

## Méndez, ante el RD 933/2021: “Seguiremos adelante con la lucha y la defensa de las agencias”

- Entra en vigor una polémica norma que sitúa en desventaja competitiva al turismo nacional, sobrecarga de trabajo improductivo a las agencias y pone en cuestión la privacidad de las personas, obligando a la entrega de un sinfín de datos en algunos casos sensibles
- El Gobierno hace oídos sordos a las peticiones de exclusión de las agencias, a pesar de todas las acciones de rechazo emprendidas, y contar con la negativa del sector turístico en su conjunto, además de desoír al Congreso y al Senado, que apoyan las reivindicaciones
- UNAV estudia ya los diferentes escenarios legales posibles y no descarta llevar el RD a los tribunales; para mas inri, de golpe y sorpresa, la Generalitat anuncia que el mismo día 2 de diciembre activará un segundo registro de datos de reservas de viajeros



### ÉXITO DEL I FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO

El pasado día 27 se llevó a cabo el 1<sup>er</sup> Foro Estatal de Derecho Turístico, una iniciativa organizada por UNAV, ACAVe y el Colegio de la Abogacía de Barcelona, con el objeto de analizar cuestiones legales de actualidad que afectan al sector, especialmente a las agencias de viajes, entre ellas el RD 933/2021, la modificación de la Directiva de Viajes Combinados, la IA y su regulación, la ciberseguridad o los derechos de los pasajeros aéreos en el marco del Reglamento 261/2004 y la multimodalidad / ESPECIAL FORO

▶ **FEMAV** TECNOLOGÍA PARA LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN

Más de 200 proveedores turísticos se han incorporado ya a la plataforma [Planeamadrid.es](http://Planeamadrid.es)

▶ Página 15

## Ya está en marcha una nueva edición del informe de temporada de ObservaTUR

Ya está en marcha una nueva edición del Informe de Temporada ObservaTUR Invierno 2024/25, que como es habitual constará de dos módulos.

En su primera parte, el estudio recogerá los testimonios de los profesionales de las agencias de viajes nacionales en torno a varios apartados, sistematizados a partir de un cuestionario remitido a 5.000 agencias.

También, en otro módulo, como es tradición en la edición de invierno, se incluye la opinión de los expertos de ObservaTUR, quienes además de hacer balance del año, ofrecen su visión acerca de su desarrollo, tanto en lo que concierne a su propio ámbito de actividad como al conjunto del sector, así con un capítulo de tendencias y previsiones de futuro para el periodo 2024/2025 / [Página 16](#)

## Cada euro de actividad que se invierte en turismo genera dos en el conjunto de la economía

La IV Convención Turespaña, celebrada en Arona (Tenerife), ha puesto de manifiesto una vez más la importancia del sector turístico en la economía nacional.

Según Ángel Gavilán, del Banco de España, el turismo contribuye en el momento actual al 12% del PIB y representa alrededor del 10% del empleo de la economía nacional. En 2023, además, el sector fue responsable del 28% del empleo creado, y en el periodo comprendido entre enero y agosto de este año se cifra en el 23% / [Página 18](#)

# actividad asociativa

## Méndez, ante el RD 933/2021: "Seguiremos adelante con la lucha"

### 7 MENSAJES CLAVE

1 La defensa de los intereses de las agencias de viajes continuará, a pesar de la entrada en vigor de una norma que concita el rechazo del conjunto del sector turístico.

2 UNAV estudia ya los diferentes escenarios legales posibles y no descarta llevar el RD a los tribunales.

3 Congreso y Senado se suman a las críticas del sector en su totalidad y aseguran que se trata de una regulación "desproporcionada y de imposible cumplimiento".

4 El Colegio de la Abogacía de Barcelona cree que hay un exceso de regulación en el sector y que algunos de los datos que se solicitan a través del 933 "son irrelevantes y de poca trascendencia, como puede ser un dato tan sensible como es el IBAN, así como otros que pueden vulnerar la intimidad y la privacidad de los usuarios que contraten dicho servicios"

5 Interior saca a audiencia pública (ahora sí) la Orden Ministerial que prepara, aun cuando ha evitado sentarse y dialogar con las agencias de viajes y con el sector.

6 Miguel Garrido, presidente de CEIM, por su parte, asegura que tanta hiperregulación lastra la competitividad de la industria del turismo y los viajes y provoca distracción, "máxime cuando son normas "absurdas" y "contradictorias".

7 Ahora, de golpe y sorpresa, la Generalitat anuncia que el mismo día de diciembre activará un segundo registro de datos de reservas de viajeros.

## RD 933/2021: obligaciones de registro documental

■ PREGUNTAS & RESPUESTAS • POR UNAV LEGAL / 1  
ACTUALIZADO A 2 DE DICIEMBRE DE 2024

### ¿QUÉ OBLIGACIONES ESTABLECE ESTE REAL DECRETO?

Las agencias de viajes deberán comunicar los datos de las reservas de alojamientos y de alquiler de vehículos a motor sin conductor en las que intervengan en el territorio español (no en el extranjero).

### ¿CUÁNDO RESULTA DE APLICACIÓN LA NORMATIVA?

Al haber finalizado todas sus prórrogas, la normativa resulta de aplicación desde el día 2 de diciembre de 2024.

### ¿QUÉ PLAZO EXISTE PARA HACER LA COMUNICACIÓN DE DATOS?

Los datos deben comunicarse en un plazo no superior a 24 horas.

### ¿CÓMO TIENEN QUE HACER LAS AGENCIAS LA COMUNICACIÓN DE DATOS?

Deben hacerlo a través de la plataforma SES.HOSPEDAJES. Existen dos posibilidades:

1/ Utilización de un servicio web. Esta comunicación está pensada para aquellas entidades que dispongan de servicios de TI y tengan la capacidad de hacer el desarrollo software de integración para que la comunicación sea máquina a máquina.

2/ Utilización de la aplicación web. El acceso se efectúa a través de la sede electrónica y podrá realizarse mediante certificado electrónico o mediante usuario y contraseña.

### ¿DÓNDE TIENEN QUE COMUNICAR LOS DATOS LAS AGENCIAS UBICADAS EN CATALUÑA SEGÚN LA INFORMACIÓN RECIBIDA A DÍA 02 DE DICIEMBRE DE 2024?

1/ Agencias ubicadas en Cataluña: las comunicaciones se tienen que hacer a la Policía de la Generalitat – Mossos d'Esquadra para todas las operaciones realizadas en Cataluña.

2/ Agencias ubicadas fuera de Cataluña: Aunque la reserva sea para un establecimiento situado en Cataluña, la comunicación se tiene que hacer a través de la plataforma SES-HOSPEDAJES, evitando así duplicar el proceso.

### ¿CUÁL ES EL PRIMER PASO QUE DEBE DAR LA AGENCIA PARA HACER LA COMUNICACIÓN DE DATOS?

Deberán registrarse en la aplicación del Ministerio, para ello se requiere certificado digital o estar dado de alta en cl@ve. Se debe rellenar un formulario y completar el procedimiento mediante la firma y el registro digital.

