Píndoles de coneixement

Turisme familiar en temps de la COVID-19

1 Postconfinament vs post-COVID-19

Turisme, oci exterior i l'actual pandèmia
Què podem esperar els mesos vinents?

Diputació Tarragona

turistic en família

COSTA DAURADA

Terres de l'Ebre · Reserva de la Biosfera

Generalitat de Catalunya

Unió Europea
Fons Europeu de Desenvolupament Regional

Patronat de Turisme

Diputació Tarragona

Un estudi impulsat pel Patronat de Turisme
de la Diputació de Tarragona

Patronat de Turisme

Diputació Tarragona

Autora:

Postfuturear, Elisabet Roselló (dir.)

Disseny i maquetació:

Magenta Estudi Creatiu

Índex de continguts

Píndoles per una situació excepcional. Què són i per a què? 5

Què esperar del futur en temps de la COVID-19? 7

Mons post-COVID-19 i postconfinament no són el mateix 9

Quins estadis són previsibles després del confinament, els mesos vinents? 10

«Pla per a la Transició cap a una nova normalitat» o reobertura (fins a finals de juny) 12

«Nova normalitat» (fins a finals de 2020 i més enllà) 14

Què podem esperar després del confinament? 15

Quatre pinzellades macroeconòmiques i de finança global 16

Nous i vells patrons de consum 18

Tecnologies 21

Gestionar la incertesa de noves maneres 22

Bibliografia 23

Fotografia: Alin Luna

Píndoles per una situació excepcional

Què són i per a què?

Arran de la pandèmia declarada a escala global per la irrupció i propagació de la malaltia infecciosa COVID-19, la salut, l'economia i els hàbits de les persones s'han vist afectats i capgirats com ningú podia imaginar fa només uns mesos. Aquesta situació ens obliga a repensar la nostra manera d'afrontar nous condicionants i situacions complexes en l'àmbit personal, alhora que també ens crida a reformular les dinàmiques del nostre àmbit professional. I sense dubte, el nostre, és un dels sectors econòmics més directament afectats per aquesta situació.

Des del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona hem considerat oportú emprendre un petit **projecte de coneixement i previsió estratègica** amb l'objectiu de poder treballar amb un «mínim viable d'informació» que sigui clau i objectiva per poder prendre les millors decisions de cara a l'estratègia que aquest inesperat futur ens demanda en l'àmbit de les nostres marques turístiques: Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

L'equip humà que desenvolupa al Patronat el Projecte d'Especialització i Competitivitat Territorial, PECT turisTIC en família, assumeix com una tasca imprescindible en l'actual situació en què ens trobem la de cercar i compartir informació que serveixi per **plantejar noves estratègies** en aquest escenari que se'ns dibuixa incert. Les operacions Patrimoni cultural, Platja innovadora i Vinya en família que lidera el Patronat, posen al servei d'aquest propòsit les eines que fonamenten el seu treball: la innovació, el coneixement i la competitivitat.

La innovació i l'estratègia han d'estar focalitzades a reduir els impactes negatius a curt i mig termini (propers mesos i anys) per al sector turístic i els seus diferents àmbits i productes a la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre. Un treball rigorós ens obliga a ser realistes. Per aquest motiu, aquestes píndoles poden tenir un gust amarg a l'inici. La realitat en una situació impensada, exigeix un **reconeixement de les dades que poden explicar-nos el nou punt de partida**.

Fotografia (detall): Logan Weaver

Alhora, ens exigeix treballar aquesta situació amb creativitat, amb idees que puguin inspirar, i que puguin ser realistes d'ara endavant.

L'objectiu d'aquestes píndoles és, per tant, **oferir informació** sintètica centrada en el turisme per **reduir el màxim nombre d'incerteses** dins del possible, i alhora oferir idees i unes possibles pautes per **generar idees contextualitzades i estratègiques**.

En aquesta primera píndola, oferim una visió perifèrica del que podem saber, dins de la volatilitat del moment, per situar millor la informació dels sectors en els quals posarem el focus. Primer, visualitzarem un possible escenari del postconfinament en forma d'escaleta, i seguidament, farem un breu repàs sobre diferents aspectes de l'economia i la societat.

Què esperar del futur en temps de la COVID-19?

És possible que, fa uns mesos, l'expectativa sobre el 2020 i el 2021 en endavant fos que les coses evolucionessin dins d'una normalitat, de certes coses esperables i plausibles, en un continu creixement. Aquesta situació que estem vivint, entre moltes variables, ens condueix a trencar esquemes sobre allò que donàvem per fet.

La propagació a escala global de la COVID-19 ens ha situat davant d'una pandèmia, que és molt més que una situació crítica des del punt de vista sanitari: som davant d'un moment excepcional de la història i de manera global. Una situació d'excepcionalitat com aquesta influeix i impacta en tots els àmbits de l'activitat humana.

En general, no es pot saber ben bé com serà el futur. Malgrat la convenció tradicional que si es reconeixen els patrons dels canvis que guien el món, es pot endevinar com pot ser el futur, esdeveniments com aquest que vivim en l'actualitat, demostren que el futur és força menys predictible.

No hi ha certesa física que el futur existeixi com a quelcom predefinit per l'univers. Per aquest motiu, en camps com la prospectiva, es treballa amb una **orientació encaminada a comprendre diferents possibles i probables escenaris**.

El tipus d'esdeveniment amb el qual ens trobem és volàtil, però també és volatilitzador. Això vol dir que no només les incerteses són de diferents «mides» o profunditats, sinó que a més, en trencar l'equilibri de sistemes econòmics, socials i culturals, acceleren tendències i processos anteriors, o en frena d'altres. Els contextos canviaran de nou.

