

## El 'gran apagón': los agentes de viajes, de nuevo tabla de salvación de los viajeros

pág. 11

OPINIÓN • M<sup>a</sup> DOLORES SERRANO

## Tecno Travel Agency UNAV, un viaje al futuro de las agencias

- Esta primera cita, además de realzar el protagonismo de las agencias en su transformación digital, trata de dar respuesta a sus necesidades venideras desde formatos diversos
- Ofrecerá áreas expositivas, presentaciones multimedia, casos de éxito, tendencias de futuro y conferencias de altura
- El Tecno Travel mostrará también las últimas herramientas y soluciones tecnológicas implementadas para facilitar la actividad diaria de agencias y touroperadores
- El evento, que tendrá lugar los días 8 y 9 de mayo en Madrid, cuenta con el apoyo de una veintena de marcas, además del respaldo institucional de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, Parques Reunidos y Faunia, que acogerá el desarrollo de las sesiones

📄 Páginas 2-7



## LA RELACIÓN PERSONAL PREVALECE COMO MODO DE RELACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES CON SUS CLIENTES

Los viajeros nacionales siguen prefiriendo la inmediatez en la atención personalizada, y en conjunto se inclinan más por el teléfono o por el trato presencial en su modo de relación con los clientes, según ObservaTUR. No obstante, la digitalización ha ganado mucho peso en los últimos años, y en el momento actual el correo electrónico es el primer canal de los españoles en su interacción con las agencias. **MÁS INFO > Página 15**

## 5.081 agencias de viajes ya están registradas en la plataforma de control del Ministerio del Interior

Un total de 5.081 agencias de viajes figuran ya registradas en Ses.Hospedajes, la plataforma online del Ministerio del Interior que permite el control de las empresas y entidades turísticas al amparo del RD 933/2021, según datos del citado ministerio facilitados a Europa Press a principios del mes de abril. En total, desde su entrada en vigor, este sistema ha registrado cerca de 210.000 altas.

Hasta la fecha, y a falta de la Orden Ministerial que desarrolle la citada norma, las agencias siguen estando incluidas en este RD, a pesar de haberse solicitado en reiteradas ocasiones su exclusión, la última vez en las alegaciones presentadas en periodo de información pública de la OM, puesto que todavía sigue sin publicarse.

📄 Página 9

## 9 de cada 10 agencias consideran que el Kit Digital debería de tener continuidad

A poco menos de 2 meses de su conclusión, prevista para el 30 de junio, nueve de cada 10 agencias de viajes creen que el Kit Digital —el programa de ayudas financiado con fondos europeos Next GenerationEU— debería tener continuidad en el tiempo, según una consulta efectuada por Beroni en colaboración con ObservaTUR. En opinión de Josep Bellés, CEO de Beroni, “todavía todavía ha sido insuficiente para alcanzar la plena digitalización de las agencias”.

📄 Página 13



## INSTITUCIONES PATROCINADORAS



## MARCAS SPONSOR



## MARCAS COLABORADORAS



# actividad asociativa

## Tecno Travel Agency: una cita con el futuro de las agencias

- Además de reflexionar sobre las tendencias que vienen, esta cita mostrará las últimas herramientas y soluciones tecnológicas implementadas para facilitar la actividad diaria de agencias y touroperadores



UNAV celebrará los días 8 y 9 de mayo la primera edición del [Tecno Travel Agency](#), un evento pionero en este segmento que reunirá a expertos, innovadores y profesionales de la industria, con el fin de explorar las últimas tendencias y avances tecnológicos y conocer la evolución que podía tener la digitalización en este segmento.

Se trata del primer proyecto que pone en marcha el [Grupo de Trabajo de Tecnología y Digitalización](#) constituido por esta asociación en el mes de abril, que tiene como objetivos impulsar estos capítulos entre las empresas asociadas y adheridas, y fomentar las tecnologías emergentes.

El programa incluye cuatro grandes ponencias de debate, exposición y reflexión (ver programa en página 5), cada una de las cuales ha sido diseñada en exclusiva por los miembros del citado grupo, que ha confeccionado igualmente el plantel de intervinientes y los posibles temas a tratar.

Como complemento a cada una de las mesas de análisis se darán a conocer iniciativas únicas emprendidas en el sector de las agencias de viajes y la touroperación. En conjunto, participarán en este encuentro una veintena de conferenciantes y expertos.

El Tecno Travel Agency mostrará asimismo las últimas herramientas y soluciones tecnológicas implementadas para facilitar la actividad diaria de agencias y touroperadores, ya sea para el ámbito de la gestión de las reservas, la comercialización, el análisis o el marketing en sus distintas vertientes.

## Un evento pionero, con un formato ágil y dinámico

El formato del Tecno Travel Agency ha sido pensado para que sea ágil y dinámico, en el que además de las mesas de trabajo, habrá presentaciones multimedia, 'workshop' interactivos y exposición de casos prácticos, entre otras fórmulas, todas enfocadas a realzar el protagonismo de las agencias de viajes en su transformación digital.

La idea inicial de los promotores del encuentro es que esta primera cita sea también una palanca de 'networking', que permita la creación de redes de contacto entre profesionales, empresas y académicos, de forma que pueda abrir puertas a futuras colaboraciones.

### ■ SOBRE LA SEDE DEL EVENTO

Un evento único, como es el Tecno Travel Agency que se celebrará los días 8 y 9 de mayo en Madrid, precisaba un espacio a su altura.

Un lugar capaz de alojar algo más que una convocatoria al uso. Requería un espacio experiencial, innovador y sorprendente. Un ecosistema distinto, además, alineado con otro de los compromisos firmes de UNAV, la sostenibilidad.

De ahí la elección de [Faunia](#), un entorno natural a menos de 10 kilómetros del centro de la capital que, además de todos esos requisitos, ofrece en su más de 16 hectáreas un lugar flexible y adecuado para poner en escena los valores y contenidos que desea proyectar UNAV.

Tecno Travel Agency, en concreto, tendrá lugar en "[La Hacienda](#)", una sala dotada de gran versatilidad, con una capacidad máxima para 500 personas, que cuenta con múltiples usos. Y todo ello en un ambiente original y natural.

### ■ MARCAS COLABORADORAS

El evento cuenta con el [patrocinio](#) de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, Parques Reunidos y Faunia.

Como [marcas sponsor](#) figuran Amadeus, Beroni, Conecta Turismo, Quadrant Travel Technology, MOGU, Moken, Pipeline y TDCS Travelport.

Entre las [firmas colaboradoras](#) del Tecno Travel Agency se incluyen las siguientes: Ayuntamiento de Alcalá de Henares, AON, Viajes Carrefour, CDV, [centraldevacaciones.com](#), Iryo, Intermundial, Movelia, Pangea, Planea Madrid, Servivuelo, Viajes El Corte Inglés y W2M.

“

Representación, alegaciones, pliegos de descargo, recursos, contratos... Los campos de actuación de UNAV son diversos y abarcan distintas especialidades. Infórmate. No estás solo. Estamos a tu lado.

