



# Media review

12/01/23



**Onclusive** On your side

# Índice

La recuperación del turismo reaviva el debate sobre la idoneidad de la tasa turística Agenttravel - 01/11/2022	4
ACAve Travel Market Valencia, 2 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 03/11/2022	7
ACAve Travel Market Valencia, 2 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 03/11/2022	8
ACAve Travel Market Sevilla, 9 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 10/11/2022	9
ACAve Travel Market Sevilla, 9 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 10/11/2022	10
El turisme 'adults only' s'obre pas @ ARABALEARS.CAT - 13/11/2022	11
El turisme 'adults only' s'obre pas @ ARABALEARS.CAT - 13/11/2022	12
El turisme 'adults only' s'obre pas @ ARA.CAT - 13/11/2022	13
El turisme 'adults only' s'obre pas @ ARA.CAT - 13/11/2022	14
SENSE INFANTS: EL TURISME "AnULTS ONLY" S"OBRE PAS Ara Especial - 13/11/2022	15
ACAve Travel Market Barcelona, 16 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 17/11/2022	16
ACAve Travel Market Barcelona, 16 de noviembre 2022 @ ACAVE.TRAVEL - 17/11/2022	17
Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour @ GACETADEL TURISMO.COM - 17/11/2022	18
Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour @ GACETADEL TURISMO.COM - 17/11/2022	19
La "venganza" del turismo contra el covid impacta en el sector Activos - 25/11/2022	20
El turismo para "vengarse" del covid impulsa el sector @ EPE.ES/ES - 26/11/2022	24
La "venganza" del turismo contra el covid impacta en el sector Información Activos - 27/11/2022	25
El turismo para «vengarse» del covid impulsa el sector @ ELSOLREVISTA.COM - 27/11/2022	29
El resurgir del turismo para vengarse del covid El Periódico de Catalunya Activos - 27/11/2022	30

El sector experimenta una recuperación acelerada, motivada El resurgir del turismo para vengarse de la covid 34  
Levante el M. Valenciano Emv Activos - 27/11/2022



1 Noviembre, 2022

## La recuperación del turismo reaviva el debate sobre la idoneidad de la tasa turística

Este gravamen, que enfrenta a la Administración con los profesionales del sector, puede tener beneficios para los destinos siempre y cuando su recaudación revierta íntegramente en el turismo.



*Los hoteleros han mostrado su rechazo a los impuestos sobre las estancias en establecimientos turísticos reglados.*

La posibilidad de implantar una tasa turística es un debate que aflora cada cierto tiempo y sobre todo cuando las cifras turísticas son halagüeñas. Un gravamen un tanto controvertido que suele enfrentar a la Administración con los empresarios turísticos.

Los principales argumentos a favor defienden que sirve para obtener más ingresos para el sector y hacer frente a los costes públicos asociados al turismo. Por el contrario, quienes se oponen afirman que la tasa turística supone un obstáculo para los visitantes y cuestionan su modo de aplicación.

Sin embargo, lo cierto es que, según las cifras, en los lugares donde se ha implementado esta medida recaudatoria no se ha producido un efecto disuasorio en la llegada de los turistas en favor de otro destino.

En este sentido, Jordi Martí, presidente de **Acave**, afirma a AGENTTRAVEL que "las tasas turísticas son muy

comunes en muchos países de la Unión Europea y los viajeros están acostumbradas a ellas. No afectan a la decisión de compra. Es más, la mayoría comparten el espíritu de este tipo de tasas y la apoyan".

“

**El buen uso de la recaudación del impuesto puede contribuir a una mejor gestión y experiencia turística**

Pablo Díaz Luque

”

Concretamente en Cataluña, primera comunidad autónoma en implementar esta medida en 2013, los datos de llegadas de viajeros a los aeropuertos de Barcelona este verano, y en general todas

las estadísticas oficiales, "confirman que la región mantiene un liderazgo turístico en España", apunta Jordi Martí.

Convencidos de que la tasa turística no afecta negativamente a los destinos se muestran Pablo Díaz Luque, profesor del Programa de Turismo de la **UOC** y Marcos Franco, socio fundador de ReinciaT y **ObservaTUR**.

Sin embargo, este último matiza que hay que explicar los fines a los que se destina esa recaudación tanto a los locales como a los que están de paso. Porque, según su opinión, "bien explicadas las finalidades, estamos convencidos de que no habrá descensos en la demanda, todo lo contrario".

Por su parte, Díaz Luque añade que en sentido estricto el destino puede perder cierta competitividad frente a otros competidores. Pero explica que "el buen uso de lo recaudado por esa tasa podría contribuir a una mejor gestión y experiencia turística".



José Luis Méndez, presidente de UNAV, es de la misma opinión que los anteriores, y piensa que "correctamente encauzada, esa recaudación podría servir para consolidar la recuperación del sector, mejorar nuestras infraestructuras y apoyar al tejido empresarial".

Puede ser, además, "el complemento que precisa nuestro sector -presuponiendo que vaya en su totalidad al turismo- para incrementar la partida presupuestaria a todas luces insuficiente que generalmente suelen destinar los Presupuestos del Estado a nuestra industria", añade Méndez.

## La tasa en España

Después de Cataluña, en 2016 Baleares puso en marcha su propia "ecotasa" para "impulsar el turismo sostenible". Y este 2022 la Comunidad Valenciana se ha subido al carro de la tasa turística y todo apunta que este nuevo tributo será aprobado a finales de año en las Cortes Valencianas.

En este caso este gravamen estará entre 0,5 euros y dos euros por pernoción en función del tipo de alojamiento y con carácter municipal y voluntario, es decir, que serán los ayuntamientos los que decidan en última instancia si se activa este gravamen.

En otras comunidades autónomas y ciudades españolas ya se ha abierto el debate de la tasa turística, como en Andalucía donde ha sido rechazada por el Gobierno, San Sebastián, Santiago de Compostela e incluso en Madrid donde fue planteada por el partido que lidera Mónica García.

Hasta la propia ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se ha mostrado partidaria de que la tasa turística se implante siempre y cuando esta decisión sea "fruto del diálogo", al tiempo que ha defendido la "autonomía" de los ayuntamientos y de las comunidades en esta materia.

Llegados a este punto, ¿sería una buena estrategia implantar esta tasa de manera general en España? Para Pablo Díaz Luque está clara la respuesta: no, ya que "no es lo mismo la situación del turismo en Teruel que en Barcelona".

En su opinión, dependiendo del desarrollo turístico del destino puede tener sentido introducir este gravamen o no.

"En los destinos turísticos muy consolidados puede entenderse la introducción de una tasa que palie de alguna manera las externalidades negativas que el turismo excesivo puede tener. No hay

## ¿Cuál es el importe de las tasas en Europa?

El impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos es un recargo que se cobra al visitante de una ciudad o de un país y que se suele añadir al precio tras la reserva hotelera o al comprar el billete de avión.

En las principales capitales europeas, salvo Madrid, Londres y Dublín, es un gravamen muy popular que no ha supuesto un empeoramiento de las cifras turísticas.

Por ejemplo, en **Italia** hay que pagar un importe distinto según la región en donde estemos. En Roma, por ejemplo, hay que abonar dos euros por persona y noche, salvo en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, donde la tasa sube hasta los tres euros. En Milán y Florencia se cobrará un euro por cada noche y estrella que tenga el hotel, mientras que en Venecia el importe dependerá de la zona y las estrellas del hotel.

En **Francia** el impuesto oscilará entre los 0,20 euros por persona y noche y los tres euros, dependiendo del tipo de alojamiento que hayamos contratado. La tasa es común para todo el país, con excepción de la capital, París, donde se cobra un 10% más.

En **Bélgica**, la tasa varía dependiendo del tipo de alojamiento y del municipio en el que se encuentra. La tasa más elevada de todas se encuentra en Bruselas, donde se puede llegar a pagar entre 2,15 y 5 euros por persona y noche, dependiendo del hotel.

En **Holanda**, en Ámsterdam se paga un 5% del precio del alojamiento por pernoción.

Ocurre lo mismo en **Alemania**, donde en Berlín se tendrá que pagar un 5% del precio de alojamiento por persona y noche.

En Austria, en Viena se abona una tasa



Roma aplica una tasa de dos euros por persona y noche.

del 3,20% del precio del hotel por noche y persona.

En la **República Checa**, en el caso de Praga, la cantidad que tendremos que pagar será de 0,5 euros por día de estancia y huésped.

En **Portugal**, en las dos ciudades más importantes, Oporto y Lisboa, aplican la misma tasa pero con matices. En la capital los viajeros tendrán que abonar una tasa de dos euros por persona y noche, aunque solo durante su primera semana de estancia, al igual que en Oporto, donde este impuesto se sitúa en los dos euros.

En **Grecia**, la tasa turística oscila entre los 0,5 y los cuatro euros por persona y noche, dependiendo, de nuevo, del tipo de establecimiento.

En **Malta**, los turistas pagan cinco céntimos por pernoción, y hay un tope de cinco euros.

Rumanía, Suiza, Eslovenia, Eslovaquia, Croacia, Hungría y Bulgaria también cobran este impuesto al turista.

que olvidar que en esos destinos una buena parte de los recursos son destinados a sostener ese turismo y a menudo la población local soporta esos costes por lo que la tasa puede venir a paliar este desajuste", explica.

## Rechazo de Hosbec

Por su parte, la patronal hotelera **Hosbec** se opone a este tipo de recaudación ya que, según su secretaria general, Nuria Montes, "es un impuesto que se recauda sin ninguna necesidad y mucho menos en este momento después de casi dos años con poca actividad y un

entorno de escalada de costes".

Aunque reconoce que hay ciudades que pueden cobrar una tasa y no verse afectadas en la demanda porque son "icónicas", como París, Roma o Barcelona, alerta de que, en el caso concreto de la Comunidad Valenciana, sería un impuesto "discriminatorio" porque se cobraría en unos sitios sí y en otros no.

"Un turista que sepa que tiene que pagar más por venir a la Comunidad Valenciana irá a Murcia o Andalucía. Los destinos españoles no podemos competir entre nosotros con diferentes condiciones", señala.



Cataluña fue la primera comunidad autónoma en implantar la tasa turística.

Otra de las razones para justificar su rechazo es que gravaría "exclusivamente al alojamiento hotelero y reglado", además de "restar poder adquisitivo a los turistas y limitar gravemente la competitividad de las empresas de alojamiento".

Además, Montes recalca que, "en un entorno marcado por la inflación, si el mercado tuviera opción para que el cliente pudiera pagar dos o tres euros más por estancia y día, lo legítimo sería que lo pudieran cobrar las empresas, que han estado prácticamente dos años inactivas y ahora tienen que asumir un incremento de costes que no pueden trasladarlo al cliente".

Por último, recuerda que en la Comunidad Valenciana se recaudan casi cuatro millones de euros en actividades relacionadas con el turismo, de los cuales, la mayor parte se invierte en otras cosas no relacionadas con el sector. Por ello, cree que "la aportación del turismo ya es bastante importante como para gravar aún más a los turistas".

## Abrir el debate

Desde ObservaTUR piensan que al menos "debe de abrirse el debate acerca de su conveniencia". Porque en el caso de implantarse se ha de hacer con una serie de garantías, y siempre escuchando la voz de todos los sectores implicados", afirma Marcos Franco.

Según su opinión, esta discusión

debería tener dos objetivos primordiales. El primero, para anteponer "la sostenibilidad del ecosistema del turismo y los viajes" y, en segundo término, "por un principio de solidaridad, de manera que las personas que se desplazan puedan contribuir a la financiación de los servicios e infraestructuras".

“

**La aportación del turismo a la Comunidad Valenciana ya es bastante importante como para gravar más aún a los turistas**

Nuria Montes

”

Sin embargo, recalca que esta discusión ha de ser "serena, con todos los actores del sector y con cifras y datos".

Aunque en principio, como posicionamiento de partida, UNAV se opone a cualquier tipo de freno al turismo, "y un gravamen siempre lo es", no rechaza en ningún caso participar en el debate público acerca de la puesta en marcha de este tipo de medidas.