En resum, no podem saber com serà el present d'aquí a 3 mesos, 6 mesos, 12 mesos i encara menys 3 anys amb total certesa. Però sí que podem estudiar i revisar **quins canvis i fins i tot, quins escenaris poden tenir possibilitats de donar-se en un futur**.

Alhora, malgrat l'elevada incertesa amb la qual totes les persones vivim, tant individualment com des del punt de vista professional, és el millor moment per fer importants reflexions encaminades a la innovació i l'estratègia, basades en coneixement sobre allò que està canviant, i en la missió o els

Kobu Agency

perquès dels nostres negocis, i la visió que desitgem complir.

Un dels punts de partida és **preguntar-se què sabem sobre allò que canvia**, i sobre la situació de la COVID-19. No només com a persones o organitzacions, sinó com a societat.

Què sabem, per exemple, sobre:

- Les mesures preventives i sanitàries que es poden anar desplegant i quines previsions hi ha?
- En economia, quins impactes podria tenir i quines forces o tendències continuaran, s'acceleren o es frenen?
- Dels impactes en la societat, quins poden impactar en noves costums, nous rituals o en consum?
- La tecnologia, continuarà sent un motor de canvis? Tot allò que s'havia dit sobre el futur i el tecnològic tindrà d'ara endavant la mateixa importància?
- Quin serà l'impacte real? Quines tendències neixen?

Mons post-COVID-19 i postconfinament no són el mateix

Aquest és un dels punts clau d'allò que podem saber: el final del confinament no coincidirà amb el final del virus, malauradament. Es parla sovint de com serà el món «post-COVID-19». Si ens referim amb el *post* com «després de», queden anys per aquest moment. Per tant, i atès que tot és molt incert i alguns processos són accelerats o caòtics, encara no podem tenir clar quins serien els escenaris probables.

La fi d'un virus pot ser donada quan tota la població es troba immunitzada de manera definitiva. Això pot passar de manera natural en un procés molt lent i en condicions humanes molt concretes, o bé amb una vacuna aplicada de manera universal, com succeeix amb malalties com el xarampió.

L'opció de la «immunització grupal» *herd immunity* ha generat polèmica perquè ha pogut servir com a argument per certs tipus d'estratègies de confinaments més relaxats per part d'alguns governs. El desconeixement de com funciona la immunització davant d'aquest virus nou, semblava desaconsellar aquesta opció.

Segons estimacions de l'Organització Mundial de la Salut, per a poder veure una vacuna definitiva, comercialitzada i aplicada de manera universal per governs i estats de tot el món, caldria esperar, com a mínim, un any i mig. Però aquest és el pronòstic més optimista, basat en anteriors casos. El fet és que el virus era fins ara desconegut i obtenir una vacuna resulta més complex. Sent realistes, cal contemplar la possibilitat que el temps necessari sigui superior. Caldrà, també, tenir en compte altres factors relacionats amb la comercialització i distribució de les vacunes, que poden accelerar o endarrerir aquest procés. En resum, un moment «post-COVID-19», una vegada superat el virus, no es veuria abans de dos anys.

En canvi, el focus per part d'algunes agències -de caràcter econòmic- s'ha centrat en el ja evident impacte que està tenint el confinament en cada país. Encara que a hores d'ara no està clar quan pot acabar el confinament, sembla que duraria fins abans de juny -sempre i quan no hi hagi cap mena de canvi en l'estat de la pandèmia.

Quins estadis són previsibles després del confinament, els mesos vinents?

Els càlculs sobre la durada del desconfinament i les previsions sobre l'obtenció d'una vacuna ens permeten visualitzar possibles impactes econòmics i socials del mateix confinament, però també plantejar-nos –tot i que la previsió pot resultar incòmoda- que tenim per endavant, com a poc, dos anys de volatilitat, de nous petits i mitjans esdeveniments inesperats, com per exemple nous brots i infeccions a diferents escales.

Què podem preveure en les setmanes i mesos vinents? Tot i que encara el Govern d'Espanya no té cap mena de pla definitiu amb dates concretes més enllà de dues setmanes vista, en les primeres setmanes d'abril hem pogut saber noves projeccions i conceptes sobre com pot ser la tornada.

Primer de tot, sabem que el 13 d'abril es va aixecar la restricció d'activitat econòmica a algunes activitats considerades com a no essencials, que serien la construcció i la indústria de serveis addicionals a les activitats essencials, com dels sectors de la neteja, la seguretat, avaries i manteniment tècnic o l'administració. Per contra els negocis de sectors de l'oci i entreteniment, restauració (exceptuant a domicili) i turisme, entre molts d'altres, romanen tancats.

Durant el ple del 22 d'abril, es va aprovar la petició d'una tercera pròrroga de l'Estat d'alarma que, el passat 28 d'abril, es va anunciar que es tornaria a prorrogar novament. Ara sabem, també, que es confirma una primera relaxació del confinament: es permet la sortida i passeig amb els més petits de la casa, amb condicions i mesures estrictes, i la possibilitat de sortides limitades per fer exercici físic.

En molts països, segons el full de ruta europeu i per part d'experts en epidemiologia, es parla que el **tipus d'estratègia postconfinament es basa en l'esglaonament de permisos i retorn a la normalitat social i econòmica per regions, ja no per països**. A poc a poc veiem una mica més clar què podem esperar. Reiterem la precaució, no es poden

considerar dates ni dades definitives, poden canviar coses en el decurs del temps.

