



Recull de premsa juliol 2026

Número d'impactes: 47

Audiència impactada

Medios por valor económico



Núvol de paraules



Índice

Catalunya fregarà el ple turístic aquest agost i els viatges no tenen aturador Onda Cero (ES) - GENTE VIAJERA - 30/07/2026	5
Estiu d'auge dels viatges de proximitat i de canvis en les destinacions internacionals OndaCero.es - 30/07/2026	6
Serra (Acave) destaca la importància de «una voz única» en el sector de las agencias de viajes Cronicadecantabria.com - 29/07/2026	7
Rafa Serra destaca la importància de “una voz única” en el sector de las agencias Agenttravel.es - 29/07/2026	9
Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes Msn (Spain) - 28/07/2026	11
Serra (Acave) destaca la importància de «una voz única» en el sector de las agencias de viajes forbes.es - 28/07/2026	13
Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes DiarioSigloXXI.com - 28/07/2026	15
Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes norbolsa.es - 28/07/2026	17
Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes pressdigital.es - 28/07/2026	19
Economía.- Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes BolsaMania.com - 28/07/2026	21
Serra (Acave) reivindica la necesidad de una voz única en las agencias de viajes democrata.es - 28/07/2026	23
Serra (Acave) destaca la importància de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes europapress.es - 28/07/2026	25
Los empresarios reclaman una gestión mas eficaz de la movilidad La Vanguardia - 28/07/2026	28
Los empresarios reclaman una gestión más eficiente de la movilidad en Barcelona Msn (Spain) - 27/07/2026	29
Los empresarios reclaman una gestión más eficiente de la movilidad en Barcelona lavanguardia.com - 27/07/2026	31
entrevista a ON ECONOMIA elnacional.cat - 27/07/2026	33
¿Qué busca el nuevo turista de lujo y por qué ya no se conforma con los clásicos? Diario Turismo - 27/07/2026	34
Turismo de lujo, una demanda sólida y diversificada que resiste cualquier temporal Hosteltur.com - 27/07/2026	38
Rafa Serra: "Si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal" Msn (Spain) - 26/07/2026	39
Rafa Serra: “Si no existís el turisme tornaríem a l'època feudal”	43

Rafa Serra: "Si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal"	47
elnacional.cat - 26/07/2026	
El context internacional condiona les vacances	51
Rtve.es - 17/07/2026	
9 viatges destacats i bé de preu que encara estan disponibles aquest estiu 2026	52
beteve.cat - 17/07/2026	
L'activitat entra amb bon peu en el segon semestre	53
VilaWeb.cat - 06/07/2026	
El verano también se decide sobre la marcha y estos destinos son perfectos para unas vacaciones de última hora	56
MallorcaDiario.com - 06/07/2026	
Cataluña afronta un buen verano turístico	59
Federació d'Hostaleria de les Comarques - 06/07/2026	
ACAVE reúne al Sector en la undécima edición de su Noche del Socio	60
Nexotur.com - 06/07/2026	
Catalunya afronta otro verano de lleno turístico con mas reservas de ultima hora	63
La Vanguardia - 06/07/2026	
Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico	64
La Razón Cataluña - 05/07/2026	
L'interior desperta els sentits	65
Segre Catala - 05/07/2026	
L'ocupació hotelera per al juliol puja del 86%	66
MetropoliAbierta.cat - 04/07/2026	
Barcelona encara un verano lleno de turistas: la ocupación hotelera para julio sube del 86%	68
elespanol.com - 04/07/2026	
Catalunya vuelve a rozar el lleno en un verano marcado por reservas de última hora	69
Msn (Spain) - 04/07/2026	
Catalunya torna a fregar el ple en un estiu marcat per reserves d'última hora	71
elnacional.cat - 04/07/2026	
Catalunya espera un verano récord con más reservas de última hora	73
elnacional.cat - 04/07/2026	
Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico, con más reservas de última hora	75
LaRazon.es - 04/07/2026	
Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico, con más reservas de última hora	77
Efe.com - 04/07/2026	
Primera Operación Salida de un verano de récord en turismo y más de 104 millones de desplazamientos hasta septiembre	80
Rtve.es - 03/07/2026	
ACAVE prevé un verano activo, más reservas de última hora y mayor diversificación de destinos	83
expreso.info - 01/07/2026	
La operación 'salida' dispara las plazas en aviones, trenes y buses y da el arranque al verano	86
Msn (Spain) - 30/06/2026	



Catalunya fregarà el ple turístic aquest agost i els viatges no tenen aturador

Entrevista amb Jordi Viñolas, vicepresident d'ACAVE: https://www.ondacero.es/podcast/emisoras/barcelona/la-ciutat-barcelona/actualitat/catalunya-fregara-ple-turistic-aquest-agost-els-viatges-tenen-aturador_202607306a6bb337456bb0e41a703583.html



Estiu d'auge dels viatges de proximitat i de canvis en les destinacions internacionals



Tot i aquest bon moment, els conflictes geopolítics han modificat alguns dels hàbits dels viatgers, especialment en els desplaçaments de llarga distància.

El vicepresident de l' Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades ([ACAVE](#)), Jordi Vinyoles , ha explicat en una entrevista a La Ciutat d'Estiu que el conflicte a l' Orient Mitjà ha generat mesos d'incertesa entre els viatgers. I és que molts vols cap a Àsia depenen dels grans aeroports de connexió de la zona. Aquesta situació ha fet que una part dels turistes optessin per rutes alternatives o destinacions diferents, provocant també un encariment dels bitllets aeris.

Els Estats Units mantenen l'atractiu malgrat el context polític

Durant l'entrevista també s'ha abordat l'impacte de la situació política als Estats Units . Tot i que l'arribada de Donald Trump a la Casa Blanca havia generat dubtes entre alguns viatgers, Vinyoles considera que la destinació continua mantenint un gran atractiu . Segons explica, hi ha hagut un lleuger descens de la demanda, però els Estats Units continuen sent una destinació molt ben connectada amb Barcelona i ciutats com Nova York segueixen despertant un gran interès entre els catalans.

La Xina i el Japó, entre els grans protagonistes de l'estiu

Pel que fa a les destinacions emergents, la Xina viu un moment especialment favorable . La supressió del requisit de visat per a estades de fins a trenta dies està impulsant notablement la demanda , juntament amb el Japó, que continua sent un dels grans reclams del continent asiàtic. Les xarxes socials també hi juguen un paper important, especialment entre els viatgers més joves.



Serra (Acave) destaca la importancia de «una voz única» en el sector de las agencias de viajes

Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV. El presidente de Acave, Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las agencias de viajes cuente con «una voz única» para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV, un paso que considera «clave» para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de Acave en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

«La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única», ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por «transparencia democrática y valor asociativo».

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, Acave señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.



Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.



Rafa Serra destaca la importancia de “una voz única” en el sector de las agencias

Acave considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector



Acave considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector

El presidente de Acave, Rafa Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las agencias de viajes cuente con “una voz única” para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la reincorporación de Acave a CEAV, un paso que considera “clave” para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de Acave en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

“La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única”, ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por “transparencia democrática y valor asociativo”.

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su



departamento jurídico y su conocimiento de Ectaa, la asociación europea de [agencias de viajes y turoperadores](#).

Nuevos proyectos

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, [Acave](#) señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.



> 28 de julio de 2026 a las 19:01

PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

Serra ([Acave](#)) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las [agencias de viajes](#)

Europa Press Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV. El presidente de [Acave](#), Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las [agencias de viajes](#) cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de [Acave](#) en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

[Acave](#), que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de [agencias de viajes](#) y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, [Acave](#) señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de [Agencias de Viajes](#) (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.



PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

> 28 de julio de 2026 a las 19:01

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.



Serra (Acave) destaca la importancia de «una voz única» en el sector de las agencias de viajes



El presidente de Acave, Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las agencias de viajes cuente con «una voz única» para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV, un paso que considera «clave» para avanzar hacia una mayor unidad sectorial. El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de Acave en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

«La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única», ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por «transparencia democrática y valor asociativo».

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, Acave señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer



frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.



Serra ([Acave](#)) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las [agencias de viajes](#)



Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV

El presidente de [Acave](#), Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las [agencias de viajes](#) cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de [Acave](#) en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido,



apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, Acave señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.



Serra ([Acave](#)) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las [agencias de viajes](#)

Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV

MADRID, 28 (EUROPA PRESS)

El presidente de [Acave](#), Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las [agencias de viajes](#) cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de [Acave](#) en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

[Acave](#), que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de [agencias de viajes](#) y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, [Acave](#) señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España,



relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.



Serra (Acave) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes



Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV.

El presidente de Acave, Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las agencias de viajes cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de Acave en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y



capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de [agencias de viajes](#) y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, [Acave](#) señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de [Agencias de Viajes](#) (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las [agencias de viajes](#) españolas.



Economía.- Serra ([Acave](#)) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las [agencias de viajes](#)

Archivo - CEAV CEAV - Archivo

Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, por el 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV

MADRID, 28 (EUROPA PRESS)

El presidente de [Acave](#), Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las [agencias de viajes](#) cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de [Acave](#) a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de [Acave](#) en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

[Acave](#), que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de [agencias de viajes](#) y turoperadores.

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, [Acave](#) señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV



Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.

Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.

Curso práctico de Bolsa y Trading para inversores particulares



Serra (Acave) reivindica la necesidad de una voz única en las agencias de viajes



[Acave](#) vuelve a CEAV para reforzar una representación unificada del sector, mientras Carlos Garrido se despidе de la presidencia de la Confederación. El presidente de [Acave](#), Jordi Serra, ha subrayado la relevancia de que las [agencias de viajes](#) cuenten con “una voz única” para afrontar los desafíos compartidos y mantener la atención en los problemas reales que afectan a la industria. Lo ha manifestado en una entrevista tras la aprobación, con el apoyo del 80% de los socios, de la vuelta de [Acave](#) a CEAV, un movimiento que considera “clave” para avanzar hacia una mayor unidad del sector.

El retorno a CEAV fue refrendado por los socios de [Acave](#) en Asamblea, una resolución que, según la asociación, evidencia la intención del sector de caminar unido y dejar atrás disputas internas.

“La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única”, ha insistido Serra, quien defiende que las decisiones estratégicas deben someterse al criterio de los socios por “transparencia democrática y valor asociativo”.

Desde [Acave](#) se sostiene que una representación más integrada permitirá concentrar recursos en los principales retos del sector y evitar solapamientos entre entidades. En esta línea, la organización apuesta por reforzar la coordinación con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.

[Acave](#), que agrupa a unos 350 socios, dispone de un equipo de nueve profesionales y maneja un presupuesto cercano a los 800.000 euros. La asociación remarca que aportará a CEAV su experiencia, su conocimiento y su capacidad operativa. Entre estas aportaciones, destaca la implicación de sus comités, el trabajo de su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de [agencias de viajes](#) y turoperadores.

La entidad también remarca su propósito de poner en marcha nuevos proyectos que faciliten la actividad cotidiana de sus asociados y de reforzar el trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.



En cuanto a los grandes desafíos del sector, [Acave](#) identifica como ejes prioritarios el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para afrontar gastos imprevistos generados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, así como la colaboración con la Administración para potenciar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los distintos territorios.

Garrido se despide de la presidencia de CEAV

Esta nueva etapa de colaboración coincide con la despedida de Carlos Garrido, ya expresidente de CEAV, tras ser designado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, en sustitución de Juan Molas.

El cargo pasa ahora a José Manuel Lastra, presidente en funciones y hasta ahora vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de [Agencias de Viajes](#) (CEAV).

Garrido ha querido cerrar su etapa al frente de CEAV con un mensaje de agradecimiento y poniendo en valor el trabajo desarrollado durante su mandato, marcado por la transformación de la organización y por la crisis desencadenada por la pandemia.

Durante su presidencia, Garrido señala que CEAV ha logrado fortalecer ámbitos como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de hacer frente a la mayor crisis de la historia del turismo con medidas dirigidas a proteger a las empresas y a los profesionales del sector.

Garrido también ha remarcado como uno de los hitos de su gestión el crecimiento de CEAV, que en la actualidad agrupa a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las [agencias de viajes](#) españolas.



Serra (Acave) destaca la importancia de "una voz única" en el sector de las agencias de viajes



Europa Press Economía Finanzas

Publicado: martes, 28 julio 2026 16:43

MADRID, 28 Jul. (EUROPA PRESS) -

El presidente de Acave, Jordi Serra, ha destacado la importancia de que el sector de las agencias de viajes cuente con "una voz única" para afrontar los retos comunes y mantener el foco en los problemas reales de la industria. Así lo ha señalado en una entrevista tras la aprobación, con el respaldo del 80% de los socios, de la reincorporación de Acave a CEAV, un paso que considera "clave" para avanzar hacia una mayor unidad sectorial.

El regreso a CEAV fue aprobado por los socios de Acave en Asamblea, una decisión que, según la asociación, refleja la voluntad del sector de avanzar unido y dejar atrás disputas internas.

"La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector, porque es clave tener una voz única", ha señalado el presidente, que defiende que las cuestiones estratégicas deben someterse a la decisión de los socios por "transparencia democrática y valor asociativo".

La asociación considera que una representación más cohesionada permitirá centrar los esfuerzos en los principales problemas del sector y evitar duplicidades entre organizaciones. En este sentido, apuesta por una mayor coordinación en los trabajos con las administraciones y por compartir estructuras y comités de trabajo.



Acave, que cuenta con unos 350 socios, nueve profesionales en su equipo y un presupuesto cercano a los 800.000 euros, destaca que aportará a CEAV su experiencia, conocimiento y capacidad de trabajo. Entre sus contribuciones, señala la colaboración de sus comités, su departamento jurídico y su conocimiento de ECTAA, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores.

Te puede gustar

¿Sabes qué es la tecnología SHS de los Omoda&Jaecoo?

Europa Press

Deshacer

Cámara, batería, diseño e IA: lo que de verdad importa en un móvil de menos de 500 euros

Europa Press

Deshacer

Banebrytende innen leddhelse

La organización también subraya su intención de impulsar nuevos proyectos que faciliten el día a día de sus asociados y de contribuir al trabajo conjunto dentro de los órganos de gobierno de CEAV.

Respecto a los principales retos del sector, Acave señala como prioridades el tratamiento del riesgo de fuerza mayor derivado de la normativa europea, la creación de un fondo de cobertura para hacer frente a gastos imprevistos provocados por situaciones como catástrofes naturales o conflictos bélicos, y la colaboración con la Administración para impulsar el papel de los DMC (Destination Management Companies) como generadores de producto turístico en los territorios.

GARRIDO SE DESPIDE DE CEAV

Esta unión coincide con la despedida por parte de Carlos Garrido, expresidente ahora ya de CEAV, tras ser nombrado hace unas semanas presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España, relevando a Juan Molas.

Ahora, el presidente en funciones y ex-vicepresidente primero ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), José Manuel Lastra, le sustituye en el puesto.

Garrido ha querido despedirse de la presidencia de CEAV con un mensaje de agradecimiento y reivindicando el trabajo realizado durante su etapa al frente de la Confederación, marcada por la transformación de la organización y por la crisis provocada por la pandemia.

Durante su mandato, Garrido señala que CEAV ha conseguido reforzar áreas como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación, además de afrontar la mayor crisis de la historia del turismo con medidas destinadas a proteger a empresas y profesionales del sector.



Garrido también ha subrayado como uno de los principales hitos de su etapa el crecimiento de CEAV, que actualmente integra a 39 asociaciones y representa a la mayoría de las agencias de viajes españolas.

Los empresarios reclaman una gestión más eficaz de la movilidad

Piden a la Administración que evite la confrontación entre los modos de transporte

REDACCIÓN Barcelona

Una movilidad sostenible desde el punto de vista medioambiental, pero definida a partir de medidas consensuadas, que no enfrente a los usuarios de los distintos modos de transporte y que, en ningún caso, suponga un obstáculo para el buen desarrollo de las actividades económicas. Esta es, en resumen, la reivindicación que ha hecho pública la mesa Mou-te per Barcelona a partir de las conclusiones extraídas de su primer barómetro trimestral de movilidad eficiente de Barcelona, elaborado a partir de las aportaciones de las entidades que integran esta plataforma.

La mesa Mou-te per Barcelona se constituyó a principios del 2025 a partir de la iniciativa de una serie de entidades fundadoras, Acave, Anesdor, Barcelona Oberta, el Consell de Gremis, Fecav, Foment del Treball, el Gremi de Garatges, Fecavem, el Gremi del Motor i la Mobilitat de Barcelona y Pimec Barcelona. Desde sus inicios esta plataforma ha tratado de incidir en el debate sobre la movilidad en la capital catalana y su área metropolitana reclamando de manera insistente a las administraciones públicas, y muy especialmente al Ayuntamiento de Barcelona, el máximo diálogo y consenso a la hora de adoptar medidas que, tomadas de manera unilateral, pueden resultar perjudiciales para la actividad de importantes sectores económicos.

La plataforma, a través de un comunicado, ha hecho un llamamiento a las administraciones para que la "movilidad eficiente" sea el eje vertebrador de las políticas de movilidad en Barcelona, de manera que sea compatible la sostenibilidad con el dinamismo económico, reduciendo los tiempos de des-



Furgonetas de reparto en una de las esquinas del cruce de las calles Mallorca y Aribau

plazamiento y mejorando la movilidad de personas y mercancías. El objetivo, señalan los agentes económicos, es "conseguir una ciudad que funcione mejor".

