



# juntos, sumamos

**AVIBA:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares · **ACAve:** Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas · **ASAVAL:** Asociación de Agencias de Viajes de Almería · **AAVA:** Asociación de Agencias de Viajes de Aragón · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Cádiz · Asociación provincial de Agencias de Viajes de Córdoba · **AAVFG:** Asociación de Agencias de Viajes de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote · Asociación de Agencias de Viajes de Melilla · **AMAV:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Murcia · **AAVOT:** Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria · **AEDAV Andalucía:** Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía · **AEVISE:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla · **SpainDMCs:** Asociación Española de DMCs · **AVIPO:** Asociación Provincial Agencias Viajes Pontevedra · **APAV:** Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Santa Cruz de Tenerife · **FECLAV:** Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes · **G.E.B.T.A.:** Guild of European Business Travel Agents · **UACV:** Unión de Agencias de Viajes Emisoras y Receptivas de la Comunidad Valenciana · **UNAV:** Unión de Agencias de Viajes



## Necesidad de **modernizar** el Programa de Agencia: consenso IATA y Agentes de Viajes

**Eva Blasco** - Adjunta a Presidencia de Relaciones Internacionales de CEAV y Vicepresidenta ECTAA

Los agentes de viajes llevamos años reclamando la modificación y actualización de un programa, como es el Programa de Agencias IATA, nacido hace décadas, y obsoleto debido a los profundos y radicales cambios habidos en la distribución de los productos aéreos, en sus más de 60 años de existencia. A nadie se le escapa que la venta de productos aéreos hoy en día, nada o muy poco tiene que ver con la venta de productos aéreos hace más de medio siglo. Así pues, resulta incuestionable que el programa IATA precisa modernizarse y adecuarse a los nuevos tiempos y a las nuevas realidades. Pero es aquí donde acaba el consenso entre los agentes de viajes por un lado y las compañías aéreas e IATA por otro.

Cuando la desregularización triunfa en los mercados, los trámites se simplifican, aparecen nuevos actores en la distribución de productos turísticos, imprimiendo a la misma una complejidad nunca conocida, IATA y las compañías aéreas -a las que representa- recorren el camino inverso por lo que a los agentes de viajes se refiere, diseñando un nuevo programa, conocido como NewGen ISS, que lejos de simplificar y dinamizar las relaciones de los agentes con IATA, las encorseta todavía más, las hace más y más complejas e impone a los agentes más y más cargas administrativas y burocráticas anacrónicas y que pueden llegar a ser insoportables.

Son cuatros los pilares del NewGen ISS, a saber: nuevos modelos de acreditación (estándar, multicountry y without cash), un pretendido nuevo medio de pago (denominado por IATA Easypay, aunque prefiero denominarlo Prepay, pues más que un nuevo medio de pago es simplemente una exigencia de prepago), Global Insurance (que posiblemente acabe limitándose a ser una forma más de garantía a disposición de los agentes pero negociada por IATA, con poco o limitado aporte de valor para las agencias de viajes) y el denominado en inglés Holding Remittance Capacity o HRC (que no es más que fijar un límite de crédito individual para cada agente, que rebasado obligará a depositar nuevas garantías o prepagar).

Me referiré con algo más de detalle a tres de los pilares del proyecto. Por lo que respecta a los modelos de

acreditación, el actual vendría a equivaler al estándar, al que se unen dos: el multicountry pensado para corporaciones multinacionales con presencia en diversos mercados, pero en todo caso -al menos inicialmente- tendrá carácter totalmente voluntario y el modelo de acreditación simple, en el que la agencia no podrá emitir en Cash sino únicamente a través Easypay, de modo que al deber prepagar para emitir, los requisitos para acreditarse serán mínimos, al ser mínimo o inexistente el posible riesgo económico para las aerolíneas.

El pretendido nuevo medio de pago Easypay, es una fórmula que conllevará bloqueo de fondos previo a la emisión, reduciendo a 0 el riesgo de impago. En este punto, la duda que se nos plantea es porque "inventar" una forma de pago; Posiblemente hubiera bastado con eliminar las limitaciones que establece la Resolución 890 respecto al uso de tarjetas de crédito de la agencia y paralelamente activar medios de pago electrónicos ya disponibles y en uso en el mercado.

