

Sector turístico dice que personas tienen "apetito por viajar" post COVID y que necesita trabajadores

Los empresarios turísticos detallaron cómo cambió el interés de las personas en el turismo postpandemia: ahora buscan y demandan distintas cosas; y también apuntarían a destinos no tan de "moda".

La demanda de vuelos y paquetes turísticos es creciente hasta el punto de que compañías aéreas y agentes de viajes quedan cortos de personal para satisfacer los pedidos de los turistas postpandemia, que tienen 'apetito por viajar'.

Esa fue una de las conclusiones extraídas este martes en el "EFE Fórum Aviación Turismo y conectividad: el reto de ser más eficiente y sostenible", organizado por la Agencia EFE en colaboración con Iberia en el Centro Cultural de España en Buenos Aires (CCEBA).

"Es tan fuerte la demanda que no hay mucho que hacer", sino "lograr que la gente pueda completar lo que nos está pidiendo", dijo el responsable de la Comisión de Transporte Aéreo de la Federación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (FAEVYT), Marcelo Marchetti.

"Se están consiguiendo cosas muy interesantes", que es "mezclar viajes de placer con trabajo", "que la familia lo acompañe" al trabajador, contó el experto, quien resaltó que hay "mucho interés también en destinos no habituales".

Si bien hay un alto número de viajes que se operan en plataformas globales, las pequeñas y medianas agencias

de viajes mantienen aún la relevancia.

"Claro que sí" hay vida para las pequeñas y medianas empresas en el mundo de los operadores, contestó Marchetti, quien reconoció que "hay una gran lucha por el pasajero final" y que la digitalización "puso en jaque la intermediación".

El representante de FAEVYT explicó que la pandemia puso "a prueba" al sector, ya que las empresas globalizadas están preparadas para emitir miles de boletos por día, pero no para recibir miles de reclamos, como sucedió durante el Covid-19.

La directora comercial para América Latina de Iberia, Marina Colunga, coincidió en que las agencias tienen un rol "sumamente relevante en el entorno en el que vivimos".

"No es absolutamente real que todos los viajeros están dispuestos a buscar tarifas en línea", dijo Colunga, porque "hay un perfil de viajero que realmente aprecia y está



dispuesto a pagar el servicio profesional de una agencia de viajes", porque aporta conocimiento, porque el pasajero no tiene tiempo o ganas de buscar la información.

Los agentes de viajes son "aliados fundamentales" de Iberia, "sobre todo en viajeros premium", y en los viajes de largo radio a Europa desde América Latina, porque "son inversiones que hace la gente", por lo que el agente de viajes "no es fácil de reemplazar" y "enriquece la planeación", dijo Colunga.