



Se permite el movimiento más allá de la comarca.

Desde hoy las personas de una misma burbuja de convivencia pueden traspasar el perímetro comarcal. Se podrán mover por todo el territorio si se viaja solo con los convivientes.



Comercios abiertos también en fin de semana.

Desde hoy se permite en Catalunya la reapertura en fin de semana de los comercios, incluso los no esenciales, de hasta 800 metros, con un límite de aforo del 30%.

Las frases

«Podemos ver a muchas empresas que han perdido capacidad productiva y tengan que hacer un ERE»

Joaquim Margalef
Catedrático de la URV

«Hemos aprendido que el cliente hace compras más directas y meditadas»

Miguel Á. González
Gerente de Parc Central

«No se ha tenido en cuenta el esfuerzo que ha hecho la restauración o el comercio»

Paco Lari
Tesorero de la Cambra de Comerç de Reus

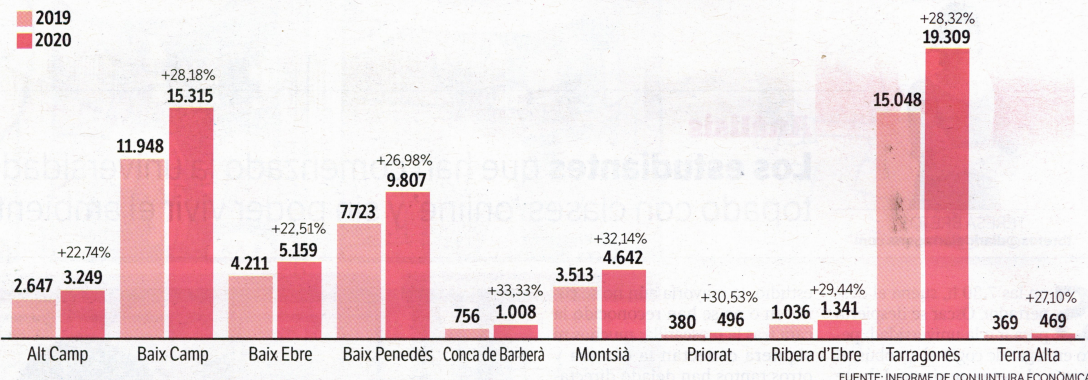
de, ni en 2008. Ahora las perspectivas no son tan pesimistas como en 2020, pero no lo son lo suficiente para llegar a los niveles precrisis», añade Joaquim Margalef. Tanto la propia URV como los agentes económicos coinciden en que, una vez controlada la pandemia, «el consumidor actuará de una forma diferente, ya que el demandante estará más acostumbrado a hacer pedidos 'on line', tendrá otras maneras de comprar, así que todo pasará por un proceso de informatización y digitalización», como indica Margalef.

Un futuro incierto

«La digitalización es clave. Hemos segmentado y atraído mercados concretos», explica Miguel Ángel González, gerente de Parc Central. Él apunta algunas de las tendencias que se deberán tener en cuenta en esa recuperación prevista. «El futuro es incierto todavía. No sabemos cómo se va a comportar el consumidor. Sabemos que le gusta el comercio 'on line', que demanda inmediatez en el servicio, que prefiere el precio más barato que la calidad y que ha reducido sus expectativas».

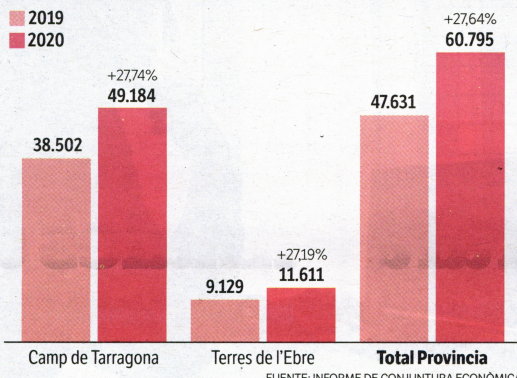
El impacto en el comercio ha sido alto, pero el sector tira de optimismo para pensar en la recuperación. «Hemos aprendido, en las aperturas y los cierres, que el cliente cada vez hace compras más directas. La compra es muy meditada. El consumidor ha reducido su estancia media en los locales, ha aumentado su ticket medio y está muy sensibilizado para saber cómo está el establecimiento gestionando la pandemia. También le importa mucho la sostenibilidad», añade González desde Parc Central, que

