

Nuevos cursos formativos, con cerca de 2.000 horas de contenido especializado

pág. 9

Madrid acogerá el 22 de octubre el VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo

- La nueva convocatoria ofrecerá una visión acerca de las perspectivas de futuro de las agencias, un análisis del liderazgo de la mujer y el protagonismo creciente de la sostenibilidad en los destinos
- La calidad, la seguridad y las garantías de las agencias de viajes, junto al reto de la formación y el empleo, serán igualmente objeto de debate en este Foro
- El evento cuenta con el apoyo de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y la colaboración de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV)

📄 Páginas 2-6



REUNIÓN DE TRABAJO DEL CONSEJO DE DIRECCIÓN DE UNAV PARA AVANZAR EN EL PLAN DE ACCIÓN ASOCIATIVO

Dentro de su calendario de sesiones anuales, el Consejo de Dirección de UNAV —órgano rector de la entidad que representa a los diferentes sectores de actividad de las agencias de viajes que aglutina— mantuvo hace unos días una reunión de trabajo para analizar la gestión llevada a cabo por nuestra organización en los últimos meses, y avanzar el plan acción para el resto de 2025, dentro de las líneas estratégicas diseñadas por nuestra asociación en su programa UNAV Future. **MÁS INFO > [Página 9](#)**

La Directiva sobre Viajes Combinados sigue generando preocupación en el sector de las agencias de viajes

En un escrito a sus asociados, que también fue remitido a los medios de comunicación, UNAV reafirma su preocupación con la redacción actual de la [revisión de la Directiva de Viajes Combinados](#), en concreto en el apartado referido al cambio en la definición de viaje combinado.

A juicio de la responsable legal de UNAV, M^a Dolores Serrano, esta modificación en la definición de viaje combinado, tal y como está ahora, "puede resultar muy perjudicial para las agencias", según advierte. También rechaza la postura que deja en manos de los Estados Miembros la decisión sobre la limitación de los depósitos

📄 Página 11

El marketplace hotelero WebBeds se incorpora a UNAV como miembro adherido a la asociación

WebBeds es un 'marketplace' online global para la industria de los viajes, que conecta de forma directa a hoteles y proveedores de servicios turísticos con una amplia red de compradores en todo el mundo.

WebBeds reúne a más de 1.900 profesionales en más de 120 ciudades y 50 países, trabajando con un mismo propósito: ofrecer valor, variedad, conocimiento experto y un servicio del más alto nivel.

📄 Página 13



VI FORO UNAV PARA EL FUTURO DEL TURISMO

FORMACIÓN Y EMPLEO

22 DE OCTUBRE | 09:00 AM

actividad asociativa

► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

Madrid acogerá el 22 de octubre el VI Foro Turístico UNAV

■ El evento cuenta con el apoyo de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y la colaboración de FEMAV



Madrid acogerá el próximo día 22 de octubre el **VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo**, una de las convocatorias nacionales de referencia del calendario congresual del sector del turismo y los viajes.

El evento, organizado en colaboración con la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV), cuenta con el apoyo de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y tendrá lugar en un espacio emblemático como es la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid.

Esta nueva edición, que tiene como lema 'Formación y empleo: retos estratégicos para el futuro que viene', es la tercera que tiene lugar dentro del proyecto estratégico UNAV Future, que es la propuesta de esta organización a los retos que plantea la nueva realidad turística.

Un momento que está marcado por la digitalización, la sostenibilidad y la armonía entre el público visitante y los locales. Pero también por un nuevo tipo de cliente más tecnológico y exigente, que demanda información y atención en tiempo real en todas las etapas del viaje y que ha ganado una relevancia creciente y un mayor poder en el proceso de toma de decisiones.

Protagonismo especial para la formación y el empleo

El programa de trabajo abordará aspectos de interés para la comunidad turística y, de forma particular, para los agentes de viajes, con un protagonismo especial en esta ocasión para la formación y el empleo, la sostenibilidad de los destinos, el liderazgo femenino o la calidad y la seguridad. Y, por supuesto, el futuro de las agencias de viajes en el nuevo siglo.

Todo ello, como siempre, a cargo de un repertorio de ponentes de altura, conformado de nuevo por personalidades relevantes del ecosistema del turismo y los viajes, la empresa y el mundo académico.

Una cita de prestigio, que proyecta los territorios, en la que han participado 1.200 profesionales

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.

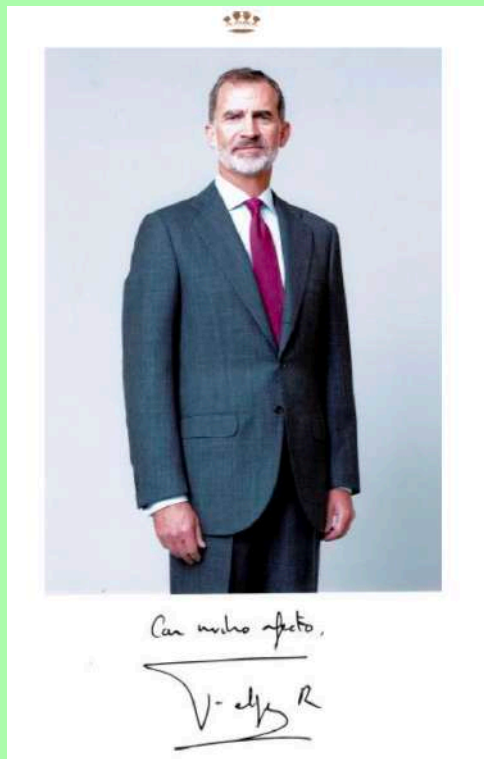
Las distintas ediciones han contado con un selecto grupo de marcas patrocinadoras, que entre sponsors y marcas colaboradoras rondan la treintena por convocatoria.

