

La venta de los viajes del Inmerso comenzará el 6 de octubre

pág. 13

Las agencias de viajes facturan un 4% más en el 1^{er} semestre de 2025

- En este mismo periodo, también incrementaron un 3,1% sus plantillas, con un aumento anual en junio del 2,4%
- En la actualidad hay 8.608 puntos de venta en nuestro país, un 4,3% más que en 2023, según el INE
- La Comunidad de Madrid (1.578 puntos de venta), Cataluña (1.576) y Andalucía (1.565) son los territorios con mayor número de agencias

👉 [Página 3](#)



CAMPAÑA PARA REIVINDICAR EL PAPEL DE LA AGENCIAS

UNAV pone en marcha una acción de divulgación basada en los valores característicos de la profesión (atención, conocimiento experto, responsabilidad, rigor, transparencia, seguridad, garantías...), que se llevará a cabo en los principales canales de difusión de nuestra organización, especialmente en RRSS y a través de la newsletter. **MÁS INFO > [Página 7](#)**

► **EL FUTURO DE LAS AGENCIAS EN MARCHA**

Más de 1.200 profesionales han participado hasta ahora en las ediciones del Foro UNAV que se han celebrado

👉 [Página 5](#)

El sector sigue a la espera de la publicación de la orden que desarrolle el RD 933

Diez meses después de su entrada en vigor, el Real Decreto 933/2021 sigue generando “incertidumbre y cuantiosos problemas” al sector turístico, que lo estaría arrastrando a un “limbo jurídico”, según denunciaba el digital Voz Pópuli a principios del mes de agosto.

De acuerdo con este medio, además de haber visto cómo se incrementaba su trabajo en la temporada alta del turismo, los sectores afectados —entre ellos las agencias de viajes— siguen esperando la Orden Ministerial (OM) que desarrolle la norma, “cuya compatibilidad con la ley de protección de datos y la normativa europea está en entredicho”.

■ [Página 9](#)

UNAV ha ofrecido más de 14.000 horas de formación en el primer semestre de 2025

UNAV ha ofrecido a sus asociados y miembros adheridos más de 14.000 horas de formación en el 1^{er} semestre de 2025.

Esta amplia oferta de propuestas ha sido posible gracias a los acuerdos suscritos con diversas entidades, como ADARA Formación o ILUNION.

Las posibilidades formativas incluyeron más de 250 propuestas de aprendizaje, específicas para la gestión de las agencias y de corte más amplio y generalista.

■ [Página 11](#)

actividad asociativa

Mundiplan relanza la marca Mundicolor para gestionar el Programa de Turismo del IMSERSO

Mundiplan, empresa adherida a UNAV, relanza la marca Mundicolor para gestionar el Programa de Turismo del IMSERSO en Baleares y Canarias, "renovando su esencia y adaptándola a los nuevos tiempos".



De este modo, según explica la compañía en redes sociales, Mundicolor inicia una nueva etapa "uniendo historia, experiencia e innovación para seguir construyendo el futuro del turismo senior".

Jacob Fernandez Blasco, director general de Mundiplan, afirma lo siguiente: "Mundicolor representa un nuevo comienzo, una identidad que conecta con el recuerdo de nuestros clientes y que impulsa nuestro compromiso con el valor social, la evolución y la calidad del programa de turismo senior".

W2M SIGUE AVANZANDO EN SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL

World2Meet (W2M) ha incorporado a Elena Cabrera a su organización, con el objetivo de liderar la expansión internacional de la división de viajes de Iberostar. W2M anunció a principios de año que, entre otros fines, iba a impulsar la internacionalización selectiva de ciertos segmentos, como el 'bed bank'.

► UNIVERSO UNAV

✉ TRAVELTOOL ABRE UNA NUEVA ETAPA CENTRÁNDOSE EN LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



Carlos Campa acaba de asumir la dirección del grupo de gestión Traveltool e-services. Una nueva etapa en la que la innovación tecnológica y la cercanía con las más de 500 agencias de viaje asociadas serán la hoja de ruta, con el objeto de impulsar la competitividad del grupo.

Tal y como el nuevo director ha señalado, la cercanía es necesaria para «escuchar sus necesidades y acompañarlas con soluciones tecnológicas que les permitan ser más competitivas y eficientes en un entorno en constante evolución».

Según el ranking publicado por Hosteltur, este grupo de gestión aumentó el año pasado un 17,9% su facturación respecto a 2023.

✉ VIAJES EL CORTE INGLÉS RENOVARÁ 104 DE SUS MÁS DE 430 AGENCIAS DE VIAJES



Viajes El Corte Inglés refuerza su red de ventas con la renovación de 60 de sus agencias de viaje físicas distribuidas por todo el país, que comprenden tanto las situadas a pie de calle como aquellas emplazadas dentro de los centros comerciales de El Corte Inglés.

Esta transformación forma parte de un ambicioso plan de renovación que alcanzará en los próximos ejercicios a otras 44 oficinas, sobre un total de más de 430 agencias. Con esta transformación, Viajes El Corte Inglés redefine el papel de la agencia física como un espacio de inspiración, asesoramiento experto y conexión emocional con el cliente. Las nuevas agencias han sido concebidas como entornos acogedores, elegantes y funcionales, donde cada detalle está pensado para ofrecer una experiencia memorable desde el primer contacto. El nuevo modelo de agencia incorpora mejoras para el cliente como la posibilidad de concertar una cita previa, ya disponible en muchas de estas oficinas.

