

## Terremotos, viajes e internet

Recuerdo que a principios de los noventa, mientras visitaba la feria de turismo ITB en Berlín, asistí a un publicitado seminario sobre el *Desarrollo futuro de la industria de los viajes y el turismo*, dictado por un alto ejecutivo de una empresa consultora alemana muy conocida en esas latitudes. Apoyándose en las coloridas imágenes y gráficos de un debutante *power point*, durante una hora, arengó a la incrédula audiencia sobre devastadores efectos que produciría internet en nuestra industria. Su teoría incluía, naturalmente, aquél tan manoseado *cliché*: *el cambio es constante y está fuera de nuestro alcance de tenerlo*. A poco oír su presentación, ya nos era fácil concluir que teníamos los días contados. Es decir, dábamos por hecho que dentro de pocos años no existiría ninguna agencia de turismo en el mundo. Sin saberlo, asistíamos al responso final de la intermediación en la venta de servicios turísticos. Más temprano que tarde, seríamos vilmente reemplazados por las computadoras. Hubiese sido sensato, entonces, que todos quiénes repletábamos la sala, volviésemos rápidamente a nuestros respectivos países de origen a replantearnos de raíz nuestro quehacer y prepararnos para la desgracia, como quién lo hace para esperar la llegada de un huracán. Yo no podía creer lo que oía y encontraba aterradora la posibilidad de un escenario tan negro en el horizonte.

Finalizada la exposición, me interné caminando “con la cola entre las piernas” por los pasillos de la feria, constatando felizmente un escenario diametralmente opuesto al anunciado por el charlatán germánico y en el que varios miles de visitantes y proveedores venidos de los cinco continentes desarrollaban una actividad frenética y bullente, donde internet ya se perfilaba claramente como una nueva e interesante herramienta de trabajo y, en ningún caso, en un futuro verdugo. Viendo los miles de stands y la desbordante energía que se percibía en el ambiente, simplemente me resistía a creer que una industria de envergadura mundial fuera a verse prácticamente terminada por la irrupción de esta tecnología creada por un par de universitarios gringos.

Veinte años más tarde, nadie duda del impacto cuántico de internet en nuestras vidas. Son miles las actividades y transacciones que realizamos diariamente gracias en esta herramienta que, lejos de ser amenazante y devastadora, representa una infinita fuente de oportunidades para generar nuevos negocios y emprendimientos. Efectivamente hemos tenido que adaptarnos a nuevos escenarios y formas de llevar adelante nuestros negocios pero, ¿cuándo en la Historia no ha sido así? Y, volviendo a lo relacionado con las transacciones de servicios turísticos vía internet, cada vez me convenzo más de la importancia y el valor agregado que aportamos los Agentes de viaje y Tour Operadores a esta actividad.

Escribo esta columna a tres semanas del devastador terremoto que azotó a Chile, justo al finalizar el verano, mientras muchísimos compatriotas se encontraran en el exterior pasando sus vacaciones y otros tantos turistas extranjeros descubriendo las maravillas que les ofrecía nuestro lejano país. Una parte importante de los turistas chilenos y extranjeros habían comprado sus pasajes aéreos y reservado sus hoteles a través de internet. Otra importante parte de ellos lo hicieron a través de sus agencias de viaje en Chile o sus países de origen. Posteriormente, vino el descalabro que todos conocemos: comunicaciones cortadas, aeropuertos cerrados, hoteles

dañados, réplicas constantes. Caos total. Y, ante este dantesco escenario, ¿cuál era el deseo de todos los que se encontraban de viaje? Volver lo más rápidamente posible a su país. Pero, ¿cómo se lograba eso?

Quiénes habían contratado los servicios en una agencia de viajes, se comunicaban con ésta, que se había organizado especialmente para atender la emergencia. En esta instancia, algo que parecía no tener mayor valor, se transformó en el tesoro más apreciado por los angustiados usuarios que necesitaban ayuda inmediata: la maravilla de comunicarse con un ser humano que conociera su paradero, que empatizara con él y le ofreciera soluciones inmediatas, concretas y reales.

Quiénes lo hicieron vía internet debían, primero que nada, tratar de lograr comunicarse y, cuando lo conseguían, no era raro oír la impersonal voz proveniente de un *call center* que podría haber estado en Burundi y que para hacer cualquier transacción habría que primero – y como se hace habitualmente en tiempos normales- “cantar” los dieciséis números de la tarjeta de crédito. Muchos de estos usuarios experimentaron la angustia y el desamparo que significa no tener a nadie conocido a quién recurrir en situaciones de este tipo. Los casos e historias que podría detallar son infinitos. Basta solo recordar las interminables filas de pasajeros, algunos de ellos incluso con maletas, esperando ser atendidos en las oficinas de las líneas aéreas. Lo concreto que se puede concluir tras esta terrible experiencia es que vuelve a emerger con más fuerza que nunca la importancia y el valor de lo humano, especialmente en aquellas actividades donde alguna vez se pensó que una máquina podría reemplazar el servicio que puede dar un ser humano. Ha quedado nuevamente comprobado que lo que realmente funciona es la dupla ser humano + máquina, donde ninguno reemplaza al otro sino que ambos se necesitan y suman. Es de esperar que, a estas alturas, el gurú de Berlín haya adaptado su negro discurso y que sus charlas sean algo más esperanzadoras.

Eugenio Cox / [ecox@expan.cl](mailto:ecox@expan.cl) / 796 4600 / 21Mar10