En la fotografía de la izquierda, una parte de los asistentes al V Foro UNAV, que tuvo lugar en Antequera.



actividad asociativa

SM el Rey Don Felipe, Presidente de Honor del V Foro Turístico UNAV



Según la credencial oficial remitida por el Jefe de la Casa de Su Majestad, el Rey Don Felipe VI presidirá el cuadro de honor del VI Foro UNAV, accediendo así a la petición cursada por nuestra entidad.

Felipe VI ya había aceptado esta representación en ediciones previas del Foro, aunque con anterioridad —desde el año 2010, siendo entonces Príncipe de Asturias— ya lo había hecho en etapas previas a este evento, bajo el formato de congreso.

En la carta dirigida a UNAV, Su Majestad confía en que la nueva convocatoria “constituya un éxito” y aprovecha la ocasión para transmitir un “cordial saludo” a sus participantes.

La aceptación de esta presidencia se corresponde con la tradicional implicación de esta institución con el turismo y con su movimiento asociativo, representado en este caso por UNAV, que es la entidad nacional decana de las agencias de viajes de España.

► VI FORO UNAV CUADRO DE HONOR

PRESIDENCIA DE HONOR • SU MAJESTAD EL REY DON FELIPE VI
CUADRO DE HONOR

LUIS MARTÍN IZQUIERDO • VICECONSEJERO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE DE LA COMUNIDAD DE MADRID

PRESIDENTE CONGRESO

JOSÉ LUIS MÉNDEZ ÁLVAREZ • PRESIDENTE DE UNAV

COMITÉ ORGANIZADOR

- JOSÉ LUIS MÉNDEZ • PRESIDENTE
- ANTONIO CAÑO • VICEPRESIDENTE 1º
- IVÁN MÉNDEZ • GERENCIA
- Mª DOLORES SERRANO • ASESORÍA JURÍDICA
- JOSE MARÍA PAREDES • PRENSA & COMUNICACIÓN

✉ SALUDA INSTITUCIONAL ► JOSÉ LUIS MÉNDEZ, PRESIDENTE DE UNAV

“Celebrar la VI edición del Foro UNAV para El Futuro del Turismo en la Comunidad de Madrid es un inmenso placer para nuestra asociación. Por varias razones.

La primera, porque es parte intrínseca de la historia del turismo en nuestro país, al ser el territorio el que se creó la primera asociación de agencias de viajes de ámbito estatal, es decir, el lugar en que constituyó nuestra entidad hace ya casi 48 años.

En segunda instancia porque en estos momentos es una de las áreas geográficas más pujantes en lo que a turismo se refiere, como lo acreditan sus cifras actuales, con más de 15 millones de turistas, entre visitantes nacionales y extranjeros, que en términos de PIB turístico aportaron el 11,8% del total nacional, equivalente a 21.779 millones de euros.

Y también, cómo no, por el apoyo que sus autoridades —representadas por la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid— están prestando a nuestro sector a través de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV), una entidad que, en reciprocidad, se vuelca siempre que tiene ocasión en proyectar sus muchos valores y atributos, entre los que destacan sus enclaves declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

De ahí la satisfacción que supone, por tanto, organizar en la capital de esta Región la nueva edición de nuestro evento de referencia, convertido ya en una de las convocatorias nacionales de referencia del calendario congresual del sector del turismo y los viajes”

✉ AGRADECIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), a través de su presidente, José Luis Méndez, desea dar las gracias a todos cuantos hacen posible este Foro, más allá del equipo y el Consejo de nuestra organización.

- A Su Majestad el Rey Don Felipe VI y a la Casa Real por aceptar la Presidencia de Honor del Foro y, en general, por el aliento que presta a nuestra organización desde el año 2010.
- A la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, por prestarnos su soporte, acogernos y volver a reafirmar su compromiso con las agencias de viajes.
- A la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid, en particular a su rectora, por su inestimable cooperación.
- Y, por supuesto, a la treintena de marcas que, un año más, nos brindan su apoyo, entre patrocinadores, sponsors y empresas colaboradoras.

La imagen elegida en esta ocasión para servir de logotipo de la VI edición del Foro UNAV para El Futuro del Turismo contiene algunos de los elementos e hitos patrimoniales de la Región de Madrid y de su capital, como son, por ejemplo, la escultura del Oso y el Madroño, la estatua de Colón o la Catedral de la Almudena, conformando el ‘skyline’ más representativo de esta Comunidad. Esta identidad, como es habitual, ha sido creada por el departamento creativo de Pipeline.



VI Foro Turístico

unav

22 de octubre de 2025

actividad asociativa

► VI FORO UNAV AGENDA

Calidad y seguridad, liderazgo femenino, formación para el empleo, destinos sostenibles y el futuro que viene, ejes del programa de trabajo

09:30 - 10:00 H INAUGURACIÓN DEL VI FORO TURÍSTICO UNAV

- ➔ José Luis Méndez • Presidente de UNAV I Co-presidente de FEMAV
- ➔ Luis Martín Izquierdo • Viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid
- ➔ M^a Francisca Blasco López • Decana de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM

COORDINADOR & PRESENTADOR ■ Antonio Caño – VP Primero - UNAV

10:00 - 10:30 H CONFERENCIA INAUGURAL

INTERVIENE

- ➔ M^a Francisca Blasco López • Decana de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM

10:30 - 10:45 | Rafael Murillo Carqués • Chief Commercial Officer, Iberia Cards

10:45 - 11:15 | Pausa café

11:15 - 12:00 H LA FORMACIÓN COMO MOTOR DE OPORTUNIDADES

INTERVIENEN

- ➔ Laura Martínez Cerro • Directora de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid
- ➔ José Manuel Ponzoa • Director Máster Complutense Marketing Digital, UCM
- ➔ Jorge López Heras • Dir. Consultoría y Formación para el Empleo ILUNION Formación
- ➔ Eva García Cívico • Coordinadora de Negocio Cámara de Comercio de Madrid
- ➔ Susana Entrena • Jefa Área Calidad y Procedimientos Carrefour Viajes
- ➔ Sofía Basterra Moyúa • Directora de Comunicación de MSC Cruceros

