



**Nere Ariztoy**

Consultora Turismo Gastronómico

## ● TIEMPO DE OPORTUNIDADES: EL NUEVO TURISMO GASTRONÓMICO

**D**icen que el ser humano es un *animal de costumbres* al que una de las cosas que más le cuesta por naturaleza es el **cambio**. Porque es muy normal y humano **tener miedo** a esa transformación aunque sea voluntaria. Miedo a no dominar la situación, miedo a lo desconocido, miedo a

equivocarnos...

Ni en el más imaginativo de los guiones de una **película de ciencia ficción** hubiésemos soñado a principios de este año todo lo que nos iba a tocar vivir estos meses. Cambios involuntarios, forzosos, rápidos. Los más complicados. Y aquí estamos. Y sólo por seguir estando aquí somos unos afortunados. **Hemos vencido**.

Y podemos estar tocados sí, pero no hundidos.

El **turismo**, ese maravilloso sector en el que tengo la suerte de trabajar, y la **gastronomía**, mi especialización, también están preocupantemente tocados. Y como nos pasa a nosotros, también **necesitan ese cambio**. Hay algo importante que ahora más que nunca debemos recordar y grabar a fuego: los momentos de incertidumbre, de crisis... son etapas de oportunidades.

El **nuevo turismo gastronómico** en el que ya

trabajamos es un **turismo más seguro** todavía que antes, sobre todo desde el punto de vista de la **salud**, con un mayor **control de la higiene** de manera general y en particular de la **alimentaria**. Una **experiencia** para vivirla de forma **más exclusiva**, en grupos más reducidos pero sin que eso suponga un coste extra para el que la disfruta.

Los **destinos** son y serán **altavoces de la seguridad** de su territorio informando a través de todos sus canales sobre la situación, protocolos e instalaciones sanitarias existentes.

Y los **espacios exteriores**, cotizados siempre, van a serlo mucho más de ahora en adelante. Se han convertido en **luxury and safety places**.

A pesar de que esta seguridad conlleve una reducción de la oferta, **reorganizar nuestra estrategia** en base a la nueva situación nos ayudará a convertirnos en un **destino más sostenible**, revisando nuestra capacidad de carga y ayudando a **evitar conflictos** entre el residente y el visitante pero sin olvidar viabilizar nuestra rentabilidad.

No podíamos parar. Y recordando que *la única batalla que se pierde es la que se abandona*, ya nos hemos puesto a ello.

Después de meses de reflexión y estudio y de analizar con detalle el comportamiento de los viajeros este verano, aquí tenemos **cinco claves que podemos ya unir a este nuevo turismo gastronómico**:

**-Seguridad.** Protocolos claros, información amplia y detallada por múltiples canales.

**-Personalización.** Ponerse en la piel de cada turista a la hora de rediseñar el destino.

**-Exclusividad a buen precio.** Sensación de "tú a tú" sin apenas alterar precios.

**-Originalidad.** Nuevos productos, nuevos canales, nuevas formas de venderlos.

**-Flexibilidad.** Adaptación al cambio en cada momento, nuevas políticas de cancelación.

**Volveremos a disfrutar** de lo increíble que es viajar y descubrir la gastronomía de un destino. No será igual que antes, **será mucho mejor**. Y brindaremos por ello.

