

## La tecnología jugará un papel crucial en la recuperación de la confianza de los viajeros

- Este año comenzará un proceso de aceleración en el desarrollo y comercialización de varias tecnologías que resultarán fundamentales en la reactivación del turismo y los viajes
- Entre estas tecnologías figuran el propio pasaporte sanitario, la pasarela digital o las soluciones ‘touchless’, que reducen el contacto a lo largo de la experiencia de viaje
- La tecnología puede acercar en mayor medida a las agencias al nuevo viajero post Covid-19, que será mucho más digital, conectado, híbrido y preciso en sus demandas
- Según los patronos de ObservaTUR, es preciso disponer de herramientas que, además de la máxima personalización, posibiliten las transacciones electrónicas o la consulta de contenidos en auge, como son las condiciones y protocolos de seguridad de los destinos o su compromiso en materia de sostenibilidad

**Madrid, 30 de marzo de 2021.-** En tiempos de pandemia, y a falta de interacciones profesionales personales, la tecnología ha sido muy importante en la industria del turismo y los viajes, tanto para conectar a las empresas y sus redes colaborativas, como para mantener el vínculo con los viajeros, en particular en los primeros momentos de la emergencia sanitaria, con millones de personas en tránsito por el mundo.

Un año después, en la nueva era de los viajes post Covid-19 que comienza a vislumbrarse, la tecnología jugará también un papel determinante en la recuperación de la confianza de los viajeros.

### Observatorio de Turismo Emisor en España

[www.observatur.es](http://www.observatur.es) | [observatur@observatur.es](mailto:observatur@observatur.es)

Así lo creen, al menos, los patronos de ObservaTUR, el instrumento de seguimiento y monitorización del turismo emisor, integrado por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7 Viajes/Airmet, Iberia, Movelia, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Piensan, de hecho, que este año comenzará un proceso de aceleración en el desarrollo y comercialización de varias tecnologías que resultarán cruciales en la reactivación del turismo y los viajes.

Entre estas tecnologías citan, por ejemplo, el propio pasaporte sanitario —que estará basado en códigos QR y firma digital—, la pasarela digital —con programas informáticos específicos— o las innovaciones que permitan facilitar el distanciamiento físico en los aeropuertos, con soluciones ‘touchless’ que reduzcan el contacto a lo largo de la experiencia de viaje.

En este sentido, dos de los patronos de ObservaTUR, Amadeus e Iberia, han presentado ya varios proyectos con sistemas de biometría. La compañía aérea ha puesto en marcha un proyecto piloto de detección biométrica de los pasajeros en el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, mientras que Amadeus acaba de asociarse con el Aeropuerto Internacional de Fort Lauderdale Hollywood (FLL) para facilitar sin contacto personal el embarque de los vuelos para todas las salidas internacionales.

Creen asimismo que esta creciente digitalización, por ejemplo, puede resultar clave para las agencias de viaje en el nuevo escenario que se perfila. Principalmente por dos razones, en opinión de los expertos de ObservaTUR.

En primera instancia, porque les permitirá acercarse al nuevo viajero post Covid-19, que será “distinto”, mucho más digital, conectado, híbrido y preciso en sus demandas. Y, en segundo término, porque la digitalización que han emprendido las agencias en tiempos de alarma y confinamiento ha de dar respuesta a las nuevas necesidades de información que plantean estos viajeros, por otro lado cada vez más implicados en la organización de sus viajes (y no únicamente en la etapa de inspiración).

## Observatorio de Turismo Emisor en España

[www.observatur.es](http://www.observatur.es) | [observatur@observatur.es](mailto:observatur@observatur.es)

De ahí la conveniencia --dicen-- de disponer de herramientas tecnológicas en el canal minorista que, además de procurar la máxima personalización de las propuestas, posibiliten igualmente las transacciones de comercio electrónico en sus respectivas web, que en este nuevo tiempo adquirirán un mayor protagonismo, al decir de algunos de los patronos del Observatorio. O también la consulta de contenidos relativos a las condiciones de seguridad de los destinos o su compromiso en materia de sostenibilidad, por mencionar contenidos en auge.

Marcos Franco, socio fundador de ReiniziaT y de ObservaTUR: "El proceso de digitalización emprendido durante la emergencia sanitaria ha sido muy importante y ha concentrado muchos esfuerzos, a pesar del momento económico tan difícil que está viviendo el sector, con la actividad reducida al mínimo. Y ese impulso, cuando pase la situación actual de crisis sanitaria, puede ser una de las claves de la reactivación de la industria y, lo más importante, de la reconstrucción de uno de los valores más deseados por los viajeros: la confianza. Es más, en ObservaTUR estamos convencidos de que así será".

---

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7 Viajes/Airmet, Iberia, Movelia, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

## DATOS DE CONTACTO

Marketing & Comunicación ObservaTUR  
646 11 65 74 / 636 641 691  
observatur@observatur.es  
marcos.franco@reiniziat.es

## Observatorio de Turismo Emisor en España

[www.observatur.es](http://www.observatur.es) | [observatur@observatur.es](mailto:observatur@observatur.es)

