

Felices Fiestas

Contenido:

- Visión del presidente de UNAV **P. 1**
- Cinco tecnologías que impactarán **P. 4**
- Vehículos de alquiler cargos tarjetas **P. 6**
- Beroni-Producto destacado **P. 7**
- Cursos Formación **P. 8**
- XVII Torneo de Mus **P. 9**
- Servicios UNAV **P. 10**

El presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, da su visión experta sobre varias problemáticas.

El próximo lanzamiento del NewGen ISS y el previsible endurecimiento de los requisitos para vender viajes combinados son a día de hoy, dos de las grandes amenazas a las que se enfrentan las agencias de viajes



Noticia publicada en Nexotur

P.- La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) acaba de dar luz verde a algunos de los puntos más polémicos del proyecto NewGen ISS, entre ellos la introducción del pago instantáneo a la aerolínea y el nuevo modelo de acreditación.

CEAV ya ha mostrado su rechazo a sus planes. ¿Cuál es su postura al respecto?

R.- Cualquier proyecto unilateral suele ser bueno solo para quien lo plantea y este es el caso. En cualquier acuerdo sería bueno que Hubiese consenso de ambas partes y la implantación de un nuevo cambio como el que plantea IATA, no solo modifica la forma de pago, si no que

cambia el sistema actual de acreditación. Por tal motivo, el rechazo de UNAV es total al proyecto NewGen ISS y a su forma de implantación, pues cambia sustancialmente el acuerdo vigente.

P.- Uno de los objetivos de IATA es reducir aún más el riesgo de impago por parte de la agencia de viajes. ¿Lo ve lógico?



Si no fuera por las Asociaciones y el APJC, estamos seguros de que la situación sería mucho peor / Este 2016 ha sido turísticamente un buen año y estamos en el buen camino / Cualquier proyecto unilateral suele ser bueno solo para quien lo plantea / Nuestra Asociación representa a 2.750 puntos de venta / El rechazo de UNAV al proyecto NewGen Iss es total

R.- Con los datos de default de los últimos años carece de toda lógica, pues es mínimo el riesgo que corren las compañías aéreas. Máxime cuando se cambiaron y aplicaron los criterios financieros locales con un resultado de impagos en proporción a las ventas de BSP España de un 0,002%.

Estas cantidades son irrisorias como para poner un sistema que perjudica a las agencias que trabajan con total normalidad.

P.- ¿Este tipo de resoluciones de IATA suponen un abuso de posición dominante de las aerolíneas?

R.- Parece evidente que todas las resoluciones que se toman de manera unilateral, desde una posición de dominio, llevan consigo un determinado abuso de dicha posición y a mi juicio, éste es uno de esos casos.

P.- ¿Pueden hacer algo las Asociaciones al respecto?

R.- Las Asociaciones están en el APJC, ente que lo componen compañías aéreas y agencias de viajes. Aprovechamos estas reuniones para transmitir las opiniones y recomendaciones de la mejor forma. No obstante, aunque mostremos nuestra disconformidad en determinados puntos, la decisión final depende de la PAConf (órgano integrado por compañías aéreas solamente). Pero si no fuera por las Asociaciones y el APJC, estamos seguros de que serían mucho peor.

P.- Barceló ha adquirido dos de los grandes turoperadores del mercado español: Catai y Special Tours. ¿Puede perjudicar esta concentración al agente de viajes independiente?

R.- Creo que no. Ambos turoperadores siguen trabajando con normalidad con todas las agencias de viajes y, además, sigue habiendo

en el mercado otras mayoristas que cubren esas necesidades.

P.- ¿Hay hueco para nuevos turoperadores independientes?

R.- Hay hueco para profesionales. Si éstos hacen bien su trabajo serán bien recibidos en el Sector.

P.- ¿Qué balance hace del verano?

R.- Positivo, en términos globales. No obstante debe matizarse entre agencias receptoras y emisoras. Mientras las primeras han experimentado incrementos superiores al 15 %, en las emisoras ha sido del orden de un 6%.

Las agencias emisoras han experimentado un problema en las reservas hoteleras de verano y ha sido que la gran afluencia de turismo exterior ha dificultado la tarea de encontrar habitaciones disponibles para el mercado nacional.