### ¿DÓNDE PUEDEN ENCONTRAR LAS AGENCIAS MÁS INFORMACIÓN?

- <https://www.interior.gob.es/opencms/es/servicios-al-ciudadano/tramites-y-gestiones/seguridad/registro-documental-de-viajeros/>
- <https://sede.mir.gob.es/opencms/export/sites/default/es/procedimientos-y-servicios/hospedajes-y-alquiler-de-vehiculos/>

### ¿DÓNDE PUEDEN LAS AGENCIAS DIRIGIR SUS CONSULTAS?

- [ses.hospedajes@interior.es](mailto:ses.hospedajes@interior.es)

# actividad asociativa

## RD 933/2021: obligaciones de registro documental

### ■ PREGUNTAS & RESPUESTAS • POR UNAV LEGAL / 2

ACTUALIZADO A 2 DE DICIEMBRE DE 2024

#### ■ QUÉ HA HECHO UNAV CON RESPECTO A ESTA NORMATIVA

UNAV lleva dos años manteniendo reuniones con el Ministerio del Interior para trasladarles la improcedencia de esta normativa y del sistema implantado, entre otros por los siguientes motivos:

Las agencias de viajes solamente son intermediarias en las reservas, pudiendo obtener el Ministerio los datos de los prestadores de servicios directamente, esto es, de los establecimientos de alojamiento y/o de las empresas de alquiler de vehículos a motor.

- La Ley Orgánica 4/2015, sólo se refiere a las empresas de hospedaje y de transporte entendiéndose que no corresponde la extensión de la obligación a las agencias de viajes que no prestan ni el servicio de hospedaje ni el de alquiler de vehículos.
- Las agencias de viajes son uno de los sectores que más ha sufrido con la pandemia y como consecuencia de ello no cuenta con recursos económicos suficientes para poder afrontar los costes del desarrollo tecnológico que se exige, ni de destinar recursos humanos a hacer las comunicaciones.
- La normativa y el sistema han sido desarrolladas con un absoluto desconocimiento de la realidad y funcionamiento del sector.
- Los datos que se exigían eran excesivos y en muchos casos hacían imposible el cumplimiento de la obligación por parte de las agencias ya que muchos de los cuales incluso los desconocían y no tenían acceso a los mismos.

#### ■ ¿CUÁL FUE EL RESULTADO DE LAS REUNIONES CELEBRADAS?

En su momento se consiguió...

- Una reducción muy considerable de los datos que se exigían inicialmente por parte del Ministerio, y un borrador de orden ministerial. Sin embargo, con posterioridad el Ministerio del Interior cambió su parecer a este respecto hasta el punto en el que nos encontramos actualmente donde la vía de la orden ministerial vuelve a estar abierta.
- Un periodo transitorio de adaptación que se ha ido ampliando hasta el 2 de diciembre de 2024.

#### ■ QUÉ OTRAS ACTUACIONES HA LLEVADO A CABO UNAV

UNAV, ACAVE y FETAVE conjuntamente:

- han mantenido reuniones con diferentes partidos políticos y participado en la presentación de una moción en el Senado.
- han elevado el asunto a la Agencia Española de Protección de Datos, por considerar que vulnera la normativa vigente.
- han presentado una denuncia ante la Comisión Europea por considerar que el Real Decreto atenta contra la normativa de protección de datos (denuncia presentada por FETAVE a la que se han adherido UNAV y ACAVE)
- a nivel europeo, ha coordinado a través de ACAVE con ECTAA y todas sus asociaciones miembros las diferentes acciones de lobby realizadas a nivel internacional.
- ha contactado con las asociaciones de protección a los consumidores para hacer visible la vulneración de sus derechos.
- ha llevado a cabo una intensa campaña de comunicación en los medios de comunicación.

## 933: cinco aspectos claves sobre la actuación asociativa

- 1 UNAV lleva dos años manteniendo reuniones con el Ministerio del Interior para trasladarles la improcedencia de esta normativa y del sistema implantado.
- 2 En este periodo ha conseguido una reducción considerable de los datos que se exigían inicialmente.
- 3 UNAV ha llevado a cabo una intensa acción informativa y de sensibilización acerca del contenido del RD con públicos diversos, entre ellos con grupos políticos en el Congreso y el Senado.
- 4 En el plano internacional ha coordinado, junto a ACAVE, diferentes actividades de lobby.
- 5 Desde noviembre de 2023 hasta noviembre de 2024 ha desarrollado una importante campaña en los medios de comunicación especializados y generalistas, que ha registrado más de 350 impactos en total.

MÁS INFO | 933 2021



“

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

► UNAV • ACAVE • ICAB | FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO

## Éxito de I Foro Estatal de Derecho Turístico organizado por UNAV, ACAVE y el ICAB



La apertura del Primer Foro Estatal de Derecho Turístico, organizado por UNAV, ACAVE y el Colegio de la Abogacía de Barcelona, celebrado simultáneamente en Madrid y Barcelona, tanto en modalidad presencial como online, tuvo un sabor agrídulce, pues el éxito de la convocatoria (más de 160 participantes, con unas ponencias de altura) se desdibujó en parte por las noticias que se produjeron ese 27 de noviembre.

Esa fue la fecha elegida por el Ministerio del Interior para anunciar su empeño de seguir adelante con el RD 933/2021, pese al rechazo frontal de la totalidad del sector turístico, particularmente del ámbito de las agencias de viajes, que además de inaplicable la considera un despropósito, según quedó acreditado, además, en el desarrollo de la jornada de trabajo.

Nada pudo detener, sin embargo, este evento único, que contaba probablemente con algunos de los mejores especialistas en materia legal de este sector. Aun a pesar del escenario de incertidumbre que a partir de ese momento se producía.

### Críticas de la abogacía por el exceso regulatorio

En este contexto se iniciaron las sesiones, que fueron inauguradas por Jesús M. Sánchez, decano del citado Colegio, concebidas, según explicó, para analizar las importantes modificaciones y normas jurídicas que afectan tanto al sector turístico como a los usuarios. Sánchez aprovechó su intervención inicial también para criticar el exceso regulatorio del sector e incidir en la protección de los consumidores. Asimismo remarcó el papel de las agencias de viajes en esta industria, "porque son el vehículo que permite la presencialidad".

### Unas jornadas con voluntad de continuidad, "que son un acierto"

Jordi Martí, presidente de ACAVE, por su parte, enunció cada una de las ponencias incluidas en el programa de trabajo, señalando algunas de sus problemáticas legales y su impacto en la actividad diaria de los profesionales de la agencias, sobre todo en el controvertido "gran hermano turístico", como denominan los medios de comunicación al RD 933/2021. En este sentido, expuso la necesidad de reconsiderar esta norma y abrir un diálogo "constructivo" con el sector. Antes de concluir, proclamó el deseo de que este Foro fuese una referencia de futuro.

Esa continuidad fue también asunto de atención de José Luis Méndez, presidente de UNAV, quien manifestó su confianza de que este encuentro fuese "el primero de muchos". Antes, sin embargo, puso igualmente el acento en los temas que había mencionado el representante de ACAVE, en especial en el célebre 933 y el anuncio hecho por Interior el mismo día de la celebración del Foro de que su entrada en vigor sería "inminente": "Seguiremos adelante con la lucha", aseguró Méndez. "Porque las asociaciones estamos para eso, para defender los intereses de los agentes de viajes, de igual forma que UNAV lo ha venido haciendo desde su creación, hace ahora 47 años", declaró.

Por último, Miguel Garrido, presidente de CEIM, entidad en la que está integrada UNAV ("y uno de sus socios más importantes"), según dijo Garrido, afirmó que, cada vez más, los asuntos legales tienen más incidencia en los negocios: "Se nos imponen cargas que no deberían ser cosa nuestra, cuando los empresarios lo que deberíamos hacer es concentrarnos en ser rentables". Y es que esa profusión de normas, en su opinión, "lastra nuestra competitividad porque tanta hiperregulación nos distrae". Máxime cuando son normas "absurdas", "contradictorias" y cada vez más "de baja calidad", a su juicio. "Estas jornadas son un enorme acierto y ponen de manifiesto la importancia de las asociaciones en la actividad".

