

Tendències

programa LAB IIT

Setembre 2025, n. 44

3

La renaturalització com a estratègia clau per fer les destinacions de litoral més resilients al canvi climàtic.

5

Les trebacances (*workation*): desdibuixant la línia entre el temps de vacances i el temps laboral.

7

La descentralització com a clau per a unes polítiques turístiques més eficaces i sostenibles

9

La transformació de perfils i desigualtats laborals, el turisme europeu davant la cruïlla digital i regenerativa

11

El turista *silver* a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre: de l'exigència a la personalització de serveis

13

Albert Canadell, Grupo Blaumar: "Si fem destinacions més segures i més responsables, farem destinacions més atractives"



Creada per freepik.com

Turisme astronòmic, el protagonista amb l'arribada del Trio d'Eclipsis

En els propers tres anys (2026-2028) s'espera que el turisme astronòmic, que ja es considera un nínxol turístic, prengui especial protagonisme gràcies al Trio d'Eclipsis, un fenomen astronòmic extraordinari que es podrà observar des de l'Estat espanyol i que captarà l'atenció tant de la comunitat científica com de la ciutadania.

Davant aquest fenomen, el passat [25 d'agost](#) es va celebrar la primera reunió de la Comissió Interministerial per al Trio d'Eclipsis, que va comptar amb la participació del Ministeri d'Indústria i Turisme. El motiu d'aquesta reunió és que es preveu que milers de turistes internacionals i nacionals es desplacin per observar els eclipsis, la qual cosa podria generar impactes a nivell logístic i de seguretat.

En aquest sentit, la Generalitat de Catalunya, i concretament la Comissió Interdepartamental de l'Eclipsi, també ha posat en marxa un [pla d'acció interdepartamental](#) integrat per diferents departaments del Govern, entre els quals hi ha el de turisme, amb el suport científic i tècnic d'institucions i centres de referència en recerca astronòmica i observació de l'espai.

L'eclipsi més proper en el calendari és el del 12 d'agost del 2026, en plena temporada turística, i s'espera que es pugui [veure des del sud de les comarques de Tarragona](#), on la Generalitat preveu una afluència massiva a les zones de les Terres de l'Ebre. L'excepcionalitat de l'esdeveniment ja ha començat a generar els primers impactes. La plataforma de reserves d'allotjaments Airbnb ja parla d'un [augment del 830% de cerques d'allotjaments](#) rurals ubicats en les zones de màxima exposició.

La renaturalització com a estratègia per a la sostenibilitat turística del litoral

La restauració i la renaturalització dels espais turístics del litoral s'han convertit en estratègies clau per a la sostenibilitat turística. Des de les destinacions turístiques s'impulsen actuacions que milloren la resiliència davant el canvi climàtic, posen en valor els recursos naturals i reforcen l'atractivitat de les destinacions. Aquestes iniciatives aposten per un turisme regeneratiu capaç de compatibilitzar competitivitat i conservació ambiental.

Una de les darreres tendències que es pot observar en la planificació de destinacions turístiques del litoral mediterrani, i també a nivell català, és la recuperació i protecció dels espais naturals, que passa per dibuixar estratègies de renaturalització i restauració amb l'objectiu de procurar una major resiliència davant les amenaces vinculades al canvi climàtic, la millora i singularització de la imatge turística i l'augment de la qualitat de vida de la població resident.

Actualment, l'estratègia de transformació i millora de la competitivitat de les destinacions turístiques del litoral mediterrani català es vehicula, principalment, a través dels Plans de sostenibilitat turística en destinacions (PSTD). En la convocatòria del 2023, centrada especialment en els territoris costaners, el primer eix estratègic preveu actuacions en l'àmbit de la transició verda i sostenible. En aquest sentit, l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions¹ en la seva versió revisada del 2023, assenyalava que l'aplicació d'aquests instruments de planificació i inversió ha de contribuir a millorar el capital natural del sistema turístic.

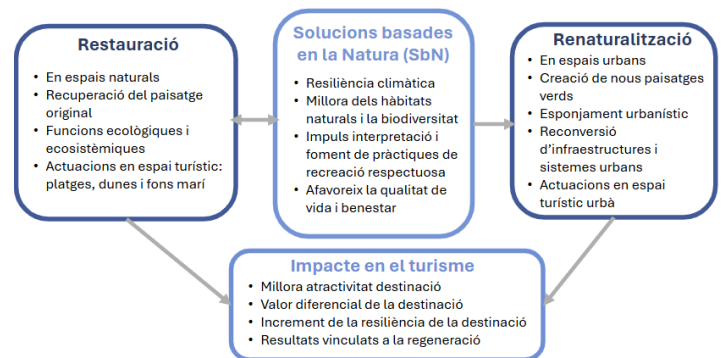
Per assolir aquest objectiu, s'assenyala la renaturalització com una dels actuacions més recurrents (Secretaria d'Estat de Turisme, 2023).

Dels 17 PSTD que es van atorgar a Catalunya a la convocatòria del 2023² i amb afectació als territoris de costa, un 82 % contempla actuacions que tenen a veure amb la renaturalització d'espais de la destinació com a estratègia de sostenibilitat (Generalitat de Catalunya, 2023), no sols centrada en la seva competitivitat, sinó com a instrument de mitigació i adaptació al canvi climàtic. Es pot afirmar que aquestes actuacions tenen un doble objectiu: la protecció del litoral i la posada en valor i el reconeixement dels recursos naturals a través de la seva significació, construint així estratègies que aposten per un turisme amb un impacte regeneratiu.

De la restauració a la renaturalització en les destinacions turístiques

Algunes de les actuacions més habituals orientades a la recuperació ambiental i paisatgística que impulsen moltes destinacions costaneres del litoral català es duen a terme en l'espai natural i d'altres en l'espai urbà. Per tant, tot i compartir aquest objectiu de

GRÀFIC 1: CONCRECIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE RENATURALITZACIÓ I RESTAURACIÓ EN LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES DE LITORAL.



Font: Elaboració pròpia.

retorn a un estat més proper al natural, el concepte utilitzat per definir-les varia segons si s'aplica en un entorn natural o en un entorn urbà.

La renaturalització entesa com el retorn a l'estat i als processos o funcions d'un espai que presenta característiques naturals sovint fa referència a processos de restauració, com "la recuperació d'un ecosistema que ha estat degradat, danyat o destruït (...)" (Society for Ecological Restoration Science & Policy Working Group, 2002) amb la voluntat de retornar-lo a un estat el més proper possible a l'original des del punt de vista de les seves funcions ecològiques. De fet, un ecosistema es considerarà recuperat o restaurat quan pugui continuar el seu desenvolupament natural sense assistència o intervenció, mantenint-se estructuralment i funcionalment autònom, i demostrant resiliència davant els fenòmens que el puguin afectar.³

En aquest sentit es contemplarien aquelles actuacions vinculades a la restauració del paisatge natural, la recuperació de platges i dunes o paisatge dunar, les rehabilitacions ambientals i la recuperació de prats de posidònia i altres actuacions que impliquen els ecosistemes marins.