D'acord amb algunes darreres declaracions d'agents i taules de treball del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, una vegada finalitzat el confinament, al voltant de juny, entraríem en una fase que s'anomenaria «excepcionalitat atenuada», fins al juliol. A continuació, veuríem una fase que també ha estat batejada per agents del govern com «Normalització atenuada». I segurament, a jutjar per les recomanacions d'experts en salut, seguretat i economia, podria tenir diverses fases i menys definició. Per al govern espanyol, aquesta normalització hauria d'acabar abans de finals d'any.

Aquest seria **un possible escenari, sense dates definides encara, i si no succeís cap nou esdeveniment ara per ara impossible de predir, com nous pics d'infecció**. Aquesta és una circumstància que, segons expertes en epidèmies o veient l'evolució a l'est asiàtic, podria propiciar noves onades.

Fotografia: Manuel Peris Tirado

“Pla per a la Transició cap a una nova normalitat» o reobertura (fins finals de juny)

El «Plan para la Transición hacia una nueva normalidad» (presentat el 28 d’abril de 2020) per part del Govern espanyol, planteja una represa gradual de l’activitat i un progressiu desconfinament que podria acabar cap a finals de juny com a tard.

Aquest pla es divideix en 4 fases definides que no tenen dates, tot i que l’executiu espanyol preveu que durin, com a poc, dues setmanes.

L’anunci de l’executiu espanyol contempla que aquestes fases s’apliquin per províncies i no per Comunitats Autònomes, en funció del grau de control de l’epidèmia que aquestes compleixin. Seria el Ministeri de Sanitat qui donarà permís a cada província per a passar d’una fase a la següent. Tot i aquest anunci, el govern ha plantejat a les Comunitats Autònomes que presentin propostes diferents prenent com a referència altres possibles unitats territorials (comarques o municipis, per exemple) que seran avaluades i podrien variar aquest criteri.

El millor control de la contenció de la malaltia permetria a avançar en les diferents fases previstes i, en el millor dels escenaris, entrar en el període de «nova normalitat» cap a mitjans de juny, enlloc de finals de juny. Serà, en paraules del govern central una «desescalada gradual, asimètrica i coordinada».

Per a tot aquest període, els desplaçaments entre províncies (tret d’un possible canvi de criteri territorial d’acord amb les propostes de les CCAA) no es permetran,

excepte per motius laborals o per a situacions extraordinàries com per exemple vetlles de familiars. Tampoc queda permès el desplaçament a segones residències.

En què consisteixen les fases d'aquesta transició?

Fase 0

Aparentment va començar amb el permís de sortida dels menors de 14 anys acompanyats d'un adult, i s'estén aquest cap de setmana del 2 i el 3 de maig. Dins d'aquest període s'hi ha inclòs el passeig d'adults, d'un en un i amb la distància de seguretat entre persones, així com fer esport al carrer amb màximes mesures de seguretat.

Fase 1

Durant aquesta fase, a partir de l'11 de maig en la gran majoria de províncies (excepte algunes províncies balears i canàries, que començarien el dia 4 de maig), tot i que encara queden algunes incògnites, ja permetrien l'apertura de terrasses (però no de locals) al 30% de capacitat habitual i guardant les distàncies socials, tot i que manca que especifiquin de nou, si serien similars a les mesures que hem vist durant el confinament, de 2 metres o metre i mig entre persones. A més la gent major de 65 anys tindrien un horari diferent d'accés.

Els comerços petits podrien obrir amb grans mesures de seguretat, segurament similars a les que els comerços essencials han vist durant el confinament.

Els hotels i allotjaments turístics també podran tornar a obrir excepte les zones d'ús comú (aparentment, sembla que serien per a turisme domèstic i turisme professional).

Fase 2

A partir d'aquesta fase, que en els casos més avançats en la contenció de l'epidèmia, podria començar-se entorn el 25 de maig previsiblement, permetrien l'accés a locals de restauració i oci sempre i quan compleixin amb garanties de separació i distància social recomanades. Les escoles i espais d'ensenyament no reobririen, excepte per a exàmens de recuperació, Ebau i altres excepcions.

També permetrien l'apertura de cinemes i teatres a un terç de la seva capacitat, actes culturals amb menys de 50 persones en llocs tancats, i menys de 400 en espais oberts en format assagut.

Fase 3

En els millors casos, podria començar el 8 de juny, i trigar més en funció de l'estat en el que es trobi cada província.

A partir d'aquest moment ja es permetrà la circulació entre províncies.

L'aforament màxim permés en espais tancats, com locals d'oci, comerços i oci serà del 50% sobre el total habitual. A més, els locals de restauració hauran de complir amb estrictes condicions de separació entre comensals i taules entre altres mesures. Quant a hotels i allotjaments, no s'ha especificat de moment res més, es seguiria aplicant les mateixes mesures que en la Fase 2.

«Nova Normalitat» (fins a finals de 2020 i més enllà)

Pel moment, sabem que l'ús de mascaretes i guants continuarien sent essencials en aquesta fase, i que moltes mesures aplicades a la Fase 3 es podrien alterar poc més.

Aquesta és la fase amb més incerteses, en tant que manca saber com pot evolucionar l'epidèmia abans que arribi una vacuna. Però la idea serà continuar amb el retorn esglaonat d'activitat econòmica i social, afluixant cada cop més les restriccions extraordinàries.

Actualment, entre altres mesures econòmiques, se sap que el Govern ha llançat una moratòria de cotitzacions socials per a 12 sectors econòmics a 6 mesos vista dels mesos de maig, juny i juliol (cap sector vinculat a turisme hi està inclòs aparentment).