## Catálogo de servicios UNAV a los asociados

- Intervención en actuaciones administrativas, y en todas sus instancias, en expedientes incoados por la Administración, relacionados con la actividad de agencia de viajes, redactando alegaciones y pliegos de descargo e interponiendo y formulando los recursos procedentes en vía administrativa.
- Asesoría Jurídica Consultiva y de apoyo para viabilizar posibles actuaciones ante la jurisdicción contencioso-administrativa derivadas del punto anterior.
- Representación de las agencias de viajes asociadas en los actos de preconciliación administrativa ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid en reclamaciones de usuarios.
- Reclamaciones, en trámite extrajudicial y en las condiciones establecidas, de aquellas cantidades adeudadas a la agencia de viajes asociada.
- Disponibilidad de acceso, a través de la Confederación, a los datos del Registro de Anomalías Comerciales o de Morosos de nuestra actividad
- Asesoría Jurídica Consultiva y de apoyo en aspectos derivados del punto anterior y sobre posibles contenciosos relacionados con la agencia de viajes

## Información, formación, apoyo, asesoramiento y análisis en distintas especialidades

- Información y divulgación, vía Internet, fax o postal, de las disposiciones y normas que puedan afectar a nuestras Empresas miembros.
- Estudio de los contratos de seguro, en cuanto al alcance y adecuación de sus coberturas y condiciones, suscritos por nuestros asociados, con especial detenimiento en cuanto a las de Responsabilidad Civil.
- Información, coordinación y apoyo en expedientes de subvenciones oficiales y cooperación con la Administración.
- Análisis para asesoramiento laboral, fiscal y contable.
- Asesoramiento y apoyo en el Area Informática en cuanto a Redes, Sistemas, Aplicaciones, Conexiones y Equipos.
- Participación en Planes de Formación Continua para nuestros asociados, sin coste alguno para ellos.



# actividad asociativa



## ► MESA 2 HERRAMIENTAS DE FUTURO

### Transformación en la gestión: soluciones tecnológicas para las agencias de viajes

“Transformación en la gestión: soluciones tecnológicas para las agencias de viajes” (13:10 h. - 14:30 h.) es el enunciado del segundo de los diálogos programados para el día 8, que será conducido por Maite Añorga, directora general de TDCS Travelport, en el que tomarán parte como ponentes Sebastián Briones, CEO de Pipeline Software e Ingrid Graells, directora comercial de Beroni y presidenta del Tech Tourism Cluster.

En esta sesión también participarán representantes de dos agencias destacadas: Alberto Rodríguez, de OferTravel, especializada en comercializar alojamientos vacacionales a través de RR.SS, y Enrique Mauduit, de ATF Turisferr, agencia que ha protagonizado una de las transiciones digitales más representativas del sector.

Esta mesa debatirá, entre otros asuntos, sobre los sistemas de facturación para agencias de viajes en España, que afrontan su mayor transformación desde el año 2000.

Las nuevas normativas fiscales, como la necesidad de implantar VERIFACTU y la obligatoriedad de la facturación electrónica, junto con la necesidad de integrarse con plataformas como GDS, RR.SS, sistemas de pago, CRM y herramientas de inteligencia de negocio, han obligado al sector a reinventarse. Además, la presión por reducir costes operativos ha acelerado la adopción de soluciones tecnológicas innovadoras.

## ► TECNO TRAVEL AGENCY UNAV UNA CITA CON EL FUTURO

### Áreas expositivas, presentaciones multimedia, casos de éxito, tendencias de futuro y conferencias de altura

■ El Tecno Travel Agency, además de realzar el protagonismo de las agencias en su proceso digital, trata de dar respuesta a sus necesidades venideras desde formatos diversos

El programa del Tecno Travel Agency del 8 de mayo incluye cuatro grandes líneas de exposición, diseñadas en exclusiva para dar respuesta práctica a las necesidades de los agentes de viajes.

La primera de las mesas (13:10 h.- 14:30 h.) lleva por título “Innovación en viajes: marketing y ventas para agentes de viajes”, y en ella se abordarán, entre otros, temas tales como la experiencia del cliente, la personalización de las demandas, la omnicanalidad, los nuevos modelos de negocio, el auge del contenido experiencial o las nuevas demandas de los viajeros.

Esta charla será moderada por Sofía Saíz, co-founder de Moken y directora general de Los Viajes de Sofía, y contará como ponentes con Héctor García, co-founder de MOGU, y José Antonio Flores, CEO de ConectaTurismo. Intervendrá también en esta conversación el representante de una agencia de viajes invitada para exponer su experiencia práctica.

## 8M > ACTO INAUGURAL DE PRESENTACIÓN > 12:30 h. - 13:10 h.

- Antonio Caño, Vicepresidente Primero de UNAV (presentación)
- José Luis Méndez, Presidente de UNAV.
- Luis M. Izquierdo, Viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.
- Responsable de Turismo Ayuntamiento de Madrid (nombre pendiente de confirmar)

## ► CONFERENCIA 17:00 h. - 17:10 h.

### El impacto de la inteligencia artificial

La aplicación de la IA y su impacto en la industria turística será otro de los temas de debate de la jornada del 8. Guillermo Tato, solutions consultant de Amadeus IT Group, será el encargado de exponer los beneficios y riesgos de esta nueva tecnología en el sector de las agencias de viajes. Pero también de explorar su potencialidad.

Con más de 15 años de experiencia en entornos SaaS, Tato es consultor de soluciones especializado en la industria de viajes y hoteles.

# UNAV

## Relación de agencias asociadas

- ACUARELA
- AREAUCA OCIO SL - MARFA TRAVEL
- ARENAS
- ARISTA
- ATENEO
- BEST OF EUROPE TRAVEL
- BROOKLYN BOY, S.L. (ENDEAVOR MARATONES INTERNACIONALES)
- CEMO / TROTAMUNDOS
- CENTRAL DE VACACIONES.COM
- CENTURY INCOMING, SL
- CHARMED BY SPAIN, SL
- CIFA - CENTRAL IBÉRICA DE FAMILIAS
- COSTA CRUCEROS
- CRUCEMAR CRUCEROS
- DEL UNO AL OTRO CONFIN S.A.U
- DESTINIA, S.L.
- DOLPHINS TRAVEL
- DOMINICANATOURS, SL
- DYNAMIC TOURS
- EL CORTE INGLES
- ELUXSPAIN / ELUXGROUPE
- EUROPA MUNDO VACACIONES
- EXOTICES
- EXPERIANTUR
- EXPLORA TRAVELER
- FRONTIA
- GAMAS-CONCIERGE DE VIAJES
- GESTORA DE VIAJES Y NEGOCIOS
- GLOBAL COMPASS SPAIN, SLU
- GOLFSPAIN TOURS
- GRUPO AIRMET
- GRUPO AZUL MARINO
- GRUPO BYTOUR
- GRUPO CARREFOUR VIAJES
- GRUPO DIT GESTION
- GRUPO EXPERTRAVEL
- GRUPO STAR VIAJES
- GRUPO TRAVELTOOL E-SERVICES
- HELICE
- HEMELS MADRID DMC
- HIMALAYA
- IAG7 VIAJES
- IMBRIC MOBILITY
- INCENTIVOS KARISMA, SL
- INTERNATIONAL ONLINE TRAVEL AGENCY
- JTB VIAJES SPAIN S.A
- LINTUR, S.A
- LOS VIAJES DE SOFÍA
- LOW WORLD TRAVEL
- MADE FOR SPAIN AND PORTUGAL
- MAPA TOURS
- MARLY CAMINO, SL
- MAYORISTA DE VIAJES S.A.
- MI MUNDO TRAVEL PLANNER
- MTZ, DESTINATION MANAGEMENT COMPANY
- MUNDIPLAN TURISMO Y OCIO
- MUNDO AMIGO
- NAUTALIA VIAJES
- N.L VIAJES
- OCIOBOX INTERMEDIA, S.L. / [VIAJETECA.NET](http://VIAJETECA.NET)
- OLYMPIA MADRID, S.A.
- OUTCAST
- PANAVISIÓN
- PANGEA - VIAJES DE AUTOR, SL
- PRESTIGIO VIAJES
- PROVIAS
- RURALIA, S.L
- RUSTICAE VIAJES, S.L
- RUTAS 10 EXPEDICIONES Y VIAJES
- SANANDER
- SELASI
- SENDAS DE EUROPA
- SERVIVUELO (V. ZAMER)
- SEVEN WORLDS EVENTS AND CONGRESSES S.L
- SOC. GEOGRÁFICA DE LAS INDIAS
- SOLO GRUPOS
- SURLAND
- SYMPHONY TOURS
- TAWY TOURS
- TOURMUNDIAL
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- TRAVELLING CONSULTANTS
- VERONIA TOURS, SL
- VIAJES CIBELES
- VIAJES LEONTUR
- VIAJES LUZ - LUZSPAIN TOUR
- ZAFIRO