A pesar de ello, defiende que el sector de las agencias debe participar en ese debate y que, "en caso de implantarse, no sea un castigo o una penalización

y su recaudación se dirija claramente hacia la mejora de los servicios e infraestructuras de los equipamientos turísticos, o incluso a la consolidación de su tejido empresarial".

## Una tasa finalista

Uno de los aspectos más controvertidos de la tasa turística es el destino de los fondos recaudados, que en un principio están pensados para la promoción turística, el mantenimiento del patrimonio o la mejora de los servicios turísticos, pero que después de algunos años se han dedicado a otros menesteres.

En este sentido, el profesor Pedro Díaz Luque alega que la tasa no tiene que ser necesariamente finalista, pero saber a "qué se destina e incluso que los turistas y la población local conozcan el posible destino de esa tasa, ayuda a su aceptación".

Marcos Franco matiza que el destino final de la recaudación "ha de formar parte de ese debate constructivo y abierto entre todos los actores implicados, como también lo habría de ser su porcentaje o cuantía. Pero, considera que "en un alto porcentaje la tasa sí habría de ser finalista".

Por su parte, Nuria Montes explica que, tal y como está planteada esta medida, jurídicamente es un impuesto y no una tasa ya que no viene a retribuir un servicio exacto.

"Los impuestos van a la caja común de la Administración y luego el gobierno decide donde destinarlos, de hecho, en los lugares donde se implantó tiene un uso distinto con el que se creó", lamenta.

El presidente de Acave recuerda que cuando se implantó la tasa la asociación tenía reservas por si podía traducirse en una pérdida de competitividad.

Después de casi 10 años, los temores han desaparecido, pero les sigue preocupando "el uso que se está haciendo de los recursos que genera" y también el hecho de que ayuntamientos como el de Barcelona "aprueben incrementos adicionales a los que estableció la Generalitat".

"No es consecuente dado que ya se establecieron en su momento cuotas más altas para Barcelona que para el resto de municipios de la comunidad. Además, hay que justificar muy bien a qué se destina el dinero recaudado y garantizar que se dedique a la promoción y a la mejora de la actividad turística de los destinos", concluye.

## ACAve Travel Market Valencia, 2 de noviembre 2022

.. de viajes las novedades en servicios y productos turísticos de los operadores clave del sector. La gerente de ACAVE, Catiana Tur , ha sido la encargada de conducir el acto que ha contado con las presentaciones de 9 operadores ..

## ACAve Travel Market Valencia, 2 de noviembre 2022

65 agencias de viajes de la Comunitat Valenciana participan en el ACAve Travel Market de Valencia. Touroperadores, compañías aéreas y de tren, cadenas hoteleras y empresas de servicios digitales han presentado sus novedades a los participantes ..

## ACAve Travel Market Sevilla, 9 de noviembre 2022

67 agencias de viajes de Andalucía participaron ayer en la 3ª edición del ACAve Travel Market de Sevilla. Compañías aéreas y de tren, touroperadores, cadenas hoteleras, oficinas de turismo, empresas de ocio y plataformas digitales presentaron ..

## ACAve Travel Market Sevilla, 9 de noviembre 2022

.. empresas de ocio y plataformas digitales presentaron sus novedades.

Presidido por Jordi Martí , y moderado por Catiana Tur , gerente de la asociación, el encuentro sirvió para constatar, en palabras de Martí, “ que la actividad ..

## El turisme 'adults only' s'obre pas



Amb una demanda creixent dels turistes per viure experiències especials i personalitzades, cada cop hi ha més establiments turístics catalans que opten per orientar-se al segment dels adults que busquen viure parèntesis de tranquil·litat i desconn...

## El turisme 'adults only' s'obre pas



Amb una demanda creixent dels turistes per viure experiències especials i personalitzades, cada cop hi ha més establiments turístics catalans que opten per orientar-se al segment dels adults que busquen viure parèntesis de tranquil·litat i desconn...

## El turisme 'adults only' s'obre pas



Amb una demanda creixent dels turistes per viure experiències especials i personalitzades, cada cop hi ha més establiments turístics catalans que opten per orientar-se al segment dels adults que busquen viure parèntesis de tranquil·litat i desconn...

## El turisme 'adults only' s'obre pas



Amb una demanda creixent dels turistes per viure experiències especials i personalitzades, cada cop hi ha més establiments turístics catalans que opten per orientar-se al segment dels adults que busquen viure parèntesis de tranquil·litat i desconn...



13 Novembre, 2022

## TURISME D'INTERIOR

# SENSE INFANTS: EL TURISME 'ADULTS ONLY' S'OBRE PAS

AMB UNA DEMANDA CREIXENT DELS TURISTES PER VIURE EXPERIÈNCIES ESPECIALS I PERSONALITZADES, CADA COP HI HA MÉS ESTABLIMENTS TURÍSTICS CATALANS QUE OPTEN PER ORIENTAR-SE AL SEGMENT DELS ADULTS QUE BUSQUEN VIURE PARÈNTESIS DE TRANQUIL·LITAT I DESCONNEXIÓ, SOLS O EN PARELLA

■ TEXT M.A.

Una masia de pedra del segle XVII al Gironès convertida en un hotel exclusiu de 14 habitacions, piscines d'aigua dolça i saladà, jacuzzi i jardí; un hotel de luxe en una cala de la Costa Brava, amb accés directe a la platja i zona de spa; un altre hotel d'alt estandíng a l'Eixample de Barcelona amb una impressionant terrassa amb piscina i bar de còctels. Són tres exemples d'establiments que es promocionen a les plataformes de reserves hoteleres amb l'etiqueta *adults only*. Siguin enmig de la natura, a tocar del mar o al rovell de l'ou d'una ciutat frenètica com Barcelona, durant els últims anys ha anat florint a Catalunya una oferta cada vegada més variada d'establiments turístics dirigits, específicament, a persones adultes que volen allotjar-s'hi sense infants. Sovint es promocionen com a indrets amb encant, ideals per desconnectar, dissenyats per relaxar-s'hi i fets a mida per gaudir d'una escapada romàntica.

A Espanya, tan sols un 5% dels hotels s'identifiquen exclusivament amb l'etiqueta *adults only*, però l'oferta no para de créixer, segons dades de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos. De fet, el 2020, malgrat la pandèmia, les reserves en aquesta mena d'establiments es van enfilars més d'un 40% respecte al 2019, segons dades del portal especialitzat *Weekendesk.es*. Aquesta plataforma també assenyalava que el 40% de totes les reserves *adults only* es fan a l'últim moment i que les comunitats autònomes on tenen més tirada són Madrid, Andalusia i Castella i Lleó. No obstant això, a Catalunya també s'està notant un augment d'aquest tipus de reserves.

## L'especialització, a l'alça

"Hi està havent un auge d'aquesta mena de turisme", certifica Catiana Tur, gerent de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatge Especialitzades (ACAVE). "Sobretot, l'oferta d'establiments *adults only* ha crescut en illes com Mallorca, Eivissa i les Canàries o a la



El turisme *adults only* va començar en zones de costa i s'ha anat escampant cap a l'interior. R. LÓPEZ-MONNÉ

ciutat de Madrid –especifica Esteve Dot, professor de l'Escola de Turisme i Direcció Hotelera de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)–. A Catalunya irromp amb menys força, però el concepte també hi ha arribat". Podria semblar que l'augment de l'oferta i la demanda d'aquesta mena d'experiències turístiques ha sigut conseqüència de l'esclat de la pandèmia. Però el sector i els experts ho emmarquen en una altra dinàmica.

"L'increment ja era una tendència abans del covid-19 i ara simplement continua creixent –analitza Tur–. Ho fa impulsat per l'especialització del turisme en general". Segons la gerent d'ACAVE, l'organisme que agrupa la majoria d'agències de viatges especialitzades a Espanya, el mercat turístic camina decidit cap a l'especialització i la personalització, en la línia de donar resposta a la segmentació del tipus de viatgers. Ara bé, la pandèmia també hi ha remat a favor. "En aquells moments es va imposar el turisme de proximitat, segur i en entorns

no massificats –recorda Esteve Dot–. El model de turisme *adults only* s'hi adapta molt bé".

## Del Carib a Barcelona

Però, d'on neix i quan va arribar a Catalunya aquesta mena de turisme? L'origen del turisme especialment dirigit a persones adultes l'hem d'anar a buscar uns quaranta anys enrere al Carib. "A principis de la dècada del 1980 van aparèixer els primers *superclubs* i *resorts* a Jamaica, impulsats per la demanda de nuvis d'arreu del món que hi

anaven a fer el viatge de noces", explica Esteve Dot. A Espanya, aquesta etiqueta no es va començar a sentir fins al tombant del mil·lenni. "Un dels primers llocs on es va fer notar va ser a l'arxipèlag canari, concretament a l'illa de Gran Canària", assegura.

Precisament, el turisme *adults only* va començar a arrelar primer en zones de costa, si bé amb el pas dels anys s'ha anat escampant també cap a l'interior. "Els hotels només per a adults solen ser més petits, amb poques habitacions, d'estil *hotel boutique* –luxosos,

íntims i poc convencionals–, amb molts espais oberts i situats en zones tranquil·les, però prop d'àrees turístiques d'interès", radiografia Carol Martín, responsable del departament de màrqueting de la cadena d'hotels independents Costa Brava Verd Hotels (CBVH). El grup, que ja té més de 25 anys d'experiència en el sector, disposa des del 2008 de la marca Petits Grans Hotels de Catalunya, una plataforma de reserves en línia que aglutina hotels de petites dimensions que destaquen per oferir serveis de gran qualitat i per estar allunyats dels principals nuclis urbans.

Pel que fa a la tipologia de clients, també en traça un perfil. "Sol ser un visitant d'entre 40 i 65 anys, amb un poder adquisitiu entre mitjà i alt", apunta Martín. A Petits Grans Hotels de Catalunya no han notat cap demanda sobtada específicament per a hotels *adults only*, però sí que han vist com han crescut el nombre de matrimonis que decideixen fer una escapada sense els nens. "Acostumen a buscar establiments que tinguin una oferta gastronòmica singular, activitats d'oci nocturn o espais *wellness*".

## La tendència de les etiquetes

"Més enllà del lloc d'origen del fenomen, la modalitat *adults only* sorgeix del procés de segmentació que viu el mercat turístic –aclareix Dot–. Els paquets turístics del tot inclòs que es van popularitzar a la dècada del 1990 han evolucionat cap a un tipus de turisme a la carta: segmentat i especialitzat". L'expert recorda que en els últims anys han aparegut altres etiquetes, com el turisme sènior i el turisme *LGTBQ+ friendly*. "L'especialització no resta clients, sinó que en suma", opina. "Simplement, l'etiqueta filtra molt més el tipus de visitants que s'allotgen en un establiment", afegeix la responsable de màrqueting de la cadena de Petits Grans Hotels de Catalunya. "Una cosa és clara: l'oferta d'oci i de turisme és immensa i tots els gustos tenen cabuda al sector", conclou Dot.

## UN CONCEPTE QÜESTIONAT PER LES ASSOCIACIONS DE CONSUMIDORS

A principis d'any, l'associació de consumidors i usuaris Facua va demanar als governs autonòmics que revisessin si els establiments d'allotjament i de restauració que es promocionaven amb l'etiqueta *adults only* podien estar duent a terme algun tipus de discriminació per raó d'edat. Concretament, l'entitat assegurava que no deixar entrar-hi menors no està subjecte a cap normativa legal i que emparar-se en el dret d'admissió no seria suficient. Ara bé, com a norma general, *adults only* és una etiqueta del màrqueting, que serveix per orientar i informar el consumidor, però que no implica que els establiments que l'adoptin prohibeixin l'entrada a menors.

## ACAve Travel Market Barcelona, 16 de noviembre 2022

Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour. El encuentro que se ha celebrado este mediodía en Barcelona cierra este ciclo de presentaciones profesionales organizadas por ACAVE durante e...

## ACAve Travel Market Barcelona, 16 de noviembre 2022

Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour. El encuentro que se ha celebrado este mediodía en Barcelona cierra este ciclo de presentaciones profesionales organizadas por ACAVE durante e...

## Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour



El encuentro que se celebró ayer en Barcelona cierra este ciclo de presentaciones profesionales organizadas por ACAVE durante este 2022 con un gran éxito de participación, y además se han anunciado ya las fechas para las 15 ediciones ATM del pró...

## Más de 1.000 agentes de viajes en 14 ciudades han participado este año en el ACAVE Travel Market Tour



El encuentro que se celebró ayer en Barcelona cierra este ciclo de presentaciones profesionales organizadas por ACAVE durante este 2022 con un gran éxito de participación, y además se han anunciado ya las fechas para las 15 ediciones ATM del pró...



25 Noviembre, 2022



## La 'venganza' del turismo contra el covid impacta en el sector

P.4a6



25 Noviembre, 2022

Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia de coronavirus. Esos meses de encierro doméstico fueron la constatación práctica de la locución latina *tempus fugit* (el tiempo vuela). Nadie podrá devolver aquellos planes que tuvieron que posponerse, ni tampoco los viajes que se quedaron en el cajón. Pero las ganas de conocer otros lugares no desaparecieron. Se acumularon. Y han dado paso a una tendencia que los expertos han bautizado con el término *revenge tourism*, la particular venganza del turismo contra la pandemia.

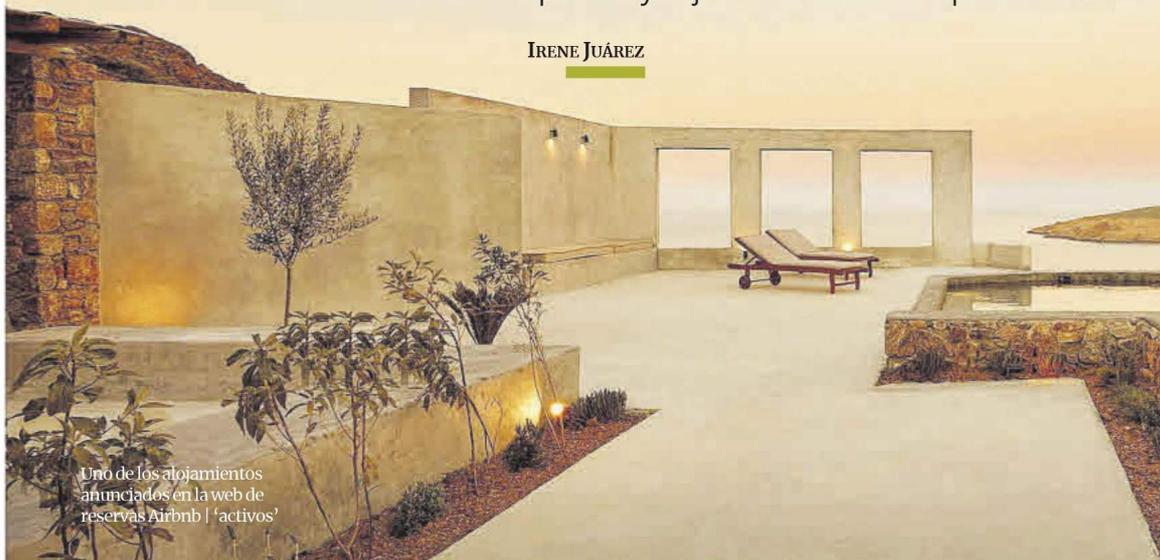
El *revenge tourism* hace referencia, por lo tanto, al impulso que el sector ha experimentado este año, especialmente en verano, y que ha pasado por encima de las previsiones económicas que apuntaban a un otoño complicado. La gente ha preferido mirar hacia otro lado y realizar aquel viaje tan deseado, aprovechando los ahorros que acumuló en el confinamiento.

En este contexto, la recuperación del sector ha sido más rápida de lo esperado. De hecho, el experto en turismo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) **Pablo Díaz** la califica de «anormal». Durante el segundo semestre de 2022, los españoles han realizado 44,64 millones de viajes, 10 millones más que en el mismo periodo de 2021. Y la cifra se acerca significativamente a la registrada en 2019, cuando viajaron 50,47 millones de veces. Del total, además, el 91,8% han tenido como destino el territorio nacional — fue-

# El resurgir del turismo para vengarse del covid

El sector experimenta una recuperación acelerada, motivada por el afán por viajar acumulado durante la pandemia. Aparecen los teletrabajadores nómadas y nuevas formas de desplazarse y alojarse en destinos más 'posteables'.

IRENE JUÁREZ



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas Airbnb | 'activos'

De la mano de los viajeros que buscan realizar itinerarios dinámicos y que no impliquen visitar solamente un destino, nace el interés por las autocaravanas y las cámperes. Así lo explican **Carla Salavert** y **Lucía Jiménez-Caminero**, propietarias de CamperXpress, una plataforma *on line* de alquiler de estos vehículos que acaba de salir al mercado y que ha optado por anunciar exclusivamente a profesionales, los cuales aseguran que los particulares incurrirán en una competencia desleal.

El sector de las autocaravanas recibió un empujón con la pandemia, amparado por el anhelo de los viajeros de recuperar su libertad y, a la vez, optar por un medio de transporte y alojamiento privado. Sin embargo, la asociación española de la industria y comercio del *caravanning*, Aseicar, advierte de que las matriculaciones llevan cayendo seis meses consecutivos y prevé que este año se reduzcan prácticamente a la mitad en comparación con 2021, cuando se registraron 8.512. Hasta septiembre se matricu-

laron 741. La asociación justifica este descalabro por la elevada inflación y la falta de materiales.

Las autocaravanas pueden ser, por ejemplo, una opción para deportistas, que cargan en ellas sus equipos y se trasladan de un lado a otro, recorriendo distintos lugares, a menudo plagados de naturaleza. Y, por lo general, según las propietarias de la plataforma, alquilar una no es una opción mucho más cara que reservar un hotel o un apartamento.

Realizar este tipo de viaje, muy propio del norte de España y de las islas Canarias, y que está creciendo cada vez más en el sur del país, puede costar menos de 100 euros por noche en temporada baja. Aunque también las hay de lujo, que ya rozan los 200 euros al día.

Así, la plataforma funciona como escaparate para los profesionales: ellos definen sus precios, gestionan sus vehículos, acuerdan las entregas y organizan la limpieza. Como en casi todos los de su categoría, su modelo de negocio se basa en cobrar una comisión por cada reserva.

## Un 'booking' para cámperes y autocaravanas

I. J.



Lucía Jiménez-Caminero y Carla Salavert | 'activos'



25 Noviembre, 2022



ron el 90,2% en 2019—. «La gente busca seguridad, no jugársela. En estos dos años ha descubierto que a medio radio tenían una oferta turística que desconocían», afirma el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), **Jordi Martí**. El gasto, por su parte, se ha disparado a 11.657 millones de euros, el 115,7% más que en 2021.

Pero no solo se viaja más, y más caro, sino que también se empieza a viajar diferente. Ya no se trata de ir acumulando destinos visitados, sino experiencias, explican diversos operadores del sector. Nuevas formas de desplazarse y hospedarse han irrumpido con fuerza, marcadas por la digitalización. Los teletrabajadores son cada vez más nómadas y los jóvenes basan sus búsquedas de destinos y alojamientos en las tendencias de las redes sociales.

#### Arma de doble filo

El peso importante del turismo en la economía española lo sigue teniendo el visitante extranjero. Todavía este año se han hecho notar los últimos coletazos de la pandemia y algunos países aún han impuesto restricciones a la hora de viajar. También se ha percibido la falta del turismo ruso, paralizado por la guerra de Ucrania. Aun así, el país ha recibido hasta septiembre la visita de 55,9 millones de turistas extranjeros, mientras que en el conjunto de 2021 fueron 31,2 millones.

Cada extranjero se ha gastado en España 1.182 euros de media, lo que constituye un aumento del 10% en relación con el mes de septiembre del año anterior. Durante los seis primeros meses del año, el



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas 'Airbnb' | 'activos'

gasto de estos turistas aumentó el 209,7% respecto al mismo periodo del año pasado, alcanzando los 68.137 millones de euros.

Este *turismo de venganza*, sin embargo, es un arma de doble filo. Porque esta recuperación tan notable del sector puede ser en sí misma una *burbuja* susceptible de reventar. Es decir, una vez saciadas sus

#### Unos 55,9 millones de turistas extranjeros visitaron España hasta septiembre; en todo 2021 fueron 31,2 millones

ganancias, es muy posible que la población vuelva a la contención, explica **Díaz**. También insiste en la presión de la inflación sobre el sector, que sube precios. Aunque se han realizado seis millones de viajes menos que en 2019, el gasto es ligeramente superior. Este año ha sido de 11,66 millones de euros, mientras que entonces fue de 11,43.

A largo plazo, esto puede suponer que viajar se convierta en una actividad exclusiva reservada a personas con un alto nivel adquisitivo, argumenta el experto en turismo de la UOC. Por ende, «la clase media quedaría relegada a un turismo más local, excluida de los viajes internacionales». Además, causaría un acortamiento de la duración de las

estancias y, en consecuencia, una pérdida de peso del sector en el PIB que, en 2019, año previo a la pandemia, fue del 12,4%.

#### Lugares 'instagrameables'

Otra de las nuevas tendencias tiene que ver con el cambio generacional. Los jóvenes buscan hoteles y experiencias que puedan postear en sus redes sociales, y los alojamientos se esfuerzan en construir espacios modernos y fotografiables para ellos. Y a través de las redes, además, encuentran establecimientos en los que se hospedarán, a menudo atraídos por las publicaciones de sus *influencers* de confianza.

>>



Un barco anunciado en la web de reservas Samboat | 'activos'

Alquilar un barco para los periodos vacacionales ha sido tradicionalmente una opción lujosa. Pero la razón de ser de Samboat, plataforma de alquiler de estos vehículos marítimos, es abrir mercado entre la gente de a pie. «El objetivo es democratizar la náutica», asegura la gerente de la compañía en España, **Amanda Zaragoza**.

De hecho, **Zaragoza** explica que se puede alquilar un barco con capacidad para 10 personas por entre 200 y 300 euros la noche, por lo que, en la práctica, costaría 30 euros al día por persona. Sin embargo, dependiendo de la modalidad de barco, el precio se encarece considerablemente: un catamarán, por ejemplo, puede costar más de 500 euros al día.

Alquilar un barco es una opción cada vez más popular entre los jóvenes, que quieren realizar actividades náuticas, y entre el público más mayor, que desea disfrutar de una suerte de crucero privado. En un año, Samboat ha aumentado su volumen de negocio en un 60% y ha duplicado su flota de vehículos: actualmente dispone en España de unos 6.000.

Los jóvenes los alquilan para un día, aproximadamente, mientras que el público sénior suele alargar sus estancias hasta la semana. En ambos casos buscan la máxima privacidad, y exclusividad, y la vivencia de una experiencia especial. «La gente, hoy en día, quiere viajar de forma diferente», asegura **Zaragoza**.

Sin embargo, este negocio tampoco se ha librado de las consecuencias de la inflación. El aumento del precio de los carburantes le ha golpeado de cerca. Pero **Zaragoza** no cree que esto sea impedimento, porque los viajeros «se adelantan a las subidas de precios y ahorran». Aun así, las matriculaciones de embarcaciones de recreo han caído un acumulado del 16% desde enero hasta octubre, en comparación con

2021, según la Asociación Nacional de Empresas Náuticas, Anen.

Anunciarse en Samboat también es gratis, aunque en España solamente pueden hacerlo los profesionales. La plataforma les cobra una comisión del 18% por cada reserva que cierran con ella.

## Democratizar el alquiler de barcos

I. J.



25 Noviembre, 2022

## En frente

<<

Por otra parte, la implementación del teletrabajo en empresas de naturaleza digital ha dado paso a un nuevo actor en el tablero turístico: el trabajador que solamente necesita sus dispositivos digitales y una buena conexión wifi para ejercer sus funciones. Puede trabajar desde cualquier lugar del mundo, y suele hacerlo en estancias largas.

