ejemplo, creando redes o comités multi-stakeholder, frecuentes en algunos destinos de Estados Unidos (GWU, 2025)[6]. Estos modelos agrupan organizaciones públicas y privadas, agentes económicos locales de otros sectores económicos y sociales relacionados, las autoridades locales, las organizaciones de gestión del turismo, asociaciones y residentes locales. Muchos de estos instrumentos de gobernanza tienen su origen en los comités creados en los procesos de planificación estratégica de los respectivos destinos, mediante los cuales se genera un diálogo rico y un marco de relación de confianza.

GRÀFIC 3: MODELOS AUTONÓMICOS Y DE GOBERNANZA COLLABORATIVA EN TURISMO




Fuente: Elaboración propia.

Fuentes consultadas:
[1] Comisión Europea: Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes. Itinerario de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2022, https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425
[2] OECD (2025-04-25). *Building strong and resilient tourism destinations*, OECD Tourism Papers, 2025/03, OECD Publishing, París. http://dx.doi.org/10.1787/a57c343d-en
[3] Hosteltur (2023). La financiación de los municipios turísticos, en la agenda política de 2024. Recuperado de https://www.hosteltur.com/160943_la-financiacion-de-los-municipios-turisticos-en-la-agenda-politica-de-2024.html
[4] INAP - Instituto Nacional de Administración Pública (2024). Legislación Municipio Turístico. Recuperado de https://laadministracionaldia.inap.es/noticia.asp?id=1240880
[5] AMTC - Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (2024). Ley de Municipio Turístico de Canarias, Recuperado de https://www.amtcanarias.es/proyectos/ley-de-municipio-turistico-de-canarias/
[6] GWU – George Washington University - International Institute of Tourism Studies (2025). Destination Forward: Advancing Stewardship in U.S. Tourism Planning. A National Study of How Destination Stewardship Plans Foster Sustainable Tourism, Washington https://iits.business.gwu.edu/destination-forward

# Nuevos perfiles turísticos en la era digital y regenerativa

## Cómo la convergencia entre tecnología y experiencia humana está transformando el mercado laboral turístico europeo

Europa, el principal destino turístico mundial, afronta una paradoja laboral: surgen perfiles híbridos de alto valor tecnológico mientras la precariedad y los bajos salarios persisten. Esta dualidad refleja la tensión entre innovación y desigualdad. El reto es discernir si la revolución digital regenerará realmente el mercado laboral turístico o solo acentuará sus fracturas sociales.

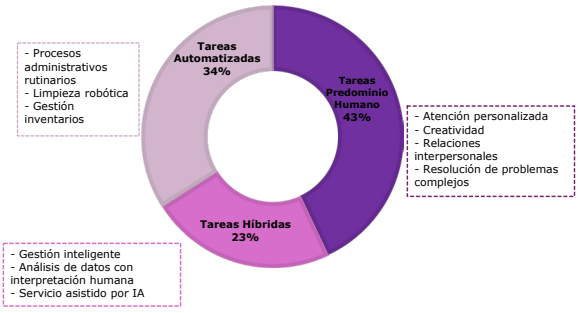
En este 2025, el turismo europeo se encuentra en un punto de inflexión crucial. Los datos más recientes confirman una recuperación robusta: Europa recibió 747 millones de turistas en 2024[1], mientras que el sector genera 26 millones de puestos de trabajo (el 12 % del empleo total europeo)[2] y contribuye con 1,9 billones de euros al PIB (10,5 % de la economía continental)[2]. Pero estas cifras macroeconómicas esconden una realidad dual: la emergencia de una élite de profesionales altamente cualificados que convive con la persistencia de condiciones precarias por otra parte de la fuerza laboral del sector.

### La anatomía de los nuevos perfiles profesionales: más allá del discurso optimista

El informe *Future of Jobs Report 2025* del World Economic Forum (WEF) confirma que se crearán 78 millones de nuevos puestos de trabajo netos a nivel global hasta 2030, donde el 37 % de las competencias laborales actuales están destinadas a una radical transformación. Esta revolución genera la necesidad de perfiles profesionales nuevos, que combinen competencias tecnológicas avanzadas con habilidades centradas en la experiencia humana.

El informe "Empleos de Futuro para Ciudades y Destinos Turísticos Inteligentes"[4] (2023) elaborado por SEGITTUR y Fundación COTEC identifica 46 nuevos perfiles profesionales específicamente diseñados para el panorama en evolución de los destinos turísticos inteligentes. Estos roles se distribuyen estratégicamente en las categorías de servicios a ciudadanos y visitantes, transformación de la entidad local y gestión inteligente del destino.