## UNAV / miembros adheridos

- AMADEUS ESPAÑA
- AON GIL Y CARVAJAL
- BERONI INFORMATICA, S.L.
- CONECTA TURISMO
- CUEVAS DE NERJA
- ENJOY TRAVEL GROUP
- EPG TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA
- IBERIA
- IBERIA CARDS
- INSURANCE TRAVEL
- INTERMUNDIAL XXI, SL
- IRYO
- MOGU
- MOVELIA TECNOLOGÍAS
- MSC CRUCEROS
- PIPELINE SOFTWARE 2000
- QUADRANT TRAVEL TECHNOLOGIES
- RENFE - SOC. MERCANTIL ESTATAL
- SAMA TRAVEL
- SEGITRAVEL
- SOLTOUR
- TDCS TRAVELPORT
- TOUR10 TRAVEL
- WORLD 2 MEET TRAVEL

# actividad asociativa



## ► TECNO TRAVEL AGENCY UNAV UNA CITA CON EL FUTURO

### Decisiones inteligentes para potenciar la gestión y mejorar la eficiencia y la productividad gracias al 'big data' y la IA

- Madrid y su región, como sedes de este primer encuentro, tendrán un protagonismo especial en esta edición, que incluye una visita a Alcalá, una de las sedes de [planeamadrid.es](https://planeamadrid.es)

Tras el acto inaugural y las tres sesiones de comienzo, la primera edición del Tecno Travel Agency continuará con dos nuevas ponencias ese mismo día 8.

La tercera mesa de trabajo (17:10 h. - 18:10 h.) lleva por título “Decisiones inteligentes: big data e inteligencia artificial en el Turismo”, que será moderada por Ricardo Fernández, CEO de Destinia, y contará como conferenciantes con Juan Font, CCO de Quadrant Travel Technology; José Antonio Flores, CEO de Conecta Turismo; y Eva Hernández, de Pangea Valladolid.

Este tramo de la jornada servirá para analizar cómo las nuevas soluciones digitales que están comenzado a adoptarse ya están potenciando la gestión de las empresas turísticas, en capítulos tales como la mejora de la eficiencia y la productividad, la optimización de sus operaciones o el impulso de la mejora de la experiencia de los clientes. Un ejemplo: las empresas que utilizan la IA para personalizar ofertas han experimentado un aumento de hasta el 30% en las ventas. Otro caso: la implementación de chatbots puede ayudar a reducir hasta un 50% las tareas administrativas.

Madrid y su región, además, como sedes de este primer encuentro, tendrán un protagonismo especial en el Tecno Travel Agency UNAV. Primeramente, en la apertura, a modo de introducción de las intervenciones de los distintos representantes institucionales, con la proyección de contenidos multimedia de cada una de las marcas patrocinadoras, y, como cierre, el día 9 de mayo, con una visita programada y guiada a Alcalá de Henares, ciudad patrimonio mundial de la Humanidad. La ciudad complutense es uno de los municipios incluidos en el proyecto tecnológico [planeamadrid.es](https://planeamadrid.es), plataforma profesional creada por la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV) —en la que participa UNAV, a través de su filial en la Región— y la Comunidad de Madrid para permitir la creación de paquetes turísticos gracias a acuerdos con proveedores locales, que hasta la fecha suman un total de 200 colaboradores.

## La seguridad digital de las agencias, a debate, en un momento en el que han aumentado un 60% los ciberataques en Europa

La sesión última de esta primera edición del Tecno Travel Agency (18:10 h. - 18:40h.) estará centrada en analizar los riesgos que puede conllevar el uso de la tecnología en el trabajo diario de los agentes de viajes y se titula “Viajes seguros: estrategias de ciberseguridad para agentes de viajes”, una reflexión que será guiada por Ingrid Graells, con la presencia de María Dolores Serrano, abogada especializada en derecho turístico, y responsable legal de UNAV y CEO de Deium, y Manuel Fernández, VP Sales Europe en Botech.

Hay que recordar, en este sentido, que Europa, sólo en el verano de 2024, el incremento de los ciberataques en el sector turístico ha aumentado en Europa un 60%.

Según el informe anual “Microsoft Digital Defense Report”, publicado este mismo año, únicamente los clientes de Microsoft se enfrentaron cada día a más de 600 millones de ataques de ciberdelincuentes, que van desde el ransomware al phishing, pasando por los ataques de identidad.

Otro dato más: se estima que el impacto económico global de los ciberataques, incluidos los que registra el ámbito del turismo y los viajes, alcanzará cada año alrededor de 10 billones de dólares.

## Zona expositiva y de mentorización digital con proveedores

Durante la jornada de trabajo del día 8 de mayo, además de asistir a las ponencias y mesas redondas, se podrá visitar una zona expositiva organizada para el evento, a modo de ‘workshop’ permanente, e, incluso, celebrar entrevistas con los principales proveedores del sector tecnológico, especializados en herramientas tecnológicas para agencias de viajes.

1977-2025 / UNAV

# 48 años al servicio de las agencias de viajes

4.800 puntos de venta

29 firmas líderes de la industria del turismo y los viajes

- Representación y defensa de los intereses asociativos
- Asesoría jurídica y legal
- Asesoramiento laboral, fiscal y contable
- Asesoramiento y apoyo informático
- Planes de formación continua
- Información, sensibilización y divulgación

CONSULTA NUESTRO  
CATÁLOGO DE SERVICIOS



Únete a UNAV. Hazte socio.  
Súmate a 48 años de experiencia asociativa

Si tienes una agencia de viajes  
entre 1 y 3 empleados, y  
necesitas nuestros servicios,  
únete a nosotros

**CUENTA ESPECIAL  
48 ANIVERSARIO**

**INFÓRMATE DE  
NUESTRAS  
PROMOCIONES**



# actividad asociativa

## 5.081 agencias ya están dadas de alta en Ses.Hospedajes

- Hasta la fecha, y a falta de la Orden Ministerial que desarrolle el RD 933/2021, las agencias siguen estando incluidas en la norma, a pesar de haberse solicitado en reiteradas ocasiones su exclusión

### ■ SES.HOSPEDAJES • EMPRESAS REGISTRADAS



**203.021**  
Alojamientos



**995**  
Empresas de alquiler de vehículos



**5.081**  
Agencias de viajes



**542**  
Plataformas digitales

Un total de 5.081 agencias de viajes figuran ya registradas en Ses.Hospedajes, la plataforma online del Ministerio del Interior que permite el control de las empresas y entidades turísticas al amparo del RD 933/2021, según datos del citado ministerio facilitados a Europa Press a principios del mes de abril. En total, desde su entrada en vigor, este sistema ha registrado cerca de 210.000 altas.