P.- Hay quien se aventura a decir que se ha iniciado la recuperación del Sector. ¿No es pronto para lanzar este tipo de afirmaciones?



AGENCIAS ASOCIADAS

ACUARELA
AMBER TOURS
ANDALUS SAFAR
AR BUSINESS TRAVEL
ARENAS
ARISTA
ARIZONA
ATENEO
BASQUE EXPERIENCE
CAMPA
CATAI
CELLAR TASTINGS
CEMO
CENTURY INCOMING
CHARMED BY SPAIN
CIFA-CENTRAL IBERICA DE FAMILIAS
CLUB DE VACACIONES
COLUMBIA
COSMOMUNDI
COSTA CRUCEROS
CRISTAL DE ROCA
CYBAS TURISMO
DEL UNO AL OTRO CONFÍN
DESTINIA
DOLPHINS TRAVEL
EL CORTE INGLES
ESCORIAL
ETERNAL TOURS
EUROPA MUNDO VACACIONES
EXCELENCIA
EXPERTRAVEL
FEEL AT HOME SOLUTIONS
FRONTIA
GESTORA DE VIAJES Y NEGOCIOS
GOLFSPAIN TOURS
GRUPO AIRMET
GRUPO CARREFOUR VIAJES
GRUPO STAR VIAJES
HAIMA EXPERIENCE
HÉLICE
HI TRAVEL
HIMALAYA
IAG7 VIAJES
INCENTIVOS KARISMA
INTERNACIONAL CARISMA
MAGIC TOURS
INTERNATIONAL ONLINE TRAVEL AGENCY
INTERNATIONAL QUETZAL
JTB VIAJES SPAIN
KUONI GROUP TRAVEL
KUONI TOURS
KUTRIP SL
MADE FOR SPAIN
MAPA PLUS
MAPA TOURS
MARFA TRAVEL
MARLY CAMINO
MAYORISTA DE VIAJES/SPECIAL TOURS
MILLAN TRAVEL
MTZ, DESTINATION
MANAGEMENT COMPANY
MUCHOVIAJE
N.L. VIAJES
NAUTALIA

R.- La recuperación del Sector se producirá cuando la cuenta de resultados sea positiva. Hay que ver qué pasa en 2017. De momento estamos en el buen camino.

P.- ¿Hasta qué punto está afectando la incertidumbre política al consumo de viajes en España?

R.- Hasta finales de agosto en casi nada, pero es cierto que en viajes de empresa, que se preparan con más antelación, se nota cierta incertidumbre a la hora de solicitar presupuestos. Eso no es bueno para nuestro Sector, que es frágil ante este tipo de acontecimientos. Y de continuar en esa incertidumbre sí podría afectar negativamente.

P.- A día de hoy UNAV y ACAVE son las dos grandes Asociaciones del Sector. ¿Con cuántos asociados cuenta UNAV? ¿Han crecido en este 2016?

R.- En UNAV están representados todos los actores principales del Sector de agencias de viajes. Contamos en la actualidad con 22 turoperadores, grandes redes (Viajes El Corte Inglés, Viajes Carrefour, Nautalia e IAG7), Grupos comerciales (Airmet, Star, Cybas y Expertravel), agencias online (Muchoviaje y Destinia) y consolidadores aéreos (Cogeloalvuelo y Servivuelo). Representamos a 2.750 puntos de venta. En 2016 hemos tenido 12 incorporaciones de agencias, la mayoría de nueva creación.

P.- ¿Aún hay muchas agencias que siguen sin apostar por el Asociacionismo? ¿A qué se debe esta falta de concienciación?

R.- Posiblemente porque las Asociaciones no sabemos transmitir bien la cantidad de gestiones que se hacen para mejorar el Sector. Muchos ven el importe de la cuota como un gasto y no como una inversión para defender los intereses sectoriales. En UNAV disponemos de un servicio jurídico del más alto nivel que presta a sus asociados el más profesional asesoramiento, tanto jurídico, como laboral y contable.

Por otra parte, UNAV cuenta con un servicio de defensa jurídica, al más alto nivel de especialización, dirigido a todas las agencias del Sector. Me refiero a UNAV LEGAL. Posiblemente, el mejor servicio jurídico con que puede contar una agencia de viajes.

