Fuerte impacto de las plataformas digitales sobre la industria tradicional del turismo

Pedone, Raúl
Periodismo
raulpedone@gmail.com

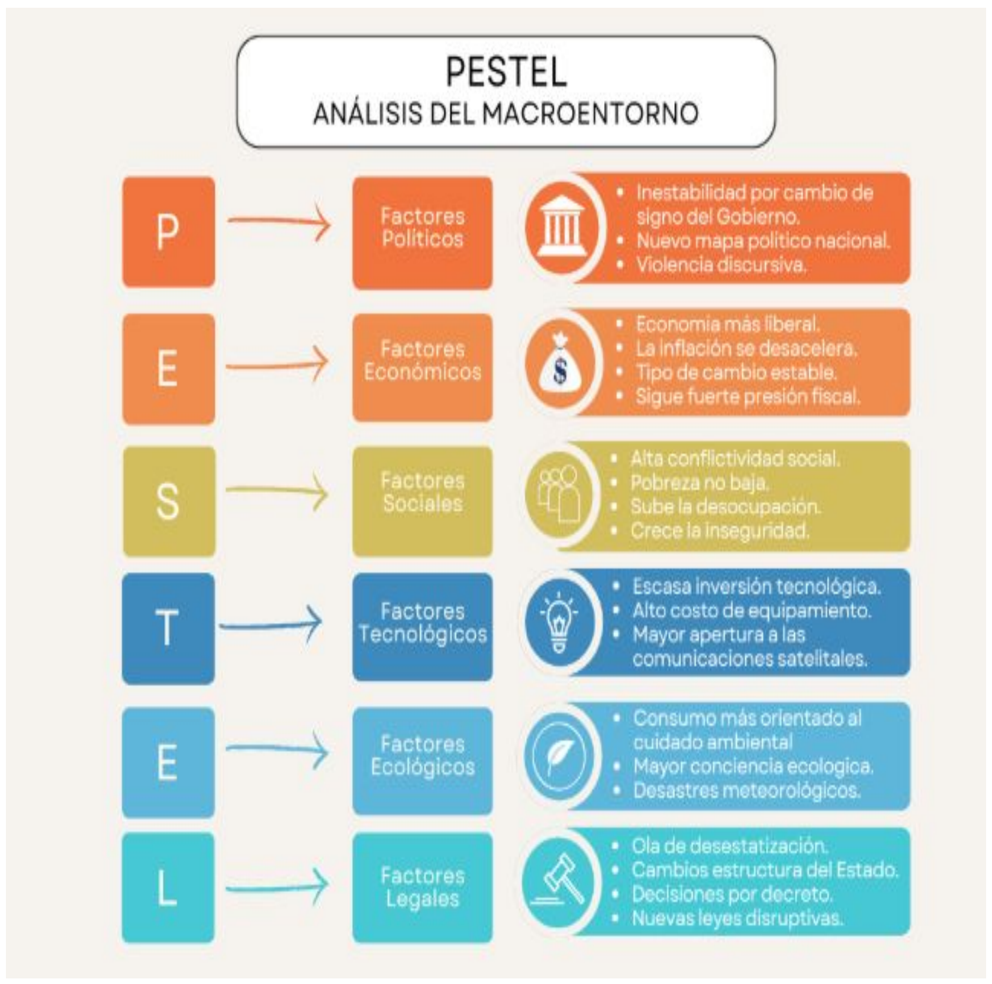
UNIVERSIDAD SIGLO 21
OPEN LAB 2025

Turismo, covid, mundo digital

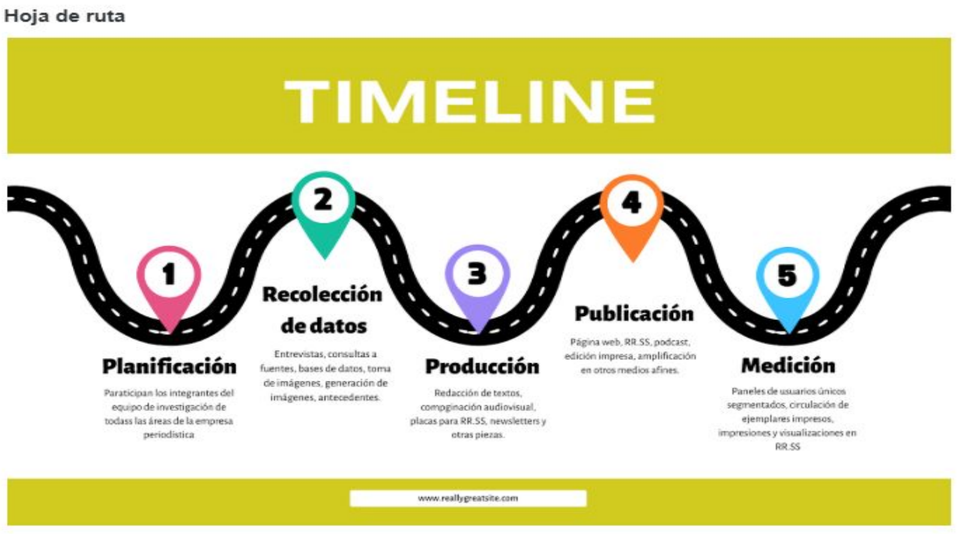
Dos factores transformaron de manera profunda la industria del turismo. Por un lado, la pandemia de coronavirus de 2020, que cerró fronteras y aeropuertos de todos los países: Por el otro, el auge y avance de las plataformas digitales de autogestión, que permiten a los viajeros prescindir de agencias de viajes tradicionales y las obligan a cambiar.

El caso Lozada, buen ejemplo

El objetivo de mi TFG apunta a destacar cómo una empresa de origen familiar y organización tradicional, se reinventó y creció después del Covid. Continuó ampliando su red de franquicias, que ya los hacía visionarios, para asociar sus servicios a las plataformas de autogestión, preferida, sobre todo por los jóvenes. El impacto favorable de la profesionalización de la gestiòn y la transformación cultural interna.

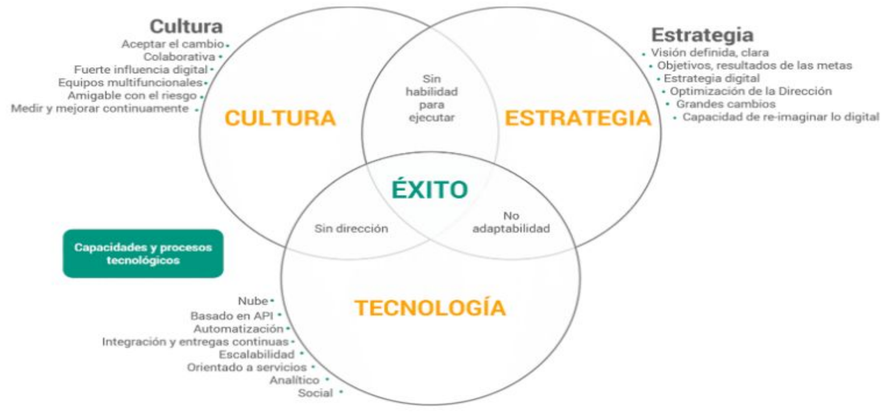


Hoja de ruta



Fuente: elaboración propia sobre la base de bibliografía, consultas publicaciones de IER y plataforma Canva.

Pilares de transformación y crecimiento



Discusión

Lo planteamos como preguntas: ¿Tiene sentido que sigan existiendo las agencias de turismo tradicionales, cuando la gente entra a su computadora y compra “el paquete turístico” a su medida sin moverse de casa? ¿Por qué la gente mayor, desconfiada de las nuevas tecnologías prefiere el contacto cara a cara para planear un viaje? ¿Hay término medio, solución?

Principales resultados

Cambiar, profesionalizarse, asociar a sus franquiciantes, formar equipos comprometidos con el trabajo y la satisfacción del cliente, permitieron a Lozada Viajes seguir creciendo, inaugurar un edificio (material físico) nuevo y recibir reconocimientos como el de las normas ISO. El cambio fue exitoso, pero hubo algo valioso que conservaron: no perdieron su esencia.

Método: Análisis de caso

Marco teórico: La transformación y la adaptación a los cambios son la mejor garantía para preservar las organizaciones.

Referencias bibliográficas: Collins J. (2007) Empresas que perduran. Barcelona. Editorial Norma. Rozas, J.P. (2019) La transformación digital no es digital. Santiago de Chile. Edición independiente. Cavanagh, B (2017) El impacto del e-comerce en la industria turística. Buenos Aires. Tesis de graduación de la Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad de San Andrés.