Hasta la fecha, y a falta de la Orden Ministerial (OM) que desarrolle la citada norma, las agencias siguen estando incluidas en este RD, a pesar de haberse solicitado en reiteradas ocasiones su exclusión, la última vez en las alegaciones presentadas en periodo de información pública de la OM, puesto que todavía sigue sin publicarse.

Este hecho ha sido denunciado por UNAV y ACAVe, dado que entienden que la situación está generando inseguridad jurídica e indefensión de las agencias de viajes.

A juicio de los departamentos legales de estas asociaciones y despachos de abogados consultados, la inclusión de las agencias en la aplicación del RD se extralimita en lo previsto en la Ley Orgánica 4/2015, de seguridad ciudadana. Las agencias de viajes no están sujetas a la LOSC y las normas administrativas no pueden incluirlas.

Además, desde que se puso en marcha, Ses.Hospedajes, ha dado numerosas incidencias, entre problemas técnicos, modificaciones continuas, interrupciones por mantenimiento y caídas periódicas, algo que ha sido denunciado en reiteradas ocasiones por UNAV, ACAVe y FETAVE.

Este anuncio ha coincidido en fechas con una información publicada por Preferente que indica que tanto hoteles como agencias de viajes están comenzando a recibir las [primeras comunicaciones de Interior](#) avisando de irregularidades en el proceso de cumplimentación de los datos de sus clientes, razón por la cual, según este medio, "las empresas que no dispongan de un registro de viajeros y que no remitan los datos serán castigadas con entre 10.401 y 30.000 euros, mientras que los retrasos en el envío de la información o deficiencias en la cumplimentación acarrearán multas de hasta 600 euros".

## La licitación del Programa de Turismo Social del Imserso, abierta hasta el 19 de mayo

A finales del pasado mes de abril, el Boletín Oficial del Estado (BOE) publicaba el [anuncio de licitación del Programa de Turismo Social del IMSERSO](#) para personas mayores y mantenimiento del empleo en zonas turísticas, al que podrán presentar ofertas o solicitudes de participación hasta el 19 de mayo las empresas que cumplan con todos los requisitos estipulados.

Entre los puntos más destacados de esa convocatoria destacan los tres lotes que contempla (lote 1: Turismo en zonas de Costa Peninsular - lote 2: Turismo en zonas de Costa Insular - lote 3: Turismo de Escapada y procedencia europea) y el valor estimado del programa, que supera los 970 millones de euros. La duración del contrato será del 1 de septiembre de 2025 al 31 de agosto de 2026.

Según informan los medios especializados, el Gobierno espera que la adjudicación del nuevo contrato de viajes del Imserso se produzca durante el tercer trimestre de 2025.

### ■ Novedades del programa

Entre las [novedades de la nueva licitación](#) del programa de viajes del Imserso destacan la introducción de una tarifa plana de 50€ destinada a las personas con pensiones más bajas para que puedan viajar, o la posibilidad de que se pueda viajar con animales de compañía en los viajes de costa peninsular y de costa insular.

El programa también persigue el objetivo económico de mejorar la estacionalidad del sector turístico, asegurando una actividad durante todo el año que permita la sostenibilidad del sector y el mantenimiento del empleo, especialmente en meses en los que hay menos turistas.

Por esta razón, la nueva licitación incluye que las empresas adjudicatarias deben comprometerse a evitar la concentración de estos viajes en pocas fechas, distribuyendo el 36% de las plazas de cada lote de forma proporcional durante cada mes de la campaña de viajes.

## Sabemos mucho de derecho turístico

Contamos con una expertise única en el asesoramiento a los diversos actores del sector turístico. Somos los abogados expertos que necesita su empresa turística.



## Protegiendo los intereses de nuestros clientes desde 2005

Llevamos más de 15 años dando soluciones de valor añadido a los desafíos de un mercado turístico en constante evolución.

Entendemos muy bien las necesidades de las empresas turísticas lo que nos sitúa en una posición privilegiada para asesorarles en su día a día.

Más sobre Deiurem



### Asesoramiento Continuo (ALC)

Diseño y puesta en práctica de soluciones legales a incidencias diarias desde una perspectiva sectorial.



### Resolución de Conflictos

Asistencia y representación judicial, extrajudicial y arbitral en defensa de los intereses de los actores turísticos.



### Cumplimiento Sectorial

Auditorías legales y adecuación a la normativa de viajes combinados, seguros, protección de datos, etc.



### Externalización

Outsourcing de unidades del negocio turístico. Optimización de procesos de atención al cliente.



### Contratos Turísticos

Análisis, redacción y negociación de contratos de uso frecuente en el sector turístico.



### Creación de Empresas

Asesoramiento y gestión de proyectos turísticos: sociedades, financiación, inversores, autorizaciones y permisos.

Trabajemos Juntos

Contacta en el teléfono 606 101 536 o envía un email a [info@deiurem.com](mailto:info@deiurem.com)

#### Expertos en Derecho Turístico

Más de 15 años aportando soluciones de valor añadido a los desafíos de un mercado turístico en constante evolución.

#### Áreas de Trabajo

Asesoramiento Continuo (ALC)  
Resolución de Conflictos  
Cumplimiento Sectorial  
Externalización  
Contratos Turísticos  
Creación de Empresas

#### Atención al Cliente

t: (+34) 606 10 15 36  
w: [www.deiurem.com](http://www.deiurem.com)  
Contactar por E-mail  
Pl. de Castellana, 179, ascensor C,  
planta 1  
28046 - Madrid - España.

#### Información Legal

Aviso Legal  
Política de Privacidad  
Política de Cookies  
© 2005-22 Todos los derechos reservados

# actividad asociativa

## El 'gran apagón': los agentes de viajes, tabla de salvación de millones de viajeros

Apenas unas horas después del 'gran apagón' sufrido el pasado día 28 de abril en toda España, María Dolores Serrano, responsable de UNAV Legal-Deiurem, efectuaba en su cuenta de LinkedIn una apasionada defensa del trabajo de los agentes de viajes, que, una vez más (y van ya unas cuantas), habrían resultado ser la "tabla de salvación" de millones de pasajeros en todo el mundo



"Escribo estas líneas mientras [España ha sufrido un apagón](#) que ha dejado a toda la península sin electricidad. De repente, somos conscientes de todo lo que nos falta cuando la electricidad falla y del lugar al que la falta de energía puede llevarnos", escribía la abogada especializada en derecho turístico en su [cuenta](#) de la red profesional LinkedIn.

En concreto, y en lo referido a su campo de actividad, aseguraba, "los pasajeros de un montón de medios de transporte se encontraron ayer retenidos. Los que tuvieron suerte, en lugares como estaciones o aeropuertos. Algunos, sin embargo, en medio de ninguna parte". A partir de ese momento, señalaba, se abrían muchos interrogantes.

Y apuntaba unos cuantos en su post de LinkedIn, [recogidos también por LADEVI España](#), entre ellos, por ejemplo, qué podía pasar con esos pasajeros que no habían podido salir a sus lugares de destino o regresar a sus puntos de origen. O la gran pregunta: ¿Quién se hace cargo de los costes que ha supuesto permanecer en sus destinos hasta que puedan regresar a su lugar de origen? Incluso iba más allá y formulaba otra cuestión: ¿Quién les presta asistencia mientras la situación se resuelve?