Tal com assenyalen Quintana *et al.* (2024), els processos de restauració costanera o *coastal rewilding* estan cada vegada més presents en les

agendes internacionals. Un clar exemple són els acords del Marc Global de Biodiversitat de Kunming-Montreal (KM-GBF) i la Llei de restauració de la natura/Estratègia de biodiversitat de la UE.⁴

En el marc de la restauració ambiental emergeix el concepte de renaturalització,⁵ més aplicat als espais urbans, entès com el procés de transformació d'un espai urbà o artificial cap a un espai amb característiques més naturals, encara que això suposi l'emergència d'una nova realitat diferent de la de l'estat original previ a la intervenció (Hypergeo, s. d.).

La renaturalització suposa una mirada endavant, basada en una estratègia de retorn a l'estat previ a la urbanització de l'espai, però que permeti generar nous paisatges. En aquest sentit, es contemplen actuacions vinculades amb la reconversió d'espais urbans cap a espais lliures, estratègies d'esponjament urbanístic amb l'objectiu de reconvertir infraestructures turístiques obsoletes en nous espais verds o recuperar espais tradicionalment dunars (Simancas, 2016).⁶

Ambdues estratègies o mesures tenen en compte les solucions basades en la natura (SbN),⁷ que permeten "augmentar la resiliència dels entorns litorals i ofereixen una estratègia eficaç (...), aportant múltiples beneficis addicionals, com la millora de l'hàbitat, l'accés a espais recreatius i la qualitat de l'aigua" (Fundación Conama, 2025), a més de suposar la recuperació de la seva biodiversitat, l'adaptació i mitigació climàtica i la millora de la qualitat de vida i el benestar de la població resident i els visitants (Juvillà Ballester, 2019).⁸

Experiències transformadores a la destinació

Les accions vinculades a la restauració i la renaturalització no són accions exclusivament vinculades als Plans de sostenibilitat turística en destinacions, tot i que sí han suposat la darrera inversió, provinent dels fons Next Generation en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR), per a les destinacions.

En aquest sentit, es poden destacar tres actuacions vinculades als Plans de sostenibilitat en destinació que posen l'accent en la renaturalització i restauració dels espais naturals a les destinacions turístiques.

• La renaturalització de la Pineda (Vila-seca)

El municipi de Vila-seca, i concretament el nucli turístic de la Pineda, és protagonista d'una transformadora actuació que suposarà una remodelació del seu passeig marítim que es concreta en la redefinició de la frontera entre la línia de platja i la trama urbana.

Aquesta actuació afavorirà la recuperació ecosistèmica i natural de la costa, ja que, amb l'objectiu de millorar la seva adaptació als efectes del canvi climàtic i la seva competitivitat turística, es pretén recuperar el sistema dunar de la platja i millorar la mobilitat de la zona a peu, incorporant els espais lliures existents els serveis i equipaments públics al front costaner.

• La renaturalització i restauració dels espais del Delta del Llobregat

El Pla de sostenibilitat turística en destinacions de la Diputació de Barcelona (2023) planteja actuacions en un total de set municipis del litoral barceloní, se centra en el litoral proper al Delta del Llobregat, i posa el focus en la restauració de paisatges dunars i en la seva renaturalització per combatre els efectes del canvi climàtic i evitar l'erosió de les platges. Entre les accions que es duren a terme hi ha la instal·lació d'adaptadors de sorra, la retirada d'espècies invasores i la reforestació a partir d'espècies autòctones.

• La restauració de la posidònia a Cadaqués

En els darrers dos anys, aproximadament, el municipi de Cadaqués ha estat l'escenari del projecte Posidoniagrows, que té com a objectiu, entre altres, la recuperació de praderies de posidònia oceànica, així com altres beneficis associats.

El Pla de sostenibilitat turística de Cadaqués continua amb aquesta voluntat de restaurar el fons marí a través del projecte Posidonia Project, que comporta la implantació de boies i ancoratges sostenibles que contribueixin de forma directa a la recuperació de la posidònia.

GRÀFIC 2: EXPERIÈNCIES TRANSFORMADORES EN DESTINACIÓ DE RENATURALITZACIÓ I RESTAURACIÓ



Font: Elaboració pròpia.

Fonts consultades:

¹ Secretaría de Estado de Turismo (España), Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2023). Estrategia de sostenibilidad turística en destinos [Versió revisada]. Recuperat 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. Recuperat de <https://govern.cat/salaprensa/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*. Recuperat 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 (...). Recuperat 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. Recuperat de <https://www.diba.cat/documents/renaturalizacion-ciudad.pdf>



Trebacances: desdibuixant la frontera entre treball i vacances

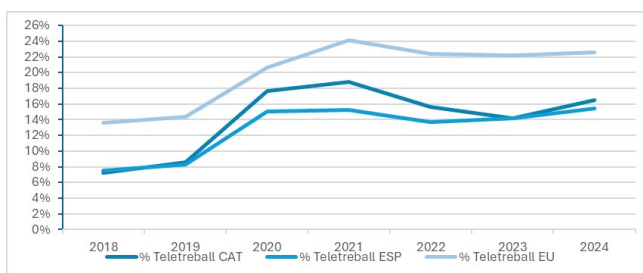
En un context laboral cada vegada més flexible, digital i competitiu, les trebacances (o *workation* en anglès) es perfilen com una oportunitat per repensar el turisme més enllà de com una experiència de lleure. Aquesta pràctica emergent combina viatges d'oci i vacances amb el treball en remot amb l'objectiu de passar més temps a la destinació.

El teletreball és una modalitat de treball a distància que es caracteritza per estar deslocalitzat del centre físic de l'empresa, habitualment treballant des del domicili, i per l'ús predominant de les tecnologies de la informació i comunicació (TIC). Ja el 2002, impulsat per l'aparició d'aquesta modalitat a diferents països de la Unió Europea (UE), la Comissió Europea estableix un acord marc sobre teletreball per garantir els drets i la protecció de les persones que treballen en remot.

Amb el temps, la legislació espanyola incorpora el teletreball a la regulació laboral, reconeixent-ne el potencial com a model productiu que pot afavorir la flexibilitat empresarial, la reducció de costos operatius i, a la vegada, la millora de les possibilitats d'ocupació i la conciliació de vida personal, familiar i laboral. A més, pot tenir efectes positius en el medi ambient, reduint els desplaçaments, i contribuir a frenar la despoblació de zones rurals o remotes, facilitant-ne l'assentament de població.

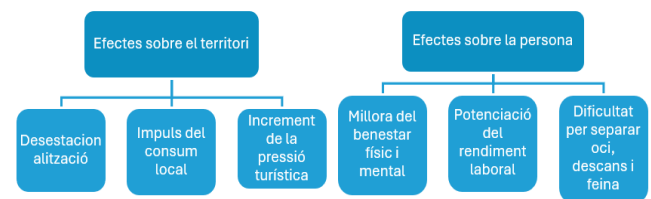
Els darrers anys, el teletreball ha experimentat un creixement notable tant a Catalunya¹ com a l'Estat espanyol i a la Unió Europea² (GRÀFIC 1). La pandèmia de la COVID-19 i les restriccions de mobilitat van accelerar aquesta expansió, obligant moltes empreses a adoptar-lo ràpidament. Tot i que, un cop superades les restriccions, el percentatge de població ocupada que teletreballa de manera habitual o ocasional va disminuir.