✉ VIAJES CARREFOUR: DOS NUEVAS APERTURAS EN BILBAO Y MADRID



Viajes Carrefour acaba de estrenar dos nuevas agencias, una situada en Madrid (calle Aladierna,16) y otra en Bilbao (calle Tendería,7)

Con estas incorporaciones, esta marca refuerza su compromiso con un servicio de calidad, cercano y especializado, según explicaba en redes sociales, ofreciendo a sus clientes la mejor atención y asesoramiento en la planificación de sus viajes.

"Nuestro objetivo es que cada persona que entra por la puerta de nuestra agencia se sienta escuchada, asesorada y acompañada desde el primer momento. Queremos que viajar con nosotros sea siempre una experiencia positiva, cercana y a medida", aseguraba el responsable de la agencia de Viajes Carrefour Villaverde Alto. Con esta apertura Viajes Carrefour sigue apostando por la red física como un valor diferencial, combinando cercanía, experiencia y confianza en cada destino.

CANAL
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

✉ REVISTA DE PRENSA

EXPRESO > Japón: nuevas medidas de control para los turistas extranjeros ▶▶

Mº AA.EE > #ViajaSeguro: 5 claves para disfrutar de unas vacaciones tranquilas en el extranjero ▶▶

UNIÓN EUROPA > Actualización de las normas del IVA aplicables a los viajes y el turismo ▶▶

actividad asociativa

► INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA TASA INTERANUAL

Las agencias de viajes en España facturan un 4% más en el 1^{er} semestre

■ En este mismo periodo, también incrementaron un 3,1% sus plantillas, con un aumento anual en junio del 2,4%



Según recogen los [medios de comunicación económicos y sectoriales](#), citando datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), las agencias de viajes en España han facturado un 4% más en el primer semestre de 2025.

En tasa interanual, los ingresos de junio se mantuvieron al mismo nivel que el mismo mes de 2024, mientras que en comparación mensual las ventas fueron un 10,2% superior a mayo.

Sobre el nivel de ocupación, aseguraba esta misma fuente, las agencias de viajes crecieron un 3,1% en plantilla a lo largo de los primeros seis meses, con un aumento anual en junio del 2,4% y apenas un alza del 0,6% con respecto a mayo.

Los medios acompañaban estas cifras con la opinión del presidente de UNAV, José Luis Méndez, quien hacía sólo unos días había destacado que, si todo transcurría dentro de los cauces de la normalidad, los próximos meses podían ser “la constatación de un año excelente para el turismo”. “Y no sólo para el ámbito de las agencias de viajes”, explicaba, “sino también para el conjunto del sector. Extensivo, según afirmaba, al contexto internacional.

En la actualidad hay 8.608 puntos de venta en nuestro país, un 4,3% más que en 2023, según el INE

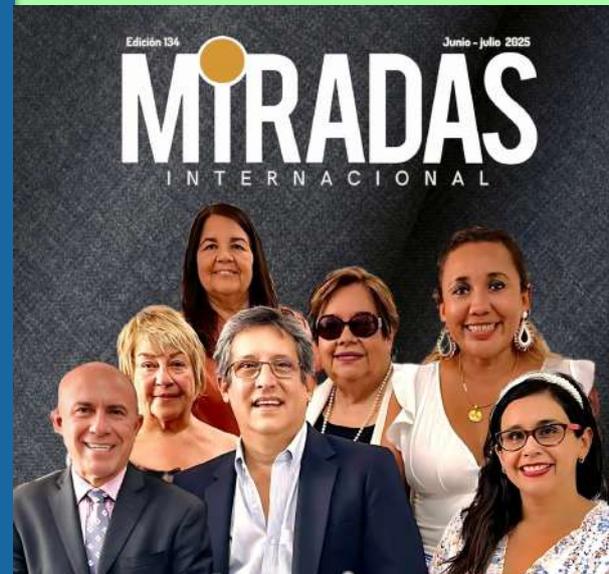
La publicación especializada [Hosteltur](#) recogía recientemente en su edición digital una información en la que mostraba el estado actual de la situación de las agencias de viajes en nuestro país, a partir de los datos del INE.

Según este medio, en la actualidad habría 8.608 puntos de venta en España, a fecha de 1 de enero de 2024, es decir, 360 oficinas más que en el ejercicio anterior (+4,3%), de acuerdo con esta misma fuente.

La Comunidad de Madrid (1.578 puntos de venta), Cataluña (1.576) y Andalucía (1.565) son los territorios con mayor número de agencias. A distancia se situarían la Comunidad Valenciana (868), Canarias (580) y Galicia (397).

UNAV participa en los actos del 78^o aniversario de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes

Con motivo del 78^o Aniversario de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT), UNAV ha participado en los actos conmemorativos de esta organización, y a instancias de la revista de Miradas Internacional de ese país dirigió un escrito de felicitación a la entidad hermana, firmado por el presidente Méndez, realizando el importante papel del asociacionismo en nuestro sector, y sobre todo el protagonismo estratégico que hoy tienen las agencias de viajes en la industria turística.



“Hoy más que nunca” — escribía Méndez— “es necesario reivindicar la figura de los profesionales de las agencias y ensalzar el papel que cumplen en la intermediación de los viajes, a pesar de que su trabajo haya sido a menudo ninguneado, otra veces suplantado, cuando no con frecuencia se nos haya dado por extinguidos, como algunas voces apocalípticas han hecho en los últimos 30 años”.

