



Sebastià Vidal Nicolau
Director de Turismo de CEI Europe

El turismo después de la pandemia

Ahora justo hace un año, con la pandemia caminando entre la primera y la segunda ola, parecía que el turismo iba a reactivarse. Una reactivación que según la opinión generalizada se iba a centrar en el llamado turismo de proximidad, no solo por las restricciones, sino porque, los turistas iban a ser mucho más conscientes del impacto medioambiental de sus viajes, y eso supondría una auténtica revolución no sólo del sector, sino mundial.

Parecía incluso, que el turismo de larga distancia sería cosa del pasado, e incluso el de proximidad iba a verse muy reducido. Todo ello con una corriente de opinión que auguraba también el fin de las grandes ciudades, que se verían despojladas de unos habitantes que buscarían entornos más rurales, menos masificados. Además, tampoco íbamos a volver a las oficinas. Es decir, íbamos camino de vivir en un mundo 100% *online*.

Afortunadamente, con las campañas de vacunación en marcha vamos recuperando el ritmo vital anterior a la pandemia y las actividades presenciales, y el turismo es una de ellas. Después de más de 15 meses con fuertes restricciones los viajes están volviendo. En un principio a destinos próximos, pero no ya sólo restringidos al mismo país, sino, en el caso de Europa, dentro del mismo continente.

Estamos pues recuperando el turismo, que es la principal actividad económica de nuestro país y de nuestra comunidad autónoma. Estamos ante un verano de 2021 en el que se van a repetir algunos de los patrones del año pasado. Así lo apunta la Confederación Empresarial de Hostelería y Restauración de Catalunya (CONFECAT) en un reciente estudio señala que el turismo de sol y playa y el rural volverán a ganar la partida al urbano. Es decir, otro año duro para el turismo de ciudad, pero una clara recuperación para los destinos turísticos de montaña y de costa. Un salvavidas para una actividad turística local que, según datos de la misma entidad, ha tenido a más del 65% de sus profesionales en ERTE y calcula pérdidas de 2.100 millones de euros desde marzo de 2020.

Pero ¿qué nuevo modelo de turismo esperamos? La concienciación por el impacto ambiental del turismo va a ser cada vez más creciente. Por un lado, con



iniciativas surgidas desde el interior del sector, por ejemplo, la reducción de plásticos de un solo uso en los hoteles, y por otro, pronto veremos nuevas regulaciones sobre todo en el sector aéreo para conseguir reducir el impacto ambiental de los vuelos comerciales.

Adicionalmente otra tendencia que al igual que el resto de los sectores también está afectando al turismo es la digitalización. La situación de confinamiento como medida de contención de la propagación del virus ha supuesto una aceleración por la digitalización de todas las actividades. Tal como hemos podido escuchar y leer, las restricciones impuestas para contener el virus han hecho en 12 meses, lo que las empresas tenían previsto realizar entre 3 y 5 años.

Paralelamente, el turismo ocupa el octavo lugar entre las 20 principales inversiones que se van a llevar a cabo en la primera fase del "Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia", financiado por los fondos europeos Next Generation UE. Nuestro sector, a propuesta del Gobierno, recibirá inversiones por un importe de 3.400 millones de euros durante el periodo 2021-2023. En este apartado la digitalización y también la sostenibilidad ocuparán un lugar fundamental y podemos llegar a esta desde un doble punto de vista, tanto macro como micro.



■

El turista antepondrá a partir de ahora el concepto de seguridad e higiene a otros que antes eran prioritarios

■

En el enfoque macro, encontramos iniciativas como los Destinos Turísticos Inteligentes, entendidos, según definición de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), como un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y, que por último, mejora la calidad de vida del residente.

En el enfoque micro, nos centramos en la gestión de las diferentes empresas y aquí señalar que digitalización se beneficiará de otra tendencia que es la concentración de las empresas. La aplicación de las TIC más novedosas aplicadas al sector turístico, facilitará mejoras en su gestión, y con empresas de mayor volumen y su consecuente economía de escala, será más fácil mantener la inversión tecnológica continua. El resultado final será un mejor servicio a los millones de turistas que nos visitan cada año. Además, si España ya era uno de los países con uno de los porcentajes más elevados en Europa, la situación post pandemia supondrá una aceleración y que ese porcentaje se acerque a los existentes en países como Estados Unidos.

En este nuevo escenario de grandes empresas con miles de clientes, es donde las soluciones de gestión van a jugar un papel fundamental, y deberán ser soluciones de gestión integradas, es decir, que permitan la gestión del mayor número de áreas o departamentos, e integrables, que se puedan integrar con otras soluciones en áreas que se requiera esa puesta en común de información. La integración con soluciones externas es uno de los retos del sector, ya que apenas existen estándares en el mercado y las integraciones con soluciones externas, no creadas para el negocio hotelero específicamente, comportan proyectos, largos, costosos y que no siempre cubren las necesidades concretas planteadas inicialmente.

La gestión del turismo en un mundo post-Covid19 va a requerir por parte de las empresas de una interpretación diferente de lo que busca el cliente que será cambiante en sus necesidades y antepondrá concepto como la seguridad o la higiene a otros. Para conseguirlo, será necesario el soporte de soluciones tecnológicas que aseguren dicha evolución en la respuesta y que cubran el máximo de áreas de la gestión interna de los negocios turísticos y hoteleros.