La respuesta, en muchos de los casos, según se desprendía de la opinión de la consejera de UNAV, no iba a resultar sencilla: "Como sucede en las situaciones de crisis, tendremos que estar a cada caso concreto para tratar de encontrar la mejor de las soluciones en función de las circunstancias específicas de cada caso".

Lo que sí es seguro, afirmaba, es que, en las circunstancias originadas, y cuando así habían sido requerido los servicios de los profesionales de las agencias, es que estos "han estado velando por sus clientes", habiendo sido una vez más, concluía, "la tabla de salvación de millones de viajeros".

### ► FORMACIÓN JUNIO 2025

En junio siguen los programas formativos impulsados por UNAV en colaboración con diversas entidades. Recuerda que son cursos gratuitos, subvencionados y/o bonificados para las empresas y los hay tanto telemáticos como presenciales.

#### ■ ADARA FORMACIÓN

- Contabilidad (básica, avanzada y financiera)
- Dirección y estrategias de venta e intermediación comercial
- Servicios de información turística
- Estrategias de marketing digital
- Excel (varios niveles)
- Inglés (varios niveles)
- Marketing turístico y orientado a las ventas (varios cursos)
- Análisis de la información de mercado
- Plan de igualdad, buena práctica y prevención del acoso sexual
- Prevención de riesgos laborales
- Auditor PRL
- PRL (avanzado y primeros auxilios)

MÁS INFO ►►

#### ■ ILUNION FORMACIÓN

ILUNIÓN Formación y UNAV proponen cerca de 40 cursos especializados para los agentes de viajes asociados.

En esa amplia variedad de propuestas se incluyen cursos específicos del sector (gestión, administración de agencias, técnicas de venta...) y otros de contenido más generalistas (contabilidad, habilidades directivas, marketing y comunicación...), pero igualmente adaptados a las necesidades de las empresas del sector.

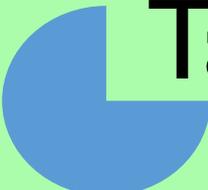
La novedad es que se han reforzado mucho los conocimientos relativos a la tecnología y la digitalización, incorporándose cursos dedicados al big data y el business Intelligence, data mining, desarrollo de aplicaciones web, machine learning o introducción a la inteligencia artificial.

Otras enseñanzas de interés añadidas al catálogo de ILUNIÓN y UNAV son, por ejemplo: design thinking para la innovación, el diseño de estrategias digitales, el proceso de emprendimiento, la motivación del personal o el neuromarketing.

MÁS INFO ►►



servicios de gabinete de prensa  
planes de comunicación  
marketing de contenidos  
comunicación digital & RRSS  
estudios e informes  
periodismo de marca

 **Task ONE**  
comunicación estratégica



636 641 691



[jm.paredes@task-one.com](mailto:jm.paredes@task-one.com)



[www.task-one.com](http://www.task-one.com)

En **reinizia<sup>T</sup>** queremos...



...**Ayudar** a las empresas, entidades y destinos turísticos a transformarse y adaptar su propuesta de valor para aprovechar nuevas oportunidades



...**desarrollar** proyectos innovadores con una visión práctica y que tengan impacto real en la cuenta de resultados de nuestros Clientes



...**compartir** objetivos y resultados con nuestros Clientes a través de una relación basada en el compromiso y la confianza mutua.

Consultoría especializada en desarrollo de negocios turísticos

Contáctanos

 646 116 574

 [info@reiniziat.es](mailto:info@reiniziat.es)



Monasterio de las Huelgas 20-B  
28049 Madrid

# actividad asociativa

► **BERONI & OBSERVATUR** ESTUDIO SECTORIAL

## 9 de cada 10 agencias consideran que el Kit Digital debería de tener continuidad en el tiempo

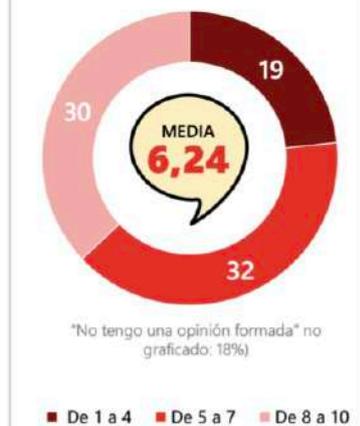
- El sistema de ayudas a la digitalización impulsado por el Gobierno es valorado positivamente por el sector, y 4 de cada 10 lo califican entre un notable y sobresaliente

Considera que el programa de ayudas Kit Digital debería tener continuidad en el tiempo...



Las agencias desean que el programa continúe.

Suficiente para aumentar el grado de tecnologización



A poco menos de 2 meses de su conclusión, prevista para el 30 de junio, nueve de cada 10 agencias de viajes creen que el Kit Digital —el programa de ayudas financiado con fondos europeos Next GenerationEU— debería tener continuidad en el tiempo, según una consulta efectuada por Beroni en colaboración con ObservaTUR.

De acuerdo con la encuesta llevada a cabo por la tecnológica y el citado Observatorio, el sistema de ayudas a la digitalización impulsado por el Gobierno, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, es valorado positivamente por el sector, y 4 de cada 10, además, lo califican entre un notable y sobresaliente.

### ■ "Todavía es insuficiente para alcanzar la plena digitalización"

Sobre si consideran que este programa habría sido suficiente para aumentar el grado de tecnologización de las agencias, esa puntuación se rebaja (6,2), y únicamente 3 de cada 10 le otorgan el máximo rango (entre 8 y 10 puntos); 4 de cada 10, aproximadamente, o bien le dan la nota baja (entre 1 y 4 puntos), o no tienen una opinión formada.

Josep Bellés, CEO de Beroni: "Aunque los agentes de viajes consultados por Beroni y ObservaTUR valoran muy positivamente el programa de ayudas a la digitalización promovido por el Gobierno con fondos Next Generation EU, es cierto que un buen número de entrevistados opina que todavía habría sido insuficiente para alcanzar la plena digitalización. De ahí la importancia de proseguir con este programa, dado que además hay aún presupuesto disponible en función del último balance ofrecido por red.es. En Beroni, además, nos sentimos orgullosos de haber podido contribuir a la digitalización de 125 agencias de viajes nacionales".

## Kit Digital: hasta ahora se han empleado 2.700 millones de euros de los 3.067 consignados

Según los datos difundidos por red.es a 31 de marzo de 2025, el programa Kit Digital, con más de tres años de recorrido, ha concedido más de 655.000 bonos, con una inversión de cerca de 2.700 millones de euros en soluciones básicas de digitalización para pymes, microempresas, autónomos y otras entidades.

El presupuesto global de esta iniciativa, enmarcada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y financiada por los fondos NextGenerationEU es de 3.067 millones de euros.

Tras el cierre del plazo de presentación de solicitudes del Kit Consulting, que finalizó el 31 de marzo, siguen abiertas todavía varias convocatorias, aunque la más adecuada a las agencias es la que finaliza el 30 de junio.

La cuantía de las ayudas de este programa es de 25.000€ para el segmento IV (empresas de entre 50 y menos de 100 empleados), y 29.000 € para el segmento V (empresas de entre 100 y menos de 250 empleados). Esta convocatoria, además, actualiza el catálogo de soluciones susceptibles de bonificarse (un total de 14), adaptándolo las necesidades de este segmento de empresas e incorporando tecnologías de Inteligencia artificial.



# actividad asociativa

## Central de Vacaciones: aniversario del primer viaje comercializado con inteligencia artificial

[centraldevacaciones.com](http://centraldevacaciones.com) celebró en abril el primer aniversario del primer viaje comercializado por esta agencia UNAV con inteligencia artificial. Viaje inaugural que fue posible gracias a su motor AItrips.

