

## El turismo nacional mantiene su impulso y avanza un nuevo verano de éxito

pág. 13

OBSERVATUR • INFORME DE TEMPORADA 15

## Los viajeros valoran con un sobresaliente el trabajo de las agencias de viajes

- El último informe **ObservaTUR** también destaca el hecho de que la franja más joven (18-34 años) es la que otorga la puntuación más alta (8,8 puntos)
- Los elementos que más valoran los viajeros siguen siendo el asesoramiento profesional, la seguridad, las garantías proporcionadas y la personalización de los viajes

📄 [Página 5](#)



## LAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS ADSCRITAS A UNAV APOYAN MAYORITARIAMENTE LA CONTINUIDAD DEL KIT DIGITAL

Los miembros del Grupo de Trabajo de Tecnología y Digitalización de UNAV, integrado por representantes de Amadeus, Beroni, Botech, Conecta Turismo, MOGU, Pipeline Software, Quadrant Travel y TDCS Traveport, consideran que el programa de ayudas Kit Digital, cuyo plazo de vigencia finalizó el 30 de junio para las empresas de los segmentos IV y V, debería de tener continuidad en el tiempo. **MÁS INFO > [Página 9](#)**

## UNAV critica las omisiones de la carta de AEPD sobre el RD 933/2021

Apenas unas horas después del pronunciamiento de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), a propósito del RD 933/2021, la responsable de UNAV Legal-DEIUREM, M<sup>a</sup> Dolores Serrano, ha mostrado su extrañeza en un mensaje en redes sociales ante el escrito de la AEPD, pues echa en falta algunos aspectos relevantes, "como que esta agencia no entra a valorar si el propio Real Decreto es o no compatible con la normativa europea de protección de datos, ni tampoco menciona a otros sectores afectados por esta norma como, por ejemplo, las agencias de viajes".

De ahí que UNAV sigue insistiendo en la necesidad de excluir a las mismas de la aplicación de este Real Decreto, elaborado a espaldas del sector turístico.

📄 [Página 3](#)

## La nueva Directiva de Viajes Combinados avanza en la dirección correcta en su tramitación

El Parlamento Europeo ha dado un primer paso en la buena dirección en algunos de los aspectos solicitados por las agencias respecto a la nueva Directiva de Viajes Combinados.

De este modo, el texto en desarrollo, que todavía ha de continuar su trámite definitivo, contiene elementos que, en primer término, UNAV Legal-DEIUREM ha valorado positivamente, pues se ha rechazado la propuesta de limitar al 25% el depósito que las agencias de viajes pueden solicitar a los clientes al contratar un viaje combinado.

📄 [Página 3](#)

# actividad asociativa

## Pipeline firma un acuerdo con INESPAY para incorporar su pago de transferencia online

Pipeline Software, empresa adherida a UNAV desde el año 2000, ha firmado un acuerdo de colaboración con INESPAY para comercializar el servicio de pagos online de esta firma.

Gracias a esta colaboración, las agencias usuarias de Orbisweb pueden generar y enviar enlaces de cobro para que sus clientes realicen pagos con tarjeta de crédito, Bizum o transferencia desde su cuenta bancaria. Una vez realizado el pago, el cobro se refleja automáticamente en el expediente, reserva o factura de origen eliminando trabajo manual, demoras y posibles errores.

El proceso de pago es rápido y sencillo: Transferencia Online redirecciona al comprador a su entidad bancaria para que se autentique y autorice una transferencia en tiempo real. A su vez, el comercio recibe la confirmación del pago de forma instantánea para poder liberar el pedido sin demora.

Pipeline también ha suscrito otro acuerdo con la agencia Ofertravel con el objetivo de implementar un [sistema integral de IA](#) que modernice la gestión diaria de la agencia.

## GRUPO STAR CELEBRARÁ EN NOVIEMBRE SU CONVENCION EN SAN LORENZO DEL ESCORIAL

El Grupo Star ha anunciado la celebración de su convención anual del 14 al 16 de noviembre de 2025, una cita que combinará espacios para el trabajo profesional, la relación con proveedores y actividades culturales en enclaves representativos de la Comunidad de Madrid.

## ► UNIVERSO UNAV

### ► TOUR10 LANZA XENDEA, LA HERRAMIENTA QUE FACILITA LA RESERVA DE ACTIVIDADES



Tour10 ha presentado recientemente [Xendea](#), su nueva plataforma de actividades integradas. Esta herramienta ha sido un desafío para la empresa, al estar pensada para que las agencias de viajes puedan ofrecer, en un solo clic y sin salir de la web de reservas, miles de actividades, espectáculos, atracciones, visitas culturales y planes gastronómicos en todo el mundo.

La aplicación está ya activa en la plataforma B2B de Tour10 y cuenta con un carrusel dinámico que permite personalizar las recomendaciones por destino de manera fácil y sencilla. Xendea se encuentra actualmente en fase de expansión internacional y prevé superar las 100.000 actividades activas a finales de 2026.

### ► INTERMUNDIAL - PERFIL DE TURISTA QUE MÁS CONTRATA SEGUROS DE VIAJES



InterMundial ha publicado el informe Radiografía del Seguro de Viaje 2025, que ofrece un perfil del asegurado, que es muy diverso, según señala. Predominan los adultos entre 35 y 55 años, muchos de ellos familias o viajeros de larga distancia, seguidos por mayores de 60 años y niños menores de 14, asegurados principalmente por cuestiones médicas. En términos económicos, el seguro representa entre el 6% y el 8% del coste total del viaje, con una media de 45 euros por póliza frente a un coste medio por viaje de hasta 750 euros.

Entre los destinos que concentran más pólizas figuran Estados Unidos, Japón, Italia, Tailandia y Reino Unido. En el ámbito nacional, los mayores volúmenes de contratación se observan en Baleares, Canarias, Costa del Sol y Costa Brava.

### ► NACE IBERIAGENCIAS, LA PLATAFORMA DE IBERIA PARA INTERACTUAR CON LAS AGENCIAS



En un momento clave para el turismo, donde la digitalización no es una opción sino una necesidad, Iberia ha dado un paso decisivo con el lanzamiento de la web [Iberiagencias](#), una plataforma integral pensada para agentes de viaje.