GRÀFIC 1: PERCENTATGE DE POBLACIÓ OCUPADA AMB TELETREBALL A LA UE, ESPANYA I CATALUNYA (2018-2024)



Font: Elaboració pròpia amb dades d'Eurostat (2024). [Employed persons working from home as a percentage of the total employment, by sex, age and professional status \(%\)](#) i Idescat (2024). [Enquesta de població activa: Població ocupada. Segons treball en el domicili particular Catalunya](#).

GRÀFIC 2: IMPACTES DE LA PRACTICA DE WORKATION EN LA PERSONA I EL TERRITORI



Font: Elaboració pròpia.

La Llei 10/2021 de treball a distància és la normativa vigent a Espanya que regula el teletreball. Aquesta llei estableix que el lloc des d'on es desenvolupa l'activitat laboral ha de constar per escrit en l'acord de treball a distància, però no fa menció explícita d'on ha de ser. Ara bé, la llei introdueix requisits que poden limitar aquesta llibertat de localització: l'empresa ha de garantir la seguretat i salut laboral del lloc de treball escollit, així com assumir les despeses addicionals derivades de l'activitat a distància i proporcionar els mitjans necessaris.³

Aquestes condicions legals limiten, en alguns casos, poder teletreballar des de qualsevol lloc, especialment quan es vol fer alternant múltiples localitzacions. Tot i això, algunes empreses permeten que les persones treballadores facilitin informació sobre diferents llocs des d'on volen teletreballar i, d'aquesta manera, s'adapten a la seva mobilitat i els ofereixen més flexibilitat.

Aquest context, que facilita la deslocalització del lloc de feina i sovint va acompanyat de pactes de flexibilitat horària, coincideix amb un mercat laboral altament competitiu, on la pressió per mantenir-se actualitzat professionalment de manera permanent genera una percepció de falta de temps lliure, fatiga i estrès. En conseqüència, el valor atribuït al temps lliure i d'oci augmenta, i es busquen fórmules que permetin gaudir-ne més i durant més temps.⁴

Workation personal

És en aquesta confluència que emergeixen modalitats de viatge híbrides, com les trebacances (*workation*). Aquesta pràctica consisteix en teletreballar des d'una destinació abans o després de passar-hi les vacances. D'aquesta manera, s'allarga l'estada i es pot gaudir del temps lliure de manera més immediata un cop finalitzada la jornada laboral.

Aquesta modalitat està guanyant popularitat, malgrat que la normativa espanyola exigeix que el lloc de teletreball consti per escrit en l'acord entre empresa i persona treballadora. A la pràctica, algunes persones opten per treballar des d'ubicacions temporals alternatives sense comunicar-ho formalment.

Aquesta flexibilitat sovint es tolera mentre no afecti la productivitat, malgrat el risc que pot suposar en cas d'accidents laborals. La dificultat de control per part de les empreses i l'absència de conflictes evidents contribueixen a normalitzar aquesta pràctica en certs entorns laborals.

De fet, alguns països de la UE amb regulacions més favorables pel que fa a la lliure elecció del lloc de teletreball han aprofitat el concepte de *workation* com a eina per fomentar, sobretot, el turisme nacional, especialment cap a zones rurals. Suècia, per exemple, sota l'eslògan *Workation in Sweden – a natural thing*, posava en valor espais naturals amb bona connexió a internet com a llocs ideals per treballar i desconnectar.

Un estudi pilot realitzat amb el *Karolinska Institutet* va demostrar que treballar en entorns naturals pot beneficiar la salut de diferents maneres: té un efecte positiu en els nivells d'activitat física i en la qualitat del son, redueix l'estrès i millora altres aspectes relacionats amb la salut mental.⁵

GRÀFIC 3: COMPARATIVA DELS CONCEPTES DE *WORKATION*

Aspecte	Workation personal	Workation corporatiu
Qui l'organitza	Persona treballadora	Empresa
Destinació	Elecció lliure	Determinada per l'empresa
Objectius principals	Gaudir de més temps a la destinació	Fomentar la cohesió i la productivitat
Flexibilitat horària	Alta (pactada o autònoma)	Baixa, segons programa d'activitats

Font: Elaboració pròpia (2025).

Workation corporatiu

Algunes empreses han començat a utilitzar aquesta modalitat com a estratègia interna. Per exemple, han organitzat viatges per als seus equips que combinen formació, treball i activitats lúdiques conjuntes. Aquestes experiències busquen, com les trebacances que es fan de manera individual, millorar la concentració i productivitat a través de canvis en l'entorn i, alhora, es facilita l'accés al temps d'oci i la cohesió dels equips.

La diferència principal respecte a les trebacances personals és que l'elecció de la destinació i les activitats passa a ser responsabilitat de l'empresa, fet que pot comportar que les persones treballadores ho percebin més com una extensió de la jornada laboral que no pas com una experiència per gaudir del seu temps lliure.

Workation a Catalunya

Segons dades d'Eurostat, més de 64,5 milions de persones de la UE poden teletreballar almenys de manera ocasional.² Les incipients ofertes de trebacances que hi ha actualment a Catalunya van dirigides principalment a particulars o empreses estrangeres provinents de països amb regulacions favorables a aquesta pràctica.

Aquestes propostes es complementen amb les orientades a professionals autònoms residents a Catalunya o l'Estat espanyol. Actualment, les persones que treballen per compte propi —com, entre d'altres, professionals dels àmbits tecnològic, creatiu, de comunicació i màrqueting, gestió empresarial i sector docent— són les que gaudeixen de més llibertat legal per practicar modalitats híbrides de viatge i feina. Aquest fet les converteix en un públic clau per impulsar iniciatives innovadores que combinin viatges d'oci amb l'activitat professional.

Tot i això, segons dades de l'IDESCAT, l'any 2024, a Catalunya, aproximadament 630.300 persones ocupades van treballar des del domicili particular, almenys de manera ocasional. Aquesta xifra no inclou les persones que teletreballen des d'ubicacions diferents del seu domicili ni aquelles que, tot i tenir la possibilitat de teletreballar, van optar per no fer-ho.¹

Si es considera que una part d'aquestes persones podrien desplaçar-se amb les seves unitats familiars, aquest col·lectiu representa una oportunitat estratègica per al sector turístic, especialment en destinacions que ofereixen condicions favorables per al treball remot, que podrien adaptar les seves ofertes a aquest segment.

Així doncs, aquest escenari planteja una oportunitat per repensar les polítiques laborals i turístiques amb l'objectiu de facilitar modalitats híbrides que responguin a les noves necessitats de mobilitat, flexibilitat i benestar de les persones treballadores.