Tras la presentación de las jornadas, se dio paso a la proyección de diversos vídeos promocionales de los patrocinadores, AON, Beroni y Alter Mutua

# UNAV

## Relación de agencias asociadas

- ACUARELA
- AREAUCA OCIO SL - MARFA TRAVEL
- ARENAS
- ARISTA
- ATENEO
- 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
- 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
- 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
- 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
- SPACE TRAVEL
- SURLAND
- SYMPHONY TOURS
- TAWY TOURS
- TOURMUNDIAL
- TRABAX TURISMO, S.L
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- TRAVEL LIFE EVENTS DMC SL
- TRAVELLING CONSULTANTS
- VERONIA TOURS, SL
- VIAJES CIBELES
- VIAJES LEONTUR
- VIAJES LUZ - LUZSPAIN TOUR
- ZAFIRO

## UNAV / miembros adheridos

- AENA
- AMADEUS ESPAÑA
- AON GIL Y CARVAJAL
- ARKEA - FORMACIÓN, OCIO Y AVENTURA
- ATOUT FRANCE
- BERONI INFORMATICA, S.L.
- CONECTA TURISMO
- CUEVAS DE NERJA
- ENJOY TRAVEL GROUP
- FINETWORK
- EPG TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA
- IBERIA
- IBERIA CARDS
- INSURANCE TRAVEL
- INTEGRITY 360
- 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

► UNAV • ACAVE • ICAB | FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO



MESA 1 ■ PARTICIPANTES // **Catiana Tur Riera** · Gerente ACAVE ■ **M<sup>a</sup> Dolores Serrano Castro** · Responsable Asesoría Jurídica UNAV Legal-Deiurem ■ **Pilar López Díaz** · Responsable Asesoría Jurídica Viajes El Corte Inglés // MODERA: **Paz Cano Sallarés** · Abogada-Presidenta de la Sección de Derecho de Consumo del ICAB

## Directiva de Viajes Combinados: análisis de su modificación e incidencia en la industria turística

■ La opinión mayoritaria es que la propuesta de modificación, y aunque falta todavía mucho camino legal por recorrer, en lugar de aclarar lleva a más confusión

En la primera de las mesas de debate, la dedicada a la normativa de viajes combinados y su incidencia en la industria turística, se expusieron los problemas existentes en la normativa actual a la hora de que los proveedores de servicios turísticos den cumplimiento a las normativas de reembolso.

Al hilo de esta charla, las ponentes en esta primera mesa de trabajo coincidieron en destacar algunas ideas centrales sobre los viajes combinados, entre ellas que los bonos emitidos durante el tiempo de emergencia sanitaria fueron la tabla de salvación de los consumidores y de las agencias.

Otro mensaje remarcado es que la propuesta de modificación de Viajes Combinados, y aunque falta todavía mucho camino legal por recorrer, en lugar de aclarar lleva a más confusión. Es probable que no llegue hasta finales de 2026. Y luego habrá que esperar a su transposición, tal y como se advirtió.

En este mismo sentido, las participantes en esta charla coincidieron en rechazar la limitación de prepagos que se incluye en la citada variación de la Directiva, por considerar que será una importante limitación para las agencias de viajes y no una garantía para el viajero. Se dijo también que la propuesta seguía siendo excesivamente garantista y que debería tender a un mayor equilibrio en la relación consumidor-agencia. Las intervinientes concluyeron, en cualquier caso, que las modificaciones suponen una mejora, pero que se tiene que avanzar en mayor medida para que se equilibre la balanza. Para lo cual, indicaron, "hay que intensificar el diálogo entre todos los actores sectoriales, porque todos nos necesitamos".

## Las agencias no cuestionan la finalidad del RD 933, sino la forma y su alcance

MESA 3 ■ PARTICIPANTES // **Catiana Tur Riera** · Gerente ACAVE ■ **María Dolores Serrano Castro** · Responsable Asesoría Jurídica UNAV Legal-Deiurem ■ **Marta Martínez Gellida** · Abogada-Decana del Ilustre Colegio de la Abogacía de Tortosa // MODERA: **César Gutiérrez Calvo** · Presidente de FETAVE

Durante la charla dedicada a este tema, César Gutiérrez, presidente de FETAVE confesó que "no nos creíamos que el RD finalmente saliera adelante, porque todos los informes, el de la Agencia de Protección de Datos, el de la Comisión Europea y el del Consejo de Estado, apuntaban a muchas incompatibilidades con las leyes vigentes".

Catiana Tur, gerente de ACAVE, por su parte, destacó la inseguridad jurídica que plantea el RD y el hecho de que no se haya contado con el sector para esta Orden Ministerial. "Además", apuntó, "es una normativa de imposible aplicación, porque se exigen datos que las agencias de protección de datos europeas impiden solicitar, como las tarjetas de crédito", y denunció también "el silencio de la Agencia Española de Protección de Datos, porque llevamos meses solicitando una respuesta".

Por su parte, María Dolores Serrano, asesora legal de UNAV, afirmó que el Ministerio se escuda en la seguridad ciudadana para pedir los datos del RD. "Como agencias de viajes no cuestionamos la finalidad, sino la forma y el alcance de la misma", dijo.



1977-2024 / UNAV

# 47 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 47 años de experiencia asociativa

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

**CUENTA ESPECIAL  
47 ANIVERSARIO**

**INFÓRMATE DE  
NUESTRAS  
PROMOCIONES**



# actividad asociativa

► UNAV • ACAVE • ICAB | FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO



MESA 4 ■ PARTICIPANTES // M<sup>a</sup> Francisca Patilla Carmona · Jefa de División de Pasajeros de AESA ■ Gemma Triviño Márquez · Asesora jurídica ACAVE ■ Esther Lorente Fernández · Abogada -Vocal de la Sección de Derecho de Consumo del ICAB // MODERA: M<sup>a</sup> Coral Rubio del Pino · Abogada-Vocal de la Sección de Derecho Aeronáutico y del Espacio del ICA

## Propuesta de modificación del Reglamento 261/2004 y la multimodalidad: derechos de los pasajeros

■ La representante de ACAVE asegura que los cambios no benefician ni al pasajero ni a la agencia, porque deja en manos de las aerolíneas si reembolsa o no

Otro de los temas de debate en este I Foro de Derecho Turístico fue el relativo a los derechos de los pasajeros ante las variaciones del Reglamento 261/2004 y la multimodalidad, una propuesta realizada por la Comisión Europea en noviembre de 2023 con el fin de garantizar su vigencia y pertinencia.

En el transcurso del debate, Esther Lorente, abogada y vocal de la sección de derecho de consumo del ICAB, afirmó que “estamos usando un servicio público [en referencia a AESA] para gestionar un tema que compete en muchos casos a las compañías aéreas”.

María Francisca Patilla, representante de la organización mencionada, apuntó al desborde del sistema; Gemma Triviño, asesora jurídica de ACAVE, anunció que, tal y como está redactada ahora, “la modificación del reglamento no beneficia ni al pasajero ni a la agencia, porque deja en manos de las compañías aéreas si reembolsa o no a través de ésta”.

El nuevo texto, en todo caso, todavía sin definir, faltan muchos trámites y se desconoce cuándo se publicará. 4 puntos centran la reforma: 1/ el reembolso a través de intermediarios, 2/ la obligación de la transmisión de datos de pasajero entre intermediario y compañía aérea, 3/ el refuerzo del derecho de los pasajeros a tener una información completa de su compra (incluido el fee y si es reembolsable o no), y 4/ la nueva propuesta pretende simplificar los procedimientos de reembolsos y plantea un formulario único.