Esta tecnología es capaz de generar paquetes completos de reservas al 100%, incluyendo todo tipo de servicios y, lo más importante, en un solo flujo de reserva: desde que el usuario efectúa la búsqueda de inspiración hasta el pago.

La incorporación de esta nueva herramienta avanzada hace un año supuso un paso más del compromiso que mantiene esta marca con la tecnología.

La primera reserva efectuada por Central de Vacaciones con este desarrollo de IA fue un viaje de 15 días a Singapur, con estancias intermedias en Dubai y en la playa de Railay, en la costa sur de Tailandia, contratando diversos servicios (hoteles y actividades). La operación, con todos los deseos y filtros indicados por los clientes, se completó de manera efectiva en sólo unos minutos.

MÁS INFO 

## ► UNIVERSO UNAV

### ✉ AMADEUS: EL FINAL DE LA FACTURACIÓN ESTÁ CERCA



La experiencia de viajar pronto será mucho más sencilla en la medida en que los viajeros ya no tendrán que facturar en los vuelos en muchas partes del mundo y serán reconocidos instantáneamente en el aeropuerto, en el alquiler de coches, en el hotel y en otras etapas del viaje, utilizando un único identificador en lugar de múltiples documentos.

Así se desprende de un [nuevo informe de Amadeus](#), que también señala que los sistemas de gestión de salidas (DMS) sustituirán de forma gradual a los actuales sistemas de control de salidas (DCS) para ofrecer una generación nueva de tecnología abierta, que conecte mejor los sistemas propios de una aerolínea y los de sus socios.

### ✉ IBERIA PRESENTA UN HUB DE INNOVACIÓN PARA SER REFERENTE EN DIGITALIZACIÓN



Iberia ha presentado su HUB de Innovación, una nueva plataforma que agrupa y da visibilidad a toda su trayectoria y compromiso con la innovación. Con esta iniciativa, la aerolínea busca consolidarse como referente en transformación tecnológica, excelencia en las operaciones, sostenibilidad y experiencia del cliente en la industria de la aviación.

Inspirado en el concepto de los grandes hubs aeroportuarios, este nuevo espacio funciona como punto de conexión para ideas, talento y tecnología, integrando proyectos de innovación interna y colaboraciones externas para afrontar los grandes retos del sector. El HUB de Innovación, que se define por seis atributos clave (conectado, copilotado, ciberseguro, sostenible, colectivo y personalizado), estrena una nueva plataforma desde donde las startups, clientes y colaboradores pueden explorar casos reales y proponer nuevas soluciones a través de <https://www.iberia-hubinnovacion.com/>

### ✉ AIRMET REÚNE A MÁS DE 600 PROFESIONALES DURANTE SU 10ª CONVENCION



La convención de Airmet celebrada en Cádiz en el mes de abril superó todas previsiones, [con más de 600 asistentes profesionales en sus dos días de duración](#), una cifra que supone un crecimiento del 40% con respecto a la pasada edición.

Uno de los ejes centrales de las jornadas de trabajo fue la presentación de la nueva plataforma de grupos aéreos de 123Vuela. En la introducción al evento, su director general, Rubén Fernández, [en un emotivo discurso](#), destacó el papel esencial de los agentes de viajes independientes y la importancia de la colaboración continua con los 'partners' para afrontar los desafíos del sector. Además del tradicional 'workshop', los directivos de los principales proveedores compartieron con los asistentes su visión sobre el futuro de la distribución turística y reflexionaron sobre los 25 años de colaboración con Airmet, destacando el valor del modelo de gestión independiente.



NOVEDAD MUNDIAL!

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA TUS VIAJES

EL FUTURO EN TU MANO

CANAL  
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

## ✉ REVISTA DE PRENSA

GACETA DEL TURISMO > Azulmarino posiciona su marca "con un nuevo color" 

HOSTELTUR > Grupo Star: las agencias necesitan más formación en redes sociales 

AGENTTRAVEL > Aon: "Fast Track" redefine la forma de las agencias de gestionar los siniestros" 

# actividad asociativa



## La relación personal prevalece como modo de relación de las agencias con sus clientes

- La digitalización ha ganado mucho peso en el periodo 2019/20-2024/25 y en el momento actual el correo electrónico es el primer canal de los españoles en su interacción con las agencias

Los viajeros nacionales siguen prefiriendo mayormente la inmediatez en la atención personalizada, y en conjunto se inclinan más por el teléfono o por el trato presencial en su modo de relación con los clientes, según refleja el análisis estadístico de los últimos años del [Observatorio Nacional de Turismo Emisor \(ObservaTUR\)](#), instrumento de análisis del que forma parte UNAV.

No obstante, la digitalización ha ganado mucho peso en el periodo 2019/20-2024/25 (ha subido 11 puntos), y en el momento actual el correo electrónico es el primer canal de los españoles en su interacción con las agencias, ligeramente por encima de los anteriores, que, eso sí, muestran una mayor propensión a la estabilidad.

En este impulso de la tecnología en el citado lapso de tiempo, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es la que más empuje adquiere como vía de comunicación agencia-cliente, según refleja el histórico de ObservaTUR.

Así, el canal propiedad de Meta —que permite enviar y recibir mensajes, fotos, vídeos, notas de voz y realizar llamadas y videollamadas a través de la conexión a internet del teléfono móvil— ha incrementado su relevancia 14 puntos en la correlación agencia-cliente entre 2019/20-2024/25.

Más lenta, en cambio, es la evolución que registran otros medios electrónicos, con las redes sociales o la web, que todavía mantienen una ascensión menor en esa interrelación, comparativamente con el resto.

A la hora de reservar/comprar los viajes, en cambio, el canal más utilizado por las agencias es la venta física (72%), por delante de la venta por email (66%) y de la venta telefónica (65%). Tres de cada cuatro agencias, por otra parte, mantienen el contacto con sus clientes a la vuelta de sus viajes, principalmente para conocer su grado de satisfacción con el viaje y el destino.

## El turismo 'single' experimenta un importante crecimiento, y sube cinco puntos en sólo 4 años

Según los datos históricos de ObservaTUR, el turismo 'single' ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años.

Así, y tomando como referencia los últimos informes publicados, la proporción de personas que viajan solas ha aumentado de manera sostenida, pasando del 3% en 2020 al 8% en 2024, últimos datos disponibles.

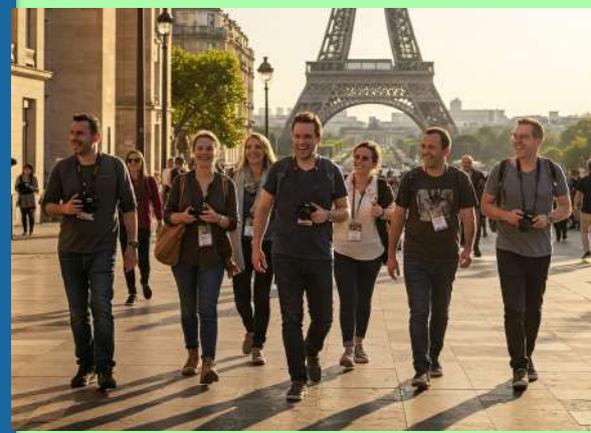
De acuerdo con este Observatorio, este incremento puede atribuirse a varios factores.

En primer lugar, los cambios demográficos y transformaciones sociales que se han registrado en la sociedad española, con nuevas pautas de actuación (mayor autonomía, personal, empoderamiento femenino, tendencias del mercado laboral, transformaciones en las estructuras familiares...).