* Les dades de Catalunya fan referència a persones que treballen des del domicili particular i no inclouen les que ho fan des d'altres ubicacions.

Fonts consultades:
¹ Institut d'Estadística de Catalunya (2024). Enquesta de població activa: Població ocupada. Segons treball en el domicili particular Catalunya. Idescat. Recuperat 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 (%). Recuperat 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). Recuperat 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, setembre 6). Workation, the New Remote Working Trend in Sweden. Cision News. Recuperat de <https://news.cision.com/visit-sweden/r/workation--the-new-remote-working-trend-in-sweden,c3604443>



Turisme i descentralització: respostes locals per a reptes globals

La implicació dels governs municipals en la planificació i gestió turística permet adaptar millor les actuacions a les necessitats dels visitants, residents i agents locals. A més, la coordinació amb governs supramunicipals permet respostes més efectives i específiques. Aquesta col·laboració afavoreix les transformacions digital, verda i social del turisme del futur.

La descentralització de les polítiques i la gestió turístiques permet entendre les necessitats i preferències de les diferents destinacions, tant des de la perspectiva dels visitants, com des de la de la ciutadania que hi resideix i de la resta d'agents que configuren els respectius ecosistemes turístics (GRÀFIC 1). Els processos de presa de decisions de les organitzacions de gestió de la destinació (OGD) i dels governs municipals, que es fonamenten en un coneixement pròxim de la realitat, proporcionen respostes més efectives per a cada situació.

Des d'una perspectiva supralocal, la mateixa Comissió Europea posa de manifest que "per a què les estratègies turístiques nacionals o regionals siguin específiques i eficaces, han de complementar-se amb plans de treball elaborats i adaptats a nivell local".¹ D'aquesta manera, s'accelera el camí de les transicions en curs (digital, verda i també social) de les activitats turístiques i es promou una major resiliència en l'ecosistema turístic (Comissió Europea, 2022).

Consegüentment, cal tenir present l'aportació per part dels governs locals respecte de la millora de l'impacte de les polítiques turístiques actuals de cara a afrontar certs reptes clau, com ara la gestió dels fluxos de visitants, el canvi climàtic i els impactes ambientals, o bé la transició digital (OECD, 2025).²

Nous reptes i oportunitats per als municipis turístics

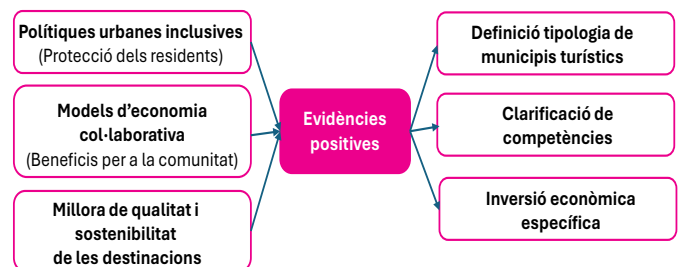
En el marc del *Tourism Innovation Summit* celebrat a Sevilla el mes d'octubre de 2024, els responsables de

GRÀFIC 1: DE LA POLÍTICA SUPRALOCAL A L'IMPACTE LOCAL DEL TURISME.



Font: Elaboració pròpia.

GRÀFIC 2: DE LES ACTUACIONS MUNICIPALS A LA REGULACIÓ DELS MUNICIPIS TURÍSTICS



Font: Elaboració pròpia.

turisme de diferents comunitats autònomes espanyoles van destacar la importància de certes actuacions impulsades per part dels governs municipals en l'actual context de l'evolució del turisme a Espanya.

Concretament, es va fer referència a polítiques urbanes inclusives orientades a protegir els residents locals o a propostes basades en models d'economia col·laborativa aplicats al turisme i amb efectes beneficiosos per a la comunitat local. Per mitjà d'aquestes actuacions, es contribueix a reforçar la qualitat excel·lent de les destinacions turístiques, a optimitzar l'impacte del turisme als respectius territoris i a preservar un desenvolupament equilibrat i sostenible de les comunitats i cultures locals.

El reconeixement creixent dels efectes positius de la descentralització en les polítiques turístiques aquests darrers anys també s'evidencia en les propostes de millora de la regulació dels municipis turístics a Espanya, orientades a concretar les característiques o tipologies d'aquests tipus d'ens municipals, a especificar-ne les competències que els correspon gestionar i a assignar-los recursos econòmics específics per a la seva gestió (GRÀFIC 2).

Cap a un nou marc regulador i de governança col·laborativa

En aquest sentit, destaca el plantejament proposat per l'Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa a la Secretaria d'Estat de Turisme del govern espanyol el desembre de 2023 sobre la necessitat de redefinir el concepte de municipi turístic i les seves vies de finançament (Hosteltur, 2023).³

Cal fer esment de l'aprovació, el gener de 2024, per part del Govern de Castella-la Manxa del Decret 3/2024 que regula el municipi turístic a dita comunitat (com a

conseqüència de l'aprovació de la Llei 5/2020, de Medidas Urgentes para la Declaración de Proyectos Prioritarios en Castilla-La Mancha, que modificava la Llei 8/1999, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha) (INAP, 2024).⁴

Més recentment, 13 municipis integrants de l'Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (AMTC) van acordar impulsar la proposta de Llei de municipi turístic, ja admesa actualment pel Parlament de Canàries. Aquesta proposta consisteix en establir un marc jurídic específic per als municipis turístics de les illes, la qual cosa els permet aplicar una organització adaptada a les seves necessitats particulars (AMTC, 2024).⁵

Cal recordar que la legislació espanyola estableix una definició molt restrictiva del concepte "municipi turístic" a l'article 125 del text refós de la Llei reguladora de les hisendes locals, fet que justifica aquesta demanda de millora a nivell estatal o a través d'iniciatives autonòmiques. Segons aquesta norma, poden tenir el reconeixement de municipis turístics aquells que, sense ser capitals de província o de comunitat autònoma, tinguin una població de dret inferior a 75.000 habitants i que compleixin aquestes altres dues condicions: (a) tenir una població de dret superior a 20.000 habitants i (b) tenir una quantitat d'habitatges de segona residència superior a la d'habitatges principals (d'acord amb les dades oficials del darrer Cens d'edificis i habitatges).

Certament, aquesta definició tan restringida de municipi turístic deixa fora molts ens locals que, tot i tenir una activitat turística intensa, no s'ajusten als requeriments legals establerts. Aquest fet els impedeix l'accés a un finançament complementari per a la millor provisió de serveis turístics locals, ja que la mateixa Llei reguladora de les hisendes locals estableix mecanismes específics de finançament per als municipis turístics basats en la

participació en tributs estatals.

Cal tenir en compte que la dotació de recursos econòmics complementaris per als ajuntaments dels municipis turístics es justifica pels efectes de tenir una població de dret molt inferior a la població de fet: a partir de la primera es determina una gran part dels ingressos municipals, mentre que la segona condiciona el dimensionament de la despesa per a la prestació dels serveis públics corresponents.