Una de las ciudades europeas que más teletrabajadores está acogiendo es Barcelona. Estos trabajadores no son más que «el reflejo de una generación mucho más nómada, acostumbrada a estudiar y a vivir fuera de su país de origen, y que normalmente no tiene hijos», sostiene el director del gremio de hoteles de la ciudad, **Manel Casals**.

Pero ¿cuál es el peso real del teletrabajo en la sociedad? España pasó de tener al 4,8% de su población ocupada teletrabajando en 2019 al 10,8% durante el confinamiento. Y esta cifra descendió en 2021 hasta situarse en el 9,5%.

«Ya nos estamos adaptando a ellos, pero tendremos que hacerlo mucho más, con espacios comu-



Un alojamiento anunciado en la web de reservas Booking.com | 'activos'

## La pandemia ha dado paso a un nuevo tipo de turista: el teletrabajador digital que puede trabajar desde cualquier lugar

nes más prácticos, no solo la habitación», señala **Casals**. Hay hoteles que ya miran hacia esa dirección, pero ninguno de los asociados ha decidido todavía dedicarse de pleno a esta nueva tendencia.

### ¿Viajar en avión?

El turismo, en su esencia, no ha cambiado mucho con la pandemia. Pero las tendencias que comenzaban a manifestarse antes de ella se han potenciado. El *slow travel* es una de ellas. Se reconoce principalmente entre el público nórdico, muy preocupado por que los hoteles obtengan calificaciones ecológicas. Apuesta por viajar en medios como el tren, evitando el avión. Y va muy de la mano del conocido como cicloturismo, que se potencia especialmente entre los países europeos, conformado por itinerarios que combinan la bicicleta con otros medios.

Diversos estudios apuntan que en un viaje corto en avión, equivalente a la distancia entre Madrid y Barcelona, por ejemplo, se emiten unos 115 kilogramos de CO<sub>2</sub> por



Crece la demanda de viajes con experiencias singulares añadan valor a la actividad | 'activos'

pasajero, mientras que en el mismo viaje, en AVE, la emisión es cero.

Sin embargo, según el buscador de vuelos Kayak, las búsquedas globales de viajes en avión para este otoño han subido alrededor del 96% en comparación con las realizadas en 2021. En la práctica, el avión continúa siendo el principal método de transporte: de los 7,8 millones de turistas internacionales que el país recibió en septiembre, 6,51 millones lo utilizaron. Poco más de un millón llegaron por carretera; 240.294, en transporte marítimo, y tan solo 28.000, en ferrocarril.

### Encarecidos por la inflación

Los viajes también han sufrido los efectos de la inflación galopante. **Brigitte Hidalgo**, directora de operaciones de Weekendes -página web que ofrece escapadas temáticas enfocadas al turismo local- asegura que su facturación ha crecido entre el 5% y el 10% en comparación con la de 2019. «En algunos casos, por un aumento de reservas, pero, en otros, como efecto directo de la inflación». De hecho, han subido

## A pesar de que los expertos apuntan a una mayor búsqueda de lo sostenible, el avión sigue siendo el medio más utilizado

los precios de sus packs porque tanto los alojamientos como los servicios que incluyen lo han hecho, de media, el 20%.

A pesar de que el precio sigue siendo el principal condicionante a la hora de preparar un viaje, no parece que la inflación esté dilapidando las ganas de viajar. Las reservas en Booking.com, por ejemplo, han crecido el 8% y sus ingresos el 20% en el último año.

### Buscar lo insólito

Generalmente, los viajeros demandan cada vez más innovación en sus itinerarios y los empresarios se estujan los sesos para conseguir sorprenderles.

De una experiencia gastronómica ya no solo se espera catar un plato, sino realizar un *tour* por la huerta donde se cultivan esos alimentos o mantener una charla con los chefs que lo elaboran. Predomina la búsqueda de planes insólitos y privados, con tintes culturales, y que incluyan actividades variopintas que añadan valor a la actividad de viajar.

## El turismo para "vengarse" del covid impulsa el sector



Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia de coronavirus. Esos meses de encie...

27 Noviembre, 2022



## La 'venganza' del turismo contra el covid impacta en el sector

P.2a4



27 Noviembre, 2022

## En frente

Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia de coronavirus. Esos meses de encierro doméstico fueron la constatación práctica de la locución latina *tempus fugit* (el tiempo vuela). Nadie podrá devolver aquellos planes que tuvieron que posponerse, ni tampoco los viajes que se quedaron en el cajón. Pero las ganas de conocer otros lugares no desaparecieron. Se acumularon. Y han dado paso a una tendencia que los expertos han bautizado con el término *revenge tourism*, la particular venganza del turismo contra la pandemia.

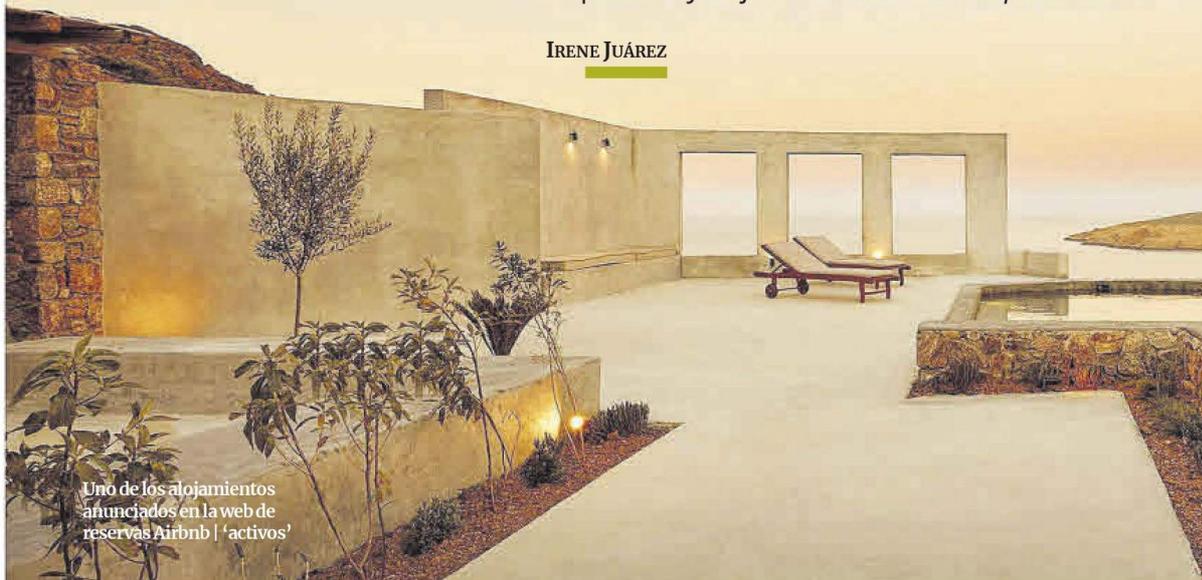
El *revenge tourism* hace referencia, por lo tanto, al impulso que el sector ha experimentado este año, especialmente en verano, y que ha pasado por encima de las previsiones económicas que apuntaban a un otoño complicado. La gente ha preferido mirar hacia otro lado y realizar aquel viaje tan deseado, aprovechando los ahorros que acumuló en el confinamiento.

En este contexto, la recuperación del sector ha sido más rápida de lo esperado. De hecho, el experto en turismo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) Pablo Díaz la califica de «anormal». Durante el segundo semestre de 2022, los españoles han realizado 44,64 millones de viajes, 10 millones más que en el mismo periodo de 2021. Y la cifra se acerca significativamente a la registrada en 2019, cuando viajaron 50,47 millones de veces. Del total, además, el 91,8% han tenido como destino el territorio nacional – fue-

# El resurgir del turismo para vengarse del covid

El sector experimenta una recuperación acelerada, motivada por el afán por viajar acumulado durante la pandemia. Aparecen los teletrabajadores nómadas y nuevas formas de desplazarse y alojarse en destinos más *posteables*

IRENE JUÁREZ



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas Airbnb | 'activos'

De la mano de los viajeros que buscan realizar itinerarios dinámicos y que no impliquen visitar solamente un destino, nace el interés por las autocaravanas y las cámperes. Así lo explican **Carla Salvart** y **Lucía Jiménez-Caminero**, propietarias de CamperXpress, una plataforma online de alquiler de estos vehículos que acaba de salir al mercado y que ha optado por anunciar exclusivamente a profesionales, los cuales aseguran que los particulares incurrirán en una competencia desleal.

El sector de las autocaravanas recibió un empujón con la pandemia, amparado por el anhelo de los viajeros de recuperar su libertad y, a la vez, optar por un medio de transporte y alojamiento privado. Sin embargo, la asociación española de la industria y comercio del *caravanning*, Aseicar, advierte de que las matriculaciones llevan cayendo seis meses consecutivos y prevé que este año se reduzcan prácticamente a la mitad en comparación con 2021, cuando se registraron 8.512. Hasta septiembre se matricu-

laron 741. La asociación justifica este descalabro por la elevada inflación y la falta de materiales.

Las autocaravanas pueden ser, por ejemplo, una opción para deportistas, que cargan en ellas sus equipos y se trasladan de un lado a otro, recorriendo distintos lugares, a menudo plagados de naturaleza. Y, por lo general, según las propietarias de la plataforma, alquilar una no es una opción mucho más cara que reservar un hotel o un apartamento.

Realizar este tipo de viaje, muy propio del norte de España y de las islas Canarias, y que está creciendo cada vez más en el sur del país, puede costar menos de 100 euros por noche en temporada baja. Aunque también las hay de lujo, que ya rozan los 200 euros al día.

Así, la plataforma funciona como escaparate para los profesionales: ellos definen sus precios, gestionan sus vehículos, acuerdan las entregas y organizan la limpieza. Como en casi todos los de su categoría, su modelo de negocio se basa en cobrar una comisión por cada reserva.

## Un booking para cámperes y autocaravanas

I. J.



Lucía Jiménez-Caminero y Carla Salvart | 'activos'



27 Noviembre, 2022



ron el 90,2% en 2019—. «La gente busca seguridad, no jugársela. En estos dos años ha descubierto que a medio radio tenían una oferta turística que desconocían», afirma el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), **Jordi Martí**. El gasto, por su parte, se ha disparado a 11.657 millones de euros, el 115,7% más que en 2021.

Pero no solo se viaja más, y más caro, sino que también se empieza a viajar diferente. Ya no se trata de ir acumulando destinos visitados, sino experiencias, explican diversos operadores del sector. Nuevas formas de desplazarse y hospedarse han irrumpido con fuerza, marcadas por la digitalización. Los teletrabajadores son cada vez más nómadas y los jóvenes basan sus búsquedas de destinos y alojamientos en las tendencias de las redes sociales.

#### Arma de doble filo

El peso importante del turismo en la economía española lo sigue teniendo el visitante extranjero. Todavía este año se han hecho notar los últimos coletazos de la pandemia y algunos países aún han impuesto restricciones a la hora de viajar. También se ha percibido la falta del turismo ruso, paralizado por la guerra de Ucrania. Aun así, el país ha recibido hasta septiembre la visita de 55,9 millones de turistas extranjeros, mientras que en el conjunto de 2021 fueron 31,2 millones.

Cada extranjero se ha gastado en España 1.182 euros de media, lo que constituye un aumento del 10% en relación con el mes de septiembre del año anterior. Durante los seis primeros meses del año, el



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas 'Airbnb' | 'activos'

gasto de estos turistas aumentó el 209,7% respecto al mismo periodo del año pasado, alcanzando los 68.137 millones de euros.

Este *turismo de venganza*, sin embargo, es un arma de doble filo. Porque esta recuperación tan notable del sector puede ser en sí misma una *burbuja* susceptible de reventar. Es decir, una vez saciadas sus

**Unos 55,9 millones de turistas extranjeros visitaron España hasta septiembre; en todo 2021 fueron 31,2 millones**

ganancias, es muy posible que la población vuelva a la contención, explica **Díaz**. También insiste en la presión de la inflación sobre el sector, que sube precios. Aunque se han realizado seis millones de viajes menos que en 2019, el gasto es ligeramente superior. Este año ha sido de 11,66 millones de euros, mientras que entonces fue de 11,43.