La encuesta que sirve de base a estas demandas identifica las

actuaciones que los colectivos representados consideran más necesarias para avanzar hacia ese objetivo común. Destacan, por este orden, la mejora del transporte público interurbano, la revisión de los horarios de carga y descarga en determina-

das zonas de la ciudad, una mejor ordenación del estacionamiento de motocicletas y la creación de plazas de aparcamiento para estos vehículos al lado de las estaciones de transporte público. También consideran necesario prioritario in-

crementar la eficiencia de la herramienta SPRO, la app metropolitana para aparcar en las zonas de distribución urbana de mercancías para facilitar el reparto de producto, mejorar la sincronización semafórica y reforzar la gestión de los accesos metropolitanos.

Según la mesa Mou-te per Barcelona, existen diversos factores que hoy en día dificultan una movilidad eficiente. En este sentido, señalan de manera especial la congestión provocada por la falta de sincronización semafórica, los problemas asociados a la distribución de mercancías, la insuficiencia de puntos de recarga para vehículos eléctricos y la reducción de los espacios destinados a la circulación motorizada.

Por todo ello, esta plataforma

Entre las prioridades, mejorar la regulación semafórica, el reparto de mercancías y el transporte público

reclama que "las políticas públicas incorporen una visión global de la movilidad, teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes usuarios y escuchando a los sectores que cada día contribuyen al funcionamiento de Barcelona".

"La movilidad -señala la mesa Mou-te per Barcelona en su comunicado- no tendría que ser un debate entre vehículos, sino un debate sobre cómo hacemos que Barcelona funcione mejor". "Una movilidad eficiente significa menos tiempo perdido, menos congestión, menos emisiones y más oportunidades para las personas y para la actividad económica. Este ha de ser el verdadero objetivo de las políticas públicas", concluyen las entidades representadas en este foro.

El barómetro trimestral de movilidad eficiente de Barcelona recogerá cada tres meses la percepción de los colectivos integrados en la plataforma sobre los principales retos en materia de movilidad en la ciudad y las actuaciones que consideran prioritarias.●

Quincena de pavimentación en la Meridiana

■ El Ayuntamiento de Barcelona pavimentará durante los primeros 15 días de agosto el tramo de la avenida Meridiana entre Fabra i Puig y Felipe II, en el marco de las obras de transformación que se iniciaron en este tramo en la primavera del 2025. Del 1 al 7 de agosto se pavimentará la

calzada en sentido entrada a la ciudad y del 8 al 14, los carriles de salida, dejando siempre un carril de circulación abierto. Las obras afectarán al transporte público, especialmente a los buses interurbanos, que efectuarán la parada final en Fabra i Puig, y por la Meridiana solo circularán los

servicios pasantes. Los trabajos previos ya están en marcha desde ayer y seguirán hoy y mañana. Estos dos días se pavimentan los cruces de la Meridiana con Concepción Arenal, Riera d'Horta, Dublin y Felip II. Las obras siguen el calendario y se prevé que terminen el próximo otoño.



> 27 de julio de 2026 a las 22:38

PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

Los empresarios reclaman una gestión más eficiente de la movilidad en Barcelona

La Vanguardia

Los empresarios reclaman una gestión más eficiente de la movilidad en Barcelona

Movilidad

La Taula Mou-te per Barcelona pide a la administración que evite la confrontación entre los distintos modos de transporte

REDACCIÓN

Barcelona

Síguenos en Google

0.5x0.8x1x1.2x1.5x

SUSCRÍBETE PARA ESCUCHAR

El audio de esta noticia está generado mediante Inteligencia Artificial

Una movilidad sostenible desde el punto de vista medioambiental pero definida a partir de medidas consensuadas, que no enfrente a los usuarios de los distintos modos de transporte y que, en ningún caso, suponga un obstáculo para el buen desarrollo de las actividades económicas. Esta es, en resumen, la reivindicación que ha hecho pública la Taula Mou-te per Barcelona a partir de las conclusiones extraídas de su primer Barómetro Trimestral de Movilidad Eficiente de Barcelona, elaborado a partir de las aportaciones de las entidades que integran esta plataforma.

La Taula Mou-te per Barcelona se constituyó a principios del 2025 a partir de la iniciativa de una serie de entidades fundadoras, [Acave](#), Anesdor, Barcelona Oberta, el Consell de Gremis, Fecav, Foment del Treball, el Gremi de Gratges, Fecavem, el Gremi del Motor i la Mobilitat de Barcelona y Pimec Barcelona. Desde sus inicios esta plataforma ha tratado de incidir en el debate sobre la movilidad en la capital catalana y su área metropolitana reclamando de manera insistente a las administraciones públicas, y muy especialmente al Ayuntamiento de Barcelona, el máximo diálogo y consenso a la hora de adoptar medidas que, tomadas de manera unilateral, pueden resultar perjudiciales para la actividad de importantes sectores económicos.

Entre las prioridades, mejorar la regulación semafórica, el reparto de mercancías y el transporte público

La plataforma, a través de un comunicado, ha hecho un llamamiento a las administraciones para que la "movilidad eficiente" sea el eje vertebrador de las políticas de movilidad en Barcelona, de



manera que sea compatible la sostenibilidad con el dinamismo económico, reduciendo los tiempos de desplazamiento y mejorando la movilidad de personas y mercancías. El objetivo, señalan los agentes económicos, es “conseguir una ciudad que funcione mejor”.

Lee también

Las marquesinas de bus interurbano de la Diagonal se esponjan con más paradas dobles

David Guerrero

Barcelona elimina en 20 años uno de cada tres carriles destinados al vehículo privado

Carlos Márquez Daniel

La encuesta que sirve de base a estas demandas identifica las actuaciones que los colectivos representados consideran más necesarias para avanzar hacia ese objetivo común. Destacan, por este orden, la mejora del transporte público interurbano, la revisión de los horarios de carga y descarga en determinadas zonas de la ciudad, una mejor ordenación del estacionamiento de motocicletas y la creación de plazas de aparcamiento para estos vehículos al lado de las estaciones de transporte público. también consideran necesario prioritario incrementar la eficiencia de la herramienta SPRO, la app metropolitana para aparcar en las zonas de distribución urbana de mercancías (DUM) para facilitar la distribución de producto, mejorar la sincronización semafórica y reforzar la gestión de los accesos metropolitanos.

Según la Taula Mou-te per Barcelona, existen diversos factores que hoy en día dificultan una movilidad eficiente. En este sentido, señalan de manera especial la congestión provocada por la falta de sincronización semafórica, los problemas asociados a la distribución de mercancías, la insuficiencia de puntos de recarga para vehículos eléctricos y la reducción de los espacios destinados a la circulación motorizada. Por todo ello, esta plataforma reclama que “las políticas públicas incorporen una visión global de la movilidad, teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes usuarios y escuchando a los sectores que cada día contribuyen al funcionamiento de Barcelona”.

“La movilidad –señala la Taula Mou-te per Barcelona en su comunicado– no tendría que ser un debate entre vehículos, sino un debate sobre cómo hacemos que Barcelona funcione mejor” . “Una movilidad eficiente significa menos tiempo perdido, menos congestión, menos emisiones y más oportunidades para las personas y para la actividad económica. “Este ha de ha ser el verdadero objetivo de las políticas públicas”, concluyen las entidades representadas en este foro.

El Barómetro Trimestral de Movilidad Eficiente de Barcelona recogerá cada tres meses la percepción de los colectivos integrados en la plataforma sobre los principales retos en materia de movilidad en la ciudad y las actuaciones que consideran prioritarias.

Mostrar comentarios



Los empresarios reclaman una gestión más eficiente de la movilidad en Barcelona



La Taula Mou-te per Barcelona pide a la administración que evite la confrontación entre los distintos modos de transporte REDACCIÓN

Barcelona

Una movilidad sostenible desde el punto de vista medioambiental pero definida a partir de medidas consensuadas, que no enfrente a los usuarios de los distintos modos de transporte y que, en ningún caso, suponga un obstáculo para el buen desarrollo de las actividades económicas. Esta es, en resumen, la reivindicación que ha hecho pública la Taula Mou-te per Barcelona a partir de las conclusiones extraídas de su primer Barómetro Trimestral de Movilidad Eficiente de Barcelona, elaborado a partir de las aportaciones de las entidades que integran esta plataforma.

La Taula Mou-te per Barcelona se constituyó a principios del 2025 a partir de la iniciativa de una serie de entidades fundadoras, [Acave](#), Anesdor, Barcelona Oberta, el Consell de Gremis, Fecav, Foment del Treball, el Gremi de Gratges, Fecavem, el Gremi del Motor i la Mobilitat de Barcelona y Pimec Barcelona. Desde sus inicios esta plataforma ha tratado de incidir en el debate sobre la movilidad en la capital catalana y su área metropolitana reclamando de manera insistente a las administraciones públicas, y muy especialmente al Ayuntamiento de Barcelona, el máximo diálogo y consenso a la hora de adoptar medidas que, tomadas de manera unilateral, pueden resultar perjudiciales para la actividad de importantes sectores económicos.

Entre las prioridades, mejorar la regulación semafórica, el reparto de mercancías y el transporte público

La plataforma, a través de un comunicado, ha hecho un llamamiento a las administraciones para que la "movilidad eficiente" sea el eje vertebrador de las políticas de movilidad en Barcelona, de manera que sea compatible la sostenibilidad con el dinamismo económico, reduciendo los tiempos



de desplazamiento y mejorando la movilidad de personas y mercancías. El objetivo, señalan los agentes económicos, es “conseguir una ciudad que funcione mejor”.

David Guerrero

Carlos Márquez Daniel

La encuesta que sirve de base a estas demandas identifica las actuaciones que los colectivos representados consideran más necesarias para avanzar hacia ese objetivo común. Destacan, por este orden, la mejora del transporte público interurbano, la revisión de los horarios de carga y descarga en determinadas zonas de la ciudad, una mejor ordenación del estacionamiento de motocicletas y la creación de plazas de aparcamiento para estos vehículos al lado de las estaciones de transporte público. también consideran necesario prioritario incrementar la eficiencia de la herramienta SPRO, la app metropolitana para aparcar en las zonas de distribución urbana de mercancías (DUM) para facilitar la distribución de producto, mejorar la sincronización semafórica y reforzar la gestión de los accesos metropolitanos.

Según la Taula Mou-te per Barcelona, existen diversos factores que hoy en día dificultan una movilidad eficiente. En este sentido, señalan de manera especial la congestión provocada por la falta de sincronización semafórica, los problemas asociados a la distribución de mercancías, la insuficiencia de puntos de recarga para vehículos eléctricos y la reducción de los espacios destinados a la circulación motorizada. Por todo ello, esta plataforma reclama que “las políticas públicas incorporen una visión global de la movilidad, teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes usuarios y escuchando a los sectores que cada día contribuyen al funcionamiento de Barcelona”.

“La movilidad –señala la Taula Mou-te per Barcelona en su comunicado– no tendría que ser un debate entre vehículos, sino un debate sobre cómo hacemos que Barcelona funcione mejor” . “Una movilidad eficiente significa menos tiempo perdido, menos congestión, menos emisiones y más oportunidades para las personas y para la actividad económica. “Este ha de ha ser el verdadero objetivo de las políticas públicas”, concluyen las entidades representadas en este foro.

El Barómetro Trimestral de Movilidad Eficiente de Barcelona recogerá cada tres meses la percepción de los colectivos integrados en la plataforma sobre los principales retos en materia de movilidad en la ciudad y las actuaciones que consideran prioritarias.



entrevista a ON ECONOMIA

El Banc Sabadell ganó 971 millones de euros de enero a junio, un resultado similar al que obtuvo en el mismo periodo del año anterior, pero este 2026 ya sin contar con la aportación de TSB. El flamante consejero delegado del banco catalán, Marc Armengol , ve a la entidad preparada para salir de compras, especialmente de alguna fintech.

Rafa Serra

Rafa Serra , presidente de la Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE) explica en una entrevista a ON ECONOMIA que no se puede demonizar el turismo porque, al fin y al cabo, a todos nos gusta hacer turismo. Lo que hay que hacer, añade, es ordenarlo, desestacionalizarlo y descentralizarlo.

Álvaro Fernández Heredia

Duro golpe a las intenciones de Renfe y su presidente, Álvaro Fernández Heredia , de crear una filial de autobuses. El Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales ha dado la razón a los recursos en contra y ha anulado el pliego de condiciones publicado por la empresa pública, de manera que la obliga a dar marcha atrás y, si continúa con la intención de crear la empresa, volver a empezar desde el principio y replantear de arriba abajo la propuesta.



¿Qué busca el nuevo turista de lujo y por qué ya no se conforma con los clásicos?

Jul 27, 2026

“Hay dos tipos de lujos: el lujo clásico para quienes pagan por una habitación privada, como el ‘sobre el agua’ en la Polinesia Francesa, y luego está la tendencia del mercado hacia la exclusividad y la experiencia”, explica el presidente de la empresa. Asociación de [Agencias de Viajes Profesionales](#), [ACAVE](#), Rava Sera En su análisis de esta sección para Hosteltur. Pone ejemplos del tipo de misiones singulares que preparan las agencias, como un viaje exclusivo a África Central que incluye un viaje en avioneta para ver un refugio de bonobos y un día en canoa cruzando un río en plena naturaleza, “lo cual es un producto de lujo incluso si estás durmiendo en una tienda de campaña en el suelo”, afirma. Esta tendencia es particularmente fuerte en el caso de los mercados americano y del norte de Europa y se reduce a una idea: “Quiero hacer algo que nadie más haga, que sea exclusivo, que me sorprenda y contribuya a mis logros”.

Informe «Tendencias de viajes 2026» yo Barceló Hotel Group profundiza en la tendencia en la que los viajes evolucionan hacia un modelo de entorno más consciente, personal y conectado, con el viajero que requiere experiencias únicas, bienestar emocional y una conexión genuina con la cultura local y que prioriza el propósito y la flexibilidad. La búsqueda de valor personal y emocional es la principal motivación para viajar, según este informe basado en una encuesta a más de 9.000 viajeros europeos.

Más allá del turismo de lujo clásico, el viajero exigente busca cada vez más exclusividad, propósito y experiencias inolvidables con valor emocional.

Si el 40% organiza su viaje en función de las experiencias que quiere vivir, priorizando la variedad y la flexibilidad, el 43% viaja para desconectar, descansar y reencontrarse consigo mismo. El 77% de ellos viaja con la familia para disfrutar de tiempo de calidad juntos y crear recuerdos compartidos. Este turismo premium, es decir el elegido por los viajeros que eligen los servicios más exclusivos o vivir experiencias únicas e inolvidables, ha presentado excelentes perspectivas este año, con previsiones de crecimiento muy positivas, antes de que la incertidumbre internacional se vea agudizada por la inestabilidad geopolítica. De momento no hay cambios en las reservas. Dentro de la economía global, este sector turístico no es inmune a los acontecimientos actuales, pero también puede estar entre los menos afectados hasta el momento, debido a sus altos estándares, flexibilidad y capacidad de adaptación.

La categoría de viajes y turismo de larga distancia registró la mayor demanda este año, destacando destinos en toda Asia. Aunque la situación actual podría influir en cierta medida en esta tendencia, es pronto para saber si la cautela en las reservas se mantendrá en las últimas semanas y provocará algún cambio de tendencia en cuanto a los destinos a elegir.

Proceso corto



Las [agencias de viajes](#) esperaban un crecimiento de las reservas ligeramente más moderado este año en comparación con 2025, de alrededor del 5% debido al contexto global y a los posibles impactos en las dificultades para viajar, por ejemplo, a Estados Unidos, antes del conflicto que comenzó en Oriente Medio el 28 de febrero.

Los destinos europeos están ganando interés por garantizar la seguridad y la excelencia en el servicio, y entre ellos España tiene ventaja y destaca por su ubicación.

“A medio plazo, más del 30% del tráfico internacional que pasa por Abu Dabi, Dubái y Qatar supone captar el 30 o 35% del mercado, haciendo subir los precios y dificultando la búsqueda de aviones, algo que se observa en todo el tráfico con destino Asia”, explica el presidente de [ACAVE](#). “Este proceso debería ser corto en cuanto a ese aumento del precio de los combustibles, la disminución de la oferta y el aumento de la demanda”, apunta con cierto optimismo Rafa Serra.

Analiza: “Creemos que el precio volverá a corregirse una vez finalice el conflicto, lo cual entendemos, dado el tamaño del planeta donde se está produciendo y su importancia en términos geopolíticos, con todo lo que conlleva a nivel de transporte de mercancías y de pasajeros, creemos que se resolverá pronto”.

Interés por la Patagonia y los safaris.

La subida de precios por la concentración del tráfico y la alta demanda afecta a todos los segmentos, pero el segmento premium es el que tiene mayor capacidad de interacción. “Hay algún tipo de tráfico aéreo que se está redirigiendo hacia América Latina, África e incluso Estados Unidos, pero creo que ha pasado muy poco tiempo para un análisis más profundo”, afirma Serra. «Esperemos que todo termine en una semana o dos y que todo vuelva a la normalidad».

Los destinos más buscados por el segmento de mayor demanda son los safaris africanos, un producto premium en auge; Además de viajes “de lujo” a lugares como la Patagonia, que ya tienen una gran demanda a pesar de que la temporada alta comienza después del verano. Entre los destinos que podrían beneficiarse de esta situación, el presidente de [ACAVE](#) mencionó los cruceros a la exclusiva isla de Scorpius, toda la costa chilena y argentina, así como islas del Océano Índico accesibles desde África como Zanzíbar, Seychelles y Mauricio. “Este será más o menos el primer panorama que veamos, y Europa claramente también se está fortaleciendo”, explica.

Europa, valor seguro

Rafa Serra afirma que el atractivo de Europa es indudable en un momento en el que los viajeros buscan «más seguridad y estabilidad». “Nos beneficiará porque puede desviar la atención hacia nuestras islas y la costa española”, añade sobre el posible cambio de panorama por la situación actual.