MODERA ■ José Luis Nieto • Director de IDEGAT

12:00 - 12:45 H DESTINOS SOSTENIBLES: RETOS Y OPORTUNIDADES

INTERVIENEN

- ➔ José M^a Paredes Hurtado • CEO de Task One. Monitor de Destinos Sostenibles
- ➔ Antonio Linares Garce • Sales Director Spain, Portugal, North of Africa at Iberia
- ➔ Guillermo Turner • Director Ventas IRYO
- ➔ Christian Pauwels • Director General Ejecutivo en Movelia

MODERA ■ Cesar Gutiérrez Calvo • Co-presidente de FEMAV



12:45 - 13:30 H

MUJERES EN EL LIDERAZGO TURÍSTICO

INTERVIENEN

- ➔ Irene Alamán • Adjunta a dirección en Viajes Dominicana Tours - Grupo VDT
- ➔ Cristina de la Cruz Scopa, Account Manager Agencias- Renfe Viajeros
- ➔ Sofía Sanz Saiz Cintas • CEO en LVDS
- ➔ María José San Román • Chef-Estrella Michelin Alicante

MODERA

- ➔ Maite Añorga • Directora General corporativa en TDCS Travelport

13:30 - 14:15 H

CALIDAD, GARANTÍA Y SEGURIDAD EN AA.VV

INTERVIENEN

- ➔ Manuel Fernández López • VP ventas para Europa en BOTECH
- ➔ Ingrid Graells Paul • Dir.^a Comercial y MKT en Beroni. Presidenta del Tech Tourism Cluster
- ➔ Josep García • Director Travel Affinity, SME & Digital Solutions AON

MODERA

- ➔ M^a Dolores Serrano Castro • Responsable UNAV Legal I Especialista en derecho turístico en DEIUREM

Para terminar, previo al cierre, el programa incluye la lectura de conclusiones del Foro, a cargo de Fernando Sánchez Doctor, director general de Icarion-W2M, y entrega de reconocimientos.

► Facultad de Comercio y Turismo
Universidad Complutense de Madrid



VI FORO UNAV PARA EL FUTURO DEL TURISMO

PATROCINADORES, SPONSORS Y MARCAS COLABORADORAS

PATROCINADORES



SPONSORS



MARCAS COLABORADORAS



VI Foro Turístico
unav
22 de octubre de 2025

actividad asociativa

► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

La Comunidad de Madrid, uno de los principales destinos turísticos de España

- Registró más de 15 millones de turistas en el año 2024, entre visitantes nacionales y extranjeros
- En el primer trimestre de 2025 sigue siendo el principal emisor de turistas con 1.153.436 viajeros

La Comunidad de Madrid es uno de los principales destinos turísticos de España, con más de 15 millones de turistas en el año 2024, entre visitantes nacionales y extranjeros, que en términos de PIB turístico aportaron el 11,8% del total nacional, equivalente a 21.779M €.

Con estas cifras, el sector se ha consolidado como uno de los grandes motores de crecimiento, aportando un 8,6% del total al PIB regional, con más de 250.000 empleos vinculados a este ámbito (en torno al 13% del empleo turístico en España). El gasto medio por turista y viaje en esta Comunidad, por otra parte, es el más elevado de España, situándose en torno a los 1.800 euros.

En el primer trimestre de 2025, además, se han superado de nuevo los dos millones de visitantes extranjeros, con un crecimiento del 8,6% en comparación con 2024 y un desembolso total de 3.866 millones, un 13,8% más. En cuanto a los mercados nacionales, la Región sigue siendo el principal emisor de turistas con 1.153.436 viajeros (+14,3 % que en 2023), seguida de Cataluña, con 682.602 (-6,9 %) y Andalucía, con 620.838 (-1,8%).

En su balance más reciente, presentado por el Consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco Serrano, éste confirmó que “la Región es ya un referente y modelo de cohesión y distribución de los flujos de viajeros por todo el territorio, con la correspondiente dinamización que ello supone en la economía y el empleo locales”.



Un modelo de éxito, con una oferta amplia y diversa, basada en la calidad y en la cogobernanza

Según De Paco Serrano, las claves del del éxito del modelo turístico de la Comunidad de Madrid se basan en el fortalecimiento de la oferta, la apuesta por la calidad y la diversificación de los mercados.

A estos pilares se le une también otro elemento más implantado por el Gobierno de la Comunidad de Madrid, que ha sido la gestión compartida con los principales agentes y representantes de la industria turística madrileña, basada en la cogobernanza, que ha permitido que la Estrategia Turística 2023/26 esté ya ejecutada al 72%, con la involucración y participación de 2.500 empresarios y autónomos, 11 asociaciones y 29 productos promocionados.

Entre estas asociaciones se incluye la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV).

Una de las acciones de colaboración más importantes con el sector regional ha sido la creación de la Mesa de Expertos de Turismo de Madrid. Además, se ha aumentado la oferta de productos y se ha impulsado la distribución de los flujos turísticos.

En definitiva, esta Estrategia está permitiendo “consolidar una industria más equilibrada y competitiva con beneficios que llegan a toda la región y abierto a las nuevas tendencias de conocimiento estratégico, inteligencia artificial o conectividad, sin perder los valores culturales, tradicionales y diferenciadores que nos definen”, ha añadido De Paco Serrano.

En esta línea, se incluye el lanzamiento del nuevo portal de promoción (www.visitmadrid.es), que aloja el Observatorio Turístico de la Comunidad de Madrid.