A largo plazo, esto puede suponer que viajar se convierta en una actividad exclusiva reservada a personas con un alto nivel adquisitivo, argumenta el experto en turismo de la UOC. Por ende, «la clase media quedaría relegada a un turismo más local, excluida de los viajes internacionales». Además, causaría un acortamiento de la duración de las

estancias y, en consecuencia, una pérdida de peso del sector en el PIB que, en 2019, año previo a la pandemia, fue del 12,4%.

#### Lugares instagramables

Otra de las nuevas tendencias tiene que ver con el cambio generacional. Los jóvenes buscan hoteles y experiencias que puedan postear en sus redes sociales, y los alojamientos se esfuerzan en construir espacios modernos y fotografiables para ellos. Y a través de las redes, además, encuentran establecimientos en los que se hospedarán, a menudo atraídos por las publicaciones de sus *influencers* de confianza.

>>



Un barco anunciado en la web de reservas Samboat | 'activos'

Alquilar un barco para los periodos vacacionales ha sido tradicionalmente una opción lujosa. Pero la razón de ser de Samboat, plataforma de alquiler de estos vehículos marítimos, es abrir mercado entre la gente de a pie. «El objetivo es democratizar la náutica», asegura la gerente de la compañía en España, **Amanda Zaragoza**.

De hecho, **Zaragoza** explica que se puede alquilar un barco con capacidad para 10 personas por entre 200 y 300 euros la noche, por lo que, en la práctica, costaría 30 euros al día por persona. Sin embargo, dependiendo de la modalidad de barco, el precio se encarece considerablemente: un catamarán, por ejemplo, puede costar más de 500 euros al día.

Alquilar un barco es una opción cada vez más popular entre los jóvenes, que quieren realizar actividades náuticas, y entre el público más mayor, que desea disfrutar de una suerte de crucero privado. En un año, Samboat ha aumentado su volumen de negocio en un 60% y ha duplicado su flota de vehículos: actualmente dispone en España de unos 6.000.

Los jóvenes los alquilan para un día, aproximadamente, mientras que el público sénior suele alargar sus estancias hasta la semana. En ambos casos buscan la máxima privacidad, y exclusividad, y la vivencia de una experiencia especial. «La gente, hoy en día, quiere viajar de forma diferente», asegura **Zaragoza**.

Sin embargo, este negocio tampoco se ha librado de las consecuencias de la inflación. El aumento del precio de los carburantes le ha golpeado de cerca. Pero **Zaragoza** no cree que esto sea impedimento, porque los viajeros «se adelantan a las subidas de precios y ahorran». Aun así, las matriculaciones de embarcaciones de recreo han caído un acumulado del 16% desde enero hasta octubre, en comparación con

2021, según la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (Anen).

Anunciarse en Samboat también es gratis, aunque en España solamente pueden hacerlo los profesionales. La plataforma les cobra una comisión del 18% por cada reserva que cierran con ella.

## Democratizar el alquiler de barcos

I. J.



27 Noviembre, 2022

## En frente

<<

Por otra parte, la implementación del teletrabajo en empresas de naturaleza digital ha dado paso a un nuevo actor en el tablero turístico: el trabajador que solamente necesita sus dispositivos digitales y una buena conexión wifi para ejercer sus funciones. Puede trabajar desde cualquier lugar del mundo, y suele hacerlo en estancias largas.

Una de las ciudades europeas que más teletrabajadores está acogiendo es Barcelona. Estos trabajadores no son más que «el reflejo de una generación mucho más nómada, acostumbrada a estudiar y a vivir fuera de su país de origen, y que normalmente no tiene hijos», sostiene el director del gremio de hoteles de la ciudad, **Manel Casals**.

Pero, ¿cuál es el peso real del teletrabajo en la sociedad? España pasó de tener al 4,8% de su población ocupada teletrabajando en 2019 al 10,8% durante el confinamiento. Y esta cifra descendió en 2021 hasta situarse en el 9,5%.

«Ya nos estamos adaptando a ellos, pero tendremos que hacerlo mucho más, con espacios comu-

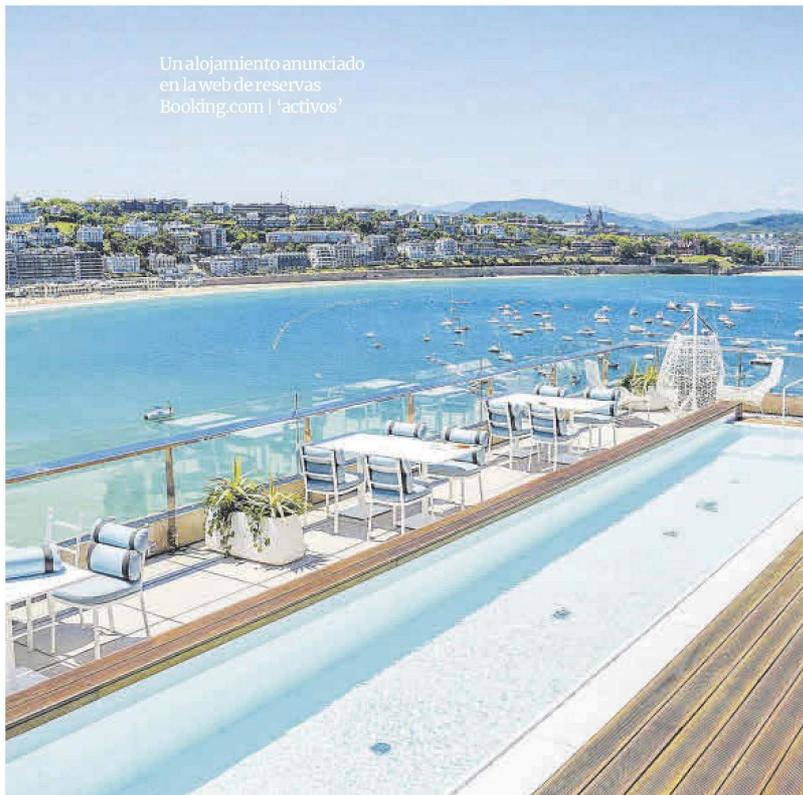
## La pandemia ha dado paso a un nuevo tipo de turista: el teletrabajador digital que puede trabajar desde cualquier lugar

nes más prácticos, no solo la habitación», señala **Casals**. Hay hoteles que ya miran hacia esa dirección, pero ninguno de los asociados ha decidido todavía dedicarse de pleno a esta nueva tendencia.

### ¿Viajar en avión?

El turismo, en su esencia, no ha cambiado mucho con la pandemia. Pero las tendencias que comenzaban a manifestarse antes de ella se han potenciado. El *slow travel* es una de ellas. Se reconoce principalmente entre el público nórdico, muy preocupado por que los hoteles obtengan calificaciones ecológicas. Apuesta por viajar en medios como el tren, evitando el avión. Y va muy de la mano del conocido como cicloturismo, que se potencia especialmente entre los países europeos, conformado por itinerarios que combinan la bicicleta con otros medios.

Diversos estudios apuntan que en un viaje corto en avión, equivalente a la distancia entre Madrid y Barcelona, por ejemplo, se emiten unos 115 kilogramos de CO<sub>2</sub> por



pasajero, mientras que en el mismo viaje, en AVE, la emisión es cero.

Sin embargo, según el buscador de vuelos Kayak, las búsquedas globales de viajes en avión para este otoño han subido alrededor del 96% en comparación con las realizadas en 2021. En la práctica, el avión continúa siendo el principal método de transporte: de los 7,8 millones de turistas internacionales que el país recibió en septiembre, 6,51 millones lo utilizaron. Poco más de un millón llegaron por carretera; 240.294, en transporte marítimo, y tan solo 28.000, en ferrocarril.

### Encarecidos por la inflación

Los viajes también han sufrido los efectos de la inflación galopante. **Brigitte Hidalgo**, directora de operaciones de Weekendesk –página web que ofrece escapadas temáticas enfocadas al turismo local– asegura que su facturación ha crecido entre el 5% y el 10% en comparación con la de 2019. «En algunos casos, por un aumento de reservas, pero, en otros, como efecto directo de la inflación». De hecho, han subido

## A pesar de que los expertos apuntan a una mayor búsqueda de lo sostenible, el avión sigue siendo el medio más utilizado

los precios de sus *packs* porque tanto los alojamientos como los servicios que incluyen lo han hecho, de media, el 20%.

A pesar de que el precio sigue siendo el principal condicionante a la hora de preparar un viaje, no parece que la inflación esté dilapidando las ganas de viajar. Las reservas en Booking.com, por ejemplo, han crecido el 8% y sus ingresos el 20% en el último año.

### Buscar lo insólito

Generalmente, los viajeros demandan cada vez más innovación en sus itinerarios y los empresarios se esfuerzan los sesos para conseguir sorprenderles.

De una experiencia gastronómica ya no solo se espera catar un plato, sino realizar un *tour* por la huerta donde se cultivan esos alimentos o mantener una charla con los chefs que lo elaboran. Predomina la búsqueda de planes insólitos y privados, con tintes culturales, y que incluyan actividades variopintas que añadan valor a la actividad de viajar.

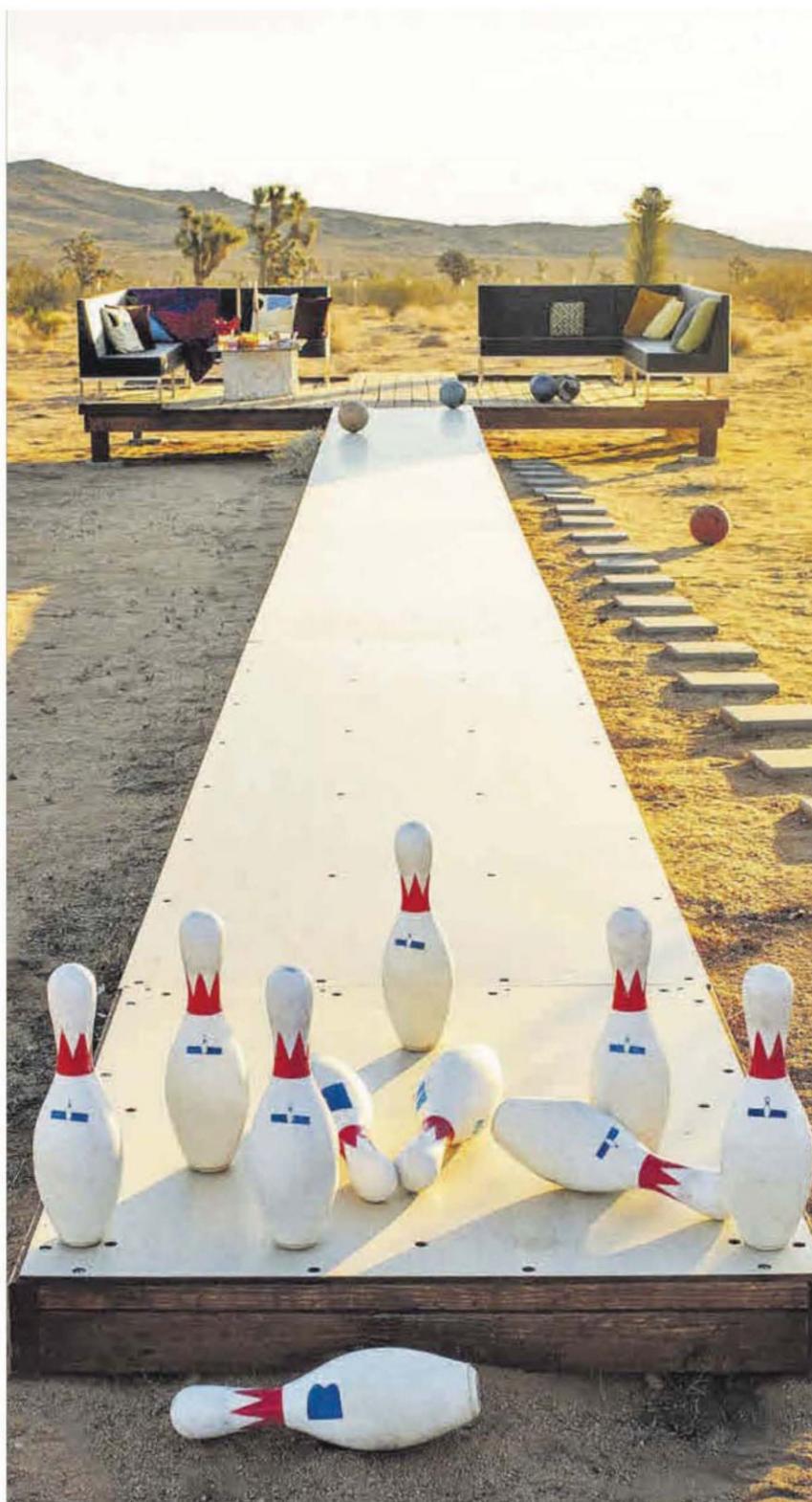
## El turismo para «vengarse» del covid impulsa el sector



Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia de coronavirus . Esos meses de en...