La nueva web no es simplemente una renovación estética del portal anterior. Es el resultado de meses de investigación, escucha activa a nuestros partners y desarrollo tecnológico, cuyo objetivo es simplificar y mejorar la experiencia para nuestros usuarios. Como parte de este proceso, Iberia está asignando un administrador por cada agencia, con el fin de que se encargue de autorizar a los usuarios que deseen utilizar esta plataforma a través de su punto de venta. Para ello está enviando un e-mail de confirmación a una persona designada, y así asegurar que todos los usuarios que solicitan acceso pertenecen a la agencia. Asimismo, el administrador también podrá darlos de baja si dejan de trabajar con ellos. [VER VÍDEO](#)

CANAL  
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

## ► REVISTA DE PRENSA

HOSTELTUR > IAG7 compra una OTA de viajes para singles y suma nueva oficina ▶▶

AGENTTRAVEL > El BSP se mantiene en alza y duplica su crecimiento ▶▶

GACETA DEL TURISMO > World2Meet impulsa el turismo español en Arabia Saudí ▶▶

# actividad asociativa



► **AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS** PRONUNCIAMIENTO

## UNAV critica las omisiones de la carta de AEPD sobre el RD 933/2021

■ La responsable legal de la asociación, M<sup>º</sup> Dolores Serrano, insiste en la necesidad de excluir a las agencias de la aplicación de este Real Decreto y echa en falta aspectos relevantes

Apenas unas horas después del pronunciamiento de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), a propósito del RD 933/2021, en concreto sobre la legalidad de solicitar copia del DNI o pasaporte a los clientes en los alojamientos, María Dolores Serrano, responsable de UNAV Legal-DEIUREM, escribió un post a través de su cuenta en LinkedIn para comentar su contenido.

En este mensaje, titulado “La AEPD se pronuncia sobre el RD 933/2021... pero no del todo”, Serrano llamaba la atención sobre un hecho importante: no se menciona en ningún momento a las agencias de viaje... ni a ningún otro ámbito turístico más, a pesar de su alcance.

Según explicaba la consejera de UNAV, la AEPD aclara que no se debe pedir una copia del documento de identidad, ya que esto vulnera el principio de minimización de datos del RGPD, añadiendo que además supone un tratamiento excesivo, “puesto que el DNI completo contiene más datos de los necesarios (fotografía, CAN, nombre de los padres...) y aumenta el riesgo de suplantación de identidad”.

En su escrito, esta agencia recomienda en su lugar que los hospedajes recojan únicamente los datos exigidos por el Anexo I del RD 933/2021 (apartados A.3 y B.3), ya sea mediante formulario presencial o digital, y verifiquen visualmente el documento o utilicen otros mecanismos de autenticación.

A partir de ahí, Loly Serrano mostraba su extrañeza ante el escrito de la Agencia, pues echaba en falta algunos aspectos relevantes, “como que la AEPD no entra a valorar si el propio Real Decreto es o no compatible con la normativa europea de protección de datos, ni tampoco menciona a otros sectores afectados por esta norma como, por ejemplo, las agencias de viajes”.

“Desde UNAV” —escribía la abogada de UNAV— “seguimos insistiendo en la necesidad de excluir a las mismas de la aplicación de este Real Decreto, que se ha elaborado y puesto en marcha a espaldas de todo un sector y desconociendo el día a día de las agencias de viajes”

## La nueva Directiva de Viajes Combinados avanza en la dirección correcta en su tramitación

El Parlamento Europeo ha dado un primer paso en la buena dirección en algunos de los aspectos solicitados por las agencias respecto a la nueva Directiva de Viajes Combinados. Aunque sea, eso sí, de manera provisional.

De este modo, el texto en desarrollo de la nueva Directiva, que todavía ha de continuar con su tramitación definitiva, contiene elementos que, en primer término, la responsable de UNAV Legal-DEIUREM, M<sup>º</sup> Dolores Serrano, ha valorado positivamente, “pues el Parlamento ha rechazado la propuesta de limitar al 25% el depósito que las agencias de viajes pueden solicitar a los clientes al contratar un viaje combinado”.

Esta medida, a juicio de Serrano, habría tenido un impacto muy negativo en la operativa diaria de las agencias, “tal y como ya denunciábamos anteriormente”.

El Parlamento también se ha pronunciado asimismo sobre los gastos de cancelación, uno de los temas más complejos y sensibles en la práctica profesional.

En este punto, explica la consejera de UNAV, se vuelve a inclinar la balanza a favor del viajero, “ampliando de forma significativa los supuestos en los que, debido a circunstancias inevitables y extraordinarias, se puede solicitar el reembolso total del viaje”.

Ahora se incluyen también los casos en los que estas circunstancias afectan al lugar de residencia del viajero, valora la asesora legal de esta organización.

En este primer análisis, la responsable de UNAV Legal-DEIUREM ofrece más detalles de esta nueva Directiva.

Incide también en la propuesta de permitir el cobro de gastos de cancelación cuando el viajero ha sido debidamente informado de las restricciones de viaje y advertencias oficiales antes de la contratación, pero aun así ha decidido asumir el riesgo y realizar la reserva.

El texto entra igualmente de lleno en la regulación de los bonos, estableciendo los requisitos que deben cumplir para ser válidos, así como la necesidad de que el consentimiento del viajero sea siempre expreso.

Finalmente, en materia de protección frente a la insolvencia del organizador, se refuerzan las obligaciones de información al viajero y se aclaran aspectos clave que generaban dudas en la práctica. Entre otras medidas, se propone un plazo máximo de entre 3 y 6 meses para que el viajero reciba los reembolsos, así como la documentación justificativa que podrá requerirse para su tramitación.