Con todo, y pesar de todo ello, seguimos estando ahí, tanto en España como en Perú, aseguraba en su carta el presidente de UNAV: “Porque nuestro trabajo, a veces invisible, sigue siendo fundamental en la cadena de valor del turismo y ni siquiera una pandemia ha podido a día de hoy con ellas”.

Es más, decía Méndez, aquel episodio sirvió para que muchas personas hayan redescubierto a las agencias de viajes y a sus profesionales, “precisamente por los valores que siempre nos han caracterizado, como son la confianza, la seguridad, la atención o nuestro papel como asesores”.



SAVE THE DATE

VI FORO UNAV PARA EL FUTURO DEL TURISMO

◆ FORMACIÓN Y EMPLEO ◆

22 DE OCTUBRE | 09:00 AM

FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

AVENIDA DE FILIPINAS, 3 • MADRID

Unav
unión de agencias de viajes

FEMAV
FEDERACIÓN MADRILEÑA
DE AGENCIAS DE VIAJES



**Comunidad
de Madrid**

actividad asociativa

► EL FUTURO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA AGENCIAS DE VIAJES

Más de 1.200 profesionales han participado hasta ahora en las ediciones del Foro UNAV

- Gran Canaria, Córdoba, Almería, Úbeda y Antequera han acogido ya este evento, que se ha consagrado como una de las convocatorias sectoriales de referencia
- En breve se anunciará la sede de la sexta edición, que contará de nuevo con un selecto grupo de ponentes del sector



Gran Canaria, 2020



Córdoba, 2021



Úbeda, 2023



Almería, 2022



Antequera, 2024

Más de 1.200 profesionales del sector han asistido ya a las sesiones del Foro UNAV para El Futuro del Turismo, que este año afronta su sexta edición.

Desde su inicio, en el año 2020, Gran Canaria, Córdoba, Almería, Úbeda y Antequera han acogido este evento, que en este tiempo se ha consagrado como unas de las convocatorias sectoriales de referencia.

La cita congrega a un selecto grupo de prescriptores de opinión. También sirve de escaparate promocional a los lugares que los alberga, por el interés mediático que genera. Desde la primera edición (Gran Canaria, 2020), hasta la última que ha tenido lugar hasta ahora (Antequera, 2024), ha registrado cerca de 500 impactos en medios, cuyo valor en términos de equivalencia publicitaria superaría el millón de euros.

El éxito de las convocatorias responde a la calidad de sus ponentes y a los temas cuidadosamente seleccionados de su programa, siempre apegados a los temas de interés al ámbito de las agencias de viajes, y en general al turismo.

En total han intervenido en sus sesiones cerca de 150 profesionales, todos ellos representantes de destacadas compañías de la industria turística.

Las distintas ediciones han contado con un selecto grupo de marcas patrocinadoras, que entre sponsors y marcas colaboradoras rondan la treintena por convocatoria.

Una cita de prestigio, que capta el interés mediático y proyecta los territorios

ANÁLISIS OBJETIVO DE LA REALIDAD DEL SECTOR

El Foro UNAV para El Futuro del Turismo es un proyecto nacido en 2020 para analizar la situación de nuestro sector en el contexto de la normalidad surgida tras la crisis mundial del coronavirus.

SM EL REY, PRESIDENTE DE HONOR

En coherencia con el protagonismo alcanzado, las tres últimas ediciones del Foro han contado con la presidencia del honor de SM el Rey Don Felipe VI, si bien, desde el año 2010 —entonces Príncipe de Asturias— siempre se había prestado a ocupar esta representación con motivo de los congresos nacionales que celebraba UNAV.

PERSONALIDADES DE PRIMERA LÍNEA

La resonancia lograda es posible tanto por la temática de las sesiones como por sus ponentes, que suelen ser personalidades del ecosistema del turismo y los viajes, la economía y la empresa.

De este modo, en las ediciones precedentes, por ejemplo, junto a profesionales y directivos de las empresas líderes de la industria, y miembros de UNAV, así como su presidente, José Luis Méndez, han intervenido Antonio Garamendi, presidente de CEOE; Lorenzo Amor Acedo, presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA); Miguel Garrido de la Cierva, presidente de CEIM; Jesús Nuño de la Rosa, ex-presidente de El Corte Inglés y actual CEO de Air Europa; Jacob Fernández, Director General de Mundiplan o M^{re} Francisca Blasco López, Decana de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid.

PRESENCIA DE PRESCRIPTORES DE OPINIÓN

La presencia de este grupo de prescriptores de opinión (agentes de viajes, touroperadores, representantes de aerolíneas, compañías de transporte, empresas de distribución...), precisamente, no sólo atrae la atención de los medios, sino que también contribuye a proyectar los territorios como destinos únicos y de calidad, comprometidos y con múltiples oportunidades.

FORMATO ÁGIL, DINÁMICO Y PARTICIPATIVO

El formato de las sesiones del Foro siempre es ágil, dinámico y participativo, y su desarrollo se realiza desde distintas fórmulas, incluyendo conferencias, mesas redondas, debates, entrevistas o, incluso, charlas tipo TED.

Además de las sesiones de trabajo, en las que se suele reservar una ponencia para dar a conocer los recursos turísticos, culturales y patrimoniales del destino, el Foro incluye un programa social de visitas para profundizar en su conocimiento y en las distintas alternativas que ofrece.