P.- A pesar de los esfuerzos de CEAV y de las Asociaciones que la integran, entre

ellas UNAV, las fianzas exigidas a las agencias para vender viajes combinados aumentarán de forma importante. ¿Supondrá un duro golpe este cambio?

R.- Todo lo que sea aumentar los gastos repercutibles en las agencias de viajes es un duro golpe, pero desde UNAV intentamos paliar este aumento hablando con las principales aseguradoras para buscar entre todos un seguro que cumpla con los requisitos exigidos y al mejor precio posible. En noviembre realizaremos un seminario en el que se darán cita compañías de seguros y representantes de nuestro departamento jurídico. El objetivo es explicar a las agencias las acciones que vamos a realizar para minimizar el impacto de dicho cambio normativo, así como informar de la responsabilidad que asumen las agencias de viajes.

P.- Sin embargo, pese a lo negativo de la noticia, la presión de las Asociaciones ha servido para que los avales sean inferiores a lo inicialmente planteado por muchas Comunidades. ¿Demuestra esto la importancia del Asociacionismo?

R.- Efectivamente, es otro ejemplo del trabajo que hacen las Asociaciones de agencias de viajes. Si se hubiera aplicado el importe que exigían al principio, el coste para las agencias habría sido tremendamente superior a la cuota anual de la Asociación. Desde UNAV, hemos transmitido a la Comunidad de Madrid que se debería luchar contra el intrusismo, que tanto daño hace a nuestro Sector. Les hemos demandado que desde la Administración trasmitan al consumidor final la garantía que ofrecen las agencias.

P.- Tras el éxito del último Congreso de UNAV en Granada, ¿cuál será la próxima sede y cuándo se celebrará?

R.- En lugar de lo escrito, debemos poner: "En 2017 se cumplen 40 años de la fundación de UNAV. Es, por tanto una de las asociaciones empresariales con más solera y prestigio en nuestro país y decana, como Vd. sabe, del sector turístico.

Son 40 años de trabajo duro y continuado en defensa de los intereses de las agencias de viajes.

El próximo Congreso, vigésimo ya, tendrá, por tanto, un significado muy especial y se llevará a cabo en la bellísima ciudad de León.

Desde aquí invito a todos nuestros asociados a asistir y participar en éste XX Congreso de la UNAV y disfrutar de los encantos de la ciudad de León y de su entorno.

OLYMPIA MADRID
OMEGA PLUS
PANAISIÓN
PANDORA TOURS
PEGASUS-PEGATUR
POLITOURS
POLVANI
PROVIAS
PRÓXIMO ORIENTE
RURALIA
RUSTICAE VIAJES
SAPPHIRE VIAJES
SELASI
SENDAS DE EUROPA
SERVIVUELO
SET VIAJES
SOCIEDAD GEOGRÁFICA DE
LAS INDIAS
SPACE TRAVEL
SURLAND
TAJO
TAKSEE MOBILITY
TIERRA VIVA
TRANSFRONTERAS
TRANSIBERICA
TRANSRUTAS
TRAVELLING CONSULTANTS
TUMLARE CORPORATION
TURISMO Y PEREGRINACIONES
VIAJABIEN
VIAJES DOS
VIAJES REUNIDOS
VIAJES SUDÓN
VIAJES Y OCIO HITS
WAMOS TOURS
WAMOS CIRCUITOS
WAMOS AIR
ZAFIRO
ZAMER

Cinco tecnologías que impactarán la industria turística en 2017



La capacidad de reajuste de la estructura productiva, clave en un mercado en continuo cambio

La flexibilidad del consumidor ante los cambios tecnológicos del mercado obliga a las marcas a modificar en tiempo real sus estructuras productivas. En una carrera vertiginosa por destacar de la competencia, la compañía Sabre realiza una instantánea de cuáles serán algunos de los retos tecnológicos a los que se enfrentará en 2017 la industria turística.

La innovación se ha convertido en uno de los principales pilares diferenciadores en la industria turística. La competitividad viene de la mano de una calidad impulsada por la innovación, así como del conocimiento necesario a la hora de reajustar la estructura productiva del negocio, cualidad clave para la sostenibilidad en el tiempo.