## La norma europea sobre IA, primera puesta en marcha, es incompleta y de difícil aplicación

La aplicación de la IA en la industria turística fue otro de los temas de debate de la jornada. Marc Gallardo, abogado y presidente del área TIC del ICAB, expuso “las dos caras de la IA”, los beneficios y riesgos de la Inteligencia Artificial en el sector de las agencias de viajes: entre los primeros, la detección de fraudes, el uso de chatbots para asistir al cliente o el análisis de datos para el desarrollo de nuevos productos o tomar mejores decisiones. En cuanto a los riesgos, apuntó la falta de transparencia la preocupación por la privacidad y la seguridad o los posibles sesgos de género y vulneración de derechos.

Este especialista afirmó también que en el momento actual de la IA hay más interrogantes que hechos ciertos, porque está todavía en una situación “embrionaria” de poca madurez. “Hay que ir con tiento y con responsabilidad, porque no todos serán casos de éxito”, aseguró.

Explicó asimismo que el reglamento europeo aprobado en agosto de 2024, de 144 páginas, es difícil de aplicar, con una redacción compleja y plena de indefiniciones. “Es una norma que nace incompleta”, dijo.

Otros aspectos en los que incidió fue la necesidad de sensibilizar a los usuarios (porque la IA todavía genera mucho rechazo, según algunas encuestas realizadas) y en la conveniencia de dotar a estos usuarios de la alfabetización suficiente en materia de inteligencia artificial. Y cerró su charla con una reflexión ya clásica: las especies que sobreviven son las que mejor se adaptan a los cambios.



## 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

► UNAV • ACAVE • ICAB | FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO



MESA 6 PARTICIPANTES // PARTICIPANTES // **Oriol Torruella Torres** · Director de la Agencia de Ciberseguridad de Cataluña ■ **Óscar Campuzano Martín** · Director Professions & Associations en Aon Affinity ■ **Ignacio Bragado Villar** · Senior Legal Counce de Destinia // MODERA: **Ingrid Graells Paul** · Directora Comercial Beroni & Presidenta Tech Tourism Cluster

## La ciberseguridad es un servicio más al cliente y hay que gestionarla de forma preventiva

■ No sólo es un tema económico, también es un aspecto que impacta en la confianza y en la reputación de las marcas

En la última mesa redonda, dedicada a la ciberseguridad, moderada por Ingrid Graells, presidenta del Tech Tourism Cluster y directora comercial de Beroni, una de las marcas patrocinadoras del Foro, se puso de manifiesto la importancia de formar a todo el personal de la empresa en esta materia, porque es un asunto que debe entenderse de manera global.

Hay que tomar conciencia “real” de forma “seria” sobre la ciberseguridad, afirmó Graells, y formar y sensibilizar a todas las personas de la organización, incorporando cuantas medidas de protección sean necesarias para preservar de forma activa los negocios ante los profesionales que se pasan “al lado oscuro”.

Porque no sólo es una cuestión económica, dijo, sino que es un aspecto que también impacta en la confianza de los consumidores, en la reputación de las marcas y en su imagen pública. La ciberseguridad es un servicio más para los clientes y hay que gestionarla de modo preventivo debidamente, porque más allá del tamaño de las empresas, los ataques masivos no discriminan.

Por su parte, Oriol Torruella, director de la Agencia de Ciberseguridad de Catalunya, explicó que “hoy en día la ciberdelincuencia supera al tráfico de drogas y es una actividad muy organizada y profesionalizada que puede considerarse un sector económico en sí mismo”, de ahí la importancia de concienciarse. Coincidió con él Oscar Campuzano, director de Professions & Associations de AON, quien dijo que “la visión del riesgo debe ser global”, así como Ignacio Bragado, senior legal counsel de Destinia, quien concluyó que “un ataque informático no tiene solo una repercusión económica, sino que afecta también a la reputación de la empresa que lo sufre y a la confianza de su clientela”.

## La importancia del derecho preventivo para evitar reclamaciones

MESA 6 PARTICIPANTES // **Susana Pérez García** · Asesora Jurídica de ACAVE ■ **Isidor García** · Agencia Catalana de Consum ■ **Albert Garreta Medina** · Abogado de la Asociación de Consumidores CUS-ACPB ■ **Núria Vaca Gual** · Unidad de Derechos de las Personas Consumidoras, Servicio de Apoyo a las Políticas de Consumo. Comercio, Consumo y Salud Pública de la Diputación de Barcelona // MODERA: **Carles Garcia Roqueta** · Diputado responsable de formación y del Centro ADR- ICAB

El Primer Foro Estatal de Derecho Turístico también habló de los ADR's (Alternative Dispute Resolution), o sistemas alternativos a los tribunales para la resolución de conflictos en el sector turístico, tema que abordaron Susana Pérez, asesora jurídica de ACAVE; Albert Garreta, abogado de la Asociación de Consumidores; Isidor García, representante de la Agència Catalana de Consum, y Nuria Vaca, técnica en consumo de la Diputación de Barcelona.

Todos ellos destacaron la importancia del “derecho preventivo” y de la mediación como base para la resolución de conflictos (“la mejor reclamación es la que no se tiene que interponer”, dijeron) y explicaron las distintas herramientas que ofrecen sus organizaciones para mejorar la relación con los clientes que reclaman, porque no todo es sancionar sino también y profundizar en el trato a los clientes.

Como dato relevante, García apuntó que entre 2020 y 2023 el 32% de los conflictos que se plantean a la Agencia se resuelven con mediación. Este mismo ponente declaró que prestar el servicio a los clientes “en base a sus derechos es una valor de competitividad”. Otro de los ponentes expuso la necesidad de fomentar el diálogo, “porque es una de las fórmulas que siempre ayuda a resolver los problemas”.

A modo de conclusión final se remarcó la transversalidad de los ADRs y también se subrayó el valor de los pactos arbitrales, que son tan efectivos o más que la vía judicial.



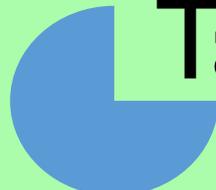
# actividad asociativa

► UNAV • ACAVE • ICAB | FORO ESTATAL DE DERECHO TURÍSTICO





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

## Información y asistencia para las agencias afectadas por la DANA

Además de mostrar su pesar por los acontecimientos ocurridos en Valencia y en otros puntos de nuestra geografía a consecuencia de la DANA, y expresar su solidaridad con los afectados, UNAV ha remitido a su base de datos de asociados un flash informativo dirigido de forma particular a las agencias de viajes afectadas por la crisis derivada del devastador temporal.

En concreto les hizo llegar información disponible a través de la Cámara de Comercio de Valencia relativa a los casos de ERTes por fuerza mayor, una nota informativa del Consorcio de Compensación de Seguros y las medidas de protección disponibles para trabajadores, empresas y ciudadanía en materia de Seguridad Social.

Asimismo les recordó información operativa acerca de su trabajo en caso de clientes en destinos afectados por la DANA que hubiesen contratado un viaje combinado, y también todo lo referido a reservas de clientes que hubieran contratado un viaje combinado a destinos afectados.

Toda la información se canalizó igualmente a través de los medios de comunicación para que todos los afectados, con independencia de su afiliación, pudiesen tener acceso al contenido de la misma.



HOSTELTUR ▶▶



LADEVI ▶▶

## ▶ UNIVERSO UNAV

### ✉ FUNDACIÓN EUROPAMUNDO CON LAS INUNDACIONES EN VALENCIA



Europa Mundo Vacaciones, miembro de UNAV, a través de su Fundación, en solidaridad con las inundaciones acontecidas en el Levante español, ha activado su fondo de emergencias y aportará de forma inicial la cantidad de 10.000€ como ayuda a los agentes de viaje afectados por estas inundaciones.

