

sóloagentes

Edición Noviembre 2022

MAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES

**Formación para
Agentes de Viajes
gratuita.**

**La mejor *tecnología*
para tu *Agencia de
Viajes*.**

**¿Qué tipo de
Liderazgo Turístico
ejerces?**

**Material Promocional
para el *Puente de
Diciembre*.**

**Crea un *equipo de
alto rendimiento* en
tu Agencia de Viajes.**

**Conoce el *pasado,
presente y futuro*
de AVASA.**

MELIÁ
pro

MELIÁ HOTELS
INTERNACIONAL

Entrevista a Patricia Ladero

Sales Development Executive Spain **Meliá Hotels Internacional**



04. Patricia Ladero

Nos acerca toda la información relativa a esta fantástica herramienta de ventas que es MeliáPro de Meliá Hotels Int.

Contenidos

Noviembre 2022



17.

Noticias del Sector Turístico



08. Puente de Diciembre

Material gráfico que podéis utilizar para potenciar la venta de viajes durante estas próximas semanas.



10 ¿Qué tipo de Liderazgo Turístico ejerces?

Ética, capacidad, valor, consideración, serenidad y convicción, son aspectos claves de un buen Liderazgo.



14. Pasado, Presente y futuro.

Carlos López Bahillo, Director General de AVASA, repasa los hitos más relevantes de esta organización.



Las mejores **alternativas tecnológicas** para el sector de las Agencias de Viajes.



24. Pipeline Software

Entrevista con Sebastián Briones, Director General de Pipeline.



28. Traveltool

Entrevista con Toni Faus, Director General de Traveltool.



32. Conecta Turismo

Entrevista con José Antonio Flores, Director Gral. de Conecta Turismo.



36. Clientify

Entrevista con Juan Pablo Seijo, Director de Marketing de Clientify.



40. Convierte a tu agencia en un equipo de alto rendimiento

Que el activo más importante que dispone una Agencia de Viajes, es el personal que la conforma, es innegable.



45. Tema 05

«Curso Optimiza»
Test para medir tu energía personal.



53. Tema 06

«Curso Optimiza» Recomendaciones para recargar tu energía personal.



61. Tema 07

«Curso Optimiza»
Conoce tu grado de Proactividad.



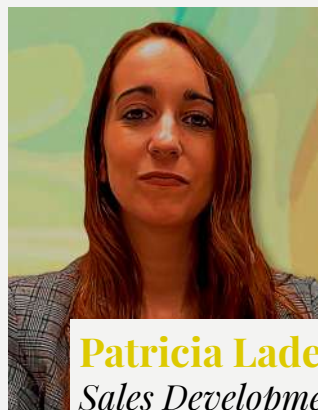
67. Tema 08

«Curso Optimiza»
Test de tus valores personales.



79. Tema 09

«Curso Optimiza»
Tu círculo de influencia y como incrementarlo.



Patricia Ladero
Sales Development
Executive Spain

Para conocer un poco más, qué nos puede ofrecer MeliáPro a los agentes de viajes, contamos hoy entre nosotros con Patricia Ladero.

Patricia,
¿Qué es MeliáPRO y cómo nació?

MeliáPRO es nuestra herramienta de reservas para profesionales.

conociendo MeliáPro a fondo

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

Video



Nació buscando mejorar y facilitar vuestra relación con los clientes y adaptarnos a vuestras necesidades y a los cambios derivados de un mayor uso de redes sociales, el aumento del uso de internet.... el proyecto empezó en 2014 siendo muy bien recibida desde el principio llegando incluso a agencias en lugares donde no tenemos hoteles.

El director de MeliáPRO siempre menciona que tenemos dadas de alta cinco agencias de viajes en Islas Mauricio.

¿Y qué debemos hacer, para darnos de alta?

Hablando de esa agilidad que he comentado anteriormente, el alta en la plataforma es muy rápida, sencilla y gratuito.

En nuestra página tenemos un

apartado para la misma donde hay que rellenar una serie de datos básicos.

No es necesario tener IATA, todas las agencias de viajes sois bienvenidas.

¿Puedes contarnos las ventajas que aporta MeliáPRO a los agentes de viajes?

Lo primero de todo, un trato muy personalizado y ágil para el propio agente de viajes.

Lo más interesante es que obtienen puntos MeliáRewards por cada una de las reservas que hagan para sus clientes que pueden canjear en sus propias estancias, obteniendo la posibilidad de usar los puntos de una manera total o parcial.

Además de nuestros hoteles, contáis con una serie de partners adheridos



al programa con quienes pueden también emplear sus puntos.

Todo esto es posible porque vinculamos su tarjeta MeliáRewards, de la que luego hablaremos, con la agencia de viajes y se hace todo de forma automática.

Además, tienen acceso a la tarifa agente con descuentos hasta el 20% sobre la tarifa.

Esto es visible dentro de MeliáPRO porque existen dos pestañas: una orientada a la agencia, donde los agentes hacen sus reservas para sus clientes y otra pestaña a su nombre, donde pueden disfrutar de todas estas ventajas.

Y, por supuesto, siempre ofrecemos el mejor precio del mercado.

¿Qué métodos de pago podemos utilizar con MeliáPRO?

Esa es otra ventaja, el disponer de nuevas formas de pago, pudiendo

pagar con la tarjeta de crédito de la agencia descontando la comisión, solo por el neto, sin necesidad después que facturar la comisión al hotel.

Además, puede pagarse con la tarjeta de crédito del cliente, por bono en caso de que la agencia tenga crédito y por transferencia.

Hemos desarrollado un sistema de comisiones directas, llamada hotel Paycom donde tenemos la gran mayoría de los hoteles adheridos.

De esta manera, poniendo el administrador de la cuenta MeliáPRO de la agencia la cuenta bancaria, el pago de las comisiones es automático tras la salida del hotel.

¿Qué contacto B2B ofrece MeliáPRO a través de redes sociales?

Al final, la manera en la que más contacto tenemos todos en nuestra vida personal, sin duda es a través de las redes sociales.

Tenemos la posibilidad de estar conectados y por eso los agentes de viajes también están en LinkedIn, Facebook, etc. y por eso tenemos nuestras propias páginas para poder interactuar con ellos, mostrarles nuestras noticias, ofertas y novedades.

Y, por supuesto, compartir también sus dudas e inquietudes.

Además, tenemos una comunidad en Telegram con agentes de viajes de toda España donde pueden compartir sus dudas y experiencias. Ahora mismo contamos con más de 400 agencias y crece por días.

De todas maneras, actualizamos permanentemente nuestras ofertas en la pestaña de dentro de MeliáPRO, a la cual animamos siempre a los agentes a echar un vistazo.

¿Qué es MeliáPRO Travel Labs?

Ligado un poco con lo que acabamos de hablar, me gustaría mencionar»



¿VIAJAS POR NEGOCIOS?

MELIÁ PRO
**BUSINESS
TRAVELLERS**
BENEFITS & REWARDS



« que MeliáPRO Travel Labs nació a raíz de la pandemia, donde mucha gente estaba viviendo una muy mala situación, muchas agencias en ERTE, hoteles y agencias cerrados.

Y para no dejar de comunicarnos con los agentes, creamos estas webinars con el objeto de dar a conocer nuestros hoteles.

No solamente queríamos hacer la típica presentación, sino que en muchos de estas webinars hemos tenido la oportunidad de hacer directos con los hoteles, para que el agente sienta de primera mano cómo es hotel y lo pueda vivir a través de una pantalla.

Solemos hacer un sorteo con estancias dentro del hotel presentado y, al final de cada sesión, hay un apartado de preguntas y respuestas donde pueden hablar con el hotel directamente.

Hemos creado una comunidad, también con página en Facebook (donde tenemos más de 12.000 agentes conectados), LinkedIn e Instagram donde cada mes hacemos una webinar de algún hotel o destino, con sorteo de premio y mucha información útil para los agentes.

Así que los animo a todos que se unan a nuestras formaciones.

Cuéntanos algo más acerca de la evolución de vuestro programa Meliá Rewards.

MeliáRewards es nuestro programa de fidelidad para clientes.

En 2019 unificamos el llamado MeliáPRORewards (el que muchos

aun conocen como el ClubAmigos) y MeliáRewards que era para el cliente final, haciéndoles una misma tarjeta.

Tiene muchas ventajas según vas viajando cada vez más con nosotros.

RFP Online

No me gustaría dejar de mencionar la parte de MeliáPRO MICE porque hay muchas agencias de viaje que son multisegmento y también tienen la necesidad de reservar grupos y salas.

Nosotros definimos como grupos aquellas reservas de más de 10 habitaciones.

Hemos lanzado hace pocos años el RFP online dentro de MeliáPRO.

Poniendo el número de personas que componen el grupo, las salas que se necesitan e incluso la forma en que se necesita seleccionará directamente si el hotel/hoteles que encajan en el grupo.

Esto es muy útil cuando no tenemos claro qué hotel nos encaja dentro de un destino, porque nos marca directamente las opciones viables.

Podemos mandar la petición por esta vía y un agente de nuestro departamento de grupos se pondrá en contacto.

Esto, además de las ventajas ya mencionadas, tiene una muy importante y es que el agente obtiene el doble de puntuación que si lo hubiera hecho por otra vía.

Por lo tanto, es una ventaja muy importante a tener en cuenta.

Hemos estado desarrollando que se puedan ver las salas en 3D para que el agente pueda ver mejor la sala y si se adecua a las necesidades del cliente.

Por último Patricia, hablemos de vuestro programa de empresas.

Ya hemos hablado tanto de la parte de agencias como de la de MICE.

Tenemos un programa para empresas, llamado Meliá PRO Business Travellers & Rewards con ventajas para los empleados de las empresas.

Tienen descuento en todos los hoteles de nuestra compañía.

Además, como novedad, tienen una serie de ventajas en ciertos hoteles con prioridad de entrada, acceso a un área de trabajo y WiFi premium, botella de agua de cortesía, plancha vertical, checkout Express, posibilidad de desayuno Take Away, estación de Café & Té para salidas tempranas y descuentos en el servicio de habitaciones y restaurante.

Además, por supuesto, de acumular puntos y descuentos con su MeliáRewards, porque ambos programas son compatibles entre sí.

El agente puede aplicar el código de empresa sin problema, lo único que necesita es el código de descuento de la empresa e introducirlo en el campo habilitado para ello dentro de MeliáPRO.

MELIÁ
pro

Video



MELIÁ
pro
GOING FOR MORE



**MÁS
EXTRAS**

Gana tiempo y
trabaja más fácil



**MÁS
VALOR**

Mejores descuentos,
comisiones y tarifas



**MÁS
EXPERIENCIAS**

Amplia gama
de opciones



**MÁS
VENTAJAS**

Más puntos,
más beneficios

Reserva ya meliapro.com o al 91 276 47 00



Recursos gráficos para agencias de viajes

Puente de Diciembre 2022

Personaliza este material

con el logo de tu agencia y

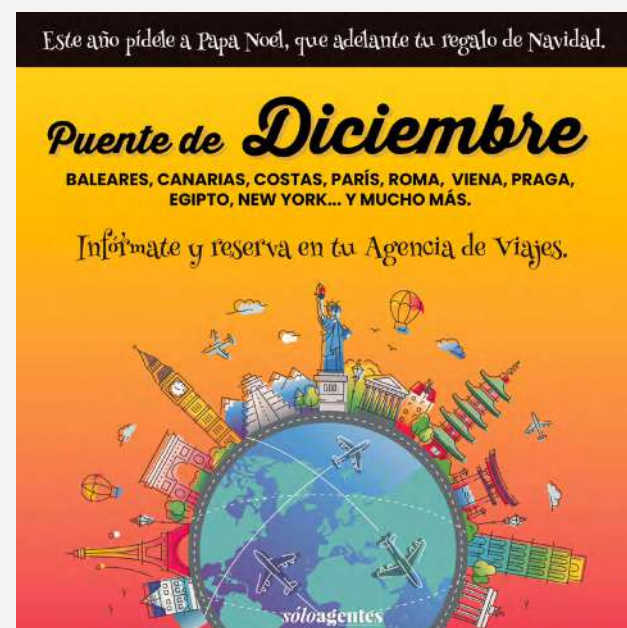
compártelo para incrementar

tu venta de viajes.

Pulsa sobre ellos para descargar tanto los formatos en fotografía, como los formatos en video para redes sociales y tu página web.

Hoy os traemos una entrega de material gráfico que podéis utilizar para potenciar la venta de viajes durante estas próximas semanas.

Como siempre el material que os ofrecemos podéis personalizarlo con vuestro logo y utilizarlo tanto para acciones promocionales online, como en vuestra propia agencia física. Esperamos que os sean de utilidad.



¿Qué tipo de Liderazgo Turístico ejerce?



Liderazgo

Ejercer el Liderazgo en el sector Turístico requiere, por su naturaleza de servicio, de mucha más gestión de los recursos colectivos, que de los propios del Líder.

Saber como liderar equipos en el sector turístico, es hoy en día lo que puede marcar la diferencia, entre una agencia de viajes abocada al éxito o al fracaso.

« El liderazgo es credibilidad »

El liderazgo real depende menos de la autoridad formal o posición jerárquica que ocupamos y mucho más de la capacidad de influencia que tenemos hacia los demás.

Esa capacidad de influencia, se basa en la percepción que las personas que nos rodean tienen de nosotros y en definitiva, en la credibilidad que aporta nuestra forma de liderar la actividad profesional que ejercemos.

La credibilidad la componen 6 pilares básicos: La Ética, la Capacidad, el Valor, la Consideración, la Serenidad y la Convicción.

Más allá del tipo de liderazgo o la etiqueta con la que pueda ser catalogado nuestro estilo de dirección, nuestras acciones, tanto personales como profesionales,

deberían estar basadas en este compendio de conceptos, que conforman los pilares de nuestra credibilidad:

El pilar de la Ética, se basa en conceptos como la Moral, la Personalidad, el Honor, la Decencia, la Dignidad, el Talante y la Justicia.

El pilar de la Capacidad, está sustentado en la Competencia, la Actitud, la Habilidad, la Experiencia, la Inteligencia, la Disposición y la Facultad.

El pilar del Valor se sustenta en el Coraje, el Temple, el Espíritu, la Intrepidez, la Determinación y la Lealtad.

Por otro lado, el pilar de la Consideración se basa en la Apreciación, el Cuidado, la Estima, el Valor y el Respeto.

La Serenidad por su parte, la basamos en Ecuanimidad, Equilibrio, Confianza, Entereza, Tranquilidad y Seguridad.

Y por último, el pilar de la Convicción, se basa en: la Pasión, la Fe, la Solidez, la Firmeza, la Creencia y la Persuasión.

Por tanto, deberíamos preocuparnos más de cuidar todos aquellos

aspectos de nuestra forma de ser/ actuar y mucho menos de “las intrigas de salón” para medrar en una organización, qué si bien podremos conseguir dirigir, difícilmente así podremos liderar.

“El líder que necesitamos hoy tiene que saber adaptar su estilo de liderazgo, para adecuarlo a las necesidades específicas y únicas de cada situación”

Marshall Goldsmith

Más allá de las etiquetas que podamos encontrar para definir un estilo de liderazgo: Autocrático, Burocrático, Carismático, Participativo, Transaccional, Transformacional, Capacitador o Visionario...está el motivo por el cuál es necesario un líder.

El liderazgo es una forma más de servir a una causa profesional común que compartimos con nuestros colaboradores.

Es por ello, qué si el objetivo principal es obtener el mayor rendimiento de los recursos personales de nuestra agencia, quién la lidera o aspira

a hacerlo, debería aportar a cada uno de sus colaboradores, el apoyo preciso que este necesite para que el colaborador consiga aportar un óptimo rendimiento a la agencia de viajes.

Es evidente que todos nuestros colaboradores no tienen ni requieren lo mismo para alcanzar su plenitud productiva y por este motivo, NO deberíamos ejercer un único tipo de liderazgo, sino aquél que precise la situación o cada tipo de colaborador.

El nivel de preparación de un colaborador es lo que determina el resultado que aportará al conjunto de la agencia de viajes y se basa en el grado en que una persona tiene la habilidad y la motivación para realizar con éxito una tarea específica.

Por tanto, Habilidad + Motivación = Nivel de Preparación.

No deberíamos tener un único estilo de Liderazgo, este debería variar en función del Nivel de Preparación de las personas que gestionamos.

Podemos definir 4 grandes grupos de NP o Niveles de Preparación, en los que el personal que conforma un negocio está enmarcado.

Por ello, deberíamos ajustar nuestro estilo de Liderazgo, al menos en los aspectos más relevantes a estos 4 tipos de situaciones.

Colaboradores con NP1

Son personas que dada su falta de experiencia en las tareas a desarrollar, tienen una baja habilidad para desempeñarlas y una baja motivación en la tarea encomendada.

Esto puede venir dado por diferentes causas. Todos podemos pensar en alguien joven, sin bagaje profesional y que tiene en su cabeza otras cosas “más importantes para él” que el trabajo encomendado, pero también le puede ocurrir a un colaborador que haya sido trasladado de otro departamento, para el cuál no tiene conocimientos y el empezar “como aprendiz” del nuevo trabajo no le motive en exceso.

En este caso, deberíamos ser un líder que “Ordena”.

Nuestra participación en cuanto a las tareas a desarrollar será muy activa, con poca implicación personal con estos colaboradores, ya que lo que se requiere es ejecutar más que dialogar al respecto de cómo hacer algo, cuando para esta tarea ni saben realizarla aún ni tienen demasiada predisposición a realizarla.

Deberíamos ejercer un control elevado de sus actividades, así como aportar órdenes precisas y supervisar de cerca su evolución.

En definitiva con los NP1, el líder debería ser quién tome las decisiones y la responsabilidad de estas tareas.

El Líder «ordena» con colaboradores del tipo NP1.

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP1, requiere de mucha instrucción y poca relación.

Se debería basar en preguntas cerradas, objetivos claros, así como en unas directrices e instrucciones concisas.

Nuestras acciones están relacionadas con una supervisión estrecha, indicar, mostrar, ayudar y hacer.

Colaboradores con NP2

Son personas que disponen de una baja habilidad aún, pero que por diversas circunstancias (tiempo ejecutando la tarea, carácter impulsivo...) tienen elevado nivel de motivación.

De una forma gráfica y sin querer resultar hirientes con la descripción, es el nivel en el que nos asemejamos más a un “mono con metralleta”. No hay nada que pueda ser más lesivo para los intereses de una agencia de viajes, que alguien motivado y sin conocimientos ejecutando una tarea.

Creo que ninguno estamos libres de haber pasado por esta etapa en alguna tarea o momento de nuestra vida.

En este caso como Líder, deberíamos prestar mucha atención a la evolución de sus actos, persuadiéndolo, dirigiendo y apoyando al mismo tiempo.

Son colaboradores a los que deberíamos explicar nuestras decisiones, para que puedan tener una mayor comprensión de cómo afectan los actos que se realizan a la labor encomendada.

También deberíamos escucharlos, para entender sus decisiones y así poder comprenderlos mejor con el fin de poder enseñarles y que se dejen enseñar.

En definitiva con los NP2, el líder debería tomar las decisiones tras dialogar con su colaborador y haberle explicado sus argumentos.

EL líder «persuade» con colaboradores del tipo NP2.

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP2, requiere de mucha instrucción y mucha relación.

Se debería basar en revisar el progreso, los resultados, explicar, dialogar y planificar conjuntamente.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas más a escuchar y observar.

Colaboradores con NP3

Son personas que disponen de una Alta habilidad en la tarea a desempeñar, pero un bajo nivel de motivación.

Suelen ser colaboradores que ya han desempeñado durante mucho tiempo este tipo de labores.

Su baja motivación puede venir dada por múltiples motivos.

Pero en muchas ocasiones, suelen ser personas que han tenido un líder que no les ha permitido tener la autonomía y la responsabilidad para la cual estaban suficientemente preparados y esto ha propiciado su falta de motivación.»

»Posiblemente son los colaboradores mejor preparados, pero que más difícilmente conseguiremos elevar su nivel productivo.

En este caso como Líder, deberíamos ser participativos.

No les puedes controlar, porque al menor despiste, sabrán arreglárselas para hacer lo que quieran, ni enseñar, porque ya saben; ni delegar, porque no lo harían de forma correcta; así que sólo podemos tratar de involucrarlos de nuevo ya que es personal formado y muy preparado, por lo que es importante intentar recuperarles.

Deberíamos tener con ellos una comunicación muy activa, alentarles y motivarles.