La compañía Sabre presenta un escenario bajo 5 tecnologías que modificarán el futuro de la industria turística en el próximo año.

Seguir el ritmo vertiginoso de la tecnología es complicado incluso para los que nos dedicamos a identificar hitos tecnológicos. Uno de mis objetivos consiste en saber tomar

“una instantánea” de lo que se impondrá en relación a la innovación en el mercado. Este análisis realizado desde la compañía Sabre nos ha parecido interesante para hablar sobre las cinco tecnologías emergentes que se impondrán el próximo año en cuanto a negocio se refiere. Estos avances se pueden extrapolar perfectamente a la industria turística:

- **La realidad virtual está transformando la fase de inspiración, la formación y el entretenimiento a través de los viajes.**

Los videos y la fotografía basados en realidad virtual son capaces de inspirar a los viajeros haciéndoles experimentar sus viajes en primera persona. Diferentes modelos de negocio ya están aprovechando esta tecnología para mejorar la inmersión del viajero en la experiencia turística.

- **Interfaces basados en mensajería que permiten una mayor participación del cliente.**

Las interfaces basados en mensajería (IBMs) permiten dar una respuesta inmediata al cliente a

EMPRESAS ADHERIDAS

ABREUONLINE
 ACTIVA MUTUA-ONTUR
 AENA
 AMADEUS ESPAÑA
 ANDALUCÍA EMPRESA PÚBLICA
 AON GIL Y CARVAJAL
 ATOUT FRANCE
 BERONI INFORMATICA
 CEFC (CENTRO ESTUDIOS FORMACION Y CALIDAD ENTERPRISE ATESA IBERIA
 INTERMUNDIAL SEGUROS
 IRIS ASESORES INFORMÁTICOS
 MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL
 MOVELIA
 OCIO Y PARQUES TEMÁTICOS
 PIPELINE SOFTWARE 2000
 TRAVELPORT

través de servicios y soporte. De esta forma se puede combinar la interacción humana con los sistema de bots, mejorando así la inmediatez y la resolución de cualquier tipo de problema que surja durante el viaje. Además, se optimiza la comunicación con el viajero en procesos de planificación e incluso se refuerza en el momento de la reserva. El poder aprovechar los bots automatizando el proceso puede permitir al personal dedicar más tiempo a las interacciones de mayor valor y de construcción de relaciones con el usuario.

- **Sistemas de gestión y mantenimiento integrados entre departamentos.**

La transversalidad de los negocios turísticos nos obliga a tener información completa para tomar las mejores decisiones. Posibilitar el acceso a los datos de otros departamentos, tanto de acontecimientos en destino como de decisiones tomadas en la matriz, ayudarán a dar un mejor servicio. El envío de fotografía y vídeo, información en tiempo real, supervisión de trabajos, asesoramiento personalizado, etcétera, deben ser soluciones integradas en plataformas de la estructura de cualquier negocio turístico.

- **Los datos aportados por sensores de localización en interiores ayudarán a mejorar el flujo de viajeros y personal.**

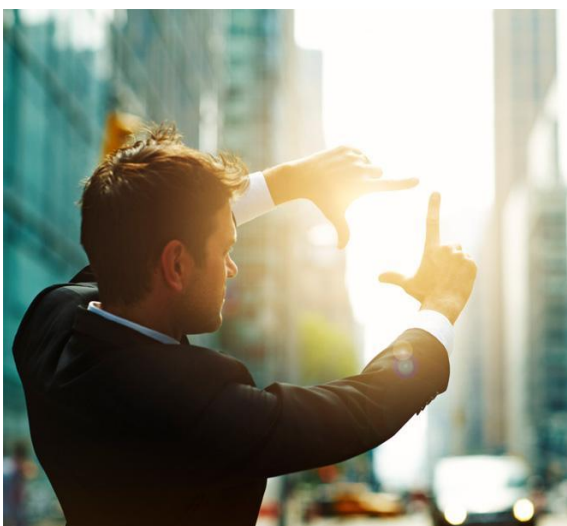
Las balizas de proximidad, así como cualquier tipo de sensor de localización en interiores, aportan información de gran interés como pueden ser la situación del viajero dentro del hotel o el uso de recursos turísticos en destino. El análisis de los datos obtenidos por estos sensores aporta resultados y mejoras que repercuten directamente en el flujo de cada perfil involucrado en el negocio. Estos resultados pueden traducirse fácilmente en soluciones de calidad como en la previsión de cuándo y dónde se mueve el personal, evitando así los cuellos de botella. La tecnología nos brinda la oportunidad de responder eficazmente a la demanda del cliente en grandes entornos como aeropuertos y hoteles.