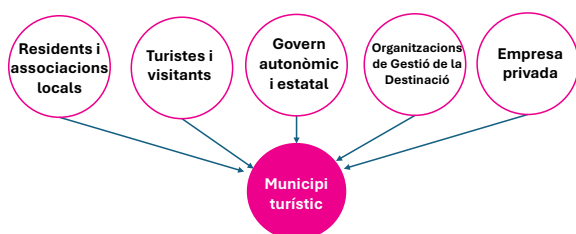
Nous models de governança col·laborativa

Davant d'això, i donat que la Llei de bases de règim local faculta les comunitats autònomes a establir règims municipals especials quan concorrin determinades circumstàncies, s'han proposat i aprovat legislacions autonòmiques amb diferents models de regulació dels municipis turístics i de finançament del turisme a escala municipal (GRÀFIC 3).

- Catalunya: l'impost sobre les estades en establiments turístics (Llei 5/2012) permet recaptar recursos per al denominat Fons per al foment del turisme. Els seus recursos es destinen a finançar polítiques turístiques a Catalunya assignant un mínim del 50 % de la seva dotació a les entitats locals.
- Comunitat Valenciana: el Decret 5/2020 de regulació de l'estatut del municipi turístic distingeix tres categories de municipi turístic (d'excel·lència, de rellevància i de singularitat) i atorga el dret a accedir a vies d'ingrés.
- Aragó: la Ley del Turismo defineix el concepte de municipi turístic, fet que té efectes favorables en el desplegament de mesures de foment i suport del govern autonòmic.

Pel que fa a les polítiques turístiques més descentralitzades, s'estan desplegant nous models de governança del turisme basats en la col·laboració entre totes les parts interessades. Per exemple, s'han creat xarxes o comitès *multistakeholder*, com es fa a algunes destinacions dels Estats Units (GWU, 2025).⁶ Aquests models incorporen organitzacions públiques i privades, agents econòmics locals d'altres sectors econòmics i socials relacionats, autoritats locals, organitzacions de gestió del turisme, associacions i residents locals. Molts d'aquests instruments de governança es basen en els comitès creats en els processos de planificació estratègica de les respectives destinacions, mitjançant els quals es genera un diàleg ric i un marc de relació de confiança.

GRÀFIC 3: MODELS AUTONÒMICS I DE GOVERNANÇA COL·LABORATIVA EN TURISME.



Font: Elaboració pròpia.

Fonts consultades:

¹ European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Transition pathway for tourism, Publications Office of the European Union, 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, Paris.. <http://dx.doi.org/10.1787/a57c343d-en>

³ Hosteltur (2023). La financiación de los municipios turísticos, en la agenda política de 2024. Recuperat 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. Recuperat de <https://laadministracion.inap.es/noticia.asp?id=1240880>

⁵ AMTC - Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (2024). Ley de Municipio Turístico de Canarias. Recuperat 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>



Nous perfils turístics en l'era digital i regenerativa

Com la convergència entre tecnologia i experiència humana està transformant el mercat laboral turístic europeu

Europa, principal destinació turística mundial, afronta una paradoxa laboral: sorgeixen perfils híbrids d'alt valor tecnològic mentre persisteixen la precarietat i els salaris baixos. Aquesta dualitat reflecteix la tensió entre innovació i desigualtat. El repte és discernir si la revolució digital regenerarà realment el mercat laboral turístic o només n'accentuarà les fractures socials.

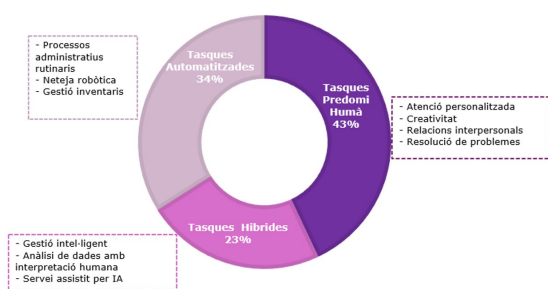
Aquest 2025, el turisme europeu es troba davant d'un punt d'inflexió crucial. Les dades més recents confirmen una recuperació robusta: Europa va acollir 747 milions de turistes el 2024,¹ mentre que el sector genera 26 milions de llocs de treball (12 % de l'ocupació total europea)² i contribueix amb 1,9 bilions d'euros al PIB (10,5 % de l'economia continental).² Però aquestes xifres macroeconòmiques emmascaren una realitat dual: l'emergència d'una elit de professionals altament qualificats conviu amb la persistència de condicions precàries per a una altra part de la força laboral del sector.

L'anatomia dels nous perfils professionals: més enllà del discurs optimista

L'informe Future of Jobs Report 2025 del Fòrum Econòmic Mundial (WEF) confirma que es crearan 78 milions de nous llocs de treball nets a nivell global fins al 2030,³ amb el 37 % de les competències laborals actuals destinades a transformar-se completament. Aquesta revolució genera la necessitat de perfils professionals inèdits, que combinin competències tecnològiques avançades amb habilitats centrades en l'experiència humana.

L'informe "Empleos de Futuro para Ciudades y Destinos Turísticos Inteligentes"⁴ (2023) elaborat per SEGITTUR i la Fundació COTEC (2023) identifica 46 nous perfils professionals específicament dissenyats per al panorama en evolució de les destinacions turístiques intel·ligents. Aquests rols es distribueixen

GRÀFIC 1: FUTURS PERFILS LABORALS EN L'AUTOMATITZACIÓ EN HOTELERIA I TURISME



Distribució de tasques per tipus de col·laboració humà-màquina segons l'informe del WEF (Projecció 2030).

Font: Elaboració pròpia a partir de l'informe Future of Jobs Report 2025 del World Economic Forum (WEF). Industry Profile: Accommodation, Food and Leisure. Pàg. 240, 241.

estratègicament en serveis a ciutadans i visitants, transformació de l'entitat local i gestió intel·ligent de la destinació.

Entre els perfils més disruptius figuren els experts en experiència d'usuari de turisme intel·ligent, responsables de definir experiències personalitzades per al turista hiperconnectat;⁴ els gestors de comunitats locals digitals, que combinen *community management* amb coneixement territorial per crear narratives autèntiques,⁴ i els curadors d'experiències intel·ligents, una evolució dels guies tradicionals que utilitzen IA per dissenyar itineraris adaptatius.⁴ Els *data scientists* per a turisme intel·ligent,⁴ especialitzats en analitzar informació de sensors urbans, completen aquesta nova generació de professionals que poden percebre salaris d'entre 65.000 i 85.000 euros anuals, quelcom que contrasta notablement amb la realitat salarial de la majoria del sector.

La revolució de competències: intel·ligència artificial versus intel·ligència emocional

El WEF identifica una transformació simultània de competències tecnològiques i humanes que redefineix el futur professional turístic.³ Les habilitats en intel·ligència artificial i anàlisi de grans dades són requisits essencials per al 69 % de les empreses del sector, juntament amb la ciberseguretat (69 %) i l'alfabetització tecnològica general (60 %). L'automatització impulsa la necessitat d'especialistes en IA i ciberseguretat.