9 RAZONES PARA CONTRATAR UNA AGENCIA DE VIAJES FIABLE Y CON GARANTÍAS



1 Experiencia y conocimiento especializado

2 Ahorro de tiempo y esfuerzo

3 Acceso a ofertas y tarifas exclusivas

4 Atención personalizada y diseño a medida

5 Seguridad, tranquilidad y protección

6 Resolución de problemas y asistencia 24/7

7 Información actualizada y requisitos de viaje

8 Organización de actividades con garantías

9 Relaciones con proveedores de calidad

actividad asociativa

► **DIVULGACIÓN** INVISIBLES, PERO IMPRESCINDIBLES

UNAV pone en marcha una campaña para reivindicar el papel de la agencias y sus valores

La acción de divulgación está basada en los valores característicos de la profesión (atención, conocimiento experto, responsabilidad, rigor, transparencia, seguridad, garantías...) y se llevará a cabo en los principales canales de difusión de nuestra organización, especialmente en redes sociales y a través de la newsletter institucional

Tal y como anunció el presidente de UNAV, José Luis Méndez, en el anterior número de esta publicación, dentro del objetivo asociativo de defensa de los intereses del sector, nuestra organización va a llevar a cabo una campaña de sensibilización para poner en valor y reivindicar el papel de las agencias de viajes.

Una campaña basada en sus valores de siempre (atención, conocimiento experto, responsabilidad, rigor, transparencia, seguridad, garantías...), que se llevará a cabo en las principales redes sociales y a través de la newsletter institucional, que recogerá los diferentes mensajes divulgativos.

Las acciones complementarán a los artículos que viene publicando desde hace un tiempo —con gran acogida, por cierto— nuestra responsable legal, M^a Dolores Serrano, a través de su cuenta en LinkedIn, quien aprovechando circunstancias diversas (caos ferroviario en Italia, suspensión de vuelos, accidentes...), ha remarcado la importancia del trabajo de las agencias, “invisibles, pero imprescindibles”, según la consejera de UNAV.

La serie constará de un total de 9 creatividades, cada una de ellas dedicada a un apartado concreto del trabajo de los profesionales de las agencias. La campaña se apoyará en gráficas generadas a través de inteligencia artificial, e incluirá asimismo un vídeo-resumen en estos mismos canales.

Además, hay otras actuaciones en curso que asimismo se emprenderán en los próximos meses, sobre las cuales sigue trabajando el Consejo Directivo y la Gerencia.

UNAV pide entendimiento entre Ryanair y AENA por el bien de los viajeros

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), entidad que congrega a una cifra superior a las 3.000 agencias de viajes, que suman un total cercano a los 4.800 puntos de venta, incluyó hace unos días un mensaje en sus redes sociales (en concreto en su canal de Facebook) haciendo un llamamiento al restablecimiento del diálogo entre la aerolínea Ryanair y el operador aeroportuario Aena.



El mensaje, en concreto, decía los siguiente: “Ante los hechos que se están produciendo, tras el anuncio de la compañía Ryanair de cerrar bases y cancelar vuelos en algunos destinos, ante lo que considera “tasas aeroportuarias excesivas”, la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) quiere hacer un llamamiento al restablecimiento del diálogo, en un mejor clima de entendimiento, en favor de los viajeros nacionales, que son, sin duda, los grandes perjudicados del enfrentamiento que se ha desencadenado.

UNAV entiende, además, que esta situación puede dañar la conectividad, competitividad y vitalidad del turismo en nuestro país e impactar negativamente en la marca España.

Comprende igualmente que algunas prácticas comerciales de la aerolínea irlandesa sean cuestionables para el sector de las agencias de viajes, si bien considera que la vuelta al diálogo es el único camino para reconducir la situación generada. En este sentido considera que la reducción de plazas conlleva menos posibilidades de venta para las agencias.

UNAV quiere hacer asimismo un llamamiento al control de los precios, cuya alza generalizada ha marcado (y está marcando) las vacaciones de 2025 de los españoles, según reflejan diversos indicadores económicos y sectoriales.



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
- 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



► LEGAL "INCERTIDUMBRE Y CUANTIOSOS PROBLEMAS"

El sector sigue a la espera de la publicación de la orden ministerial que desarrolle el RD 933/2021

- Los ámbitos afectados por la norma, entre ellos las agencias, denuncian que 10 meses después de su entrada en vigor la industria se encamina a un "limbo jurídico"

Diez meses después de su entrada en vigor, el Real Decreto 933/2021 sigue generando "incertidumbre y cuantiosos problemas" al sector turístico, que lo estaría arrastrando a un "limbo jurídico", según denunciaba el digital [Voz Pópuli](#) a principios del mes de agosto.

De acuerdo con este medio, además de haber visto cómo se incrementaba su trabajo en la temporada alta del turismo, los sectores afectados —entre ellos las agencias de viajes— siguen esperando la Orden Ministerial (OM) que desarrolle la norma, "cuya compatibilidad con la ley de protección de datos y la normativa europea está en entredicho".

En este sentido, cabe recordar el contenido de uno de los [últimos post firmados por M^a Dolores Serrano](#), responsable de UNAV Legal, echando en falta algunos aspectos relevantes en la carta remitida por la Agencia de Protección de Datos a mediados de junio, "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".

Voz Pópuli informaba también de que, hasta la fecha, no se había sancionado a ninguna empresa, "por la ausencia de esta orden", tal y como habían confirmado a la publicación fuentes del Ministerio del Interior.

5.469 agencias de viajes se han sumado ya a la plataforma SES Hospedajes

Según datos oficiales del Ministerio del Interior, citados por [Voz Pópuli](#), desde la entrada en vigor del RD933/2021 se han sumado a la plataforma SES Hospedajes un total de 5.469 agencias de viajes, además de 275.060 establecimientos (266.439 alojamientos, 2.324 empresas de alquiler de vehículos y 648 plataformas digitales).