Aunque ya ha identificado las principales agencias de viaje afectadas ahora está tratando de identificar a todos los agentes afectados. Para ello solicita que se pongan en contacto con el correo [reservas.esp@europamundo.com](mailto:reservas.esp@europamundo.com) con copia a [fundacion@europamundo.com](mailto:fundacion@europamundo.com). Según la Fundación, "es importante que copien a los dos correos ya que queremos asegurar todas las peticiones". MÁS INFO ▶▶

### ✉ SAMATRAVEL: ACCIONES DE COLABORACIÓN DE APOYO A LAS AGENCIAS



Tras las devastadoras consecuencias que han sufrido las zonas afectadas por el paso de la DANA, y al margen de las donaciones y envío de material realizados en una primera fase, SamaTravel ha llevado a cabo un Plan de Colaboración específico para el apoyo a las agencias y viajeros afectados, que incluía las siguientes acciones:

- ✉ FLEXIBILIDAD TOTAL EN CAMBIOS Y ANULACIONES
- ✉ AYUDA EN LA TRAMITACIÓN DE RESERVAS
- ✉ VÍAS DE ATENCIÓN A AFECTADOS

MÁS INFO ▶▶

### ✉ SIGUEN LOS PROGRAMAS FORMATIVOS PARA AGENTES DE VIAJES

Siguen abiertos los cursos de formación para agentes de viajes, que promueven UNAV, ILUNIÓN Formación y Adara Formación, que son gratuitos para los miembros asociados a nuestra organización.

En total 11 programas formativos, que suman más de 300 horas lectivas. ¡Elige el tuyo e insíbete!

Tienes más información en los enlaces:

▶▶ ILUNIÓN FORMACIÓN

▶▶ ADARA FORMACIÓN

CANAL UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

## ✉ REVISTA DE PRENSA

GACETA DEL TURISMO > Entrevista a Manuel Benavides, Presidente del Grupo Star Viajes ▶▶

AGENTTRAVEL > The Sphere, la firma del segmento de lujo de W2M, llega a Barcelona ▶▶

LADEVI ESPAÑA > IRYO cumple 2 años en el mercado ferroviario nacional ▶▶

# actividad asociativa



## ► ARANJUEZ IV JORNADA DE TURISMO DEL REAL SITIO

### Aranjuez, un destino de futuro para el turismo MICE

- Se trata de uno de los segmentos con mayor proyección, y según la WTTC generará este año más de 1,3 billones a nivel global
- Es una de las principales líneas de actividad de las agencias de viajes integradas en UNAV y en FEMAV

Iván Méndez, gerente de UNAV y consejero de FEMAV, intervino hace unos días en la IV Jornada de Turismo Real Sitio y Villa de #Aranjuez, organizada por el Ayuntamiento de esta localidad y la Asociación Dinamiza Aranjuez, en colaboración con China Crown.

Nuestro gerente participó en la mesa redonda dedicada al turismo MICE junto a diversos ponentes y en su turno de palabra destacó el futuro de este segmento, que según la WTTC generará este año más de 1,3 billones a nivel global, un 6,2% más que en 2019.

Asimismo remarcó la importancia que tiene para la actividad de las agencias de viajes integradas tanto en UNAV como en FEMAV, como actores clave de este ámbito de especialización.

#### ■ Atractivos suficientes para atraer al segmento

Méndez aseguró igualmente que Aranjuez puede ser un excelente destino MICE con las condiciones y equipamientos adecuados, pues dispone de suficientes atractivos culturales, patrimoniales, gastronómicos y culturales para captar a este segmento.

Gracias en nombre de Unav Agencias de Viajes y de FEMAV a la organización por contar con las agencias de viajes en esta jornada, que ha tenido lugar en uno de los posibles (y excelentes) marcos MICE de este municipio, cuyo paisaje natural está catalogado como patrimonio de la humanidad: el Royal Garden del Casino de Aranjuez.

## MESA 2

### Algunos datos de interés sobre el 'business travel' y el turismo MICE

- La Asociación Global de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés) espera que esta vertiente alcance un valor de 1,47 billones de dólares en el año 2026.
- El tamaño del mercado mundial de viajes de incentivo se valoró en 42.000 millones de dólares en 2021 y se prevé que alcance los 216.800 millones de dólares en 2031, con un crecimiento compuesto anual del 12,1 % entre 2022 y 2031.

## IV JORNADA DE TURISMO REAL SITIO Y VILLA DE ARANJUEZ

8

"Aranjuez, Ciudad de Eventos y Congresos"

Noviembre 9:00

Royal Garden - Casino de Aranjuez



- Un programa de incentivo mejora los resultados en un 22% según un recopilatorio de 45 estudios. Otro dato más: según Oxford Economics, una inversión de un euro en un incentivo tiene un retorno de 4 euros, una rentabilidad excepcional.
- Otro dato más: según la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, por cada euro que se invierte en un evento se genera un retorno de 70 euros para la economía de la ciudad.

# actividad asociativa

## Más de 200 proveedores turísticos se han incorporado ya a la plataforma Planeamadrid.es

- ➔ Es la primera solución tecnológica profesional que permite a las agencias confeccionar en cuestión de minutos experiencias y paquetes con empresas locales especializadas
- ➔ Esta herramienta, desarrollada por FEMAV en colaboración con la Comunidad de Madrid, nace con el propósito de contribuir al desarrollo equilibrado y sostenible del turismo en nuestra región, promoviendo la diversidad de destinos



Apenas un mes después de su presentación, más de 200 proveedores turísticos se han incorporado ya a Planeamadrid.es, la primera plataforma tecnológica profesional que permite a las agencias de viajes y touroperadores de la Comunidad de Madrid confeccionar experiencias únicas y paquetes de viajes con empresas locales especializadas de la Región.

La nueva herramienta es una vía de promoción y comercialización, que facilita la conexión de servicios y agiliza y mejora la labor de este canal, posibilitando la creación de propuestas turísticas personalizadas en cuestión de minutos, reduciendo tiempos y costes gracias a acuerdos exclusivos con firmas locales.

Esta herramienta, desarrollada por la Federación Madrileña de Agencias de Viajes de Madrid (FEMAV) en colaboración con la Comunidad de Madrid, nace con el propósito de contribuir al desarrollo equilibrado y sostenible del turismo en nuestra región, promoviendo la diversidad de los destinos más allá de la capital.

Según explicó en el lanzamiento de la plataforma el viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte, Luis Martín Izquierdo, "si bien es clave la diversificación del turismo en la región, la comercialización también juega un papel crucial, especialmente considerando que las agencias de viajes son fundamentales para superar los retos que aún están por delante".

▶ VER GALERÍA DE FOTOS

## Un proyecto colaborativo para las agencias en permanente desarrollo

En una primera fase, Planeamadrid.es incluye a las principales empresas turísticas de Aranjuez, Alcalá de Henares y San Lorenzo de El Escorial, tres ciudades que ostentan el título de Patrimonio Mundial por la UNESCO.

Estas localidades han colaborado activamente en el desarrollo de la plataforma, aportando su valioso patrimonio cultural y una amplia oferta de servicios turísticos. Cada uno de los destinos está distribuidos en la nueva aplicación en cuatro categorías (restaurantes, alojamientos, actividades y organización de eventos), facilitando la selección y combinación de servicios para crear paquetes atractivos. La nueva aplicación alberga, además, material digital muy diverso, desde imágenes hasta planos, e incluso ofrece a sus usuarios un cuaderno de bitácora.

