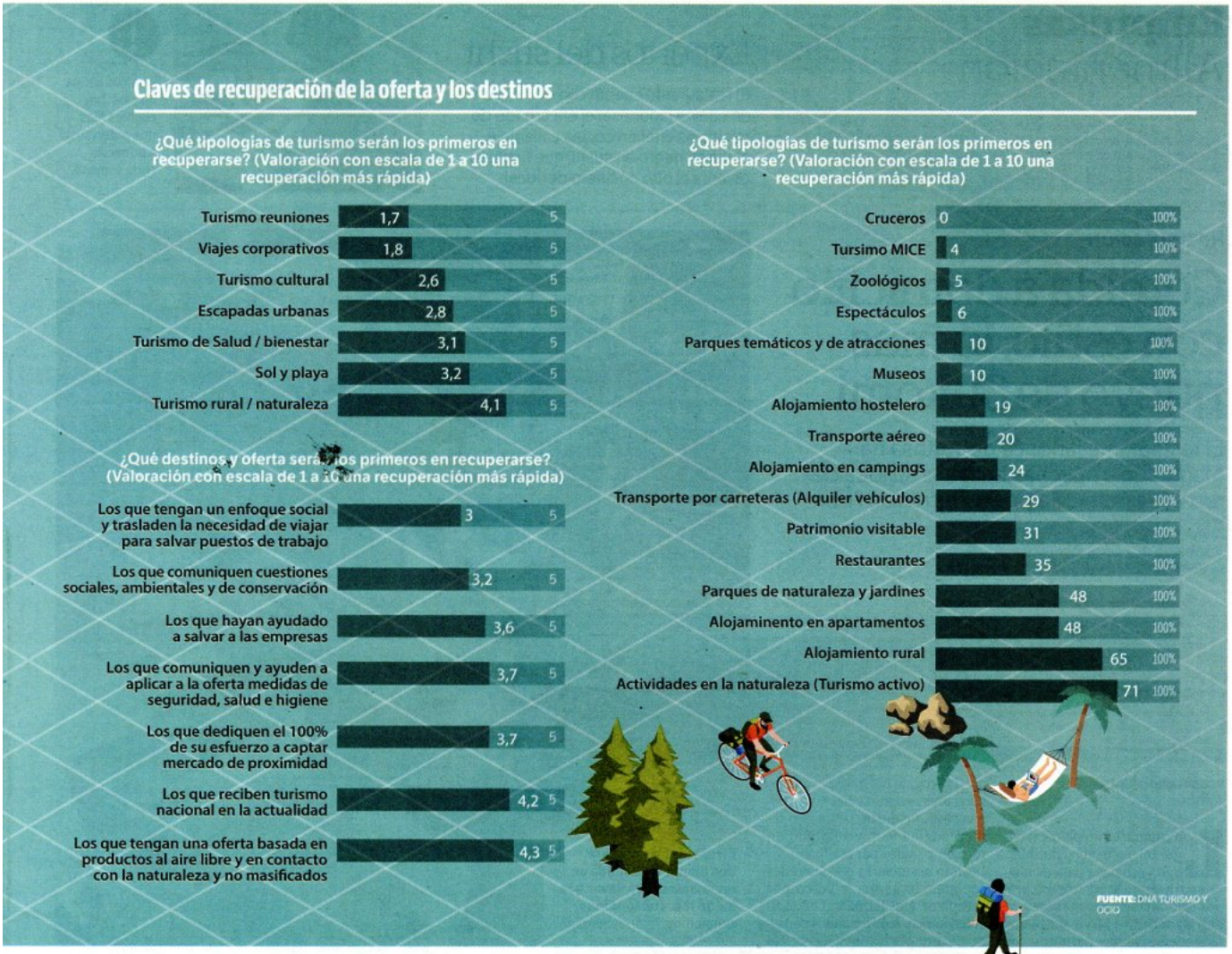

taremos destinaciones que nos den más confianza: será un turismo de proximidad, muy local, regional».