El digital daba cuenta asimismo de una batería de preguntas formuladas por el Grupo Parlamentario Popular en el Senado dirigidas al Gobierno y a Fernando Grande-Marlaska, responsable primero del Registro de Viajeros.

Entre las cuestiones planteadas al Ejecutivo, decía este medio, destacan las quejas que han puesto sobre la mesa las agencias de viajes.

Los representantes del sector aseguran que la plataforma donde deben registrar los datos, SES Hospedajes, presenta "problemas técnicos", lo que hace "prácticamente imposible" el cumplimiento de la medida en plena temporada alta.



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

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
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

► CONFLICTO RYANAIR-AENA

UNAV ha ofrecido más de 14.000 horas de formación en el 1^{er} semestre de 2025

- Las posibilidades formativas incluyeron más de 250 propuestas de aprendizaje, específicas para la gestión de las agencias y de corte más amplio y generalista
- Las finalidades de los programas han sido mejorar la capacitación de los profesionales e impulsar sus habilidades para potenciar su eficiencia y productividad

UNAV ha ofrecido a sus asociados y miembros adheridos más de 14.000 horas de formación en el 1er semestre de 2025.

Esta amplia oferta de propuestas ha sido posible gracias a los acuerdos suscritos con diversas entidades, como ADARA Formación o ILUNION.

Los convenios ratificados se enmarcan dentro del impulso que esta asociación esta haciendo de este capítulo, con el fin de mejorar la capacitación de los profesionales e impulsar sus habilidades para potenciar su eficiencia y productividad

Las posibilidades formativas incluyeron más de 250 propuestas de aprendizaje, específicas para la gestión de las agencias y de corte más amplio y generalista.

La duración de los programas ha sido muy variada, con sesiones que han ido desde las 10 horas, hasta las 375 horas o las 425 horas.



Nuevos cursos en el mes de octubre, con cerca de 2.000 horas de contenido especializado

Por otra parte, ya está abierto el plazo de inscripción de los nuevos programas formativos impulsados por UNAV en colaboración con ILUNION Formación para el mes de octubre

En este caso se ofertan una treintena de cursos, con cerca de 2.000 horas formativas total, que van desde las 30 horas hasta las 200 del curso de Inteligencia Artificial aplicada al marketing digital o las 150 horas del programa de Machine Learning aplicado usando PYTHON.

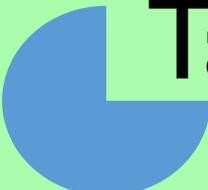
En esa amplia variedad de propuestas se incluyen cursos específicos del sector (Amadeus, cierre de operaciones de venta, reservas aéreas, telemarketing...) y otros de contenido más generalistas (contabilidad, habilidades directivas, marketing y comunicación...), pero igualmente adaptados a las necesidades de las empresas del sector.

De nuevo se refuerzan los conocimientos tecnológicos, incorporándose cursos dedicados al big data y el business Intelligence, data mining, desarrollo de aplicaciones web, machine learning o introducción a la inteligencia artificial.





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



www.task-one.com

**UNAV EN FACEBOOK
únete**

actividad asociativa

La venta de los viajes del Imsero comenzará el 6 de octubre

- El Instituto de Mayores y Servicios Sociales enviará este mes un total de 2.811.632 cartas a las 4.387.854 personas acreditadas

La comercialización de los viajes del Imsero 2025-2026 se retrasa hasta el mes de octubre, y su venta comenzará los días 6 y 8 de octubre en función de la comunidad autónoma, [según ha anunciado el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030](#).

El Imsero enviará este mes un total de 2.811.632 cartas a las 4.387.854 personas acreditadas para poder viajar con el programa de turismo, indicando el día a partir del cual pueden reservar sus viajes y permitiendo hacerlo de forma escalonada.

La comercialización de los viajes comenzará el día 6 de octubre en las CC.AA de Asturias, Cataluña, Castilla La Mancha, Comunidad Valenciana, Ceuta, Islas Baleares, Islas Canarias, La Rioja, Navarra y País Vasco. Y el día 8 de octubre en el resto de las comunidades: Andalucía, Aragón, Cantabria, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Madrid, Melilla y Murcia.



El plazo para participar en el Concurso Fotográfico Rutas Culturales, abierto hasta el 30 de enero de 2026

El plazo para participar en el Concurso Fotográfico Rutas Culturales 2024 sigue abierto hasta el 30 de enero de 2026, y en el pueden presentar sus imágenes todos los beneficiarios de este programa, impulsado por la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales, en colaboración con UNAV y las empresas participantes en este programa. Las imágenes se han de presentar en las agencias en la que se contrató la Ruta.

En la pasada edición de este certamen se otorgaron un total de 24 premios en las tres categorías convocadas: "Viajar con los cinco sentidos", "Con mis compañeros de viaje" y "Mézclate con ellos". Las imágenes seleccionadas y premiadas en el Concurso Fotográfico Rutas Culturales pueden verse a través de [enlace adjunto a esta información](#). Desde su puesta en marcha, cerca de un millón de personas mayores han participado en el programa Rutas Culturales de la Comunidad.