### ■ Importante impulso al proyecto

Según César Gutiérrez, co-presidente de FEMAV, "estas incorporaciones suponen un importante impulso del proyecto, que seguirá desarrollándose con la colaboración de todos, si bien necesita del compromiso continuo de las agencias de viajes, municipios y proveedores locales para alcanzar su máximo potencial y hacer del turismo de la Comunidad de Madrid un referente de calidad, diversidad y sostenibilidad".

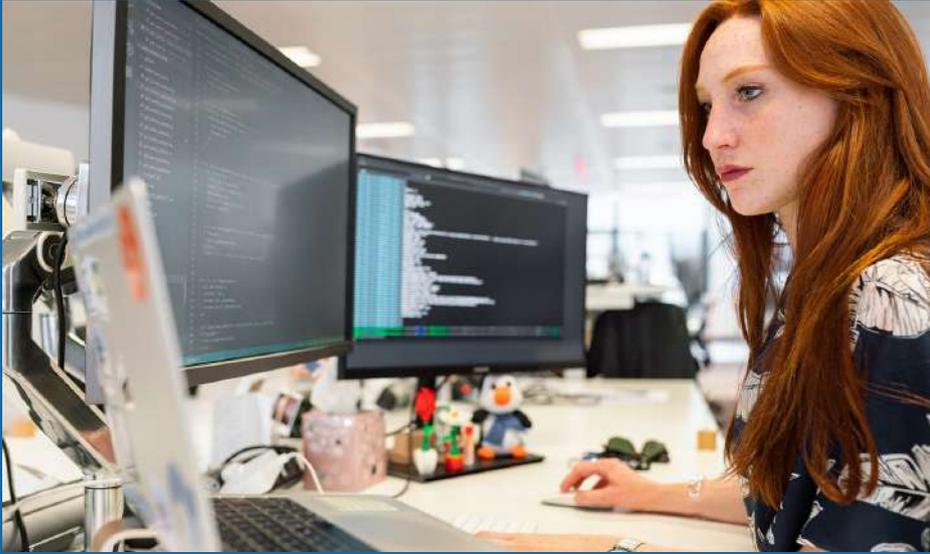
Y añade: "Este es solo el comienzo de un camino emocionante para hacer del turismo de Madrid un referente de diversificación, calidad y sostenibilidad. Seguiremos trabajando juntos para superar los retos que tenemos por delante: mejorar el posicionamiento de nuestros municipios, contribuir a un desarrollo equilibrado y sostenible del turismo, y seguir creando experiencias únicas para nuestros clientes."

**PLANEAMADRID**



# actividad asociativa

EPA TERCER TRIMESTRE DE 2024



## Aumenta el empleo en el sector y España supera por primera vez los 3 millones de ocupados

- En este 3er trimestre, las principales actividades turísticas han experimentado un crecimiento interanual, salvo en el caso de las agencias de viajes, que desciende cerca del 12%

El empleo turístico del tercer trimestre de 2024 continúa al alza y supera, por primera vez, los 3 millones de ocupados (3.019.064 en cifras exactas) en el sector, lo que representa un incremento del 2,3% respecto al mismo periodo de 2023, según datos de [Turespaña](#).

Entre julio y septiembre de 2024, las actividades vinculadas al turismo registraron 67.231 empleados más que en el mismo trimestre del año anterior. Los empleados en el sector turístico en este trimestre han constituido el 13,8% del empleo total de la economía española. Por su parte, los trabajadores activos en turismo en el tercer trimestre del año han superado los tres millones (3.285.271), un 2,3% más que en periodo equivalente de 2023.

### ■ Descenso de la tasa de temporalidad

En este tercer trimestre del año, las principales actividades turísticas han experimentado un crecimiento, salvo el apartado de 'otras actividades turísticas'. La hostelería aumentó un 3,3%, debido a la evolución positiva tanto de los servicios de comidas y bebidas (3,9%) como de los servicios de alojamiento (1,8%). En transporte de viajeros la variación interanual fue del 9,2%, y en las agencias de viaje fue negativa, del -11,7%.

La tasa de temporalidad en el sector turístico fue del 19,4%, una cifra inferior a la del mismo periodo del año anterior, que fue del 20,9%. En relación al tipo de jornada, los asalariados con jornada completa representaron el 79,4% del total de asalariados y aumentaron un 4,3%. Por su parte, los autónomos han ascendido un 2% respecto al mismo periodo de 2023, llegando a los 467.629 trabajadores en esta modalidad de empleo.

## Los jóvenes ingleses confían cada vez más en las agencias de viajes

De acuerdo con los datos del informe Holiday Habits 2024-25, publicado por la asociación de agencias y turoperadores británicos ABTA, el número de viajeros británicos que ha optado por reservar con una agencia de viajes durante 2024 ha subido significativamente con respecto al año anterior, según recoge [Hosteltur](#).

En los últimos 12 meses (hasta octubre de 2024), casi dos de cada cinco (38%) viajeros británicos reservaron sus vacaciones con un profesional de viajes, frente a poco más de un tercio (34%) en los 12 meses anteriores. Lo que más llama la atención es el incremento que se ha registrado entre los jóvenes.

En cuanto a las razones para acudir a un profesional, la que es citada como principal ventaja es la facilidad de reservar por este medio (frente al 51% el año pasado al 54% este año), a lo que sigue la tranquilidad de saber que alguien está allí para ayudarlos si algo sale mal, que ha aumentado significativamente del 34% el año pasado al 43% este año.

## 6 tendencias de viaje para 2025, según el informe NowNext 24-25

La firma OMIO ha publicado su primer informe anual, titulado NowNext, que revela las tendencias que definieron los viajes en 2024 y los que marcarán las tendencias en 2025. Son las siguientes, según esta plataforma mundial de viajes:

- 1 Escapadas urbanas, en auge nuevamente.
- 2 Suben los viajes en solitario entre hombres.
- 3 IA y RSS, claves para inspirar los viajes.
- 4 Se mantiene la preferencia por el verano.
- 5 Crecimiento del "viaje consciente".
- 6 Barreras lingüísticas y transporte como reto.

Otra novedad detectada por el citado informe es que los turistas de la Generación Z prefieren los destinos menos frecuentados.

▶ [MÁS INFO](#)

# tendencias

## 8 hábitos de los turistas nacionales a la hora de inspirar su viaje

- 1 Tres de cada cuatro viajeros afirman documentarse de antemano de su viaje previo a su inicio; por contra, un 13% no acostumbra a hacerlo como práctica normal.
- 2 Los contenidos que mayor interés despiertan en este segmento son los que hacen referencia a la historia, la cultura y la gastronomía del destino elegido.
- 3 Las guías de viaje son la fuente de información preferida por el 70 por ciento de los turistas.
- 4 El 49% de ellos busca datos sobre qué hacer en su estancia a través de portales turísticos online.
- 5 4 de cada 10 entrevistados efectúan visitas fuera de los itinerarios programados.
- 6 Uno de cada 4 asegura que rara vez consulta las opiniones emitidas por otros viajeros acerca de los destinos que visitará.
- 7 Cerca de un 20% de los viajeros apenas se interesa por buscar recomendaciones prácticas y servicios básicos de los destinos.
- 8 Un 40 por ciento, por último, declara que en vacaciones no suele buscar información sobre cómo y dónde practicar algún deporte.



## ObservaTUR desarrolla la primera herramienta de IA del turismo emisor de España

- El Observatorio se convierte así en uno de los primeros proyectos nacionales de conocimiento turístico que implementa este sistema

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), instrumento de análisis y monitorización del viajero nacional del que forma parte UNAV, acaba de incorporar la **primera herramienta** de inteligencia artificial de España especializada en este segmento, que está disponible ya en su **dirección web**.

