

¿Ha llegado el momento de que las agencias de viajes comiencen a cobrar por sus servicios de asesoramiento?

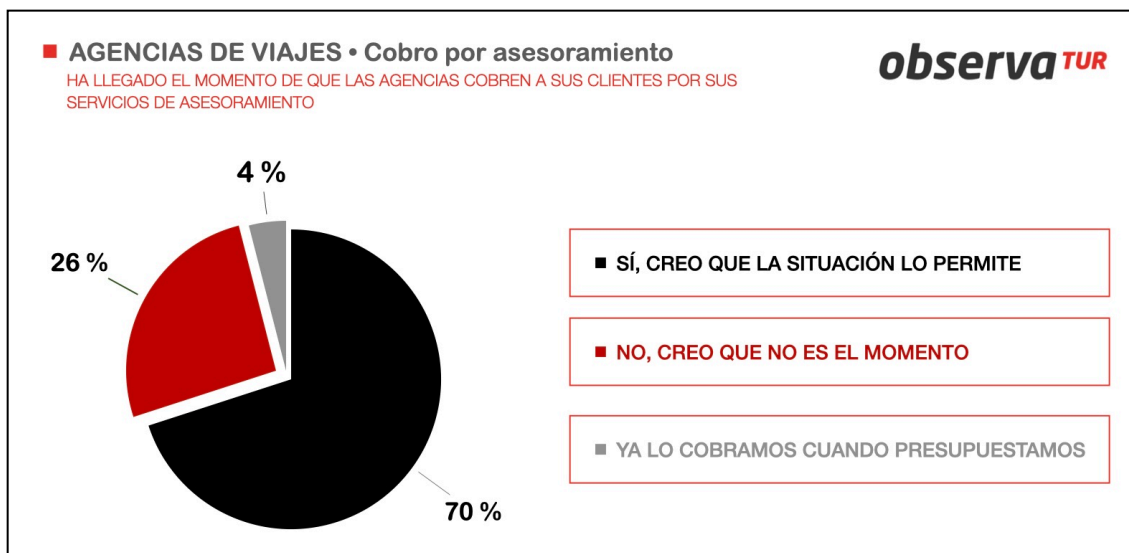
- En un momento pleno de buenas noticias para el sector turístico, con cifras récord que se suceden día tras día, con unas previsiones de futuro más que optimistas y un entorno de viajes cada vez más complejo, ObservaTUR ha preguntado a los agentes de viajes cuál es su opinión acerca del posible cobro por sus consejos expertos. Y la respuesta no deja dudas...

Madrid, 22 de abril de 2024.- Las aerolíneas ofertan 240 millones de asientos en España para este verano. Los pasajeros aéreos internacionales crecen y suman casi 20 millones de viajeros. El turismo registra un crecimiento del 13,8% en el primer trimestre. El empleo en el sector turístico aumenta en marzo un 6,1% y supera los 2,7 millones de afiliados. En 2024 se romperán todos los récords en viajes y turismo. Los destinos imponen la tasa turística como medida de control. Los españoles destinarán un presupuesto mayor para sus viajes en 2024...

Ante esta cascada de noticias que se suceden, con titulares rescatados de la prensa en los últimos días, la pregunta que se hacen los profesionales de las agencias de viajes parece más oportuna que nunca: ¿ha llegado el momento de cobrar por el asesoramiento que se hace a los clientes? ObservaTUR se lo ha preguntado a sus protagonistas y la respuesta no deja lugar a dudas: sí, la ocasión es la adecuada.

Al menos así lo entienden 7 de cada 10 profesionales consultados por el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), el instrumento de seguimiento y monitorización integrado por una decena de firmas líderes de la industria del turismo y los viajes, entre las que figuran Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Iryo, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Según estos profesionales, las actuales circunstancias de bonanza que vive el sector turístico, con cifras récord que se suceden día tras día, con unas previsiones de futuro más que optimistas y un entorno de viajes cada vez más complejo, sería el escenario más idóneo para la adopción de esta medida, que en todo caso no es unánime.



A este amplio porcentaje de profesionales que plantean la medida del cobro por la atención y la dedicación de su tiempo hay que sumar la de aquellos (aproximadamente un 4% de los consultados) que, desde hace ya tiempo, cobran un importe por este servicio de asesoramiento.

Con todo, hay también un grupo de agentes de viajes muy compacto, superior al 26%, que cree que no es el momento debido, ya que la situación actual —sostienen—no es favorable para cobrar este servicio.

En opinión de Marcos Franco, socio fundador de ReiniziaT y portavoz de ObservaTUR, “no sorprende la respuesta que dan los profesionales de este canal a la pregunta del Observatorio”. “Hay que tener en cuenta” —explica— “que, como parte de su cometido, es cierto, dedican muchas horas de su trabajo a dar respuesta a los clientes y a poner todo su conocimiento experto sobre los destinos y los viajes al servicio de los viajeros”. “Y estos” —añade— “en ocasiones, tras obtener la información y los precios de las propuestas se ‘fugan’ con esos presupuestos para obtener mejores ofertas en otros puntos de venta, desdorando ese trabajo y la dedicación dispensada”.

Según Franco, “la medida se plantea, además, en un contexto muy favorable, con todos los parámetros sectoriales al alza y con un aumento importante de la complejidad a la hora de organizar un viaje, ya que los tiempos de las propuestas indiferenciadas van pasando en favor de la máxima personalización. Y esa personalización y el valor añadido que aportan los agentes es parte consustancial del éxito de los viajes”.

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Iryo, MundiPlan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es
jm.paredes@task-one.com