En segundo lugar, la industria turística ha respondido a esta corriente ofreciendo más productos y servicios dirigidos a los 'singles'. Esto incluye alojamientos para una sola persona, tours para solteros y aplicaciones diseñadas para personas que viajan solas.

En tercer lugar, la tecnología ha facilitado el viaje en solitario, al proporcionar herramientas para la planificación de viajes y la navegación en destinos desconocidos.

En cuanto a la evolución futura, se espera que el turismo "single" siga creciendo. La continua evolución de las actitudes sociales hacia el viaje en solitario, junto con el desarrollo de productos y servicios turísticos más inclusivos, probablemente impulsará aún más este segmento del mercado turístico.



# de interés

► **CNMC** TERCER TRIMESTRE DE 2024

## Comercio electrónico: agencias de viajes y operadores turísticos, sectores de actividad con mayores ingresos

► La facturación del e-commerce en España aumenta en el tercer trimestre de 2024 un 12,6 % interanual hasta alcanzar los 24.558 millones de euros, según los últimos datos de CNMCData

### LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (III-24, porcentaje)



Fuente: CNMC.

De acuerdo con los últimos datos presentados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), las agencias de viajes y los operadores turísticos son los sectores de actividad que mayores ingresos han registrado en el tercer trimestre del año 2024, con el 11,4 % de la facturación total. Tras estos ámbitos, le siguen el transporte aéreo, con el 5,6% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,3%.

La facturación del comercio electrónico en España aumentó en el tercer trimestre de 2024 un 12,6 % interanual hasta alcanzar los 24.558 millones de euros, según los datos de CNMCData. En conjunto se efectuaron 442 millones de transacciones.

En cuanto a la segmentación geográfica, el 41,7 % de los ingresos tuvieron como destino España. El 58,3 % restante correspondió a compras con origen en España hechas en el exterior.

► **MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DE LA CNMC**

## Las áreas relacionadas con el sector turístico concentraron el 61,9% de las compras desde el exterior con España

Según estos mismos datos de la CNMC, las áreas de actividad relacionadas con el sector turístico (que agrupa las agencias de viajes, transporte aéreo, transporte terrestre, alquiler de automóviles y los hoteles) acapararon el 61,9 % de las compras desde el exterior con España.

Los ingresos de comercio electrónico dentro de España ascendieron un 8,3 % interanual hasta los 7.164 millones de euros. Lideró la facturación dentro de España la administración pública, impuestos y seguridad social (8,8 %).

- **Las agencias, actividad con más volumen de negocio hacia el exterior**

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 14.047 millones de euros, un 16,2 % más que en el tercer trimestre del año anterior. El 94,7 % de las compras desde España hacia el exterior se realizó en comercios ubicados en la Unión Europea.

La rama de actividad con mayor volumen de negocio desde España hacia el exterior fue la relativa a las agencias de viajes (10,0 %).

Por su parte, las compraventas desde el exterior con España se situaron en una facturación de 3.347 millones de euros, un 8,0 % más que en el tercer trimestre del año anterior. El 59,5 % de las compras desde el exterior provino de la Unión Europea.

## El turismo seguirá creciendo en 2025 pese a la guerra arancelaria

Según un informe de previsiones del World Travel & Tourism Council (WTTC), recogido por [Hosteltur](#), el turismo seguirá creciendo en 2025 pese a la guerra arancelaria. El estudio apunta a un fuerte crecimiento del sector global de turismo este año, "reafirmando su papel como pilar de las principales economías mundiales, ya que se espera que los viajeros gasten más que nunca". Se estima que su gasto alcance la cifra histórica de 2,1 billones de dólares en 2025 (1,9 billones de euros).

# de interés



## INDUSTRIA & TURISMO BALANCE

### Se presenta el Informe de Coyuntura Turística España 2018-2024

- Se trata de un balance de la evolución del sector en los últimos años y refleja los avances en la transformación del modelo turístico

El titular del Ministerio de Industria y Turismo, Jordi Hereu, presentó a mediados de abril el Informe de Coyuntura Turística 2018-2024, un balance que refleja la evolución del sector en los últimos años y refleja los avances en la transformación del modelo turístico.

Transformación en la que destacan dos hechos principales, según subrayó Hereu: la plena recuperación del sector tras la pandemia y la tendencia creciente "hacia la desconcentración, la desestacionalización, la diversificación y un mayor valor añadido". En definitiva, aseguró, "un progreso constatable hacia la meta de la triple sostenibilidad económica, social y medioambiental".

En su comparecencia, el titular del ministerio manifestó que "el Gobierno está trabajando en la dirección adecuada" y aseguró que las políticas implementadas en los últimos años "están contribuyendo a transformar un modelo que ya era exitoso en una industria próspera, generadora de riqueza y que reparte sus beneficios de forma equitativa en todos los territorios y a toda la cadena de valor".

Hereu mostró cómo los patrones estadísticos —entre los años 2018 y 2024— recogen el crecimiento del número de visitantes y del gasto turístico, que está siendo superior, dijo, en los meses de temporada media y baja (de octubre a mayo), que en los de la temporada alta.

El ministro remarcó asimismo cómo el gasto está creciendo más proporcionalmente en las comunidades de interior y del norte, que en las principales regiones turísticas del país; además, el titular de Turismo quiso poner el foco en otra tendencia señalada, la del aumento del gasto en destino por encima del número de turistas, que se traduce en un crecimiento más cualitativo.

## ► TURESPAÑA PROGRAMA CONMEMORATIVO

### 40 años de la marca España

- De cara al futuro, la identidad incidirá en aspectos menos conocidos del país, enfocándose, por primera vez, sólo en el turismo de naturaleza e interior y en nuevos públicos

La marca España está de celebración y cumple 40 años. Con tal motivo, Turespaña ha elaborado un programa conmemorativo para recordar este aniversario, bajo el lema "40 años construyendo la marca turística España", que arrancó con una jornada de trabajo, en la que participaron la secretaria de Estado de Turismo, Rosario Sánchez, y el director general de este organismo, Miguel Sanz. Esta primera acción congregó a expertos del sector para reflexionar sobre el futuro de la marca país y su impacto global.

La marca turística de España es uno de los activos más importantes en la gestión de la reputación internacional del país y desempeña un papel fundamental en la internacionalización del turismo.

#### ■ Reposicionar la marca

Sanz, por su parte, subrayó la importancia de la marca turística en el posicionamiento global de España y destacó la nueva campaña "Slow Travel" en la que el organismo está trabajando, que busca reposicionar la marca España destacando aspectos menos conocidos del país y enfocándose, por primera vez, sólo en el turismo de naturaleza e interior y en nuevos públicos.

Además de esta primera convocatoria, Turespaña celebrará durante 2025 tres acciones más: un encuentro con ex becarios de Turespaña que ocupan puestos clave en el sector turístico, una jornada sobre la evolución del conocimiento turístico, y un acto homenaje al talento a empleados en activo con 40 años y más en el organismo y en la promoción turística. Por último, habrá un evento central institucional en Valencia en julio, donde se repasarán los avances y los retos futuros del sector turístico en España.

UNAV se suma a esta efeméride, que hubiese sido imposible de celebrar sin la implicación activa en este tiempo de las agencias de viajes de España.

# de interés

## Los viajes, una de las experiencias que más triunfará en 2025

La segunda edición del estudio paneuropeo de Mastercard sobre las intenciones de consumo, [“La economía de las experiencias 2025”](#), revela que el 82% de los españoles tiene planeado hacer realidad alguna de las experiencias de su lista de deseos este 2025, coronándose los viajes y turismo, con un 93%, como la opción predilecta de los nacionales, seguida de la gastronomía (88%) y las actividades relacionadas con el cine (86%).