GRÁFICO 1: FUTUROS PERFILES LABORALES EN LA AUTOMATIZACIÓN EN HOSTALERÍA Y TURISMO




*Distribución de tareas por tipo de colaboración humano-máquina según el informe del WEF (Proyección 2030).*

Fuente: Elaboración propia a partir del informe Future of Jobs Report 2025 del World Economic Forum (WEF). Industry Profile: Accommodation, Food and Leisure. Págs. 240, 241.

Entre los perfiles más disruptivos figuran los expertos en experiencia de usuario de turismo inteligente, los responsables de definir experiencias personalizadas para el turista hiperconectado[4]; los gestores de comunidades locales digitales, que combinan *community management* con conocimiento territorial para crear narrativas auténticas[4]; y los curadores de experiencias inteligentes, una evolución de los guías tradicionales que utilizan IA para diseñar itinerarios adaptativos[4]. Los *data scientists* para turismo inteligente[4], especializados en analizar información de sensores urbanos, completan esta nueva generación de profesionales que pueden alcanzar salarios de 65.000–85.000 euros anuales, en claro contraste con la realidad salarial de la mayoría del sector.

### La revolución de competencias: inteligencia artificial frente a inteligencia emocional

El WEF identifica una transformación simultánea de competencias tecnológicas y humanas que redefine el futuro profesional del sector turístico[3]. Las habilidades en inteligencia artificial y en análisis de grandes datos son requisitos esenciales para el 69 % de las empresas del sector, junto con la ciberseguridad (69 %) y la alfabetización tecnológica general (60 %). La automatización impulsa la necesidad de especialistas en IA y ciberseguridad.

Paradójicamente, las competencias humanas registran una valoración creciente: el 47 % de las empresas prioriza el pensamiento creativo, el 55 % apuesta por la resiliencia y la flexibilidad y el 63 % busca liderazgo social[3]. El 85 % de los empresarios adopta herramientas de IA para aumentar las capacidades humanas, no para sustituirlas. Esta simbiosis entre inteligencia artificial e inteligencia emocional es fundamental para la transformación regenerativa del sector.

España se presenta como un caso de estudio destacado, puesto que el 91 % de sus empresas priorizan la IA y el *big data* (superando el dato sectorial del 69 %) y el 73 %, el liderazgo social[3]. Esta hibridación posiciona a España como líder en la adaptación a este nuevo paradigma laboral, sentando un valioso precedente para el resto de Europa.

GRÁFICO 2: CATEGORIZACIÓN DE LOS NUEVOS PERFILES TURÍSTICOS PARA CIUDADES Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

| Servicios a ciudadanos y visitantes | Transformación de la entidad local | Gestión inteligente del destino |
|---|---|---|
| *Perfiles orientados a personalizar la experiencia del visitante, crear contenidos inmersivos y optimizar la interacción entre turistas y destino.* | *Profesionales especializados en modernizar organizaciones turísticas, implementando metodologías ágiles y sistemas tecnológicos avanzados.* | *Roles orientados al análisis de datos, sostenibilidad y planificación estratégica para optimizar la gestión territorial de los destinos.* |
| Experto en experiencia de usuario de turismo inteligente | Facilitador de metodologías ágiles | *Data scientist* para turismo inteligente |
| Curador de experiencias inteligentes | Arquitecto de sistemas IoT | Especialista en sostenibilidad turística |
| Gestor de comunidades locales digitales | Gestor de turismo inteligente | Analista de flujos urbanos |
| Diseñador de experiencias inmersivas | Especialista en cambio organizacional | Gestor de capacidad de carga |

Fuente: Elaboración propia a partir del informe Empleos de Futuro para Ciudades y Destinos Turísticos Inteligentes (2023) SEGITTUR & Fundación COTEC.

## La transformación de los roles tradicionales: entre automatización y recualificación

Según el INE, el sector turístico español generó 2,5 millones de puestos de trabajo en 2023, es decir, el 11,6 % del empleo total del país[5]. Sin embargo, las estadísticas de Eurostat muestran que, a escala europea, la precariedad sigue siendo un reto: el 20,8 % de los empleos vinculados al turismo es temporal, casi el doble con respecto a la media de la economía continental[6].

