

UCAVE valora la situación de las agencias

Expresa su preocupación por las consecuencias de las agresivas ofertas comerciales de las grandes redes de agencias

Barcelona, 8 de julio de 2009 -. Recientemente y atendiendo a la convocatoria cursada por UCAVE, se ha mantenido una reunión con representantes de los Grupos de Gestión comercial de Catalunya. El objeto de dicho encuentro era valorar la situación por la que atraviesa el sector de las agencias de viajes, el cual se ve afectado por las agresivas apuestas comerciales que están llevando a cabo las grandes redes de agencias.

Todos los grupos que se relacionan al pie de la presente, han valorado muy positivamente la iniciativa de la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras y han expresado su honda preocupación por los siguientes temas:

- 1.- Considerar como muy peligrosa la proliferación indiscriminada de la política de venta basada en la captación de cuota de mercado mediante el ofrecimiento de descuentos.
- 2.- Considerar que esta agresiva comercialización está provocando un gran desconcierto entre los consumidores.
- 3.- Considerar, además, que el ofrecimiento de descuentos está dando por sobreentendido que nuestros márgenes comerciales permiten estas acciones.
- 4.- Considerar que, a partir de los datos objetivos de rentabilidad de nuestro sector -generalmente admitidos-, el ofrecimiento de hasta un 40% de descuento junto con otros elementos promocionales, constituye un peligroso ejercicio de la praxis empresarial y financiera.
- 5.- Considerar que esta situación perjudica gravemente a las pequeñas y medianas empresas mayoritarias en el sector, por la pérdida de cuota de mercado.
- 6.- Considerar, por último, que la imagen de nuestro sector se puede resentir negativamente, ante las dificultades operativas que se pueden producir, en general, y en aquellas empresas involucradas en la espiral de descuentos, en particular.

Por todo ello, MANIFIESTAN:

- Que es absolutamente necesario abrir un amplio debate dentro del sector que permita la racionalización de esta situación.
- Que, en todo caso, la aparición de conceptos como publicidad engañosa, venta a pérdidas (dumping), incumplimiento de condiciones económicas ofertadas de manera garantizada (precios garantizados) y restricción de precios reservados a determinadas agencias, hacen necesario revisar y estudiar la legalidad de estas acciones por lo que pudieran tener de restrictivas, desleales o ilícitas.

AVASA // EDENIA // EUROPA // GEA // OVER // RET // TEAM GROUP