

el debate

Un seguro adecuadamente aconsejado redunda en la fidelización del cliente

ANTONIO OMAÑAS _Director de contratación de Barceló Viajes

El cliente que demanda este servicio suele estar habituado a viajar, visita nuestras tiendas con información previa y, en la mayoría de los casos, cuenta con una idea bastante precisa del viaje que desea realizar. Normalmente, viajes de una duración determinada y a destinos alejados de España.

Evidentemente, no se trata del grueso de nuestras ventas, aunque sí de una parte importante.

Para el resto de clientes, es el asesor de viajes quien tiene que plantear, en todos los casos, la posibilidad de contratar un seguro de coberturas adecuadas al destino o servicio contratado. No sólo porque así lo prevé la ley de viajes combinados; también para la tranquilidad del viajero y la de la propia agencia de viajes.

Por otro lado, no debemos olvidar que, aunque los importes de los seguros suelen ser reducidos, su rentabilidad es muy alta en tiempos en los que las comisiones tienden a limitarse. Este producto resulta, comparativamente, muy interesante para el distribuidor. Además, adecuadamente prescrito, redundará, siempre, en la fidelización del cliente.

No obstante, la venta o prescripción de los seguros de viaje conlleva cierta dificultad. Porque en sí mismo conjetura con el pesimismo ante un viaje que se planea con ilusión y porque quizás demasiado asesoramiento jurídico

ha obligado a las compañías aseguradoras a protegerse excesivamente ante casos de fraude no tan probables; creando condicionados que, cuanto menos, provocan cierta desconfianza e indecisión para el cliente final y aparente complicación para el prescriptor.

El agente de viajes debería ser más consciente de la idoneidad de complementar todos los viajes con estos productos, sabiendo argumentar siempre en positivo sobre su conveniencia y las compañías aseguradoras deberían simplificar sus pólizas dotándolas de mayor transparencia y legibilidad.



PREGUNTA DEL PRÓXIMO MES

¿Sobrevivirá el turismo del Caribe a los huracanes?

Envía tu opinión al correo de SAVIA debate@revistasavia.com

LA OPINIÓN DEL LECTOR

Hace unos años el conductor del autobús que nos debía llevar a todo un grupo desde Connecticut hasta el aeropuerto de Nueva York se equivocó de carretera y tardamos tanto en llegar que perdimos nuestro vuelo, el último programado ese viernes para volver a España. No había ninguno más hasta el domingo por la tarde. Gracias al seguro, pasamos dos noches en un hotel y nos facilitaron transporte y dinero para comer. No puedo imaginar qué podríamos haber hecho sin esta ayuda. ¿Creo que los seguros de viaje son necesarios? Sin duda.

_María Barroso. Guía de turismo.

Mientras las aerolíneas sigan vendiendo más plazas de las que tienen, eliminen o retrasen vuelos y las mayoristas no cumplan con la categoría de los hoteles anunciados en sus catálogos, los seguros no se generalizarán, porque estos problemas no pueden solucionarlos estas compañías. Y las agencias pagan el pato porque los viajeros las hacen responsables.

_Sergio Ramírez. Agente de viajes. Sevilla.

¿Demanda el cliente seguros de viaje?

La contratación se hace mayoritariamente por prescripción del agente de viajes

IGNACIO ASÍN_Director general de BCD Travel

La respuesta es cada vez mayor, aunque seguimos estando muy por debajo de la media de contratación de este tipo de servicios si nos comparamos con otros mercados en los que el viajero conoce bien las ventajas de estos productos. Mayoritariamente, la contratación no se hace por demanda del consumidor sino por prescripción del agente de viajes, lo cual demuestra que la concienciación sobre la importancia que este servicio tiene todavía es una asignatura pendiente para los viajeros. La mayoría de los paquetes turísticos comercializados en el mercado español llevan incorporado en su precio de venta al público un seguro de viajes que incluye las coberturas básicas de hospitalización y repatriación. No obstante, hoy en día hay pólizas de seguros que cubren la incidencia más común en los viajes, la cancelación, al margen de otras coberturas adicionales a un precio muy competitivo. Precisamente por su

bajo coste, se hace muy recomendable suscribirlas antes de salir de viaje. Generalmente, nunca ocurre nada y este tipo de servicios es considerado como un gasto adicional, pero el día que se han de utilizar es cuando realmente se toma conciencia de que el pequeño coste adicional tenía un valor añadido muy importante.

El otro perfil de viajero, el que no contrata un paquete vacacional, es un cliente mucho más concienciado sobre la contratación de un seguro de viaje y de asistencia médica. Especialmente estos años que han aumentado considerablemente los viajes de los españoles a destinos más exóticos. En estos casos, un seguro de viaje es imprescindible si se quieren evitar desagradables sorpresas en caso de problemas durante el viaje. ■

No es culpa de las agencias si los clientes no contratan seguros, aunque sea lo mejor para ellos. Siempre buscan lo más barato. Pagan sin rechistar el suplemento de carburante o por temporada alta y, en cambio, el seguro les parece un gasto innecesario. Aunque es verdad que cada vez hay gente más concienciada, sobre todo si van a realizar actividades deportivas o de aventura durante sus vacaciones o viajan al extranjero. Dentro de España, ni se lo plantean.

_Luis Sánchez Esteban. Madrid.

Por tan sólo 30 o 60 euros, como mucho, un viajero está asegurado, aunque sea con un límite de dinero, no sólo si tiene problemas graves, sino también si no puede viajar o debe prolongar su estancia. ¿Por qué no se contratan más seguros? Creo que el problema es que los agentes de viajes no se los ofrecen

a los clientes. Se preocupan más de que contraten un hotel de cuatro estrellas en lugar de uno de tres o más excursiones, que de recomendarles un seguro, con la de problemas que podría quitar también a la agencia. Un buen seguro hace que los problemas que puedan tener los viajeros se solucionen rápida y eficazmente, lo que redundará en la buena imagen de la agencia

_Javier Pérez. Agente asegurador.