Compartir nuestras decisiones con ellos para implicarles e intentar que esa relación tenga una visibilidad pública frente al resto colaboradores.

En definitiva con los NP3, el líder y el colaborador toman juntos las decisiones, o las toma el colaborador con el respaldo del líder.

El Líder «participa» con colaboradores del tipo NP3.

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP3, requiere de mucha relación y poca instrucción.

Se debería basar en dar la información necesaria para el inicio de la acción, escuchar, intercambiar ideas, dar apoyo y animar a tomar más decisiones.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas a hacer preguntas que aumenten la comprensión mutua.

Colaboradores con NP4

Son personas que disponen tanto de Alta habilidad como motivación para desarrollar la tarea a realizar.

Básicamente requieren del líder, autonomía para la toma de decisiones, ya que disponen del conocimiento y motivación necesarios para una óptima gestión. En el caso de que no se les dé, son candidatos a pasar a un NP3, con lo que eso conlleva de pérdida de efectividad para nuestra agencia de viajes.

Observaremos y supervisaremos, fomentando su funcionamiento de forma autónoma.

Requieren de valorar su experiencia, conocimiento y dominio de sus habilidades frente al resto del equipo, así como de ofrecerle muestras de la confianza que depositamos en ellos. En definitiva, el colaborador será el que tome las decisiones de las tareas encomendadas y nosotros podremos emplear nuestro tiempo en otras tareas que realmente requieran de nuestra atención como Líder.

El Líder «delega» con colaboradores del tipo NP4.

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP4, requiere de poca relación y poca instrucción.

Se debería basar en plantear claramente las expectativas, lograr acuerdos sobre las mismas, así como asignar responsabilidad y autonomía.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas a dar seguimiento, reconocer y recompensar.

Dedicar tiempo a entrenar tu gestión con el equipo que diriges o con el que colaboras, será el tiempo mejor empleado y más productivo para el objetivo común, que es el incremento de ventas y la consolidación de vuestra agencia de viajes.



El Líder «ordena» con colaboradores del tipo NP1.



El líder «persuade» con colaboradores del tipo NP2.



El Líder «participa» con colaboradores del tipo NP3.



El Líder «delega» con colaboradores del tipo NP4.

Liderazgo TURÍSTICO

Ejercer el Liderazgo en el sector Turístico requiere, por su naturaleza de servicio, de mucha más gestión de los recursos colectivos, que de los propios del Líder.



Marshall Goldsmith

“El líder que necesitamos hoy tiene que saber adaptar su estilo de liderazgo, para adecuarlo a las necesidades específicas y únicas de cada situación”

TIPO DE LIDERAZGO CON COLABORADORES DE UN NIVEL DE PREPARACIÓN 01

El Líder «ordena» con colaboradores del tipo NP1.

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP1, requiere de mucha instrucción y poca relación. Se debería basar en preguntas cerradas, objetivos claros, así como en unas directrices e instrucciones concisas. Nuestras acciones están relacionadas con una supervisión estrecha, indicar, mostrar, ayudar y hacer.



TIPO DE LIDERAZGO CON COLABORADORES DE UN NIVEL DE PREPARACIÓN 03

El Líder «participa» con colaboradores del tipo NP3

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP3, requiere de mucha relación y poca instrucción.

Se debería basar en dar la información necesaria para el inicio de la acción, escuchar, intercambiar ideas, dar apoyo y animar a tomar más decisiones.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas a hacer preguntas que aumenten la comprensión mutua.



TIPO DE LIDERAZGO CON COLABORADORES DE UN NIVEL DE PREPARACIÓN 02

El líder «persuade» con colaboradores del tipo NP2

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP2, requiere de mucha instrucción y mucha relación.

Se debería basar en revisar el progreso, los resultados, explicar, dialogar y planificar conjuntamente.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas más a escuchar y observar.



TIPO DE LIDERAZGO CON COLABORADORES DE UN NIVEL DE PREPARACIÓN 04

El Líder «delega» con colaboradores del tipo NP4

Nuestro Tipo de Liderazgo con los NP4, requiere de poca relación y poca instrucción.

Se debería basar en plantear claramente las expectativas, lograr acuerdos sobre las mismas, así como asignar responsabilidad y autonomía.

Nuestras acciones en este caso estarían dirigidas a dar seguimiento, reconocer y recompensar.



Video



Entrevista



Para profundizar un poco más en el pasado, presente y futuro de AVASA, contamos hoy entre nosotros, con **Carlos López Bahillo**, su director general.

Buenos días Carlos.

Buenos días, quería agradecer a sóloagentes.com por darnos la oportunidad de acercarnos a AVASA al sector de la distribución.

Carlos, explícanos brevemente qué es AVASA.

AVASA Travel Group nació hace 42 años en el año 80 y nace como asociación, para defender los intereses de las agencias, que lo componían de esa época.

Por lo que podemos decir, que en AVASA somos pioneros precisamente por este modelo de asociación/empresa que nació por entonces. Y digo /empresa, porque luego se convirtió en empresa.

Una empresa, pero con fuerte carácter asociativo. Porque sigue manteniendo los orígenes de la misma.

AVASA nace como central de compras, buscando siempre el incremento continuo de rentabilidad para todas las agencias que lo

componen y todo eso se ha ido desarrollando en lo que somos. Realmente innovadores, buscando nuevos productos y centrándonos en la digitalización y creando nuevos servicios y herramientas.

Estamos continuamente innovando. Insisto, dos pilares muy importantes: Pioneros e Innovadores.

Carlos, de las herramientas que ofrece actualmente AVASA, ¿Cuáles destacarías?

Partiendo de la base de que somos un Central de compras y buscamos incrementar la rentabilidad de nuestras agencias asociadas, además para darle mayor valor añadido, les ofrecemos infinidad de herramientas tecnológicas.

Hemos innovado desde hace tiempo y seguimos innovando y estamos apostando mucho por la digitalización.

Partimos desde una clave única por ejemplo, para poder acceder a hacer reservas con todos los proveedores, con los que tenemos acuerdos especiales. Tenemos herramientas de marketing digital, les ofrecemos la posibilidad de tener una app personalizada, herramientas de firmas digitales, un CRM, una herramienta de cuestionarios para poder fidelizar a sus clientes, les damos las webs también, a la agencia que quiero le podemos facilitar una web, les gestionamos las redes sociales y un largo etcétera.

Nos llama la atención, el que disponéis de herramientas, para diversos tipos de agencias.

¿Cuál es el motivo?

En efecto, como bien decimos tenemos todo tipo de agencias de viajes, aunque no somos muchos, si son muy buenas agencias de viajes y de calidad y lo que buscamos es esto. Somos el único grupo mixto por excelencia que tenemos en nuestro mercado.

En el que tenemos un equilibrio perfecto, entre el Business Travel y el vacacional y lo que nos hemos dedicado a hacer en los últimos años, es a segmentar nuestras agencias de viajes.

Ya pasó a la historia el «café para todos». Ahora hacemos acciones concretas para todo tipo de agencia de viajes.

Si tú eres una agencia de viajes especializada en Business Travel y con un volumen de negocio muy fuerte, tenemos nuestros encuentros del Club Business Travel.

Si tú estás especializado en un segmento vacacional, en un segmento de lujo, hacemos reuniones para ellos.

Hacemos reuniones de seniors, hacemos reuniones de cruceros.

Continuamente trabajamos en esta segmentación con las reuniones tematizadas.

Y cuéntanos Carlos, ¿Cuáles son los próximos eventos que tenéis previsto realizar?

Ahora en las próximas fechas, tenemos previsto en el mes de noviembre, hacer una nueva edición de nuestro Club del Business Travel,

luego también estamos preparando una edición del AVASA Collection, en el que vamos a reunir a nuestras agencias del segmento Premium de vacacional.

A finales de noviembre vamos a tener en nuestro ya famoso y reconocido workshop de Receptivos Internacionales, abierto a todo el mundo que venda vacacional, a todas las agencias asociadas lógicamente, en el que conseguimos reunir a más de 100 destinos del mundo.

Y bueno, hay unas cuantas formaciones por producto, que están previstas para los próximos meses y nuestro colofón que es nuestro gran evento anual, que será en el mes de febrero como siempre viene siendo, que es nuestra gran convención.

En la que la convención reunimos a todas nuestras agencias asociadas y a todos nuestros partners principales.

Carlos y por último, ¿Cómo ves el futuro para AVASA y para el resto del sector?

Hemos demostrado durante todo este tiempo, que nos vamos adelantando al futuro.

Realmente hemos sido Pioneros en estos 42 años y nos hemos ido adaptando, incluso adelantándonos.

Está claro, que el futuro es incierto y todo parece que nos espera una crisis, que hoy por hoy, no llega a nuestro sector.

Lo que sí hemos demostrado en todo este tiempo, es nuestra fortaleza ante este futuro incierto, en el que en AVASA, seguimos creciendo.

Cada vez somos más, pero no de cualquier manera, no desmesurado. Cada vez incorporamos alguna agencia más, que nos aporte valor y que nosotros también les aportemos valor.

Tenemos un crecimiento medido y seleccionado. Nuestro objetivo no es ser 500, 600, 700 agencias de viajes, ni mucho menos.

Nuestro objetivo es mantener las que somos, a lo mejor tener 15-20 agencias más, pero que nos sigan dando este equilibrio del Business Travel y del vacacional y que sea una relación Win-Win entre las agencias de viajes y AVASA, porque juntos somos más.

Carlos, muchísimas gracias por tu tiempo y por esa labor que desarrolláis todo el equipo de AVASA.

Muchas gracias a vosotros por contar siempre con AVASA Travel Group y un saludo muy fuerte, a todos vuestros seguidores.

Gracias y nos vemos pronto.

Carlos López Bahillo
Director General de
AVASA Travel Group





¿QUIERES QUE TU AGENCIA DESPEGUE?

En AVASA Travel Group te acompañamos en este viaje para ayudarte a alcanzar todos tus objetivos en tu negocio. Descubre las ventajas exclusivas.

- ▶ RENTABILIDAD +1,5%
- ▶ PRODUCTIVIDAD +5%
- ▶ DIGITALIZACIÓN
- ▶ TARIFAS ESPECIALES
- ▶ FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO



SIEMPRE MÁS LEJOS

www.grupoavasa.com

sóloagentes

Actualidad para Agentes de Viajes Edición noviembre 2022

La ocupación hotelera se anima y roza datos de 2019.

El cierre del mes de octubre ha traído buenos datos para la industria hotelera de la Comunidad Valenciana. Así se desprende del resultado de la encuesta de ocupación que elabora quincenalmente el departamento de BigDataHosbec.

Según los datos registrados, Benidorm cierra la horquilla que le separaba de los datos de 2019 y en esta segunda quincena, con el puente del 1 de noviembre y el 'half term' en Reino Unido (vacaciones de final del primer trimestre) la ocupación media ha superado el 78% y sólo la separan dos puntos sobre el dato de 2019. En la Costa Blanca y en Valencia los registros han sido muy favorables: en Costa Blanca la ocupación ha crecido más de 10 puntos sobre 2019 (del 60%

al 71,5%) y en Valencia este ascenso ha sido de 3 puntos (del 77% en 2019 al 80,2% este 2022).

En los tres ejemplos el mercado internacional ha sido determinante: supera el 50% del total de los turistas visitantes en esta quincena en estos tres destinos: Benidorm, Costa Blanca y Valencia. Castellón se anima también en esta recta final de octubre y supera el 76% de ocupación media, un valor muy por encima de lo registrado en la primera parte del mes.

El presidente de Hosbec ha descrito gráficamente cómo es muy difícil hacer previsiones a medio y largo plazo en el escenario actual: «levantamos el periscopio y solo vemos niebla»



Logitravel se encargará del marketing turístico de Palma en el mercado nacional en temporada baja

Logitravel será la responsable de desarrollar el marketing turístico de Palma en el mercado nacional durante un mes y medio, hasta el 15 de diciembre, según ha anunciado la concejal de Turismo, Sanidad y Consumo, Elena Navarro.

El Ayuntamiento ha sostenido que se trata de una oportunidad para la marca Palma, que se debe aprovechar "trasladando mensajes de valor a los potenciales clientes". La puesta en marcha de esta acción pretende mejorar la difusión de la marca, con el objetivo de generar ventas de paquetes en la Playa de Palma como destino prioritario, así como en Palma ciudad.

Navarro se ha mostrado satisfecha con el resultado de la convocatoria y ha señalado que la propuesta de Logitravel ha destacado por ser la "más innovadora y diversa" y ofrecer mejoras significativas respecto a las necesidades planteadas por la Fundació. Se ha valorado que ha presentado un plan de contenidos y un óptico de las acciones muy completo, variado y alineado con los objetivos que la Fundació tiene para esta campaña.

El canal de venta online promocionará también paquetes dinámicos de vuelo+hotel y de ferry+hotel, además del producto sólo hotel, fomentando incrementar la estancia mínima.

Pullmantur pone a la venta su marca antes de ser liquidada.

El Juzgado de lo Mercantil número 1 de Madrid ha dictado un auto en el que aprueba el plan de liquidación presentado por el administrador concursal de Pullmantur, según consta en una resolución consultada por EXPANSIÓN, en la que también se acuerda abrir la pieza de calificación del concurso.

La administración concursal de la compañía de cruceros, Data Concursal, ya ha vendido

algunos activos de la compañía desde que se declaró en concurso de acreedores voluntario en julio de 2020, meses después de suspender su actividad por la pandemia.

Pullmantur, que emprendió un proceso de renovación de su estética hace unos años, llegó a tener en 2018 unos ingresos anuales de 344,4 millones de euros y unos beneficios 18,9 millones de euros.



Aon mejora las coberturas de sus pólizas para agencias.

Aon sigue trabajando en potenciar el servicio que pone a disposición de las agencias de viajes. La compañía ha reforzado el acuerdo para mejorar las coberturas de las pólizas que gestiona de la aseguradora Hiscox, con la cual ya suma un amplio abanico de servicios.

Las opciones contratadas se mantienen con todas las coberturas vigentes y se incluyen las siguientes mejoras:

Bronce: Responsabilidad Civil de errores de concertación pólizas de asistencia y cancelación; gastos aminoración siniestros (6.000 euros); daños morales (6.000€); RC derivada de la ley de protección de datos.

Silver: RC de errores de concertación pólizas de asistencia y cancelación; gastos aminoración siniestros (12.000€); RC derivada de la ley de protección de datos; y 5.000€ por siniestro y año en multas derivadas de la misma.

Gold: RC de errores de concertación pólizas de asistencia y cancelación; gastos aminoración siniestros (24.000€); RC derivada de la ley de protección de datos; y 10.000€ por siniestro y año en multas derivadas de la misma.

Gold WW: RC de errores de concertación pólizas de asistencia y cancelación; gastos aminoración siniestros (50.000€); responsabilidad Civil derivada de la ley de protección de datos; y 25.000€ por siniestro y año en multas derivadas de la ley de protección de datos.

Cabe destacar que Aon continuará ofreciendo garantías tales como la “Insolvencia de proveedores” o la “RC derivada de los accidentes del medio de transporte” que tan buena acogida han tenido hasta ahora.



Meliá impulsa la expansión de sus marcas de lujo con la firma de dos nuevos hoteles en México.

La hotelera apuesta por la expansión y abrirá el ME Guadalajara y el Gran Meliá Riviera Nayarit.



A partir de este acuerdo, la marca ME by Meliá continuará su crecimiento en el país, ya que el hotel en Guadalajara se sumará al que tienen abierto en Cabo San Lucas (ME Cabo). El Gran Meliá que se abrirá en Riviera Nayarit supondrá el debut de la marca en México.

El ME Guadalajara contará con 150 habitaciones, una sky pool y un rooftop. En el plano gastronómico, el hotel espera destacar con una oferta culinaria de primer nivel, así como lo hacen el resto de los establecimientos de la marca.

Este será el primero hotel urbano de ME en México.



El futuro Gran Meliá Riviera Nayarit estará ubicado junto al océano Pacífico, contará con 180 habitaciones y suites, y ofrecerá una experiencia de lujo.

“La firma de estos dos nuevos hoteles supone un impulso fundamental para la expansión internacional de nuestras marcas de lujo, con las que, sin duda, queremos seguir creciendo en los principales destinos del mundo. La entrada de la marca Gran Meliá en un país como el potencial para la hotelería de lujo que tiene México es un hito y estoy convencido de que será todo un éxito”, ha dicho Gabriel Escarrer, Vicepresidente Ejecutivo y Consejero Delegado de Meliá.

El aeropuerto de Castellón, nueva ruta a Madrid.

Desde el mes de Noviembre. la nueva ruta de Madrid, operada por la aerolínea Air Nostrum, que permite enlazar con 86 destinos de cuatro continentes, multiplicando así las opciones de conectividad.

Azul Marino Viajes inaugura nueva agencia de viajes en Mallorca.

La apertura de esta nueva sede concuerda con el objetivo del grupo turístico de ampliar su cobertura a nivel nacional a través de sus agencias.



La inauguración de la nueva agencia de viajes de Azul Marino en Palma, que contó además con la presencia del responsable de Turismo del Consell de Mallorca, Andreu Serra, y en la que se presentó el equipo de baloncesto femenino Azul Marino Basket Mallorca.

“Con esta tienda que ya está abierta tenemos unas 40 agencias y estamos a punto de adquirir un centenar más para acabar con unas 300 en toda la península”, explicó Subías

¿Dónde estarán ubicadas estas nuevas agencias? Tal y como detalló Subías, estarán concentradas básicamente en Madrid, Barcelona y en puntos de Levante en esta primera fase.

Paralelamente, abundó en que para este año se está gestionando la posibilidad de incorporar una red de agencias de viajes “que nos ampliaría ese portfolio”.

Subías apuntó que la crisis de personal que este año afecta al sector turístico ha llegado también a las agencias. “No es tanto el número de agencias que queremos conseguir, sino hacerlo bien, porque hoy en día hay un problema importante de captación de talento y puedes abrir una tienda preciosa, pero si no tienes a nadie al frente no la sacarás adelante. Necesitamos talento e incorporar gente”.



Ávoris nombra a Javier Castillo director de tuoperación.

Grupo Ávoris ha nombrado a Javier Castillo al frente de la dirección general de tuoperación, por lo que tendrá la responsabilidad de todas las marcas en esta área de negocio.

Según explica Ávoris, “tras el nombramiento de Juan Carlos González como nuevo director general de Ávoris Corporación Empresarial, la compañía anuncia el nombramiento de sus nuevos directores generales de tuoperación y del área minorista.

De este modo, Javier Castillo se hace cargo de la dirección general de tuoperación “por lo que tendrá la responsabilidad de todas las marcas en esta área de negocio”.

Así mismo, Juan Miguel Morales pasa a ser el director general del área minorista de Ávoris, “lo que incluye tanto el negocio vacacional, como el negocio de corporate”.

Con motivo de estos nombramientos, Juan Carlos González, ha comentado: “Estos nombramientos, vinculados a la reorganización prevista tras concluir la primera fase de la integración de Ávoris Corporación Empresarial, nos permiten iniciar esta nueva etapa con ilusión renovada y alcanzar el objetivo de consolidar nuestra actividad, así como recuperar los niveles de ingresos y rentabilidad pre COVID.

Sin duda contamos con un excelente equipo que va a ver reforzado su liderazgo con estos nombramientos”.

Iberojet pone en marcha vuelos directos entre Madrid y Tegucigalpa-Palmerola (Honduras)



Iberojet, la aerolínea de Ávoris Corporación Empresarial, pone en marcha a partir del 14 de diciembre de 2022, una nueva ruta que volará desde Madrid al recién inaugurado Aeropuerto Internacional de Palmerola, destino Tegucigalpa-Palmerola, con código XPL, conectado por autopista rápida con la capital de Honduras, el único vuelo directo que habrá operativo desde Europa a este aeropuerto internacional en Centroamérica.

Este vuelo, que será sin escalas, se llevará a cabo dos veces a la semana (miércoles y sábado) a bordo de un Airbus 350, uno de los aviones más eficientes del mundo y estará disponible desde hoy en la web de Iberojet y en todos los canales oficiales para su venta al público desde 400 € por trayecto.

El fortalecimiento de la conectividad con el aeropuerto internacional Tegucigalpa-Palmerola ha sido posible gracias a la excelente colaboración de las autoridades aeroportuarias con la aerolínea, el gobierno

de Honduras, así como el sector privado y todos los actores que forman parte de la cadena de valor del destino turístico.

