

EL WELCOME CITY LAB DE PARIS & CO Y ATOUT FRANCE DESCIFRAN LAS INNOVACIONES DEL TURISMO DEL MAÑANA



El Welcome City Lab, la plataforma de innovación de Paris & Co dedicada al turismo, presenta, en colaboración con Atout France, la sexta edición de su libro de tendencias, cuyo objetivo es identificar las principales tendencias innovadoras que darán forma al sector turístico de mañana.

Las 5 grandes tendencias destacadas este año cuestionan los motores de nuestra actividad turística y nuestro modelo de desarrollo en un sector muy golpeado por la crisis sanitaria pero que ha puesto de manifiesto tanto su importancia económica como su resiliencia.

Disponible en [francés](#) e [inglés](#), este libro de tendencias se ha elaborado basándose en el ecosistema internacional del Welcome City Lab, en expertos empresariales y gracias a la contribución activa de Atout France que, por segundo año consecutivo, aportó su conocimiento de la oferta turística, de la evolución de las necesidades y expectativas de los clientes internacionales, así como su punto de vista y *benchmark* adicionales.

Una veintena de autores con perfiles internacionales y extremadamente diversos (emprendedores, expertos, analistas, académicos, profesionales y start-ups) también participaron en la elaboración de este libro de tendencias y aportaron su visión y experiencia.

Convertido en un auténtico referente para todos los implicados en el turismo, este libro de tendencias ha atraído a más de 35.000 lectores desde su primera edición, entre grandes colectivos, instituciones públicas y privadas y periodistas.

Se han elegido 5 tendencias de este folleto que ilustran los cambios actuales o futuros:

1. **Turismo local y responsable: ¡de la intención a la acción!**
2. **Contactless, una tendencia en perfecta armonía con las nuevas aspiraciones**
3. **Teletrabajo, ¿una nueva oportunidad para los profesionales del turismo?**
4. **¿Nuevos modelos económicos para eventos culturales?**
5. **El acceso permanente del visitante a la información: un problema importante para las ofertas específicas y calificadas.**

Turismo local y responsable: ¡de la intención a la acción!

El sobre-turismo y el turismo de masa han sido señalados desde hace algunos años por sus efectos negativos en el medio ambiente y la vida diaria de los locales. A la emergencia climática, se agregó la sanitaria con la pandemia por la Covid-19. Estos dos factores obligan viajeros, proveedores y destinos a incluir el turismo sostenible como un imperativo para el desarrollo del sector. Sin embargo, después de meses de encierro, vemos también nacer el movimiento de los *Revenge Travelers*, que desean retomar sus viajes, a un ritmo más acelerado y con un nivel de gastos superiores a años anteriores. Está llegando el momento de la verdad para saber si los viajeros y destinos están listos para pasar realmente a la acción y realizar viajes más locales y responsables.

Contactless, una tendencia en perfecta armonía con las nuevas aspiraciones

Sin duda, los viajeros de hoy buscan cada vez más un entorno seguro y medidas que garantizan su protección y su salud. Por eso, hoteles, restaurantes y lugares turísticos han puesto en marcha una serie de innovaciones digitales que permiten limitar los contactos y los riesgos de contagio, mientras desarrollan una nueva experiencia para los clientes: check-in/check-out digitales, códigos QR, llave de habitación digital, domótica, etc. Pero la digitalización y el "sin contacto" no debe eliminar todos los contactos humanos, y debemos preguntarnos a lo largo del *Customer Journey*, ¿cuáles son las etapas claves y qué tipo de interacción requiere: digital, física, humana o una mezcla de las tres?

Teletrabajo, ¿una nueva oportunidad para los profesionales del turismo?

Trabajar desde casa no es un fenómeno nuevo, pero la pandemia lo generalizó permitiendo descubrir nuevas formas de trabajar con flexibilidad de horarios y de espacio. Este nuevo modelo, ofrece una oportunidad única para los territorios y los profesionales del turismo de crear nuevas ofertas y nuevos servicios para responder a la demanda de los tele-trabajadores o los *Digital Nomad*. En ese sentido, las ciudades más pequeñas, a escala humana, podrían ganar mucho.

¿Nuevos modelos económicos para eventos culturales?

La pandemia también afectó el sector de los eventos culturales. Museos, teatros y festivales han tenido de reinventar la forma en la que podían acercarse al público para seguir ofreciendo su labor de mediación cultural tan necesaria para el desarrollo de la sociedad. Visitas virtuales, clases online, retransmisión en vivo de conciertos son algunos ejemplos de los cambios observados. El sector de los eventos en general ha sido afectado y necesita descubrir nuevas formas de financiamiento al mismo tiempo que se replantea los servicios que ofrece.

El acceso permanente del visitante a la información: un problema importante para las ofertas específicas y calificadas

La información es abundante, accesible y, a menudo, gratuita. El riesgo radica en la sobrecarga de información, de solicitud, de suministro. La infobesidad está en todas partes y la acumulación de información no hace que el turista esté más informado. El desafío está en la calidad y pertinencia de la información proporcionada y en su adecuación a las aspiraciones del viajero.

Descargar el libro de tendencia completo en [inglés](#) y en [francés](#)