# 12 RAZONES PARA SUMARTE AL UNIVERSO UNAV

**48 años de historia**

**COMPROMISO**

**4.800 puntos de venta**

**REPRESENTATIVIDAD**

**+ de 20 prestaciones**

**SERVICIOS**

**Legal, seguros, informática...**

**ASESORAMIENTO**

**Cursos gratuitos y bonificados**

**FORMACIÓN**

**Prestigio de la profesión**

**COMUNICACIÓN**

**Voz propia a los intereses del sector**

**INTERLOCUCIÓN**

**Administraciones del Estado**

**DIÁLOGO**

**Estratégicos & Proveedores**

**ACUERDOS**

**Análisis de los hábitos viajeros**

**ESTUDIOS**

**Impulso de la digitalización**

**TECNOLOGÍA**

**Campañas de sensibilización**

**SOSTENIBILIDAD**

**siempre al lado de las agencias**

**unav**  
unión de agencias de viajes

 Calle Rosario Pino, 8, 1º B · 28020 Madrid

 91 579 67 41 · 91 579 98 76 (F)

 secretaria@unav.ws

 www.unav.ws

 www.facebook.com/unav.agenciasdeviajes

# actividad asociativa

## ► ENCUESTA CLIENTES IMAGEN DE LOS PROFESIONALES

### Los viajeros valoran con un sobresaliente el trabajo de las agencias de viajes

- También destaca el hecho de que la franja más joven (18-34 años) es la que otorga la puntuación más alta (8,8 puntos)

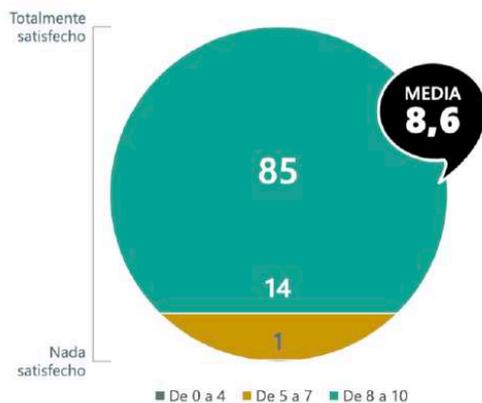
Los viajeros nacionales califican con un sobresaliente el trabajo de los profesionales de las agencias de viajes, según recoge el informe ObservaTUR Verano 2025, que fue presentado el 20 de junio, entre otros, por el presidente de UNAV, José Luis Méndez.

Así, la puntuación global obtenida por las empresas de este canal ha sido de 8,6 puntos sobre 10. Aunque las valoraciones son similares tanto en género como en edad, destaca el hecho de que la franja más joven (18-34 años) es la que otorga la puntuación más alta (8,8 puntos). Tanto hombres como mujeres evalúan con la misma nota el trabajo de los agentes de viajes (8,6 puntos).

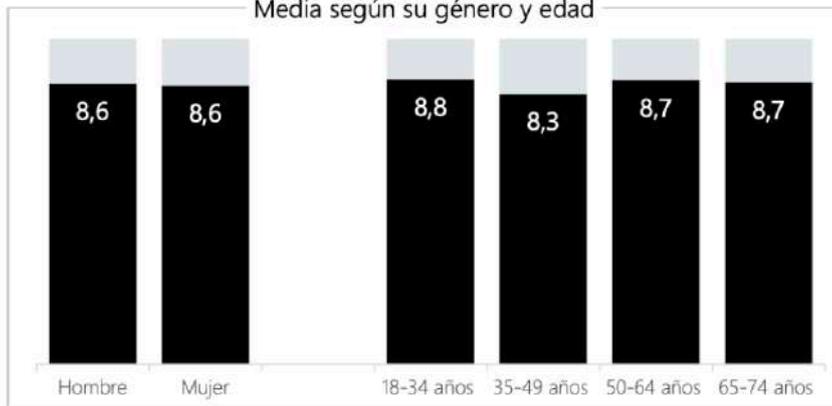
Los elementos que más valoran los viajeros, en opinión de las agencias, siguen siendo el asesoramiento profesional, la seguridad, las garantías proporcionadas y la personalización de los viajes (que crece 5 puntos con respecto al verano 2024).

Este mismo apartado remarca el crecimiento moderado que obtiene el uso de las herramientas tecnológicas en las tres últimas oleadas del Observatorio.

## AGENCIAS DE VIAJES • VALORACIÓN DEL SERVICIO



### Media según su género y edad



## Claves a la hora de contratar los viajes (o por qué lo barato a veces es caro)

- ➔ Episodios críticos vividos en las últimas semanas realzan la profesionalidad y seriedad de las agencias cuando todo falla y asoman los problemas

Dos ejemplos que podrían razonar sobradamente la buena calificación que dan los viajeros al papel que desempeñan las agencias de viajes se han producido en el mes de junio.

Y ambas situaciones ponen de manifiesto la importancia de contar con el respaldo de profesionales serios y responsables a la hora de contratar sus viajes. Uno desencadenado a raíz de una posible estafa a través de una supuesta agencia de viajes promocionada por un grupo de 'influencers', y otro a causa de una huelga general que paralizó la red ferroviaria de Italia, y dejó inmovilizados a miles de viajeros (entre ellos a centenares de españoles).

Episodios ambos que dieron pie a la puesta en valor del desempeño de las agencias de viajes por parte de la responsable legal de UNAV, M<sup>a</sup> Dolores Serrano, con sendos post en las redes sociales, porque estos sucesos, a juicio de Serrano, deberían ser una oportunidad para explicar el valor de las agencias.

A propósito del primero de los casos escribía lo siguiente: "Creo que este tipo de situaciones deben servir para reivindicar el papel de las agencias de viajes que sí cumplen, que trabajan con rigor y transparencia, y que garantizan al viajero una contratación segura", sostenía la CEO de Deiurem, que concluía su argumento así:

"Invito a los profesionales del sector a visibilizar ese valor diferencial, a formar e informar al viajero, y a no permitir que casos como este hagan ensombrecer una labor que los verdaderos agentes de viajes desempeñan con profesionalidad y compromiso diario".

Ante el imponderable ocurrido en Italia, cuando alguien decide 'montarse el viaje por su cuenta' porque piensa que así puede ahorrar unos euros, "además de no ser así en muchas ocasiones, suele olvidar lo que pierde", afirmaba:

"Cosas como, por ejemplo, el respaldo inmediato que ofrecen las AAVV, la asistencia frente a imprevistos que, como la huelga italiana, surgen sin avisar, o el tiempo y la serenidad, dos recursos críticos, a su juicio, cuando estás atrapado en un país extranjero sin transporte.

Y concluye: "Pocas profesiones asumen tanta responsabilidad sin que se reconozca. Las agencias están ahí, invisibles pero imprescindibles, gestionando el caos y protegiendo al viajero".

¿Merece la pena renunciar a todo esto?, se pregunta para terminar.