Este nuevo vuelo que ofrece en exclusiva Iberojet a la zona Central de Honduras, demuestra una vez más la implicación de la aerolínea en diversificar destinos con mucho potencial y así ofrecer a los viajeros una amplia variedad de destinos por todo el mundo, proponiendo lugares únicos repletos de cultura y experiencias viajeras. Como es el caso de Honduras, un país en boga como destino turístico por ofrecer la posibilidad de disfrutar de unas vacaciones con mucho más que sol y playa.

Por todo ello, esta ruta representa una gran oportunidad para el mercado europeo para conocer Honduras y sus países aledaños como Belice y Guatemala, destinos bañados por el mar Caribe, de clima tropical y con numerosas ciudades y pueblos con un amplio patrimonio maya. Parques naturales,

playas de arena blanca, arrecifes de coral, una rica gastronomía y numerosas experiencias viajeras son algunos de los ejemplos que estos países ofrecen a quien decida visitarlos. Además de poder conocer regiones tan paradisíacas como Roatán, la isla más conocida de Honduras a nivel internacional, un lugar único en el mundo.

Paul Verhagen, subdirector general de Iberojet, ha comentado con motivo de este anuncio que: “Con la puesta en marcha de esta exclusiva ruta desde Madrid al aeropuerto Tegucigalpa-Palmerola estamos demostrando nuestra apuesta por operativas que van más allá de los destinos clásicos, diversificando países para que nuestros viajeros puedan elegir entre una amplia gama y tengan numerosas y atractivas ofertas en sus manos. Honduras es un destino que ofrece al viajero mucho más que sol y playa, ya que posee selvas tropicales, una cultura rica en yacimientos arqueológicos y un sinfín de experiencias viajeras.

Barceló compra a Globalia el 49,5% que no controlaba en Ávoris

La primera incognita tras la adquisición se refiere al precio por el cual Barceló ha comprado la participación del 49,5% de Globalia. Para ello es necesario saber primero cuál fue la valoración que se hizo de cada empresa antes de la fusión en una única unidad de negocio, cerrada en marzo de 2021. En segundo lugar, la empresa resultante de la fusión es la que se comprometió a la devolución de los 320 millones recibidos del Fondo de Apoyo a la Solvencia de Empresas Estratégicas gestionado por la Sociedad Estatal de Participaciones Estatales (SEPI) y ahora habrá que saber si Barceló ha asumido íntegramente la devolución de los préstamos o si bien se han repartido entre ambas.

Frente a las reticencias iniciales de la Comisión Nacional para los Mercados y la Competencia a la fusión, Barceló dejó claro desde el principio que los principales problemas de solvencia se encontraban en Globalia y que si finalmente el organismo regulador tumbaba la integración, la que tendría problemas para sobrevivir sería el holding fundado por Juan José Hidalgo, que sumó dos contratiempos en poco tiempo: por un lado, la ruptura de las negociaciones con IAG para la fusión con Air Europa y el deterioro de su negocio de viajes que obligó a acelerar las negociaciones con Barceló.

La toma de todo el control de la empresa por parte de Ávoris invita a pensar que el grueso de los futuros ajustes en una coyuntura negativa podría cebarse en las unidades de negocio de Globalia, tal y como sucedió cuando tocó negociar con los representantes de los trabajadores un expediente de regulación de empleo (ERE).



InterMundial lanza una nueva versión de su plataforma Safer 360.

Ofrece soluciones en las tres principales áreas con las que trabajan los agentes de viajes: gestión de siniestros, asesoramiento comercial y asuntos relativos a fianzas.



En lo que respecta a la gestión de siniestros, el agente podrá dar de alta el siniestro y gestionar el proceso teniendo como interlocutor directo al equipo de Siniestros.

En cuanto al asesoramiento comercial, para la resolución de dudas y cuestiones específicas sobre el portfolio de seguros, el agente podrá tener toda la información

de primera mano hablando directamente con un equipo especialista que conoce sus productos, garantías y coberturas al máximo detalle. Y en los asuntos relativos a finanzas: el interlocutor es el equipo financiero por lo que, ante cualquier consulta, la respuesta será dada directamente por el equipo profesional de esta área. Igualmente, todas la comunicaciones

y gestiones se realizan sin salir del nuevo Safer 360. Sin formularios, ni largas cadenas de correo electrónico y poniendo en contacto, a través de una conversación directa, a los especialistas de los equipos de InterMundial con los agentes algo que, hasta ahora, ningún otro proveedor de seguros de viaje puede ofrecer.

Nombramientos y novedades en el sector turístico Español



Diego Hidalgo

Su función dentro de Dit Canarias será el asesoramiento a las más de 100 agencias del archipiélago y la creación de productos exclusivos para dichas empresas, así como receptivo para el resto de las 1.000 agencias de Dit Gestión en España.



Ignacio Soler

Travel Advisors Guild (TAG) ha nombrado a Ignacio Soler nuevo Managing Director de la asociación. Soler se incorporará a su puesto el próximo lunes, 7 de noviembre, asumiendo el cargo que se encontraba vacante desde el pasado julio.



Victoria Berwick

CWT ha nombrado a Victoria Berwick nueva directora de marketing global de la empresa de gestión de viajes. Será responsable de todas las iniciativas de marketing de marca, cliente, digital, eventos y productos.

Silversea mostrará a los huéspedes destinos como Sri Lanka, Hong Kong y Vietnam a bordo de cuatro barcos de ultra-lujo.



Silversea Cruises confirma su muy esperado regreso a Asia a partir de diciembre de 2022

Silversea Cruises confirmó su regreso a Asia, con cuatro barcos – el Silver Shadow, el Silver Whisper, el Silver Spirit y el Silver Muse– programados para navegar por la región entre diciembre de 2022 y mayo de 2023.

La próxima temporada de Silversea en Asia, que comprende 25 viajes de entre 10 y 20 días, incluye los siguientes itinerarios destacados:

MUMBAI a SINGAPUR – Silver Spirit
20 de diciembre de 2022 – 5 de enero de 2023

Desde Mumbai, los viajeros se sumergirán en la rica cultura de la India en Cochin, antes de viajar a Colombo, en Sri Lanka, en una escala nocturna, Trincomalee, Phuket, en Tailandia, Port Klang (Kuala Lumpur), en Malasia, y Malaca, llegando a Singapur el 4 de enero para una escala nocturna también.

HONG KONG a SINGAPUR – Silver Spirit
19 de enero – 29 de enero de 2023

Tras pasar un tiempo en la emblemática Hong Kong, los huéspedes embarcarán en el Silver Spirit el 19 de enero de 2023, zarpando hacia Vietnam, con escalas en la Bahía de Ha Long durante una noche, Da Nang y Ciudad Ho Chi Minh durante dos noches, antes de llegar a Singapur. A lo largo de 10 días, el barco, con capacidad para 608 huéspedes, ofrecerá a los viajeros experiencias inolvidables, como un viaje a la antigua ciudad de Hoi An, un

recorrido por el Delta del Mekong, un descenso a los túneles de Cu Chi y un programa terrestre opcional a Angkor Wat, en Camboya, entre otros. Una serie de programas terrestres opcionales antes y después del crucero permitirán a los huéspedes viajar aún más profundo.

HONG KONG a HONG KONG – Silver Spirit
12 de febrero – 26 de febrero de 2023

Con salida desde Hong Kong el 12 de febrero, el Silver Spirit irá por las islas de Filipinas, antes de irrumbo a Vietnam. Durante 14 días, los huéspedes tendrán la oportunidad de explorar Vigan (puerto de Salomague), Manila en una escala nocturna, la isla de Romblon, Coron (Palawan), Chan May (Hue/Da Nang), Da Nang y la bahía de Ha Long durante una noche. Durante una visita guiada, los viajeros descubrirán la ciudad de Vigan, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, incluyendo la Plaza Salcedo, la Catedral Metropolitana de San Pablo y la fascinante arquitectura de la calle Crisologo. Los huéspedes explorarán la metrópolis de Manila con visitas guiadas al Parque Rizal, el Fuerte Santiago y la Iglesia de San Agustín,

el Círculo Conmemorativo de Quezón y el Monumento a la Guerra de Estados Unidos, entre otros puntos destacados de la ciudad antigua.

SINGAPUR a MUMBAI – Silver Spirit
8 de marzo – 24 de marzo de 2023

Los huéspedes que naveguen a bordo del Silver Spirit a partir del 8 de marzo experimentarán la gran diversidad de Asia, viajando a lo más profundo de Singapur, Tailandia, India y Sri Lanka, con escalas nocturnas en Chennai, Colombo y Mumbai que ofrecen la oportunidad de pasar más tiempo en ciudades emblemáticas. Los destinos serán Phuket, Chennai, Trincomalee, Colombo, Cochin, New Mangalore, Mormugao (Goa) y Mumbai. En Trincomalee, los huéspedes tendrán la oportunidad de explorar el Templo de la Cueva de Rangiri de Dambulla, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Así como de visitar la antigua ciudad de Polonnaruwa - entre una serie de experiencias que capturan el alma de Sri Lanka. Los viajeros también tendrán la oportunidad de explorar el Taj Mahal, Agra y Delhi durante una aventura opcional de tres noches después del crucero.

Especial Tecnología para Agencias de Viajes





Pipeline.

software



Sebastián Briones
Director General
Pipeline Software

Desde hace 30 años, Pipeline Software está dedicado en exclusiva a ofrecer soluciones tecnológicas para el sector turístico, principalmente para Agencias de Viajes.

Sus aplicaciones Orbis de Gestión Comercial para Agencias de Viajes, son el software líder en España.

Hoy entrevistamos a Sebastián Briones, Director General de Pipeline Software, una de las empresas tecnológicas de más larga trayectoria en el sector turístico y sobre todo, en el segmento de las Agencias de Viajes.

Sebastián, ¿Cómo han sido estos últimos 3 años para Pipeline?

Para los trabajadores de Pipeline han sido 3 años de trabajo intenso y de muchos cambios.

Cuatro meses después del inicio de la pandemia, en julio de 2020, mi socio desde los inicios, Manuel Sos, salió del accionariado de la sociedad y esto, junto a la situación del sector, marcó un punto de inflexión en la compañía.

A partir de ese momento, como CEO y administrador único de la sociedad, he reorganizado la empresa con una nueva imagen corporativa y objetivos claros.

Se ha trabajado con mucha intensidad en una nueva versión web de nuestro sistema de facturación incorporando muchas de las mejoras que los clientes habían solicitado permitiendo además migrar el 100% de los datos de la versión Windows a la nueva plataforma.

Se han invertido muchos recursos en avanzar con el desarrollo de nuestro motor de reservas Orbis Booking y Orbis Portal añadiendo muchas funcionalidades e integraciones.

Hemos incorporado nuevos y potentes clientes en España, pero también en Portugal, Cabo Verde, Marruecos y México.

Hemos incorporado desarrolladores en todos los proyectos de la compañía y para mí, lo más importante, hemos mejorado enormemente la organización interna y el ambiente de trabajo entre los compañeros y con los clientes.

Todavía queda mucho por hacer, pero estoy convencido de que en los próximos años seguiremos creciendo con fuerza y consolidando la compañía tanto en España como en el extranjero.

¿Cuáles son las novedades de Pipeline después de estos 3 años?

Creo que lo más remarcable es nuestra nueva versión en entorno web de Orbis Gestión, al que hemos llamado Orbis Web, con una plataforma más usable, más ágil y más segura en la que hemos incorporado muchas nuevas funcionalidades solicitadas por nuestros clientes e incorporado captura de datos de reservas de nuevos proveedores.

También hemos avanzado muchísimo en nuestros productos Orbis Portal y Orbis Booking potenciando la presentación y venta de los servicios turísticos de las agencias y su integración en el flujo administrativo.

Hemos incorporado la venta de circuitos, paquetes cerrados, paquetes dinámicos con vuelo charter o GDS con producto propio y de terceros.

Hemos desarrollado dentro de Orbis Portal la venta de paquetes de proveedores externos como New Blue, Tui o Soltropico y queremos seguir incorporando al resto de mayoristas.

Estamos trabajando en una nueva versión de nuestro metabuscador Orbis Hoteles con nuevas fórmulas que permitan formalizar las reservas sin necesidad de acceder al B2B del banco de camas aplicando los mapeos contra nuestra base de datos central de alojamientos.

Hemos continuado con los desarrollos y actualizaciones en las intranets de Nautalia, Team Group, Grupo Europa, AEVAV, UNAV, CEAV, FETAVE y nuestra marca blanca Intranet AAVV.

A día de hoy más de 2.000 agencias de viajes utilizan a diario estos desarrollos para su gestión diaria.

¿Qué productos ofrecéis a las agencias dentro de las ayudas de Kit Digital?

Pipeline se incorporó al inicio del programa como agente digitalizador en 4 categorías:

Sitio Web y Presencia en WInternet

Donde proponemos la contratación y mantenimiento de nuestro producto Orbis Vending con ayudas de hasta 2.000 € para las Agencias.

Gestión de Procesos

Donde entramos con nuestro sistema de gestión comercial Orbis Gestión Web con ayudas en función

del número de empleados de entre 500 € y 6.000 €.

Gestión de Clientes

En este apartado trabajamos bien implantando el CRM de VTiger o conectando el CRM de la agencia con nuestras plataformas de Orbis Gestión, Orbis Booking y Orbis Portal con ayudas de entre 2.000 € y 4.000 €.

Comercio Electrónico

Donde proponemos nuestro producto Orbis Portal con ayudas de hasta 2.000 €.

Sebastián, ¿Qué esperas para el año 2023?

A pesar de que la situación económica no acompaña creo que el sector de los viajes, al igual que ocurrió

en la crisis de 2008, va a aguantar mejor que otros sectores.

Las agencias de viajes han hecho los deberes, reduciendo sus gastos y optimizando sus procesos para ser más eficientes y rentables.

Nosotros, como siempre hemos hecho desde el nacimiento de la empresa, seguiremos trabajando en mejorar nuestras herramientas y en tratar de dar a nuestros clientes el mejor servicio posible.

Confiamos en que muchas de las agencias clientes de Pipeline, junto con otras que hasta ahora no han trabajado con nosotros, se animen a contratar estos productos. →

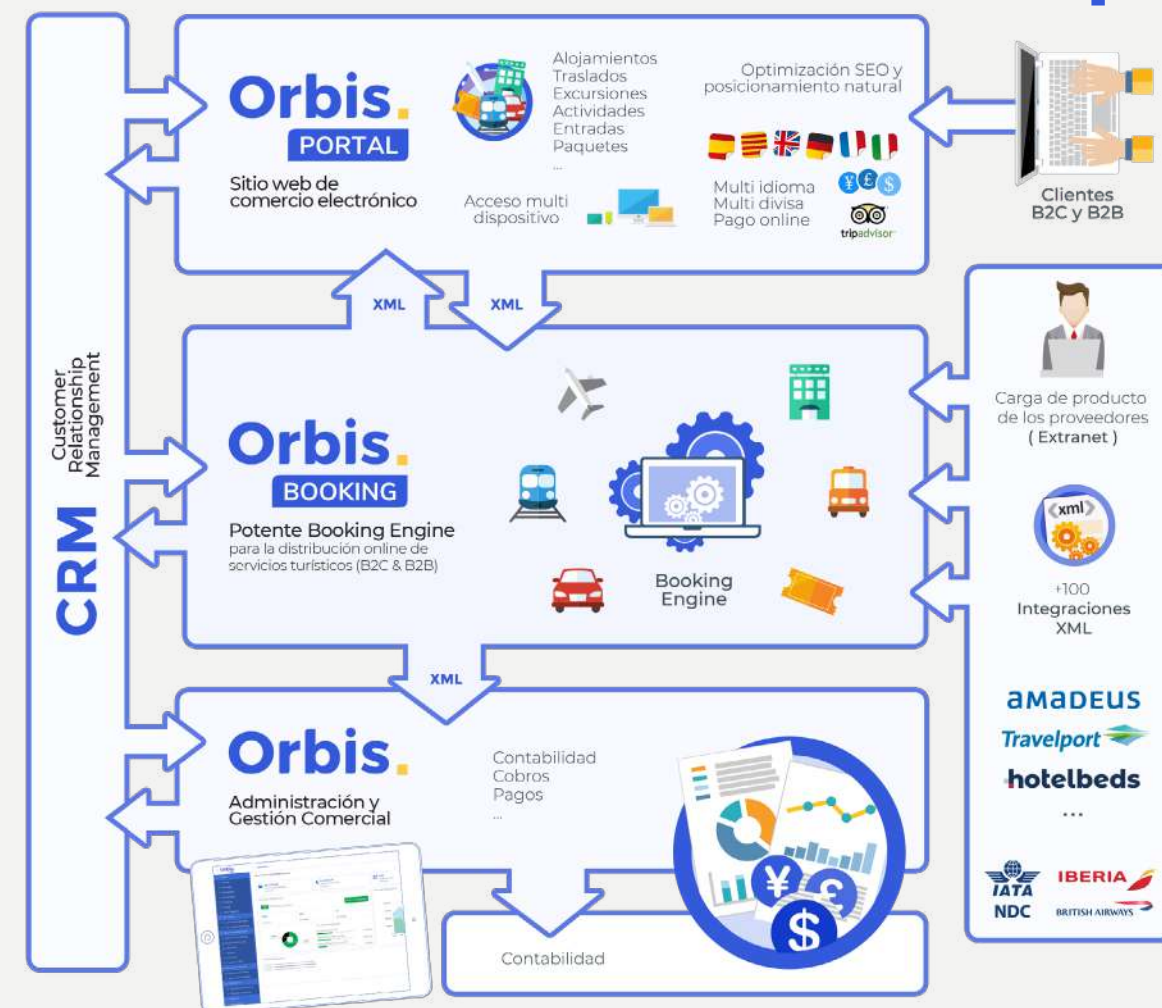
Pipeline.
software

Orbis.
BOOKING

Orbis.
PORTAL

Orbis.
VENDING

Orbis.
WEB



Pipeline.

software

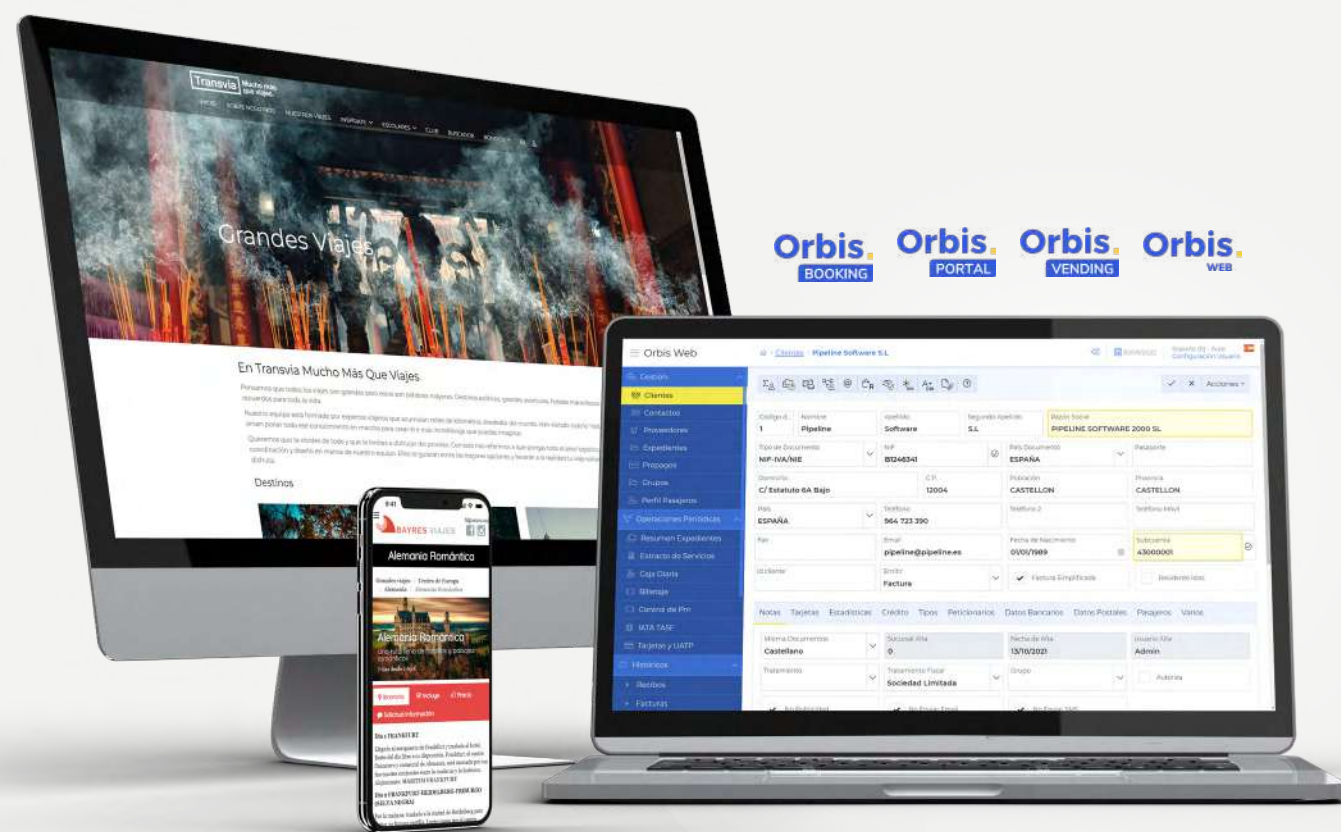
¿Qué deben hacer las agencias interesadas en acceder a estos productos utilizando las ayudas de Kit Digital?