Serra destaca que lo que están descubriendo las agencias del sector premium es una cierta espera para elegir destino: “Cuando tomas una decisión como esta, cuando tienes dudas, esperas un poquito y creo que la gente espera un poquito, incluso después de Semana Santa, para ver qué pasa y luego se implementan esas decisiones que, quizás no simplemente han cambiado de destino, no es que hayan decidido que en lugar de ir a Maldivas irán a Zanzíbar, sino que de momento no tienen reserva”. «Ejecutado», por ejemplo, incide en la «sensación» de que «esto tiene



que ser rápido» y de momento «no hay variación de reservas» fuera de la zona directamente afectada.

En la misma medida que ha crecido el interés inmobiliario por invertir en vivienda u hostelería en lugares como la Costa Brava, así como desde el punto de vista de atracción turística, los destinos españoles consolidados y comprometidos con la excelencia van ganando posiciones “porque son lugares con calidad de vida, con seguridad, donde se puede comer bien y con buen tiempo”. “Los destinos clásicos de la vieja Europa, desde las islas griegas hasta las Baleares, las Canarias, la costa española y Sicilia en Italia, ahora se están revalorizando”, concluye Rava Serra.

España como referencia

España recibe 1,62 millones de turistas distinguidos, que gastan más de cuatro veces más que los turistas tradicionales, lo que supone más de unos 600 euros al día, según un informe elaborado por el centro. torrespania en este sector, con datos de 2024. En total, el turismo premium generó un gasto de 2.405 millones de euros en ese año, cifra calculada excluyendo el gasto en transporte hacia y desde el país.

El mercado del lujo cerró 2025 en España con una facturación de 20.550 millones de euros, un 6,2% más que el año anterior, según datos de Reuters. Asociación Española de Lujo «Spain Luxury» que lo atribuye a la creciente atracción de viajeros internacionales procedentes de mercados estratégicos, la inversión en nueva hostelería de alta gama, el aumento del turismo de compras y la digitalización de las marcas de lujo que han convertido al país en un referente del sector en Europa.

El turismo premium genera un gasto de 2.405 millones de euros en España, sin contar el coste del transporte de llegada y salida, según Turespaña.

Por países, España ocupa el quinto puesto en el mercado del lujo, por detrás de Francia, Italia, Suiza y Alemania

El turismo emisor representa el 13% del mercado total de lujo en España, impulsado por la llegada de viajeros de alto poder adquisitivo atraídos por la oferta cultural, gastronómica y experiencial de España. Con la expansión de la hotelería de lujo, Madrid, con el 26% de los ingresos, y Cataluña con el 23%, son los principales polos de atracción con puntos fuertes como la moda, la gastronomía, la hostelería y otros puntos turísticos como Ibiza, Mallorca, Marbella y la Costa del Sol. Luxury Spain también aprecia el impulso de nuevos destinos en el norte y centro de España, así como la nueva prosperidad de la Costa Blanca.

La asociación estima que la renta media per cápita de este consumidor de alto nivel es de 180.000 euros. Los clientes internacionales representan las tres cuartas partes del mercado. El 21% de las compras de artículos de lujo en España las realizan visitantes europeos, seguidos de cerca por los turistas chinos que suponen un 20%. Los viajeros procedentes de Latinoamérica suponen el 16% y los de Estados Unidos el 15%, en una región donde los de Oriente Medio también tienen una presencia importante, con el 12% del mercado.

Por categorías, el mayor gasto medio se produce en coches de lujo (55.000 €), seguido de moda, zapatos y complementos (13.500 €) y viajes (12.000 €).



lujo lujo

Las tendencias en este sector apuntan a un mayor consumo de productos de cuidado personal, el lujo silencioso de piezas atemporales y de alta calidad, artesanía fina, personalización hiperdigital y una nueva generación de consumidores “Z” y “Alfa” que exigen transparencia, artesanía y esas experiencias significativas que invitan a soñar.

En su análisis del perfil de consumo, Luxury Spain indica un gusto por el lujo basado en experiencias, eligiendo excursiones exclusivas, catas privadas o eventos gourmet que les permitan vivir el lujo en persona.

Se ha popularizado el “wellness bienestar”, con estética, ejercicios y prácticas personales como la meditación, la nutrición consciente y el cuidado emocional en busca del bienestar holístico.

Además, vinculan sus decisiones a un compromiso genuino con la sociedad y están impulsados por preocupaciones ambientales y prácticas éticas. En este sentido, Luxury Spain explica que el lujo ya no es sólo un producto, sino un mundo, “un estilo de vida integrado que acompaña al consumidor en cada paso de su viaje personal”.

Además, el “bienestar” es una tendencia que va más allá de la estética, también incluye ejercicios personales, prácticas como la meditación, la nutrición consciente y el cuidado emocional, enfocándose en el bienestar holístico que armoniza cuerpo y mente, al enriquecer experiencias de apariencia, salud emocional y mental y crear momentos inolvidables.



Turismo de lujo, una demanda sólida y diversificada que resiste cualquier temporal



Dossier de Turismo de Lujo de Hosteltur 2026

El segmento turístico más exigente presenta una tendencia positiva pese al contexto de incertidumbre mundial y de incremento de precios. Los viajes más demandados son los safaris premium en África y otros considerados de ensueño como Seychelles, pero también la seguridad de los destinos más exclusivos de Europa. Así lo refleja este reportaje incluido en el Dossier de Turismo de Lujo de Hosteltur 2026

“Hay dos lujos: el lujo clásico de quien paga por una habitación especial, como un ‘overwater’ en la Polinesia francesa, y luego está la tendencia de mercado hacia la exclusividad y la experiencia”, lo explica el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas, [ACAVE](#) Rafa Serra, en su análisis de este segmento para Hosteltur. Pone un ejemplo de este tipo de encargos únicos que están elaborando las agencias como un viaje exclusivo a Centroáfrica que incluya volar en avioneta para ver un santuario de bonobos y un día en piragua surcando un río en plena naturaleza, “que es un producto de lujo aunque estés durmiendo en una tienda de campaña en el suelo”, detalla. Esta tendencia es particularmente fuerte en el caso del mercado americano y del norte de Europa y la resume en una idea: “Quiero hacer una cosa que no haga nadie más, que sea exclusiva, me asombre y me aporte”.

Rafa Serra: "Si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal"

Xavier Alegret

Rafa Serra (Barcelona, 1967) lleva décadas dedicándose al mundo de los viajes desde su agencia del Eixample de Barcelona, pero desde febrero es presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), después de derrotar al presidente saliente con la idea de volver a unir el sector, lo que hizo en junio con el regreso a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

¿Por qué era importante que las agencias de viajes volvieran a estar unidas?

En cualquier gremio, incluso en el AMPA de los padres de la escuela, una sola voz siempre es más efectiva. El criterio unificado para nosotros era básico. Y luego hay un tema más simple: lo trasladamos a la asamblea y tuvimos un 80% de apoyo, por lo tanto, era clarísimo que la gente, nuestros 350 socios, lo querían. Pero a veces pasan cosas en la vida, que dos o tres personas definen la opinión de 350.

Ahora tienen una sola voz. ¿Qué están reclamando?

Tenemos muchos frentes abiertos. Lo que nos afecta más directamente es una directiva europea, yo diría extremadamente abusiva contra nuestro sector y proteccionista hacia el cliente final, que al final nos transforma más en aseguradoras que en agentes de viajes. Tenemos otro tema importantísimo, que es la reputación del sector. Estamos hablando de la primera industria del país, con un 13% del PIB, y las matriculaciones en grados de turismo están bajando a menos de la mitad. Estamos creando un estigma de algo, el turismo, que es cultura, es conocimiento, es convivencia, es tolerancia. Pero ahora parece que sea el demonio. Esto no puede ser de ninguna de las maneras. Tenemos que hacer este clic y hacer entender a la gente que, si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal.

¿Quizás es cuestión de encontrar el término medio?

Hay que buscar un punto de equilibrio y las cosas se tienen que regular y ordenar, sin ningún tipo de duda. Pero no podemos poner la cruz a algo que suma y es parte de la evolución del planeta y del ser humano.

Hace años que conviven con plataformas que les hacen la competencia, donde cualquier usuario puede entrar y buscar vuelos, hoteles, etcétera. ¿Cómo lo están combatiendo?

Tenemos un grupo de trabajo que ha hecho un trabajo muy bueno con el tema del intrusismo. Tenemos una reunión ahora a principios de septiembre con Consumo y con Turismo para que se vuelva a identificar a los agentes de viajes, para que el consumidor sepa que con nosotros tiene un seguro de responsabilidad civil, tiene una fianza, que si lo dejamos tirado en la otra punta del mundo, el gobierno lo podrá repatriar, y que es una empresa legalizada que tendrá todos los



derechos el día que tenga una reclamación. Porque con la diversidad de redes y de canales de comunicación, el cliente no sabe dónde compra, casi.

¿Están notando ya el auge de la IA, de personas que utilizan agentes para buscar viajes e incluso que les aconseje?

Todo el mundo la utiliza en su día a día, pero el empujón final quieres que te lo haga un profesional, que te verifique lo que este señor misterioso te ha dicho. Yo siempre digo que si a esta máquina diabólica, entre comillas, todo el mundo le pregunta lo mismo y a todo el mundo le contesta lo mismo, sería muy aburrido. Cada persona es un mundo, cada idiosincrasia es diferente, tu momento de la vida, con quién viajas, dónde, cuándo, cómo... Por lo tanto, está bien para algunas cosas, pero para otras no. De hecho, nosotros estamos trabajando con herramientas que van con inteligencia artificial. En el foro de la [ACAVE](#) de este año, uno de los temas que tocamos es este.

¿Cuáles son los valores añadidos que puede aportar una agencia?

El factor personal, humano, de conocimiento. Para formar un buen profesional en el sector de las agencias de viaje, necesitas 3 o 4 años como mínimo. En otros sectores, con 3 o 4 meses lo puedes hacer. Necesitas bagaje, necesitas haber viajado, tener conocimiento, ser un poco psicólogo, entender qué tienes delante, ser eficiente con las herramientas y con la tecnología para encontrar buenos precios y buenas tarifas. Es de los trabajos más complejos que hay.

¿Los conflictos bélicos están cambiando la manera de viajar?

Existen los destinos refugio. Cuando hay un conflicto en un lugar, la gente va hacia otro. Desde el punto de vista emisor, la gente cada vez tiene una respuesta más a corto plazo. Por lo tanto, el problema rápidamente se minimiza. Desde el punto de vista receptivo pasa lo mismo, que en el momento del conflicto quizás hay un tráfico que se desvía hacia aquí, pero a la mínima que se normaliza, el mercado vuelve a poner a todo el mundo en su lugar.

"Si relacionamos el problema de la vivienda con el turismo, nos estamos engañando"

¿Hay que cambiar el modelo turístico de Barcelona?

Barcelona es una ciudad que ha dicho que "hemos tocado techo y que nosotros no queremos más turistas, por lo tanto, nosotros escogemos qué tipo de turismo queremos, quién queremos que venga y qué viene a hacer". Cambia la película totalmente. En muchas ciudades del mundo el titular es "hemos crecido un 3%, un 4%, un 8%, un 12%". Aquí tenemos la suerte de que nos podemos permitir regular y escoger. Y eso es muy bueno, somos un poco un referente en todo el mundo en este sentido, porque hemos sido los pioneros. Tenemos que poner los temas sobre la mesa, afrontarlos y solucionarlos conjuntamente con la Administración pública, nosotros y, evidentemente, los vecinos. No podemos ir en contra del turismo; tenemos que ordenarlo, no cortarnos las alas a todos. Cuando los de Barcelona vamos a la Costa Brava, estamos haciendo turismo. ¿Nos tendríamos que quedar todos en casa? Sería un poco ridículo.

Queda claro que Barcelona es una ciudad que es un reclamo turístico por muchos motivos, pero después hay otras zonas de Catalunya, como parte de la costa, que es turismo de sol y playa y se ha masificado.



Barcelona es una ciudad espectacular; no somos conscientes de lo que tenemos ni de los inputs positivos que tenemos desde fuera. En el turismo de costa, la temporada cada vez se estira más. La gente cada vez busca más la eficiencia de sus vacaciones. Ir en mayo a la Costa Brava, desde muchos puntos de vista, es mucho mejor que ir en agosto, y eso se está notando y cada vez se notará más, y es positivo.

Dice que se está desestacionalizando, pero ¿no se debería descentralizar, también?

Estamos trabajando en un proyecto con José Antonio Donaire, comisionado para la gestión del turismo sostenible del Ayuntamiento de Barcelona, para que Barcelona sea un hub de distribución. Esto es un campo base, pero yo desde aquí te puedo llevar a Poblet, a Santes Creus, a El Vendrell... no solo a Montserrat. Este objetivo tiene mucho sentido.

¿Qué le parece la tasa turística?

Son dos discusiones: una es la tasa y la otra es en qué se utiliza la tasa. Si somos conscientes de que esta es la primera industria del país, que es una joya que tenemos que cuidar y que no tiene que ser peyorativo vivir del turismo, lo que tenemos que hacer es ordenarla y encauzarla hacia donde queremos nosotros. Y hacerlo con la tasa.

¿A qué se debería dedicar la tasa turística?

Para mí tiene todo el sentido regularlo y ayudar a que sea más eficiente. A veces mezclamos problemas de la ciudad, como la movilidad o la masificación, con el turismo. Si vives fuera de Barcelona y tienes la mala suerte de venir con Rodalies, esto no tiene nada que ver con el turismo, pero es un problema grave que tenemos. Si relacionamos el problema de la vivienda con el turismo, yo creo que también nos estamos engañando un poco. Si tengo un transporte público que en 20 minutos me lleva a 60 kilómetros de Barcelona, iré a vivir allí y con un precio mucho más económico. A veces tenemos la tendencia de que todo va hacia el turismo; parece un poco la bolsa de basura, que todo lo tiramos allí.

Se ha abierto un debate sobre el modelo productivo de Catalunya, especialmente con la presentación del informe Fénix, y una de las propuestas que hace es que se reduzca el turismo, como mínimo que se frene el crecimiento. ¿Se puede reducir el turismo de masas?

Pone mucho el foco en dos sectores, la industria cárnica y la turística, porque los sueldos medios son más bajos. Lo que pasa es que aquí estamos metiendo un espectro de trabajos muy grande, y esto hace bajar la media, entonces parece que no tiene retorno y no funciona. Lo que tenemos que hacer, sin duda, es equilibrarlo. Y si podemos seleccionar el tipo de turismo que queremos, podremos pagar los sueldos que tocan por este tipo de turismo. Esto no quiere decir que discriminemos a la gente joven ni al turismo que tiene un presupuesto más bajo, pero cada uno tiene que tener su emplazamiento.

Hay un proyecto para ampliar el aeropuerto de El Prat. Hay gente que está en contra porque dice que lo que hará es traer más turismo. ¿Cómo lo ve?

Es uno de los debates que tenemos en nuestra casa. Tenemos que ser coherentes con lo que queremos ser de mayores. Tenemos que hacer un plan a 10 o 15 años vista de hacia dónde



PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



[> Versión en línea](#)

> 26 de julio de 2026 a las 19:12

queremos ir, y esto tiene que encajar con la capacidad que queremos que tenga El Prat. Y otra cosa importantísima: no nos olvidemos de que tenemos un aeropuerto en Girona y un aeropuerto en Reus. Tenemos mucho tráfico aéreo de gente que vive fuera de Barcelona, y muchos pasajeros que vienen de fuera y van a la costa, y les sale más a cuenta ir a estos aeropuertos. Deberíamos saber jugar con esto.

"Tiene todo el sentido del mundo que la tasa turística se utilice para regular el turismo y ayudar a que sea más eficiente"

¿Cuáles son los destinos que se han puesto de moda últimamente, sobre todo para los catalanes?

Los catalanes somos un poquito los pioneros del Estado en viajar fuera, en destinos nuevos: siempre encuentras un alemán, un francés y un catalán. En estos momentos, Japón es un destino que ha crecido muchísimo; el sudeste asiático siempre funciona, la Patagonia, Centroamérica, Perú. Y en Europa, todo lo que es la antigua Europa del Este, las antiguas repúblicas soviéticas están también creciendo mucho. La Europa continental funciona más con escapadas de fin de semana durante todo el año. Y después nuestros destinos clásicos de toda la vida, que son el destino de proximidad, como pueda ser la Costa Brava o Terres de l'Ebre. Y el resto del Estado.

Puede ver la entrevista completa a continuación:



Rafa Serra: “Si no existís el turisme tornaríem a l'època feudal”



President de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE) Rafa Serra (Barcelona, 1967) fa dècades que es dedica al món dels viatges des de la seva agència de l'Eixample de Barcelona, però des del febrer és president de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE), després de derrotar el president sortint amb la idea de tornar a unir el sector, cosa que va fer al juny amb el retorn a la Confederació Espanyola d'Agències de Viatges (CEAV).

Per què era important que les agències de viatges tornessin a estar unides?

En qualsevol gremi, fins i tot a l'AMPA dels pares de l'escola, una sola veu sempre és més efectiva. El criteri unificat per nosaltres era bàsic. I després hi ha un tema més simple: ho vam traslladar a l'assemblea i vam tenir un 80% de suport, per tant, era claríssim que la gent, els nostres 350 socis, ho volien. Però de vegades passen coses a la vida, que dues o tres persones defineixen l'opinió de 350.

Ara tenen una sola veu. Què estan reclamant?