FEMAV cumple 3 años en defensa de las agencias de viajes de la Comunidad de Madrid

Este mes se cumplen 3 años de la [constitución de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes](#), FEMAV, la entidad surgida de la fusión de la Unión Madrileña de Agencias de Viajes (UMAV) y la Asociación Empresarial Madrileña de Agencias de Viaje (AEMAV), cuyo objeto principal es la defensa de los intereses del colectivo de las agencias tanto a nivel municipal como regional.

En este tiempo ha llevado a cabo una fructífera actividad, destacado la firma de sendos convenios de colaboración con la Comunidad de Madrid para la promoción y comercialización del destino Madrid.

Estos acuerdos incluyen varias líneas de trabajo, todas ellas orientadas al diseño, desarrollo y puesta en marcha de diversas herramientas de inteligencia de mercado para el sector de las agencias de viajes, entre ellas la creación del Observatorio Turístico FEMAV.

La Federación de Agencias de Madrid ha colaborado también con Turismo de la Comunidad en la promoción de diversos destinos (Madrid interior, Colombia, México, Argentina, Uruguay...), habiendo participado asimismo en la captación de agencias madrileñas interesadas en el mercado chino. Ha firmado un acuerdo para la promoción de los campos de golf de la Región como sedes de reuniones y eventos profesionales.

FEMAV avanza igualmente en la creación de [planeamadrid.es](#), una plataforma que permite a las agencias crear paquetes con proveedores locales, que cuenta ya con cerca de 200 empresas.

La Federación forma parte de Madrid Turismo by IFEMA, una iniciativa impulsada por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid e IFEMA Madrid para posicionar Madrid como uno de los principales destinos turísticos del mundo en los mercados emisores de largo radio.

En noviembre de 2023 celebró en Aranjuez su [primer foro regional](#). La entidad está co-presidida por José Luis Méndez y César Gutiérrez.

actividad asociativa

► **OBSERVATUR** INFORME DE TEMPORADA

Medidas previstas por los españoles para seguir viajando y contrarrestar la subida de precios

► La búsqueda y elección de destinos menos costosos, viajar en temporada baja para aprovechar mejores precios o reducir la duración de sus vacaciones, actuaciones que se contemplan



Además del calor intenso, el precio —su alza generalizada— ha marcado las vacaciones de 2025 de los españoles, según reflejan diversos indicadores económicos y sectoriales, de igual forma que ya lo identificó el [último informe de temporada de ObservaTUR](#).

Con todo, y a pesar de esta subida, los nacionales no están dispuestos a renunciar a los viajes ni a los desplazamientos en sus periodos de descanso o vacaciones, algo que ya habían hecho este verano entre junio y agosto el 79% de nuestros compatriotas.

Ello no significa, sin embargo, que de cara la futuro vayan a quedarse de brazos cruzados ante una escalada continuada del gasto. Es más, han revelado al Observatorio Nacional del Turismo Emisor cuáles son las principales medidas que piensan adoptar para seguir viajando.

Ahorrar más dinero durante el año, buscar ofertas especiales y descuentos y limitar otros desembolsos personales son, por este orden, las actuaciones más referidas por los turistas nacionales a ObservaTUR.

Pero no son las únicas intervenciones que mencionan. La búsqueda y elección de destinos menos costosos, viajar en temporada baja para aprovechar mejor precios o reducir la duración de sus vacaciones son asimismo medidas muy referidas, aunque no tanto como las anteriores.

Las medidas a adoptar según el género y la edad también presentan sus diferencias, que se explican en la [Sala de Prensa de ObservaTUR](#).

El 17% de los españoles tomará sus vacaciones en el mes de septiembre

El 17% de los españoles tomará sus vacaciones en el mes de septiembre, según los datos del [Informe de Temporada Verano 2025](#) del Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR.

Este dato iguala el registro máximo alcanzado en 2024, lo cual parece consolidar su progresión positiva en el periodo 2021-2025.

Por géneros, el noveno mes del año mantiene un interés muy similar entre hombres y mujeres, ligeramente por encima (apenas 2 puntos) en el caso de los primeros (contrariamente a lo sucedido en 2024, que la comparativa se inclinaba levemente en favor de las féminas).

Las variaciones más notables, en cambio, se registran en los rangos de edad, y su protagonismo aumenta a medida que se van cumpliendo años. De este modo, su relevancia alcanza el dato más bajo entre los 18-34 años, se incrementa 4 puntos en la franja de edad situada entre los 35 y los 49 años y se eleva 6 puntos más en el colectivo de 50-64 años.

Con todo, los más fieles a septiembre son los que se encuentran en la horquilla cifrada entre los 65 y los 74 años. De hecho, según ObservaTUR es su mes vacacional por excelencia, a 10 puntos de distancia con agosto en este segmento.

Hasta ahora, entre julio (33%) y agosto (35%), ya han viajado dos de cada tres españoles (68%).



actividad asociativa

► ESTUDIO HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS

Septiembre gana protagonismo también entre los viajeros digitales y suben las contrataciones un 20%

- Las razones que llevan a los viajeros a elegir este tiempo incluyen cuestiones de trabajo, precios más bajos, una menor carga turística e incluso una meteorología más atemperada



En línea con el interés en aumento que está teniendo el mes de septiembre entre los turistas nacionales, elegido ya por el 17% de estos viajeros, las reservas en el canal online también están registrando un incremento próximo al 20%, según los datos del sistema de [análisis de Central de Vacaciones](#), empresa asociada a UNAV desde 2019.

En esta misma dirección, la compra anticipada ha crecido en este periodo un 14 por ciento en los dos últimos años. En los últimos días, según estos mismos datos, también se está observando una subida de las ventas de última hora.