La celebración del VI Foro UNAV tendrá lugar en uno de los espacios más emblemáticos y simbólicos del mundo académico de la Comunidad de Madrid, la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid (avenida de Islas Filipinas, 3). MÁS INFO

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
- 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
- TECH AND INVESTMENT S.L
- TOURMUNDIAL
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- TRAVELAB SPAIN
- TRAVELLING CONSULTANTS
- VERONIA TOURS, SL
- VIAJES CIBELES
- VIAJES LEONTUR
- ZAFIRO

UNAV / miembros adheridos

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

actividad asociativa



► UNAV FUTURE LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Reunión de trabajo del Consejo de Dirección de UNAV para avanzar en el plan de acción asociativo

- Se trató la evolución de la actividad en lo que llevamos de año, el desarrollo de los programas de formación y la situación de los aspectos legales que más preocupan

Dentro de su calendario de sesiones anuales, el Consejo de Dirección de UNAV —órgano rector de la entidad que representa a los diferentes sectores de actividad de las agencias de viajes que aglutina— mantuvo hace unos días una reunión de trabajo para analizar la gestión llevada a cabo por nuestra organización en los últimos meses, y avanzar el plan acción para el resto de 2025, dentro de las líneas estratégicas diseñadas por nuestra asociación en su programa UNAV Future.

De este modo, el orden del día trató, entre otros puntos, la evolución de la actividad de las agencias en lo que llevamos de año, el desarrollo de los programas de formación y los acuerdos en curso y el estado de la situación de los aspectos legales que más preocupan a nuestro sector, principalmente el tema del RD 933/2021 y la modificación de la Directiva de Viajes Combinados.

■ Foro UNAV para El Futuro del Turismo

Otro punto destacado del programa de trabajo de la sesión del Consejo fue la próxima celebración del Foro UNAV para El Futuro del Turismo, que este año tendrá lugar en Madrid el día 22 de octubre.

En este sentido, los consejeros de la entidad dieron luz verde a los contenidos propuestos (ver páginas anteriores), que de nuevo abordarán aspectos de interés para la comunidad turística, en particular para las agencias, y que en esta ocasión pondrá el foco en la formación y el empleo, como se ha dicho.

Nuevos cursos formativos, con cerca de 2.000 horas de contenido especializado

El plazo de inscripción de los nuevos programas formativos impulsados por UNAV en colaboración con ILUNION Formación para el mes de octubre siguen abiertos

En este caso se ofertan un total de 28 cursos, que suman en conjunto 1.948 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.

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 la 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

► PARLAMENTO EUROPEO PROTECCIÓN DE LOS VIAJEROS

La Directiva sobre Viajes Combinados sigue generando preocupación en el sector de las agencias de viajes

- A juicio de UNAV, la definición formulada por la Unión Europea, tal y como está ahora, puede resultar muy perjudicial para las agencias
- También rechaza la postura que deja en manos de los Estados Miembros la decisión sobre la limitación de los depósitos

UNAV ha hecho llegar a todos sus miembros asociados y adheridos su punto de vista y posicionamiento acerca de la revisión de la Directiva de Viajes Combinados, que fue debatida y aprobada hace unas semanas en el [Parlamento Europeo](#).

En el escrito a sus asociados, que también [fue remitido a los medios de comunicación](#), UNAV reafirma su preocupación con la redacción actual del apartado referido al cambio en la definición de viaje combinado.

A juicio de la responsable legal de UNAV, M^a Dolores Serrano, esta modificación en la definición de viaje combinado, tal y como está ahora, "puede resultar muy perjudicial para las agencias", según advierte.

Nuestra entidad también rechaza la postura propuesta, que deja en manos de los Estados Miembros la decisión sobre la limitación de los depósitos.

En cualquier, y a falta del desarrollo del procedimiento que se inicia a partir de ahora, UNAV no pierde la esperanza de que las peticiones de las agencias puedan ser todavía abordadas.



Registro de viajeros: 10 meses en el limbo jurídico, mientras crece la incertidumbre

La edición digital de [agenttravel.es](#) se ha vuelto a ocupar recientemente de uno de los temas que más preocupan a nuestro ámbito de trabajo, y en general al conjunto del sector.

Se trata del controvertido asunto del registro de viajeros, que 10 meses después de su entrada en vigor continúa en un "limbo jurídico", en palabras de nuestro presidente, José Luis Méndez, que solo ha aportado "desconfianza en los consumidores", "incertidumbre", "más burocracia, más costes y más rigidez", "mientras seguimos a la espera de que se publique la orden que desarrolle el decreto".

Y, en todo caso, dice Méndez, nuestro deseo es que la reclamación que siempre ha efectuado nuestra organización ("la exclusión de las agencias de viajes de esta normativa") se pueda alcanzar.

BARAJAS: FILTROS DE SEGURIDAD

UNAV se ha sumado a las exigencias planteadas por la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) y reclama la solución de las congestiones que se vienen registrando en los filtros de seguridad del Aeropuerto Madrid-Barajas.





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



636 641 691



jm.paredes@task-one.com



www.task-one.com

**UNAV EN FACEBOOK
únete**

actividad asociativa

► ORGANIZACIÓN NUEVOS ASOCIADOS

El marketplace hotelero WebBeds se incorpora a UNAV como miembro adherido a la asociación

- WebBeds aporta un valor único en contratación directa, reforzado por alianzas estratégicas con las principales cadenas hoteleras globales



La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y el mayorista WebBeds anuncian la integración de esta última marca a la asociación decana de las agencias en España, en calidad de miembro adherido.

Lanzada en 2013, WebBeds es un 'marketplace' online global para la industria de los viajes, que conecta de forma directa y eficaz a hoteles y proveedores de servicios turísticos con una amplia red de compradores en todo el mundo.

WebBeds reúne a más de 1.900 profesionales en más de 120 ciudades y 50 países, atendiendo en más de 50 idiomas, trabajando con un mismo propósito: ofrecer valor, variedad, conocimiento experto y un servicio del más alto nivel.