Tenim molts fronts oberts. El que ens afecta més directament és una directiva europea jo diria extremadament abusiva contra el nostre sector i proteccionista cap al client final, que al final ens transforma més en asseguradores que en agents de viatges. Tenim un altre tema importantíssim, que és la reputació del sector. Estem parlant de la primera indústria del país, amb un 13% del PIB, i les matriculacions a graus de turisme estan baixant a menys de la meitat. Estem creant un estigma d'una cosa, el turisme, que és cultura, és coneixement, és convivència, és tolerància. Però ara sembla que sigui el dimoni. Això no pot ser de cap de les maneres. Hem de fer aquest clic i fer entendre a la gent que si no existís el turisme tornaríem a l'època feudal.

Potser és qüestió de trobar el terme mitjà?

Cal buscar un punt d'equilibri i les coses s'han de regular i ordenar, sense cap mena dubte. Però no podem posar la creu a una cosa que suma i és part de l'evolució del planeta i de l'ésser humà.



Fa anys que conviuen amb plataformes que els fan la competència, on qualsevol usuari pot entrar i buscar vols, hotels, etcètera. Com ho estan combatent?

Tenim un grup de treball que ha fet una feina molt bona amb el tema de l'intrusisme. Tenim una reunió ara a principis setembre amb Consum i amb Turisme perquè es torni a identificar els agents de viatges, perquè el consumidor sàpiga que amb nosaltres té una assegurança de responsabilitat civil, té una fiança, que si el deixem tirat a l'altra punta del món, el govern el podrà repatriar, i que és una empresa legalitzada que tindrà tots els drets el dia que tingui una reclamació. Perquè amb la diversitat de xarxes i de canals de comunicació, el client no sap on compra, quasi.

Estan notant ja l'auge de la IA, de persones que utilitzen agents per buscar viatges i fins i tot els aconselli?

Tothom la utilitza en el seu dia a dia, però l'empenteta final vols te la faci un professional, que et verifiqui el que aquest senyor misteriós t'ha dit. Jo sempre dic que si a aquesta màquina diabòlica, entre cometes, tothom li pregunta el mateix i a tothom li contesta el mateix, seria molt avorrit. Cada persona és un món, cada idiosincràsia és diferent, el teu moment de la vida, amb qui viatges, on, quan, com... Per tant, està bé per algunes coses, però per altres no. De fet, nosaltres estem treballant amb eines que van amb intel·ligència artificial. Al fòrum de [l'ACAVE](#) d'aquest any, un dels temes que toquem és aquest.

Quins són els valors afegits que pot aportar una agència?

Sense cap mena de dubte el factor personal, humà, de coneixement. Per formar un bon professional en el sector de les agències de viatge necessites 3 o 4 anys com a mínim. En altres sectors, amb 3 o 4 mesos ho pots fer. Necessites bagatge, necessites haver viatjat, tenir coneixement, ser una mica psicòleg, entendre què tens davant, ser eficient amb les eines i amb la tecnologia per trobar bons preus i bones tarifes. És de les feines més complexes que hi ha.

Els conflictes bèl·lics estan canviant la manera de viatjar?

Hi ha els destins refugi. Quan hi ha un conflicte en un lloc la gent va cap a un altre. Des del punt de vista emissor, la gent cada vegada té una resposta més a curt termini. Per tant, el problema ràpidament es minimitza i es gira full. Des del punt de vista receptor passa una mica el mateix, que en el moment del conflicte potser hi ha un tràfic que es redesvia cap aquí, però a la mínima que es normalitza, el mercat torna a posar tothom el seu lloc.

"Si relacionem el problema de l'habitatge amb el turisme, ens estem enganyant"

Cal canviar el model turístic de Barcelona?

Barcelona és una ciutat que ha dit que "hem tocat un sostre i que nosaltres no volem més turistes, per tant, nosaltres escollim quin tipus de turisme volem, qui volem que vingui i què ve a fer". Canvia la pel·lícula totalment. En moltes ciutats del món el titular és "hem crescut un 3%, un 4%, un 8%, un 12%". Aquí tenim la sort que ens podem permetre regular i escollir. I això és molt bo, som una mica un referent a tot el món en aquest sentit, perquè hem sigut els pioners. Hem de posar els temes sobre la taula, afrontar-los i solucionar-los conjuntament amb l'administració pública, nosaltres i, evidentment, els veïns. No podem anar en contra del turisme, el que hem de fer és ordenar-lo, no



tallar-nos les ales a tots. Quan els de Barcelona anem a la Costa Brava, estem fent turisme. Ens hauríem de quedar tots a casa? Seria una mica ridícul.

Queda clar que Barcelona és una ciutat que és un reclam turístic per molts motius, però després hi ha altres zones de Catalunya, com part de la costa, que és turisme de sol i platja i s'ha massificat.

Barcelona és una ciutat espectacular, no som conscients del que tenim ni dels inputs positius que tenim des de fora. En el turisme de costa, la temporada cada vegada s'estira més. La gent cada vegada busca més l'eficiència de les seves vacances. Anar al maig a la Costa Brava, des de molts punts vista, és molt millor que anar-hi a l'agost, i això s'està notant i cada vegada es notarà més, i és positiu.

Diu que s'està desestacionalitzant, però no s'hauria de descentralitzar, també?

Estem treballant en un projecte amb José Antonio Donaire, comissionat per a la gestió del turisme sostenible de l'Ajuntament de Barcelona, perquè Barcelona sigui un hub de distribució. Això és un camp base, però jo des d'aquí et puc portar a Poblet, a Santes Creus, al Vendrell... no només a Montserrat. Aquest és un objectiu que té molt sentit.

Què li sembla la taxa turística?

Són dues discussions, una és la taxa i l'altra és en què s'utilitza la taxa. Si nosaltres som conscients que aquesta és la primera indústria del nostre país, que és una joia que hem de cuidar i que no ha de ser pejoratiu viure del turisme, el que hem de fer és ordenar-la i encaminar-la cap allà on volem nosaltres. I fer-ho amb la taxa.

A què s'hauria de dedicar la taxa turística?

Per a mi té tot el sentit del món regular el turisme i ajudar que sigui més eficient. A vegades barregem problemes de la ciutat, com la mobilitat o la massificació, amb el mateix turisme. Si vius fora de Barcelona i tens la mala sort de venir amb Rodalies, això no té res a veure amb el turisme, però és un problema greu que tenim a sobre la taula. Si relacionem el problema de l'habitatge amb el turisme, jo crec que també ens estem una mica enganyant. Si jo tinc un transport públic que amb 20 minuts em porta a 60 quilòmetres de Barcelona, aniré a viure allà i amb un preu molt més econòmic. A vegades tenim la tendència que tot va cap al turisme; sembla una mica la bossa d'escombraries, que tot ho tirem allà.

S'ha obert un debat sobre el model productiu de Catalunya, especialment amb la presentació de l'informe Fènix, i una de les propostes que fa és que es redueixi el turisme, com a mínim que es freni el creixement. Es pot reduir el turisme de masses?

Fica molt el focus en dos sectors, la indústria càrnia i la turística, perquè els sous mitjans són més baixos. El que passa és que aquí estem ficant un espectre de feines molt gran, i això fa baixar la mitjana, llavors sembla que no té retorn i no funciona. El que hem de fer, sens dubte, és equilibrar-ho. I si podem seleccionar el tipus de turisme que volem, podem pagar els sous que toquen per aquest tipus de turisme. Això no vol dir que discriminem la gent jove ni el turisme que té un pressupost més baix, però cadascú ha de tenir el seu emplaçament.



Hi ha un projecte per ampliar l'aeroport del Prat. Hi ha gent que hi està en contra perquè diu que el que farà portar més turisme. Com ho veu?

És un dels debats que tenim a casa nostra. Hem de ser coherents amb el que volem ser de grans. Hem de fer un pla a 10 o 15 anys vista de cap on volem anar, i això ha d'encaixar amb la capacitat que volem que tingui el Prat. I una altra cosa importantíssima: no ens oblidem que tenim un aeroport a Girona i un aeroport a Reus. Tenim molt trànsit aeri de gent que viu fora de Barcelona, i molts passatgers que venen de fora i van a la costa, i els hi surt més a compte anar a aquests aeroports. Hauríem de saber jugar amb això.

"Té tot el sentit del món que la taxa turística s'utilitzi per regular el turisme i ajudar que sigui més eficient"

Quins són els destins que s'han posat de moda darrerament, sobretot per als catalans?

Els catalans som una miqueta els pioners de tot l'Estat en viatjar fora, en destinacions noves: sempre trobes un alemany, un francès i un català. En aquests moments, el Japó és un destí que ha crescut moltíssim, Sud-est asiàtic sempre funciona, la Patagònia, Centreamèrica, el Perú. I a Europa, tot el que és l'antiga Europa de l'Est, les antigues repúbliques soviètiques estan també creixent molt. L'Europa continental funciona més amb escapades de cap de setmana durant tot l'any. I després els destins clàssics nostres de tota la vida, que són el destí de proximitat, com pugui ser la Costa Brava o Terres de l'Ebre. I la resta de l'Estat.

Pot veure l'entrevista sencera a continuació:



Rafa Serra: "Si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal"



Presidente de la Asociación Corporativa de [Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) Rafa Serra (Barcelona, 1967) lleva décadas dedicándose al mundo de los viajes desde su agencia del Eixample de Barcelona, pero desde febrero es presidente de la Asociación Corporativa de [Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#), después de derrotar al presidente saliente con la idea de volver a unir el sector, lo que hizo en junio con el regreso a la Confederación Española de [Agencias de Viajes \(CEAV\)](#).

¿Por qué era importante que las [agencias de viajes](#) volvieran a estar unidas?

En cualquier gremio, incluso en el AMPA de los padres de la escuela, una sola voz siempre es más efectiva. El criterio unificado para nosotros era básico. Y luego hay un tema más simple: lo trasladamos a la asamblea y tuvimos un 80% de apoyo, por lo tanto, era clarísimo que la gente, nuestros 350 socios, lo querían. Pero a veces pasan cosas en la vida, que dos o tres personas definen la opinión de 350.

Ahora tienen una sola voz. ¿Qué están reclamando?

Tenemos muchos frentes abiertos. Lo que nos afecta más directamente es una directiva europea, yo diría extremadamente abusiva contra nuestro sector y proteccionista hacia el cliente final, que al final nos transforma más en aseguradoras que en agentes de viajes. Tenemos otro tema importantísimo, que es la reputación del sector. Estamos hablando de la primera industria del país, con un 13% del PIB, y las matriculaciones en grados de turismo están bajando a menos de la mitad. Estamos creando un estigma de algo, el turismo, que es cultura, es conocimiento, es convivencia, es tolerancia. Pero ahora parece que sea el demonio. Esto no puede ser de ninguna de las maneras. Tenemos que hacer este clic y hacer entender a la gente que, si no existiera el turismo, volveríamos a la época feudal.

¿Quizás es cuestión de encontrar el término medio?



Hay que buscar un punto de equilibrio y las cosas se tienen que regular y ordenar, sin ningún tipo de duda. Pero no podemos poner la cruz a algo que suma y es parte de la evolución del planeta y del ser humano.

Hace años que conviven con plataformas que les hacen la competencia, donde cualquier usuario puede entrar y buscar vuelos, hoteles, etcétera. ¿Cómo lo están combatiendo?

Tenemos un grupo de trabajo que ha hecho un trabajo muy bueno con el tema del intrusismo. Tenemos una reunión ahora a principios de septiembre con Consumo y con Turismo para que se vuelva a identificar a los agentes de viajes, para que el consumidor sepa que con nosotros tiene un seguro de responsabilidad civil, tiene una fianza, que si lo dejamos tirado en la otra punta del mundo, el gobierno lo podrá repatriar, y que es una empresa legalizada que tendrá todos los derechos el día que tenga una reclamación. Porque con la diversidad de redes y de canales de comunicación, el cliente no sabe dónde compra, casi.

¿Están notando ya el auge de la IA, de personas que utilizan agentes para buscar viajes e incluso que les aconseje?

Todo el mundo la utiliza en su día a día, pero el empujón final quieres que te lo haga un profesional, que te verifique lo que este señor misterioso te ha dicho. Yo siempre digo que si a esta máquina diabólica, entre comillas, todo el mundo le pregunta lo mismo y a todo el mundo le contesta lo mismo, sería muy aburrido. Cada persona es un mundo, cada idiosincrasia es diferente, tu momento de la vida, con quién viajas, dónde, cuándo, cómo... Por lo tanto, está bien para algunas cosas, pero para otras no. De hecho, nosotros estamos trabajando con herramientas que van con inteligencia artificial. En el foro de la [ACAVE](#) de este año, uno de los temas que tocamos es este.

¿Cuáles son los valores añadidos que puede aportar una agencia?

El factor personal, humano, de conocimiento. Para formar un buen profesional en el sector de las agencias de viaje, necesitas 3 o 4 años como mínimo. En otros sectores, con 3 o 4 meses lo puedes hacer. Necesitas bagaje, necesitas haber viajado, tener conocimiento, ser un poco psicólogo, entender qué tienes delante, ser eficiente con las herramientas y con la tecnología para encontrar buenos precios y buenas tarifas. Es de los trabajos más complejos que hay.

¿Los conflictos bélicos están cambiando la manera de viajar?

Existen los destinos refugio. Cuando hay un conflicto en un lugar, la gente va hacia otro. Desde el punto de vista emisor, la gente cada vez tiene una respuesta más a corto plazo. Por lo tanto, el problema rápidamente se minimiza. Desde el punto de vista receptivo pasa lo mismo, que en el momento del conflicto quizás hay un tráfico que se desvía hacia aquí, pero a la mínima que se normaliza, el mercado vuelve a poner a todo el mundo en su lugar.

"Si relacionamos el problema de la vivienda con el turismo, nos estamos engañando"

¿Hay que cambiar el modelo turístico de Barcelona?

Barcelona es una ciudad que ha dicho que "hemos tocado techo y que nosotros no queremos más turistas, por lo tanto, nosotros escogemos qué tipo de turismo queremos, quién queremos que



venga y qué viene a hacer". Cambia la película totalmente. En muchas ciudades del mundo el titular es "hemos crecido un 3%, un 4%, un 8%, un 12%". Aquí tenemos la suerte de que nos podemos permitir regular y escoger. Y eso es muy bueno, somos un poco un referente en todo el mundo en este sentido, porque hemos sido los pioneros. Tenemos que poner los temas sobre la mesa, afrontarlos y solucionarlos conjuntamente con la Administración pública, nosotros y, evidentemente, los vecinos. No podemos ir en contra del turismo; tenemos que ordenarlo, no cortarnos las alas a todos. Cuando los de Barcelona vamos a la Costa Brava, estamos haciendo turismo. ¿Nos tendríamos que quedar todos en casa? Sería un poco ridículo.

Queda claro que Barcelona es una ciudad que es un reclamo turístico por muchos motivos, pero después hay otras zonas de Catalunya, como parte de la costa, que es turismo de sol y playa y se ha masificado.

Barcelona es una ciudad espectacular; no somos conscientes de lo que tenemos ni de los inputs positivos que tenemos desde fuera. En el turismo de costa, la temporada cada vez se estira más. La gente cada vez busca más la eficiencia de sus vacaciones. Ir en mayo a la Costa Brava, desde muchos puntos de vista, es mucho mejor que ir en agosto, y eso se está notando y cada vez se notará más, y es positivo.

Dice que se está desestacionalizando, pero ¿no se debería descentralizar, también?

Estamos trabajando en un proyecto con José Antonio Donaire, comisionado para la gestión del turismo sostenible del Ayuntamiento de Barcelona, para que Barcelona sea un hub de distribución. Esto es un campo base, pero yo desde aquí te puedo llevar a Poblet, a Santes Creus, a El Vendrell... no solo a Montserrat. Este objetivo tiene mucho sentido.

¿Qué le parece la tasa turística?

Son dos discusiones: una es la tasa y la otra es en qué se utiliza la tasa. Si somos conscientes de que esta es la primera industria del país, que es una joya que tenemos que cuidar y que no tiene que ser peyorativo vivir del turismo, lo que tenemos que hacer es ordenarla y encauzarla hacia donde queremos nosotros. Y hacerlo con la tasa.

¿A qué se debería dedicar la tasa turística?

Para mí tiene todo el sentido regularlo y ayudar a que sea más eficiente. A veces mezclamos problemas de la ciudad, como la movilidad o la masificación, con el turismo. Si vives fuera de Barcelona y tienes la mala suerte de venir con Rodalies, esto no tiene nada que ver con el turismo, pero es un problema grave que tenemos. Si relacionamos el problema de la vivienda con el turismo, yo creo que también nos estamos engañando un poco. Si tengo un transporte público que en 20 minutos me lleva a 60 kilómetros de Barcelona, iré a vivir allí y con un precio mucho más económico. A veces tenemos la tendencia de que todo va hacia el turismo; parece un poco la bolsa de basura, que todo lo tiramos allí.

Se ha abierto un debate sobre el modelo productivo de Catalunya, especialmente con la presentación del informe Fénix, y una de las propuestas que hace es que se reduzca el turismo, como mínimo que se frene el crecimiento. ¿Se puede reducir el turismo de masas?



Pone mucho el foco en dos sectores, la industria cárnica y la turística, porque los sueldos medios son más bajos. Lo que pasa es que aquí estamos metiendo un espectro de trabajos muy grande, y esto hace bajar la media, entonces parece que no tiene retorno y no funciona. Lo que tenemos que hacer, sin duda, es equilibrarlo. Y si podemos seleccionar el tipo de turismo que queremos, podremos pagar los sueldos que tocan por este tipo de turismo. Esto no quiere decir que discriminemos a la gente joven ni al turismo que tiene un presupuesto más bajo, pero cada uno tiene que tener su emplazamiento.

Hay un proyecto para ampliar el aeropuerto de El Prat. Hay gente que está en contra porque dice que lo que hará es traer más turismo. ¿Cómo lo ve?