Pese a los discursos alarmistas sobre la automatización, los datos apuntan a una realidad más compleja. Según el WEF, el 43 % de las actividades en hostelería será predominantemente humanas en 2030, el 23 % se desarrollará en entornos híbridos entre personas y máquinas, y el 34 % tendrá predominio tecnológico[3]. Incluso los roles de primera línea muestran perspectivas de crecimiento, desmintiendo así el mito de la sustitución masiva.

No obstante, el verdadero reto no es la tecnología, sino la capacidad de atraer y retener talento. El 55 % de las empresas turísticas afirma tener dificultades para incorporar profesionales (frente al 37 % de media global)[7]. El problema de fondo radica en la precariedad salarial y las condiciones laborales: el salario medio en el sector es de 23.863 € anuales[7], muy inferior a los 65.000–85.000 € de los nuevos perfiles digitales[4].

Las competencias más demandadas apuntan hacia una hibridación entre tecnología y servicio humano, lo que posiciona al sector como menos disruptivo tecnológicamente pero altamente dependiente del capital humano.

Sin embargo, este nuevo modelo solo será viable si la transformación se hace extensiva a toda la base laboral. Calificar, dignificar e incluir dejan de ser opciones y se convierten en condiciones indispensables para un futuro turístico más justo y resiliente.

## Experiencias territoriales: innovación en acción

Los perfiles híbridos ya forman parte de la realidad sectorial en nuestro territorio. La Casa Batlló destaca como caso paradigmático de transformación digital patrimonial, reconocida en 2025 con el distintivo Catalonia Exponential Leaders. Esta emblemática atracción ha incorporado especialistas en experiencias inmersivas y *data scientists* aplicados al turismo, redefiniendo los roles tradicionales museísticos.

En el ámbito hotelero, con el apoyo del ITH Robotics Club, han emergido especialistas en integración de *cobots* y técnicos de automatización de procesos. Estas innovaciones permiten reducir un 60 % el tiempo de tareas repetitivas y disminuir un 30 % las lesiones laborales.

Lleida ha implementado el proyecto Second Step, con 62 señales turísticas inteligentes financiadas con fondos NGEU, lo cual ha propulsado nuevos perfiles como los gestores de contenidos digitales inmersivos. En Barcelona, los proyectos piloto en espacios de gran afluencia han significado la creación de roles como gestores de análisis urbano con IA y especialistas en movilidad turística inteligente.

## Hacia una transformación realmente regenerativa

La transformación laboral del turismo europeo se encuentra ante una encrucijada ética fundamental. Los datos confirman la creación de perfiles innovadores bien remunerados, pero también revelan la persistencia de una base laboral precaria que sostiene el funcionamiento real del sector.

Una transformación realmente regenerativa implica integrar tres dimensiones: la excelencia tecnológica de los nuevos perfiles profesionales, la dignificación salarial de los trabajos existentes y la creación de puentes formativos que permitan la movilidad ascendente dentro del sector.

Los datos actuales sugieren que estamos al inicio de esta transformación, con experiencias piloto prometedoras pero limitadas en escala. El éxito de la transición dependerá de la voluntad política y empresarial para hacer de la justicia social una prioridad operativa en el desarrollo de los nuevos modelos turísticos europeos.

Fuentes consultadas:
[1] Natixis (2025). Tourism: The New Manufacturing Industry in Europe? Natixis Corporate & Investment Banking. Recuperado de: https://www.natixis.com/natixis/jcms/frk_5009969/en/corporate-investment-banking
[2] World Travel & Tourism Council (2025). Travel & Tourism to Create 4.5MN New Jobs across the EU by 2035. WTTC Press Release. Recuperado de: https://wttc.org/news-article/travel-and-tourism-to-create-4-5mn-new-jobs-across-the-eu-by-2035
[3] World Economic Forum (2025). Future of Jobs Report 2025. Geneva: World Economic Forum. Recuperado de: https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2025/
[4]. CETT Fundació (2023). "La retención del talento en turismo, a debate en el TTM". 2.º Tourism Talent Management, Girona, 23 febrero 2023. Recuperado de: https://www.cett.es/es/turismo-talento-ttm-girona
[5] Instituto Nacional de Estadística (2025). Cuenta Satélite de Turismo de España. Serie 2021-2023. Madrid: INE. Disponible a: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/CSTE2023.htm
[6] Eurostat (2024). Tourism industries - employment. Statistics Explained. Recuperado de: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_employment&oldid=445425
[7] Turijobs/ProfesionalHoreca (2023). Los salarios en hostelería y turismo. Recuperado de: https://www.profesionalhoreca.com/2023/05/09/los-salarios-en-hosteleria-y-turismo-segun-turijobs/

# El turista *silver*: un viajero exigente y activo en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre

El turismo *silver* es una gran oportunidad caracterizada por su capacidad de desestacionalización, dinamización territorial e impulso hacia un modelo más inclusivo. Este turista representa más del 34 % de los visitantes que llega a la Costa Daurada y Terres de l'Ebre.