La compañía pone a disposición de la industria más de 500.000 hoteles y 21.000 experiencias y servicios terrestres en más de 38.000 destinos, distribuidos a través de una red global de 50.000 clientes en más de 140 mercados emisores.

Todo ello conforma un ecosistema altamente especializado que aporta eficiencia y crecimiento tanto a proveedores como a clientes. Según detalla la propia compañía, "los partners de WebBeds cuentan con el apoyo de una presencia verdaderamente global, centrada en garantizar que WebBeds ofrezca valor, opciones, experiencia y un nivel de servicio inigualable".

Un modelo que garantiza a sus clientes una oferta competitiva, diversa y de calidad en los principales destinos del mundo

Especialistas en producto urbano y 'leisure' en los principales destinos turísticos del mundo, WebBeds aporta un valor único en contratación directa, reforzado por alianzas estratégicas con las principales cadenas hoteleras globales, lo que garantiza a sus clientes una oferta competitiva, diversa y de calidad.

A través del WebBeds Global Marketplace, proveedores y compradores se conectan de manera ágil y segura para comercializar y adquirir contenido turístico.

Este ecosistema está impulsado por un equipo internacional de expertos en Tecnología, Contratación, Ventas, Operaciones, Finanzas y Marketing, todos enfocados en potenciar la experiencia y el crecimiento de cada socio.

WebBeds es la marca B2B de viajes de Web Travel Group, una organización digital de alcance global que cotiza en la Bolsa de Valores de Australia (ASX: WEB).

Para obtener más información sobre esta compañía puedes visitar www.webbeds.com



actividad asociativa

W2M y Live Nation España firman una alianza estratégica para promover el turismo musical

World2Meet (W2M) ha anunciado una [alianza con Live Nation España](#) con el objetivo de reforzar su oferta en turismo musical.

Los paquetes de viajes estarán próximamente disponibles a través de los canales habituales de la red de agencias Azulmarino, en un web específica y en el apartado "Viajes" de la página oficial Live Nation. Estos paquetes podrán adquirirse desde el inicio de la preventa de Live Nation.

Desde 2022, W2M se ha ido incorporando de forma progresiva en el territorio musical, a través de las marcas Flowo, Newblue y Azulmarino. Por tanto, ha participado en algunos de los principales festivales nacionales, como Mad Cool, Primavera Sound, Bilbao BBK Live, Pirineos Sur o Kalorama Madrid.

"Este acuerdo representa un paso decisivo en nuestra estrategia, permitiéndonos consolidar el turismo musical como un eje diferencial dentro de la propuesta de valor de World2Meet", ha resaltado su CEO, Gabriel Subías.

PANGEA ANUNCIA LA APERTURA DE 70 TIENDAS EN ESPAÑA

Pangea The Travel Store, miembro de UNAV desde 2020, ha puesto en marcha un [ambicioso plan de expansión](#) que incluye la apertura de 70 tiendas en España y la contratación de más de 200 agentes/asesores. La compañía ha abierto ya 16 nuevos locales, espera alcanzar los 90 puntos de venta en 2029, y ha comenzado su [expansión internacional](#) en México.

► UNIVERSO UNAV

✉ SERVIVUELO: EL CONTENIDO INTERNACIONAL, CLAVE PARA EL FUTURO



En una entrevista en AGENTTRAVEL, Elver Villamizar, director de Ventas y Operaciones de Servivuelo, analiza la nueva etapa de la compañía tras la salida de Jorge Zamora y la integración de la firma en el Grupo Aerticket.

Según Villamizar, esta operación ha superado las expectativas iniciales gracias a las sinergias obtenidas en este proceso. El responsable de Operaciones afirma también en esta entrevista que "el contenido internacional será la clave para el futuro".

En este sentido explica también que el futuro de [Servivuelo](#) en esta nueva etapa estará marcada por la innovación tecnológica, la reorganización interna y, como se ha dicho, por la apertura a mercados internacionales. Detalla asimismo las innovaciones previstas, las ventajas competitivas de su marca y proyectos previstos de cara a un futuro a corto-medio plazo. [MÁS INFO](#) ►

✉ CDV INAUGURA SUS NUEVAS OFICINAS EN EL CENTRO DE ALICANTE



CDV, empresa de base tecnológica enfocada al turismo y miembro adherido a nuestra organización, presentó hace unos días las instalaciones de su [nueva sede](#) en Alicante, en un acto al que sumaron proveedores, empleados y representantes del movimiento asociativo sectorial, entre ellos a UNAV.

Según sus responsables, la apertura marca una nueva etapa en el desarrollo de la compañía, que combina crecimiento económico con un modelo centrado en las personas. "Esto va más allá de unas oficinas nuevas, es el reflejo del crecimiento presente y futuro de CDV y de nuestra forma de entender la sostenibilidad, que es cuidar de las personas" recalcó Javier Beas, su director. Con la apertura de las oficinas en Luceros, la compañía busca afianzar su papel como actor relevante en la distribución turística a nivel nacional, reforzando su sede tecnológica y de atención a clientes desde Alicante, mientras avanza en su plan estratégico de crecimiento y diversificación.

✉ CENTRAL DE VACACIONES: LAS CONTRATACIONES ONLINE SE INCREMENTARÁN UN 8%



Según la firma asociada [centraldevacaciones.com](#), las contrataciones en el canal online se incrementarán un 8% en el arranque de la temporada media, que dio comienzo en octubre, mes que según algunos [medios especializados](#), incluidos el suplemento del viajes de [The New York Times](#), es un periodo en alza.

A este respecto hay que decir que el décimo mes del año es una época que cuenta con un público fiel y muy estable, que ObservaTUR cifra en su histórico en torno al 2% de los españoles.