Lo más importante es que aquellas agencias que deseen acceder a estas ayudas se registren en la página <https://acelerapyme.gob.es> para solicitar su bono.

Una vez hayan recibido confirmación de que se les ha concedido dispondrán de 6 meses para decidir en qué productos los van a emplear.

Hemos publicado en nuestra web corporativa <https://www.pipeline.es/kit-digital.htm> toda la información relativa al funcionamiento de estas ayudas.

Ante cualquier duda podéis contactar con nuestro departamento de soporte telefónico en el 964723390 o bien vía email a la dirección de correo pipeline@pipeline.es



Orbis. BOOKING Orbis. PORTAL Orbis. VENDING Orbis. WEB

PRODUCTO SUJETO A LAS SUBVENCIONES DE KIT DIGITAL PARA PYMES

KIT DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis. WEB

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.



Más información en www.orbisweb.es

La gestión comercial para agencias de viajes líder en España, con servicio en la nube

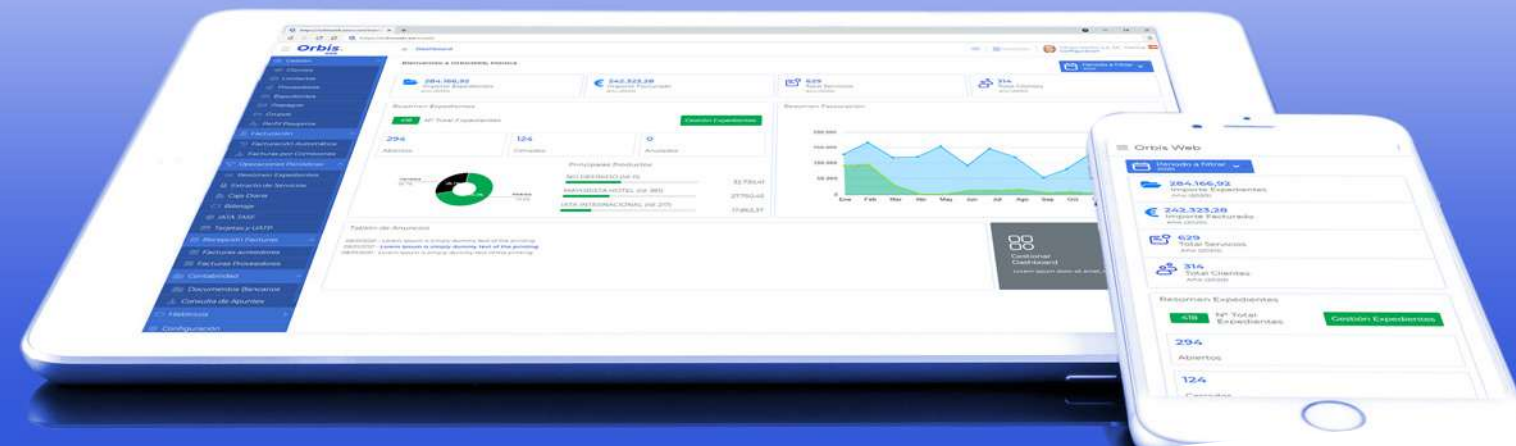
Flexible y escalable

Con las licencias de Orbis WEB se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- Acceso remoto a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en tiempo real.
- Protección de datos.
- Copias de seguridad diarias.
- Asistencia telefónica.
- Siempre actualizado a la última versión.



+6.000
CLIENTES
SATISFECHOS

+4.500
INSTALACIONES
DE ORBIS

+100
INTEGRACIONES
XML

+2.500
AGENCIAS
DE VIAJES

+30
AÑOS
EXPERIENCIA

Pipeline.
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es



Toni Frau
Director General
Traveltool.

Hoy contamos con Toni Frau, director general de Traveltool, que junto al resto de su equipo, ofrecen según indican, un completo abanico de productos y servicios a sus más de 500 agencias asociadas, con el único objetivo de proporcionarles una solución integral y que puedan competir de tú a tú dentro del sector minorista.

¿En qué consisten las ayudas Kit Digital y que podeis ofrecer en este aspecto desde Traveltool a las agencias independientes?

Lo primero espero que estéis bien y que la recién finalizada temporada de verano, haya supuesto el retorno de ventas (e igualmente de la rentabilidad), y con ello haber superado la crisis en la que nos hemos visto implicados estos dos últimos años.

Hoy entrevistamos a Traveltool, el grupo de gestión con menos antigüedad del mercado minorista, y que desde 2018, año de su nacimiento, se ha hecho un hueco entre los grandes grupos del sector.

Traveltool ha aprovechado además en este 2022, la llegada de los Fondos Next Generation, para convertirse en “**Agente Digitalizador**” y ofrecer su pack de soluciones **Kit Digital** para agencias independientes.

Pues si, voy a intentar explicaros en qué consisten estas ayudas y que ofrecemos desde Traveltool para las agencias de viaje independientes.

Los Fondos Next Generation a través de una de sus convocatorias denominadas “Kit Digital”, es un programa de ayudas económicas del ministerio de asuntos económicos y transformación digital, para impulsar la digitalización de las empresas (Pymes, micro Pymes, autónomos).

Este tipo de subvenciones además solo pueden ser solicitadas a través de los agentes digitalizadores, como es el caso de Traveltool, y somos nosotros quienes entregamos a las agencias de viaje un pack de soluciones digitales.

El objetivo que perseguimos es que nuestro “Kit Digital” sea la palanca que nos ayude a acelerar el máximo de proyectos dirigidos a la transformación digital

de las agencias de viaje, ayudando en la consulta y selección de las soluciones digitalizadoras que mejor se adapten a las necesidades de la agencia, y que suponga un ahorro de tiempo, costes, mejora en la productividad.

¿Qué soluciones incluye vuestro Pack Kit Digital?

En nuestro pack “Kit Digital” se incluyen un conjunto de soluciones enfocadas a la web B2C para clientes finales, comercio electrónico, gestión de clientes y analítica, como he mencionado anteriormente todas ellas enfocadas a nuestro proyecto TDA o Transformación Digital de Agencias de Viaje que ya veníamos promoviendo desde el año 2019.

Comentar además que para la presentación y registro de las empresas o agencias interesadas el ministerio ha definido tres convocatorias, separando cada una de ellas por segmentos de número de

empleados (el segmento uno para empresas de 10 a 49 empleados, el segundo dirigido a empresas de 3 a 9 empleados, y el tercero dirigido a empresas de 1 a 2 empleados).



¿Qué son los Fondos Next Generation?

Es un programa de ayudas económicas del ministerio de asuntos económicos y transformación digital, para impulsar la digitalización de las empresas (Pymes, micro Pymes, autónomos).

Estas soluciones se suscriben bajo las categorías definidas por el ministerio en la licitación, y son: →

Soluciones Traveltool

Sitio Web y presencia en Internet.

Comercio Electrónico.

Gestión de clientes e implementación de CRM.

BI y Analítica

y mucho más...



Sitio web y presencia en internet

Complementaremos el actual B2C que ofrecemos a las agencias (a día de hoy una web 100% transaccional de venta) añadiendo una capa de personalización para que sean ellas mismas quienes puedan definir una ‘home puente’, bloques, componentes o páginas propias, todo ello bajo un sencillo mantenimiento realizado por la propia agencia, sin necesidad de acudir a empresas o técnicos externos especializados, con el consecuente ahorro de costes que todo ello os reportará.

Comercio electrónico

Incorporación de un nuevo “Marketplace” de producto local de agencias, operaciones a las que se

requiera dar mayor visibilidad, o incluso producto de proveedores contratados por el grupo, que es una evolución del actual Microsite de Producto Propio, para que nuestros asociados puedan o bien ser ‘suministradores’ o bien ‘consumidores’ del producto, con máxima interacción entre agencias o clientes finales.

Gestión de clientes

Implantación de un CRM para la completa gestión de vuestros clientes y acciones relacionadas con éstos, con integración de aplicaciones estándar de redes sociales (whatsapp, facebook, instagram,...), y añadiendo además integraciones con productos internos, como presupuestos Smytravel, la herramienta de presupuestos online de la intranet, u otros que estamos analizando con el software de gestión GIAV, etc....

BI y Analítica

El objetivo es trabajar la explotación de datos de la agencia para definir el proceso de toma de decisiones orientado, orientado a la rentabilidad del negocio. Para por ejemplo la creación de paneles de datos (o ‘dashboards’) con los principales KPIS digitales y no digitales en plataformas como Data Studio. Exportación de diferentes bases de datos para cruzarlas y tener un mayor conocimiento del negocio o el almacenamiento en la nube de toda la información necesaria. Todo ello bajo nuestro total asesoramiento y acompañamiento →

Somos el digitalizador perfecto para tu Agencia de Viajes



traveltool
e-services

Traveltool pertenece al grupo de soluciones del Kit Digital en la categoría de Sitio web y presencia en internet, ecommerce, gestión de clientes y BI y analítica aquí podrás informarte de todos los servicios que ofrecemos y contactar con nosotros para contratarlos con tu Bono Digital.

<https://www.traveltool.es/kit-digital>



durante todas las fases de captación del dato, análisis, acciones y conclusiones.

Todo lo anterior se complementa además con el resto del portfolio de servicios que ofrecemos a las agencias.... para citar los más importante:

la plataforma multiproducto B2B2C de nuestros touroperadores y consolidadores Smytravel con la que llevamos más de 12 años siendo líderes en el sector, licencia gratuita de uno de los softwares de gestión más valorados en el sector de agencias, herramientas dirigidas a la productividad del agente de viajes y un servicio de marketing dirigido a fomentar la fidelización del cliente de una agencia, así como la captación de nuevos leads que permitan aumentar el volumen de ventas y rentabilidad del negocio.

¿Cómo pueden ampliar esta información, aquellas agencias de viajes que estén interesadas?

Para aquellos que

estuvieran interesados, aunque tan solo sea a nivel informativo, y por supuesto sin ningún tipo de compromiso, disponéis de toda la información en nuestra web corporativa, en la landing "kit-digital".

Tan solo os solicitaremos rellenar un simple formulario y nos pondremos en contacto con vosotros para explicaros todo tipo de detalles, procedimiento, etc...

Recordad además que ya se han abierto las dos primeras convocatorias o segmentos según número de empleados de vuestra agencia (de 10 a 49 empleados y la de 3 a 9), y que en breve se abrirá la tercera y última dirigida a las empresas de 1 a 2 empleados, incluidos autónomos.

Poco más, hacer hincapié en que la transformación digital es una necesidad, importante para el futuro de vuestro negocio y que los fondos pueden ser el empujón definitivo que os ayudarán a evolucionar

vuestro negocio.

Espero haberos ayudado a aclarar los conceptos básicos de las ayudas "Kit Digital" que ofrecemos en Traveltool.

Os animo al menos a que

os informéis en detalle de todas sus ventajas.

Un saludo a todos, y buenas ventas!!

Da un paso más en tu negocio con la ayuda de nuestros Traveltool Kits



Más de
300
AGENCIAS
INSCRITAS

KIT DE SOLUCIONES DIGITALES A TU MEDIDA

SITIO WEB

ECOMMERCE

GESTIÓN DE CLIENTES

BI Y ANALÍTICA

Obtén hasta **12.000 €** para **digitalizar** tu agencia de viajes



www.traveltool.es





ConectaTurismo

TECHNOLOGY & CONSULTING



José Antonio Flores
Director General
Conecta Turismo.

Conecta Turismo es una **Travel Tech** dedicada al diseño y desarrollo de proyectos web para todo tipo de Agencias de Viajes.

Su tecnología proporciona a las Agencias de Viajes un Backoffice en el que poder operar y gestionar sus motores de reservas, conexiones con proveedores, su producto propio, reglas de negocios o su contenido web, entre otras muchas cosas.

La primera pregunta es clara ¿Qué es Conecta Turismo?

Conecta Turismo es tecnología turística.

Somos una Travel Tech con más de 12 años de experiencia en el sector.

Hemos trabajado con todo tipo de agencias de viajes, tanto nacionales como internacionales ayudándolas en su digitalización y en la creación de portales webs competitivos, que potencien su valor y sean acordes a su imagen corporativa.

¿Y cómo ayudáis a esa digitalización?

A través de nuestras herramientas.

Trabajamos los proyectos web tanto a nivel front, es decir, en cuanto a lo que el usuario ve cuando accede a la web de una agencia de viajes, a la usabilidad y experiencia de usuario; como en el Backoffice.

Trabajamos en modalidad SaaS, es decir, proporcionamos a las agencias una licencia de uso de nuestro sistema y un panel propio para que puedan gestionar sus reservas y su página web a nivel interno y de forma autónoma, lo que les permite: crear su propio contenido o recomendados, gestionar sus reglas de negocio, clientes, gestionar las agencias en el caso de las mayoristas, sus reservas y mucho más.

El turismo y los viajes son dinámicos y hay que estar siempre al pie del cañón para adaptarse a los cambios, con nuestra herramienta las agencias de viajes pueden operar de forma autónoma y dinamizar su contenido para atraer y fidelizar clientes y potenciar sus reservas online.

Ofrecemos además, soluciones especializadas que se adaptan a las diferentes tipologías de agencias y sus necesidades.

Nuestro Software no solo cuenta con motores de reserva integrados con los principales mayoristas, también tenemos un gestor de producto propio para aquellas agencias que tengan una oferta única y quieran digitalizarla, ya sean tanto mayoristas como minoristas.

También contamos con una herramienta especializada en la gestión de viajes de grupos y grupos escolares, que proporciona a las agencias todo el control acerca de las inscripciones, pagos, documentación, autobuses, etc y les permite descargarse de tareas de operativa, ya que tanto los guías como los padres y los viajeros disponen de paneles propios en los que cada uno puede gestionar su parte.

Nuestra amplia experiencia en el sector nos ha permitido conocer qué es lo que necesitan las agencias y adaptar nuestra tecnología a estas necesidades.

Se trata, además, de una tecnología cloud, lo que nos proporciona una amplia cantidad de ventajas, que nuestros clientes ven reflejadas en el servicio.

¿Y qué ventajas tendría esta tecnología cloud para vuestros clientes? →



Más de 12 años de experiencia en el sector

Hemos trabajado con todo tipo de agencias de viajes, tanto nacionales como internacionales ayudándolas en su digitalización y en la creación de portales webs competitivos, que potencien su valor y sean acordes a su imagen corporativa.

« La primera, es que nos permite reducir costes. Nos da más libertad a la hora de innovar y de customizar nuestras herramientas y eso posibilita que nuestros sistemas sean escalables y modulares.

Nuestro sistema es multivisa, multiidioma, cuenta con multitud de conexiones con proveedores y funciona tanto para agencias mayoristas como minoristas o mayorista/minorista.

Tenemos un amplio abanico de posibilidades para que cada agencia de viajes pueda operar como necesite y siempre estamos trabajando para ampliar y evolucionar estas posibilidades y poder conectarnos también a otros sistemas.

Y a parte de esta tecnología, ¿Disponéis de más servicios para agencias de viajes?

Si, somos una tecnológica, pero también trabajamos como consultoría.

Nuestro expertise nos ha proporcionado un amplio conocimiento del sector turístico no solo a nivel tecnológico, también a nivel de mercado y de cómo va evolucionando el sector y hacia donde puede ir.

Trabajamos asesorando a las agencias de viajes en estos aspectos, que por supuesto nos ayudan a crear una marca a medida para cada uno de nuestros clientes.

También ofrecemos servicios de diseño gráfico para las agencias. No hay dos agencias iguales y, por tanto, no puede haber dos

proyectos iguales. Creemos en el valor único y en la diferenciación y es algo que trabajamos desde el primer minuto con nuestros clientes.

¿Cuáles son los productos o servicios que más os demandan las Agencias de Viajes?

Muchas agencias de viajes llegan a nosotros buscando crear y darle potencia y valor a esa marca propia.



Tanto nuestra forma de trabajar y de comunicar, como nuestros trabajos hacen ver a los posibles clientes cómo el valor de la agencia es lo que marca la diferencia y es entorno a lo que debe girar toda su estrategia.

En nuestra comunicación, nuestra estrategia y nuestra forma de trabajar tenemos claro lo que nos hace únicos y diferentes y es algo que intentamos trasladar a nuestros clientes, aplicado a su negocio.

Aquí incluimos tanto agencias de nueva creación como aquellas que quieren renovar su imagen, porque no les gusta o se les ha quedado obsoleta y buscan crear un entorno más acorde.

Otro de nuestros grandes pilares y por el que las agencias de viajes también nos contactan es por las amplias posibilidades de conexiones XML con los proveedores que ofrecemos y por nuestro gestor de

producto propio. Al realizar la conexión agencia-proveedor de manera directa mediante XML las agencias pueden mantener sus propios acuerdos o negociaciones con sus proveedores.

Este punto es vital para ellas, ya que forma parte de su valor añadido.

Nuestro sistema, además, les permite manejar desde una sola herramienta ambas tipologías de productos y gestionar sus propias reglas de negocio, cupos, modalidades, tarifas, release, etc.

¿Qué hace diferente a Conecta Turismo y a su tecnología?

Como ya hemos comentado, tenemos una amplia experiencia del sector y una tecnología innovadora y con gran adaptabilidad.

Esto nos permite conocer muy bien cuáles son las necesidades de las agencias y plasmarlas en nuestros proyectos y que nuestros sistemas se adapten a estas necesidades.

Sabemos que el turismo es un sector muy dinámico y que evoluciona constantemente. Trabajamos cada proyecto de forma individualizada y contamos con sistemas cloud que nos permiten tener herramientas modulares y escalables para que las agencias puedan crecer y evolucionar sin que vean comprometida su tecnología.

Nuestras herramientas están pensadas para crecer con la agencia que las utiliza y adaptarse a sus nuevas necesidades. →



¿Hacia dónde crees que va el sector turístico?

Lo que promueve el Kit Digital y la gran acogida que ha tenido es una prueba de hacia donde se mueve el sector productivo y, en nuestro caso, el sector turístico: la digitalización.

Todos los protagonistas y actores del sector turístico, en mayor o menor medida y dentro de sus posibilidades, avanzan de manera incuestionable para ser cada vez más digitales, en el sentido más amplio.

La digitalización es un eje que atraviesa a toda la sociedad y que está redefiniendo cómo vivimos, cómo consumimos y cómo viajamos.

No solo afecta a la hora de que los usuarios organicen o realicen su viaje, también a la hora de trabajar en el día a día, desarrollar y evolucionar un negocio, etc.

» **Y centrándonos un poco ahora en el tema que nos trae aquí, ¿Pueden las agencias contratar vuestros servicios a través del Kit Digital?**

Efectivamente, Conecta Turismo es agente digitalizador adherido en las categorías de Presencia básica en internet y Comercio Electrónico, por lo que cualquier agencia de viajes beneficiaria del Kit Digital puede contactarnos.

Nuestro equipo comercial será el que se ponga en contacto con la agencia para entender su proyecto y poder definirlo según sus necesidades.

Una vez que empecemos a trabajar conjuntamente con la agencia, nuestro equipo de diseño será el que trabaje la propuesta de valor de la agencia a nivel web, para que tanto

las herramientas y sistemas con los que trabajamos como la propuesta estética se adapten a la agencia de viajes.

¿Por qué crees que es tan importante la digitalización?

La sociedad es cada vez más digital y la digitalización no es futuro, es presente.

A la hora de reservar un viaje, las agencias siguen siendo un referente entre los usuarios y uno de los medios más usados.