27 Noviembre, 2022



## La 'venganza' del turismo contra el covid impacta en el sector

P.4a6

27 Noviembre, 2022

Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia de coronavirus. Esos meses de encierro doméstico fueron la constatación práctica de la locución latina *tempus fugit* (el tiempo vuela). Nadie podrá devolver aquellos planes que tuvieron que posponerse, ni tampoco los viajes que se quedaron en el cajón. Pero las ganas de conocer otros lugares no desaparecieron. Se acumularon. Y han dado paso a una tendencia que los expertos han bautizado con el término *revenge tourism*, la particular venganza del turismo contra la pandemia.

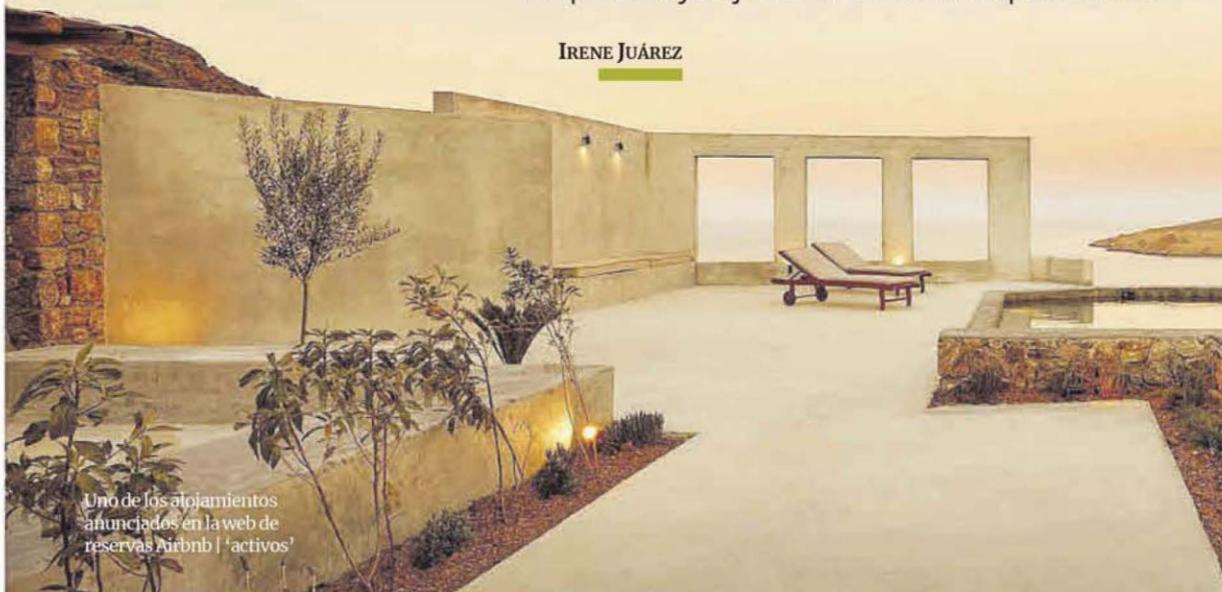
El *revenge tourism* hace referencia, por lo tanto, al impulso que el sector ha experimentado este año, especialmente en verano, y que ha pasado por encima de las previsiones económicas que apuntaban a un otoño complicado. La gente ha preferido mirar hacia otro lado y realizar aquel viaje tan deseado, aprovechando los ahorros que acumuló en el confinamiento.

En este contexto, la recuperación del sector ha sido más rápida de lo esperado. De hecho, el experto en turismo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) **Pablo Díaz** la califica de «anormal». Durante el segundo semestre de 2022, los españoles han realizado 44,64 millones de viajes, 10 millones más que en el mismo periodo de 2021. Y la cifra se acerca significativamente a la registrada en 2019, cuando viajaron 50,47 millones de veces. Del total, además, el 91,8% han tenido como destino el territorio nacional – fue-

# El resurgir del turismo para vengarse del covid

El sector experimenta una recuperación acelerada, motivada por el afán por viajar acumulado durante la pandemia. Aparecen los teletrabajadores nómadas y nuevas formas de desplazarse y alojarse en destinos más 'posteables'.

IRENE JUÁREZ



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas Airbnb | 'activos'

De la mano de los viajeros que buscan realizar itinerarios dinámicos y que no impliquen visitar solamente un destino, nace el interés por las autocaravanas y las cámperes. Así lo explican **Carla Salavert** y **Lucía Jiménez-Caminero**, propietarias de CamperXpress, una plataforma *on line* de alquiler de estos vehículos que acaba de salir al mercado y que ha optado por anunciar exclusivamente a profesionales, los cuales aseguran que los particulares incurrirán en una competencia desleal.

El sector de las autocaravanas recibió un empujón con la pandemia, amparado por el anhelo de los viajeros de recuperar su libertad y, a la vez, optar por un medio de transporte y alojamiento privado. Sin embargo, la asociación española de la industria y comercio del *caravanning*, Aseicar, advierte de que las matriculaciones llevan cayendo seis meses consecutivos y prevé que este año se reduzcan prácticamente a la mitad en comparación con 2021, cuando se registraron 8.512. Hasta septiembre se matricu-

laron 741. La asociación justifica este descalabro por la elevada inflación y la falta de materiales.

Las autocaravanas pueden ser, por ejemplo, una opción para deportistas, que cargan en ellas sus equipos y se trasladan de un lado a otro, recorriendo distintos lugares, a menudo plagados de naturaleza. Y, por lo general, según las propietarias de la plataforma, alquilar una no es una opción mucho más cara que reservar un hotel o un apartamento.

Realizar este tipo de viaje, muy propio del norte de España y de las islas Canarias, y que está creciendo cada vez más en el sur del país, puede costar menos de 100 euros por noche en temporada baja. Aunque también las hay de lujo, que ya rozan los 200 euros al día.

Así, la plataforma funciona como escaparate para los profesionales: ellos definen sus precios, gestionan las entregas y organizan la limpieza. Como en casi todos los de su categoría, su modelo de negocio se basa en cobrar una comisión por cada reserva.

## Un 'booking' para cámperes y autocaravanas

I. J.





27 Noviembre, 2022



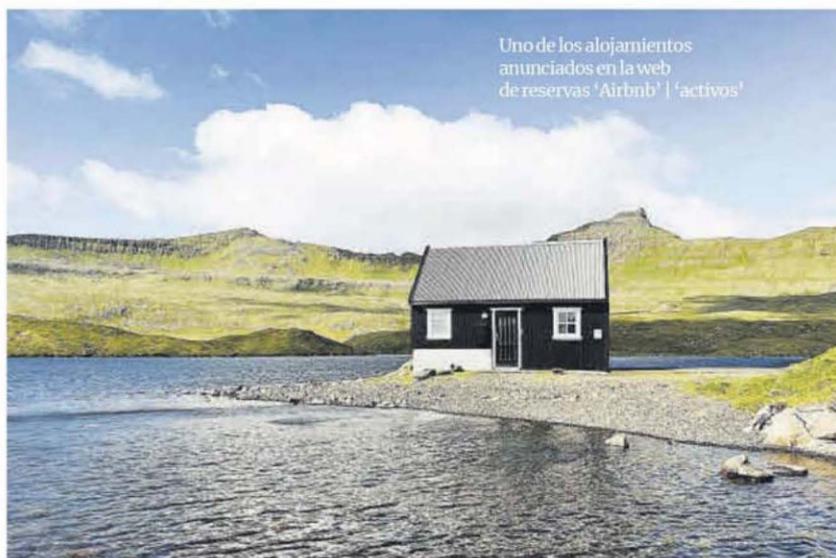
ron el 90,2% en 2019—. «La gente busca seguridad, no jugársela. En estos dos años ha descubierto que a medio radio tenían una oferta turística que desconocían», afirma el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), **Jordi Martí**. El gasto, por su parte, se ha disparado a 11.657 millones de euros, el 115,7% más que en 2021.

Pero no solo se viaja más, y más caro, sino que también se empieza a viajar diferente. Ya no se trata de ir acumulando destinos visitados, sino experiencias, explican diversos operadores del sector. Nuevas formas de desplazarse y hospedarse han irrumpido con fuerza, marcadas por la digitalización. Los teletrabajadores son cada vez más nómadas y los jóvenes basan sus búsquedas de destinos y alojamientos en las tendencias de las redes sociales.

#### Arma de doble filo

El peso importante del turismo en la economía española lo sigue teniendo el visitante extranjero. Todavía este año se han hecho notar los últimos coletazos de la pandemia y algunos países aún han impuesto restricciones a la hora de viajar. También se ha percibido la falta del turismo ruso, paralizado por la guerra de Ucrania. Aun así, el país ha recibido hasta septiembre la visita de 55,9 millones de turistas extranjeros, mientras que en el conjunto de 2021 fueron 31,2 millones.

Cada extranjero se ha gastado en España 1.182 euros de media, lo que constituye un aumento del 10% en relación con el mes de septiembre del año anterior. Durante los seis primeros meses del año, el



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas 'Airbnb' | 'activos'

gasto de estos turistas aumentó el 209,7% respecto al mismo periodo del año pasado, alcanzando los 68.137 millones de euros.

Este turismo de venganza, sin embargo, es un arma de doble filo. Porque esta recuperación tan notable del sector puede ser en sí misma una burbuja susceptible de reventar. Es decir, una vez saciadas sus

### Unos 55,9 millones de turistas extranjeros visitaron España hasta septiembre; en todo 2021 fueron 31,2 millones

ganancias, es muy posible que la población vuelva a la contención, explica **Díaz**. También insiste en la presión de la inflación sobre el sector, que sube precios. Aunque se han realizado seis millones de viajes menos que en 2019, el gasto es ligeramente superior. Este año ha sido de 11,66 millones de euros, mientras que entonces fue de 11,43.

A largo plazo, esto puede suponer que viajar se convierta en una actividad exclusiva reservada a personas con un alto nivel adquisitivo, argumenta el experto en turismo de la UOC. Por ende, «la clase media quedaría relegada a un turismo más local, excluida de los viajes internacionales». Además, causaría un acortamiento de la duración de las

estancias y, en consecuencia, una pérdida de peso del sector en el PIB que, en 2019, año previo a la pandemia, fue del 12,4%.

#### Lugares 'instagrameables'

Otra de las nuevas tendencias tiene que ver con el cambio generacional. Los jóvenes buscan hoteles y experiencias que puedan postear en sus redes sociales, y los alojamientos se esfuerzan en construir espacios modernos y fotografiables para ellos. Y a través de las redes, además, encuentran establecimientos en los que se hospedarán, a menudo atraídos por las publicaciones de sus influencers de confianza.

>>



Un barco anunciado en la web de reservas Samboat | 'activos'

Alquilar un barco para los periodos vacacionales ha sido tradicionalmente una opción lujosa. Pero la razón de ser de Samboat, plataforma de alquiler de estos vehículos marítimos, es abrir mercado entre la gente de a pie. «El objetivo es democratizar la náutica», asegura la gerente de la compañía en España, **Amanda Zaragoza**.

