

FEAAV agradece el respaldo a las agencias de Iberia y Renfe pero pide “mayor apoyo”

La asociación recuerda que “bajo ningún concepto” las agencias asumirán los costes de los cambios en los GDS

La Federación de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV) ha mostrado su satisfacción por el reconocimiento por parte de Iberia y Renfe de la importancia de las agencias de viajes para la comercialización de sus billetes, aunque al mismo tiempo reclama a los proveedores “un mayor apoyo en su marketing, que tenga en cuenta a su principal canal de distribución”.

La Federación ha puesto de relieve en las conclusiones de XXIII Congreso, celebrado la pasada semana en el Mar del Plata (Argentina), que “a pesar de la gran implantación de Internet, tanto las compañías aéreas como Renfe han reconocido la importancia de su principal canal de distribución, destacando Iberia que las agencias de viajes españolas siguen representando el 80% de sus ventas y Renfe que ha experimentado un incremento del 40 al 70% en sus ventas a través de las agencias de viajes”.

En este sentido, FEAAV recuerda la posibilidad de implantar nuevas sistemas retributivos que podrían ser aplicables en España, y pone como ejemplo la plataforma creada por la aerolínea TAM en Brasil y, próximamente, en Argentina, que ofrece mejores condiciones para las agencias de viajes.

Con respecto a los Sistemas de Distribución Global –GDS o CRS–, FEAAV recuerda que “bajo ningún concepto las agencias de viajes asumirán los costes” de los cambios que se está produciendo en la distribución a través de los CRS, en cuanto a su evolución tecnológica y ampliación de contenidos.

En este sentido, considera “fundamental la implantación generalizada de un billete de transporte único, que combine el avión con el transporte marítimo, terrestre y ferroviario, así como su incorporación a los CRS, con el fin de dar una mayor cobertura a nuestros clientes”.

Espíritu de Mar del Plata

Por otro lado, la Federación también resalta el acuerdo de colaboración suscrito con la Asociación de Agencias de Viajes Argentina, bautizado como “Espíritu de Mar del Plata”, para el intercambio de información, opiniones y experiencias entre ambas asociaciones con el objetivo de mantener un “contacto directo y continuo”, “defender nuestros intereses comunes” y “con la intención de englobar a todas las asociaciones latinoamericanas de agencias de viajes”.

Además, solicita un mayor acercamiento de España a Argentina mediante una mejora de la conectividad aérea entre ambos países y “hacer más fácil el cambio de moneda extranjera”. Al mismo tiempo anima a promocionar Mar del Plata como un “destino preferente para el mercado español”.