El Observatorio se convierte así en uno de los primeros proyectos nacionales de conocimiento turístico que implementa este sistema, dentro de su apuesta continuada por la innovación, la tecnología y la transformación digital.

### ■ 1.000 páginas y 600 cuadros y gráficos

Entre otras funcionalidades, el asistente de IA de ObservaTUR de su web permite la consulta, de manera ágil y personalizada, de todos los informes elaborados desde su creación, en abril de 2018, que alberga cerca de una treintena de estudios sectoriales, con más de 1.000 páginas y 600 cuadros y gráficos, recogiendo la información proporcionada por alrededor de 9.000 viajeros y más 3.000 agencias de viajes.

El sistema de ObservaTUR, además, facilita la localización y sistematización de datos específicos sobre temas como tendencias de viaje, comportamiento del turista o análisis de mercados, ofreciendo respuesta inmediata a las cuestiones que se puedan formular, por muy complejas y precisas que sean las preguntas, algo que podría marcar un hito en el sector, como remarca Marcos Francos, portavoz de ObservaTUR.

➔ **MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA OBSERVATUR**



# tendencias

► INFORME INFORME AMADEUS & GLOBETRENDER

## Cinco tendencias clave para los viajes en 2025

- La nostalgia, la personalización, los hoteles destino, el auge del turismo asiático y las conexiones espontáneas redefinirán los viajes en todo el mundo.



En colaboración con la agencia de previsión de tendencias de viajes Globetrender y basándose en datos propios de Amadeus y otros datos destacados del sector, el informe de Tendencias de Viajes de Amadeus 2025 destaca cinco tendencias clave que prometen remodelar el panorama de los viajes en el próximo año:

- Viajes de nostalgia: Los viajeros, cansados del cambio, añoran unas vacaciones más sencillas y felices, impulsados por experiencias pasadas y un fenómeno conocido como "retrospección idílica".
- Experiencia de vuelo personalizada: Los avances en IA, conectividad móvil 5G y Realidad Virtual convergerán para crear experiencias altamente personalizadas, conectadas e inmersivas para los pasajeros aéreos.
- Hoteles con carácter: Los hoteles se están convirtiendo cada vez más en destinos en sí mismos, ya que los viajeros planifican sus viajes en torno a alojamientos singulares, emblemáticos, y con identidades únicas.
- El resurgir de Asia: Asia se está preparando para una renovación de los viajes, con el objetivo de recuperar su posición como actor clave en la industria turística mundial.
- Viajes para conectar en persona: A medida que aumenta el desgaste de las citas virtuales, los viajes se convertirán en una nueva vía para las relaciones en el mundo real, desde romances vacacionales hasta amistades duraderas.

➔ MÁS DETALLES EN  [AMADEUS](#)

## En 2025, los viajeros explorarán el extranjero más que nunca

Otro informe anual de tendencias, el [Changing Traveller Report 2025 de SiteMinder](#), también acaba de publicar un nuevo estudio que explora los planes y preferencias de los viajeros, a partir de encuestas a 12.000 viajeros de 14 países.

Según la nueva edición del Traveller Report, en 2025 seremos testigos del auge del «Everything Traveller», una combinación entre lo antiguo y lo nuevo que refleja la dinámica cambiante de los viajes.

Este tipo de viajero busca una combinación estratégica entre destinos tradicionales y los que están de moda, confía más en las comunidades online que en las sugerencias personales y equilibra la espontaneidad con ser práctico.

Se siente atraído por los eventos, pero también desea pasar más tiempo en el alojamiento, es consciente de los costes, pero está dispuesto a invertir en extras y en cuestiones que respetan el medio ambiente.

### ■ 1 de cada 2 comprará paquetes turísticos

En 2025, los viajeros explorarán el extranjero más que nunca. El 72% tiene previsto viajar al extranjero, frente al 65% en 2024 y el 62% en 2023. Sin embargo, son menos los que planean viajar exclusivamente al extranjero, ya que la cifra de los que tienen intención de viajar tanto dentro como fuera del país casi se ha duplicado en un año.

Japón es el destino que la mayoría tiene en su punto de mira (13%), siendo los tailandeses e indonesios los que tienen especial interés en reservar allí. Estados Unidos (9,5%) y Francia (9%) son los siguientes destinos más populares. A la hora de viajar, 1 de cada 2 es más propenso a comprar paquetes turísticos, pero no quiere disfrutarlos con extraños: menos del 1% tiene previsto viajar en grupo.



# de interés



**EGATUR** ENERO-OCTUBRE 2024

**El gasto total de los turistas internacionales aumenta un 16,8% y alcanza los 110.984 millones de euros**

Según la última [Encuesta de Gasto Turístico \(EGATUR\)](#), publicada con fecha del 3 de diciembre de 2024, durante los diez primeros meses del año el gasto total de los turistas internacionales aumentó un 16,8% y alcanzó los 110.984 millones de euros.

En el mes de octubre, en concreto, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España alcanzó los 11.898 millones de euros, con un aumento del 15,5% respecto al mismo mes de 2023.

El gasto medio por turista fue de 1.327 euros, con un incremento anual del 5,5%. Por su parte, el gasto medio diario creció un 2,9%, hasta los 191 euros.



Los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto en octubre fueron Reino Unido (con el 17,9% del total), Alemania (14,0%) y Francia (7,7%).

El gasto en transporte internacional (no incluido en paquete turístico) fue la principal partida en octubre, con un 20,8% del total del gasto y un aumento del 16,7% respecto al mismo mes de 2023. Las siguientes partidas fueron el gasto en actividades y en paquete turístico, con un 19,4% y un 18,3% del total, respectivamente. El primero aumentó un 11,3% y el segundo un 17,2%.

► **FRONTUR** OCTUBRE 2024 • DATOS PROVISIONALES

## España roza los 82,9 millones de turistas en los 10 primeros meses del año

- España recibió 9,0 millones de turistas internacionales en octubre, un 9,5% más que en el mismo mes de 2023
- Con paquete turístico llegaron más de 2,5 millones, un 8,7% más con respecto al pasado ejercicio

España ha recibido en los diez primeros meses de 2024 un total de 82,9 millones de turistas, cifra que supone un aumento del 10,8% con respecto al año 2023.

En octubre, últimos datos oficiales dados a conocer el 3 de diciembre por la [Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras \(FRONTUR\)](#), nuestro país recibió 9,0 millones de turistas internacionales, un 9,5% más que en el mismo mes de 2023.

Reino Unido fue el principal país de residencia, con casi 1,8 millones de turistas y un aumento del 4,8% respecto a octubre de 2023. De Alemania llegaron 1,3 millones (un 14,0% más) y de Francia casi 1,2 millones (un 16,7% más).

Los principales países emisores en los 10 primeros meses fueron Reino Unido (con 16,5 millones y un aumento del 7,1%), Francia (con casi 11,5 millones y un incremento del 11,1%) y Alemania (con cerca de 10,7 millones, un 8,7% más).

Cataluña fue el primer destino principal de los turistas en octubre, con el 20,4% del total. Le siguieron Illes Balears (17,8%) y Andalucía (15,3%).

Casi 6,5 millones de turistas viajaron sin paquete turístico en octubre, un 9,8% más. Con paquete turístico llegaron más de 2,5 millones, un 8,7% más.