Es uno de los debates que tenemos en nuestra casa. Tenemos que ser coherentes con lo que queremos ser de mayores. Tenemos que hacer un plan a 10 o 15 años vista de hacia dónde queremos ir, y esto tiene que encajar con la capacidad que queremos que tenga El Prat. Y otra cosa importantísima: no nos olvidemos de que tenemos un aeropuerto en Girona y un aeropuerto en Reus. Tenemos mucho tráfico aéreo de gente que vive fuera de Barcelona, y muchos pasajeros que vienen de fuera y van a la costa, y les sale más a cuenta ir a estos aeropuertos. Deberíamos saber jugar con esto.

"Tiene todo el sentido del mundo que la tasa turística se utilice para regular el turismo y ayudar a que sea más eficiente"

¿Cuáles son los destinos que se han puesto de moda últimamente, sobre todo para los catalanes?

Los catalanes somos un poquito los pioneros del Estado en viajar fuera, en destinos nuevos: siempre encuentras un alemán, un francés y un catalán. En estos momentos, Japón es un destino que ha crecido muchísimo; el sudeste asiático siempre funciona, la Patagonia, Centroamérica, Perú. Y en Europa, todo lo que es la antigua Europa del Este, las antiguas repúblicas soviéticas están también creciendo mucho. La Europa continental funciona más con escapadas de fin de semana durante todo el año. Y después nuestros destinos clásicos de toda la vida, que son el destino de proximidad, como pueda ser la Costa Brava o Terres de l'Ebre. Y el resto del Estado.

Puede ver la entrevista completa a continuación:

El context internacional condiona les vacances

1:30

**9 viatges destacats i bé de preu que encara estan
disponibles aquest estiu 2026**

**9 viatges destacats i bé de preu que encara estan disponibles
aquest estiu 2026**

L'activitat entra amb bon peu en el segon semestre



Els indicadors avançats de l'economia espanyola apunten a una recuperació del cicle cap al final del segon trimestre. Amb aquesta frase començava el "Pols Setmanal" que edita el servei d'estudis de CaixaBank, publicat divendres passat. A què es referia? Doncs a diversos indicadors, que, al mes de juny, han estat millors de l'esperat i que podrien suposar una inflexió positiva en l'activitat estatal. En realitat, alguns dels de maig, ja havien fet una lleugera millora. Això implicaria, que es fa una bona entrada en el segon semestre, sempre amb el permís del president dels Estats Units, és clar. L'informe, curiosament, no feia esment de la sobtada millora en les previsions econòmiques pel 2026 que dilluns passat havia fet el Govern espanyol, ja que es basa en dades reals, no en pronòstics. Recordem que el quadre macroeconòmic que va presentar dilluns passat, de cara a uns hipotètics pressupostos pel 2027, inclou una previsió de creixement econòmic del 2,6% per a 2026, quatre dècimes més sobre el que es preveia. Fins ara, l'executiu parlava d'un creixement del PIB d'aquest any del 2,2%, una mica per sota dels pronòstics d'altres organismes com el Banc d'Espanya, que el situa en el 2,3%, o l'Autoritat Independent de Responsabilitat Fiscal (AIReF), que veu possible pujar l'estimació entorn del 2,4%.

La Píndola

El ministre d'Economia, Carlos Cuerpo, explicava que "l'escenari actualitzat ja incorpora l'impacte estimat del conflicte de l'Iran sobre l'activitat, que xifrem en dues dècimes de PIB en 2026. Es tracta d'una afectació molt inferior a les àmplies bandes que la incertesa obligava a manejar a l'abril, i que recull, a més, l'efecte amortidor de les mesures dels paquets de resposta que hem dut a terme. Fins i tot descomptant aquest impacte, el vigor de la demanda interna i de l'ocupació ens permet elevar la previsió de creixement fins al 2,6%". Bé, cal dir que la credibilitat de la previsió governamental cal posar-la en quarantena, com qualsevol altra, mentre no estigui més avançat l'assumpte de la guerra amb l'Iran.



De totes maneres, en la mateixa línia positiva, no es pot ignorar que les previsions en temps real que realitza l'AIReF, apunten a un creixement del PIB molt més fort en aquests moments. Concretament, l'última actualització, amb data 3 de juliol, apunta a un augment intertrimestral de l'1% i un interanual del 3%. Són realment unes xifres que semblen inflades, però que surten directament de l'aplicació successiva d'una sèrie d'indicadors que són públics. Vull dir amb això que el model que utilitzen no crec que sigui sospitós de manipular les dades, almenys, fins ara no sembla que ho hagi fet.

El fet és que les poques xifres conegudes de juny han aportat una flaire més positiva. En la banda del consum, tenim, sobretot, l'indicador de vendes de cotxes. Segons Anfac, en termes de volum, "estem davant el millor mes de juny des de 2019, impulsat pel bon comportament dels vehicles elèctrics i híbrids". Destaquen que les compres de particulars mantenen el seu dinamisme important, superant l'11% interanual. I, que s'espera una millora en els petits negocis, ho fa preveure el fet que juny va ser un molt bon mes per les vendes de vehicles comercials lleugers, que van créixer un 13%.

He parlat amb la directora general de Comertia, Elisabet Vilalta, i em comenta que estan acabant de calcular l'indicador de les vendes de juny dels seus associats. I m'avança que, provisionalment, han anat molt bé, ja que han crescut al voltant del 7% en el juny sobre el mateix mes de l'any passat. "Veiem que la dinàmica és molt positiva després del sotrac del mes passat. La recuperació creix més en tres sectors, com el parament de la llar, l'alimentació bàsica i l'oci i cultura", em diu.

Però el fet que ha suposat una empenta a l'indicador d'AIReF i a les reflexions de CaixaBank, ha estat, sense dubte, l'índex dels directors de compres que es va publicar divendres passat. Mentre en el cas manufacturer, no aportava res de nou, amb una certa feblesa, el corresponent als serveis tirava cap amunt amb força. Segons deia l'informe, "les empreses de serveis van informar d'un augment de l'activitat impulsat per un increment en el volum de noves comandes. Moltes empreses van atribuir aquest creixement a un repunt de la demanda, encara que principalment per part de clients nacionals".

Les últimes dades també van revelar un optimisme més elevat entre les empreses de serveis, i el sentiment de confiança en el futur es va enfortir fins a aconseguir el seu màxim nivell en quatre mesos. També en aquesta dada positiva cal insistir que l'obertura de l'estret d'Ormuz, de moment tornen a circular petroliers, hi té molt a veure. Avui el petroli estava a 71,8 dòlars, per sota del preu d'abans del conflicte.

De totes maneres, el que em sembla més important de l'informe, és el comentari final que fa el director, en afirmar que "les xifres de juny, gràcies a una trajectòria de creixement ascendent sobre els dos mesos anteriors, fan que l'activitat cobri un impuls considerable de cara a la segona meitat de l'any".

També la setmana passada comentàvem les dades d'afiliació a la Seguretat Social, que mostraven un creixement important, superant els quatre milions d'afiliats a Catalunya, gràcies a l'hostaleria i al comerç. El fet que les xifres de contractació siguin més altes que l'any passat vol dir que s'espera una campanya turística molt bona. De fet, el mes de maig ja hi va haver una sorpresa a Catalunya, amb l'arribada de 2,1 milions de visitants, és a dir, 250.000 més que el maig del 2025, la qual cosa suposa un 13% més, amb una despesa que va suposar també un augment del 13%.



És un avanç de què ens espera a l'estiu? Sembla que sí, si hem de fer cas al que diuen als que en saben. Catalunya afronta la temporada alta d'estiu amb previsions de tornar a fregar el ple, amb una ocupació hotelera prevista pròxima al 86% a Barcelona, més reserves d'última hora pel context geopolític i amb les noves taxes turístiques ja en vigor. I la costa catalana tornarà a rebre el gruix del turisme estranger, que ha fet d'aquesta part del Mediterrani un dels seus destins favorits, segons les previsions que va fer dissabte passat l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzats (Acave) a l'agència Efe.

L'organització subratlla que la demanda internacional manté un fort interès per la costa i per Barcelona, sobretot per part d'anglesos i francesos, que són els que més viatgen a Espanya, seguits dels procedents dels Estats Units -amb especial impacte en la capital catalana-, el Canadà i països nòrdics, d'acord amb les dades de la patronal. Enguany, s'apunta que la contractació s'està fent més tard, en un context geopolític convuls que ha fet a Catalunya especialment interessant, com a destí segur, enfront d'altres opcions més llunyanes, afegeixen des de les agències turístiques.

En aquest sentit, l'Observatori de Turisme de Barcelona ha constatat un augment en el nombre de reserves hoteleres per als pròxims tres mesos, amb respecte el mateix període de l'any passat, amb els Estats Units sent el mercat que representa el volum més gran d'aquestes reserves (28,2% de la quota total).

En definitiva, si Trump i les onades de calor no ho espatllen, podem tenir al davant uns mesos amb un to més positiu del que hem travessat els últims.



El verano también se decide sobre la marcha y estos destinos son perfectos para unas vacaciones de última hora

Con más de 33,2 millones de viajes realizados, solo en los primeros tres meses del año, parece claro que España es un país de viajeros. Los datos de la última Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR) publicada por el INE confirman que nos gusta viajar y las vacaciones, el ocio y disfrutar del tiempo libre siguen ocupando las primeras posiciones entre los motivos principales para hacer las maletas. Y no solo eso. Las previsiones apuntan a un verano activo aunque con novedades. Los últimos resultados de la encuesta anual publicados por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), apuntan que la campaña se moverá en niveles similares a los del pasado verano.

Además, la venta consultiva, esto es, el papel de las agencias ganará peso en un contexto en el que aumentan las decisiones más tardías, la comparación entre distintas alternativas y la exigencia de los clientes de una mayor flexibilidad antes de cerrar sus vacaciones. En este escenario, propuestas como la de Vacas Flex, lanzada por Halcón Viajes, así como la garantía de precio protegido ante subidas del combustible y últimas salidas a destinos como Riviera Maya Punta Cana Tailandia o islas nacionales desde 440€ o cruceros desde 599€ por persona, evidencian la transformación de esas reservas.

La gente quiere viajar, sí. Ahora bien, quiere hacerlo a su ritmo. Y es que no todos los viajes pueden planearse con meses de antelación. A veces no estaba previsto viajar y, sin embargo, después de unos meses intensos aparece esa sensación de necesitar un cambio de aires. Hay viajeros que prefieren esperar para conocer mejor la previsión meteorológica, evitar incidencias o simplemente elegir el destino en función de cómo se sienten en ese momento. Para otros, organizar unas vacaciones o una escapada con poca antelación forma parte del encanto del propio viaje. La espontaneidad añade emoción y, a veces basta con un fin de semana largo, unos días libres inesperados o una conversación entre amigos para decidir preparar el viaje.

Cuando el mejor plan surge a última hora

A tenor de los datos, cambiar de planes en cuestión de días o tomar decisiones in extremis parece haberse convertido en algo cada vez más habitual. Ya sea por una aprobación tardía de los días de vacaciones, un evento inesperado o cualquier otra razón, lo cierto es que planificar un viaje de última hora puede ser todo un reto. Pero ¿dónde ir? El abanico de destinos es de lo más variopinto aunque según los datos de ACAVE, la costa mediterránea, Baleares y Canarias e incluso países de Europa del Este ganan peso esta temporada. Aunque si no tienes claro el plan, el asesoramiento profesional puede ser tu mejor aliado para dar con el destino perfecto para tus vacaciones

- Cruceros, un viaje lleno de encanto

No hay una única razón sino muchas por las que el Mediterráneo nunca pasa de moda. En solo unos días puedes desayunar en Barcelona, perderte por las callejuelas de Roma mientras te deleitas con su arte o contemplar el atardecer en Santorini sin tener que hacer y deshacer la maleta



constantemente. Y es que hacer un crucero por el Mediterráneo es una forma de viajar que convierte el trayecto en parte de una aventura con aroma a salitre.

Las Islas Griegas son otro de los itinerarios habituales. Y no es para menos. Casas encaladas, buganvillas, pequeñas tabernas frente al mar, aguas cristalinas... Cada detalle parece sacado de una postal. Y atento, porque aunque Santorini y Mykonos son las más conocidas, Grecia cuenta con más de 6.000 islas e islotes, de los que solo alrededor de 200 están habitados lo que significa que todavía existen rincones donde el ritmo sigue marcado por los pescadores, las fiestas locales y las puestas de sol de película.

¿No te convence? Pues toma nota porque la costa adriática, donde conviven ciudades medievales perfectamente conservadas, pequeñas islas rodeadas de aguas cristalinas y algunos de los cascos históricos más espectaculares del continente (incluyendo el de la cinematográfica Dubrovnik); o los imponentes fiordos noruegos son otros de los escenarios que ofrecen una alternativa más que interesante para cruceros de Halcón Viajes, que ahora puedes disfrutar a partir de 599€ por persona.

Aunque los destinos más cercanos suelen ser la opción principal para quienes esperan al último momento para reservar, lo cierto es que no hay por qué renunciar a unas vacaciones a miles de kilómetros por una planificación tardía. Tailandia es una de las opciones más recomendables, no en vano, se le conoce como el país de las sonrisas por la hospitalidad de su gente. Conocer la caótica y vibrante Bangkok, dormir frente al mar, perderse en templos flotantes... Resistirse a sus encantos es complicado.

Como también lo es no caer rendido a los encantos del Caribe -con Punta Cana y Riviera Maya como algunos de los destinos más populares- o el mismísimo Egipto para quienes, más allá de las playas, buscan destinos cuya historia se escribe bajo la arena.

Embarcarse en un vuelo de varias horas o emprender un viaje por carretera de cientos de kilómetros suele ser sinónimo de vacaciones. Pero para quienes tienen claro que no es necesario cruzarse el océano para activar el modo vacaciones, el suelo patrio tiene mucho que ofrecer. Canarias y Baleares constituyen una apuesta segura para viajeros rezagados y es que, a veces, el mejor viaje no es el más lejano, sino aquel que consigue sorprendernos cuando pensábamos que ya lo conocíamos todo.

Sea como fuere, si algo demuestran las tendencias de este verano es que viajar ya no es tanto una cuestión de antelación sino, más bien, de encontrar la opción que mejor se adapta a cada viajero. La flexibilidad ha ganado protagonismo y, con ella, la posibilidad de decidir el destino cuando realmente apetece hacer las maletas. Ya sea navegando por el Mediterráneo, recorriendo los templos de Egipto, relajándose en el Caribe o redescubriendo Canarias y Baleares, las oportunidades siguen ahí para quienes aún no han elegido dónde pasar sus vacaciones.

Suscríbase aquí gratis a nuestro boletín diario. Síguenos en X Facebook Instagram y TikTok

Toda la actualidad de Mallorca en mallorcadiario.com.

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con

PUBLICACIÓN: MallorcaDiario.com

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €348.35

AUDIENCIA: 136268

AMD: 6451.00

TMU: 0.09 min

AUTOR:

URL: www.mallorcadiaro.com



> [Versión en línea](#)

> 6 de julio de 2026 a las 19:22

Más Noticias



Cataluña afronta un buen verano turístico

Comunicatur. Cataluña inicia la temporada alta con buenas perspectivas tanto para el turismo receptor como para los viajes de los propios catalanes. [Agencias de viajes](#) y hoteleros coinciden en que la demanda sigue siendo sólida, aunque este verano los clientes están retrasando más sus reservas, por lo que las contrataciones de última hora volverán a ser decisivas.

Según la encuesta de [ACAVE](#), los destinos de playa, con la costa catalana entre las opciones favoritas, seguirán concentrando buena parte de la demanda. Al mismo tiempo, aumenta el interés por escapadas al interior y por experiencias ligadas a la gastronomía, la cultura y la naturaleza. Las agencias también detectan un viajero que compara más opciones, exige mayor flexibilidad y valora el asesoramiento profesional.

En cuanto al turismo internacional, Reino Unido y Francia volverán a ser los principales mercados emisores hacia Cataluña, seguidos por Estados Unidos, Canadá y los países nórdicos. Además, el eclipse solar del próximo 12 de agosto ha disparado las reservas en varios destinos del interior, especialmente en la provincia de Tarragona, convirtiéndose en uno de los grandes reclamos del verano.

Las previsiones hoteleras también son positivas. El sector destaca además que la temporada continúa alargándose gracias al crecimiento de un turismo interesado en el patrimonio, la enogastronomía y las experiencias de calidad.



ACAVE reúne al Sector en la undécima edición de su Noche del Socio

- Nexotur.com

[Ir al contenido](#)

La cita reunió a alrededor de 260 representantes de [agencias de viajes](#), cadenas hoteleras, empresas del segmento MICE, compañías aéreas y ferroviarias y firmas tecnológicas.

El acto contó con una amplia representación de CEAV

[ACAVE](#) celebró la undécima edición de su tradicional Noche del Socio, una de las citas estivales más destacadas del calendario turístico, que tuvo lugar en el restaurante Azul Rooftop de Barcelona. El encuentro reunió a profesionales del Sector en un ambiente distendido y sirvió también para presentar oficialmente a la nueva junta directiva ante aquellos asociados que aún no habían tenido ocasión de conocer a sus nuevos representantes. La velada contó con el patrocinio del Ayuntamiento de Barcelona, ERGO Seguros de Viajes, Iberia Cards y el Ministerio de Turismo de la República Dominicana.

Durante su intervención, el presidente de [ACAVE](#), Rafa Serra, agradeció el trabajo realizado por la anterior junta directiva y puso en valor el papel que desempeñan las [agencias de viajes](#) legalmente establecidas frente al intrusismo profesional. Asimismo, repasó algunas de las principales líneas de trabajo que la asociación desarrolla junto a la Agència Catalana de Turisme, entre ellas la puesta en valor de los DMC, la reactivación de B-Travel y la iniciativa Barcelona Capital, destinada a favorecer un mejor equilibrio entre la actividad turística y la convivencia con la población local.