El turista *silver* hace referencia a aquellos visitantes de más de 55 años, aproximadamente, que se caracterizan por un estilo de vida activo y que participan de forma significativa en el consumo turístico. A diferencia del concepto de sénior, los turistas *silver* generalmente disfrutan de buena salud, tienen cierta capacidad de gasto y ahorro, cada vez usan más la tecnología y tienen una mayor flexibilidad a la hora de programar sus viajes a lo largo del año.

Se define por ser un viajero curioso, exigente, que busca experiencias auténticas, culturales, relacionadas con el bienestar y sostenibles, de calidad y con cierto grado de personalización.

A partir de los datos proporcionados por el Departamento de Consultoría de Eurecat, se identifica y caracteriza este segmento turístico en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre, con la voluntad de estudiar su impacto y comportamiento en los destinos.

**Perfil del turista *silver* en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre**

El turista *silver* que visita la Costa Daurada y Terres de l'Ebre es principalmente un turista nacional (66,2 % frente al 33,8 % extranjero), aunque desde 2022 la evolución del turismo *silver* extranjero dibuja una tendencia al alza. En cuanto a los turistas *silver* extranjeros, principalmente provienen de Francia, Reino Unido y Países Bajos.

En su mayoría viajan en pareja (62,3 %) y utilizan el vehículo privado para llegar al destino y visitar los diferentes puntos de la demarcación (64,8 %).
Es un turista influenciado por las recomendaciones y la información que le proporcionan amigos y familiares, hasta el punto de que un 32 % conoció y escogió el destino gracias a sus sugerencias. También se caracteriza por ser un turista fiel: un 12,2 % tiene por costumbre o hábito visitar el destino y, en la misma medida, un 12,2 % ya lo conocía de antes. A estas consideraciones se añade que, para un 18,2 %, su visita se debe a que disponen de una segunda residencia en el destino.

Su principal motivación para visitar la Costa Daurada y Terres de l'Ebre es disfrutar del clima y la playa (54,7 %), así como relajarse y descansar (51,4 %). También toman protagonismo otras actividades como pasear (74,3 %), disfrutar de la gastronomía (39,2 %) y visitar lugares y espacios culturales y/o naturales (23,5 %).

Es importante destacar la evolución al alza de actividades relacionadas con el turismo activo, como el senderismo o el ciclismo (en este último caso hasta más de ocho puntos porcentuales en los últimos 10 años).

**Características del viaje**

Las segundas residencias son el principal tipo de alojamiento escogido, en un 29,7 %, seguidas de los hoteles de alta categoría, 4-5 estrellas (25,9 %). No obstante, si observamos la tendencia de los últimos 10 años, se aprecia un incremento en esta última tipología de alojamiento con respecto a las segundas residencias, que muestran una dinámica contraria.

GRÁFICO 1: INFOGRAFÍA DEL TURISTA SILVER EN LA COSTA DORADA Y TERRES DE L'EBRE.




Fuente: Operación de caracterización de la demanda turística de la Costa Daurada y Terres de l'Ebre del Departamento de Consultoría de Eurecat. Los datos para a la caracterización del turista *silver* en la Costa Daurada y les Terres de l'Ebre comprenden valores medios del periodo del 2015-2025.

# Costa Daurada

**La innovación e investigación en turismo**
Se ponen en marcha en la Costa Daurada nuevas iniciativas de investigación para la innovación, la sostenibilidad y la competitividad de destinos.
La URV impulsa una nueva cátedra de sostenibilidad e innovación turística que promueve la competitividad en Salou y la Costa Daurada con proyectos centrados en definir experiencias de turismo azul, inclusivo y artístico.

Por su parte, Tarragona acogerá los días 1 y 2 de octubre el I Congreso de Investigación Técnico Cultural sobre el romesco, con el propósito de convertirlo en un elemento central del relato gastronómico y cultural de Tarragona. Este primer encuentro contará con la intervención de 50 expertos, nueve de ellos con estrellas Michelin.