Y qué decir del HRC, que no es más que una fórmula de limitar el crédito a las agencias y, en consecuencia, limitar sus posibilidades de venta. Estandarizar la limitación con créditos bajos, de acuerdo con las fórmulas que se están barajando por parte de IATA, es ir a lo fácil, pues lo cierto es que la Resoluciones ya permiten a IATA monitorizar ventas y limitarlas cuando se detectan actividades sospechosas; ahora bien, es más sencillo imponer cargas y más cargas a los agentes para poder vender, que establecer sistemas modernos y adecuados de monitorización del riesgo, que exijan esfuerzos de IATA y de las aerolíneas, corporaciones todas ellas con capacidad de asignación de recursos (tanto personales como materiales) muy superior al de la inmensa mayoría de los agentes. No olvidemos (por lo que a las aerolíneas respecta) que son ellas quienes hacen la venta, quienes tienen producto que quieren comercializar y vender, que la retribución de las agencias viene vía fee del cliente no comisión de la aerolínea... Aun así, pese a que hacen recaer el esfuerzo de la distribución en las agencias y no nos retribuyen, continúan y continúan imponiéndonos cargas que hace que nuestros márgenes, ya de por

## ¿QUÉ OPINAS?

sí mínimos, bajen y bajen hasta límites insostenibles... Cier-  
tamente su estrategia pasa por priorizar su venta directa, pero  
estrangular la distribución, más que llevarles a dicho objetivo  
puede conducirles tan solo a una concentración en la que su  
poder se vea menguado.

Esgrimiendo la necesidad de reducir el riesgo de impago, que  
como bien sabemos está por debajo en términos globales del  
0'00X%, se está diseñando un programa que me atrevería a  
calificar de anti comercial; un programa que se ha diseñado  
para los agentes pero sin contar con los agentes, a los que  
únicamente se les ha consultado una vez horneado el producto  
final, limitando su participación a opinar respecto a aspectos  
limitados y residuales, que poco o nada pueden alterar el pro-  
ducto ya horneado, simplemente decorarlo con toppings mas  
o menos decorativos.

Durante años IATA ha visto como el número de agencias  
acreditadas en su programa ha venido reduciéndose, sin que  
dicha reducción pueda achacarse a la crisis económica, pues  
la misma no discurre en paralelo al eventual cierre de agencias.  
Siendo así, ¿no debería IATA replantearse su modelo de ne-  
gocio? Esto es lo que cualquier empresa haría, pero parece  
que con su nuevo proyecto IATA únicamente pretende  
estrangular más a los agentes y darles una nueva vuelta de  
tuerca, en modo alguno modernizar y adaptar el modelo a los  
nuevos tiempos y necesidades (ya no sólo de los agentes  
sino también y, muy especialmente de las aerolíneas). Así  
pues muy posiblemente el NewGen, lejos de garantizar el  
crecimiento del programa de agencias, contribuirá a consolidar  
el declive del mismo, dejando pasar una oportunidad histórica  
de relanzarlo y reforzarlo, haciéndolo crecer y construyendo  
un modelo de futuro.

### MIEMBROS ADHERIDOS CEAV

#### CEAV crece

Porque la suma de los esfuerzos individuales es el  
Resultado del éxito colectivo, la confederación crece  
en número de colaboradores con sus miembros  
adheridos para los que ofrece:

**VISIBILIDAD On line:** sección de miembros adhe-  
ridos en la web con logo linkeado a su home.

**VISIBILIDAD Off line:** institucional en todos los  
eventos organizados por la CEAV.

**FITUR:** Punto de Encuentro & Welcome FITUR para  
todas las agencias y miembros como punto de en-  
cuentro y saludo oficial.

**WORKSHOPS:** participación en los workshops de  
CEAV.

**COMUNICACIÓN:** gestión de envíos de las convoca-  
torias o novedades a las agencias de viajes desde  
CEAV.

**ORGANIZACIÓN:** formaciones y presentaciones  
personalizadas a medida para cada miembro adhe-  
rido que lo solicite. Condiciones a consultar.

**MUNDO INEDITO:** Espacio publicitario donde figuran  
los miembros adheridos en la revista Mundo Inédito  
y descuentos sobre las tarifas oficiales de publicidad  
de la revista.

**APOYO institucional de la Confederación y Mar-  
ca.** Asesoramiento sobre cuestiones específicas de  
ámbito turístico.

**CALIDAD:** Ser miembro adherido de CEAV es sín-  
ónimo de calidad.



### El lugar donde cada uno encuentra su sol

Naturaleza, historia, cultura, gastronomía o relax son solo algunos de los  
atractivos con los Málaga-Costa del Sol te obsequiará gracias a su riqueza  
interior, a sus pueblos y a sus paisajes. Una copa de vino con sabor a  
tradición, un espectacular paseo por el Caminito del Rey, una mágica ruta  
por el Torcal de Antequera... busques lo que busques, en Málaga-Costa  
del Sol siempre encontrarás tu propio sol.



**COSTA DEL SOL MÁLAGA**  
VITA  
*Siempre Cálida*

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)