Paradoxalment, les competències humanes registren una valoració creixent: el 47 % de les empreses prioritza el pensament creatiu, el 55 % s'inclina per la resiliència i la flexibilitat, i el 63 % fomenta el lideratge social.³ El 85 % dels empresaris adopten la IA per augmentar les capacitats humanes, no per substituir-les. Aquesta simbiosi entre intel·ligència artificial i intel·ligència emocional és fonamental per a la transformació regenerativa del sector.

Espanya emergeix com un cas d'estudi destacat, atès que el 91 % de les seves empreses prioritzen la IA i el *big data* (superant les dades sectorials del 69 %) i el 73 %, el lideratge social.³ Aquesta hibridació posiciona Espanya com a líder en l'adaptació a aquest nou paradigma laboral i el converteix en un referent valuós per a la resta d'Europa.

GRÀFIC 2: CATEGORIZACIÓ DELS NOUS PERFILS TURÍSTICS PER A CIUTATS I DESTINACIONS TURÍSTIQUES INTEL·LIGENTS

Serveis a ciutadans i visitants	Transformació de l'entitat local	Gestió intel·ligent de la destinació
Perfils orientats a personalitzar l'experiència del visitant, crear continguts immersius i optimitzar la interacció entre turistes i destinació.	Professionals especialitzats en modernitzar organitzacions turístiques, implementant metodologies àgils i sistemes tecnològics avançats.	Rols orientats a l'anàlisi de dades, sostenibilitat i planificació estratègica per optimitzar la gestió territorial de les destinacions.
Expert en experiència d'usuari de turisme intel·ligent	Facilitador de metodologies àgils	Data scientist per a turisme intel·ligent
Curador d'experiències intel·ligents	Arquitecte de sistemes IoT	Especialista en sostenibilitat turística
Gestor de comunitats locals digitals	Gestor de turisme intel·ligent	Analista de fluxos urbans
Dissenyador d'experiències immersives	Especialista en canvi organitzacional	Gestor de capacitat de càrrega

Font: Elaboració pròpia a partir de l'informe Empleos de Futuro para Ciudades y Destinos Turísticos Inteligentes (2023) SEGITTUR & Fundación COTEC.

La transformació dels rols tradicionals: entre automatització i requalificació

Segons l'INE, el sector turístic espanyol va generar 2,5 milions de llocs de treball el 2023, és a dir, l'11,6 % de l'ocupació total del país.⁵ Tanmateix, a escala europea, les estadístiques d'Eurostat mostren que la precarietat continua sent un repte: el 20,8 % dels llocs de treball vinculats al turisme són temporals, gairebé el doble que la mitjana de l'economia continental.⁶

Tot i els discursos alarmistes sobre l'automatització, les dades apunten a una realitat més complexa. Segons el WEF, el 43 % de les tasques en hostaleria seran predominantment humanes el 2030, el 23 % es desenvoluparan en entorns híbrids entre persones i màquines, i el 34 % tindran un predomini tecnològic.³ Fins i tot els rols de primera línia mostren perspectives de creixement, la qual cosa desmenteix el mite de la substitució massiva.

Tanmateix, el veritable repte no és la tecnologia, sinó la capacitat d'atraure i retenir talent. El 55 % de les empreses turístiques afirmen tenir dificultats per incorporar professionals (enfrent del 37 % de mitjana global).⁷ El problema de fons rau en la precarietat salarial i les condicions laborals: el salari mitjà al sector és de 23.863 € anuals, 7 molt per sota dels 65.000-85.000 € dels nous perfils digitals.⁴

Les competències més demanades apunten cap a una hibridació entre tecnologia i servei humà, fet que posiciona el sector com menys disruptiu tecnològicament però altament dependent del capital humà.

Fonts consultades:

¹ Natixis (2025). Tourism: The New Manufacturing Industry in Europe?. Natixis Corporate & Investment Banking. Recuperat 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. Recuperat de <https://wtcc.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. Recuperat de <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2025/>

⁴ CETT Fundació (2023). "La retenció del talent en turisme, a debate en el TTM". 2º Tourism Talent Management, Girona, 23 febrer 2023. Recuperat de <https://www.cett.es/es/turismo-talento-ttm-girona>

⁵ Institut Nacional d'Estadística (2025). Cuenta Satélite de Turismo de España. Serie 2021-2023. Madrid: INE. Recuperat de <https://www.ine.es/dyngs/Premsa/CSTE2023.htm>

⁶ Eurostat (2024). Tourism industries - employment. Statistics Explained. Recuperat 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. Recuperat de <https://www.profesionalhoreca.com/2023/05/09/los-salarios-en-hosteleria-y-turismo-segun-turijobs/>

No obstant això, aquest nou model només serà viable si la transformació es fa extensiva a tota la base laboral. Qualificar, dignificar i incloure deixen de ser opcions per esdevenir condicions indispensables per a un futur turístic més just i resilient.

Experiències territorials: innovació en acció

Els perfils híbrids ja formen part de la realitat sectorial al nostre territori. La Casa Batlló destaca com a cas paradigmàtic de transformació digital patrimonial, reconeguda el 2025 amb el distintiu [Catalonia Exponential Leaders](#). Aquesta construcció ha incorporat especialistes en experiències immersives i *data scientists* aplicats al turisme, de manera que ha redefinit els rols tradicionals museístics.

En l'àmbit hotel·ler, amb el suport de [l'ITH Robotics Club](#), han emergit especialistes en integració de *cobots* i tècnics d'automatització de processos. Aquestes innovacions permeten reduir un 60 % el temps de tasques repetitives i disminuir un 30 % les lesions laborals.

Lleida ha implementat el projecte [Second Step](#), amb 62 senyals turístiques intel·ligents finançades amb fons NGEU, cosa que ha permès la creació de nous perfils com els gestors de continguts digitals immersius. A Barcelona, els projectes pilot en [Espais de Gran Afluència](#) han afavorit l'aparició de rols com els gestors d'anàlisi urbana amb IA i especialistes en mobilitat turística intel·ligent.

Cap a una transformació realment regenerativa

La transformació laboral del turisme europeu es troba davant d'una cruïlla ètica fonamental. Les dades confirmen la creació de perfils innovadors ben remunerats, però també revelen la persistència d'una base laboral precària que sosté el funcionament del sector.

Una transformació realment regenerativa requereix integrar tres dimensions: l'excel·lència tecnològica dels nous perfils professionals, la dignificació salarial dels treballs existents i la creació de ponts formatius que permetin la mobilitat ascendent dins del sector.

Les dades actuals suggereixen que estem a l'inici d'aquesta transformació. L'èxit de la transició dependrà de la voluntat política i empresarial per fer de la justícia social una prioritat operativa en els nous models turístics europeus.



El turista *silver*: un viatger exigent i actiu a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre

El turisme *silver* representa una gran oportunitat per al sector turístic atesa la seva capacitat de desestacionalització, dinamització territorial i impuls cap a un turisme més inclusiu. Aquest turista representa més del 34 % dels viatgers que visiten la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.