- **Las interfaces de voz aumentan la eficiencia en la relación empresa/viajero.**

Las interfaces de voz proporcionan un acceso a la información eficiente gracias a sistemas que no requieren del uso de las manos para interactuar. Estas soluciones están siendo utilizadas en un gran número de plataformas. Ya no es tan raro encontrar al cliente navegando a través de búsquedas por voz en Google o dejando mensajes de voz a sus amigos en Whatsapp. Se ha generado una creciente expectativa por parte del viajero a la hora de acceder a la información que ya no depende de una fórmula definida y donde la voz se impone como canal de acceso. Las empresas turísticas necesitan estudiar cómo hacer que su contenido sea accesible a través de la voz, así como los pasos a seguir para ayudar al personal a realizar sus tareas de un modo más eficiente.

A día de hoy, es conveniente analizar el concepto de innovación y percibirlo más como una oportunidad que como una barrera de entrada hacia el cliente. Existen soluciones adaptadas y estandarizadas para todo tipo de bolsillos y que no obligan a realizar una inversión excesiva, salvo que necesitamos algo muy personalizado. De cara a 2017 debemos saber identificar las vías de reajuste dentro de nuestro negocio para dar respuesta a estas necesidades. La reconversión de nuestras acciones debe ir al menos a la misma velocidad que la de nuestro mercado ya que no conviene descolgarse, por la cuenta que nos trae.

Noticia publicada en Hosteltur extraída del informe: Emerging Technology in Travel



TOUR OPERADORES

CATAI
CELLAR TASTINGS
TROTAMUNDOS
CÓGELO AL VUELO
DESTINIA
EUROPA MUNDO VACACIONES
GOLF SPAIN TOURS
INTERNACIONAL CARISMA
INTERNATIONAL QUETZAL
JTB VIAJES SPAIN
HI TRAVEL
INCENTIVOS KARISMA
KUONI TOURS
MADE FOR SPAIN
MAPA PLUS
MAPA TOURS
MAYORISTAS DE VIAJES
MUCHO VIAJE
PANAVISIÓN
PEGASUS/PEGATUR
POLITOURS
PROXIMO ORIENTE
RURALIA
RUSTICAE VIAJES
SENDAS DE EUROPA
SPACE TRAVEL
SERVIVUELO
TOURMUNDIAL
TRANSFRONTERAS
TRANSRUTAS
TRAVELLING CONSULTANTS
TUMLARE CORPORATION



EL PROBLEMA DE LOS CARGOS EN LAS TARJETAS DE CRÉDITO DE LOS CLIENTES TRAS LA DEVOLUCIÓN DE UN VEHÍCULO DE ALQUILER



Muchos de los viajes ofertados por las agencias incluyen entre sus servicios el alquiler de un vehículo, tanto en España como en el extranjero.

En algunas ocasiones los clientes, tras devolver el coche de alquiler reciben con posterioridad un cargo en su tarjeta de crédito.

Los motivos son muy variados: entrega del vehículo con daños, en mal estado de limpieza, problemas relacionados con el combustible o incluso con multas o accidentes.

El tipo de seguro que el coche lleva incluido también suele ser una fuente de problemas, ya que la mayoría de ellos no son a todo riesgo sino que cuentan con una franquicia lo que supone que el coste de la reparación del vehículo que no supere la cantidad estipulada deberá ser abonado por el cliente.

El Centro Europeo del Consumidor en España recomienda para los alquileres

de vehículos en el extranjero, leer atentamente los contratos antes de firmarlos y asegurarse de que se entienden todas las cláusulas, sobre todo si están escritos en una lengua diferente a la nuestra.