# 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.
- BOTECH
- 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
- PARQUES REUNIDOS
- PIPELINE SOFTWARE 2000
- QUADRANT TRAVEL TECHNOLOGIES
- RENFE - SOC. MERCANTIL ESTATAL
- SAMA TRAVEL
- SEGITRAVEL
- SOLTOUR
- TDCS TRAVELPORT
- TOUR10 TRAVEL
- WORLD 2 MEET TRAVEL

# actividad asociativa

## UNAV certifica de nuevo su sistema de gestión de la calidad hasta el año 2028

- El sistema de calidad es aplicable tanto a la captación y seguimiento de asociados, como a la prestación de servicios
- El impulso de la política de calidad fue uno de los compromisos adquiridos por el Consejo de Dirección de UNAV, dentro de su Plan de Actuación UNAV Future

NQA, organismo global especializado integrado en NTS, acaba de certificar de nuevo el sistema de gestión de calidad de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), de acuerdo con las normas ISO 9001:2015, que es la más utilizada en todo el mundo, con más de 1 millón de certificados emitidos en más de 178 países

En concreto, el sistema de calidad es aplicable tanto a la captación y seguimiento de asociados, como a la prestación de servicios. En este último capítulo, la norma acredita el sistema de calidad en 5 apartados: asesoría jurídica, asesoría laboral y fiscal, organización de congresos, foros, seminarios y otras actividades complementarias, y servicio de suscripción de seguros turísticos de viajes. El certificado emitido tiene validez hasta el año 2028, fecha en la que habría de ser renovado, según se recoge en la documentación entregada a UNAV.

El impulso de la calidad fue uno de los compromisos adquiridos por el Consejo de Dirección de UNAV, dentro de su Plan de Actuación UNAV Future aprobado en Asamblea General. Supone, además, el refrendo a una línea de trabajo puesta en marcha en junio de 2017, que situó a UNAV a la vanguardia en esta materia.



## ► FORMACIÓN JULIO 2025

En julio 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 [▶▶](#)

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



## ► DIGITALIZACIÓN CONCLUSIÓN DEL PROGRAMA

### Las empresas tecnológicas adscritas a UNAV apoyan mayoritariamente la continuidad del Kit Digital

- Piensan, en todo caso que la permanencia, si se produce, debería solventar algunas cuestiones

Los miembros del Grupo de Trabajo de Tecnología y Digitalización de UNAV, integrado por representantes de Amadeus, Beroni, Botech, Conecta Turismo, MOGU, Pipeline Software, Quadrant Travel y TDCS Travelport, consideran que el programa de ayudas Kit Digital, cuyo plazo de vigencia finalizó el 30 de junio para las empresas de los segmentos IV y V, debería de tener continuidad en el tiempo.

Creen que, en general, su impacto ha sido muy positivo, que ha supuesto un “punto de inflexión” para el proceso de transformación digital de las agencias de viajes, que les ha permitido ser más competitivas y adaptarse mejor a un entorno cada vez más digital y exigente. A juicio de los representantes del Grupo de Trabajo de Digitalización de UNAV, el hecho de que se siga manteniendo en el tiempo es clave, “porque permite que estas empresas tengan acceso a herramientas y soluciones digitales que, de otra forma, igual no podrían costearse”.

De hecho, en conjunto, las compañías de este grupo de trabajo que han operado como agentes digitalizadores —única figura habilitada para suscribir acuerdos de prestación de soluciones de digitalización— han ayudado a cerca de 300 agencias a avanzar y consolidar su apuesta por la innovación.

Las subvenciones otorgadas gracias a los Fondos Europeos “Next Generation EU” se han destinado principalmente para potenciar su presencia en Internet, para impulsar su actividad en el comercio electrónico o mejorar la gestión de sus procesos, que ha sido una de los más empleadas.

También han servido para avanzar en aspectos clave como el diseño y funcionamiento de sus web, lanzar estrategias de marketing digital más efectivas o incorporar soluciones que facilitan la gestión y mejoran la atención al cliente. Muchas agencias han comenzado a dar el paso hacia una visión más estratégica basada en datos. La contratación de herramientas específicas de venta online o la adquisición de sistemas de facturación también han concentrado parte de las ayudas.

## Kit Digital: hablan los agentes digitalizadores que han ayudado a la tecnologización de 300 agencias de viajes

En opinión de José Antonio Flores, CEO de Conecta Turismo, el Kit Digital ha funcionado como un verdadero motor de cambio, “ayudando a incorporar nuevas herramientas tecnológicas y a mejorar su presencia online, algo que en muchos casos se había dejado de lado por falta de tiempo, recursos o simplemente porque no se veía como una prioridad. Por eso creemos que es una ayuda muy valiosa, especialmente en estos primeros pasos en los que todo apoyo marca la diferencia”.

Para Ingrid Graells, directora comercial y de marketing de Beroni, “el Kit Digital ha representado una oportunidad real para que muchas agencias de viajes den un paso firme hacia la transformación digital”. “Ha permitido igualmente romper barreras económicas que dificultaban la inversión en tecnología y ha servido como catalizador para introducir mejoras en la operativa y en la seguridad digital del sector”, afirma.

Las ‘traveltech’ del Universo UNAV, no obstante, piensan que esta continuidad, si se produce, debería solventar algunas cuestiones, que a juicio de alguno de ellos ha lastrado su desarrollo en el tiempo.

Sebastián Briones, CEO de Pipeline, y aun reconociendo que la intención del Kit Digital es la de contribuir al proceso de digitalización, considera que, “por su propia naturaleza interfieren en el comportamiento natural de la oferta y demanda en el sector y generan en las empresas que las reciben una necesidad de seguir recibéndolas para cuadrar sus balances”.

También ha de mejorar la aplicación de esta ayudas, en opinión de Briones, “porque penaliza a la empresa que no las recibe y, en el caso de la que sí la reciba, encuentra dificultades para dar continuidad a las aplicaciones implantadas una vez se retira la subvención”.

Para ver cómo podría mejorar el Kit Digital, haz [CLIC AQUÍ](#)

## 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

## 5 consejos básicos para proteger tu agencia de viajes en el entorno digital

- UNAV Legal-DEIUREM te ayuda a identificar los aspectos más críticos de la protección de datos y la ciberseguridad, especialmente adaptados al día a día de las agencias



En la era de la digitalización, las agencias de viajes manejan cada vez más datos personales sensibles: pasaportes, documentos de identidad, información médica, tarjetas de crédito. Proteger toda esta información ya no es solo una buena práctica, es una obligación y una cuestión de confianza con el cliente.

