

Visítalo en:

<http://www.labolsa.com/noticias/20071021085425001/economia-transportes-iberia-anuncia-que-suprimira-las-comisiones-fijas-a-agencias-de-viajes-a-partir-del-1-de-enero>

Iberia anuncia que suprimirá las comisiones fijas a agencias de viajes a partir del 1 de enero.

21 de Octubre de 2007, 08:54|

Las agencias exigen conocer cuál será la política de remuneración a través de incentivos variables de la principal compañía aérea que opera en España
CARTAGENA DE INDIAS (COLOMBIA), 21 (del enviado especial de EUROPA PRESS, Ramón Couso)

Iberia finalmente eliminará por completo la comisión fija de retribución a las agencias de viajes a partir del 1 de enero de 2008, una decisión a menudo insinuada por la compañía pero que hasta ahora no se había materializado de forma oficial.

El encargado de desvelar la medida fue el director del departamento de Ventas para España de la aerolínea, Javier Alonso y el lugar elegido ha sido el XVIII Congreso de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE), que se celebra en la ciudad colombiana de Cartagena de Indias entre el 19 y el 23 de octubre. Iberia, sin embargo, mantendrá y modificará las actuales comisiones variables que abona a las agencias, pero siempre sobre ingreso, no sobre venta, y con el objetivo de retribuir las tarifas de alto valor para la compañía.

"No buscamos ahorro, sino eficacia", argumentó Alonso en referencia al ánimo de lucro injustificado que le atribuyeron algunos agentes de viajes. Este recorte "no es tan dramático como otros cambios en las reducciones de comisiones" aplicados en años anteriores y, aseguró, beneficia en realidad a las agencias, ya que con las tarifas actuales que han bajado hasta los 20 euros en algunas ocasiones incluso aplicando el 9 por ciento de comisión fija que estaba vigente a finales de la década de 1990 las agencias estarían ganando menos de lo que se les asigna ahora por comisión variable.

Alonso explicó que aún no están decididas los criterios concretos de asignación ni las cuantías de estos incentivos variables que serán el sustituto de la comisión básica --fija--, pero explicó que estarían basados en el tipo de tarifa o en si se trata de un destino internacional y argumentó que sólo si realmente las agencias de viajes prestan un servicio real al consumidor éstas podrán trasladar justificadamente un coste adicional que se constituya en su margen de beneficios. "Las agencias tienen que poner en valor su gestión", recalcó.

La política de retribución a los canales de distribución de sus productos vigente hasta ahora establece una comisión fija del 0,4 por ciento de las ventas de cada empresa distribuidora, pero la compañía había mostrado en numerosas ocasiones su intención de alcanzar la 'comisión cero', una meta que ha ido acercando de forma paulatina con reducciones progresivas de los incentivos.

Las agencias, sin embargo, insisten en que su función como intermediarias entre proveedores como las líneas aéreas y el consumidor es necesaria y que, como tal, justifica las comisiones que hasta ahora vienen pagando estas compañías. Además, el impacto de los nuevos canales como la compra directa a través de Internet ha sido, menos grave de lo que se preveía, según las agencias.

Alonso, por su parte, recordó que el 15 por ciento de los billetes de Iberia se venden por su página web, un porcentaje que la compañía podría incrementar sin dificultad en poco tiempo, pero que encontraría un techo en torno al 30 por ciento. Así pues, señaló, la auténtica "amenaza" para las agencias de viaje tradicionales son en realidad las agencias de viajes por Internet, las que en realidad "están tirando del

mercado" y poseen ya aproximadamente un 25 por ciento de la emisión de billetes.

En cualquier caso, indicó Alonso, Iberia "no busca enfrentamiento (con las agencias de viajes), sino que busca la racionalización", ya que con esta medida de eliminación de la comisión fija la compañía "se alinea con las grandes del sector como Air France, Lufthansa o British" Airways, empresas que practican esta política desde hace años. "A lo mejor lo que tendríamos que haber hecho era bajar la comisión a cero de golpe", espetó Alonso, ya que "esto parece un via crucis", en referencia a las bajadas progresivas que cada año encontraron la oposición de las asociaciones empresariales de agencias de viajes.

LAS DEMÁS COMPAÑÍAS IRÁN DETRÁS

El presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, mostró la rotunda oposición de su organización a la supresión de la comisión fija que anunció Iberia y denunció la "actitud desajustada e inmerecida" de la compañía por anunciar su decisión sin explicitar cuáles serán las nuevas comisiones que se aplicarán en un plazo de apenas dos meses.

"Me parece una falta de respeto a la asociación", afirmó Maciñeiras tras constatar su convicción de que las demás compañías aéreas secundarán la decisión de Iberia y rebajarán o suprimirán sus comisiones a las agencias de viajes. "Aunque vendan como que todo va a quedar igual, que al final vamos a salir beneficiados (los agentes de viajes), en realidad va a haber un recorte en la retribución", dijo. "Los que vendan clickair sí podrían incrementar sus ingresos, pero en los viajes corporativos --más baratos-- sí se perderá".

Otro de los argumentos de Iberia es que no es necesario retribuir la venta de billetes de tarifa reducida.

"Un billete de veinte euros se vende solo", planteó Alonso. Pero para AEDAVE no es tan sencillo, porque para poder vender ese mismo billete Iberia tendría que realizar inversiones en sistemas de comercialización cuyo coste supondría una cantidad mucho mayor para la empresa que el pago de la comisión.

Maciñeiras recordó que las agencias de viajes siguen creciendo a pesar de que en los últimos años el sector ha tenido que afrontar retos como la bajada de las comisiones, la irrupción de Interne o la posibilidad de que los distribuidores lleguen directamente al consumidor, para lo que algunas compañías han invertido importantes cantidades "para intentar desviar a los clientes a canales alternativos". "Han pasado muchas cosas que apuntaban a que iban a desaparecer unos miles de agencias", pero el sector "sigue creciendo", indicó.

Hasta ahora "las agencias de viajes" eran indispensables para los proveedores. "Deberíamos gozar de su reconocimiento, respeto y colaboración, pero algunas empresas ya sea por moda o por ciertas teorías intentan dominar al cliente final directamente con resultados escasos y rentabilidad nula a pesar de las grandes inversiones realizadas", aseguró.

"AEDAVE no intenta imponer nada, pero quien tome una decisión debe asumir sus consecuencias", declaró durante su intervención Maciñeiras en reacción a la nueva medida de Iberia, aunque la compañía aún no había anunciado la decisión. "AEDAVE rechaza las políticas de supresión o reducción porque (las agencias) aportan asumen responsabilidades, conocimientos y un valor añadido", aunque, matizó, sin olvidar nunca que son agentes, es decir, que venden algo en el lugar de un tercer actor, en este caso en el de las compañías aéreas.