Igualmente, prestar especial atención a las cláusulas de exoneración de responsabilidad por parte de la empresa de alquiler ya que algunas, por ejemplo, indican que si en caso de accidente el cliente no lo comunica a la empresa en un plazo de 48 horas deberá responder de cualquier daño causado al vehículo.

Por nuestra parte recomendamos a las agencias de viajes que proporcionen al cliente la máxima información posible sobre la política de la empresa de alquiler de vehículos en relación a aspectos como el seguro, cargos por entrega y devolución del vehículo en lugares diferentes, combustible, conductor adicional etc.

PRODUCTO  DESTACADO  **RESTYLING EARTHDATA**



Earthdata
Antes:

 ¡Nuevo Earthdata responsive!

Ahora:



¿QUÉ TE APORTA?

- ✓ Base de datos de los principales países y ciudades del mundo.
- ✓ 400 destinos turísticos.
- ✓ Generar guías personalizadas con el logo de la agencia y el nombre del viajero.
- ✓ Nuevo diseño más atractivo y actual.



¿QUÉ TE PERMITE?

- ✓ Ofrecer la última tecnología a clientes actuales y potenciales clientes.
- ✓ Automatizar un proceso que hasta ahora haces manualmente.
- ✓ Mejorar tu imagen de cara al cliente, ofreciendo profesionalidad y atención personalizada.

25% dto.
sólo hasta el 31 de Enero

IMPORTE INICIAL ~~300€~~
225€

IMPORTE MENSUAL
12€

*IVA no incluido

Software de gestión para Agencias de Viajes y OPCs
www.wasabi-s.com www.beroni.com



Contrátalo ahora

comercial@beroni.com
973 443 513
699 303 156

CURSOS UNAV DE FORMACION

Área de Formación y Estudios, miembro adherido de UNAV, es una empresa de formación y consultoría con una constatada experiencia en el sector turístico y en particular en el de las agencias de viajes.

Poseen un catálogo de cursos específicos del sector, los cuales adjuntamos, en modalidad *presencial*, y en modalidad *on line*, para cubrir las exigencias formativas de las agencias; tanto las incluidas en el Convenio Colectivo Estatal, como las particulares de cada empresa, debido a que sus proyectos formativos se alinean a las necesidades y objetivos marcados por el departamento, área o empresa.

Además, al finalizar la formación se realiza una memoria de evaluación de resultados con las

posibles mejoras a implementar a corto y medio plazo.

Realizan, gratuitamente, todos los trámites necesarios ante la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, para gestionar la bonificación de la formación que realizan en las empresas.

Próximamente contactarán con vosotros para explicaros personalmente sus productos y estudiar las necesidades formativas específicas que mejor se adapten, necesitéis y deseéis.

Datos para contactar con AFE
Preguntar por Francisco Magan
Teléfono 914560625 ext: 109