Sin embargo, a la hora de organizar un viaje, los usuarios investigan e idean su viaje principalmente en los medios digitales. Si una agencia de viajes no tiene una adecuada presencia en el medio digital, es decir, no tiene una página web competitiva, alineada con sus objetivos comerciales, usable y que refleje su esencia, difícilmente se va a dar a conocer entre su público objetivo.

Si algo debemos agradecerle al entorno digital es la democratización de la presencia y visibilidad a nivel mundial.

Internet es un escaparate global en el que tienen cabida todo tipo de proyectos y en el que cualquier agencia de viajes puede posicionarse por su valor propio y competir con los grandes titanes.

Por eso es tan importante trabajar esta presencia en el entorno digital, contando con ayudas como son las del Kit Digital y con un partner tecnológico como Conecta Turismo.



Si algo debemos agradecerle al entorno digital, es la democratización de la presencia y visibilidad a nivel mundial.

¿Y cómo ves a las agencias en materia de digitalización, dónde crees que deberían poner el foco?

Para ser potentes y competitivos a nivel digital, lo primero que hay que trabajar es la capacitación digital de las agencias de viajes.

Nuestras herramientas están pensadas para que cualquier persona sin conocimientos informáticos pueda trabajar en ellas, pero sí que exige cierto conocimiento digital.

Para esto hay que empezar por la base, es decir, las agencias necesitan entender realmente cómo la digitalización las va a ayudar y va a contribuir a mejorar sus ventas. La digitalización no es un gasto, es una inversión.

La capacitación digital y la adquisición de conocimiento sobre tecnología por parte de las agencias es la que les va a dar alas a la hora de entender el beneficio de esta tecnología y, más importante aún, a la hora de aprovecharla.

No se trata de tener una web y ya, esa web necesita contenido actualizado, dinámico y requiere de un trabajo constante y es importante que las agencias conozcan la implicación que tiene también.

Una web por sí sola no hace nada, pero una web con un trabajo de fondo nos puede acercar a muchas oportunidades y negocios.

¿Hacia dónde crees que va el sector turístico?

Cada día vemos noticias sobre Destinos inteligentes y cómo trabajan la recogida de datos e información para adaptarse al público presente y prepararse al público futuro, sobre nuevas formas inmersivas de preparar nuestros viajes, nuevas formas de hacer turismo, hasta nuevas formas de pagar o sistemas que nos ayudan a automatizar procesos, reducir operativa, eliminar gestiones y un larguísimo etcétera.

Esto se traduce en Big Data, Blockchain, Metaverso, Realidad Virtual, etc.

Conceptos que se están quedando en nuestro día a día y que marcan el desarrollo.

Aún queda mucho trabajo de base por hacer, empezando por esa digitalización y capacitación de la que ya hemos hablado, pero estas tecnologías también son parte ya de nuestra realidad y poco a poco irán cayendo en cascada a todos los niveles del sector productivo en general y turístico en particular, y llegando a nuestras rutinas.



Expertos en tecnología para agencias de viajes

Desarrollamos herramientas y soluciones tecnológicas para agencias de viajes.

ConectaTurismo
TECHNOLOGY & CONSULTING

Servicios para agencias de viajes

Diseño web personalizado

Desarrollamos y diseñamos la web de su agencia de viajes conectada con los motores de reserva que necesite e integrada con los principales proveedores. Podrá mantener sus negociaciones y cargar su producto propio. Conexión con su TPV virtual para el cobro online.

BackOffice de gestión

Controle sus reservas, presupuestos, clientes o agencias desde una sola herramienta y, si es mayorista, distribuya su producto entre nuestras agencias.

Adaptada a su agencia de viajes

Nuestro sistema se adapta a las necesidades de su agencia. Podrá operar en varios idiomas o divisas, generar códigos de descuento para sus clientes, conectar sus rrss. Es una herramienta modular y escalable, para que pueda ampliar servicios según lo necesite.

Fácil de usar

Intuitiva y sencilla de utilizar. Podrá gestionar de forma autónoma la página web de su agencia de viajes, sin necesidad de tener conocimientos informáticos.

KIT DIGITAL

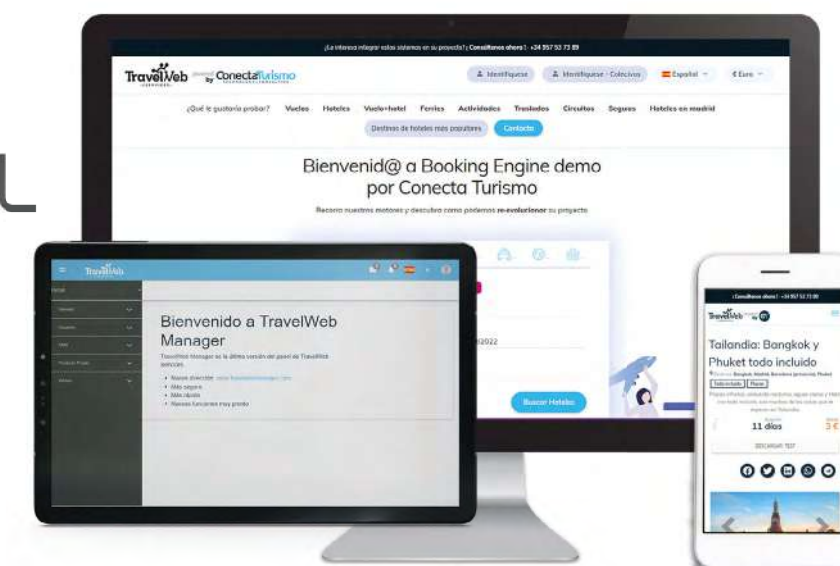
SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

Presencia online básica y comercio electrónico

¡Y más!

Descubra nuestra herramienta especializada en viajes de grupos. Una herramienta 360° en la que podrá gestionar inscripciones, pagos, documentos y más. Permite la inscripción desatendida de viajeros y cuenta con un panel propio para guías.

Reduzca y simplifique toda su operativa. Tanto para venta plaza a plaza, como a grupos (escolares, empresas, asociaciones, etc.)



Escanea el QR para más información



La sociedad es cada vez más digital y la digitalización no es futuro, es presente.



Clientify



Juan Pablo Seijo
Director de Marketing
Clientify.

Para hablarnos más en detalle sobre Clientify y la oportunidad que se abre con el Programa Kit Digital contamos, con Juan Pablo Seijo, director de Marketing de Clientify.

¿En qué sentido concreto Clientify ayuda a las Agencias de Viajes?

Hoy en día las agencias modernas son omnicanal, les llegan clientes desde varias fuentes: web, email, whatsapp, redes sociales... y tienen el riesgo de no atender bien a los clientes al perder trazabilidad, aparte de la pérdida de tiempo que supone utilizar varias herramientas.

Clientify es la plataforma de Marketing y Ventas que se está convirtiendo en líder en el sector de los CRM's en habla hispana.

Desde su nacimiento en 2014 vieron claro que además de un software en la nube abierto a cualquier equipo comercial y/o de marketing tenían mucho tirón entre determinados segmentos de empresas y el de las Agencias de Viajes y agentes independientes es uno de ellos.

Clientify no solo ofrece esa trazabilidad y optimización del tiempo al tener todo lo necesario para comunicarnos o adquirir clientes, también centraliza toda la información y comunicación con estos y automatiza una serie de tareas que facilitan la relación con los clientes y optimiza el trabajo diario de un agente de viajes, tanto antes de la compra en la fase de búsqueda del viaje con nuestras herramientas de marketing, como en la cada vez más importante fidelización post viaje.

En ese sentido las agencias de viajes que en inicio comenzaron a trabajar con nosotros nos comentaban lo bien que se ajustaba Clientify a esa necesidad.

Con sus comentarios y ayudas fuimos mejorando la herramienta e incluyendo más funcionalidades así que desde ya hace unos años consideramos que tenemos un "vertical" para Agencias de Viajes más que testado y dando resultados.

¿Cuáles fueron algunas de esas mejoras?

La posibilidad de abrir paneles de Oportunidades para que por una sola persona o por un equipo se pudiera ver cuantos presupuestos estaban enviados y el estado de cada uno de ellos.

Una agencia trabaja en cada momento con muchos clientes con distintas necesidades, presupuesto

y facturación y llevar todo esto de manera manual no es eficiente, no permite escalar.

A partir de ahí fuimos creciendo en ayudar con herramientas de marketing como campañas de email, landings pages, automatizaciones, publicación en redes sociales y muchas más herramientas que han convertido a Clientify en el software preferido de cientos de Agencias en España y Latinoamérica.

Por otro lado, las Automatizaciones fueron claves. Una automatización es la creación de un proceso donde "pasan" cosas cuando un evento es activado. →



← Por ejemplo: en una landing page (una página web) un posible cliente rellena un formulario y al enviarlo, además de recibir nosotros un email, se disparan ciertas acciones que podemos configurar cómo contestarle con un

email de bienvenida, asignar ese contacto a determinada lista de clientes, asociarse a futuras promociones... un sin fin de acciones que cada Agencia puede configurar sin límite y con una herramienta muy sencilla de usar.

El Kit Digital es una iniciativa puesta en marcha por el Gobierno de España para incentivar la mejora de las herramientas digitales en la empresa. ¿Cómo pueden beneficiarse las Agencias de ello?

Más fácil imposible, contactando con un Agente digitalizador que les facilite los trámites y el software y en Clientify ya lo somos.

El programa facilita a las empresas el acceso

a distintos tipos de Software, en nuestro caso somos agentes digitalizadores en la categoría de programas de Gestión de Clientes.

De hecho somos los únicos que instalamos nuestra propia herramienta a diferencia de otros Agentes.

Kit Digital aplica a 3 tipos de segmentos de empresas: de 10 a 49 empleados, de 3 a 9 y de menos de 2.

Para cada segmento tenemos disponible Clientify incluido 12 meses, sin coste para la empresa y con nuestro Plan más completo.

Además, aportamos más de lo que estamos obligados por Kit Digital a aportar: llegamos a 50 usuarios, hasta 40 horas de configuración para que esté perfectamente instalada, hasta 10.000 contactos de capacidad, soporte en línea 24 horas y en español.

Y dos factores más muy importantes. Somos los únicos que podemos garantizar la justificación completa

ya que aportamos algo que no aportan otras soluciones: los logs de acceso a la herramienta.

Nos consta que otros gestores de clientes no lo aportarán incluso solicitado expresamente por no estar en España.

Y el otro factor es que aportamos una Academia de contenidos de Marketing y Ventas completa para usuarios de Kit Digital para que además de la configuración cualquier persona pueda aprender estrategias de marketing y ventas y aplicarlas con Clientify.

Ya estamos captando empresas que se adhieren al programa y que están pasando a formar parte de los más de 2300 clientes que actualmente tenemos en el mundo.

¿Realmente supondrá un cambio en cómo las Agencias gestionan su Marketing y sus ventas?

Depende. El cambio a una gestión integrada y digital depende no de la tecnología si no de la cultura y la visión que cada empresario tenga.

Sin ese interés o capacidad es muy complicado cambiar inercias.

El sector ha pasado por retos y pruebas muy duras y aunque ya está saliendo del bache de la Pandemia ha aprovechado en muchos casos para modernizarse y reflexionar sobre costes y eficiencia. →

Clientify Academia

Desarrolla habilidades para ti y tu equipo y ponlas en práctica hoy mismo con nuestras formaciones.



Capta y nutre tus Leads
Módulo de Marketing



Promociona tu evento virtual o presencial

Mini curso - Funnel de eventos



Gestiona y optimiza tu proceso de ventas

Módulo de Ventas



Agiliza y optimiza el contacto con tus Leads

Vende más con WhatsApp

Y Muchas más... que encontrarás en:
<https://academia.clientify.com>

Tu solución para la gestión de clientes comienza aquí

Acabas de embarcarte en el que posiblemente sea el viaje más importante para tu empresa: sacar el máximo partido al marketing y ventas.

KIT DIGITAL

Clientify

12 meses de acompañamiento

← Una herramienta como la nuestra precisamente incide en esos dos puntos.

Por un lado permite hacer más gestiones y llevarlas centralizadas por el mismo equipo comercial y se gana en costes.

Por otro lado, pudiendo hacer un marketing digital de forma sencilla, medir su impacto a nivel de contactos conseguidos e incluso controlar el retorno de la inversión en publicidad de pago se gana en eficiencia.

Las agencias de viajes con las que trabajamos han sido capaces, en algún caso, de doblar su facturación sin duplicar ni costes ni estructura pero insistimos, una herramienta por sí sola no hace esto, debe de partir de un cambio de cultura hacía la gestión digital.

Los tiempos obligan a ello, la buena noticia es que además con el Kit Digital ahora no cuesta durante el primer año hacerlo.

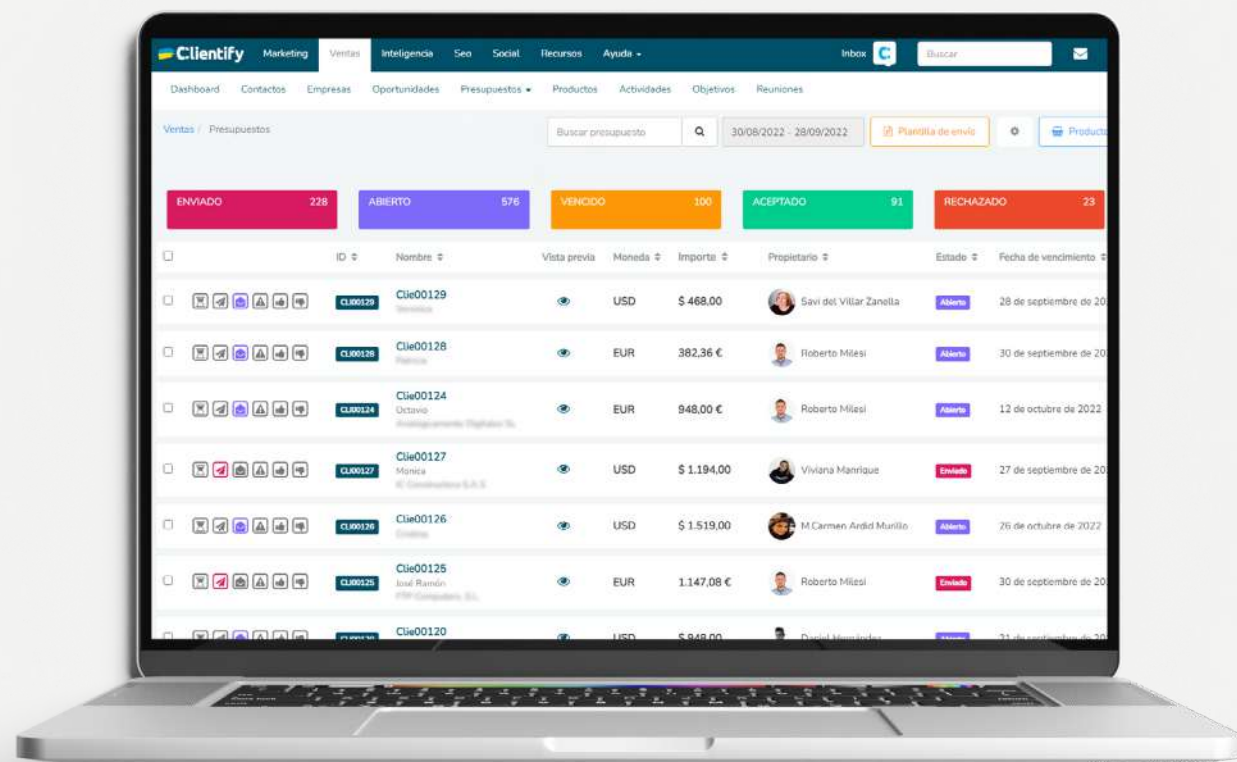
Además de las ventajas que aportamos.

¿Cómo se puede acceder en Clientify a las ventajas del Kit Digital?

Muy sencillo, solo hay que acudir a Clientify.com y en el menú de navegación está la sección donde explicamos todo.

Rellenando el formulario nos ponemos en contacto de vuelta inmediatamente.

También desde cualquier página se nos puede consultar a través del Chatbot / WhastApp y un compañero le atenderá enseguida con más información.



Clientify

Si se trata de viajar... viajemos juntos



Ahora, con Kit Digital, disfruta de un año sin coste de Clientify

El CRM líder en Marketing y Ventas que cientos de Agencias de viajes ya utilizan para mejorar sus ventas está disponible con Kit Digital.

Y nosotros nos encargamos de todos los trámites, las justificaciones y dejarte listo Clientify para que solo tengas que empezar a vender más.

- Gestión completa de Ventas
- Plataforma de Marketing
- Análisis e Inteligencia de negocio
- Gestión de Redes Sociales
- Integración con WhastApp
- Firma digital para contratos de viaje

....y muuuuuucho más.

Clientify

Más información en Clientify.com

Convierte a tu agencia en un equipo de alto rendimiento

Que el activo más importante que dispone una Agencia de Viajes, es el personal que la conforma, es innegable.

Es crucial optimizar el equipo humano de tu agencia de viajes y convertirlo en un equipo de alto rendimiento, es sin lugar a dudas una de las mejores inversiones que puedes hacer en el crecimiento de tu agencia de viajes.

Que el activo más importante que dispone una Agencia de Viajes, es el personal que la conforma, es innegable.

Una empresa de servicios, como lo es una Agencia de Viajes, no fabrica, no crea, no dispone de stocks ya amortizados, por lo que a excepción del precio (léase del margen comercial aplicado), el resto de la decisión del cliente para comprar en una u otra

empresa, recae básicamente en el servicio que prestan las personas que integran la Agencia de Viajes.

Es crucial optimizar al máximo los recursos humanos que componen nuestro equipo de trabajo.

Y remarcamos la palabra "equipo" porque eso es lo que deberíamos garantizar tener dentro de nuestra agencia de viajes, en el caso de que queramos empezar a optimizar realmente nuestras posibilidades de negocio.

Necesitaríamos mucho más espacio del que disponemos en este artículo, para subrayar las diferencias que existen entre un grupo de personas

y un equipo de personas. Por eso vamos a intentar sintetizar al máximo su diferencia:

Un grupo de trabajo es un conjunto de personas, con una formación similar no complementaria, que tiene como objetivo primordial la consecución de sus logros particulares dentro de una misma empresa.

Por el contrario un equipo de trabajo, lo podríamos definir como un número de personas con habilidades complementarias, comprometidas en alcanzar un objetivo común y por el cual sus responsabilidades personales se vuelven interdependientes.

En definitiva la diferencia más relevante, es que mientras un equipo responde en su conjunto del trabajo realizado, en un grupo de trabajo, cada persona responde únicamente por sus resultados individuales. Pero el objetivo final, no debería ser únicamente el conseguir trabajar en equipo dentro de nuestra agencia de viajes y aprovechar al máximo las sinergias.

La situación actual y futura nos insta a conseguir equipos que aporten su mejor versión, equipos de alto rendimiento que maximicen los resultados producidos por el esfuerzo individual y colectivo de nuestra agencia.

Equipos de alto rendimiento

Algunas de las características comunes de los equipos de alto rendimiento son:

1.- Disponen de objetivos definidos, consensuados y medibles. "Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar." Esta frase de Lord Kelvin, habitualmente atribuida a Peter Drucker, que es considerado el padre del Management, resume uno de los pilares fundamentales para optimizar cualquier gestión particular o colectiva en la agencia y debería ser para nosotros el frontispicio de nuestra gestión.

2.- Procesos bien definidos. La gestión de servicios turísticos requiere en muchas ocasiones de múltiples pasos para su gestión. Por este motivo es fundamental el que todo el equipo disponga, con total claridad, de cuáles son los pasos necesarios para lograr el objetivo. Esto posibilita una mayor rapidez en el aprendizaje y una menor resistencia al cambio por parte de los miembros del equipo.

3.- Buena comunicación y clima laboral. Conseguir que la información fluya, permite tomar decisiones correctas en tiempo y forma. Esto junto a la búsqueda de un entorno de trabajo saludable y confiable, son dos características fundamentales para optimizar nuestra gestión.

4.- Confianza y respeto. Si los miembros de la agencia no disponen de la suficiente confianza con el resto del equipo, como para admitir su áreas de menor eficiencia y se busca cómo suplirlas de forma positiva, la solidez del equipo se verá mermada enormemente, por mucho que individualmente se realice un esfuerzo titánico, en alcanzar los objetivos previstos.