Serra también quiso agradecer la implicación de los asociados en la actividad de la entidad, destacando que la confianza, la participación y el compromiso de las agencias permiten consolidar año tras año una cita que se ha convertido en uno de los encuentros más esperados por los profesionales del turismo.

La Noche del Socio reunió a alrededor de 260 representantes de [agencias de viajes](#), cadenas hoteleras, empresas del segmento MICE, compañías aéreas y ferroviarias y firmas tecnológicas. Entre las autoridades asistentes figuraban la directora general de Turisme de la Generalitat de Catalunya, Cristina Lagé; el director de la Agència Catalana de Consum, Isidor García; el comisionado de Turismo Sostenible del Ayuntamiento de Barcelona, José Antonio Donaire; la gerente de Servicios de Turismo de la Diputación de Barcelona, Soledad Bravo Letelier, y la nueva directora de B-Travel, Laura Cardona.

El acto contó igualmente con una amplia representación de CEAV, organización a la que [ACAVE](#) se ha reincorporado recientemente, reforzando así los vínculos entre ambas entidades y la colaboración institucional dentro del sector.



Con esta celebración, [ACAVE](#) da el pistoletazo de salida a la temporada estival en un entorno de networking y convivencia que, edición tras edición, se consolida como uno de los principales puntos de encuentro para los profesionales del turismo en Cataluña.

Para ofrecer las mejores experiencias, nosotros y nuestros socios utilizamos tecnologías como cookies para almacenar y/o acceder a la información del dispositivo. La aceptación de estas tecnologías nos permitirá a nosotros y a nuestros socios procesar datos personales como el comportamiento de navegación o identificaciones únicas (IDs) en este sitio y mostrar anuncios (no-) personalizados. No consentir o retirar el consentimiento, puede afectar negativamente a ciertas características y funciones.

Haz clic a continuación para aceptar lo anterior o realizar elecciones más detalladas. Tus elecciones se aplicarán solo en este sitio. Puedes cambiar tus ajustes en cualquier momento, incluso retirar tu consentimiento, utilizando los botones de la Política de cookies o haciendo clic en el icono de Privacidad situado en la parte inferior de la pantalla.

El almacenamiento o acceso técnico es estrictamente necesario para el propósito legítimo de permitir el uso de un servicio específico explícitamente solicitado por el abonado o usuario, o con el único propósito de llevar a cabo la transmisión de una comunicación a través de una red de comunicaciones electrónicas.

El almacenamiento o acceso técnico es necesario para la finalidad legítima de almacenar preferencias no solicitadas por el abonado o usuario.

El almacenamiento o acceso técnico que es utilizado exclusivamente con fines estadísticos.

El almacenamiento o acceso técnico que se utiliza exclusivamente con fines estadísticos anónimos. Sin un requerimiento, el cumplimiento voluntario por parte de tu Proveedor de servicios de Internet, o los registros adicionales de un tercero, la información almacenada o recuperada sólo para este propósito no se puede utilizar para identificarte.

El almacenamiento o acceso técnico es necesario para crear perfiles de usuario para enviar publicidad, o para rastrear al usuario en una web o en varias web con fines de marketing similares.

Para ofrecer las mejores experiencias, utilizamos tecnologías como las cookies para almacenar y/o acceder a la información del dispositivo. El consentimiento de estas tecnologías nos permitirá procesar datos como el comportamiento de navegación o las identificaciones únicas en este sitio. No consentir o retirar el consentimiento, puede afectar negativamente a ciertas características y funciones.

El almacenamiento o acceso técnico es estrictamente necesario para el propósito legítimo de permitir el uso de un servicio específico explícitamente solicitado por el abonado o usuario, o con el único propósito de llevar a cabo la transmisión de una comunicación a través de una red de comunicaciones electrónicas.

El almacenamiento o acceso técnico es necesario para la finalidad legítima de almacenar preferencias no solicitadas por el abonado o usuario.



El almacenamiento o acceso técnico que es utilizado exclusivamente con fines estadísticos.

El almacenamiento o acceso técnico que se utiliza exclusivamente con fines estadísticos anónimos. Sin un requerimiento, el cumplimiento voluntario por parte de tu Proveedor de servicios de Internet, o los registros adicionales de un tercero, la información almacenada o recuperada sólo para este propósito no se puede utilizar para identificarte.

El almacenamiento o acceso técnico es necesario para crear perfiles de usuario para enviar publicidad, o para rastrear al usuario en una web o en varias web con fines de marketing similares.

Gestionar consentimiento

Gestionar consentimiento



> 6 de julio de 2026 a las 0:00

ACAVE

Catalunya afronta otro verano de lleno turístico con más reservas de última hora

■ Catalunya afronta la temporada de verano con previsiones de volver a rozar el lleno, con una ocupación hotelera prevista cercana al 86% en Barcelona, más reservas de última hora por el contexto geopolítico y con las nuevas tasas turísticas ya en vigor. Según las previsio-

nes de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializados (Acave), la demanda internacional mantiene un fuerte interés por la costa y por Barcelona, sobre todo por parte de ingleses y franceses, seguidos de los viajeros procedentes de EE.UU. / Redacción



ALBA MARINE

Playa de Salou



Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico

► En Barcelona se espera una ocupación hotelera del 86 %

La Razón. BARCELONA

Cataluña afronta la temporada alta de verano con previsiones de devolver a rozar el lleno, con una ocupación hotelera prevista cercana al 86 % en Barcelona, más reservas de última hora por el contexto geopolítico y con las nuevas tasas turísticas ya en vigor. La costa catalana volverá a recibir el grueso del turismo extranjero, que ha hecho de esta parte del Mediterráneo uno de sus destinos favoritos, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializados (Acave).

La organización subraya que la demanda internacional mantiene un fuerte interés por la costa y por Barcelona, sobre todo por parte de ingleses y franceses, que son los que más viajan a España, seguidos de los procedentes de Estados Unidos -con especial impacto en la capital catalana-, Canadá y países nórdicos.

Este año, la contratación se está haciendo más tarde, en un contexto geopolítico convulso que ha hecho a Cataluña especialmente apetecible como destino seguro frente a otras opciones más lejanas, añaden desde las agencias turísticas. El Gremio

de Hoteles de Barcelona apunta que, a pesar de la ligera contención del primer semestre del año, el sector afronta el verano con una «estabilidad muy fuerte». En julio se anticipa una ocupación en la capital catalana del 86,5 % y en agosto del 86 %. Pese a ese escenario, en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre se anticipa una ocupación media cercana al 80 % en julio y se prevé alcanzar un pico del 100 % en los principales municipios turísticos durante el puente del 15 de agosto, según datos recogidos por la Agencia Catalana de Turismo.

En la Costa Brava y las comarcas de Girona se espera una media del 85 % en agosto, con los cámpines rozando también el 100 % de su capacidad en la semana central del mes, con especial concentración de turistas franceses y de proximidad. Además de la costa catalana, Barcelona espera atraer un gran volumen de turistas, con especial crecimiento de visitantes estadounidenses y con la Sagrada Familia como especial atractivo turístico. En este sentido, el Observatorio de Turismo de Barcelona ha constatado un aumento en el número de reservas hoteleras para los próximos tres meses con respecto al mismo periodo del año pasado.

EP



Una imagen de turistas en Barcelona



TURISME DE PROXIMITAT TEMPORADA D'ESTIU



JORDI BASTART

Els espais naturals, on abunden els estanys, són un dels valors del territori més apreciats pels turistes, 3 de cada 4, catalans.

DADES

Pernotacions

El sector s'ha fixat com a fita assolir els 1,7 milions de pernoctacions, superant de llarg els 1,57 milions registrats l'any passat.

Perfil

Tres de cada quatre són de procedència catalana, tot i que a territoris com la Val d'Aran hi ha bons índexs de visitants de fora de Catalunya.

Lleure actiu

D'aquests turistes catalans, el 2025 44 de cada 100 van contractar alguna activitat de turisme actiu, gastant-se una mitjana de 155,7 euros per dia, 3,9 euros més que l'any anterior, revela l'estudi de la Càtedra de Turisme d'interior i de la Muntanya.

Places d'allotjament

Amb dades de l'any 2025, l'oferta d'allotjament turístic se situa en 89.400 places, repartit entre hotels (19.675 places) turisme rural (5.434 places), càmping (22.778 places), apartaments turístics, albergs, refugis, granges escoles o habitatges d'ús turístic (4.663 places).

Afluència

Instal·len 84 ecomptadors per monitorar la càrrega turística al parcs d'Aiguestortes i Estany de Sant Maurici, l'Alt Pirineu, Cadí-Moixeró i el Geoparc Orígens.

L'interior desperta els sentits

El sector afronta la temporada amb la previsió d'atraure 580.000 visitants i consolidar els resultats dels darrers anys

Enguany, a la natura, patrimoni cultural, esports o gastronomia se suma un nou atractiu, l'eclipsi solar del 12 d'agost

La incertesa geopolítica i l'encariment del transport afecten també el nostre estiu. Tant és així que, a l'hora de planificar les vacances, cerquem destinacions més de prop, més ben connectades i amb bona relació qualitat-preu, apunta la patronal d'agències de viatges, Acave. I, si bé prioritzen la costa i les illes, cada cop més ens sedueixen les destinacions d'interior, de muntanya i amb temperatures més benignes.

Requisits que compleixin fil per randa les comarques de Ponent, l'Alt Pirineu i Aran. Obren la temporada amb bones pers-

pectives, esperant superar els 580.000 visitants i 1,7 milions de pernoctacions, afirmava el Patronat de Turisme. Enguany, a valors com la natura, patrimoni cultural, turisme actiu o gastronomia s'afegeix un nou atractiu de caràcter excepcional: l'eclipsi de sol del 12 d'agost

PREMI DE LECTORS
El Pirineu lleidatà ha estat reconegut com a millor destinació natural de l'Estat

que al Segrià i les Garrigues es podrà contemplar amb detall. Es visualitzarà precisament en una zona on per les dates no hi sol haver gaires visitants, per la qual cosa es veu possible captar turistes d'arreu d'Europa.

I, de retruc, referma una aposta per l'astroturisme, amb centres neuràlgics com el Parc Astronòmic del Montsec. Un impuls que també experimenta l'oferta cicloturista. Tot plegat, al servei de revalidar la plana i el Pirineu com un territori inclúsiu que l'ha fet mereixedor de ser reconegut com a millor destinació natural de l'Estat pels lectors de *National Geographic*.



A. FORBOLLA

Confien a arribar a 1,7 milions de pernoctacions.



L'ocupació hotelera per al juliol puja del 86%

La capital catalana manté previsions d'altíssima ocupació a les quals cal afegir les reserves d'última hora, que podrien fer que fregués la plena ocupació Relacionada: Barcelona referma que els albergs de joventut quedin exclosos de l'augment de la taxa turística



Notícies relacionades

Barcelona afronta la temporada alta d'estiu fins al màxim de turisme. Les actuals previsions per als mesos de juliol i agost se situen en el 86% d'ocupació hotelera, segons dades de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades ([Acave](#)).

El Gremi d'Hotels de Barcelona apunta que, malgrat la lleugera contenció del primer semestre de l'any, el sector afronta l'estiu amb una "estabilitat molt forta".

Al juliol s'anticipa una ocupació a la capital catalana del 86,5 % i a agost del 86 %. No obstant això, a aquest percentatge cal afegir-hi les reserves d'última hora.

El reclam de la Sagrada Família

En aquest sentit, els experts creuen que aquest estiu es produirà un pic de visitants gràcies a reclams com la Sagrada Família i grans esdeveniments com la visita del Papa Lleó XIV de fa unes setmanes i que va fer de la ciutat un gran aparador.

Imatge de turistes a Barcelona

Europa Press

La basílica encapçala la llista dels conceptes de cerca en línia més freqüents relacionats amb la ciutat. El Tour de França també figura entre els principals reclams.



Les organitzacions coincideixen a assenyalar l'impacte del turisme nord-americà, una de les principals nacionalitats a venir a la ciutat només per darrere dels anglesos i francesos i per davant de canadencs i turistes de països nòrdics, també nacionalitats destacades.



Barcelona encara un verano lleno de turistas: la ocupación hotelera para julio sube del 86%



La capital catalana mantiene previsiones de altísima ocupación a lo que hay que añadir las reservas de última hora, que podrían hacer que rozara la plena ocupación. Relacionada: Barcelona refrenda que los albergues de juventud queden excluidos del aumento de la tasa turística. Barcelona encara la temporada alta de verano hasta los topes de turismo. Las actuales previsiones para los meses de julio y agosto se sitúan en el 86% de ocupación hotelera, según datos de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializados ([Acave](#))

El Gremio de Hoteles de Barcelona apunta que, a pesar de la ligera contención del primer semestre del año, el sector afronta el verano con una "estabilidad muy fuerte".

En julio se anticipa una ocupación en la capital catalana del 86 % y en agosto del 86 %. No obstante, a este porcentaje hay que añadirle las reservas de última hora.

El reclamo de la Sagrada Família

En este sentido, los expertos creen que este verano se producirá un pico de visitantes gracias a reclamos como la Sagrada Família y grandes eventos como la visita del Papa León XIV de hace unas semanas y que hizo de la ciudad un gran escaparate.

Imagen de turistas en Barcelona Europa Press

La basílica encabeza la lista de los conceptos de búsqueda en línea más frecuentes relacionados con la ciudad. El Tour de Francia también figura entre los principales reclamos.

Las organizaciones coinciden en señalar el impacto del turismo estadounidense, una de las principales nacionalidades en venir a la ciudad solo por detrás de los ingleses y franceses y por delante de canadienses y turistas de países nórdicos, también nacionalidades destacadas.

Catalunya vuelve a rozar el lleno en un verano marcado por reservas de última hora

ON ECONOMIA

Costa Brava, Pirineo, Barcelona... Catalunya afronta un verano récord, con ocupaciones cercanas al 90%, reservas de última hora y la tasa turística en marcha. La temporada alta arranca con previsiones de volver a rozar el lleno en buena parte del territorio, impulsada por la fortaleza de la demanda internacional y por el atractivo del territorio catalán como destino seguro en un contexto geopolítico incierto. La costa catalana volverá a concentrar el grueso del turismo extranjero, que mantiene a esta parte del Mediterráneo entre sus destinos preferidos, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializados (Acave), recogidas por EFE. Ingleses y franceses encabezan la llegada de visitantes, seguidos por estadounidenses —con un peso creciente en Barcelona—, canadienses y turistas procedentes de los países nórdicos. Las agencias de viajes destacan además un cambio en el comportamiento de los viajeros este verano. La contratación de vacaciones se está retrasando y aumentan las reservas de última hora, una tendencia que atribuyen a la incertidumbre internacional y que, al mismo tiempo, beneficia a Catalunya al consolidarse como una alternativa cercana y segura frente a otros destinos. En Barcelona, el Gremio de Hoteles prevé una ocupación del 86,5% en julio y del 86% en agosto. Pese a la ligera contención registrada durante el primer semestre, el sector afronta los meses de verano con una "estabilidad muy fuerte". La Costa Daurada y las Terres de l'Ebre esperan una ocupación media cercana al 80% en julio y prevén alcanzar el lleno en los principales municipios turísticos durante el puente del 15 de agosto, según la Agencia Catalana de Turismo. En la Costa Brava y las comarcas de Girona, la ocupación media rondará el 85% en agosto, mientras que los campings podrían alcanzar prácticamente el 100% de su capacidad durante la semana central del mes, con una elevada presencia de turistas franceses y de proximidad. Barcelona también espera reforzar su atractivo este verano gracias al crecimiento del turismo estadounidense y al efecto promocional de la reciente visita del papa a la Sagrada Familia. El Observatorio de Turismo de Barcelona ha detectado un aumento de las reservas hoteleras para los próximos tres meses respecto al mismo periodo del año anterior, con Estados Unidos como principal mercado emisor, al representar el 28,2% del total de las reservas. Además, la Sagrada Familia lidera las búsquedas en internet relacionadas con Barcelona en los principales mercados internacionales, mientras que el paso del Tour de Francia este fin de semana suma un nuevo foco de atracción para la ciudad. El Pirineo de Lleida también consolida su crecimiento. El Patronato de Turismo prevé superar los 580.000 visitantes durante el verano y acercarse de nuevo a cifras récord de ocupación, después de que el año pasado registrara el mayor número de pernoctaciones de su historia, con 1,57 millones de noches de alojamiento. El entorno del Montsec vuelve a destacar como uno de los grandes reclamos gracias al auge del astroturismo. Este verano será también el primero con las nuevas tasas turísticas plenamente en vigor tras su entrada en funcionamiento en abril. El impuesto puede alcanzar los 12 euros por persona y noche en Barcelona y supone una subida del 50% en el conjunto de Catalunya, que en la capital catalana llega a duplicarse en algunos casos y se aplicará de forma progresiva hasta 2027. La Mesa de Turismo de España ha advertido de que este incremento puede restar competitividad a Barcelona y tener un impacto negativo sobre la actividad económica, el empleo y la inversión vinculados al sector. Sin embargo, por ahora la demanda sigue



PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



[> Versión en línea](#)

> 4 de julio de 2026 a las 11:28

mostrando fortaleza. Los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) apuntan precisamente en esa dirección. En mayo, los hoteles catalanes alojaron a 2,3 millones de viajeros, un 4,4% más que un año antes, mientras que las pernoctaciones aumentaron un 2,8%, hasta alcanzar los 6,17 millones de noches.