Las reservas aumentan sobre todo en los paquetes vacacionales y los viajes multidestino. En el caso de los primeros, bajo la fórmula viaje+hotel, en el plano internacional, este año 'triumfan' Punta Cana, capitales europeas (Londres, Praga y Roma, principalmente), puntos del norte de África (Hammamet y Marrakech, en especial), y Sharm El Sheikh (Egipto). Dentro de nuestras fronteras, los viajes a las islas están siendo los más demandados para el mes de septiembre.

Las razones que llevan a los viajeros a elegir este tiempo (también a los digitales) son variadas, y se incluyen cuestiones de trabajo, precios más bajos, una menor carga turística e incluso una meteorología más atemperada.

III Radiografía del viajero actual: preferencias y su relación con los cruceros

Según el último estudio de MSC Cruceros, "III Radiografía del viajero actual: preferencias y su relación con los cruceros", a la hora de viajar con niños, las familias valoran sobre todo poder visitar lugares interesantes y disfrutar del turismo (44%), pero también buscan opciones de ocio adaptadas a distintas edades que mantengan a los más pequeños entretenidos (41%). El precio (37%), la seguridad (32%) y la comodidad, sin preocuparse por comidas o limpieza, (30%) son otros factores clave.

Viajar en familia significa encontrar planes que disfruten todos, desde los más pequeños hasta los más mayores.

Según el estudio 4 de cada 10 españoles consideran esencial que haya opciones de ocio adaptadas a los niños para que toda la familia pueda disfrutar sin excepciones.

En ese contexto, los cruceros se consolidan como una opción cada vez más valorada, dice esta firma, asociada a UNAV desde febrero de 2024.

La posibilidad de visitar varios destinos en un solo viaje, la comodidad de tenerlo todo a mano y la variedad de actividades a bordo para todas las edades convierten esta forma de viajar en una alternativa que encaja con las nuevas formas de disfrutar en familia. Tanto es así que, según el estudio de MSC Cruceros, el 86% de quienes han vivido la experiencia tiene intención de repetir en 2025.



de interés

Los asientos en vuelos internacionales alcanzan los 12,2M en septiembre

El número total de asientos previstos en vuelos internacionales hacia España para el mes de septiembre de 2025 se sitúa en 12,2 millones, según datos publicados por Turespaña. En comparación con el mismo periodo del año anterior, cuando se ofertaron 11,8 millones, el incremento interanual es del 3,6%.

Comparando las previsiones de número de asientos con los datos registrados a fecha equivalente de 2024, septiembre proyecta para los principales mercados emisores un buen comportamiento en Reino Unido, Italia y Francia con un incremento de plazas del 4,3%, 3,8% y 0,4% respectivamente. Por el contrario, Alemania contrae la oferta de asientos un -3,2% en septiembre.

Los países nórdicos siguen perdiendo dinamismo y contraen los asientos previstos, Dinamarca un -1,8%, Suecia (-7,8%), Noruega (-4,9%) y Finlandia (-4,1%).

Destaca, un mes más, la aceleración de Polonia e Irlanda con una proyección de crecimiento superior al 10%, y especialmente Turquía, con una proyección de aumento en el número de asientos de un 26,6% respecto al año anterior.

Por su parte, Estados Unidos proyecta un notable crecimiento que roza el 13% (12,9%) en septiembre. Entre los países iberoamericanos, Colombia y México registran el mayor volumen de capacidades programadas. En el primer caso, presenta una elevada subida del 10,4% en comparación con septiembre de 2024, y para México se registra un descenso (-3,2%) frente al año anterior.

► BSP PLATAFORMA DE FACTURACIÓN Y LIQUIDACIÓN

El BSP de IATA alcanza los 3.245 M de euros en los siete primeros meses del año, con más de 11 millones de transacciones

- Los datos revelan que hay un total de 3.721 agencias en nuestro país con la certificación del lobby aéreo, un 27,41% del total en la región europea (13.576)



Las agencias de viajes españolas han realizado más de 11 millones de transacciones de aerolíneas de IATA durante los siete primeros meses del año, lo que supone un incremento del 5,97% respecto al mismo periodo de 2024, mientras que el volumen de ventas alcanzó los 3.245 millones de euros (un aumento del 8,10%), según el BSP de IATA.

En este periodo, el mes con mayor volumen de negocio fue mayo, con 490,6 millones de €, seguido de febrero. En julio se superaron los 454,1 millones, lo que supone un incremento del 11% con respecto al mismo mes del año pasado.

En lo concerniente al número de transacciones, y en correlación con el dato anterior, el mes con mayor volumen fue mayo igualmente (1.664.648), seguido de los meses de enero (1.636.699) y febrero (1.634.917). La menor actividad se registró en junio (1.455.877).



de interés

► **TURESPAÑA** EPA SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025

El empleo turístico supera por primera vez los 3 millones antes de la temporada alta

- En las agencias de viajes, en el segundo trimestre del año, se ha registrado una evolución positiva del 8,7%



El empleo turístico supera, por primera vez fuera de lo que tradicionalmente se considera temporada alta, la cifra de 3 millones de ocupados. En el segundo trimestre de 2025, el sector ha registrado 3.024.347 trabajadores ocupados, lo que supone un aumento del 2% respecto al mismo periodo de 2024. Las agencias de viajes, en este mismo periodo, han tenido una evolución positiva del 8,7%, [según los datos publicados por Turespaña](#).