De hecho, **Zaragoza** explica que se puede alquilar un barco con capacidad para 10 personas por entre 200 y 300 euros la noche, por lo que, en la práctica, costaría 30 euros al día por persona. Sin embargo, dependiendo de la modalidad de barco, el precio se encarece considerablemente: un catamarán, por ejemplo, puede costar más de 500 euros al día.

Alquilar un barco es una opción cada vez más popular entre los jóvenes, que quieren realizar actividades náuticas, y entre el público más mayor, que desea disfrutar de una suerte de crucero privado. En un año, Samboat ha aumentado su volumen de negocio en un 60% y ha duplicado su flota de vehículos: actualmente dispone en España de unos 6.000.

Los jóvenes los alquilan para un día, aproximadamente, mientras que el público sénior suele alargar sus estancias hasta la semana. En ambos casos buscan la máxima privacidad, y exclusividad, y la vivencia de una experiencia especial. «La gente, hoy en día, quiere viajar de forma diferente», asegura **Zaragoza**.

Sin embargo, este negocio tampoco se ha librado de las consecuencias de la inflación. El aumento del precio de los carburantes le ha golpeado de cerca. Pero **Zaragoza** no cree que esto sea impedimento, porque los viajeros «se adelantan a las subidas de precios y ahorran». Aun así, las matriculaciones de embarcaciones de recreo han caído un acumulado del 16% desde enero hasta octubre, en comparación con 2021, según la Asociación Nacional de Empresas Náuticas, Anen.

Anunciarse en Samboat también es gratis, aunque en España solamente pueden hacerlo los profesionales. La plataforma les cobra una comisión del 18% por cada reserva que cierran con ella.

## Democratizar el alquiler de barcos

I. J.



27 Noviembre, 2022

<<

Por otra parte, la implementación del teletrabajo en empresas de naturaleza digital ha dado paso a un nuevo actor en el tablero turístico: el trabajador que solamente necesita sus dispositivos digitales y una buena conexión wifi para ejercer sus funciones. Puede trabajar desde cualquier lugar del mundo, y suele hacerlo en estancias largas.

Una de las ciudades europeas que más teletrabajadores está acogiendo es Barcelona. Estos trabajadores no son más que «el reflejo de una generación mucho más nómada, acostumbrada a estudiar y a vivir fuera de su país de origen, y que normalmente no tiene hijos», sostiene el director del gremio de hoteles de la ciudad, **Manel Casals**.

Pero ¿cuál es el peso real del teletrabajo en la sociedad? España pasó de tener al 4,8% de su población ocupada teletrabajando en 2019 al 10,8% durante el confinamiento. Y esta cifra descendió en 2021 hasta situarse en el 9,5%.

«Ya nos estamos adaptando a ellos, pero tendremos que hacerlo mucho más, con espacios comu-

## La pandemia ha dado paso a un nuevo tipo de turista: el teletrabajador digital que puede trabajar desde cualquier lugar

nes más prácticos, no solo la habitación», señala **Casals**. Hay hoteles que ya miran hacia esa dirección, pero ninguno de los asociados ha decidido todavía dedicarse de pleno a esta nueva tendencia.

### ¿Viajar en avión?

El turismo, en su esencia, no ha cambiado mucho con la pandemia. Pero las tendencias que comenzaban a manifestarse antes de ella se han potenciado. El *slow travel* es una de ellas. Se reconoce principalmente entre el público nórdico, muy preocupado por que los hoteles obtengan calificaciones ecológicas. Apuesta por viajar en medios como el tren, evitando el avión. Y va muy de la mano del conocido como cicloturismo, que se potencia especialmente entre los países europeos, conformado por itinerarios que combinan la bicicleta con otros medios.

Diversos estudios apuntan que en un viaje corto en avión, equivalente a la distancia entre Madrid y Barcelona, por ejemplo, se emiten unos 115 kilogramos de CO<sub>2</sub> por



Un alojamiento anunciado en la web de reservas Booking.com | 'activos'



Crece la demanda de viajes con experiencias singulares añadan valor a la actividad | 'activos'

pasajero, mientras que en el mismo viaje, en AVE, la emisión es cero.

Sin embargo, según el buscador de vuelos Kayak, las búsquedas globales de viajes en avión para este otoño han subido alrededor del 96% en comparación con las realizadas en 2021. En la práctica, el avión continúa siendo el principal método de transporte: de los 7,8 millones de turistas internacionales que el país recibió en septiembre, 6,51 millones lo utilizaron. Poco más de un millón llegaron por carretera; 240.294, en transporte marítimo, y tan solo 28.000, en ferrocarril.

### Encarecidos por la inflación

Los viajes también han sufrido los efectos de la inflación galopante. **Brigitte Hidalgo**, directora de operaciones de Weekendes —página web que ofrece escapadas temáticas enfocadas al turismo local— asegura que su facturación ha crecido entre el 5% y el 10% en comparación con la de 2019. «En algunos casos, por un aumento de reservas, pero, en otros, como efecto directo de la inflación». De hecho, han subido

## A pesar de que los expertos apuntan a una mayor búsqueda de lo sostenible, el avión sigue siendo el medio más utilizado

los precios de sus *packs* porque tanto los alojamientos como los servicios que incluyen lo han hecho, de media, el 20%.

A pesar de que el precio sigue siendo el principal condicionante a la hora de preparar un viaje, no parece que la inflación esté dilapidando las ganas de viajar. Las reservas en Booking.com, por ejemplo, han crecido el 8% y sus ingresos el 20% en el último año.

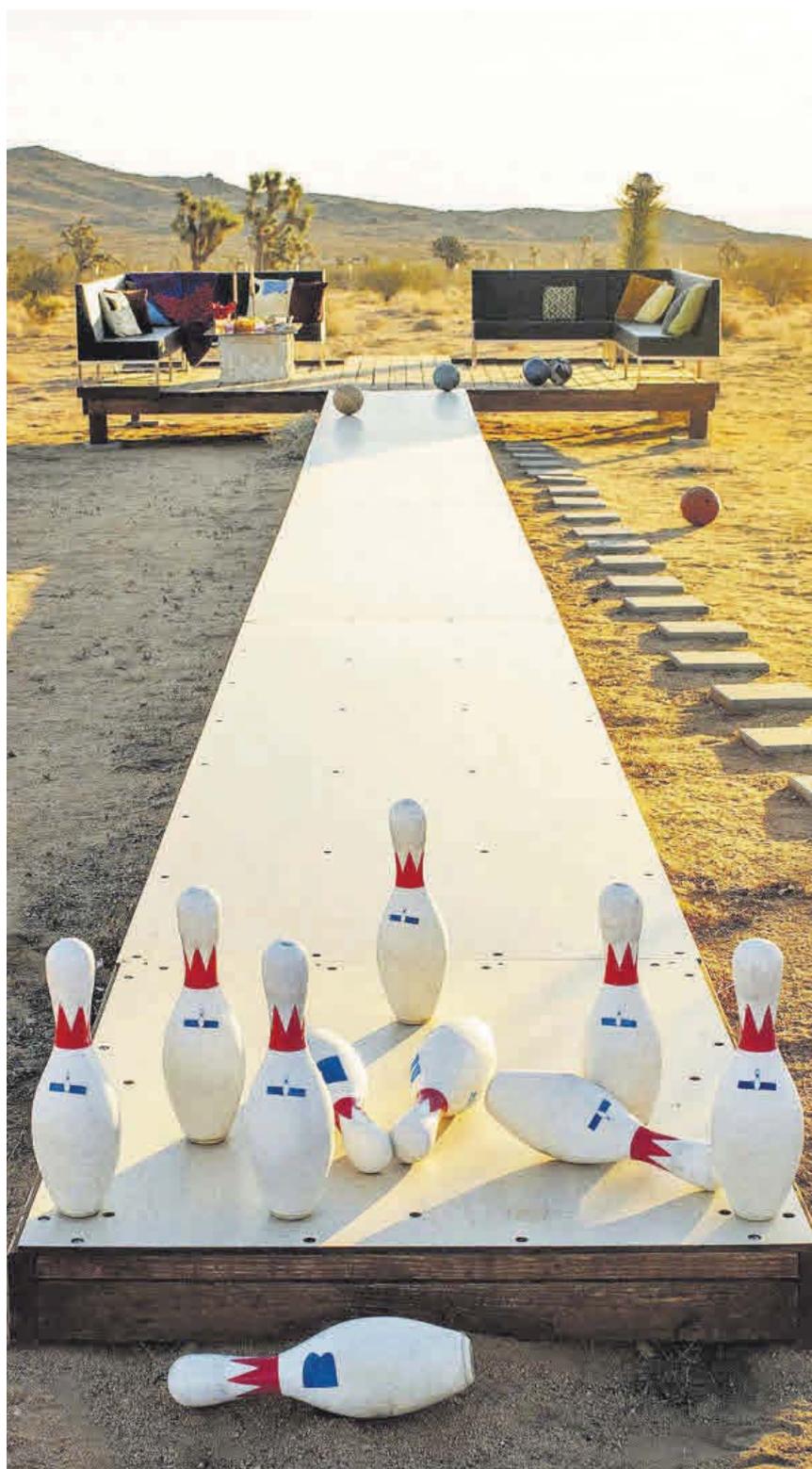
### Buscar lo insólito

Generalmente, los viajeros demandan cada vez más innovación en sus itinerarios y los empresarios se estrujan los sesos para conseguir sorprenderles.

De una experiencia gastronómica ya no solo se espera catar un plato, sino realizar un *tour* por la huerta donde se cultivan esos alimentos o mantener una charla con los chefs que lo elaboran. Predomina la búsqueda de planes insólitos y privados, con tintes culturales, y que incluyan actividades variopintas que añadan valor a la actividad de viajar.



27 Noviembre, 2022



## La 'venganza' del turismo contra la covid impacta en el sector

P.4a6

27 Noviembre, 2022

Cerrar los ojos y trasladarse mentalmente a 2020 supone, muy probablemente, experimentar de nuevo la sensación de agobio que produjeron los sucesivos confinamientos, decretados a marchas forzadas por la pandemia del coronavirus. Esos meses de encierro doméstico fueron la constatación práctica de la locución latina *tempus fugit* (el tiempo vuela). Nadie podrá devolver aquellos planes que tuvieron que posponerse, ni tampoco los viajes que se quedaron en el cajón. Pero las ganas de conocer otros lugares no desaparecieron. Se acumularon. Y han dado paso a una tendencia que los expertos han bautizado con el término *revenge tourism*, la particular venganza del turismo contra la pandemia.

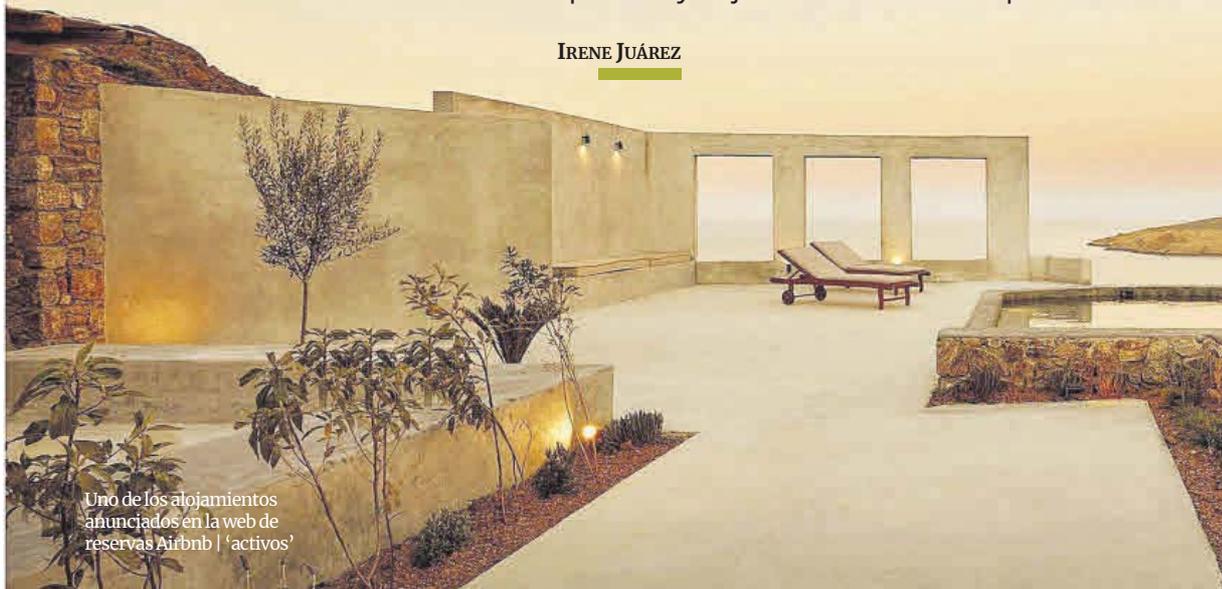
El *revenge tourism* hace referencia, por lo tanto, al impulso que el sector ha experimentado este año, especialmente en verano, y que ha pasado por encima de las previsiones económicas que apuntaban a un otoño complicado. La gente ha preferido mirar hacia otro lado y realizar aquel viaje tan deseado, aprovechando los ahorros que acumuló en el confinamiento.