Desde UNAV Legal-DEIUREM queremos ayudarte a identificar los aspectos más críticos de la protección de datos y la ciberseguridad, especialmente adaptados al día a día de las agencias.

Por ello, aquí te dejamos 5 recomendaciones básicas que te ayudarán a reforzar la seguridad digital de tu negocio:

- 1 No te quedes en el pasado: mantén tus protocolos actualizados.  
**CONSEJO PRÁCTICO:** programa una auditoría interna cada 12 meses y revisa también tus textos legales (web, contratos, formularios).
- 2 Crea una verdadera cultura de protección de datos.  
**CONSEJO PRÁCTICO:** documenta todos los flujos de información y asegúrate de que cada empleado conozca su papel en el proceso.
- 3 Invierte en formación continua para tu equipo.  
**CONSEJO PRÁCTICO:** incluye formaciones prácticas anuales sobre ciberseguridad y privacidad, adaptadas al rol de cada departamento.
- 4 Elige bien a tus aliados tecnológicos.  
**CONSEJO PRÁCTICO:** firma acuerdos de encargo de tratamiento con tus proveedores y verifica que cuenten con medidas de seguridad equivalentes.
- 5 Ten en cuenta las particularidades del turismo.  
**CONSEJO PRÁCTICO:** clasifica los datos por nivel de sensibilidad y aplica protocolos diferenciados según el caso. No es lo mismo una dirección de correo que un informe médico para gestionar un seguro de anulación en una reserva.

MÁS INFO ►

## 8 de cada 10 pymes españolas están en riesgo alto o muy alto frente a ciberataques

BOTECH, firma adherida de UNAV especializada en ciberseguridad, ciberinteligencia, cumplimiento y prevención del fraude, presentó recientemente su primer ["Informe sobre el estado de ciberseguridad de las pymes"](#).

Este documento ofrece una radiografía inédita de la ciberseguridad en el tejido empresarial de las pymes en su conjunto, y recoge datos muy interesantes, que han servido para activar las alertas. Así, entre sus conclusiones más señaladas, figuran:

- 1 de cada 4 pymes está en riesgo muy elevado de sufrir un ciberataque.
- El 100% de las pymes están expuestas en los accesos, por mala gestión de privilegios
- Menos del 6% de las empresas logra mantener una baja exposición ante incidentes de ransomware y malware
- Solo el 5% audita sus aplicaciones web o implementa firewalls especializados (WAF)

El estudio, además, informa del nivel de exposición y las medidas de protección de las pequeñas y medianas empresas que ahora tienen unas coberturas mínimas en algunas áreas y grandes carencias en la mayoría.

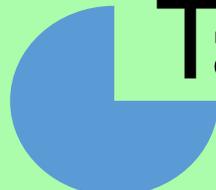
El informe propone asimismo una serie de medidas que sirven a las pymes como donde recomiendan 5 bloques de actuación:

- 1 Autenticación multifactor (MFA) y políticas de contraseñas robustas.
- 2 Segmentación de red e implementación de firewalls internos.
- 3 Backups offline protegidos frente a ransomware.
- 4 Programas de formación y simulaciones de phishing.
- 5 Automatización del parcheo y escaneos regulares de vulnerabilidades.

Según Manuel I Fernandez, VP Sales Europe de BOTECH, "este informe no busca alarmar, sino dar herramientas concretas para que las pymes tomen sus mejores decisiones desde una base empírica, ya que necesitan soluciones realistas, escalables y efectivas para enfrentar un entorno cada vez más complejo".



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



## ► OBSERVATUR INFORME DE TEMPORADA 15

### Verano 2025: el turismo nacional mantiene su impulso y avanza una nueva campaña de éxito

- El 94% de la población tiene previsto o probable viajar en el periodo estival, a pesar de la amenaza del alza de los precios, que es la principal preocupación tanto de viajeros como de las agencias

José Luis Méndez, presidente de UNAV, participó recientemente en la presentación del [Informe ObservaTUR Verano 2025](#). En su intervención, Méndez puso en valor algunos de los datos del informe, que cumple su 15ª edición, con mención expresa a los deseos de viajar de los españoles, que siguen siendo muy firmes, "lo que hace presagiar un nuevo verano de máximos", dijo.

Asimismo destacó el papel de las agencias en la elaboración del estudio, realizado a partir de un marco poblacional de 5.000 agencias, muchas de ellas integradas en nuestra asociación.

Otra clave remarcada por el presidente fue [el papel de las agencias de viajes en la nueva temporada](#), en la que prevén mejorar sus expectativas de negocio y empleo, "quizás por el reconocimiento que tiene cada día más nuestra profesión y nuestro consejo experto entre los viajeros nacionales, a tenor de las puntuaciones que otorgan a nuestro trabajo (un 8,6 sobre 10 puntos).

El último mensaje de su intervención fue "un toque de atención": la necesidad de contribuir a contrarrestar el alza de los precios entre todos los actores sectoriales, "que en un contexto económico optimista como estamos viviendo, es la amenaza que más puede lastrar el éxito del turismo español".

### Expectativas de las agencias para la nueva campaña

- Las expectativas sobre el gasto en viajes por persona se mantienen positivas y en la línea de las registradas en 2024.
- Las agencias consultadas que piensan que el gasto se elevará cifran este aumento mayoritariamente en torno al 10%.
- Las perspectivas sobre el empleo se mantienen en positivo y suben ligeramente si se equipara con 2024. En cambio, los precios son catalogados de modo desfavorable mayoritariamente.

## Principales claves recogidas en el Informe de Verano 2025

- El 94% de la población tiene previsto —o considera probable— viajar en el periodo estival, a pesar de la amenaza del alza de los precios, que es la principal preocupación tanto de los viajeros (82%) como de las agencias.
- La mejora de la economía, el deseo de viajar de los españoles y la ilusión de cara a la nueva estación operan como los grandes dinamizadores de las vacaciones 2025.
- En el momento actual, todos los que prevén desplazarse este verano, prácticamente, tienen ya algunas características del viaje confirmadas.
- El presupuesto aparece como el ámbito de decisión que más dudas genera entre los viajeros, y sólo un 62% lo tiene ya resuelto.
- El coste es la causa más citada para justificar la elección del destino (35%).
- Sube el gasto medio previsto por persona (739 euros, como se ha dicho), continuando así la tendencia al alza en 2025, con una subida de 62€ respecto al año pasado, logrando el mejor dato del histórico.