El concepte *turista silver* compren tots els visitants de més de 55 anys, aproximadament, que tenen un estil de vida actiu i participen de manera significativa en el consum turístic. Diferentment del concepte de sènior, generalment el turista silver gaudeix d'un estil de vida saludable i actiu, amb certa capacitat de despesa i estalvi, un ús creixent de la tecnologia i flexibilitat a l'hora de programar els seus viatges al llarg de l'any. A més, es defineix per ser un viatger curiós, exigent, que busca experiències autèntiques, culturals, relacionades amb el benestar i sostenibles, de qualitat i amb cert grau de personalització.

A partir de les dades proporcionades pel Departament de Consultoria d'Eurecat, s'ha definit el perfil d'aquest segment turístic a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, amb la voluntat d'estudiar el seu impacte i comportament en la destinació.

Perfil del turista *silver* a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre

El turista *silver* que visita la Costa Daurada i Terres de l'Ebre és principalment un turista nacional (66,2% vers el 33,8% d'estranger), tot i que des de 2022 l'evolució del turisme *silver* estranger dibuixa una tendència a l'alça. Pel que fa els turistes *silvers* estrangers, principalment provenen de França, Regne Unit i Països Baixos.

Un alt percentatge viatja en parella (62,3 %) i fa servir un vehicle privat per arribar a la destinació (64,8 %).

És un turista influenciat per les recomanacions i la informació que els hi proporcionen amics i familiars, fins al punt que un 32,0 % ha conegut i escollit la destinació seguint els seus suggeriments. També es caracteritza per ser un turista fidel. Un 12,20 % acostuma a visitar la destinació més d'una vegada i, en la mateixa mesura, un 12,2 % ja coneixia la destinació d'abans. A aquestes consideracions s'afegeix que un 18,2 % visita la destinació perquè hi disposa d'una segona residència.

La seva principal motivació per visitar la Costa Daurada és gaudir del clima i la platja (54,7 %), així com relaxar-se i descansar (51,4 %). També prenen protagonisme altres activitats, com passejar (74,3 %), gaudir de la gastronomia (39,2 %) i visitar llocs i espais culturals o naturals (23,5 %).

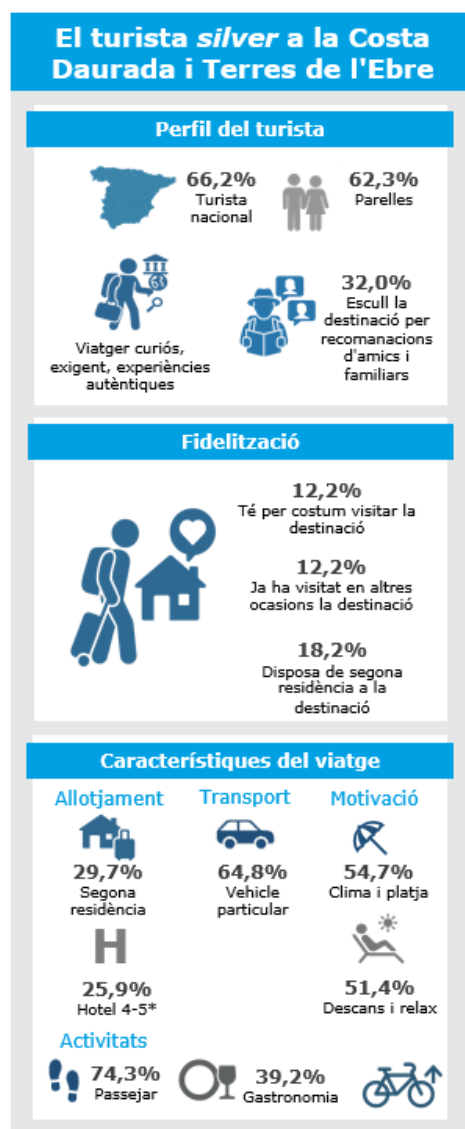
És important destacar l'evolució a l'alça d'activitats

relacionades amb el turisme actiu, com el senderisme o les sortides amb bicicleta (en aquest darrer cas, fins a més de vuit punts percentuals en els darrers deu anys).

Característiques del viatge

Les segones residències són el principal tipus d'allotjament escollit (29,7 %), seguit dels hotels d'alta categoria, 4-5 estrelles (25,9 %). Tot i això, si ens fixem en la tendència dels darrers deu anys, s'observa un increment en aquesta darrera tipologia d'allotjament respecte de les segones residències, que dibuixen una dinàmica contrària.

GRÀFIC 1: INFOGRAFIA DEL TURISTA SILVER A LA COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE.



Font consultada:

Operació de caracterització de la demanda turística de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre del Departament de Consultoria d'Eurecat. Les dades per a la caracterització del turista *silver* a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre comprenen valors de mitjana del període del 2015-2025.



Costa Daurada

La innovació i recerca en turisme

A la Costa Daurada s'han posat en marxa noves iniciatives de recerca per a la innovació, la sostenibilitat i la competitivitat de destinacions. La URV impulsa una nova càtedra de sostenibilitat i innovació turística que promou la competitivitat a Salou i la Costa Daurada amb projectes centrats a definir experiències de turisme blau, incliusiu i artístic. Per la seva banda, Tarragona acollirà els dies 1 i 2 d'octubre el I Congrés d'Investigació Tècnica Cultural sobre el romesco, un esdeveniment que té per objectiu convertir el romesco en un element central del relat gastronòmic i cultural de Tarragona i que comptarà amb la intervenció de 50 experts, nou dels quals compten amb estrelles Michelin.

Els Fons de Transició Nuclear una oportunitat per al turisme del territori

El turisme és un dels projectes inclosos en el marc del Fons de transició nuclear, al qual el Departament d'Empresa i Treball destinarà prop de 4 milions d'euros i que ha de servir per impulsar diferents actuacions en clau digital a les zones afectades pel tancament de les centrals nuclears d'Ascó i Vandellòs. Els beneficis d'aquest fons estan destinats a empreses i agents econòmics de 96 municipis situats en un radi de menys de 30 km de les centrals nuclears que cobreix vuit comarques catalanes.

Aquests ajuts, finançats amb el 50 % dels ingressos de l'impost sobre l'energia nuclear, tenen com a objectiu principal assegurar una transició energètica justa que no deixi enrere els territoris afectats. La finalitat és impulsar el desenvolupament d'un nou model productiu d'alt valor afegit, diversificar l'economia local i compensar la pèrdua de llocs de treball directes.

Terres de l'Ebre

Aposta pel Turisme Blau

Cada vegada són més les destinacions que aposten pel turisme blau, un model de turisme que aprofita els recursos aquàtics d'una manera respectuosa i conscient i ofereix als viatgers experiències úniques en mars, oceans i costes mentre promou la conservació d'aquests entorns naturals vitals. És el cas, a les Terres de l'Ebre, de l'Ajuntament d'Amposta que ha posat en marxa rutes fluvials pel riu Ebre amb l'embarcació elèctrica "La Perla". Altres exemples són el de l'Ajuntament de La Ràpita, amb la futura restauració del canal Carles III, i el del COPATE (Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre,) , que promourà la restauració i activació de l'ús turístic de l'antic pont de ferro de Mora d'Ebre. Es tracta d'actuacions que s'han desenvolupat en el marc dels Plans de sostenibilitat turística, finançats per fons europeus Next Generation.