També es troben en converses amb altres 8 països de la Unió Europea (França, Itàlia, Malta, Portugal, Grècia, Xipre, Romania i Bulgària) per a començar a confeccionar un pla de recuperació per al sector turístic comú.

Podrien donar-se, tanmateix, nous brots epidèmics, pel que llavors es podrien veure nous confinaments o restriccions localitzats per províncies o àrees. Actualment, entre altres mesures de seguiment, el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social ha començat a monitorar *smartphones* de ciutadans, amb «pseudonimització» durant el procés, per poder observar pautes de mobilitat i de congregació, entre d'altres.

Què podem esperar després del confinament?

Una vegada finalitzat el confinament, s'espera, tant per part dels governs autonòmics, nacionals i entitats internacionals, com per part de la Unió Europea o l'Organització Mundial de la Salut, un retorn esglaonat a l'activitat econòmica.

Fotografia: Raquel García

Aquest retorn esglaonat se suposa condicionat per la necessitat de controlar els possibles nous brots que podrien emergir fins que es distribueixi una vacuna.

Això es tradueix en el fet que moltes activitats econòmiques estaran subjectes a diferents restriccions i nous plans de xoc econòmics a mesura que passi el temps.

Això, connectat amb el contacte físic, serà un dels condicionants econòmics més importants. També apareixeran nous hàbits socials que tindran algun tipus d'influència en el comportament quant al consum. Farem un breu repàs, unes pinzellades, d'allò que sabem i possibles pronòstics sobre el context en general, internacionalment, a Espanya i a Catalunya.

Quatre pinzellades macroeconòmiques i de finança global

Els diferents confinaments en molts països, juntament amb les baixes humanes, comporten una crisi econòmica evident. El més important a tenir en compte, són 3 qüestions:

- No estem davant del mateix tipus de crisi que en el 2008. Estem davant d'una crisi de solvència causada per un model econòmic totalment vulnerable a l'aturada generalitzada de productivitat. O traduït, no estava preparat ni assumeix bé una aturada com la que estem vivint. Un sistema econòmic global, alhora, debilitat per una crisi del 2008 que va generar models basats en la substitució de deutes vells per deutes nous a empreses, *startups* i companyies. Això ens duu a una situació relativament nova i de moment, el que veiem és que els governs i entitats internacionals com la Unió Europea actuen de manera extraordinària, negociant i aprenent sobre la marxa.

- Cap al 2018, el Fons Monetari Internacional va prevenir d'una possible crisi borsària, a causa d'una ràpida i mala gestió de la crisi del 2008-2014. D'aleshores ençà, s'han sentit diverses vegades les alertes. Les borses nord-americanes i europees, durant el 2019, s'havien començat a ressentir.

- L'emergència climàtica, ara que sembla irrellevant en comparació a la situació actual, continuarà evolucionant com està previst, amb pronòstics greus a hores d'ara, sempre que no s'incrementin més les mesures productives i econòmiques per a rebaixar les emissions molt ràpidament i frenar la gran corba. Alhora, cada cop és més palès que la crisi climàtica té un impacte directe en economies de diferents països en forma de sequeres i anomalies meteorològiques més freqüents.

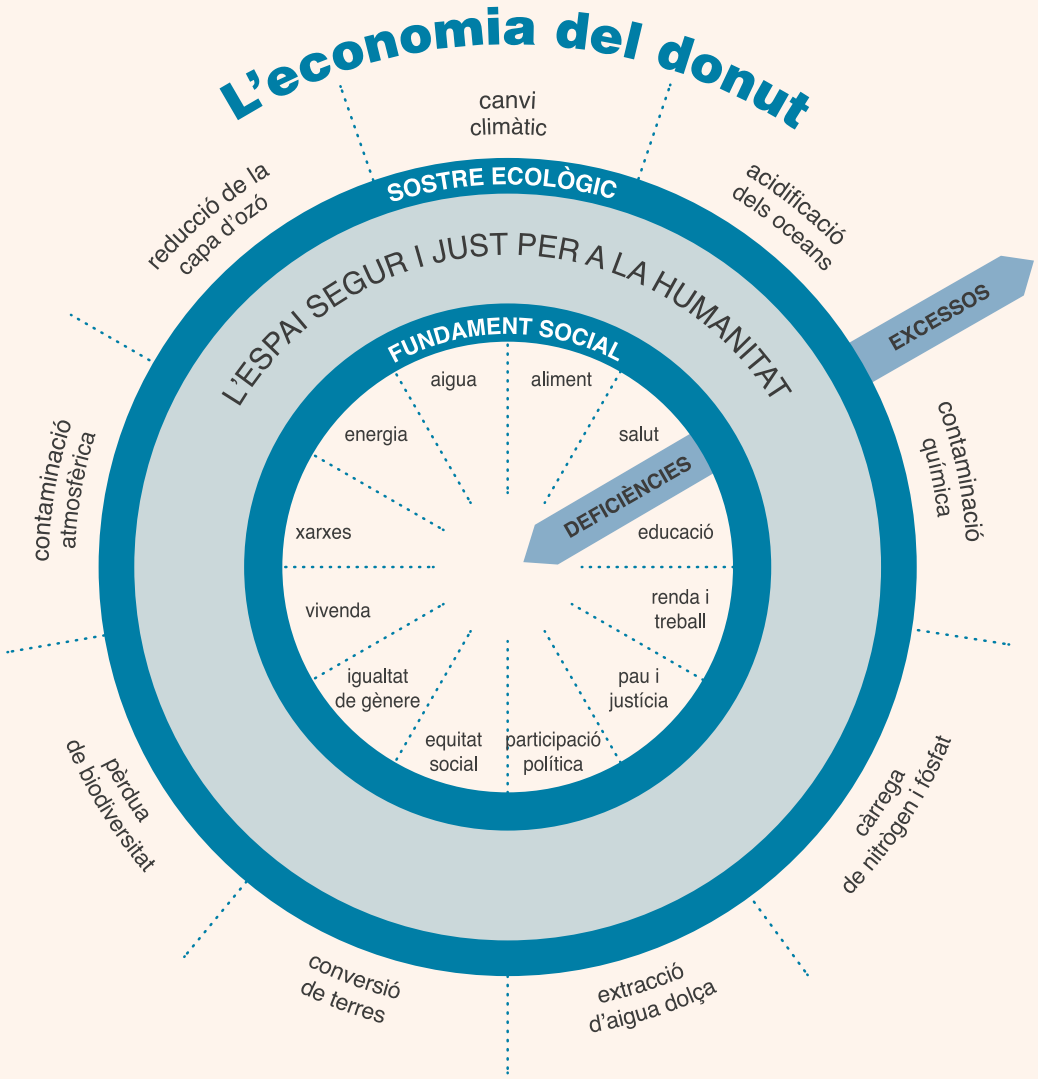
Les previsions segons el Fons Monetari Internacional no són pas gaire optimistes, però sí previsibles en la situació en la qual ens trobem i amb els factors que a hores d'ara coneixem (és a dir, podria canviar en els mesos vinents): podríem veure una caiguda del PIB del 8% pel 2020, i una recuperació del PIB del 4,3% cap el 2021.