### OTRAS DATOS DE INTERÉS

- Es probable que 4 de cada 10 viajeros soliciten financiación para sus vacaciones de verano.
- Existe un interés creciente por la búsqueda de ofertas atractivas de viajes.
- Las reservas se efectúan con más anticipación.
- Los seguros se afianzan entre los españoles y cada vez más se demandan a la hora de viajar.
- Crecen los movimientos que traspasan nuestras fronteras.

# LA INFOGRAFÍA

## Las claves del verano 2025

FUENTE > ObservaTUR



El 94% de los viajeros nacionales consultados tiene previsto viajar este verano; un 82% declara estar seguro de ello



Agosto es el mes protagonista de las vacaciones de verano (35%), seguido de julio (33%)

### CON QUIÉN

70%  
CON LA PAREJA



La mitad de los viajeros disfrutará de más de una semana de vacaciones. El periodo más habitual de la mayoría (36%) será tener una semana completa

### PRESUPUESTO

739€

ALOJAMIENTO	33%
RESTAURACIÓN	23%
TRANSPORTE	19%
ACTIVIDADES	11%
COMPRAS	10%
OTROS GASTOS	4%



El hotel lidera el tipo de alojamiento decidido (58%). Detrás se sitúa el apartamento turístico (24%).



La mayoría de los viajeros nacionales que han tomado una decisión respecto al transporte opta por el coche particular (47%)



El avión consolida su sólida recuperación, prosigue una tendencia al alza (44%) y alcanza su porcentaje más elevado en el periodo 2021-2025

### TIPO DE VIAJE

SOL & PLAYA	39%
CULTURAL	21%
FAMILIAR	12%
RURAL-NATUR	11%
EXPERIENCIAL	8%
BIENESTAR	5%



Entre los que han decidido el destino, y contratarán alojamiento, algo menos más de 6 de cada 10 viajeros optarán por un destino nacional. En comparación con 2024, crecen los viajes al exterior

# actividad asociativa

## ► DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA OPORTUNIDAD HISTÓRICA

### Los patronos de ObservaTUR creen posible alcanzar con éxito los 100 millones de turistas en 2025

- Consideran que tiene capacidad estructural para asumir este volumen de personas, aunque el verdadero reto residiría en cómo habría de gestionarse ese incremento



Más allá de situar a nuestro país a la cabeza del turismo mundial, por delante incluso de Francia, algo ya notorio de por sí, los patronos de ObservaTUR, entre los que se incluye UNAV, juzgan muy posible alcanzar los 100 millones de turistas en 2025, si se mantienen la estabilidad geopolítica, la recuperación de los mercados emisores (como Asia-Pacífico) y la conectividad aérea sigue ampliándose. Y siempre que no se produzcan sobresaltos ajenos al ámbito del turismo.

Así al menos lo creen los representantes de esta herramienta del conocimiento turístico, a partir de los datos que se vienen registrando desde comienzos de año, con cifras récord en el primer cuatrimestre tanto en número de visitantes (+7,1%) como en gasto total (+9,3%), que cada vez acercan a ese número redondo.

Los miembros de ObservaTUR, en cualquier caso, señalan que lograr ese hito no es fruto de la casualidad. Es consecuencia, apuntan, de una oferta consolidada, unos atributos extraordinarios, una percepción de seguridad y la calidad y variedad de nuestras propuestas turísticas.

De este modo, de consumarse la actual progresión que se viene dando, las empresas multisegmento del Observatorio consideran este hecho como una oportunidad "histórica" y "única" para la transformación definitiva de nuestro modelo turístico.

Piensen, además, que, partiendo del modelo actual de éxito, de nuestra experiencia y de la capacidad gestora demostrada por nuestras firmas, nuestro país tiene capacidad estructural para asumir este volumen de personas, aunque el verdadero reto residiría en cómo habría de gestionarse ese incremento y que, en paralelo, fuese sostenido en el tiempo. Y todo ello, afirman, sin alterar los recursos que sostienen nuestra competitividad: la calidad del destino, el bienestar de la población local y la salud de los ecosistemas.

## 12 actuaciones a emprender para asumir con garantías los 100 millones visitantes

- 1) Dotarse de un Plan Estratégico de Turismo para los próximos años con la participación y el seguimiento de los actores sectoriales.
- 2) Fortalecer la colaboración público-privada, mediante alianzas entre gobiernos, empresas y comunidades locales.
- 3) Mejorar la financiación de los destinos turísticos, para, llegados los casos, absorber las sobrecargas.
- 4) Incentivar las inversiones en infraestructuras y servicios, con vistas a afianzar la competitividad de la marca España.
- 5) Ampliar la conectividad aérea internacional, especialmente en largo radio, mediante acuerdos bilaterales y la incentivación de hubs intercontinentales.
- 6) Diversificar los mercados emisores con campañas de marketing de alto impacto en regiones con potencial de crecimiento.
- 7) Consolidar la imagen del turismo en los propios destinos, proyectando entre los locales sus valores y aportación a la riqueza nacional.
- 8) Impulsar las iniciativas orientadas al fomento de la desestacionalización y la descentralización.
- 9) Invertir en digitalización y gobernanza inteligente del turismo. En esta línea, implementar sistemas de análisis de datos en tiempo real.
- 10) Fortalecer el capital humano del sector mediante planes transversales de formación continua y fomento del talento.
- 11) Establecer un marco normativo estable e incentivos a la inversión responsable.
- 12) Bonificaciones fiscales ligadas a mejoras en sostenibilidad, accesibilidad e innovación.

# actividad asociativa

## Las agencias de viajes en Madrid consolidan su papel profesional de referentes en el diseño de experiencias

Según el Observatorio Turístico Regional FEMAV, en lo que concierne a la forma de organizar sus vacaciones, el 48,4% de los viajeros tiene previsto contratar un paquete que incluya transporte y alojamiento y uno de cada dos viajeros tiene pensado contratar un seguro de viaje.

Además, destaca que un porcentaje importante seguirá confiando en las agencias de viaje, consolidando su papel como canal profesional de referencia en el diseño de experiencias vacacionales.