Via verda de la Val de Zafán, un corredor cicloturístic estratègic

El 18 de maig es va instal·lar a Amposta el nou pont metàl·lic de la via verda de la Val de Zafán. L'estructura, de 90 metres de llargada i tres metres d'amplada, connectarà definitivament els parcs naturals del Delta de l'Ebre i dels Ports. L'extensió de la via verda de la Val de Zafán, impulsada per la Diputació de Tarragona amb el suport dels ajuntaments de Roquetes, Tortosa, Amposta i La Ràpita, es preveu que entri en funcionament a principis de 2026. El pressupost és de 6,3 milions d'euros, dels quals 5 milions provenen del fons europeu Next Generation. Un cop completada, la via verda es convertirà en un corredor cicloturístic estratègic que unirà tot el territori ebrenc i potenciarà el turisme sostenible a la zona.

Novetats i Publicacions

ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DE CATALUNYA 2028

El passat mes de juliol es va presentar la nova Estratègia de Màrqueting de Catalunya 2028, elaborada per l'Agència Catalana de Turisme. Sota el lema "(+) Catalunya, millor turisme", la nova estratègia té l'objectiu de captar visitants més conscients i de construir una destinació alineada amb els valors del benestar, la sostenibilitat i la qualitat. L'estratègia s'articula al voltant de vuit objectius i sis vectors.
www.act.gencat.cat

UN PUNT D'INFLEXIÓ

El Fòrum Econòmic Mundial (WEF) ha publicat el seu informe "Travel and Tourism at a Turning Point 2025", en el qual s'analitzen els canvis estructurals que estan definint el futur del sector. L'estudi destaca que el turisme és un motor de canvi social, tecnològic i sostenible i posa l'accent en la necessitat d'adaptar-se a un nou model de viatge més conscient, on la resiliència, la circularitat i la digitalització són clau per garantir la competitivitat i la viabilitat de les destinacions a llarg termini.
www.weforum.org

IA AL TURISME

Un estudi global de Booking.com, realitzat entre abril i maig de 2025, revela dades clau sobre la percepció de la intel·ligència artificial (IA). Destaca que l'ús principal de la IA és estalviar temps i millorar la productivitat. Un punt clau per al sector que revela l'informe és que els viatgers volen que la IA els ajudi a evitar destinacions massificades i esperen rebre recomanacions que beneficiïn les comunitats locals.
www.booking.news.com



ALBERT CANADELL, DIRECTOR DEL GRUP HOTELER GRUPO BLAUMAR (SALOU) I MEMBRE DE LA FEHT (FEDERACIÓ EMPRESARIAL D'HOSTALERIA I TURISME DE TARRAGONA)

“Un compromís clar amb la sostenibilitat no només millora l'eficiència del sector, sinó que també reforça la reputació de la Costa Daurada i la fa més atractiva”

Com enteneu la sostenibilitat social dins del sector hotelier i quins són els eixos prioritaris al Grupo Blaumar?

A Grupo Blaumar creiem que, com a activitat hotelera, hem de poder impactar positivament en les persones i en la comunitat local, creant llocs de treball de qualitat, amb igualtat d'oportunitats i, especialment, creant experiències turístiques responsables que connectin amb el territori. En aquest sentit, el programa Vacances Solidàries, creat amb la Creu Roja i gràcies al qual hem allotjat aquest estiu 35 famílies de la demarcació de Tarragona amb risc d'exclusió social de manera gratuïta, reflecteix la nostra voluntat d'enfortir relacions amb la comunitat i compartir el valor de la nostra feina amb la societat.

Creieu que les pràctiques ambientals són un element diferencial de competitivitat per a un hotel avui dia?

Les pràctiques ambientals s'han convertit en un factor de competitivitat al sector hotelier i encara que no sigui un únic factor d'elecció o el més important, els clients són més conscients i valoren cada vegada més els establiments responsables amb el medi ambient. Enguany a Grupo Blaumar complim 25 anys de la certificació mediambiental europea EMAS, sent pioners en aquest segell al sector turístic estatal. Hem implementat mesures en les instal·lacions per millorar l'eficiència ambiental de l'hotel, però també n'hem implementat moltes altres adreçades als clients o als treballadors, com ara la *neteja eco-friendly*, l'eco-tour virtual de l'hotel, els tallers de sostenibilitat, l'ús d'una màquina que transforma l'oli usat de la cuina en detergent multisuperfícies o la compostadora automàtica que fabrica adob natural a partir dels nostres residus orgànics.

En termes de digitalització, quin paper juga la recollida i anàlisi de dades en la presa de decisions estratègiques en el vostre negoci?

Apostem clarament per la digitalització dels processos, que ens ajuda a optimitzar el temps i el rendiment de les persones, conèixer millor el nostre client i les seves necessitats i optimitzar el funcionament de les nostres instal·lacions i serveis. Ens ajuda a gestionar aspectes com l'ocupació, les compres, l'eficiència energètica o la satisfacció dels clients i, per tant, ens facilita una presa de decisions més àgil i precisa. En definitiva, la digitalització ens ajuda a innovar i mantenir la competitivitat.

Per acabar, com descriuríeu el posicionament actual del Grupo Blaumar i quin és el “salt” estratègic que voleu fer a mitjà termini?

Veiem necessari crear i reforçar vincles amb la comunitat per millorar així la cohesió amb el territori. Prova d'això és una acció d'art efímer i sostenible sobre els oceans que hem dut a terme aquest any, amb la col·laboració de la reconeguda artista local Nuri Mariné. En el futur més pròxim tenim la voluntat de seguir sent innovadors en matèria de sostenibilitat i seguir apostant per la qualitat dels nostres establiments.



Diplomat en Direcció Hotelera per la Universitat Autònoma de Barcelona, compta amb àmplia experiència en càrrecs d'alta direcció en la indústria hotelera. Des del 2020 forma part del grup hotelier Grupo Blaumar, a Salou, on exerceix de director general. També és membre de la junta directiva de l'Associació Hotelera Costa Daurada i Terres de l'Ebre i de la Federació Empresarial d'Hostaleria i Turisme de Tarragona, de la qual presideix la comissió de sostenibilitat.

“La IA, combinada amb la digitalització, és una eina clau per ajudar-nos a ser més eficients i, per tant, més 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

TELÈFON: 977 394 871

EMAIL: turisme@eurecat.org

CONSELL EDITORIAL: Salvador Anton, director científic de l'àrea de Turisme d'Eurecat
Sara Mestre, consultora en turisme i cultura d'Eurecat
Trini Rovira, consultora en turisme i cultura d'Eurecat

REDACCIÓ: Trini Rovira, Elisabet Arlandes, Eva Martínez, Xavier Cubeles i Mar Alsina (Innovació).