Diferents organismes com la Unió Europea o l'ONU, així com experts de diferents disciplines (polítiques públiques, clima, salut, economia, urbanisme...) i algunes veus po-

lítiques recomanen aprofitar l'aturada per fer una revisió del sistema econòmic davant dels profunds canvis que podria exigir, a finals de la dècada, la mateixa emergència climàtica.

Per exemple, a la ciutat d'Amsterdam, tal com tenien planificat des de feia temps, han començat a accelerar el desplegament d'un model econòmic, basat en el model de l'economista Kate Raworth, conegut com a «economia del donut», i la més coneguda «economia circular».

Una economia alineada per complert amb la sostenibilitat, les necessitats de las seva població en matèria de polítiques socials i econòmiques, amb uns recursos naturals limitats i amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'ONU pel 2030. Totes aquestes premisses dibuixen un nou model que pot sonar utòpic, però que representa un canvi de paradigma en les formes de gestió i d'acceptació del context històric.



Proposa establir com a prioritats de l'economia reduir les desigualtats i garantir la sostenibilitat mediambiental.

Nous i vells patrons de consum

El consum estarà condicionat, inevitablement, pel poder adquisitiu de les famílies i les persones. A més, amb una previsió d'un índex d'atur elevat, la presentació d'ERTO amb diferents condicions, o l'aparició de possibles noves feines a temps reduït, el poder adquisitiu i les rendes per llar podrien baixar considerablement.

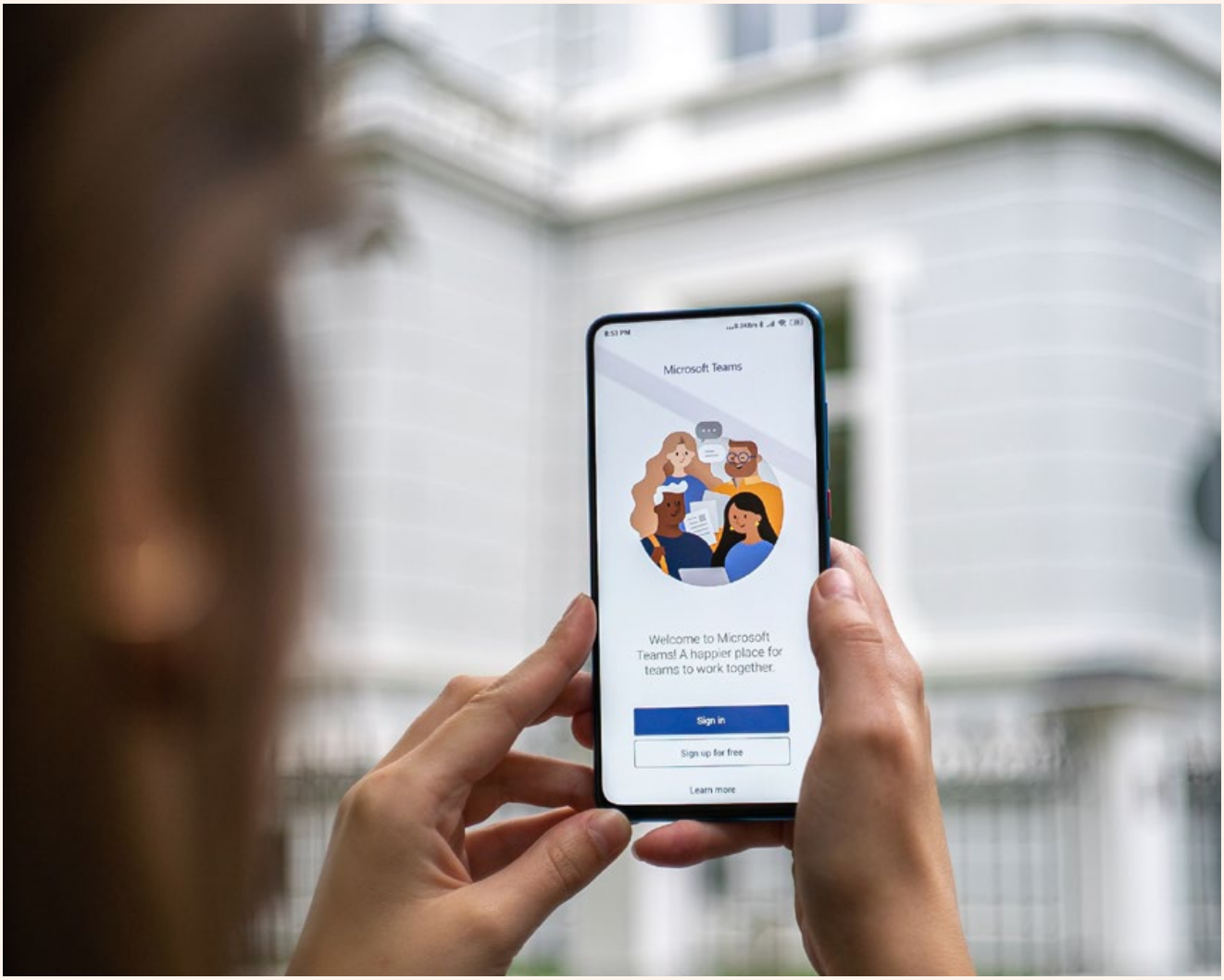
Ara, durant el confinament estem veient comportaments excepcionals, impensables abans de tota aquesta situació. Tan bon punt ha començat, ens hem assabentat, o fins i tot experimentat, el fenomen de compres compulsives d'articles bàsics específics: durant les dues primeres setmanes, hi va haver un comportament d'acumulació de paper higiènic. Durant les següents setmanes, de begudes alcohòliques i aperitius tradicionals. I seguidament, els nous productes estrella van ser els relacionats amb la pastisseria i la producció de pa casolana.