**Los Fondos de Transición Nuclear, una oportunidad para el turismo del territorio**
El turismo es uno de los proyectos incluidos en el marco del Fondo de Transición Nuclear, para el cual el Departamento de Empresa y Trabajo destinará cerca de 4 millones de euros a impulsar diferentes actuaciones en clave digital en las zonas afectadas por el cierre de las centrales nucleares de Ascó y Vandellós. De este fondo se beneficiarán empresas y agentes económicos de 96 municipios situados en un radio de menos de 30 km de distancia de las centrales nucleares, cubriendo así 8 comarcas catalanas.

Estas ayudas, financiadas con el 50 % de los ingresos del impuesto sobre la energía nuclear, tienen como objetivo principal asegurar una transición energética justa que no deje atrás a los territorios afectados. La finalidad es impulsar el desarrollo de un nuevo modelo productivo de alto valor añadido, diversificando la economía local y compensando la pérdida de empleos directos.

# Terres de l'Ebre

**Apuesta por el Turismo Azul**
Cada vez son más los destinos que apuestan por el turismo azul, el modelo que aprovecha los recursos acuáticos de una manera respetuosa y consciente, ofreciendo a los viajeros experiencias únicas en mares, océanos y costas, al tiempo que promueve la conservación de estos entornos naturales vitales.

Tal es el caso, en Terres de l'Ebre, del Ayuntamiento de Amposta, con la puesta en marcha de las rutas fluviales por el río Ebro con la embarcación eléctrica "La Perla". Por otra parte el Ayuntamiento de La Ràpita impulsará la restauración del canal Carlos III, y desde el COPATE (Consorcio de Políticas Ambientales de las Terres de l'Ebre) se promoverá la restauración y activación del uso turístico del antiguo puente de hierro de Mora d'Ebre. Todas estas actuaciones se desarrollarán en el marco de los Planes de Sostenibilidad Turística, financiados por Fondos europeos Next Generation.

**Vía Verde de la Val de Zafán, un corredor cicloturístico estratégico**
El 18 de mayo se instaló en Amposta el nuevo puente metálico de la Vía Verde de la Val de Zafán. La estructura, de 90 metros de longitud y 3 metros de anchura, conectará definitivamente los parques naturales del Delta del Ebro y de Els Ports. Esta extensión de la Vía Verde de la Val de Zafán, impulsada por la Diputación de Tarragona con el apoyo de los ayuntamientos de Roquetes, Tortosa, Amposta y La Ràpita, se prevé que entre en funcionamiento a principios de 2026. El presupuesto es de 6,3 millones de euros, de los cuales 5 millones provienen del Fondo europeo Next Generation.

Una vez completada, la vía verde se convertirá en un corredor cicloturístico estratégico que unirá todo el territorio ebrense y potenciará el turismo sostenible en la zona.

# Novedades y Publicaciones

ESTRATEGIA DE MARKETING DE CATALUÑA 2028
El pasado mes de julio se presentó la nueva Estrategia de Marketing de Cataluña 2028, elaborada por la Agencia Catalana de Turismo. Bajo el lema "(+) Cataluña, mejor turismo", la nueva estrategia tiene como objetivo no solo captar visitantes más conscientes, sino también construir un destino alineado con los valores del bienestar, la sostenibilidad y la calidad. La estrategia se articula en torno a 8 objetivos y 6 vectores.
www.act.gencat.cat

UN PUNTO DE INFLEXIÓN
El Foro Económico Mundial (WEF) ha publicado su informe "Travel and Tourism at a Turning Point 2025", donde analiza los cambios estructurales que están definiendo el futuro del sector. El estudio destaca que el turismo es un motor de cambio social, tecnológico y sostenible. Pone el acento en la necesidad de adaptarse a un nuevo modelo de viaje más consciente, donde la resiliencia, la circularidad y la digitalización son claves para garantizar la competitividad y la viabilidad de los destinos a largo plazo. www.weforum.org

IA EN EL TURISMO
Un estudio global de Booking.com, realizado entre abril y mayo de 2025, revela datos clave sobre la percepción de la inteligencia artificial (IA). Destaca que el uso principal de la IA es ahorrar tiempo y mejorar la productividad. Un punto clave para el sector que revela el informe es que los viajeros quieren que la IA les ayude a evitar destinos masificados y esperan recibir recomendaciones que beneficien a las comunidades locales.
www.booking.news.com

ALBERT CANADELL, DIRECTOR DEL GRUPO HOTELERO BLAUMAR (SALOU) Y MIEMBRO DE LA FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE HOSTELERÍA Y TURISMO DE TARRAGONA (FEHT)