En este contexto, la recuperación del sector ha sido más rápida de lo esperado. De hecho, el experto en turismo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) **Pablo Díaz** la califica de «anormal». Durante el segundo semestre de 2022, los españoles han realizado 44,64 millones de viajes, 10 millones más que en el mismo periodo de 2021. Y la cifra se acerca significativamente a la registrada en 2019, cuando viajaron 50,47 millones de veces. Del total, además, el 91,8% han tenido como destino el territorio nacional – fue-

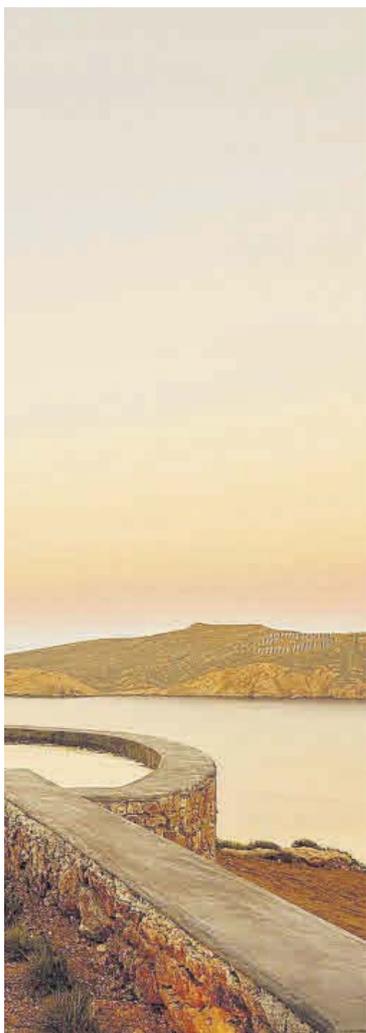
# El resurgir del turismo para vengarse de la covid

El sector experimenta una recuperación acelerada, motivada por el afán por viajar acumulado durante la pandemia. Aparecen los teletrabajadores nómadas y nuevas formas de desplazarse y alojarse en destinos más 'posteables'.

IRENE JUÁREZ



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas Airbnb | 'activos'



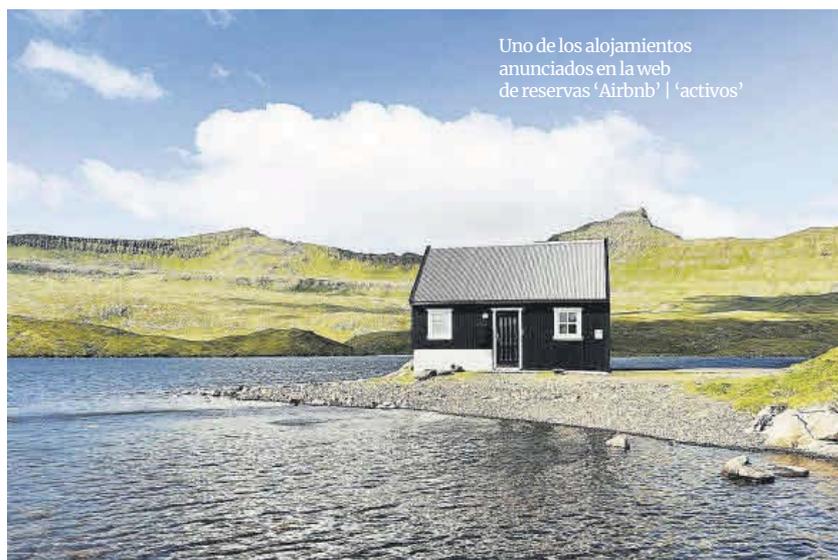
ron el 90,2% en 2019—. «La gente busca seguridad, no jugársela. En estos dos años ha descubierto que a medio radio tenían una oferta turística que desconocían», afirma el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), **Jordi Martí**. El gasto, por su parte, se ha disparado a 11.657 millones de euros, el 115,7% más que en 2021.

Pero no solo se viaja más, y más caro, sino que también se empieza a viajar diferente. Ya no se trata de ir acumulando destinos visitados, sino experiencias, explican diversos operadores del sector. Nuevas formas de desplazarse y hospedarse han irrumpido con fuerza, marcadas por la digitalización. Los teletrabajadores son cada vez más nómadas y los jóvenes basan sus búsquedas de destinos y alojamientos en las tendencias de las redes sociales.

#### Arma de doble filo

El peso importante del turismo en la economía española lo sigue teniendo el visitante extranjero. Todavía este año se han hecho notar los últimos coletazos de la pandemia y algunos países aún han impuesto restricciones a la hora de viajar. También se ha percibido la falta del turismo ruso, paralizado por la guerra de Ucrania. Aun así, el país ha recibido hasta septiembre la visita de 55,9 millones de turistas extranjeros, mientras que en el conjunto de 2021 fueron 31,2 millones.

Cada extranjero se ha gastado en España 1.182 euros de media, lo que constituye un aumento del 10% en relación con el mes de septiembre del año anterior. Durante los seis primeros meses del año, el



Uno de los alojamientos anunciados en la web de reservas 'Airbnb' | 'activos'

gasto de estos turistas aumentó el 209,7% respecto al mismo periodo del año pasado, alcanzando los 68.137 millones de euros.

Este *turismo de venganza*, sin embargo, es un arma de doble filo. Porque esta recuperación tan notable del sector puede ser en sí misma una *burbuja* susceptible de reventar. Es decir, una vez saciadas sus

**Unos 55,9 millones de turistas extranjeros visitaron España hasta septiembre; en todo 2021 fueron 31,2 millones**

ganas, es muy posible que la población vuelva a la contención, explica **Díaz**. También insiste en la presión de la inflación sobre el sector, que sube precios. Aunque se han realizado seis millones de viajes menos que en 2019, el gasto es ligeramente superior. Este año ha sido de 11,66 millones de euros, mientras que entonces fue de 11,43.

A largo plazo, esto puede suponer que viajar se convierta en una actividad exclusiva reservada a personas con un alto nivel adquisitivo, argumenta el experto en turismo de la UOC. Por ende, «la clase media quedaría relegada a un turismo más local, excluida de los viajes internacionales». Además, causaría un acortamiento de la duración de las

estancias y, en consecuencia, una pérdida de peso del sector en el PIB que, en 2019, año previo a la pandemia, fue del 12,4%.

#### Lugares 'instagrameables'

Otra de las nuevas tendencias tiene que ver con el cambio generacional. Los jóvenes buscan hoteles y experiencias que puedan postear en sus redes sociales, y los alojamientos se esfuerzan en construir espacios modernos y fotografiables para ellos. Y a través de las redes, además, encuentran establecimientos en los que se hospedarán, a menudo atraídos por las publicaciones de sus *influencers* de confianza.

>>



<<

Por otra parte, la implementación del teletrabajo en empresas de naturaleza digital ha dado paso a un nuevo actor en el tablero turístico: el trabajador que solamente necesita sus dispositivos digitales y una buena conexión wifi para ejercer sus funciones. Puede trabajar desde cualquier lugar del mundo, y suele hacerlo en estancias largas.

Una de las ciudades europeas que más teletrabajadores está acogiendo es Barcelona. Estos trabajadores no son más que «el reflejo de una generación mucho más nómada, acostumbrada a estudiar y a vivir fuera de su país de origen, y que normalmente no tiene hijos», sostiene el director del gremio de hoteles de la ciudad, **Manel Casals**.

Pero ¿cuál es el peso real del teletrabajo en la sociedad? España pasó de tener al 4,8% de su población ocupada teletrabajando en 2019 al 10,8% durante el confinamiento. Y esta cifra descendió en 2021 hasta situarse en el 9,5%.

«Ya nos estamos adaptando a ellos, pero tendremos que hacerlo mucho más, con espacios comu-

## La pandemia ha dado paso a un nuevo tipo de turista: el teletrabajador digital que puede trabajar desde cualquier lugar

nos más prácticos, no solo la habitación», señala **Casals**. Hay hoteles que ya miran hacia esa dirección, pero ninguno de los asociados ha decidido todavía dedicarse de pleno a esta nueva tendencia.

### ¿Viajar en avión?

El turismo, en su esencia, no ha cambiado mucho con la pandemia. Pero las tendencias que comenzaban a manifestarse antes de ella se han potenciado. El *slow travel* es una de ellas. Se reconoce principalmente entre el público nórdico, muy preocupado por que los hoteles obtengan calificaciones ecológicas. Apuesta por viajar en medios como el tren, evitando el avión. Y va muy de la mano del conocido como cicloturismo, que se potencia especialmente entre los países europeos, conformado por itinerarios que combinan la bicicleta con otros medios.

Diversos estudios apuntan que en un viaje corto en avión, equivalente a la distancia entre Madrid y Barcelona, por ejemplo, se emiten unos 115 kilogramos de CO<sub>2</sub> por



Un alojamiento anunciado en la web de reservas Booking.com | 'activos'



Crece la demanda de viajes con experiencias singulares añadan valor a la actividad | 'activos'

pasajero, mientras que en el mismo viaje, en AVE, la emisión es cero.

Sin embargo, según el buscador de vuelos Kayak, las búsquedas globales de viajes en avión para este otoño han subido alrededor del 96% en comparación con las realizadas en 2021. En la práctica, el avión continúa siendo el principal método de transporte: de los 7,8 millones de turistas internacionales que el país recibió en septiembre, 6,51 millones lo utilizaron. Poco más de un millón llegaron por carretera; 240.294, en transporte marítimo, y tan solo 28.000, en ferrocarril.

### Encarecidos por la inflación

Los viajes también han sufrido los efectos de la inflación galopante. **Brigitte Hidalgo**, directora de operaciones de Weekendes –página web que ofrece escapadas temáticas enfocadas al turismo local– asegura que su facturación ha crecido entre el 5% y el 10% en comparación con la de 2019. «En algunos casos, por un aumento de reservas, pero, en otros, como efecto directo de la inflación». De hecho, han subido

## A pesar de que los expertos apuntan a una mayor búsqueda de lo sostenible, el avión sigue siendo el medio más utilizado

los precios de sus *packs* porque tanto los alojamientos como los servicios que incluyen lo han hecho, de media, el 20%.

A pesar de que el precio sigue siendo el principal condicionante a la hora de preparar un viaje, no parece que la inflación esté dilapidando las ganas de viajar. Las reservas en Booking.com, por ejemplo, han crecido el 8% y sus ingresos el 20% en el último año.

### Buscar lo insólito

Generalmente, los viajeros demandan cada vez más innovación en sus itinerarios y los empresarios se estrujan los sesos para conseguir sorprenderles.

De una experiencia gastronómica ya no solo se espera catar un plato, sino realizar un *tour* por la huerta donde se cultivan esos alimentos o mantener una charla con los chefs que lo elaboran. Predomina la búsqueda de planes insólitos y privados, con tintes culturales, y que incluyan actividades variopintas que añadan valor a la actividad de viajar.