Evolución del número de parados por comarcas en Tarragona



FUENTE: INFORME DE CONJUNTURA ECONÓMICA

Incremento del desempleo por regiones



FUENTE: INFORME DE CONJUNTURA ECONÓMICA

Comparativa Tarragona registra más paro que Catalunya y España

El batacazo económico en el Camp de Tarragona y las Terres de l'Ebre se explica por el incremento del desempleo, que sube en todas las comarcas. En el global de la provincia, el paro creció durante 2020 un 27,6%. «El incremento del paro ha implicado que la tasa de desempleados (17,4%) sea superior en la zona que en el conjunto español y catalán, a los que supera en 1,34 y 3,6 puntos. Parece que la pandemia ha frenado en seco la

recuperación del mercado de trabajo que se mostraba en periodos anteriores y, lo que es más problemático, ha acentuado las dificultades estructurales, que son principalmente la estacionalidad y la contratación temporal», expone el informe de coyuntura económica recién presentado por la URV y las cámaras de comercio de la provincia. El incremento del paro es mayor en el Camp de Tarragona que en el Ebre. En seis comarcas la variación es más alta que la media provincial: Baix Camp, Conca de Barberà, Montsià, Priorat, Ribera d'Ebre y Tarragonès.

-67,5%

● Es uno de los datos más ilustradores. Tarragona acabó 2020 al 57,8% de su potencial productivo, cuando lo normal es estar entre un 85 y un 86%. El descenso es del 67,5%.

-14.000

● Tarragona perdió en 2020 un total de 14.000 personas ocupadas. De ellas, 13.000 pertenecen al sector servicios. La industria también perdió. La construcción, eso sí, creció.

-19,3%

● El tráfico de mercancías en el Port de Tarragona cayó el año pasado un 19,3%, a raíz de la pandemia. Más dramático fue el batacazo del aeropuerto de Reus, un 96,2%, con cifras similares a las de los años 80.

apunta a la necesidad de «flexibilizar el trato con el cliente» al tiempo en que aprender a dirigirse a él: «Seguimos estando en la mente de los consumidores, pero está claro que la atención física no será suficiente. La inteligencia artificial nos tiene que ayudar a conocer la demanda y satisfacerla». El máximo responsable de Parc Central sostiene que «el 58% de los clientes nos llegan en los cinco meses» de la temporada alta, «así que debemos especializarnos en atender a este tipo de público», al tiempo en que se plantea poder alargar hasta los nueve meses esa campaña.

La preocupación sigue instalada en la economía, junto con dosis de descontento. Las cámaras de la provincia y el mismo comercio han clamado insistentemente por la apertura de la movilidad. «El esfuerzo de la restauración y las tiendas ha sido muy importante. Tampoco se ha tenido en cuenta el equilibrio territorial. No es lo mismo la movilidad en el Barcelonès que en el Priorat. Ha faltado esa sensibilidad para sectores que han hecho inversiones importantes y que no se han visto compensadas. Estas medidas tan restrictivas son muy cuestionables», concluye Paco Lari, tesorero de la Cambra de Comerç de Reus.

Perspectivas optimistas en el sector turístico

R. COSANO
TARRAGONA

Agentes clave como PortAventura se aferran al interés de los europeos por volver a viajar en 2021 y a la necesidad de transmitir que España es un país seguro

En la presentación del balance de la URV y las cámaras de comercio también participó Fernando Aldecoa, director general de PortAventura World. A pesar de los antecedentes tan negativos de 2020, fue una de las voces más optimistas, en la medida en que se vislumbra una recuperación del turismo en la Costa Daurada en este 2021. «Según una encuesta a nivel europeo, un 54% de los ciudadanos planean viajar en los próximos seis meses. La gente en Europa quiere viajar y España es el destino número uno en el que se piensa», explicaba Aldecoa, que añadía: «En 2020 la gestión no fue especialmente eficiente pero

ahora tenemos que comunicar que España es un país seguro. Focalizarnos en aquellos grupos que están vacunados o el pasaporte sanitario van a ser dos elementos clave para vender ese concepto de destino seguro».

El turismo mira con gran interés los ritmos de vacunación en España y foráneos y analiza posibilidades de cara al verano. Según ese sondeo que citaba Aldecoa, los ciudadanos de países como Reino Unido, Francia, Alemania y Suiza siguen priorizando escapadas costeras. «Son mercados emisores fundamentales para nosotros que continúan buscando el sol y playa como destino prioritario. Además, se está perdiendo el miedo a viajar en avión y ahí se transmite una sensación de seguridad». Para Aldecoa, las empresas del sector deberán adaptarse con una apuesta más decidida por los canales digitales de venta. «No significa que renunciemos a lo físico, pero sí que la inversión deberá ser mayor en lo digital», agregaba.