Las razones que llevan a los viajeros a elegir este tiempo son variadas, en opinión de Christian Lucas, CEO de [centraldevacaciones.com](#): "En el caso de los destinos internacionales, los motivos de la elección de uno u otro son el clima, el precio y el deseo de conocer ese destino concreto. Para los nacionales, en cambio, prima sobre todo el precio, el clima y el interés particular de conocer los lugares seleccionados".

CANAL
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

► REVISTA DE PRENSA

EUROPA PRESS > Beroni y Civitatis firman un acuerdo de colaboración ►►

GACETA DEL TURISMO > Pipeline Software integra WebBeds en su plataforma Orbis Hoteles ►►

AGENTTRAVEL > Quadrant ofrece a las agencias el poder tecnológico que necesitan ►►

actividad asociativa

► DÍA MUNDIAL DEL TURISMO OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS

Formación, calidad, digitalización y sostenibilidad, claves del turismo de que viene, según UNAV

- Iván Méndez, gerente de nuestra entidad, analiza la situación actual del turismo en España y fija las prioridades que se han de abordar para consolidar nuestro liderazgo



Nuestro gerente analizó también para el programa 'En clave de turismo', de Radio Nacional de España, la situación actual del turismo en España, explicando, entre otros asuntos, la importancia creciente de las agencias de viajes en este nuevo tiempo, así como el rol que desempeñan en la promoción de productos, servicios y destinos, y en su relevancia a la hora de desestacionalizar los tiempos vacacionales. Puedes escuchar el audio a través del enlace [AQUÍ](#).

Con motivo del Día Internacional del Turismo, conmemorado hace unas semanas, UNAV participó en un reportaje publicado por AGENTTRAVEL, titulado "[España, líder mundial en turismo: oportunidades y desafíos del sector en 2025](#)", en el que también tenían presencia otras entidades sectoriales.

En este artículo, nuestro gerente, Iván Méndez, ofrecía una valoración sobre la situación actual del turismo en España, las prioridades que se han de abordar de manera urgente y las medidas que serían necesarias e imprescindibles para reforzar la competitividad del destino España frente a otros mercados internacionales.

En primer término, además de incidir en los buenos resultados que vive el turismo en España ("aunque el sector no puede relajarse"), Méndez subrayó como prioridad la necesidad de "atajar los focos de desencuentro entre locales y visitantes por las sobrecargas turísticas" y avanzar en la desestacionalización y diversificación. A su juicio, el turismo es "una gran fuente de riqueza y fuerza motora de la economía, además de agente de cambio positivo con enorme potencial transformador".

Consideraba que también es "urgente continuar con las inversiones en infraestructuras, equipamientos y servicios", así como impulsar campañas de sensibilización que pongan en valor la actividad turística. En su opinión, la formación, la calidad, la digitalización y la sostenibilidad "deben formar parte de la agenda del turismo de los tiempos que vienen".

Avanzar en las inversiones en equipamientos y fortalecer la marca España

En la información publicada por [AGENTTRAVEL](#), el gerente de UNAV alertaba también de las amenazas que pueden comprometer el futuro del sector, como la necesidad de "reforzar nuestro atractivo para captar nuevo talento", "poner en orden el tema de las viviendas turísticas" o "frenar el alza continuada de los precios". Reclamaba en esta publicación, además, la necesidad de "clarificar de una vez por todas el marco legal que fija el RD 933/2021".

Nuestro gerente insistía asimismo en la importancia de "dar continuidad a la política de inversiones en equipamientos y servicios" y de fortalecer la marca país. En su opinión, España debe "vender nuestra mejor cara, nuestros productos y atractivos" y "mostrar la diversidad de destinos que contiene", evitando al mismo tiempo "proyectar imágenes de conflicto y desencuentro, que siempre son rentabilizadas en otros contextos".

Para terminar, el representante de UNAV defendía una gestión de los flujos turísticos basada en la tecnología, la desestacionalización y la diversificación, con nuevos polos de atracción que permitan crecer sin complejos: "Alcanzar la cifra de los 100 millones de turistas no debe obsesionarnos, pero tampoco debemos renegar de ella", concluía este medio, recogiendo las palabras de Méndez.



de interés

Estudio sobre el viajero corporativo y sus retos tecnológicos

La facilidad a la hora de reservar es para los viajeros, con diferencia, el principal reto que tienen por delante las agencias con sus clientes en la gestión de los viajes corporativos, según explican a Beroni y a ObservaTUR los profesionales de este segmento, en la [primera consulta](#) de este instrumento de análisis para conocer el comportamiento de los 'business travelers'.

Tras la sencillez en la usabilidad, los entrevistados opinan que la integración con el resto de las herramientas internas de gestión sería el segundo factor más determinante, en particular con aquellas que permiten automatizar las funciones clave de todos los departamentos en una única plataforma centralizada (finanzas, recursos humanos, producción, ventas, cadena de suministro...).

Las políticas de viaje de las compañías y el control de los gastos serían, a continuación, los elementos que más tendrían en cuenta los viajeros corporativos en sus pautas diarias de trabajo.

Irrumpen con fuerza en los hábitos del nicho corporativo las nuevas modalidades de trabajo, principalmente los viajes híbridos (también conocidos como 'bleisure') y el teletrabajo, fórmula que ya emplea en nuestro país el 15% de la población ocupada.

Otro reto tecnológico muy referido por los viajeros de negocios en sus nuevas pautas de actuación sería el del 'reporting', o lo que es lo mismo dar respuesta en tiempo real al proceso de recopilar, analizar y presentar datos de una organización de manera estructurada y comprensible.

► OBSERVATUR NUEVOS HÁBITOS VIAJEROS

10 tendencias (y más) que han caracterizado el verano 2025

- El deseo de viajar se ha impuesto de nuevo y ha resultado ser el agente dinamizador más sobresaliente que mueve la industria



Apenas unas horas después de concluido el verano 2025, es momento de hacer balance y tratar de sacar conclusiones de la campaña vacacional recién completada.

