

AGENCIAS SOBREVIVEN LA ERA DIGITAL

●●● Los "millennials" han potenciado el valor del agente de viajes, pues gustan de viajar y prefieren que alguien les coordine sus destinos

Yolba Rivera Cruz
yrivera@elnuevodia.com
 Twitter: @yolbarivera20

Con la masificación del internet y la apertura al acceso de compra de paquetes de viajes, pasajes, cruceros, hoteles y excursiones a través de internet, se llegó a pensar que este era el fin de las agencias de viajes.

Una presunción que no estuvo del todo correcta ya que si bien es cierto que muchas agencias claudicaron en el proceso, hubo otras que por el contrario se han mantenido y han aumentado sus ventas.

Según Daphne Barbeito, propietaria de la agencia de viajes Cruceros To Go, hace 10 años, aproximadamente, había sobre 800 agencias de viajes en Puerto Rico, número que en la actualidad ronda los 200. Entre esas que quedan, precisamente, está Cruceros To Go, que este año cumple su décimo aniversario, y que por los pasados cuatro años ha experimentado crecimientos constante de entre un 10% a 15% en sus ventas.

"Hace cinco años pensaba que mi negocio iba a desaparecer con la llegada de los 'millennials' que todo lo hacen por internet, pero no fue así. Ellos le han dado precisamente un nuevo empuje al negocio porque son unos apasionados de viajar y prefieren que otro haga el trabajo por ellos. Además, tienen el dinero para hacerlo porque muchos de ellos viven con sus papás, y no gustan en comprar cosas porque ellos lo que prefieren son experiencias", detalló.

Claro está, la clave de esta supervivencia venida acompañada de un proceso de transformación y de diversificación de su oferta.

Lo que comenzó como una agencia exclusivamente de venta de cruceros hoy cuenta con una oferta amplia de paquetes de viajes y de



Daphne Barbeito, propietaria de la agencia de viajes de Cruceros To Go.

servicios especializados, que se adaptan a la necesidad y gustos de cada viajero, ya sea en viajes terrestres como en cruceros.

Barbeito indicó que, aunque siempre existe una demanda importante por el crucero por el Caribe, cada vez

es más frecuente que el viajero local se incline por querer visitar destinos diferentes y de riqueza cultural.

Entre los lugares más solicitados en estos momentos están Perú, Argentina y Ecuador, en América Latina. Europa siempre está en la lista, con

lugares como los países escandinavos y Rusia, así como, los cruceros por el Mediterráneo o Alaska. Aunque a nivel local, pero no con tanta frecuencia. Aunque los destinos asiáticos también están entre los solicitados.

"Este verano por ejemplo hubo mu-

chos clientes viajando a Canadá, en uno de los destinos que en los próximos días de agosto", indicó.

Explicó también que la presión de los blogs de viajes ha motivado a la agencia a desarrollar un agente que se especialice en viajes a lugares exóticos. "Como ejemplo, los clientes buscan que alguien les ayude a organizar sus viajes a lugares como Perú, Argentina o Ecuador, que son destinos que siempre han sido populares pero que ahora se están volviendo más populares para buscar sentir una experiencia", sostuvo.

La experta, que además posee la firma de broches de destino local, explicó que el rol del agente de viajes en estos momentos está relacionado en el servicio y la capacidad de diseñar y tomar decisiones que beneficien a los clientes, previniendo que en cualquier momento pueda disminuir el número de sus vacaciones. Para que ellos que eso de volver sea una experiencia del pasado.

"Nuestro trabajo es la creación de un servicio de 24 horas al día. Para nosotros es importante poder ofrecer un servicio completo a nuestros clientes y dar la seguridad de que vamos a estar presente en todo el momento durante su viaje, cuando son necesarios. Creo que es un caso de negocio que se llama 'diferenciación'", agregó.

Con este nuevo énfasis de trabajo que Barbeito, ha logrado convertirse en una de las principales compañías de broches de destino a través de Affair, ganándose la distinción por cuatro años consecutivos el 'Travel Award of the Year' que reconoce la excelencia especializada. Premio que por ser la firma de mayor crecimiento dentro del sector de los paquetes de viajes, sus ventas crecieron un 50 a 60% desde el año de su nacimiento a Puerto Rico y siempre con broches promedio de 50 a 60 broches al año de paquetes de viajes, como el promedio de los \$20000 a \$25000", indicó.

A juicio de la experta, el sector de viajes se encuentra en un "boom" que hace la capacidad de dar el producto de modo presencial, local y que a la hora de viajar se ha vuelto personal.

Al llegar a los destinos de viajes en Puerto Rico, la compañía se agremia a trabajar en el sector web, que incluye un sitio web, así como un número de la compañía, que permite a los clientes contactar a los