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

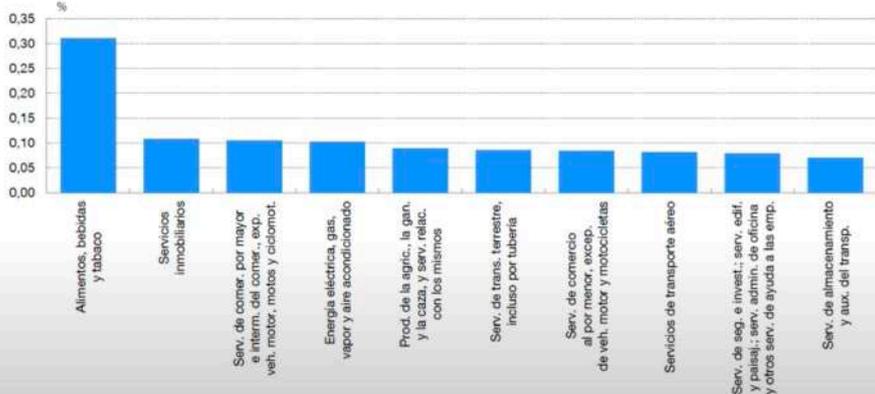
# de interés

► **IV CONVENCION TURESPAÑA** INFORME BANCO DE ESPAÑA

## Sector turístico nacional: algunos datos para constatar su valor en la economía general

- Contribuye en el momento actual al 12% del PIB y representa alrededor del 10% del empleo de la economía nacional
- Cada euro de actividad que se invierte en el sector turístico genera dos en el conjunto de la economía

EFFECTO ARRASTRE ENTRE LOS PRINCIPALES SECTORES PROVEEDORES DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN ESPAÑA



La IV Convención Turespaña, celebrada en Arona (Tenerife), ha puesto de manifiesto una vez más la importancia del sector turístico en la economía nacional.

Así lo han constatado los datos ofrecidos en este foro por el director general de Economía y Estadística del Banco de España, Ángel Gavilán, quien en su intervención recordó sus números más destacados, en particular su aportación al PIB nacional, el efecto arrastre que genera en otros ámbitos y las cifras de creación de empleo.

En la misma charla, Gavilán comentó asimismo otros aspectos, como los retos pendientes que aún restan por completar y la evolución de otros indicadores básicos.

Según el representante del Banco de España, el turismo contribuye en el momento actual al 12% del PIB y representa alrededor del 10% del empleo de la economía nacional. En 2023, además, el sector fue responsable del 28% del empleo creado, y en el periodo comprendido entre enero y agosto de este año se cifra en el 23%.

Respecto al efecto arrastre, Gavilán aseguró que cada euro de actividad que se invierte en el sector turístico genera dos en el conjunto de la economía, cuando se combinan con los principales proveedores: "En el sector de alimentos y bebidas aporta 30 céntimos, 20 céntimos en el conjunto de comercio mayorista y minorista y 10 céntimos en el inmobiliario, entre otros".

En comparación con el sector del automóvil, por ejemplo, cada euro invertido conlleva un efecto arrastre de tres euros adicionales.

La ilustración que acompaña esta información detalla el 'efecto tractor' entre los 10 principales proveedores del sector turístico en la economía española.

## Proceso creciente de diversificación de los flujos turísticos hacia España

El director general de Economía y Estadística del Banco de España también trató de explicar los factores que habían contribuido al dinamismo reciente del sector turístico en España, entre ellos un proceso de creciente diversificación estacional y geográfica de los flujos turísticos hacia nuestro país, "que permite que para la misma capacidad instalada haya un margen de crecimiento todavía importante en el sector", explicó Gavilán.

El técnico del organismo nacional, en paralelo, apuntó asimismo cambios significativos en los patrones de consumo de los hogares, especialmente a partir de 2022, que es cuando comenzó a dinamizarse "de forma muy intensa" la demanda embalsada por servicios: "Este desplazamiento de la demanda de los patrones de consumo desde los bienes hacia los servicios era mayor de la que anticipamos y no se ha agotado este efecto, que llamábamos el efecto reapertura de la economía hacia los servicios".

Gavilán puso el acento igualmente en los retos pendientes del sector, entre ellos el bajo crecimiento en productividad que suele registrarse en comparación con otras economías de nuestro entorno, el tamaño empresarial, algunos rasgos del mercado laboral, el grado de digitalización/innovación (que ha de continuar evolucionando) o el posible impacto del cambio climático.

En lo que denominó "externalidades negativas" que pueden condicionar el elevado dinamismo de la actividad turística (congestión, impacto en los recursos naturales, efectos en el mercado inmobiliario...), Gavilán planteó que sería "oportuno" analizar la conveniencia de establecer/elevar impuestos 'pigouvianos' (tasas turísticas), "que permitan internalizar, al menos en parte, estos potenciales efectos adversos de la actividad turística".

► MÁS DETALLES EN EL [CANAL YOUTUBE](#) ■ [VÍDEO](#)





# MONITOR DE AGENCIAS DE LOS DESTINOS SOSTENIBLES DE ESPAÑA



Recuerda que, si lo deseas, puedes descargarte de la [página web de UNAV](#) la edición digital del Monitor de Agencias de los Destinos Sostenibles de España (MADS), la última publicación editada hasta el momento por esta asociación bajo la dirección técnica de Task ONE y ReiniziaT. O, si lo prefieres, puedes hacerlo directamente desde el código QR que se acompaña en esta misma página.



**101 propuestas seguras,  
sostenibles y de confianza  
sugeridas por los agentes  
de viajes UNAV**

PRODUCTO SUJETO A LAS  
SUBVENCIONES DE KIT  
DIGITAL PARA PYMES

**KIT**  
**DIGITAL**  
AGENTE DIGITALIZADOR

# Orbis

## WEB

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

### La versión más completa de Orbis

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

### Siempre disponible

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

### Flexible y escalable

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

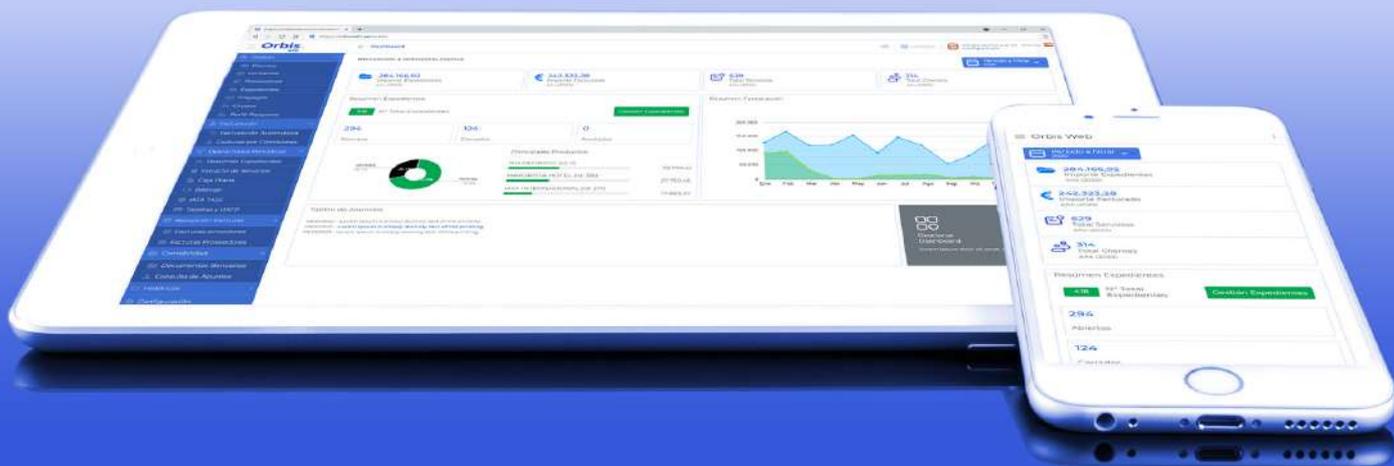
### Céntrese en su negocio

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

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



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



**Pipeline**  
software

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