5.- Participación. El alto rendimiento y productividad sólo se alcanza cuando el compromiso es individual pero los integrantes del equipo tienen una visión global. El sentimiento de pertenecer a un equipo, de ser valorado y de luchar conjuntamente por un objetivo, hacen que los integrantes de un equipo estén motivados.

6.- Claridad en la definición de roles. Esta sin lugar a dudas es la clave y el pilar sobre el que se cimienta una Agencia de Viajes de Alto Rendimiento. El aprovechamiento de las mejores cualidades de cada miembro para realizar acciones concretas en el proceso de la gestión de un servicio, es la piedra angular de cualquier equipo exitoso. De ahí la importancia de analizar y establecer qué roles debe ejercer cada miembro dentro del equipo y de la gestión del objetivo que hemos definido.

Roles de Equipo – BELBIN –

El Doctor Meredith Belbin identificó nueve estilos de comportamiento diferentes (o contribuciones) que las personas muestran en su lugar de trabajo. Esta metodología es utilizada hoy en día por miles de organizaciones en todo el mundo.

A continuación describimos los 9 roles de equipo de Belbin, así como las funciones que deberían desarrollar cada uno de ellos dentro del equipo.

Estos son los Roles de Equipo que deberíamos disponer e identificar en nuestra agencia de viajes.

El creativo o cerebro

» Características
Individualistas, serios, heterodoxos,

innovadores e inventores. Son los precursores de las ideas que permiten los mayores progresos del equipo. Suelen trabajar de forma poco ortodoxa y algo apartados del resto del equipo. Tienden a ser introvertidos y reaccionan fuertemente ante críticas y halagos.

» Funciones en el Equipo
Su principal función dentro de un equipo es la de generar nuevas ideas de negocio y la resolución de problemas difíciles. Destacan como fundadores de empresas o como generadores de nuevos productos. Nos aconsejable que haya muchos en un equipo, pasarán el día debatiendo que idea es mejor.

Investigador de recursos

» Características
Son entusiastas y más extrovertidos que la mayoría del equipo. Son muy comunicativos y negociadores por naturaleza. También muy hábiles buscando nuevas oportunidades de negocio y desarrollando contactos. Son buenos a la hora de captar ideas de otras personas y desarrollarlas. Precisan de estímulo continuo para no perder su entusiasmo.

» Funciones en el Equipo
Son buenos indagando e informando de cuestiones externas al grupo. Son las mejores personas para establecer contactos externos y llevar a cabo cualquier negociación posterior. Tienen la habilidad de tener una respuesta espontánea para cualquier cuestión y para obtener información de otras personas.

El Impulsor

» Características
Son personas altamente motivadas y de gran energía. Generalmente son agresivos, extrovertidos y poseen una gran dosis de iniciativa. Les gusta retar a los demás y su máxima preocupación es ganar. Les gusta dirigir y llevar a otros a la acción. Son especialistas en vencer obstáculos. Es el rol del equipo más competitivo.

» Funciones en el Equipo
Generalmente son buenos gerentes, porque tienen la capacidad de

generar actividad y funcionan bien bajo presión. Están capacitados para hacer los cambios que sean necesarios y no les importa tomar decisiones impopulares. Son probablemente los miembros más eficaces para garantizar una acción positiva.

El Monitor – Evaluador

» Características
Son serios, prudentes y con un fuerte autocontrol para no entusiasmarse demasiado. Son lentos a la hora de tomar decisiones ya que prefieren estudiar las cosas detenidamente. Disponen de gran capacidad crítica y gran habilidad para emitir juicios razonados. Por este motivo rara vez se equivocan.

» Funciones en el Equipo
Están muy capacitados para analizar problemas y evaluar ideas y sugerencias. El éxito o el fracaso en muchas ocasiones depende de un número relativamente pequeño de decisiones importantes. Este es el territorio ideal para la persona que nunca se equivoca y que al final obtiene los mejores resultados.

El Coordinador

» Características
Su mayor cualidad es conseguir que todos los miembros del equipo trabajen juntos. Son maduros, confiados y seguros de sí mismos. Están siempre dispuestos a delegar. Son rápidos detectando las habilidades de las personas y cómo pueden ayudar al equipo. Son tolerantes y mundanos y por lo general todos les respetan.

» Funciones en el Equipo
Son buenos dirigiendo a personas con distintas habilidades. Trabajan mejor cuando lo hacen con sus pares que cuando dirigen a colaboradores. Suelen enfrentarse a los problemas de forma calmada. En algunos equipos pueden existir choques frecuentes con los impulsores debido a sus diferencias al actuar.

El Cohesionador

» Características
Son los miembros que más apoyo prestan al equipo como tal. Son dulces, sociables y se preocupan por los demás. Son altamente flexibles y con gran capacidad de adaptación. También son perceptivos y diplomáticos y saben escuchar. Generalmente son los miembros más populares del grupo.

» Funciones en el Equipo
Su labor en el equipo es prevenir que existan problemas intrapersonales dentro del grupo. No suelen ser vistos como una amenaza por otros miembros, por lo tanto son los más aceptados. Tienen un efecto lubricante en los equipos: cuando ellos están presentes, la moral del equipo siempre está alta y cooperan más.

Implementador

» Características
Tienen un sentido común práctico, gran capacidad de autocontrol y son muy disciplinados. Apoyan el trabajo duro y se enfrentan a los problemas de un modo sistemático. Están más preocupados de los intereses de la compañía que de los suyos propios y por tanto son muy leales a ella. Sin embargo, carecen de espontaneidad.

» Funciones en el Equipo
Son muy útiles en un equipo, debido a su lealtad y a llevar a cabo el paso de la teoría a la práctica. Tienen éxito porque son muy eficientes y saben determinar perfectamente lo que es factible y relevante. Son buenos organizadores y poseen una gran capacidad de enfrentarse a distintas tareas.

El Finalizador

» Características
Son altamente perseverantes y prestan una gran atención a los detalles. Generalmente no comenzarán nada que no puedan acabar. Su ansiedad interna les motiva, aunque aparentemente estén

calmados. Son introvertidos y no requieren que nadie les motive. Son intolerantes con los que trabajan de forma relajada.

» Funciones en el Equipo
Son imprescindibles cuando las tareas requieren un alto grado de concentración y exactitud. Transmiten al equipo sentido de la urgencia para que se cumplan los plazos establecidos. A la hora de dirigir, sobresalen por los altos resultados a los que aspiran y por su preocupación en la precisión y los detalles.

El Especialista

» Características
Son personas muy entregadas a su trabajo y que se vanaglorian de ser expertos y poseer conocimientos técnicos. Generalmente muestran una falta de interés hacia los demás. Los especialistas se convierten en expertos, debido a su exclusivo compromiso con una materia determinada de las labores a realizar.

» Funciones en el Equipo
Juegan un papel indispensable en los equipos, ya que proporcionan las habilidades especiales en las cuales se basa su trabajo. Generalmente se les suele tener en consideración a la hora de la toma de decisiones, cuando estas precisan de un profundo conocimiento y experiencia.

Te recomendamos que profundices en la optimización del equipo humano que compone tu agencia de viajes, pero también en qué y cuáles son las funciones que pueden aportar al conjunto y cuáles son los roles que cada uno de ellos debería potenciar dentro de la agencia de viajes.

Actividades como sesiones de coaching para grupos, serán sin duda la piedra de toque para incrementar enormemente el resultado y la cohesión de tu agencia de viajes.

Características de los Equipos de Alto Rendimiento

Disponen de **objetivos** definidos, consensuados y medibles.



Disponen de **Procesos** de trabajo bien definidos.



Disponen de Buena **comunicación** y excelente clima laboral.



Demuestran **confianza** y respeto entre ellos.



Participación individual para conseguir un **objetivo** común.



Disponen de **claridad** en la definición de roles.





<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

Curso gratuito online para Agentes de Viajes



Curso
<OPTIMIZA>
para Agentes
de Viajes

como agente ¿cueces o enriqueces?

La formación continua no es optativa, máxime en una industria como el sector turístico.

Por este motivo desde sóloagentes, hemos creado el curso «Optimiza» para Agentes de Viajes. Una formación que complementa muchas otras, que puedes estar llevando a cabo o te están aportando nuestros colaboradores, a través de webinars, famtryps o encuentros.

Las áreas que abarcan este curso son:

Desarrollo Personal: Técnicas y herramientas útiles, que te permitirán mejorar tus aptitudes físicas y mentales, para afrontar tu trabajo en las mejores condiciones.

Coaching Ejecutivo: Prácticas de coaching, que elevarán tu autoconocimiento y te aportarán las herramientas necesarias, para que tu destino profesional dependa más de ti.

Neuroventas: Aprenderás cómo a través de la ciencia, puedes sacar mucho más partido a tu mente y alcanzar cualquier objetivo que te propongas.

Técnicas de comunicación: Aprovecharás los avances que ofrece la Programación Neurolingüística (PNL), para elevar tu servicio y conseguir vender y fidelizar más a los clientes de tu agencia.

Estrategia Turística: Crearás un plan estratégico imbatible para tu agencia de viajes, con las herramientas que

encontrarás en este curso.

Métodos de negociación: Adquirirás una mentalidad y técnica de negociación ganadora, aplicando las tácticas más reconocidas mundialmente.

Equipos de Alto Rendimiento: Conseguirás crear un equipo de alto rendimiento en tu agencia de viajes y optimiza el recurso más valioso que tiene tu negocio.

Acelera tu Aprendizaje: Conocerás cómo multiplicar hasta x 3 veces tu capacidad de aprendizaje, sea cual sea la materia en la que precises formarte.

Accede ahora al curso completo, pulsando [aquí](#) o sigue los temas que publicamos semanalmente.

Vídeos formativos
exclusivos para Agentes.

24 vídeos con contenido práctico y 100% enfocado a la gestión de servicios en una agencia de viajes.



Folletos y ejercicios
prácticos para cada lección

Ejercicios prácticos para cada lección, que te permitirán aterrizar en tu agencia, todo lo visto en el curso.



Podcast y vídeo
podcast por lección.

Para que sigas la formación a tu ritmo y desde cualquier lugar. Ahora también estamos en Spotify.



tema

05

Video



Test para medir
tu energía
personal

sóloagentes
academy

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM



Te recomendamos analizar los resultados de cada una de estas cuestiones y ver por qué le hemos dado esa puntuación.

Auto test de tus niveles de energía personal

- 01 **Energía Física**
- 02 **Energía Emocional**
- 03 **Energía Mental**
- 04 **Energía Espiritual**

Este tema lo vamos a dedicar, a realizar un autotest de cuáles son nuestros niveles actuales de energía.

La prueba consistirá, en que contestes a las 10 cuestiones que te planteamos, por cada uno de los tipos de energía que disponemos.

La finalidad de la prueba, más allá de la puntuación personal que arroje para cada uno de nosotros, es que nos demos unos minutos para recapacitar, en algunos aspectos de nuestra vida cotidiana, que son extremadamente relevantes para nosotros, pero que quizás casi nunca o nunca, nos paramos a analizar.

Quizás puedas pensar que estas cuestiones, poco o nada tienen que ver con conseguir vender más y mejor en tu agencia de viajes.

Pero créeme que el 90% de tus resultados, dependen de ti y de con que energías afrontes ese reto que supone vender. En cualquier caso, te recomendamos que te des tiempo en hacer el test.

No solo para contestar de forma meditada a las cuestiones que te planteamos, también para recapacitar acerca de los motivos por los que estás dando esa puntuación a la pregunta. Antes de empezar, quiero decirte que obviamente no hay una ciencia exacta ni a todo el mundo nos afectan las cosas de la misma forma, pero quizás este ejercicio, pueda ayudarte al menos, a plantearte un poco mejor que estamos haciendo con nuestra vida.

Ahora sí, estamos listos para empezar.

Os recomendamos plantearos en qué forma podríamos estar plenamente de acuerdo con cada una de las afirmaciones de este test.

Esto nos hará crear hábitos, que permitan no bajar de ciertos niveles de energía y nos permitirá tener mucha más fuerza y acometer nuestro día a día en mejores condiciones.





Test de Energía Física

La mecánica del ejercicio, es puntuar cada pregunta que te planteamos de 0 a 10. Siendo 0 si estás en total desacuerdo con lo que se plantea, es decir que no te sientes identificado con la afirmación que se hace y 10 si estás totalmente de acuerdo.

01 No pospongo las visitas al médico.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

02 Practico deporte al menos 3 días a la semana.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

03 Siempre desayuno antes de salir de casa.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

04 Siento que duermo lo suficiente.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

05 No tomo analgésicos, ibuprofeno o protectores gástricos habitualmente.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

06 Cuando lo necesito, me hago un masaje o algo que me relaje.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

07 La alimentación es importante, mantengo una dieta equilibrada.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

08 No tengo ninguna dependencia (tabaco, alcohol, etc...)

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

09 Al final del día, todavía tengo energía.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

10 Intento superarme en los deportes que practico habitualmente.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910



Test de Energía Emocional

La mecánica del ejercicio, es puntuar cada pregunta que te planteamos de 0 a 10. Siendo 0 si estás en total desacuerdo con lo que se plantea, es decir que no te sientes identificado con la afirmación que se hace y 10 si estás totalmente de acuerdo.

01 Paso tiempo con las personas que son importantes para mí.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

02 Tengo amigos cercanos para hablar de mis problemas.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

03 Me siento valorado en mi trabajo.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

04 Tengo espacios de soledad cuando los necesito.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

05 Tengo un grupo de amigos que veo frecuentemente.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

06 Tengo una buena relación con mis superiores o proveedores.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

07 No preciso imponer mi opinión de forma autoritaria.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

08 Cuando escucho a alguien, me esfuerzo por entenderlo.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

09 Me intereso por entender a los demás, no por exponer el mio.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

10 Con los clientes, estoy totalmente centrado en lo que me cuentan.

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

12345678910

Resultado de la prueba

Ahora deberíamos sumar la puntuación que hemos dado a estas 10 preguntas y ese sería el porcentaje de nivel de energía física que tenemos actualmente.

Mi porcentaje de energía actual es:

%

Resultado de la prueba

Ahora deberíamos sumar la puntuación que hemos dado a estas 10 preguntas y ese sería el porcentaje de nivel de energía emocional que tenemos actualmente.

Mi porcentaje de energía actual es:

%



Test de Energía Mental

La mecánica del ejercicio, es puntuar cada pregunta que te planteamos de 0 a 10. Siendo 0 si estás en total desacuerdo con lo que se plantea, es decir que no te sientes identificado con la afirmación que se hace y 10 si estás totalmente de acuerdo.

- 01

Las presiones no me sobrepasan, les doy la importancia adecuada.

12345678910
- 02

Me es fácil concentrarme en el trabajo.

12345678910
- 03

Casi nunca me olvido de nada.

12345678910
- 04

Gestiono mi tiempo muy eficientemente.

12345678910
- 05

Siempre veo el lado positivo de las cosas.

12345678910

- 06

Busco innovar y ser creativo, en las áreas en las que realizo mi trabajo.

12345678910
- 07

Practicó meditación u otras técnicas de visualización.

12345678910
- 08

Tengo retos que me estimulan en mi trabajo.

12345678910
- 09

Nunca me llevo los problemas a casa.

12345678910
- 10

Nunca hago dos cosas a la vez.

12345678910



Test de Energía Espiritual

La mecánica del ejercicio, es puntuar cada pregunta que te planteamos de 0 a 10. Siendo 0 si estás en total desacuerdo con lo que se plantea, es decir que no te sientes identificado con la afirmación que se hace y 10 si estás totalmente de acuerdo.

- 01

Me siento muy comprometido con mi trabajo.

12345678910
- 02

Dedico tiempo a reflexionar sobre mi futuro y mi vida.

12345678910
- 03

Me involucro en causas sociales o actividades sin ánimo de lucro.

12345678910
- 04

Tengo sueños y aspiraciones que guían mi vida.

12345678910
- 05

Dedico tiempo suficiente a aquello que es importante en mi vida.

12345678910
- 06

Hay personas que admiro y me sirven de inspiración.

12345678910
- 07

Siento control de las cosas que suceden en mi vida.

12345678910
- 08

Aprendo de otras maneras de vivir que puedan enriquecer la mía.

12345678910
- 09

No llego a todo.

12345678910
- 10

Practico alguna religión o filosofía espiritual que me ayuda.

12345678910

Resultado de la prueba

Ahora deberíamos sumar la puntuación que hemos dado a estas 10 preguntas y ese sería el porcentaje de nivel de energía mental que tenemos actualmente.

Mi porcentaje de energía actual es:

%

Resultado de la prueba

Ahora deberíamos sumar la puntuación que hemos dado a estas 10 preguntas y ese sería el porcentaje de nivel de energía espiritual que tenemos actualmente.

Mi porcentaje de energía actual es:

%



<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema 06

Video



Cómo recargar nuestra energía personal

sóloagentes
academy

sóloagentes
academy

CURSO <OPTIMIZA>
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

Cómo recargar nuestra energía personal



En este tema, os vamos a dar algunas sugerencias, sobre como incrementar nuestros niveles de energía. Por supuesto, lo importante será que adaptemos e incluyamos, aquellas cosas que particularmente pensamos, que pueden ayudarnos a cada uno de nosotros.

Estas son algunas de las cuestiones, que os recomendamos realizar para elevar vuestras energías.

Cómo incrementar nuestra energía mental



Cómo incrementar nuestra energía física

1.- Hacer ejercicio asiduamente fijando distintas rutinas. Por ejemplo, ejercicio de estiramientos, resistencia o ejercicios cardiovasculares.

2.- Alimentarnos en menor cantidad, pero más veces al día.

3.- Intentar dormir más, pero sobre todo mejor.

4.- Respirar conscientemente al menos 5 minutos al día para facilitar la oxigenación y

reducir la fatiga.

5.- Desayunar antes de salir de casa, para poder empezar el día con más energía.

6.- Hacernos masajes de forma periódica o cualquier otra actividad que nos reconforte.

7.- Mantener una dieta equilibrada y energética.

8.- Marcarnos retos, para incrementar nuestra capacidad a la hora de practicar deporte.



1.- Evitar en la medida de lo posible la multitarea. Especialmente al llegar a casa.

2.- Relajar nuestra mente, practicando algún ejercicio de meditación.

3.- Marcarnos intervalos de

descanso y sobre todo cumplirlos.

4.- También puede ayudarnos, la práctica de una actividad física que requiera concentración, como por ejemplo el Yoga.

5.- Planificar nuestro tiempo: Ajustando nuestra energía

mental, a las tareas que requieran una mayor concentración.

6.- También el evitar el perfeccionismo, nos ayudará a poder dar por finalizadas acciones, que no requieren que le prestemos más atención y energía.

7.- Buscar tiempo (y sobre todo encontrarlo) para dedicarlo a nuestros hobbies.

8.- Márcanos retos intelectuales.

9.- leer libros que nos estimulen intelectualmente.





Cómo incrementar nuestra energía emocional

- 1.- el Practicar la coherencia cardíaca, al menos 5 minutos al día.
- 2.- Soñar con planes de futuro y hacer listas de cosas que te hacen ilusión.
- 3.- Quedar más frecuentemente con aquellos amigos que te refuercen.
- 4.- Hablar con personas que tengan tus mismos problemas o dificultades.
- 5.- Escribir sobre tus emociones, el realizar este ejercicio, permite que esas cuestiones tomen una mayor realidad.
- 6.- Prestar atención a los pequeños detalles y sobre todo celebrar.
- 7.- Expresar gratitud al final del día.
- 8.- Empezar el día, con una emoción positiva y visualizarla.
- 9.- Practicar la escucha plena con clientes, amigos y compañeros.
- 10.- Planificar en tu agenda, llamadas a amigos y familiares.
- 11.- Celebrar más tus éxitos con tus compañeros y con la familia.
- 12.- Llamar a personas que quieres y que hace tiempo que no ves.

Cómo incrementar nuestra energía espiritual

- 1.- Reevaluar lo que tienes y lo quieres.
- 2.- Buscar apoyo para cambiar, cuando quieras variar alguno de tus hábitos.
- 3.- Actuar siempre, basándote en tus valores personales.
- 4.- Descubrir maneras diferentes de vivir y buscar sus pros y contras.
- 5.- Buscar modelos que te inspiren.
- 6.- Leer biografías de personas que respetes y admires.
- 7.- Ayudar a otras personas.
- 8.- Involucrarte en algún movimiento social, de la índole que sea.
- 9.- Priorizar QUIEN y QUÉ tendrá tu mejor energía cada día.
- 10.- Buscar momentos de silencio, para evaluar lo que tienes y lo quieres.
- 11.- Explorar sobre filosofía, religión o sobre algún tema espiritual.
- 12.- Planear una estrategia para incrementar tus energías y no para gestionar tu tiempo.