Catalunya torna a fregar el ple en un estiu marcat per reserves d'última hora

Anglesos, francesos i nord-americans encapçalen l'arribada de visitants



Anglesos, francesos i nord-americans encapçalen l'arribada de visitants

La Costa Brava, Pirineu, Barcelona... Catalunya afronta un estiu rècord, amb ocupacions properes al 90%, reserves d'última hora i la taxa turística en marxa. La temporada alta arrenca amb previsions de tornar a fregar el ple en bona part del territori, impulsada per la fortalesa de la demanda internacional i per l'atractiu del territori català com a destinació segura en un context geopolític incert.

La costa catalana tornarà a concentrar el gruix del turisme estranger, que manté aquesta part del Mediterrani entre les seves destinacions preferides, segons les previsions de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzats ([Acave](#)), recollides per EFE. Anglesos i francesos encapçalen l'arribada de visitants, seguits per nord-americans —amb un pes creixent a Barcelona—, canadencs i turistes procedents dels països nòrdics.

Les [agències de viatges](#) destaquen a més un canvi en el comportament dels viatgers aquest estiu. La contractació de vacances s'està endarrerint i augmenten les reserves d'última hora, una tendència que atribueixen a la incertesa internacional i que, al mateix temps, beneficia Catalunya en consolidar-se com una alternativa propera i segura enfront d'altres destinacions.

A Barcelona, el Gremi d'Hotels preveu una ocupació del 86,5% al juliol i del 86% a l'agost. Malgrat la lleugera contenció registrada durant el primer semestre, el sector afronta els mesos d'estiu amb una "estabilitat molt forta".

La Costa Daurada i les Terres de l'Ebre esperen una ocupació mitjana propera al 80% al juliol i preveuen assolir el ple en els principals municipis turístics durant el pont del 15 d'agost, segons l'Agència Catalana de Turisme.



A la Costa Brava i les comarques de Girona, l'ocupació mitjana rondarà el 85% a l'agost, mentre que els càmpings podrien assolir pràcticament el 100% de la seva capacitat durant la setmana central del mes, amb una elevada presència de turistes francesos i de proximitat.

Barcelona també espera reforçar el seu atractiu aquest estiu gràcies al creixement del turisme nord-americà i a l'efecte promocional de la recent visita del papa a la Sagrada Família. L'Observatori de Turisme de Barcelona ha detectat un augment de les reserves hoteleres per als pròxims tres mesos respecte al mateix període de l'any anterior, amb els Estats Units com a principal mercat emissor, en representar el 28,2% del total de les reserves.

A més, la Sagrada Família lidera les cerques a internet relacionades amb Barcelona en els principals mercats internacionals, mentre que el pas del Tour de França aquest cap de setmana suma un nou focus d'atracció per a la ciutat.

El Pirineu de Lleida també consolida el seu creixement. El Patronat de Turisme preveu superar els 580.000 visitants durant l'estiu i acostar-se de nou a xifres rècord d'ocupació, després que l'any passat registrés el major nombre de pernoctacions de la seva història, amb 1,57 milions de nits d'allotjament. L'entorn del Montsec torna a destacar com un dels grans reclams gràcies a l'auge de l'astroturisme.

Aquest estiu serà també el primer amb les noves taxes turístiques plenament en vigor després de la seva entrada en funcionament a l'abril. L'impost pot assolir els 12 euros per persona i nit a Barcelona i suposa una pujada del 50% en el conjunt de Catalunya, que a la capital catalana arriba a duplicar-se en alguns casos i s'aplicarà de forma progressiva fins al 2027.

La Mesa de Turisme d'Espanya ha advertit que aquest increment pot restar competitivitat a Barcelona i tenir un impacte negatiu sobre l'activitat econòmica, l'ocupació i la inversió vinculat al sector. No obstant això, per ara la demanda continua mostrant fortalesa.

Les últimes dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE) apunten precisament en aquesta direcció. Al maig, els hotels catalans van allotjar 2,3 milions de viatgers, un 4,4% més que un any abans, mentre que les pernoctacions van augmentar un 2,8%, fins a assolir els 6,17 milions de nits.



Catalunya espera un verano récord con más reservas de última hora



Ingleses, franceses y estadounidenses encabezan la llegada de visitantes Costa Brava, Pirineo, Barcelona... Catalunya afronta un verano récord, con ocupaciones cercanas al 90%, reservas de última hora y la tasa turística en marcha. La temporada alta arranca con previsiones de volver a rozar el lleno en buena parte del territorio, impulsada por la fortaleza de la demanda internacional y por el atractivo del territorio catalán como destino seguro en un contexto geopolítico incierto.

La costa catalana volverá a concentrar el grueso del turismo extranjero, que mantiene a esta parte del Mediterráneo entre sus destinos preferidos, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializados (Acave), recogidas por EFE. Ingleses y franceses encabezan la llegada de visitantes, seguidos por estadounidenses —con un peso creciente en Barcelona—, canadienses y turistas procedentes de los países nórdicos.

Las agencias de viajes destacan además un cambio en el comportamiento de los viajeros este verano. La contratación de vacaciones se está retrasando y aumentan las reservas de última hora, una tendencia que atribuyen a la incertidumbre internacional y que, al mismo tiempo, beneficia a Catalunya al consolidarse como una alternativa cercana y segura frente a otros destinos.

En Barcelona, el Gremio de Hoteles prevé una ocupación del 86,5% en julio y del 86% en agosto. Pese a la ligera contención registrada durante el primer semestre, el sector afronta los meses de verano con una "estabilidad muy fuerte".

La Costa Daurada y las Terres de l'Ebre esperan una ocupación media cercana al 80% en julio y prevén alcanzar el lleno en los principales municipios turísticos durante el puente del 15 de agosto, según la Agencia Catalana de Turismo.

En la Costa Brava y las comarcas de Girona, la ocupación media rondará el 85% en agosto, mientras que los campings podrían alcanzar prácticamente el 100% de su capacidad durante la semana central del mes, con una elevada presencia de turistas franceses y de proximidad.



Barcelona también espera reforzar su atractivo este verano gracias al crecimiento del turismo estadounidense y al efecto promocional de la reciente visita del papa a la Sagrada Familia. El Observatorio de Turismo de Barcelona ha detectado un aumento de las reservas hoteleras para los próximos tres meses respecto al mismo periodo del año anterior, con Estados Unidos como principal mercado emisor, al representar el 28,2% del total de las reservas.

Además, la Sagrada Familia lidera las búsquedas en internet relacionadas con Barcelona en los principales mercados internacionales, mientras que el paso del Tour de Francia este fin de semana suma un nuevo foco de atracción para la ciudad.

El Pirineo de Lleida también consolida su crecimiento. El Patronato de Turismo prevé superar los 580.000 visitantes durante el verano y acercarse de nuevo a cifras récord de ocupación, después de que el año pasado registrara el mayor número de pernoctaciones de su historia, con 1,57 millones de noches de alojamiento. El entorno del Montsec vuelve a destacar como uno de los grandes reclamos gracias al auge del astroturismo.

Este verano será también el primero con las nuevas tasas turísticas plenamente en vigor tras su entrada en funcionamiento en abril. El impuesto puede alcanzar los 12 euros por persona y noche en Barcelona y supone una subida del 50% en el conjunto de Catalunya, que en la capital catalana llega a duplicarse en algunos casos y se aplicará de forma progresiva hasta 2027.

La Mesa de Turismo de España ha advertido de que este incremento puede restar competitividad a Barcelona y tener un impacto negativo sobre la actividad económica, el empleo y la inversión vinculados al sector. Sin embargo, por ahora la demanda sigue mostrando fortaleza.

Los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) apuntan precisamente en esa dirección. En mayo, los hoteles catalanes alojaron a 2,3 millones de viajeros, un 4,4% más que un año antes, mientras que las pernoctaciones aumentaron un 2,8%, hasta alcanzar los 6,17 millones de noches.



Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico, con más reservas de última hora



Solamente en la capital catalana se espera una ocupación hotelera del 86 %, más reservas de última hora Cataluña afronta la temporada alta de verano con previsiones de volver a rozar el lleno, con una ocupación hotelera prevista cercana al 86 % en Barcelona, más reservas de última hora por el contexto geopolítico y con las nuevas tasas turísticas ya en vigor. La costa catalana volverá a recibir el grueso del turismo extranjero, que ha hecho de esta parte del Mediterráneo uno de sus destinos favoritos, según las previsiones de la Asociación Corporativa de [Agencias de Viajes Especializados \(Acave\)](#).

La organización subraya que la demanda internacional mantiene un fuerte interés por la costa y por Barcelona, sobre todo por parte de ingleses y franceses, que son los que más viajan a España, seguidos de los procedentes de Estados Unidos -con especial impacto en la capital catalana-, Canadá y países nórdicos, de acuerdo a los datos de la patronal.

Este año, la contratación se está haciendo más tarde, en un contexto geopolítico convulso que ha hecho a Cataluña especialmente apetecible como destino seguro frente a otras opciones más lejanas, añaden desde las agencias turísticas.

El Gremio de Hoteles de Barcelona apunta que, a pesar de la ligera contención del primer semestre del año, el sector afronta el verano con una "estabilidad muy fuerte". En julio se anticipa una ocupación en la capital catalana del 86,5 % y en agosto del 86 %.

Pese a ese escenario, en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre se anticipa una ocupación media cercana al 80 % en julio y se prevé alcanzar un pico del 100 % en los principales municipios turísticos durante el puente del 15 de agosto, según datos recogidos por la Agencia Catalana de Turismo.

En la Costa Brava y las comarcas de Girona se espera una media del 85 % en agosto, con los cámpines rozando también el 100 % de su capacidad en la semana central del mes, con especial



concentración de turistas franceses y de proximidad. Además de la costa catalana, Barcelona espera atraer un gran volumen de turistas, con especial crecimiento de visitantes estadounidenses y con la Sagrada Familia como especial atractivo turístico tras la visita del papa hace unas semanas, que hizo de gran escaparate publicitario para la basílica. En este sentido, el Observatorio de Turismo de Barcelona ha constatado un aumento en el número de reservas hoteleras para los próximos tres meses con respecto al mismo periodo del año pasado, con Estados Unidos siendo el mercado que representa el mayor volumen de estas reservas (28,2 % de la cuota total).

La Sagrada Familia encabeza la lista de los conceptos de búsqueda en línea más frecuentes relacionados con la ciudad de Barcelona desde los principales mercados emisores, según el observatorio, que subraya también el paso del Tour de Francia este fin de semana como atractivo turístico.

Por otra parte, el Pirineo catalán en Lleida prevé volver a rozar el récord de ocupación y superar los 580.00 turistas durante los meses de verano. El patronato de Turismo de Lleida espera consolidar el crecimiento que ha registrado en los últimos dos años y que hizo que el verano pasado el territorio cerrase con la cifra más alta de pernoctaciones registrada hasta la fecha, con 1,57 millones de noches de alojamiento. Así, ha registrado buenas cifras de reservas para esta temporada, con especial atención para el entorno del Montsec, que mantiene al astroturismo como principal destino de interés.

El lleno turístico va a convivir este verano con la entrada en vigor, el pasado abril, de las nuevas tasas de establecimientos turísticos, que puede llegar a los 12 euros por persona y noche en el caso de Barcelona.

Las nuevas tarifas contemplan una subida del 50 % en toda Cataluña, y el doble en Barcelona, aunque el precio cambia según el tipo de establecimiento y, en algunos casos, se aplicará progresivamente hasta 2027.

La Mesa de Turismo de España advirtió la semana pasada de una pérdida de competitividad para Barcelona por estos incrementos con un "claro impacto negativo sobre la actividad económica, el empleo y la inversión vinculados al sector".

Por ahora, los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) muestran un crecimiento continuado en los últimos ocho meses en cuanto a pernoctaciones de visitantes en Cataluña.

Así, los últimos datos de mayo muestran que los hoteles alojaron ese mes un 4,41 % más de turistas que un año antes, hasta los 2,3 millones de personas, que pasaron en Cataluña 6,17 millones de noches, un 2,8 % más que en mayo de 2025.



Cataluña anticipa otro verano de lleno turístico, con más reservas de última hora



Barcelona (EFE).- Cataluña afronta la temporada alta de verano con previsiones de volver a rozar el lleno, con una ocupación hotelera prevista cercana al 86 % en Barcelona, más reservas de última hora por el contexto geopolítico y con las nuevas tasas turísticas ya en vigor.

La costa catalana volverá a recibir el grueso del turismo extranjero, que ha hecho de esta parte del Mediterráneo uno de sus destinos favoritos, según las previsiones de la Asociación Corporativa de [Agencias de Viajes Especializados \(Acave\)](#).

La organización subraya que la demanda internacional mantiene un fuerte interés por la costa y por Barcelona, sobre todo por parte de ingleses y franceses, que son los que más viajan a España, seguidos de los procedentes de Estados Unidos -con especial impacto en la capital catalana-, Canadá y países nórdicos, de acuerdo a los datos de la patronal.

Este año, la contratación se está haciendo más tarde, en un contexto geopolítico convulso que ha hecho a Cataluña especialmente apetecible como destino seguro frente a otras opciones más lejanas, añaden desde las agencias turísticas.

Un verano con demanda estable

El Gremio de Hoteles de Barcelona apunta que, a pesar de la ligera contención del primer semestre del año, el sector afronta el verano con una «estabilidad muy fuerte».

En julio se anticipa una ocupación en la capital catalana del 86,5 % y en agosto del 86 %.

Pese a ese escenario, en la Costa Daurada y Terres de l'Ebre se anticipa una ocupación media cercana al 80 % en julio y se prevé alcanzar un pico del 100 % en los principales municipios



turísticos durante el puente del 15 de agosto, según datos recogidos por la Agencia Catalana de Turismo.

En la Costa Brava y las comarcas de Girona se espera una media del 85 % en agosto, con los cámpines rozando también el 100 % de su capacidad en la semana central del mes, con especial concentración de turistas franceses y de proximidad.

Barcelona, revalorizada tras la visita del papa

Además de la costa catalana, Barcelona espera atraer un gran volumen de turistas, con especial crecimiento de visitantes estadounidenses y con la Sagrada Familia como especial atractivo turístico tras la visita del papa hace unas semanas, que hizo de gran escaparate publicitario para la basílica.

En este sentido, el Observatorio de Turismo de Barcelona ha constatado un aumento en el número de reservas hoteleras para los próximos tres meses con respecto al mismo periodo del año pasado, con Estados Unidos siendo el mercado que representa el mayor volumen de estas reservas (28,2 % de la cuota total).

La Sagrada Familia encabeza la lista de los conceptos de búsqueda en línea más frecuentes relacionados con la ciudad de Barcelona desde los principales mercados emisores, según el observatorio, que subraya también el paso del Tour de Francia este fin de semana como atractivo turístico.

El pirineo catalán consolida su crecimiento

Por otra parte, el Pirineo catalán en Lleida prevé volver a rozar el récord de ocupación y superar los 580.00 turistas durante los meses de verano.

El patronato de Turismo de Lleida espera consolidar el crecimiento que ha registrado en los últimos dos años y que hizo que el verano pasado el territorio cerrase con la cifra más alta de pernoctaciones registrada hasta la fecha, con 1,57 millones de noches de alojamiento.

Así, ha registrado buenas cifras de reservas para esta temporada, con especial atención para el entorno del Montsec, que mantiene al astroturismo como principal destino de interés.

La entrada en vigor de las nuevas tasas

El lleno turístico va a convivir este verano con la entrada en vigor, el pasado abril, de las nuevas tasas de establecimientos turísticos, que puede llegar a los 12 euros por persona y noche en el caso de Barcelona.

Las nuevas tarifas contemplan una subida del 50 % en toda Cataluña, y el doble en Barcelona, aunque el precio cambia según el tipo de establecimiento y, en algunos casos, se aplicará progresivamente hasta 2027.

La Mesa de Turismo de España advirtió la semana pasada de una pérdida de competitividad para Barcelona por estos incrementos con un «claro impacto negativo sobre la actividad económica, el empleo y la inversión vinculados al sector».



Por ahora, los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) muestran un crecimiento continuado en los últimos ocho meses en cuanto a pernoctaciones de visitantes en Cataluña.

Así, los últimos datos de mayo muestran que los hoteles alojaron ese mes un 4,41 % más de turistas que un año antes, hasta los 2,3 millones de personas, que pasaron en Cataluña 6,17 millones de noches, un 2,8 % más que en mayo de 2025.

Primera Operación Salida de un verano de récord en turismo y más de 104 millones de desplazamientos hasta septiembre



La DGT prevé 4,8 millones de desplazamientos en coche este fin de semana

Despliegue masivo de plazas en aerolíneas, autobuses, trenes y barcos

La Operación Salida de julio ya está en marcha. Se esperan más de 104 millones de viajes por carretera, un 3,7 % más que el pasado año, hasta el 31 de agosto. Sólo este fin de semana - del viernes al domingo - la Dirección General de Tráfico (DGT) prevé 4,8 millones de desplazamientos.

Además de la de que arranca este viernes, hay otras tres grandes operaciones especiales: la del 1 de agosto (del 31 de julio al 2 de agosto), la del 15 de agosto (del 14 al 16 de agosto) y la de retorno (del 28 al 31 de agosto).

El sector del transporte han realizado como cada año un despliegue masivo de plazas. Aerolíneas, operadores ferroviarios, empresas de autobuses y compañías marítimas han incrementado notablemente su oferta. Reaccionan a la previsión del sector turístico de un aumento de turistas. Según la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), los viajeros han decantado sus vacaciones de verano hacia destinos más cercanos, bien conectados, con una operativa más previsible y una buena relación calidad-precio debido a la incertidumbre geopolítica.