Esta tendencia se mantiene estable respecto al verano anterior, reafirmando la utilidad del asesoramiento experto a la hora de planificar viajes más complejos o internacionales.

### ■ Madrid, destino para los madrileños

Más allá de los desplazamientos al exterior, el 83,7% de los madrileños muestra interés en realizar escapadas o excursiones dentro de la Comunidad durante el verano.

Actividades como el senderismo o la observación de la naturaleza siguen siendo las más demandadas, y destacan también el turismo rural, el gastronómico o las visitas a enclaves Patrimonio Mundial como Aranjuez o El Escorial.

► FEMAV OBSERVATORIO REGIONAL DEL TURISMO DE MADRID

## EL 98% de los madrileños viajará este verano

- El gasto previsto para estas vacaciones asciende a una media de 1.100 euros por persona, un incremento respecto a 2024



El Observatorio Turístico Regional FEMAV ha presentado los resultados de su nuevo informe sobre los viajes de los madrileños en verano 2025, en el que confirma la sólida predisposición de los madrileños para viajar, ya que el 97,6% tiene previsto ve probable hacer un viaje o escapada en estos meses estivales.

El destino nacional sigue siendo el gran protagonista, con un 73% de los viajeros optando por moverse dentro de España. Entre las zonas más demandadas destacan la Costa Mediterránea (28,2%), Andalucía (14,7%), Canarias (10,6%) y la Cornisa Cantábrica (9,8%). En el caso de los destinos internacionales, se mantienen como opciones destacadas las capitales europeas (8,4%) y las rutas culturales por Europa (6,5%).

### ■ En familia o en pareja y una semana

El perfil del viajero madrileño sigue respondiendo a modelos clásicos: el 78,6% viajará acompañado por su pareja o familia, y lo más habitual será disfrutar de una semana de vacaciones (46,1%) o entre ocho y 12 días (26,1%).

El gasto previsto para estas vacaciones asciende a una media de 1.100 euros por persona, un incremento respecto a 2024. Además, el 50,5% contempla la posibilidad de financiar su viaje, siendo esta opción especialmente valorada por los más jóvenes y por quienes prevén viajar al extranjero. En cuanto al destino, los viajes internacionales presentan un presupuesto medio sensiblemente más elevado (1.441 euros).



# de interés

► **TEMPORADA 2025-2026** 879.213 PLAZAS OFERTADAS

## Abierto hasta el día 23 el plazo de solicitudes para el Programa de Turismo del Imserso

- Los turnos tendrán lugar durante el período comprendido entre el mes de octubre de 2025 y el mes de junio de 2026



El Programa de Turismo del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso) para la temporada 2025-2026 ya está en marcha, y el plazo de presentación de solicitudes para optar a una de las 879.213 plazas que se ofertan permanecerá abierto hasta el próximo día 23 de julio, según recoge el BOE del día 25 de junio de 2025.

Los turnos, que podrán tener una duración desde cuatro días (3 pernотaciones) hasta diez días (9 pernотaciones), se realizarán en régimen de pensión completa, excepto en los viajes a capitales de provincia cuyo régimen será de media pensión.

El Imserso ha establecido un sistema de acceso para la adquisición de plazas que permite la obtención de las mismas a quien más puntuación alcance tras ponderar los siguientes criterios de valoración: edad, grado de discapacidad, situación económica, participación en años anteriores y familias numerosas.

Respecto a los precios para la temporada 2025-2026, dependerán de diversas variables (fechas, modalidad elegida, duración del viaje y tipo de alojamiento), y pueden consultarse en detalle a través de [este enlace](#).

No obstante, hay que decir que se reservan 7.447 plazas para las personas con recursos económicos iguales o inferiores al importe de las pensiones no contributivas de jubilación o incapacidad, que hayan alcanzado mayor puntuación en los criterios de valoración, y se reduce el precio fijado de 50 euros.

## Los turnos del programa se desarrollarán entre octubre de 2025 y junio de 2026

Los turnos del programa tendrán lugar durante el período comprendido entre el mes de octubre de 2025 y el mes de junio de 2026, e incluye los siguientes destinos de viaje:

- Zona Costa Peninsular: estancias de diez y ocho días en la Comunidad Autónoma de Cataluña, Comunidad Autónoma de Andalucía, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y Comunidad Valenciana.
- Zona Costa Insular: estancias de diez y ocho días en la Comunidad Autónoma de Canarias y Comunidad Autónoma de las Illes Balears.
- Turismo de Escapada, con estancias de cuatro, cinco y seis días, con los siguientes tipos de viajes:
  - 1) circuitos culturales
  - 2) turismo de naturaleza
  - 3) capitales de provincia y
  - 4) ciudades de Ceuta y de Melilla.

## W2M y Mundiplan, empresas del Universo UNAV adjudicatarias del Lote 2

Según la decisión adoptada por el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso), W2M y Mundiplan, empresas del Universo UNAV, que habían concurrido conjuntamente a la licitación mediante una unión temporal de empresas (UTE), han sido adjudicatarias del Lote 2 que se ofertaba, relativo a las zonas insulares, mientras que los lotes 1 y 3 corresponderán a Ávoris Corporación Empresarial.

# de interés

► INFORME AMADEUS Y ONU TURISMO

## España es el destino líder en reservas aéreas a Europa

Amadeus, empresa adherida a UNAV desde el año 2007, y ONU Turismo han publicado un nuevo informe, titulado [Travel Insights 2025: Focus on Europe](#), en el que se recogen datos sobre los viajes en Europa y se ofrece información detallada sobre el tráfico de pasajeros, los indicadores del mercado hotelero, los destinos con mejor rendimiento y las nuevas rutas en Europa. El estudio ofrece una previsión que se extiende hasta octubre de 2025.

Entre las tasas de crecimiento más destacadas se encuentra el aumento interanual del 6,7% previsto para el periodo comprendido entre abril y octubre de 2025 en el tráfico aéreo de pasajeros con destino a Europa, y del 7,7% con destino a Europa Meridional y Mediterránea.

Los destinos clásicos siguen dominando el panorama general, ya que los diez destinos más reservados en Europa por vía aérea representan el 70,9% de todos los viajes entre mayo de 2024 y abril de 2025. España, Reino Unido, Italia, Francia y Alemania encabezan esta lista.