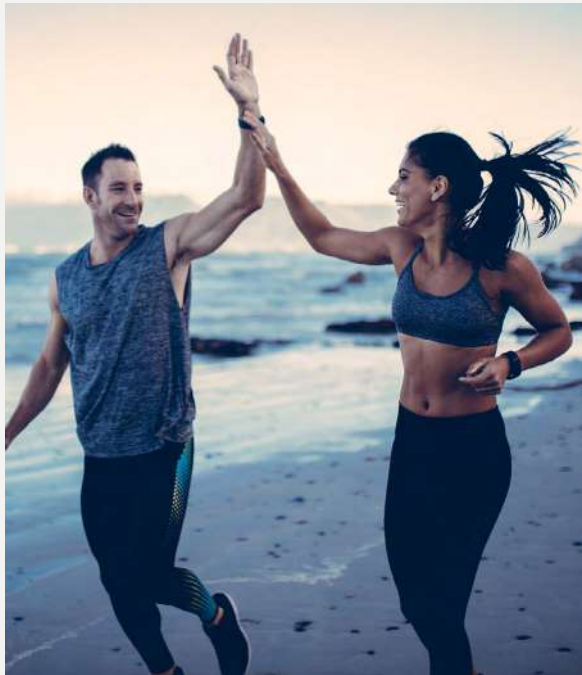
Para finalizar, te proponemos que realices el siguiente ejercicio.



Escoge 5 de las sugerencias que más hayan resonado en ti

Por último, te recomendamos que pienses, cuando sentirás que has incorporado plenamente esa rutina que te va a ayudar a llenar las pilas. En el ejemplo que poníamos anteriormente, cuando haya conseguido correr 2 kms. Diarios. Anótalo como objetivo y haz una previsión realista del tiempo que precisarás

para conseguirlo y que hitos (por ejemplo dejar de andar y empezar a correr), te van a ayudar a saber que te estás acercando a tu objetivo. Tienes una plantilla para este ejercicio, en el apartado materiales de este tema. Bueno y así casi sin darnos cuenta, ya estamos realizando acciones, para mejorar lo que veremos en el siguiente tema: La proactividad. Te esperamos en el siguiente vídeo.



Escoge 5 de las sugerencias que más hayan resonado en ti y que te apetecería implementar en tu día a día. Anótalas en orden descendente, es decir la que más te gustaría incorporar a tus rutinas la primera y así el resto. Ahora, mira si la primera es posible ponerla en práctica desde ahora mismo y si no lo es, que necesitarías hacer para incorporarla. Toma la primera cuestión que te apetezca incorporar a tu día a día y que puedas empezar ya. Anota que te hace falta para poder empezar con ella. Márcate un objetivo inicial (por ejemplo si es realizar ejercicio 3 veces por semana, empezar realizando un paseo de 30 minutos cada uno de esos días). Ahora, piensa en que días o momento del día, vas a buscar el tiempo para realizarla. Quizás, tengas que quitar algo de tu agenda, a lo mejor es un buen momento para deshacerte de alguna actividad que no tiene ningún PARA QUÉ y que realizas de forma mecánica.

PRÓXIMO TEMA:
LA PROACTIVIDAD



<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema 07

Video



**Conoce tu grado
actual de
proactividad**



CURSO <OPTIMIZA>
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

sóloagentes
academy

sóloagentes
academy

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM



Cada día me ingresan unos 86.400 y muchos días los despilfarro, simplemente porque sé, que al día siguiente, voy a tener otra cantidad igual para poder gastar.

En este tema vamos a hablar de la proactividad, o lo que es lo mismo, que hacemos con los más de 86.400 segundos que disponemos diariamente, todos nosotros y como los gastamos. ¿Qué cuenta al final del día? ¿Las horas que hemos pasado en la agencia o las oportunidades de negocio que hemos conseguido materializar? ¿En qué medida, los resultados que obtenemos, son consecuencia de nuestros hábitos de trabajo? Decía Stephen Covey, en su Best Seller, los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, que el mayor activo que poseemos es nuestro tiempo.

y que la esencia de la persona proactiva, es la capacidad de liderar su propia vida. Y es que, al margen de lo que pase a su alrededor, la persona proactiva decide cómo quiere reaccionar ante esos estímulos y centra sus esfuerzos en su círculo de influencia, es decir, se dedica a aquellas cosas con respecto a las cuales, puede hacer o influir de alguna forma. Para Covey, la proactividad no significa sólo tomar la iniciativa, sino asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento, qué queremos hacer y cómo lo vamos a hacer.



¿De dónde viene el término proactividad?

Proactivo es un anglicismo, proviene de la palabra inglesa proactive, que a su vez procede del griego y del latín: «pro», preposición griega que significa «a favor de»; y «active», que significa 'eficiencia de obrar'. El término proactividad, lo acuñó el neurólogo y psiquiatra austriaco Viktor Frankl, en su libro, El hombre en busca de sentido (1946), Viktor sobrevivió a 4 campos de concentración nazis. En este libro, relata la difícil experiencia y pérdidas que sufrió y cómo lograr descubrir un sentido en la vida, incluso en situaciones como esa. Ser proactivo, significa asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo lo vamos a hacer.



Ciertamente, ser proactivo no es garantía de éxito, pero créeme cuando te digo, que no serlo dificulta mucho conseguir éxitos profesionales y personales en la vida.

Como todo héroe, la proactividad tiene su supervillano y se llama reactividad. Existen dos formas de afrontar nuestro trabajo: Una de ellas, es emplear nuestro tiempo de forma reactiva, esperando que entren los clientes por arte de magia a nuestra agencia y que el sector mejore por sí sólo. Y existe otra, que es invertir parte de nuestro tiempo de forma proactiva, en buscar

Ser proactivo, significa asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo lo vamos a hacer. Se han publicado posteriormente un buen número de trabajos que

relacionan la Proactividad con el éxito profesional. Uno de los más relevantes, fue el publicado en 1993 por los sociólogos T.S. Bateman y J.M. Crant. Entre sus conclusiones, establecían que una persona proactiva era alguien que:

- 1 **Persevera y persiste en sus esfuerzos.**
- 2 **Se enfoca en resultados tangibles.**
- 3 **Emprende y se aventura.**
- 4 **Marca objetivos orientados al cambio.**
- 5 **Está en la búsqueda constante de nuevas oportunidades.**

fórmulas, que nos lleven a conseguir más negocio y mayor rentabilidad. Y ahora, contéstame a una pregunta: ¿Crees que eres una persona proactiva? Te invitamos a realizar un sencillo ejercicio, para que puedas determinar qué grado de proactividad actualmente estás poniendo en tus acciones. Más que en el porcentaje final, te invitamos a que reflexiones en cada una de las cuestiones que te planteamos y analices, qué podrías hacer que no estás haciendo ahora y que, si lo hicieras regularmente, representaría una tremenda diferencia positiva en tu ámbito profesional o personal. Este ejercicio cuenta con 20 preguntas, a las que deberías contestar afirmativamente, sí plenamente llevas a cabo este tipo de acciones. En caso contrario, responde que NO.





Test de Proactividad

Este ejercicio cuenta con 20 preguntas, a las que deberías contestar afirmativamente, si plenamente llevas a cabo este tipo de acciones. En caso contrario, responde que NO.

- | | |
|--|---|
| ☐ ¿Conoces tus fortalezas y tus debilidades? | ☐ ¿Piensas que los errores, son una ocasión para el aprendizaje? |
| ☐ ¿Tomas tus propias decisiones? | ☐ ¿Superas los obstáculos que se interponen en tus objetivos? |
| ☐ ¿Estás dispuesto a aceptar retos y desafíos? | ☐ ¿Eres capaz de cambiar tus planes si algo no sale como has planeado? |
| ☐ ¿Actúas con determinación para lograr tus metas? | ☐ ¿Encuentras nuevas opciones para resolver los problemas? |
| ☐ ¿Te motiva buscar o crear nuevos escenarios? | ☐ ¿En momentos de crisis, actúas rápida y decididamente? |
| ☐ ¿Disfrutas tomando decisiones y emprendiendo la acción? | ☐ ¿Gestionas positivamente tus emociones? |
| ☐ ¿Te gusta asumir riesgos? | ☐ ¿Asumes los fracasos? |
| ☐ ¿Te anticipas a las situaciones? | ☐ ¿Te centras en resolver aquello que está en tu mano cambiar? |
| ☐ ¿Tienes una actitud positiva frente al cambio? | ☐ ¿Sueles transformar los problemas en oportunidades para aprender? |
| ☐ ¿Te fijas objetivos positivos, realistas y desafiantes? | ☐ ¿Asumes la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan? |

Resultado de la prueba

Para conocer el resultado de la prueba, deberías sumar 5 puntos por cada respuesta que hayas contestado de forma afirmativa y así, obtendrás el porcentaje actual de proactividad que estás ejerciendo.

%



TE ESPERAMOS EN
EL SIGUIENTE TEMA



<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema

08

Video



Test de tus valores personales

sóloagentes
academy

sóloagentes
academy

CURSO <OPTIMIZA>
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM





Este tema, vamos a dedicarlo a algo que debería ser sumamente relevante para cualquiera de nosotros y que quizás, una o ninguna vez en la vida, nos paramos a analizar.

Todos tenemos 3 vidas, si es cierto, 3 y las vivimos de forma simultánea. Tenemos nuestra vida profesional, que compartimos con nuestros colaboradores. Tenemos nuestra vida pública, que compartimos con familia, amigos y conocidos. Y Tenemos nuestra vida privada, esa vocécita que nos ronda siempre en la cabeza. Es realmente difícil, el conciliar estas 3 vidas, porque dependiendo de cómo nos formulemos la cuestión a realizar, podemos beneficiar una de esas vidas, pero perjudicar a las otras. Por ejemplo, yo puedo pensar que necesito dedicar más horas a trabajar ya que eso

hará que el día de mañana pueda disponer de más dinero para mi familia, para estar con mis amigos o para tomar un tiempo sabático. Pero a esa misma cuestión, si la veo desde el plano de mi vida pública, puedo pensar que no merece la pena perderme la oportunidad de jugar con mis hijos, o de tomar una cerveza y disfrutar de mis amistades. ¿Qué hacer?, ¿Qué es lo mejor?... difícil respuesta verdad. Solo te podemos dar una recomendación y es que cuando tomes cualquier decisión, en vez de tomarla viéndolo desde la perspectiva de una de estas vidas, la tomes en función de tus valores personales.



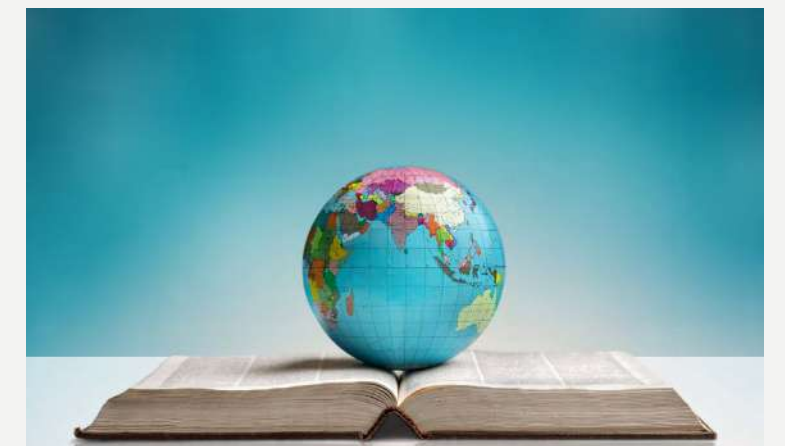
Tus vidas pueden cambiar por circunstancias y momentos que vivas, pero tus valores personales, eso que te mueve realmente a hacer las cosas, a determinar que es correcto y que no lo es, es inamovible.

De una forma coloquial podríamos decir, que nuestros valores personales son aquellos intereses, metas y preferencias que guían nuestras vidas personales y profesionales. Cada persona ,nos movemos por unos valores que determinan que ingredientes

debe tener una acción, para sentirnos cómodos con lo que hemos elegido. Como comentábamos en el tema anterior, te recomendamos que cuando tengas dudas sobre qué hacer o qué camino elegir, te dejes guiar por esos valores que son

más relevantes para ti y dejes a un lado lo que pensarían o que lo harían otras personas en tus mismas circunstancias. Para ayudarte a definir o reevaluar de una mejor manera tus valores, te proponemos realizar un sencillo ejercicio.

El ejercicio lo hemos dividido en 10 grupos, cada uno de ellos está relacionado con cuestiones relativas a nuestra vida. Tienes 6 respuestas posibles en cada grupo. No hay respuestas buenas o malas, simplemente más o menos afines a ti. Te pedimos que puntúes esas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar. ¿Estás listo? Empezamos.





Intereses personales

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ La justicia.
- ☐ La cultura.
- ☐ El dinero.
- ☐ El servicio a los demás.
- ☐ El adquirir conocimientos.
- ☐ Sentirte único entre todos los demás.



Motivaciones personales

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Ser un líder.
- ☐ Continuar aprendiendo.
- ☐ Conseguir tus sueños.
- ☐ Ayudar a otros.
- ☐ Incrementar tu riqueza.
- ☐ Actividades relacionadas con el arte.



Pasar tu tiempo libre

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Realizando acciones humanitarias y de caridad.
- ☐ Estudiando y adquiriendo nuevos conocimientos.
- ☐ En actividades relacionadas con la política.
- ☐ En actividades relacionadas con las inversiones.
- ☐ En actividades vinculadas con el arte.
- ☐ Dedicando tu tiempo libre a la meditación



Metas profesionales

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Temas artísticos.
- ☐ Actividades científicas.
- ☐ Disponer de un negocio propio.
- ☐ Tienes aspiraciones políticas.
- ☐ Están más vinculadas con cuestiones de justicia social.
- ☐ Están más vinculadas a actividades religiosas.



Autodesarrollo personal

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Las vinculadas con el crecimiento profesional.
- ☐ Relacionadas con actividades humanitarias.
- ☐ Incrementar tus habilidades de liderazgo.
- ☐ Mejorar tus técnicas, para gestionar tus finanzas personales.
- ☐ Desarrollarte más en ciertas áreas de estudio.
- ☐ Formarte en alguna actividad artística.



Reputación deseada

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Por ser bondadoso.
- ☐ Por ser poderoso.
- ☐ Por disponer de dinero.
- ☐ Por ser un buen mediador.
- ☐ Por tus dotes artísticas.
- ☐ Por tu capacidad intelectual.



Intereses área educación

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ Los estudios relacionados con la física.
- ☐ Relacionados con ciencias políticas.
- ☐ Con la teología.
- ☐ Con el arte.
- ☐ Con las finanzas.
- ☐ Con la Sociología.



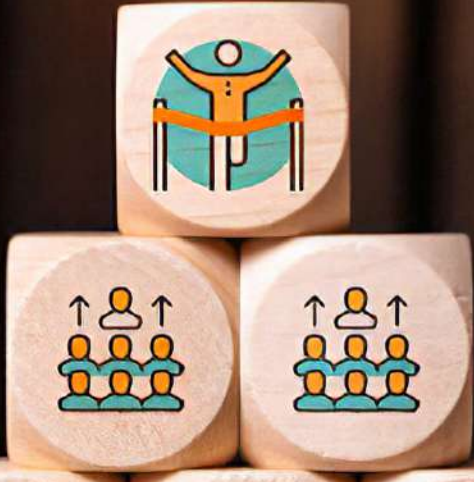
Papel en la sociedad

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

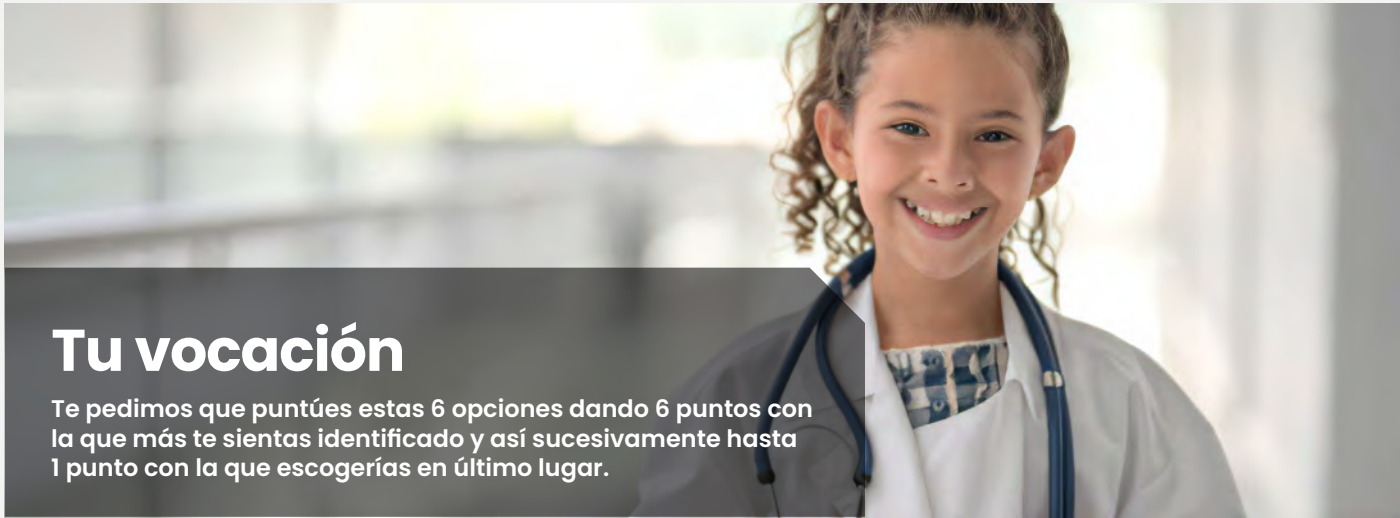
- ☐ Te gustaría ser un filántropo.
- ☐ Un empresario de éxito.
- ☐ Un líder político.
- ☐ Un patrocinador de arte.
- ☐ Un líder intelectual.
- ☐ Un consejero espiritual.

Metas personales

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.



- ☐ Vinculadas a acciones humanitarias.
- ☐ A temas económicos.
- ☐ De carácter científico y de investigación.
- ☐ Relacionadas con ser un líder en el sector turístico.
- ☐ Ser un erudito en la actividad que más te gusta.
- ☐ Reformar a nivel social tu comunidad.



Tu vocación

Te pedimos que puntúes estas 6 opciones dando 6 puntos con la que más te sientas identificado y así sucesivamente hasta 1 punto con la que escogerías en último lugar.

- ☐ La enseñanza y todo lo que te gusta está relacionado con eso.
- ☐ Actividades artísticas como el teatro, la pintura o la música.
- ☐ De carácter social y de ayuda a los demás.
- ☐ Lo que te mueve en tu día a día son los negocios.
- ☐ El deporte, es en torno a lo que te gustaría hacer girar todo en tu vida
- ☐ La religión es lo que marca tus actos y acciones.

Ahora que has respondido a todas estas cuestiones, te pedimos que escribas de cada grupo a la que mayor puntuación le hayas dado, es decir de cada bloque escribe a la respuesta que has dado 6 puntos.

Analízalas y ajusta tu lista, si alguna de ellas crees que falta o no debería estar en esta selección modifícala.

Ahora tendrás 10 valores, que deberían representar todo aquello que te importa y por lo que te mueves.



01.-	02.-
03.-	04.-
05.-	06.-
07.-	08.-
09.-	10.-

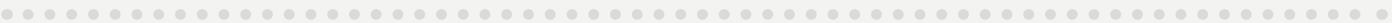
Pero vamos a intentar definir un poco mejor, lo que realmente más valoras y de esta forma podremos ajustar aún más, nuestros actos a nuestros verdaderos valores personales.

De las 10 elegidas, Descarta aquellas 2 preferencias personales con las que podrías sentirte cómodo si no formasen parte de tu vida.