Campaña que a pesar de haber cosechado buenos datos ha atemperado ligeramente su progresión, en comparación con las elevadas tasas de crecimiento que se habían alcanzado en los últimos años. Pero es tiempo asimismo de señalar las tendencias que han caracterizado el periodo que acaba de finalizar.

Y eso es, precisamente, lo que han hecho los patronos de ObservaTUR, entre ellos UNAV, que han identificado nuevas orientaciones en los hábitos de comportamiento del emisor nacional, que han reunido y sistematizado en un decálogo en el que sobresalen algunos aspectos.

Como que el deseo de viajar se ha impuesto de nuevo y ha resultado ser el dinamizador más sobresaliente que mueve la industria. O que los precios —su alza generalizada— han marcado las vacaciones de los españoles.

Pero ese repertorio contiene asimismo otros puntos, que advierten, por ejemplo, señales de ruptura de la estacionalidad y avances en la diversificación, la proyección de nuevos destinos (mayormente los llamados 'coolcations', es decir, los destinos con climas más frescos para hacer frente al calor asfixiante de este verano) o el auge de la hiperpersonalización de los viajes, que gana enteros, gracias al creciente uso de la IA en la planificación de las vacaciones.

MÁS DETALLES EN LA [SALA DE PRENSA DE OBSERVATUR](#)



de interés

► TURESPAÑA DATOS DE AFILIACIÓN TURÍSTICA

El empleo turístico crece un 2,6% en agosto y supera los 2,98 millones de afiliados

- En las agencias de viajes se registra un incremento de 1.153 trabajadores



El empleo turístico sigue creciendo. Las afiliaciones en este sector en agosto —últimos datos publicados por [Turespaña](#)— ascienden a 2.986.803, un incremento del 2,6% respecto al mismo periodo del año anterior. En relación con el mercado laboral del conjunto del país el empleo turístico supone el 13,8% del total de afiliados.

En el octavo mes del año, los afiliados vinculados a actividades turísticas aumentaron en términos absolutos en 75.855 trabajadores. En agosto, la variación de los afiliados ha sido positiva en todas las ramas turísticas.

Así, en hostelería se registra un notable aumento de 37.475 afiliados (15.812 en los servicios de alojamiento y 21.663 en los servicios de comidas y bebidas) mientras que en agencias de viajes se registra un incremento de 1.153 trabajadores. En las otras actividades turísticas el aumento fue de 37.227 trabajadores.

Por ramas de actividad, el empleo asalariado se incrementó tanto en agencias de viajes y operadores turísticos (1%) como en hostelería (2,3%), y dentro de ésta, aumentó un 3,3% en los servicios de alojamiento y un 1,9 % en los servicios de comidas y bebidas.

El empleo autónomo en turismo, que representa el 17,2% del total de trabajadores afiliados, se incrementó en un 0,8%. En la actividad de hostelería se aprecia un ligero incremento del 0,2 %, y en las agencias de viajes se observa un incremento interanual del 3,1 % en el número de autónomos.

En hostelería y agencias de viajes/operadores turísticos conjuntamente, sectores que representan el 69,2 % del total de afiliados en alta laboral a la Seguridad Social en turismo, los afiliados aumentaron en el octavo mes del año un 1,9% en tasa interanual.

El turismo internacional aumenta un 5% en el 1^{er} semestre a pesar de los retos mundiales

Según [ONU Turismo](#), entre enero y junio de 2025, casi 690 millones de turistas realizaron viajes internacionales, aproximadamente 33 millones más que en el mismo periodo de 2024, aunque los resultados variaron entre las diferentes regiones y subregiones.

Europa, por ejemplo, acogió a casi 340 millones de turistas internacionales el primer semestre, aproximadamente un 4% más que en 2024.

Algunas de las tasas de crecimiento más altas entre los destinos importantes en el periodo de referencia fueron registradas por el Japón y Vietnam (+21%), la República de Corea (+15%), Marruecos (+19%), México y los Países Bajos (+7%). Malasia e Indonesia mostraron un alza del 9%, y Hong Kong (China) del 7%, aunque las llegadas en estos destinos se mantuvieron ligeramente por debajo de los niveles de 2019.

Los principales destinos del mundo, Francia (+5% hasta mayo) y España (+5%), también mostraron un sólido crecimiento en términos de llegadas en este periodo.

Los datos mensuales sobre los ingresos por turismo internacional muestran ingresos sólidos hasta junio de 2025 en importantes destinos, como el Japón (+18%), el Reino Unido (+13% hasta marzo), Francia (+9%), España (+8%) y Turquía (+8%).

El Grupo de Expertos en Turismo y el Índice de Confianza de ONU Turismo indican asimismo que los elevados costos de transporte y alojamiento, así como otros factores económicos, son los dos retos principales que afectan el turismo internacional en 2025. La incertidumbre debida a las tensiones económicas y geopolíticas también merman la confianza en los viajes.

A pesar de la incertidumbre mundial, se prevé que la demanda de viajes siga siendo resiliente el resto del año. Las previsiones de enero de ONU Turismo de un crecimiento del 3% al 5% de las llegadas internacionales para 2025 no se han modificado.

de interés

El número de turistas alcanza su cifra más alta y roza los 66,8 millones

En los ocho primeros meses de 2025 el número de turistas que visitaron España aumentó un 3,9% y rozó los 66,8 millones. Es la [cifra más elevada de la serie Frontur](#) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Los principales países emisores en este periodo fueron Reino Unido (con cerca de 13,2 millones y un aumento del 4,3%), Francia (con casi 9,2 millones y un incremento del 0,1%) y Alemania (con más de 8,2 millones, un 2,0% más).