«Habrá una recontextualización del producto turístico -pronostica-, donde en el turismo de masa ahora se pondrá mucha atención en dónde va y cuándo va, apoyándonos mucho en la tecnología, con mapas de calor para ver dónde hay más concentraciones de personas, dónde puede haber gente contagiada... Vamos a ver muchos controles, hasta el punto de certificar que en los últimos dos días hemos sido testeados. Eso es algo muy difícil de controlar, y levantará muchas ampollas».

Sobre la recontextualización de los productos turísticos, Ignacio de las Cuevas explica que «las empresas que quieran atraer o fidelizar clientes tendrán que pensar en qué producto lo basan, y eso pasará por volver a la esencia. Gana peso el turismo familiar, porque viajaremos más con la familia y menos con los amigos. También el turismo rural, el *slow tourism* y el turismo de desconexión».

«Quizás en dos o tres meses -explica Ignacio de las Cuevas, de Eurecat- tendremos la necesidad de ir a sitios con menos conexión a Internet, para reconectar con la naturaleza, y se hará más intenso el transporte más lento, como el tren, para llegar a lugares donde los aviones no pueden llegar».

«Por último -añade De las Cuevas- tenemos el turismo del bienestar, con gente que se cuidará mucho, que cuidará su salud. eso incluye el turismo gastronómico y las pequeñas instalaciones, muy *boutiques*, con un nivel de higiene y calidad más alto. Viajaremos por un motivo y evaluaremos mucho dónde vamos, consultando foros, herramientas tecnológicas...».

Futuro

¿Qué quedará de todo esto cuando todo entre en la nueva normalidad post Covid-19? ¿Vamos a ver un turismo distinto? «Hay dos visiones», explica Joan Miquel Gomis, de la UOC. Hay una primera visión que dice que a la que se encuentre la vacuna, la gente volverá a lo mismo. Hay otros, en cambio, que dicen que dicen que supondrá un cambio en la escala de valores de la gente. Yo pienso que dependerá de la duración».

El profesional

«Todo lo que es turismo personalizado no masivo tiene ahora una oportunidad»

Klaus Ehrlich
EuroGites

«Si esto dura un año o más -reflexiona Gomis-, yo estaría entre los que piensan que afectará a esa escala de valores, y personalmente a mí me gustaría que se produjese ese cambio y que se valorasen otras cosas. Me gustaría que esta situación acelerase los procesos en cuestiones de sostenibilidad. Ya había un debate sobre ello a raíz de la masificación turística, y puede ser que ahora nos abramos a un cambio de mentalidad».

«Si hay turismo -reflexiona Oscar Perelli, de Exceltur- es por las ganas por conocer que tienen las personas, y eso se va a conservar e incluso a multiplicar. Cuando la deseada vacuna sea una realidad, vamos a volver a la situación previa en cuanto al disfrute de la experiencia turística, pero deberíamos ser capaces de aprovechar ese tiempo de cierre para llevar a cabo formación y capacitación de los trabajadores que necesariamente van a tener que estar en casa, y por regenerar destinos de los años 60 y 70 que necesitan inversiones públicas para ello, empezando por esta temporada en la que todo va a estar parado».

«Muy probablemente -resume Ignacio de las Cuevas, de Eurecat- nada será como hasta ahora. Estamos cerrando la página de un capítulo, y creo que habrá una fuerte apuesta, apoyándonos en la automatización de procesos y en un uso intensivo del Big Data y la Inteligencia Artificial, para que todo lo que se haga garantice un mínimo de riesgo, con niveles de sostenibilidad, inclusividad e higiene que nunca habíamos tenido».

2022

Niveles precrisis

Randstad Research sitúa en el primer trimestre de 2022, en el mejor de los casos, la recuperación completa de algunos de los sectores de la cadena de valor de la industria turística.

Font: biblioteca.tortosa.cat