# "Un compromiso claro con la sostenibilidad no solo mejora la eficiencia del sector, sino que también refuerza la reputación de la Costa Daurada y la hace más atractiva"

**¿Cómo entiende la sostenibilidad social dentro del sector hotelero y cuáles son los ejes prioritarios en el Grupo Blaumar?**
En Grupo Blaumar creemos que, como actividad hotelera, debemos poder impactar positivamente en las personas y en la comunidad local, creando puestos de trabajo de calidad, con igualdad de oportunidades y, especialmente, generando experiencias turísticas responsables que conecten con el territorio. En este sentido, el programa de Vacaciones Solidarias creado con Cruz Roja, con el que hemos alojado este verano de manera gratuita a 35 familias de la demarcación de Tarragona en riesgo de exclusión social, refleja nuestra voluntad de fortalecer las relaciones con la comunidad y compartir el valor de nuestro trabajo con la sociedad.

**¿Cree que las prácticas ambientales son hoy en día un elemento diferencial de competitividad para un hotel?**
Las prácticas ambientales se han convertido en un factor de competitividad en el sector hotelero y, aunque no sea el único factor de elección ni el más importante, los clientes son cada vez más conscientes y valoran cada vez más los establecimientos responsables con el medio ambiente. Este año, en el Grupo Blaumar cumplimos 25 años de la certificación medioambiental europea EMAS, con la que fuimos pioneros en el sector turístico estatal. Hemos implementado medidas en instalaciones para mejorar la eficiencia ambiental del hotel, pero también muchas otras dirigidas a clientes y trabajadores, como la limpieza *eco-friendly*, el eco-tour virtual del hotel, los talleres de sostenibilidad, la máquina que transforma el aceite usado de la cocina en detergente multiusos o la compostadora automática que produce abono natural a partir de nuestros residuos orgánicos.

**En términos de digitalización, ¿qué papel tiene la recogida y análisis de datos en la toma de decisiones estratégicas en vuestro negocio?**
Apostamos claramente por la digitalización de los procesos, que nos ayuda a optimizar el tiempo y el rendimiento de las personas, a conocer mejor a nuestro cliente y sus necesidades y a optimizar el funcionamiento de nuestras instalaciones y servicios. Nos ayuda a gestionar aspectos como la ocupación, las compras, la eficiencia energética o la satisfacción de los clientes, y, por lo tanto, nos facilita una toma de decisiones más ágil y precisa. En definitiva, la digitalización nos ayuda a innovar y mantener la competitividad.

**Para terminar, ¿cómo describiría el posicionamiento actual del Grupo Blaumar y cuál es el "salto" estratégico que quieren dar a medio plazo?**
Vemos necesario crear y reforzar vínculos con la comunidad, y mejorar así la cohesión con el territorio. Prueba de ello es que este año hemos llevado a cabo una acción de arte efímero y sostenible sobre los océanos juntamente con la reconocida artista local Nuri Mariné.
En el futuro más próximo, tenemos la voluntad de seguir innovando en materia de sostenibilidad y apostando por la calidad de nuestros establecimientos.



*Diplomado en Dirección Hotelera por la Universidad Autónoma de Barcelona, cuenta con amplia experiencia en cargos de alta dirección en la industria hotelera. Desde 2020 forma parte del grupo hotelero Grupo Blaumar, en Salou, donde ejerce de director general. También es miembro de la junta directiva de la Asociación Hotelera Costa Daurada y Terres de l'Ebre y de la Federación de Empresas de Hostelería de Tarragona, cuya comisión de sostenibilidad preside.*

**"La IA, combinada con la digitalización, es una herramienta clave para ayudarnos a ser más eficientes, y, por lo tanto, más sostenibles."**

**EDITA:** Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística del Departament de Consultoria Tecnològica del centre tecnològic Eurecat, amb el suport del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
**TELÉFONO:** 977 394 871
**EMAIL:** turisme@eurecat.org

**CONSEJO EDITORIAL:** Salvador Anton, director científico del área de Turismo de Eurecat
Sara Mestre, consultora en turismo y cultura de Eurecat
Trini Rovira, consultora en turismo y cultura de Eurecat

**REDACCIÓN:** Trini Rovira, Elisabet Arlandes, Eva Martínez, Xavier Cubeles y Mar Alsina (Inovación).

© Iconos de www.flaticon.com

ISSN 2341-3743