També vam veure una explosió de propostes culturals i formatives gratuïtes via online, que han tingut força ressò i seguidors. A falta d'algun estudi sobre l'impacte i les quotes de participació aproximades, sabem que ha estat una tendència a l'alça i en molt diferents canals: Instagram, Zoom, Skype, Crowdcast...

Malgrat la irrupció de nous comportaments i hàbits, això no significa que aquests es quedin a la nostra societat una vegada acabi el confinament. L'adopció de nous hàbits en temps de tranquil·litat es pot donar per pressió social o bé, simplement, per gust i desig.

Però en moments on el context ha canviat de sobte i algunes velles rutines no es poden complir, passem a tenir noves actituds, nous comportaments. Molts comportaments tendien a mirar de mantenir el ritme del dia a dia al qual estàvem acostumats. Altres, a **evadir la gestió de la situació en els primers moments**.

No parlaríem de personalització, sinó de posar en primer pla les necessitats bàsiques, incloent la seguretat, al servei de les persones. Els negocis i les marques relacionades amb la socialització o l'entreteniment presencial (oci, allotjament, restauració, organització d'esdeveniments, cultura...),



Fotografia: Mika Baumeister

hauran d'aprendre de ben segur a trobar models de sostenibilitat econòmica no dirigit a grans volums de persones en un sol espai o una sola sessió.

Ara mateix, però, és difícil preveure quines altres inquietuds, interessos estètics o ètics podrien emergir en els mesos vinents que condicionin els interessos de compra. Tampoc s'ha de pensar que això sigui fer creu i ratlla. Tendències i actituds que es veien abans del COVID-19 són adequades en aquesta nova situació i continuaran obrint-se camí. Com ara:

- **Experiència envers el producte:** amb la cultura digital, fa ja més d'una dècada, hi va haver un canvi de paradigma important, que encara es troba en transició i que arriba, cada cop, a més població. Aquest comportament no és uniforme i hi ha diferències entre classes amb rendes més baixes i aquelles amb rendes més altes.

  En general, l'accés a experiències té més predomini que el concepte de possessió d'objectes. En funció del perfil social, poder accedir a certs festivals té més prestigi que tenir unes sabates de

luxe. Estem també a l'època de les plataformes de consum musical (com Spotify) i no ens cal «tenir» una col·lecció de discos. Des de fa anys la lògica és poder tenir accés a serveis de *streaming*.

L'experiència té moltes definicions avui dia en el món de les marques. Des d'allò que aporta el consum o ús d'un producte (un disc al cap i a la fi conté la música, que és allò ens agrada experimentar, no tant el tacte i visió de l'objecte de suport), fins al que envolta l'accés i ús d'un producte físic, com ara tots els serveis i l'atenció detallada i humana, l'estètica o el «trajecte» en adquirir i fer servir quelcom.

Per exemple, això ho tenen força estudiat en marques com Apple, o H&M: l'experiència dels consumidors es situa també en l'experiència en botiga, les olors, la música, l'estètica visual dels espais, el tracte per part del personal, la integració d'experiències extra, com es dona a la botiga «flagship» de Barcelona; hi han afegit un espai gastronòmic gestionat per la cadena de restaurants vegetarians Teresa Carles (Flax & Kale).