Seguridad y vigilancia especial en las carreteras

Durante el verano la DGT desarrollará campañas específicas de vigilancia de motocicletas en fines de semana, y de control de velocidad y consumo de alcohol y drogas, con el objetivo de reducir la siniestralidad en los desplazamientos estivales.

Este es el primer verano en el que es obligatorio llevar la baliza V-16 para preseñalar incidencias en carretera y otras novedades son el teléfono de atención a las víctimas de tráfico 018 y medidas especiales de regulación con motivo del eclipse de sol.

Para todos los que vayan a salir a la carretera Tráfico recomienda planificar el viaje por la ruta más segura para evitar imprevistos e informarse del estado de las carreteras, de la situación del tráfico en tiempo real y de las incidencias que puedan existir a través de las redes sociales, los boletines informativos en radio y televisión y el teléfono 011

Tres de cada 10 viajeros se desplazará en autobús

El 29 % de los viajeros que se desplacen por carretera este verano lo hará en autobús. Los ciudadanos y residentes optan de forma creciente por este medio de transporte en sus trayectos de largo recorrido. Se espera que casi 15 millones de personas utilicen el autobús durante el mes de julio

Las empresas prevén incrementar sus servicios un 47 %, ante el aumento de la demanda turística y juvenil, impulsadas por la operación salida, el buen comportamiento esperado del turismo y las bonificaciones al transporte público, a las que ahora se suma el Verano Joven, explica CONFEBUS en un comunicado. La patronal del sector destaca que "en una época del año en la que los pueblos de España aumentan su población por unos meses, el autobús conecta grandes ciudades con municipios medianos y pequeños , garantizando la movilidad allí donde otros modos no están presentes".

Operación Salida por estaciones de tren

Unos 3.125 trenes de alta velocidad, larga y media distancia, de las tres empresas ferroviarias que operan en el país, circularán por toda la red durante este fin de semana de primera Operación Salida del verano, desde este viernes, 3 de julio, y hasta el domingo día 5, según datos de Adif. El viernes es el día con más circulaciones de todo el fin de semana, con 1.217 trayectos programados.

Sólo de las dos estaciones de Madrid saldrán o llegarán un total de 1.125 trenes durante este fin de semana, uno de los de mayor movilidad de viajeros del año.

En concreto, Madrid Puerta de Atocha-Almudena Grandes registrará la salida y llegada de 678 trenes en estos tres días. Sólo el viernes, 260 con origen y destino del corredor de alta velocidad este (que une la capital con ciudades como Zaragoza, Tarragona o Barcelona) y del corredor sur (que enlaza con Ciudad Real, Sevilla y otras capitales andaluzas).

Se suman a los 448 trenes programados en Chamartín-Clara Campoamor, de los que 178 están asignados al viernes con origen y destino de los corredores de alta velocidad que unen Madrid con Levante, y el norte y el noroeste del país.

En cuanto a otras de las grandes estaciones de la red, entre el viernes y el domingo Barcelona Sants registrará la llegada y salida de 375 trenes (143 el viernes), Sevilla Santa Justa de un total de 237 trenes (87 viernes), Valladolid Campo Grande de 168 trenes (73 el viernes) y València Joaquín Sorolla , de 155 trenes (56 el primer día).

A Alacant-Terminal llegarán o partirán 173 trenes durante este fin de semana de primera Operación Salida del verano, a Zaragoza Delicias 192 y a Málaga María Zambrano , 166 trenes.

En la estación de Toledo están programados 70 trenes, en la de Ourense 60 trenes, en Santiago de Compostela-Daniel Castela 45, en la de León otros 45 y en la de Oviedo , 25 trenes.

Aumentan los vuelos programados

Los aeropuertos de la red de Aena en España prevén un total de 22.290 vuelos durante el primer fin de semana de julio. El domingo será el día con más operaciones, con un total de 7.474, seguido de este sábado (7.448) y el viernes (7.368).

Adolfo Suárez Madrid-Barajas continúa siendo el que acumula mayor número, con 3.726, con el pico de este viernes en 1.260 operaciones programadas. En la jornada del domingo, 1.257, en tanto que el sábado, 1.209.

Le siguen el aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat, con 3.355 operaciones programadas el fin de semana y un máximo de 1.161 el viernes; y el de Palma de Mallorca , con 3.070 vuelos, de los que 1.071 serán el sábado.

Málaga-Costa del Sol y Alicante operarán 1.854 y 1.365 vuelos en la primera operación salida del verano, respectivamente.

Trasporte marítimo con Canarias y el norte de África

Cifras récord también en el transporte marítimo hacia las islas y el paso del Estrecho de Gibraltar. La naviera Baleària ha programado su "mayor oferta comercial" para la Operación Paso del Estrecho con 37 servicios diarios entre España y el norte de África entre el 15 de junio y el 15 de septiembre. También, ha incrementado las conexiones interinsulares en las islas Canarias con la incorporación de cuatro nuevas embarcaciones.



ACAVE prevé un verano activo, más reservas de última hora y mayor diversificación de destinos



Los resultados de la encuesta apuntan a un cambio de tendencia en la planificación de los viajes: en un año con cierta incertidumbre geopolítica y el encarecimiento del transporte aéreo, los viajeros han decantado sus vacaciones hacia destinos más cercanos, bien conectados, con una operativa más previsible y una buena relación calidad-precio.

Las agencias que han participado en la encuesta se muestran seguras de que la contratación de viajes se mantendrá en buenos niveles -repitiendo los resultados del mismo periodo del verano del pasado año- pero con un mapa de elección de destinos diferente.

Rafa Serra, presidente de **ACAVE**, apunta que 'estamos notando que las reservas entran más tarde que el pasado año pero que se mantienen. Tenemos mayor contratación de última hora en prácticamente todos los segmentos. El cliente decide más tarde, compara más opciones y exige mayor flexibilidad, pero mantiene intactas las ganas de viajar. Este comportamiento está redistribuyendo las reservas hacia nuevos destinos y refuerza el valor del asesoramiento profesional de las agencias'.

Por otra parte, con los períodos cada vez más frecuentes de altas temperaturas, no sólo detectamos una cierta tendencia hacia destinos de interior, montaña o con climas más templados, sino que también está cambiando la forma de organizar el viaje dentro del mismo destino: más visitas exteriores a primera hora o a finales de la tarde, y más museos, espacios interiores, gas.

En circuitos, naturaleza o safaris se tiende también a avanzar actividades o concentrarlas en las franjas de temperatura más moderada.

Sector emisor: los viajes de los españoles en verano

Los destinos nacionales preferidos por los españoles que contraten sus viajes a través de agencias serán en primer lugar la costa mediterránea, seguida de la costa atlántica, Baleares y las islas Canarias.



La playa sigue triunfando en aquellos viajeros que prefieren permanecer en España, pero también se registra un incremento de la demanda de destinos de interior en zonas menos afectadas por el calor.

En cuanto a destinos internacionales, las capitales europeas y Sudamérica despuntan por encima del resto, aunque se mantienen los safaris, las islas del Mediterráneo y grandes destinos orientales, como China, se ven condicionados por el alza de los precios.

Se confirma que Estados Unidos pierde peso entre los destinos más populares y que el conflicto en Oriente Medio ha hecho reducir la demanda: los viajeros prefieren no arriesgarse a que les cancelen el vuelo o les cambien la ruta. Pero si algunos destinos bajan, otros suben y, en este caso, Europa del Este comienza a destacar debido a los precios más económicos. Albania, Bulgaria, Polonia y Georgia son ya países que el público tiene en su radar, junto con Alemania o Austria.

Para quienes no quieren renunciar al gran viaje, Perú, Sri Lanka, Centroamérica son los destinos preferidos. Sector receptivo: la llegada de visitantes a destinos de nuestro país En cuanto a los turistas extranjeros, ingleses y franceses serán quienes más viajarán a nuestro país, seguidos de los viajeros venidos de Estados Unidos y Canadá y países nórdicos. Y todos ellos lo harán buscando preferentemente sol y playa: las costas de Cataluña serán el destino preferido.

Según apunta una de las agencias encuestadas, la demanda internacional mantiene un fuerte interés por la costa y por Barcelona, pero crecen las experiencias vinculadas a la gastronomía, la cultura y la naturaleza. Se buscan destinos consolidados combinados con experiencias auténticas. Uno de los factores diferenciales de esta temporada en el receptivo es el eclipse solar del 12 de agosto.

Este evento ha sido primordial para destinos de interior que habitualmente no son objeto de demanda por parte del turismo internacional.

Este fenómeno ha agotado las reservas de alojamiento principalmente en la provincia de Tarragona, Castellón, buena parte de Aragón (Teruel y Zaragoza), de Castilla la Mancha (Cuenca y Guadalajara), La Rioja, País Vasco (Bilbao y Vitoria), Asturias, Cantabria, Castilla y León (León, Burgos, Palencia, Palencia) y La Coruña.

Las agencias afirman que la demanda ha sido muy significativa y diversificada por parte de viajeros de todo el mundo.

Los clientes buscan la experiencia de las agencias en tiempos de incertidumbre

Lo que sí apuntan todas las agencias es que los viajeros que contratan a una agencia buscan cada vez más un valor añadido en el servicio: más flexibilidad y más acompañamiento profesional a la hora de elegir las vacaciones.

Esto les garantiza también más seguridad ante posibles problemas (encarecimiento del combustible, sobre costes no anunciados, cambios en rutas aéreas...), y mayor profesionalidad a la hora de recibir recomendaciones.

Expreso. Redacción. A.F

PUBLICACIÓN: expreso.info

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €54.00

AUDIENCIA:

AUTOR:

URL: www.expreso.info



> 1 de julio de 2026 a las 8:00

> [Versión en línea](#)

Comentarios

La operación 'salida' dispara las plazas en aviones, trenes y buses y da el arranque al verano

Agencia EFE

Madrid, 30 jun (EFE).- Aerolíneas, empresas de autobuses, además de operadores ferroviarios y marítimos han incrementado las ofertas de plazas de cara a la operación 'salida' de este julio, que da el arranque formal a un verano que aspira a repetir la cifra de cien millones de desplazamientos por carretera. Los aeropuertos españoles están operando un total 73.229 vuelos entre el pasado viernes 26 de junio y este domingo 5 de julio, un 1,21 % más que un año antes, en parte por el aumento de plazas de Iberia, Air Europa o Wizz Air, lo que ayudará a suplir el recorte de 1,2 millones de asientos de Ryanair durante todo el verano en aeropuertos regionales. Por su parte, las empresas de transporte en autobús tienen previsto incrementar sus servicios en un 47 % para atender el aumento de la demanda asociado a la operación salida, al turismo nacional e internacional y a las medidas de incentivo al transporte público, ha explicado a EFE la patronal, Confibus. De hecho, prevén que el 29 % de los viajeros por carretera se desplace en autobús a lo largo de este verano, mientras que operadoras marítimas como Baleària también incrementarán su oferta de cara a las islas o el paso del estrecho de Gibraltar. Todo ello en un verano en el que, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), los viajeros han decantado sus vacaciones de verano hacia destinos más cercanos, bien conectados, con una operativa más previsible y una buena relación calidad-precio debido a la incertidumbre geopolítica. Iberia y Air Europa lideran los incrementos de plazas. No obstante, Iberia anunció este lunes que, para este julio, ofrecerá 3.021.958 asientos, un 5 % más que en 2025. En el total de la temporada estival -que comprende de finales de marzo a finales de octubre- pondrá a la venta 21,42 millones de plazas. Por su parte, Air Europa ofrece 9,3 millones de asientos entre junio y septiembre, un 5,9 % más de asientos que un año antes, en parte por sus siete nuevas rutas, al estrenar conexiones desde Madrid con Oviedo, Sevilla, Ginebra, Johannesburgo, Tánger, Bolonia o Alguer. Este incremento de plazas ayudará a sortear la supresión de 1,2 millones de plazas en aeropuertos regionales de Ryanair, que, no obstante, seguirá creciendo en los principales aeropuertos, por lo que su capacidad total en el país se mantendrá plana. En los días exclusivamente de la operación salida, entre el viernes 26 de junio y el domingo 5, los aeropuertos españoles gestionados por Aena están operando en España un total de 73.229 vuelos, un 1,21 % más que un año antes, según los datos proporcionados a EFE por el gestor aeroportuario. El aeropuerto de Madrid-Barajas gestionará 12.416 vuelos, un 5,86 %, mientras que El Prat operará 11.101, un aumento del 3,96 %, mientras Palma de Mallorca operará 10.000 exactos, Málaga, 6.140, y el aeropuerto de Alicante-Elche gestionará 4.475, con un incremento del 10,6 %. Renfe ofrece 21,6 millones de plazas y Baleària desembarca en Canarias. Por su parte, Renfe ofrecerá este verano más de 21,6 millones de plazas para viajar en todos sus trenes, de los que 8,9 millones serán trenes de alta velocidad y larga distancia, con 100.000 asientos adicionales a los ofertados en 2025. Las líneas de alta velocidad con mayor demanda este verano son las que unen Madrid con la Comunitat Valenciana, el norte peninsular, Andalucía y Cataluña, aunque el Sindicato Ferroviario mantiene una huelga para el 15 de julio, tras la realizada este lunes 29 de junio. Asimismo, Iryo asegura que ofrecerá sus servicios habituales en todas sus rutas con el "compromiso de garantizar la movilidad de los usuarios en estas fechas". En el transporte marítimo, Baleària ha programado su "mayor oferta comercial", con



PUBLICACIÓN: Msn (Spain)

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €28996.49

AUDIENCIA: 3581747

AMD: 536972.00

TMU: 1.12 min

AUTOR:

URL: www.msn.com



[> Versión en línea](#)

> 30 de junio de 2026 a las 0:00

hasta 37 servicios diarios entre España y el norte de África del 15 de junio al 15 de septiembre para la operación Paso del Estrecho, mientras incrementará también las conexiones interinsulares en las islas Canarias, con cuatro nuevas embarcaciones. EFE crn/grc (foto) (c) Agencia EFE



EFE
Madrid

Aerolíneas, empresas de autobuses, además de operadores ferroviarios y marítimos han incrementado las ofertas de plazas de cara a la operación salida de este julio, que da el arranque formal a un verano que aspira a repetir la cifra de cien millones de desplazamientos por carretera.

Los aeropuertos españoles están operando un total 73.229 vuelos entre el pasado viernes 26 de junio y este domingo 5 de julio, un 1,21 % más que un año antes, en parte por el aumento de plazas de Iberia, Air Europa o Wizz Air, lo que ayudará a suplir el recorte de 1,2 millones de asientos de Ryanair durante todo el verano en aeropuertos regionales.

Por su parte, las empresas de transporte en autobús tienen previsto incrementar sus servicios en un 47 % para atender el aumento de la demanda asociado a la operación salida, al turismo nacional e internacional y a las medidas de incentivo al transporte público, explicó la patronal, Confébus.

La operación salida dispara las plazas en aviones, trenes y buses y da el arranque al verano

Los viajeros se decantan por destinos más cercanos

De hecho, prevén que el 29 % de los viajeros por carretera se desplace en autobús a lo largo de este verano, mientras que operadoras marítimas como Baleària también incrementarán su oferta de cara a las islas o el paso del estrecho de Gibraltar.

Todo ello en un verano en el que, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), los viajeros han decantado sus vacaciones de verano hacia destinos más cercanos, bien conectados, con una operativa más previsible y una buena relación calidad-precio debido a la incertidumbre geopolítica.

No obstante, Iberia anunció este lunes que, para este julio,

ofrecerá 3.021.958 asientos, un 5 % más que en 2025. En el total de la temporada estival -que comprende de finales de marzo a finales de octubre- pondrá a la venta 21,42 millones de plazas.

Por su parte, Air Europa ofrece 9,3 millones de asientos entre junio y septiembre, un 5,9 % más de asientos que un año antes, en parte por sus siete nuevas rutas, al estrenar conexiones desde Madrid con Oviedo, Sevilla, Ginebra, Johannesburgo, Tánger, Colonia o Alguer.

Este incremento de plazas ayudará a sortear la supresión de 1,2 millones de plazas en aeropuertos regionales de Ryanair, que, no obstante, seguirá creciendo en los principales aeropuertos,

por lo que su capacidad total en el país se mantendrá plana.

En los días exclusivamente de la operación salida, entre el viernes 26 de junio y el domingo 5, los aeropuertos españoles gestionados por Aena están operando en España un total de 73.229 vuelos, un 1,21 % más que un año antes, según los datos proporcionados por el gestor aeroportuario.

El aeropuerto de Madrid-Barajas gestionará 12.416 vuelos, un 5,86 %, mientras que El Prat operará 11.101, un aumento del 3,96 %, mientras Palma de Mallorca operará 10.000 exactos, Málaga, 6.140, y el aeropuerto de Alicante-Elche gestionará 4.475, con un incremento del 10,6 %.

Por su parte, Renfe ofrecerá este verano más de 21,6 millones de plazas para viajar en todos sus trenes, de los que 8,9 millones serán trenes de alta velocidad y larga distancia, con 100.000 asientos adicionales a los ofertados en 2025.

Las líneas de alta velocidad con mayor demanda este verano son las que unen Madrid con la Comunitat Valenciana, el norte peninsular, Andalucía y Cataluña, aunque el Sindicato Ferroviario mantiene una huelga para el 15 de julio, tras la realizada este lunes 29 de junio.

Asimismo, Iryo asegura que ofrecerá sus servicios habituales en todas sus rutas con el "compromiso de garantizar la movilidad de los usuarios en estas fechas".

En el transporte marítimo, Baleària ha programado su "mayor oferta comercial", con hasta 37 servicios diarios entre España y el norte de África del 15 de junio al 15 de septiembre para la operación Paso del Estrecho, mientras incrementará también las conexiones interinsulares en las islas Canarias, con cuatro nuevas embarcaciones.