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL AGENCIAS DE VIAJE

ÁREA	NOMBRE DEL CURSO	HORAS	ECTS/C (1)	TIPO
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	Procesos Económico-Administrativos en Agencias de Viajes	90	2	V
HABILIDADES DIRECTIVAS	Aprender a Negociar	50		A
HABILIDADES DIRECTIVAS	Coaching	80	2	V
HABILIDADES DIRECTIVAS	Desarrolla de habilidades para la dirección de equipos	200	C	I
HABILIDADES DIRECTIVAS	Equipos de Trabajo y Liderazgo	70		A
HABILIDADES DIRECTIVAS	Liderazgo Creativo de Equipos	35		A
HABILIDADES DIRECTIVAS	Motivación de Personal	40	1	V
HABILIDADES PERSONALES	Comunicación Efectiva y Trabajo en Equipo	60	1,5	V
HABILIDADES PERSONALES	Comunicación Eficaz	60		A
HABILIDADES PERSONALES	Desarrollo de habilidades de Comunicación	200	C	I
HABILIDADES PERSONALES	Gestión del Estrés	30		A
HABILIDADES PERSONALES	Gestión del Tiempo, Recursos e Instalaciones	30	1	V
HABILIDADES PERSONALES	Gestión Eficaz del Tiempo	40		A
HABILIDADES PERSONALES	Habilidades Sociales y Asertividad	30		A
HABILIDADES PERSONALES	Mediación y Resolución de Conflictos	40		A
HABILIDADES PERSONALES	Mindfulness: Autoestima, Equilibrio y Bienestar	25		A
HABILIDADES PERSONALES	Motivación y Satisfacción en las Organizaciones	60		A
MARKETING Y VENTAS	Animación y Presentación del Producto en el Punto de Venta	60	1,5	V
MARKETING Y VENTAS	Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos	90	2	V
MARKETING Y VENTAS	Atención a las Reclamaciones	20		A
MARKETING Y VENTAS	Atención al Cliente	40		A
MARKETING Y VENTAS	Atención al Cliente en el Proceso Comercial	40	1	V
MARKETING Y VENTAS	Atención Eficaz de Quejas y Reclamaciones	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Atención y Venta Telefónica	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Calidad en el Servicio y Atención al Cliente	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Comercialización de Eventos	30	1	V
MARKETING Y VENTAS	Desarrollo de habilidades Comerciales	200	C	I
MARKETING Y VENTAS	Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales	90	2	V
MARKETING Y VENTAS	Marketing Orientado a la Venta	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Marketing Relacional	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Marketing Turístico y Gestión de Eventos	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Marketing y Promoción en el Punto de Venta	60	1,5	V
MARKETING Y VENTAS	Programa superior en Venta consultiva	150	C	I
MARKETING Y VENTAS	Técnicas de Comunicación en la Venta	80	2	V
MARKETING Y VENTAS	Técnicas de Venta	70	1,5	V
MARKETING Y VENTAS	Técnicas de Venta y Planificación	40		A
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales	90	2	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Gestión de la Información y Documentación Turística Local	60	1,5	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Gestión de Protocolo	30	1	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Organización de Reuniones y Eventos	60	1,5	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Organización de Viajes Nacionales e Internacionales	30	1	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Planificación, Organización y Control de Eventos	90	2	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Planificación, Programación y Operación de Viajes Combinados	60	1,5	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Productos, Servicios y Destinos Turísticos	90	2	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales	90	2	V
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN PRODUCTOS	Protocolo	80	2	V
SOCIAL MEDIA	Curso Práctico en Redes Sociales	90	2	V
SOCIAL MEDIA	Experto en Herramientas de Marketing de Google y Social Media	110	2	V
SOCIAL MEDIA	Experto en Community Management (Social Bussines)	150	C	I

(1). ECTS.- Universidad rey Juan Carlos
C.- Certificación Universidad San Pablo CEU

XVII TORNEO DE MUS - 13 - 14 de febrero de 2017



Como nos habéis pedido muchos de vosotros, UNAV vuelve a celebrar el Torneo de Mus los próximos 13 - 14 de febrero de 2017, estamos seguros, tendrá el interés de anteriores convocatorias.

El lugar de celebración será el Hotel Meliá Catilla, calle Capitán Haya, 43 de Madrid, en el mismo horario habitual de nuestro Torneo, de 20:00 a 22.00 h. salón Castilla.

Las condiciones son las siguientes:

- El número de participantes se ha fijado, en un máximo de 40 parejas, que serán reservadas por riguroso orden de inscripción.
- Podrán intervenir Propietarios y cargos Directivos de Agencias asociadas a UNAV, acompañados de una persona de la propia Agencia o ajena a ella, así como una pareja representante de los distintos patrocinadores del sector, si lo desean.
- Se ha fijado una cuota de inscripción de 55 € por persona, con la que pretendemos cubrir, como mínimo los costes de la organización del torneo, que incluye:

- 1 Consumición (combinado ó refresco) mientras se juega, cada uno de los días del Torneo.
- 1 coctel en el segundo día con la entrega de premios.
- Premios diversos, según clasificación.

El plazo de inscripción queda abierto desde la recepción de este escrito hasta el día 13 de enero de 2017.

Por razones organizativas, te agradeceré, si tienes interés, una pronta respuesta, al e-mail: secretaria@unav.ws, indicando los nombres de la pareja participante, junto con un cheque cubriendo la cuota ó transferencia a nuestra cuenta corriente del Banco Santander IBAN ES22 0049 0366 2920 1022 7952.

