



Leonard Pera
es CEO de Open-Ideas
y presidente del Grupo
Internacional de
AUTELSI

Los americanos utilizan un dicho que para nuestro concepto europeo de solidaridad chirría un poco por lo que tiene de descarnado. Suelen utilizar 'You scratch my back I scratch yours' para demostrar la necesidad de esa colaboración interesada, esa por la que en los momentos difíciles alguien necesita tu ayuda para que luego ese alguien pueda ayudarte a ti cuando lo necesites. Es la solidaridad vista como beneficio mutuo.

SIN MOVILIDAD NO HAY TURISMO

Turismo: Ayudarse en tiempos difíciles

La crisis tan tremenda que estamos viviendo, y que no termina por mucho que los índices de crecimiento empiecen a ser positivos nos emplaza a buscar por todos los medios cosas que podamos hacer para que la recuperación sea más rápida y más corta. Y si un sector ha estado en el centro de la crisis ha sido el turismo. Sin movilidad no hay turismo. Aunque ahora se recupere la movilidad todo indica que los niveles de turismo no serán como antes de la pandemia en varios años. Y sin recuperación del turismo no hay recuperación de nuestra economía y el empleo. Conviene decir las cosas como son.

Así pues, para facilitar la recuperación del turismo y paliar en parte la demanda externa que no va a llegar se requiere un incremento considerable de la demanda externa. No soy un nacionalista económico y creo firmemente en las bondades generales de la globalización, pero en estos momentos conviene hacer un llamamiento a la recuperación e la demanda turística interior. Se trata de una aportación pequeña que cada ciudadano puede hacer planificando sus vacaciones en destinos nacionales.

Parece que este es un proceso que ya se está dando. La propia incertidumbre sobre las condiciones sanitarias hace que muchos viajeros conciudadanos estén priorizando pasar sus vacaciones en España con varios factores que parecen incluir.

- **Nuevos destinos nacionales.** Diversos informes señalan que el turismo post pandemia está buscando destinos donde no hayan estado, esos destinos maravillosos que aun estando cerca habían estado siempre postpuestos para otra ocasión.
- **Destinos descongestionados.** La imagen colectiva de espacio abierto y salud se ha afianzado en nuestro imaginario colectivo. Buscamos destinos no masificados.
- **La importancia del interior.** Por supuesto el

sol y playa sigue siendo una oferta imbatible para nuestro país, pero los ricos entornos naturales y la variedad geográfica abrieron ya en el verano del 2020 una enorme oportunidad para esos destinos.

- **Experiencias agregadas.** Con la reducción media del periodo vacacional que ha sido una tendencia durante la última década muchos viajaron han buscado unir en unas mismas vacaciones, una o dos semanas aspectos como el patrimonio, la cultura, la naturaleza, la gastronomía y muchas veces el turismo activo.

Para poder consolidar este nuevo producto turístico a partir de experiencias agregadas necesitaremos avanzar en la economía del dato en el sector turístico. Con la cantidad de turistas que hemos venido recibiendo tenemos millones de datos infrautilizados sobre aspectos demográficos, sociales, gustos, sentimientos. Datos que nos pueden ayudar a tomar las decisiones más acertadas pero que muchas veces no han estado a disposición de los actores de forma sencilla y útil. En diciembre de 2020 Segittur presentaba la plataforma de inteligencia turística Dataestur y en apenas 5 meses se ha convertido en una fuente inagotable de información para el sector marcando el camino hacia el uso de los datos de forma eficiente en el sector.

Los destinos y los operadores deben prepararse para convertirse en lugares atractivos para ese nuevo turista que va a tomar sus decisiones según nuevos parámetros. La garantía de los espacios seguros, con información en tiempo real sobre calidad del aire y aforos mediante sensorización de museos, edificios y monumentos, señalética digital que faciliten el tránsito del turista evitando aglomeraciones y proveyendo información actualizada y atractiva sobre monumentos y rutas, sistemas de iluminación sostenible y creativa que conviertan la noche de las ciudades en un producto turístico en sí mismo. ■