

La liquidación de las agencias con BSP automatizada al 100%

UNICO	23	BILLETE ELECTRONICO	45	-23	24	1
UNICO	21	000-0436063049/63090	00050	00003	00000	00003
(MCO)		000-0000000100/00109	00010	00000	00000	00000

SAVIA Amadeus ha completado la automatización de todos los procesos de liquidación de las agencias de viaje con el BSP, al haber obtenido la certificación para automatizar los MPDs (Multi Purpose Document). Por ello, ha habilitado los MPD en el dispositivo 21 (ATB) de las más de 8.500 agencias que trabajan con el Sistema Amadeus, en el cual aparecerá una línea adicional donde quedará reflejada la informa-

ción relativa al MPD –bajo el término MCO-.

Tanto agencias como aerolíneas utilizan este documento –históricamente conocido como MCO- para diversas transacciones, como el pre-pago de billetes en origen, el abono de diferencias en cambios de billetes o los reembolsos por reemisión, entre otras. La automatización de este proceso no sólo elimina la cumplimentación manual de los cupones por parte de los agentes de via-

AGILIDAD EN LA TRAMITACIÓN

La automatización de este documento permite eliminar la cumplimentación manual y se puede archivar electrónicamente.

jes, sino que además permite a las agencias archivarlos electrónicamente, agilizando de esta manera cualquier búsqueda de información relativa a ellos.

Aquellos agentes que estén interesados pueden descargarse un manual de referencia en formato pdf en la dirección <http://helpdesk.savia.es>. Además, SAVIA Amadeus ofrecerá cursos para aquellos agentes que lo soliciten a través de la dirección formacion@savia.es.

AGRUPA, contra la escalada de descuentos

Esta asociación de agencias de viajes independientes pide a los touroperadores españoles que reflexionen sobre la actual escalada de descuentos en las ofertas turísticas a partir de los precios publicados en sus folletos



La asociación AGRUPA, que integran AIRMET, AVANTOURS, BESAIDE, GEA, OVER y STAR y que representa a más de 2.300 agencias independientes, ha emitido una carta abierta dirigida a los touroperadores españoles en la que manifiesta la necesidad de acabar con la guerra de precios originada por las redes verticales, que cada año se repite con más virulencia, y que obligan a las agencias a sacrificar la mayor parte de sus márgenes comerciales para competir.

En el escrito señala que las más perjudicadas por estas acciones son las agencias de viaje independientes, porque carecen de mecanismos financieros para hacer frente a estas grandes redes verticales. AGRUPA se muestra a favor de un mercado de libre competencia, pero reclama que se eviten prácticas ilegales como el

dumping. Señala que los grupos de agencias que integran la asociación están dispuestos a presentar las correspondientes denuncias contra “aquellas agencias de viaje que publiciten descuentos superiores a los que figuran en los folletos u ofertas que publican” los



touroperadores a los que se dirige. Y añade que antes de proceder judicialmente contra ellas/os por ilegalidad de alteración de los PVP (precio de venta al público), al amparo de la Ley 21/1995 de Viajes Combinados y la Directiva 90/314/CEE de julio de 1990, “queremos darles la posibilidad de

reflexionar sobre este asunto y evitar que esto se siga repitiendo”. Es decir, anima a los touroperadores a rectificar y quitar el apoyo a aquellos operadores que alteran los precios y facilitan una ‘línea blanca’ de productos con precios inferiores al resto de las agencias. Asimismo informa de que, a lo largo de los próximos meses, elaborarán un Código de Conducta comercial transparente que presentarán a todos los touroperadores, en el que se recogerán unas normas mínimas de conducta y respeto comercial.