En el acumulado del año, las comunidades que más turistas recibieron fueron Cataluña (13,8 millones y un aumento del 0,2% respecto al mismo período de 2024), Illes Balears (11,5 millones y un incremento del 3,3%) y Canarias (10,3 millones, un 4,5% más).

En el mes de agosto, España recibió 11,3 millones de turistas internacionales, un 2,9% más que en el mismo mes de 2024. Con paquete turístico llegaron más de 2,8 millones, un 2,5% más.

■ 92.463 millones € de gasto acumulado

Por otra parte, durante los ocho primeros meses de 2025 el gasto total de los turistas internacionales aumentó un 7,1% y alcanzó los 92.463 millones de euros, según [EGATUR](#).

De esa cifra, los turistas internacionales que visitaron España en el mes de agosto desembolsaron 16.390 M de euros, un 6,7%. El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico subió un 8,2% en tasa anual. El de los que contrataron paquete turístico aumentó un 2,4%.

En los ocho primeros meses de 2025 Reino Unido fue el país con mayor gasto acumulado (17,9% del total). Le siguieron Alemania (11,6%) y Francia (9,1%).



► ETR/FAMILITUR AÑO SEGUNDO TRIMESTRE 2025

Los residentes en España realizaron 46,4 millones de viajes en el 2º trimestre

- Los viajes cuyo destino principal fue el territorio nacional aumentaron un 1,9% y los realizados al extranjero un 11,8%

En el segundo trimestre 2025, los residentes en España efectuaron 46,4 millones de viajes, un 2,9% más que en el mismo periodo de 2024. Los viajes cuyo destino principal fue el territorio nacional aumentaron un 1,9% y los realizados al extranjero un 11,8%.

Los viajes de ocio, recreo y vacaciones se incrementaron un 4,9% en el segundo trimestre y las visitas a familiares o amigos un 6,7%. Los viajes por negocios y otros motivos profesionales, mientras tanto, disminuyeron un 9,0% y los hechos por otros motivos un 11,4%.

Por tipo de alojamiento, los viajes con destino interno en los que los residentes acudieron a viviendas de familiares o amigos se elevaron un 9,9%. En los viajes al extranjero, el alojamiento en hoteles creció un 2,1%.

Las principales CC.AA de destino de los viajes de los residentes en el segundo trimestre fueron Andalucía (16,9% del total), Cataluña (14,7%) y Comunidad Valenciana (10,3%).

En cuanto al origen, los viajes realizados por los residentes en Cataluña supusieron el 19,0% del total. Por detrás se situaron Comunidad de Madrid (17,9%) y Andalucía (14,5%). Considerando el efecto del tamaño de cada comunidad, los más viajeros fueron los residentes en Comunidad de Madrid (1.132 viajes por cada 1.000 habitantes), País Vasco (1.098) y La Rioja (1.085).

El gasto total de los viajes del segundo trimestre fue de 15.202,3 millones de euros, con un aumento del 9,7% respecto al mismo periodo de 2024. En los viajes con destino nacional el gasto total subió un 7,5% y en los realizados al extranjero un 14,3%.

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



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

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

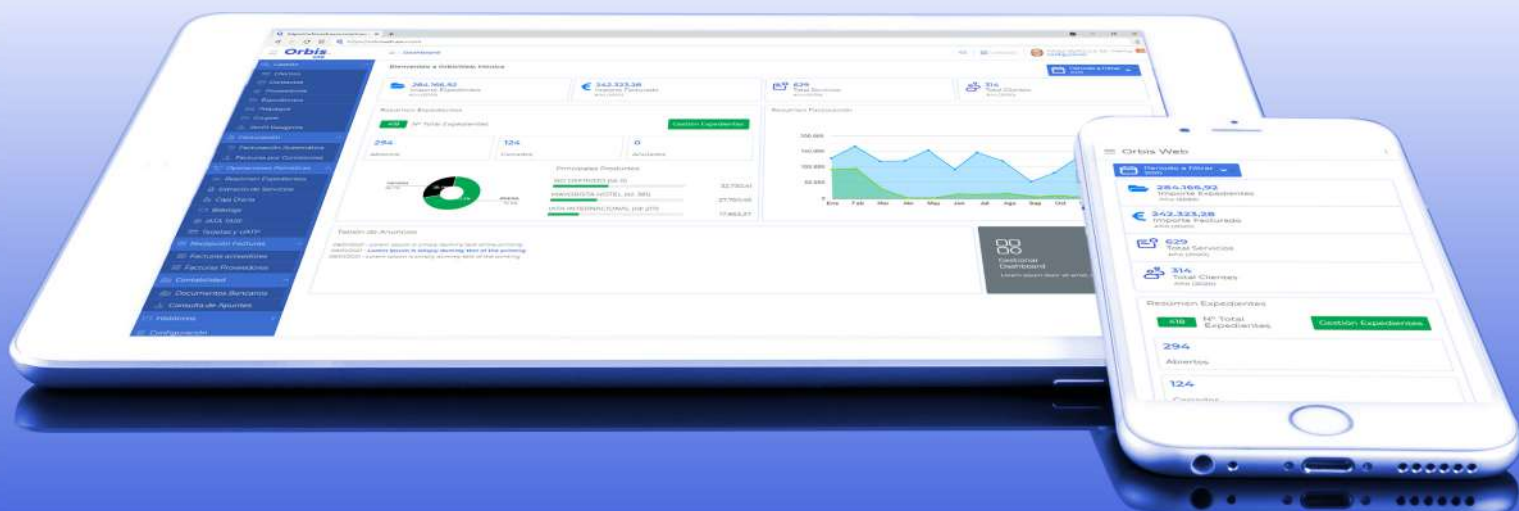
✉ comercial@pipeline.es



Más información en
www.orbisweb.es

 **KIT**
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Producto sujeto a las
subvenciones de Kit
Digital para Pymes



Pipeline.
software