01.-	02.-
03.-	04.-
05.-	06.-
07.-	08.-

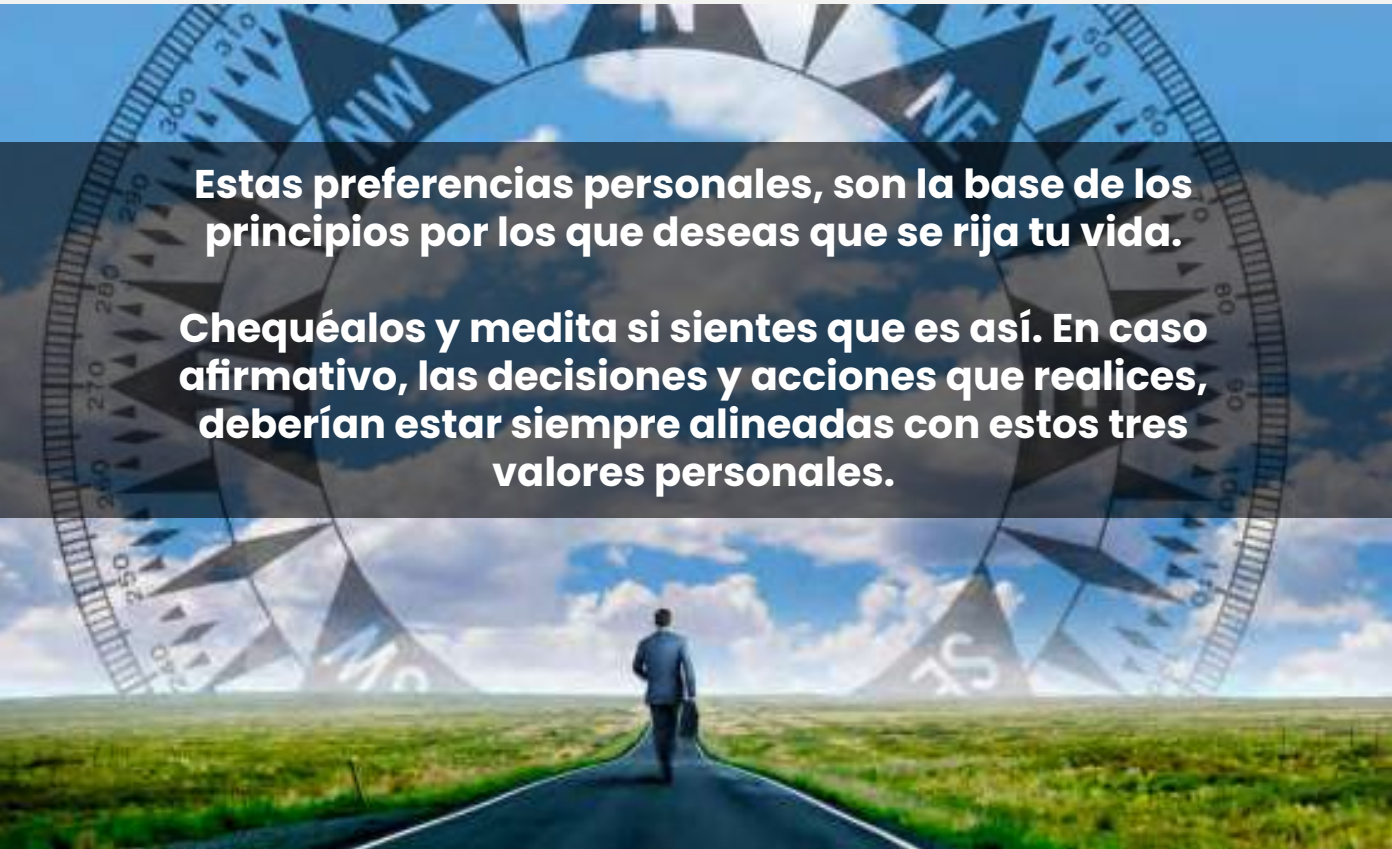
Ahora de las 8 preferencias restantes, quédate con las 5 preferencias personales, a las que más te costaría renunciar.

01.-	02.-
03.-	04.-
05.-	



Por último, escribe aquellas 3 preferencias personales que, combinadas entre sí, te aportarían un mayor equilibrio.

01.-	02.-
03.-	



Nos vemos en el próximo tema



<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema

09

Video



**Tu círculo de
influencia y como
incrementarlo**

CURSO <OPTIMIZA>
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

sóloagentes
academy

sóloagentes
academy

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM





Al principio de este módulo, vimos la importancia que tiene el ser proactivo, para conseguir alcanzar, aquellas metas que nos planteamos y en definitiva, tomar un mayor control de nuestra vida y de nuestros resultados. Pero hay algo de razón, en la actitud de la gente que decide a ser reactiva en vez de proactiva y es que estamos rodeados de multitud de acontecimientos, en los que nada o muy poco depende de nosotros. Por eso, en este tema hablaremos de a qué, deberíamos dedicar nuestras fuerzas y cómo ampliar esa área, en la que sí, podemos hacer que las cosas ocurran. Es más habitual de lo recomendable, que nuestros actos estén sometidos al espejo social, a esas

creencias limitantes, que marcan quienes somos y qué podemos hacer. Nosotros mismos, nos auto-saboteamos cuando nos repetimos constantemente, que nada está en nuestra mano. La realidad, es que esas suposiciones que normalmente damos por verdaderas, a menudo, son más proyecciones que reflejos; proyectan las preocupaciones y las debilidades, de las personas que las originan y no nos proporcionan, un reflejo real, de lo que somos y de lo que podemos conseguir. Otra forma habitual de auto-sabotaje, la originamos al centrar todas nuestras energías, en cuestiones en las que poco o nada podemos hacer.

No hablamos de lo que hace o debería hacer nuestra organización, ni el sector, ni incluso la administración. Hablamos de lo que únicamente nosotros, podemos hacer durante las mil horas diarias, que le dedicamos a nuestro trabajo.

Stephen Covey, representa de forma muy gráfica, las diferencias que se producen en nuestro entorno y por ende en nuestros resultados, cuando elegimos ser personas reactivas o proactivas. Visualicemos dos círculos, uno de ellos es nuestro círculo de influencia, dentro de él se encuentra, todo aquello que depende de nosotros: Cómo actuamos, qué decimos, qué hacemos, cómo nos esforzamos, qué ideas ponemos en marcha, qué consecuencias tendrán nuestras acciones, incluso qué errores cometemos y cómo aprendemos de ellos. Existe otro círculo, que rodea a nuestro círculo de influencia y al que llamamos, el círculo de la preocupación, donde se encuentra, todo aquello sobre lo que no podemos ejercer prácticamente, ninguna acción

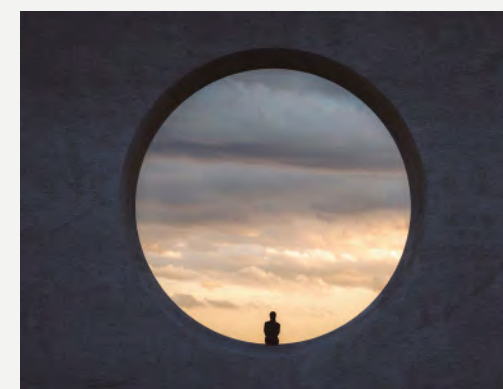


Te invitamos a que te hagas, las siguientes preguntas y te pares a pensar, cuantas veces te las habías hecho ya anteriormente:

¿Piensas que no podemos hacer nada, para acabar con la crisis y conseguir que la gente viaje más?
¿Qué ese engendro del demonio, que es Internet, no hay forma de pararlo?
¿También que las grandes cadenas, realizan promociones imposibles de asumir, para una agencia

local? O por el contrario, ¿Qué las agencias locales, pueden personalizar más su servicio y aquilatar sus márgenes, ya que no tienen unos costes de estructura tan elevados como las grandes redes?
Pues estas en lo cierto. No podemos hacer nada por evitarlo.

¿Pero y si en vez de invertir nuestro tiempo, en cuestiones en las que poco o nada, podemos influir directamente, invertimos nuestros recursos, en aquello que Sí está en nuestra mano?
¿Qué hacemos de forma proactiva por mejorar nuestra situación?



para variarlo. Básicamente aquí, se encuentra lo que hacen, dicen, piensan y cómo se sienten los demás. Si adquirimos el hábito de ser proactivos y de centrar nuestro esfuerzo, en aquellos aspectos que podemos transformar, conseguiremos

que nuestro círculo de influencia crezca y seremos, un poco menos dependientes del entorno y más independientes, en nuestro futuro profesional y personal. Por el contrario, si nuestra principal preocupación, es atender a las acciones, motivaciones y pensamientos



de los demás, centrando nuestros actos, en ser reactivos, a lo que ocurre fuera de nuestro control, perderemos totalmente nuestra autonomía y lo que es peor, no influiremos en nada, de lo que ocurre en nuestras vidas, por mucho que nos lo propongamos. Esto que a priori, puede parecer simple, es el error más común, que cometemos a diario, en nuestro quehacer profesional y personal.

Vivimos, en una eterna espera, de acontecimientos externos, que nos dictan como a robots, cuales son los siguiente pasos a dar. Posiblemente pensemos que no somos tan importantes, como para hacer lo que deseemos, en nuestro trabajo o negocio. Que este depende, en el 99% de las ocasiones de los demás: de los dichosos virus mundiales, de nuestro jefe, del cliente, del turoperador o incluso de la

climatología. Y la cuestión es ¿Hacemos algo de forma proactiva, por cambiar esa percepción de impotencia, que en muchas ocasiones nos inunda? Albert Einstein nos dejó grandes cosas, pero una de ellas y no por manida, menos importante es su célebre frase: Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo. Y ese sabotaje interno de, esto siempre ha sido así o quién

soy yo para cambiarlo, reside en gran parte, en nuestro propio lenguaje. La forma más genuina del autosabotaje, que nos hace, ni siquiera plantearnos, el cambiar nada, de lo que somos y de lo que hacemos. Esa conversación interior, puede ser el mejor revulsivo o el mayor freno, para hacer cosas distintas y atrevernos a marcarnos, nuevas metas y nuevos objetivos.



Estos son algunos ejemplos, de cómo nos hablamos a nosotros mismos y que definen en gran medida, nuestra forma de afrontar la vida, tanto a nivel profesional como personal.

El uso de un lenguaje reactivo como:

- No puedo hacer nada
- Yo soy así
- Me saca de quicio
- No lo permitirán
- Tengo que hacer eso
- No puedo
- Debo

Tienen sus homónimos en el lenguaje proactivo y nos abren, casi sin darnos cuenta, infinidad de nuevas posibilidades que explorar y con las que empezar a avanzar hacia aquello que queremos conseguir.

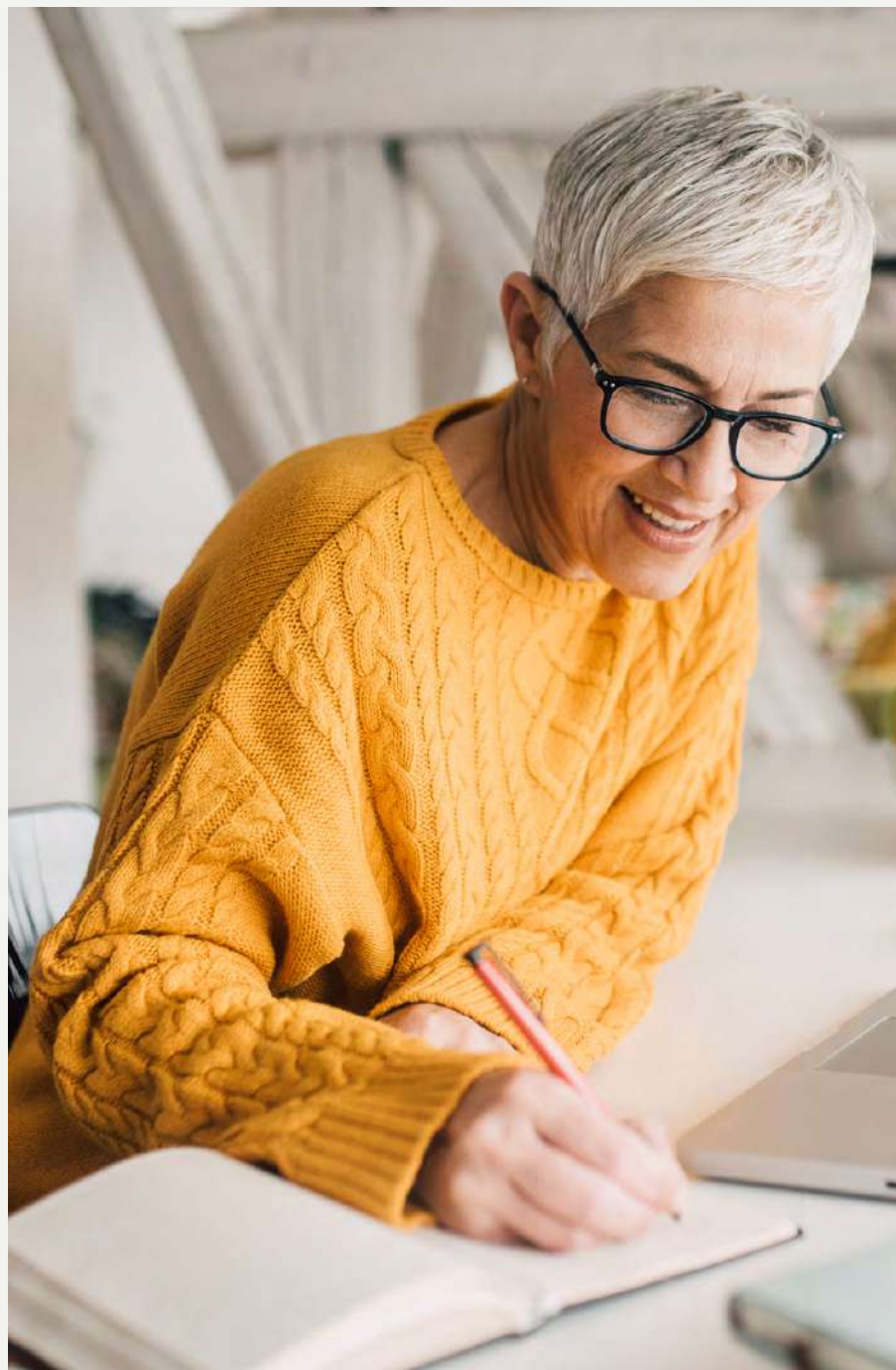
Reactivo	Proactivo
No puedo hacer nada.	Voy a examinar que alternativas tengo.
Yo soy así.	Puedo optar por un enfoque distinto.
Me vuelve loco.	Controlo mis sentimientos.
No lo permitirán.	Puedo elaborar una exposición efectiva.
Tengo que hacer eso.	Elegiré la forma más adecuada.
No puedo.	Elijo.
Debo.	Prefiero.

Nos gustaría plantearte que realizases el siguiente ejercicio.

Recuerda que puedes descargarte en el apartado de ejercicios de este tema, una plantilla si quieres utilizarla.

Vamos a dividir nuestra hoja del ejercicio en 2 partes. En la parte izquierda, escribiremos las frases que utilizamos nosotros, para contestar a las cuestiones que vamos a plantearte. Y en la parte derecha, escribiremos las frases más habituales, que se utilizan en general, en el sector, para estas mismas cuestiones. No te preocupes, si en todos o la mayoría de casos, ambas partes coinciden. Al fin y al cabo, no eres un tan bicho raro, aunque estés realizando este curso. Vamos con la primera cuestión que te planteamos.

Recuerda, escribe primero lo que habitualmente responderías tú y a continuación, lo que sería la respuesta más habitual, dentro del sector. ¿Qué frase utilizas para definir la situación actual, en las agencias de viajes y su futuro a corto plazo? Por favor, intenta que sea una respuesta literal, incluso si se te escapa algún taco, también forma parte del ejercicio. Ya lo tienes, bien. Ahora escribe la respuesta más común, que describe, lo que diría la mayoría del sector.



Vamos con la siguiente parte del ejercicio:
Describe que acción estás realizando más habitualmente, para conseguir vender más en la agencia.
Y al lado, indica una o varias acciones de forma genérica, que están realizando otras empresas del sector.
Seguimos:
Describe brevemente, que piensas con respecto a conseguir, más ventas a corto plazo en tu agencia de viajes.
Y de igual forma, escribe cual es la creencia generalizada del sector al respecto de este tema.
Y por último, toca ser un poco autocrítico:
Responde que errores, crees que estás cometiendo (si los hay) en tu actual gestión.
Y por otra parte, que errores, de forma generalizada, entiendes que está cometiendo el resto del sector.
Una vez que hayas respondido a todas las cuestiones, dobla la página por la mitad y quédate únicamente de forma visible, con las respuestas que has dado de forma personal.
Ahora como hemos visto en el ejemplo anterior, intenta variar los no puedo, por voy a buscar alternativas.

Te recordamos algunas de las que hemos visto anteriormente.
Cambia los (no puedo o no se puede), por (voy a buscar alternativas).
Cambia los (es así), por (voy a buscar un enfoque distinto).
Cambia los (no me

dejarán), por (voy a exponerlo de forma efectiva)
Cambia los (debo) por (preferiría).
Trabaja ahora, en buscar esas alternativas, que se abren con el cambio de lenguaje y seguro, que amplias un poco

más, tu círculo de influencia.
Cuando hayas acabado el ejercicio y tengas esas nuevas alternativas para avanzar en tu trabajo, dale la vuelta a la hoja.
Ahora compara tu nueva lista, con lo que la mayoría de gente

hace, dice y piensa.
Quizás, además de conseguir ampliar tu círculo de influencia, ahora posiblemente también, estás consiguiendo diferenciarte, un poco más de la competencia.
Piénsalo.



Nos vemos en el siguiente tema.



<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema
10

La importancia de poner el foco

sóloagentes
academy

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

En el próximo eMagazine...



PRODUCTO SUJETO A LAS
SUBVENCIONES DE KIT
DIGITAL PARA PYMES

KIT
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis WEB

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.



Más información en
www.orbisweb.es

La gestión comercial para agencias de viajes líder en España, con servicio en la nube

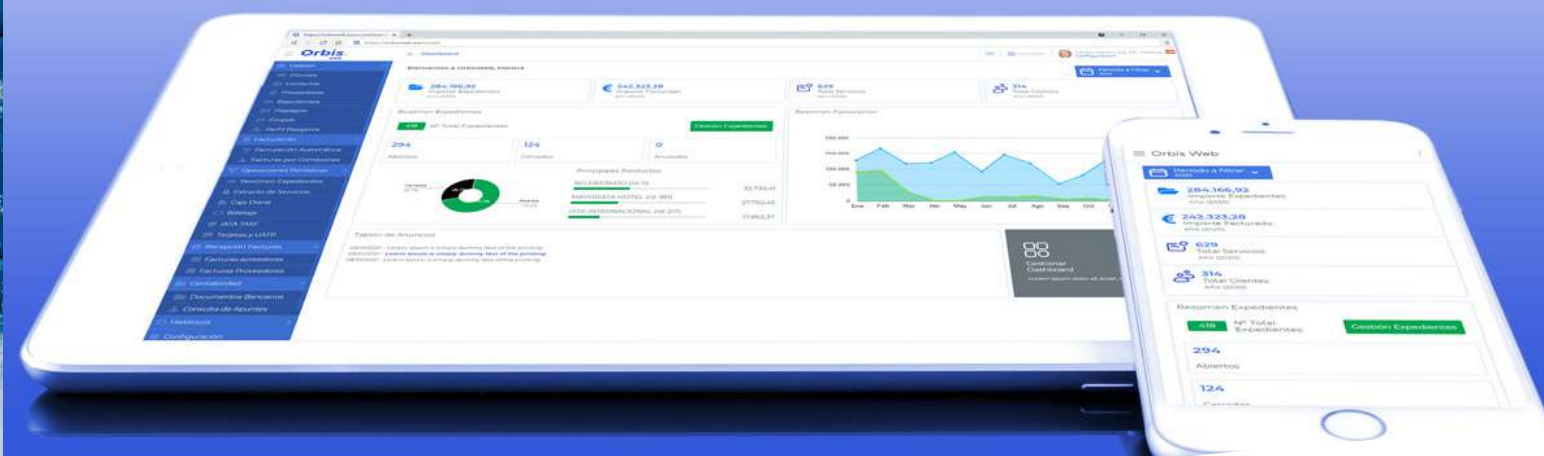
Flexible y escalable

Con las licencias de **Orbis WEB** se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- **Acceso remoto** a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en **tiempo real**.
- **Protección de datos**.
- **Copias de seguridad** diarias.
- **Asistencia telefónica**.
- Siempre **actualizado** a la última versión.



Pipeline.
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es

*sólo*agentes

e-Magazine para Agentes de Viajes



PARA CLÁSICOS PROFESIONALES DEL SIGLO XXI