- **Preocupació per la sostenibilitat:** ja el 2019, en diferents estudis d'universitats i altres agències d'anàlisi quantitatiu de mercat, com Kantar (setembre 2019), s'observava un eixamplament en noves actituds cap a models i estils de vida més sostenibles. El plàstic, la contaminació i els riscos en la salut són les preocupacions més esteses entre tota la població. Però també entren noves perspectives ambientalistes que van més enllà, amb força entre molt diferents tipus de perfils, com les que expliquem a continuació:
  - **Noves perspectives sensibles a l'emergència climàtica:** una portada en un diari amb el nom d'una marca fent una bona acció mediambiental ja no té un impacte de consciència de marca. Pot ser percebut com a negatiu fins i tot, si hi ha informació que aquesta marca, en el seu dia a dia, fa ús de combustibles fòssils, experimenta amb animals o fa un mal ús de l'entorn natural. Els perfils més conscienciats sobre l'emergència climàtica s'eixamplen. L'interès envers **productes ètics** a més de sostenibles estava creixent fins fa poc. El veganisme en els darrers anys, alimentat sobretot per una preocupació estesa de la contaminació que genera la indústria de la carn, havia vist un creixement molt espectacular des del 2015 i 2016 en països europeus. Fins i tot des de l'any passat, inspirat per moviments com *Fridays 4 future* i *Extinction Rebellion*, al nord d'Europa s'observa un desprestigi, rebuig i vergonya a fer ús de l'avió (té un nom en suec: *flygskam*) que cada cop és menys exclusiu del nord.

- **Experiències *instagramitzables*.** Potser més ara que abans: tot allò que col·labori a la socialització distanciada (per exemple, a través de mitjans online) pot tenir un nou valor. Més endavant, farem un estudi d'allò que pot ser extrapolable a l'àmbit del turisme, l'oci i la restauració. Però encara és molt d'hora per preveure nous hàbits i actituds que siguin originaris d'aquesta situació.

Tecnologies

Aquests dies hem vist com la tecnologia ha tingut un protagonisme clar. Però no ha estat en relació amb les més noves i sofisticades, sinó amb les TIC més tradicionals, plataformes de videoconferència, i canals de missatgeria, i plataformes de treball col·laboratiu com Google Drive.

És evident que no tots els negocis i les organitzacions poden ser digitalitzades i adaptades de la mateixa manera. Alguns negocis requereixen del contacte directe, com perruqueries, atenció sanitària o l'oci. Ni tant sols està clar que ho puguin ser amb una gran automatització amb recursos d'Intel·ligència Artificial, chatbots, o apps.

Tot i així, es poden destacar alguns debats i tendències que han crescut més en aquesta situació:

- Una **major preocupació per l'ús de les dades i la privacitat**. Va començar fa uns anys en entorns més propers a la tecnologia, i a poc a poc ha anat arribant a la resta de la societat. Què es fa amb les nostres dades? Importa si no som ningú ni tenim res a amagar? Quines implicacions socials i polítiques pot tenir fer un ús concret o que ens vigilin? Algunes filtracions reals i altres notícies falses han apuntat cap a debilitats de privadesa d'algunes plataformes de videoconferència; ens hem preguntat com es gestionen les dades de salut per fer seguiment del COVID-19, i hem descobert que el Govern espanyol ha activat recentment un monitoratge directe i de manera anònima dels nostres *smartphones*.

- La producció d'**eines i Equipament de Protecció Individual** té una rellevància única, que, en escenaris postconfinament on continuaran les mesures de distància i seguretat higiènica, seguiran tenint un paper clau en totes les professions on hi hagi contacte continu amb altres persones.

- Les biotecnologies són un nou camp i veient l'evolució en els darrers anys de major inversió a *startups* i laboratoris nous, podrien tenir un nou impuls, per exemple, entorn la prevenció i cura del COVID-19 o d'altres possibles epidèmies en un futur. Evidentment aquest tema no sembla tenir transcendència en altres sectors, però pot ser un indicador que el fet digital ja no ocuparia la visió d'un únic futur tecnològic. Hi ha moltes més vies d'evolució tecnològica.

En general, la preocupació més gran sobre la tecnologia que ens pot interessar, de nou, es vincula amb la cura i l'ètica del tracte de les dades de les persones i la capacitat de poder fer gestions via online, sempre que sigui possible. Així doncs, la transformació no és només digital, tecnològica, sinó també humana dins del que pugui ser viable i aplicable a cada cas.

Gestionar la incertesa de noves maneres

Seria fals dir que recuperarem la mateixa normalitat abans del coronavirus. Com també, que tot canviarà per complet, de zero. Algunes coses seguiran un camí i una dinàmica semblant al que veiem fins ara, i d'altres emergiran amb més força, o seran noves. L'anàlisi d'allò que ha començat a canviar, amb una mirada crítica, serà clau.

Però també és una situació per aprofitar per modificar qüestions importants que la realitat, i grans forces de canvi com l'emergència climàtica, ens reclamava.

Hi ha moltes coses que no sabem, donada una situació tan volàtil com l'actual, i d'altres que no sabrem fins passat bastant temps. Això implica que un model de presa de decisions exclusivament basat en evidències no és suficient. L'exercici interessant és un híbrid entre anàlisi i creativitat amb els recursos de què es disposin.

Podem treure entrellat i aclarir moltes incògnites de l'equació, però també, si hi havia algun moment per preguntar-nos quin futur desitjable volem, com a marques i com a organitzacions que pertanyen a una societat, és ara. Reconeixent la distància que hi ha entre els futurs més probables, com es troba la realitat amb els seus ets i uts, i el futur que desitgem, podrem prendre decisions més encertades.

Malgrat la situació sembli preocupant o sigui difícil, de quin futur desitjable volem participar?