Entre abril y junio, las actividades vinculadas al turismo obtuvieron 58.563 empleados más que en el mismo trimestre del año anterior. Los empleados en el sector turístico en este periodo han constituido el 13,6% del empleo total de la economía española. Además, el porcentaje de parados sobre activos en actividades turísticas fue del 8%, 1,2 puntos porcentuales menos que la del mismo trimestre del año anterior. En la economía nacional la tasa de paro se situó en el 10,3%.

En este segundo trimestre del año, las principales actividades turísticas han experimentado crecimientos, excepto en hostelería. Así, en este subsector descendieron un 1,3% los ocupados, debido a la evolución negativa de los servicios de comidas y bebidas (-0,5%) y los servicios de alojamiento (-3,5%). En el transporte de viajeros, por su parte, el dato de crecimiento fue de un 4,6% más.

Los ocupados asalariados en turismo en este periodo ascendieron a 2.578.949, registrando un notable aumento interanual del 4,2%. Continúan así las subidas interanuales de los dieciséis trimestres anteriores. Estos asalariados mostraron aumentos en transporte de viajeros (8,1%) y en hostelería (1,4%), así como otras actividades turísticas (9,9%). En hostelería disminuyeron tanto los servicios de alojamiento, pero aumentaron de comidas y bebidas. Dentro de otras actividades turísticas, las agencias de viajes experimentaron un incremento del 13,1% del 1º trimestre del año anterior.

El empleo turístico en julio asciende a 2,98 millones de afiliados, un 2,9% más que en 2024

En línea con el crecimiento alcanzado en el segundo trimestre de 2025, el empleo turístico sigue creciendo a buen ritmo, [según datos de Turespaña](#).

Así, las afiliaciones en este sector en julio ascienden a 2,98 millones, un incremento del 2,9% respecto al mismo periodo del año anterior. En julio, los afiliados vinculados a actividades turísticas aumentaron en términos absolutos en 82.821 trabajadores. En relación con el mercado laboral del conjunto del país, que para este mes creció un 2,3% interanual, el empleo turístico supone el 13,8% del total de afiliados. En agencias de viajes se registró un incremento de 1.014 trabajadores, tendencia al alza que se dio también en el resto de ramas turísticas.

En hostelería se registra un notable aumento de 40.157 afiliados (16.708 en los servicios de alojamiento y 23.449 en los servicios de comidas y bebidas) mientras que en otras actividades turísticas el aumento fue de 41.650 trabajadores.



de interés



EGATUR JULIO 2025

El gasto total de los turistas internacionales aumenta un 6,1% y alcanza los 16.452 millones de euros

Según la última [Encuesta de Gasto Turístico \(EGATUR\)](#), publicada con fecha del 1 de septiembre, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en enero alcanzó los 16.452 millones de euros, con un aumento del 6,1% respecto al mismo mes de 2024.

El gasto medio por turista fue de 1.493 euros, con un incremento anual del 4,4%. Por su parte, el gasto medio diario creció un 6,9%, hasta los 210 euros.

Durante los siete primeros meses de 2025 el gasto total de los turistas internacionales aumentó un 7,2% y alcanzó los 76.074 millones de euros.

El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico subió un 7,7% en tasa anual. El de los que contrataron paquete turístico aumentó un 1,3%.



Los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto en julio fueron Reino Unido (con el 17,6% del total), Alemania (9,6%) y Francia (8,9%). El gasto de los turistas residentes en Reino Unido aumentó un 1,9% en tasa anual, mientras que el de los de Alemania disminuyó un 5,3% y el de los de Francia un 2,1%. En los siete primeros meses de 2025 Reino Unido fue el país con mayor gasto acumulado (17,6% del total). Le siguieron Alemania (11,7%) y Francia (8,1%).

► **FRONTUR** JULIO 2025 • DATOS PROVISIONALES

España recibió 11,0 millones de turistas, un 1,6% más que en el mismo mes de 2024

- En los siete primeros meses de 2025 el número de turistas ha aumentado un 4,1% y superan ya los 55,5 millones.
- Con paquete turístico llegaron más de 2,8 millones, un 0,4% menos que en el año 2024

España recibió en julio un total de 11,0 millones de turistas, cifra que supone un aumento del 1,6% con respecto al mismo mes de 2024, según los últimos datos oficiales dados a conocer el 2 de abril por la [Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras \(FRONTUR\)](#).

Reino Unido fue el principal país de residencia, con casi 2,1 millones de turistas y un aumento del 0,7% respecto a julio de 2024. De Francia llegaron 1,6 millones (un 3,1% menos) y de Alemania 1,2 millones (un 4,8% menos).

La duración de la estancia mayoritaria entre los turistas fue de cuatro a siete noches, con casi 5,3 millones y un aumento anual del 1,7%. El número de visitantes se incrementó un 2,4% entre los que no pernoctan (excursionistas), mientras que descendió un 3,5% entre los turistas con mayor duración (más de 15 noches).

Más de 8,2 millones de turistas viajaron sin paquete turístico en julio, un 2,3% más. Con paquete turístico llegaron más de 2,8 millones, un 0,4% menos.

Illes Balears fue el primer destino principal de los turistas en julio, con el 23,3% del total. Le siguieron Cataluña (21,3%) y Andalucía (14,0%). A Illes Balears llegaron un 1,0% más de turistas que en julio de 2024. El número de turistas que visitaron Cataluña disminuyó un 1,2%, mientras que a Andalucía vinieron un 5,5% más.

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

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



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



Más información en
www.orbisweb.es



Producto sujeto a las subvenciones de Kit Digital para Pymes