El estudio de Mastercard pone de manifiesto la consolidación entre los españoles de la tendencia a invertir el dinero en experiencias frente a los bienes materiales, con un 49% que opta por la primera opción, frente al 22% que prefiere la segunda, y el 36% que invierte en ambas.

A la hora de elegir una experiencia, las principales motivaciones de los españoles son crear recuerdos para toda la vida (46%), conocer nuevos aspectos de otros lugares del mundo (42%) y compartir tiempo con sus seres queridos (33%).

### ■ Los destinos más deseados en 2025

Preguntados por los destinos a los que viajarían en caso de que el dinero no fuera un impedimento, los españoles lo tienen claro:

- Japón
- Argentina
- Australia
- EEUU
- Italia
- España (turismo doméstico)
- Francia
- Canadá
- Andorra
- Brasil

Si bien las experiencias turísticas son las favoritas tanto para hombres (94%) como para mujeres (93%), las segundas y terceras opciones varían entre ambos: ellos optan en mayor medida por la gastronomía (88%) y las experiencias al aire libre (82%), mientras que ellas prefieren las experiencias vinculadas al cine (90%) y las exposiciones de arte y eventos culturales (86%).



► CONSEJO GENERAL DE ECONOMISTAS SERVICIO DE ESTUDIOS

## Los economistas destacan el impacto positivo del turismo en el crecimiento del país

- Estiman un aumento de la riqueza nacional del 3,6% en 2025; el PIB turístico pasaría a suponer el 13,2% de la economía

Un informe reciente del servicio de estudios del Consejo General de Economistas de España, titulado [“Información financiera y no financiera en el sector Turismo en España: análisis de casos a partir de sus notas a los estados financieros y otros estados”](#), destaca en sus conclusiones el papel fundamental en la dinamización y crecimiento de la economía española, así como su efecto multiplicador en las CC.AA.

Los economistas estiman un aumento del PIB turístico del 3,6% en 2025, creciendo de nuevo por encima del conjunto de la economía. Asimismo, esperan una subida del turismo doméstico por encima del 2024 (1,2% en 2025 frente al 0,8% en 2024), mientras que el turismo internacional, crecerá un 4,5%. En este contexto, el PIB turístico pasaría a suponer el 13,2% de la economía, un 2% más que en 2024, cuando ya registró muy buenos datos.

En la presentación de la publicación, tercera de una serie de informes centrados en la información financiera y no financiera de sectores clave, el presidente de los economistas de España pone en valor igualmente el esfuerzo que está haciendo el sector para evolucionar hacia modelos de negocio más sostenibles y competitivos, “adaptándose a las expectativas de un mercado cada vez más exigente y consciente”.

### ■ Diversificación al alza

Adaptación que, advierte Pitch, debe ir acompañada de una “mayor profesionalización en la gestión de las empresas y entidades del sector turístico”, especialmente dada su importancia estratégica para la economía nacional.

El presidente cree necesario también reorientar las estrategias empresariales y gubernamentales hacia modelos “en los que, manteniendo la idiosincrasia y potencia del sector, se busque el que sean cada vez más resilientes y sostenibles”.

Pitch llama la atención, por último, sobre la “marcada estacionalidad” del turismo en España, si bien valora muy positivamente que muchos destinos nacionales estén diversificando su oferta con segmentos como el turismo de interior, cultural y de naturaleza, “lo que permite reducir la estacionalidad y distribuir la actividad turística de forma más equitativa a lo largo del año”.

# de interés



## ► TURESPAÑA MARZO 2025

### El empleo turístico subió en casi 25.000 afiliados en el mes de marzo, hasta superar los 2,7M

- En relación con el mercado laboral del conjunto del país, el empleo del sector supone el 13% del total de afiliados
- En las agencias de viajes la subida fue de 1.822 trabajadores

El número de afiliados a la Seguridad Social en la rama turística continuó su buena tendencia en el tercer mes del año. Marzo terminó con un incremento del 0,9% respecto al mismo mes del año anterior.

En este mes, los afiliados vinculados a actividades turísticas aumentaron en términos absolutos en casi 25.000 personas, alcanzando una cifra total superior a los 2,7 millones de trabajadores. En relación con el mercado laboral del conjunto del país, que para marzo creció un 1,7% interanual, el empleo turístico supone el 13% del total de afiliados.

Además, la variación de los afiliados ha sido positiva en todas las ramas turísticas también en marzo. En hostelería el descenso fue de 13.745 afiliados (6.489 en los servicios de alojamiento y 7.256 en los servicios de comidas y bebidas), mientras que en agencias de viajes se registra un incremento de 1.822 trabajadores. En las otras actividades turísticas el aumento fue de 36.548 trabajadores.

En marzo, la cifra de asalariados en el sector turístico, una de las variables utilizadas por el ministerio para evaluar la mejora en la calidad del empleo turístico, aumentó 1% respecto al mismo mes del año anterior y representa el 81,9% del total de trabajadores afiliados en dicho sector. Por ramas de actividad, el empleo asalariado se incrementó en agencias de viajes y operadores turísticos (1,9%) y descendió en hostelería (un 0,7% de caída), y dentro de ésta, se redujo un 1,9% en los servicios de alojamiento y un 0,4% en los servicios de comidas y bebidas.

➔ MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DE TURESPAÑA

### Los asientos previstos en vuelos internacionales rozan los 12M en mayo, un 6,3% más que hace un año

El número total de asientos previstos en vuelos internacionales hacia España para el mes de mayo de 2025 se sitúa rozando los 12 millones, [según datos difundidos por Turespaña](#). En comparación con el mismo periodo del año anterior, cuando se ofertaron 11,3 millones, el incremento interanual es del 6,3%.

Comparando las previsiones de número de asientos con los datos registrados en el mismo periodo de 2024, mayo proyecta un buen comportamiento de los principales mercados emisores, con un incremento de plazas en el de Reino Unido del 8,9%; Alemania, un 1,3%; Italia, que experimenta la mayor subida, con un aumento del 10,1%; y por último Francia, con el 3,5% más.

Entre los países nórdicos, Finlandia es el que proyecta mayor dinamismo con un incremento de asientos del 1,9%. Por el contrario, Dinamarca contrae los asientos previstos en mayo un -5,4%, Suecia un -8,0% y Noruega -6,9%.

Un mes más, destacan la aceleración de Irlanda y Turquía, a las que se suma en mayo la República Checa, con una proyección de crecimiento superior al 15% respectivamente.

Por su parte Estados Unidos recupera dinamismo (+5,5%) en mayo. Entre los países iberoamericanos, Colombia y México registran el mayor volumen de capacidades programadas, con una notable subida del 14,2% el primero, y una caída del -3,5% el segundo para el quinto mes del año.



# Orbis.

WEB

## ¿Aún no conoces la nueva versión Web de Orbis Gestión para Agencias de Viajes?

- SES Hospedajes
- Factura Electrónica
- Nuevas capturas proveedores
- Generación enlaces de cobro
- Conciliación tarjetas
- Enlace CRM
- Alta desatendida expedientes
- Etc.

☎ 964 723 390

✉ [comercial@pipeline.es](mailto:comercial@pipeline.es)



Más información en  
[www.orbisweb.es](http://www.orbisweb.es)



Producto sujeto a las subvenciones de Kit Digital para Pymes