Bibliografia

Comissió Europea. (15 d'abril de 2020). Hoja de Ruta europea para el levantamiento de las medidas de confinamiento contra el coronavirus https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/european-roadmap-lifting-coronavirus-containment-measures_es

Leung, Hillary (13 d'abril de 2020). Can you be re-infected after recovering from Coronavirus? Here's what we know about COVID-19 Immunity https://time.com/5810454/coronavirus-immunity-reinfection/

Presidencia de Gobierno (10 d'abril de 2020). El Ministerio de Trabajo celebra una Mesa de Diálogo Social para abordar la situación de trabajadores y empresas tras la crisis sanitaria. https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/trabajo14/Paginas/2020/100420diaologo-social.aspx

Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (des d'abril de 2020). Análisis de la movilidad en España durante el Estado de Alarma https://www.mitma.gob.es/ministerio/COVID-19/evolucion-movilidad-big-data

Presidencia del Gobierno. (27 d'abril de 2020). A iniciativa de España, nueve países de la Unión Europea proponen un Plan de Recuperación europeo para apoyar al sector turístico https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2020/270420-turismoue.aspx

Cué, Carlos E. (28 d'abril de 2020). El Gobierno confía en terminar toda la desescalada a finales de junio https://elpais.com/sociedad/2020-04-28/el-gobierno-evita-marcar-fechas-para-la-desescalada-y-se-concentra-en-fases-y-marcadores.html?ssm=TW_CM

Aduriz, Iñigo; Ordaz, Ana (28 d'abril de 2020). Estas son las cuatro fases de la desescalada que el Gobierno prevé prolongar hasta finales de junio. https://www.eldiario.es/politica/fases-desescalada-prolongara-finales-junio_0_1021548731.html

Presidencia del Gobierno (28 d'abril de 2020). La Seguridad Social aprueba una moratoria de cotizaciones sociales para 12 sectores https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/inclusion/Paginas/2020/280420-cotizaciones.aspx

Hansen, Bue, R. (4 d'abril de 2020). Pandemic Insolvency: why this economic crisis will be different? https://medium.com/@BueRubner/pandemic-insolvency-why-this-economic-crisis-will-be-different-841d5bbfa737

Gopinath G. Blog del Fons Monetari Internacional. (14 d'abril de 2020). El Gran Confinamiento: la peor desaceleración económica desde la Gran Depresión https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=13190

Llarch, E. (17 d'abril de 2020). La lletra petita de l'informe del FMI. https://www.viaempresa.cat/economia/fmi-espanya-coronavirus-llarch_2120347_102.html

Costa, V. (19 d'abril de 2020). "No sóc un 'killer' de l'economia". Una setmana econòmica marcada pel Pla Marshall i la lletra petita de l'FMI https://www.viaempresa.cat/economia/coronavirus-killer-economia-catalunya_2120447_102.html

Cobby, Roy W. (17 d'abril de 2020). Después de la crisis, política industrial http://agendapublica.elpais.com/despues-de-la-crisis-politica-industrial/

Rodríguez, L. (15 d'abril de 2020). El plan de Ámsterdam para relanzar su economía ante el coronavirus apuesta por romper con el actual modelo de consumo https://www.eldiario.es/ballenablanca/economia/Amsterdam-relanzar-economia-coronavirus-apuesta_0_1016999340.html

Met Office (Gener de 2020). Decadal forecast. Outlook for global climate in the coming years. https://www.metoffice.gov.uk/research/climate/seasonal-to-decadal/long-range/decadal-fc/index

Infoempleo; Adecco Group (2019). Informe Infoempleo Adecco. Oferta y demanda de empleo en España https://iestatic.net/infoempleo/documentacion/Informe-infoempleo-adecco-2018.pdf

Rodríguez, B. (8 d'abril de 2020). Después de llenar

el tiempo con mil propuestas para que nada cambiara y luchar contra el horror vacui, he parado https://www.eldiario.es/historiascoronavirus/Tiempo-pausa_6_1014258573.html

Babbage, N; Kantar. (setembre de 2019). Who cares, who does? Consumer respone to plastic waste https://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/Who-Cares-Who-does

Barnbrook, C.; Kantar (novembre de 2019). Sustainable Fashion. A survey to understand consumer attitudes. https://www.kantarworldpanel.com/en/PR/Shopper-attitudes-to-sustainable-fashion

Martins, A. (12 de juny de 2019). Cambio climático: flygskam, la vergüenza de volar, en Suecia que preocupa a la industria de la aviación https://www.bbc.com/mundo/noticias-48595253

Jiménez, J. (2019). El día en que dejemos de comer carne: el veganismo no deja de crecer en un mundo en el que la carne sigue siendo la reina https://www.xataka.com/ecologia-y-naturaleza/el-dia-en-que-dejemos-de-comer-carne-el-veganismo-no-deja-de-crecer-en-el-mundo-pero-el-consumo-de-carne-no-disminuye

Marsh, S. (2016). The rise of vegan teenagers: 'more people are into it because of Instagram". The Guardian https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/27/the-rise-of-vegan-teenagers-more-people-are-into-it-because-of-instagram

Starostinetskaya, A. (2019) Fast Food Chains sold 228 million plant-based burgers in 2019. VegNews https://vegnews.com/2019/7/fast-food-chains-sold-228-million-plant-based-burgers-in-2019

Starostinetskaya, A. (2019). 90 percent of plant-based food consumers are not vegan or vegetarian. Vegnews https://vegnews.com/2019/11/90-percent-of-plant-based-food-consumers-are-not-vegan-or-vegetarian

Peirano, M. (2016). ¿Por qué me vigilan, si no soy nadie?. TEDxMadrid https://www.youtube.com/watch?v=NPE7i8wuupk&t=21s

Diputació Tarragona

turisTIC en família

COSTA DAURADA

Terres de l'Ebre · RESERVA DE LA BIOSFERA ·

Generalitat de Catalunya

Unió Europea
Fons Europeu de Desenvolupament Regional

Patronat de Turisme

Diputació Tarragona