Como en años precedentes, habrá premios importantes y estamos seguros de que todos los participantes tendrán el suyo en función de su calidad (que sin duda cubrirá ampliamente la cuota abonada).

Esperamos tus noticias confirmando tu participación, y deseándote éxito en el intento.



Recordar que dentro de nuestro acuerdo con IBERIA, podéis acceder a un link a su página iberiagencias.com, donde encontrareis información puntual, por cuyo interés recomendamos su visita.

Para acceder a ella las Agencias no IATA, lo harán a través de "Visita sin Registro" y con el siguiente password:

El código de acceso es: **unavib1**

El país de acceso es: **españa**

Esperamos que este servicio os sea interés y lo utilicéis frecuentemente.



SERVICIOS DE UNAV

- Intervención en actuaciones administrativas y en todas sus instancias, en expedientes incoados por la Administración, relacionados con la actividad de Agencias de Viajes, redactando alegaciones y pliegos de descargo e interponiendo y formulando los recursos procedentes en vía administrativa.
- Asesoría Jurídica Consultiva y apoyo para viabilizar posibles actuaciones ante la jurisdicción contencioso-administrativa derivadas del punto anterior.
- Representación de las Agencias de Viajes asociadas en los actos de pre conciliación administrativa ante la Dirección General de Turismo de la CAM en reclamaciones de usuarios.
- Reclamaciones, en trámite extrajudicial y en las condiciones establecidas, de aquellas cantidades adeudadas a la Agencia de Viajes asociada.
- Disponibilidad de acceso, a través de la Confederación a los datos del Registro de Anomalías Comerciales o de Morosos de nuestra actividad.
- I Asesoría Jurídica Consultiva y apoyo en aspectos derivados del punto anterior y sobre posibles contenciosos relacionados con la Agencia de Viajes.
- información y divulgación, vía Internet, fax o postal, de las disposiciones y normas que puedan afectar a nuestras Empresas miembros.
- Estudio de los contratos de seguro, en cuanto al alcance y adecuación de sus coberturas y condiciones, suscritos por nuestros asociados, con especial detenimiento en cuanto a los de Responsabilidad Civil.
- Información, coordinación y apoyo en expedientes de subvenciones oficiales y cooperación con la Administración.
- Análisis para asesoramiento laboral, fiscal y contable.
- Asesoramiento y apoyo en el Área Informática en cuanto a Redes, Sistemas, Aplicaciones, Conexiones y Equipos.
- Participación en Planes de Formación Continua para nuestros asociados, sin coste alguno para ellos.

ÚNETE A
NOSOTROS



UNAV

C/ Rosario Pino, 8-1º B

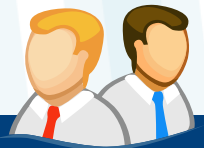
Tf: 915796741

asociacion@unav.ws

www.unav.ws



EL MEJOR PROGRAMA
INFORMÁTICO DE GESTIÓN
COMERCIAL PARA AGENCIAS
DE VIAJES



Adaptado a la reforma
del Régimen Especial
de IVA (REAV)

Adaptado a la Zona
Única de Pagos en
Euros (SEPA)



Envío de mensajes a móviles
desde las aplicaciones Orbis



Captura reservas
de GDS y RENFE

AMADEUS

worldspan

Galileo
by Travelport

Sabre
renfe

Exporta vuelos
PRISM Xport Corporate

pipeline
Software
www.pipeline.es

Envío de
documentación
vía e-mail

Facturación
electrónica

Informes a
clientes desde
Internet



Sistema integrado de
venta de seguros con todos los
productos de AON



Captura datos de sistemas de
reservas de proveedores



Concilia automáticamente
liquidaciones de BSP a partir
del fichero PDF



Genera ficheros
de integración de
AMEX y Diners Club



aavv.com
www.aavv.com

C/ Estatuto, 6 A bajo - 12004 CASTELLON
Tlf.: (902) 10 19 44 - Fax: (902) 74 73 98 - castellon@pipeline.es
Delegación en Madrid - C/Linares, 14 Locales 2-3 - 28025 MADRID
Tlf.: (91) 542 28 88 - Fax: (91) 547 87 82 - madrid@pipeline.es