Sin embargo, el crecimiento más dinámico se está produciendo fuera de estos líderes tradicionales, con destinos como Noruega, Georgia y Finlandia.

Entre los 30 principales destinos turísticos europeos, Azerbaiyán fue el que experimentó un crecimiento más rápido, con un aumento del 26 % en las reservas aéreas entre mayo de 2023 y abril de 2024 y entre mayo de 2024 y abril de 2025. Al mismo tiempo, Kazajistán (7 %) y la República Checa (6 %) también registraron aumentos más modestos en las reservas durante este periodo.

## El empleo turístico roza los 3 millones de afiliados y suma en mayo 100.000 nuevos trabajadores

- En relación con el resto del mercado, el empleo turístico supone el 13,7% del total de afiliados
- La variación interanual en las agencias de viajes registra un incremento de 2.360 trabajadores



El número de afiliados a la Seguridad Social en la rama turística continuó su buena tendencia en el quinto mes del año. Mayo de 2025 terminó con un incremento del 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

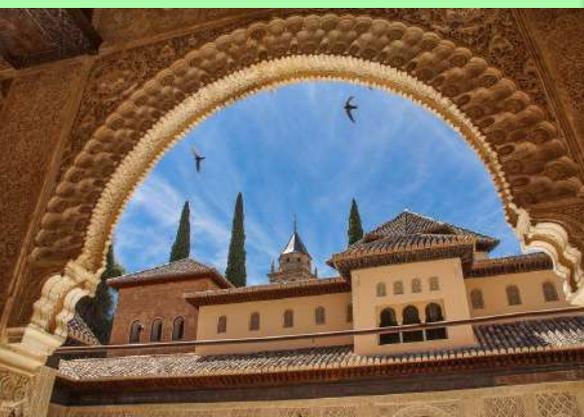
En este mes, [los afiliados vinculados a actividades turísticas](#) aumentaron en términos absolutos en 101.848 trabajadores, alcanzando una cifra total cercana a los 3 millones de afiliados (2,99 millones). En relación con el mercado laboral del conjunto del país, en donde creció un 2,7% interanual, el empleo turístico supone el 13,7% del total de afiliados.

La variación de los afiliados en el mes de referencia ha sido positiva en todas las ramas turísticas. Así, en el sector de agencias se registra un incremento de 2.360 trabajadores. En hostelería, el ascenso fue de 57.994 afiliados (18.950 en los servicios de alojamiento y 39.044 en los servicios de comidas y bebidas). En las otras actividades turísticas el aumento fue de 41.494 trabajadores.

En mayo, 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 4% respecto al mismo mes del año anterior y representa el 83% del total de trabajadores afiliados en dicho sector.

Por ramas de actividad, el empleo asalariado se incrementó en agencias de viajes y operadores turísticos (2,7%) y hostelería (un 3,5% de aumento), y dentro de ésta, aumentó un 4,4% en los servicios de alojamiento y un 3,2% en los servicios de comidas y bebidas.

Por su parte, el empleo autónomo en turismo, que representa el 17% del total de trabajadores afiliados, se incrementó en un 1,3%. En las agencias de viajes se observa un incremento interanual del 5,1% en el número de autónomos.



# de interés



## ► ETR/FAMILITUR AÑO 2025

### Los residentes en España realizaron 34,7 millones de viajes en el 1er trimestre

- España recibió 5,7 millones de visitantes internacionales en noviembre, un 10,3% más que en el mismo mes de 2023
- Con paquete turístico llegaron casi 1,2 millones de turistas, un 0,2% más que en ejercicio pasado

Los residentes en España realizaron 34,7 millones de viajes en el primer trimestre, un 14,3% menos que en el mismo periodo de 2024.

Los viajes cuyo destino principal fue el territorio nacional disminuyeron un 16,1% y los realizados al extranjero un 1,0%.

Los viajes de Ocio, recreo y vacaciones descendieron un 17,5% en el primer trimestre. Por su parte, las Visitas a familiares o amigos bajaron un 11,4%.

Los viajes realizados por Negocios y otros motivos profesionales disminuyeron un 5,9%, y los realizados por Otros motivos un 21,4%.

Por tipo de alojamiento, los viajes con destino interno en los que los residentes acudieron a viviendas de familiares o amigos descendieron un 16,1%. En los viajes al extranjero, el alojamiento en hoteles bajó un 0,2%.

Las principales comunidades autónomas de destino de los viajes de los residentes en el primer trimestre fueron Andalucía (15,3% del total), Cataluña (12,7%) y Comunidad de Madrid (9,5%).

En cuanto al origen, los viajes realizados por los residentes en Comunidad de Madrid supusieron el 18,1% del total. Por detrás se situaron Cataluña (17,1%) y Andalucía (15,7%).

➔ [MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DEL INE](#)

## ETR/FAMILITUR GASTO

El gasto total de los viajes del 1er trimestre fue de 11.175 M €, un 4,3% menos que en 2024

El gasto total de los viajes del primer trimestre fue de 11.175,0 millones de euros, con un descenso del 4,3% respecto al mismo periodo de 2024. En los viajes con destino nacional el gasto total bajó un 11,2%, mientras que en los realizados al extranjero aumentó un 7,1%.

El gasto medio diario fue de 88 euros –72 euros en los viajes con destino interno y 127 en los realizados al extranjero–.

Por partidas de gasto, el mayor en los viajes internos fue el realizado en bares y restaurantes, con el 26,7% del total y un descenso anual del 10,8%. En los viajes al extranjero, el mayor gasto fue en transporte, con el 35,8% del total y un incremento del 5,9%.

Por destino principal, los gastos medios diarios más altos se registraron en los viajes a Comunidad de Madrid (100 euros), Canarias (99) e Illes Balears (84). Y los más bajos en Castilla-La Mancha (50 euros), Extremadura y Castilla y León (ambos 56).

Por origen, los mayores gastos medios diarios los realizaron los residentes en Illes Balears (105 euros), Cantabria (104), Región de Murcia y Cataluña (ambos 96). Y los menores en Castilla-La Mancha (72 euros), Castilla y León (74) y La Rioja (80).

El mes de marzo registró este trimestre el mayor número de viajes (12,3 millones), mientras que la duración media más prolongada se registró en enero (4,3 pernactaciones por viaje).



# 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

