



Éxito del Foro UNAV para El Futuro del Turismo

- El presidente de UNAV pone de relieve el papel de las agencias de viajes y subraya la importancia del asociacionismo para hacer frente a los nuevos desafíos y retos que encara nuestro sector

Las agencias de viajes siguen siendo un pilar esencial del turismo, fundamentales además en el éxito de los destinos. Esa sería, en esencia, la conclusión más sobresaliente del VI Foro UNAV, celebrado en Madrid el 22 de octubre, que ha cosechado un gran éxito, con cerca de 250 invitados a lo largo de la jornada. En el encuentro se ha subrayado la importancia del asociacionismo para hacer frente a los retos de futuro que afrontan los profesionales de este canal. Desafíos que no sólo pasan por encarar a las cuestiones regulatorias y económicas, sino también por los aspectos formativos, digitales y de sostenibilidad. Y todo ello sin perder de vista una amenaza creciente: el cibercrimen. Desde estas páginas, UNAV quiere agradecer a todos cuantos han hecho posible esta convocatoria, pues el resultado logrado ha colmado las expectativas que inicialmente se había marcado esta entidad. A todo ellos, gracias.

UNAV avanza en la creación de un sello de confianza para prevenir fraudes y malas prácticas profesionales

Según se anunció en la mesa de trabajo "Calidad, garantía y seguridad en las agencias de viajes", UNAV está trabajando, de forma coordinada desde distintas vertientes, en la creación de un sello de confianza para prevenir las malas prácticas profesionales, de manera que pueda identificarse desde los primeros momentos cualquier intento de fraude o engaño. / PÁGINA 11

UNAV e ILUNION ofertan 1.623 horas de formación especializada para agencias en el mes de noviembre

El plazo de inscripción de los nuevos programas formativos impulsados por UNAV en colaboración con ILUNION Formación para el mes noviembre siguen abiertos. En este caso se ofertan un total de 24 cursos, que suman en conjunto 1.623 horas formativas total, que van desde las 18 horas hasta las 200 del curso de IA aplicada al marketing digital. / PÁGINA 14

2035: cómo serán las vacaciones de los españoles en el futuro





VI Foro Turístico

UNAV

22 de octubre de 2025



VI FORO TURÍSTICO UNAV

MADRID, 22 DE OCTUBRE 2025

UNAV
unión de agencias de viajes

FEMAV
FEDERACIÓN MADRILEÑA
DE AGENCIAS DE VIAJES



**Comunidad
de Madrid**



actividad asociativa



► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

Las agencias de viajes, eslabón fundamental en la industria del turismo y claves en el éxito de los destinos

Cerca de 250 invitados participaron el pasado día 22 en el VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo, celebrado en Madrid, en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense (UCM).

La sexta convocatoria congresual de la Unión Nacional de Agencias de Viajes es la tercera que tiene lugar dentro del proyecto estratégico UNAV Future, y tuvo como lema en esta ocasión 'Formación y empleo: retos estratégicos para el futuro que viene'.

Los ejes de la agenda de contenidos de esta nueva edición, organizada en colaboración con la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV), fueron la calidad y la seguridad, el liderazgo femenino, la formación para el empleo, los destinos sostenibles y el futuro que viene, que se encamina también, según la organización, hacia un modelo basado en la tecnología y la sostenibilidad.

El plantel de ponentes de las sesiones —el 40 por ciento mujeres— incluyó personalidades diversas del ecosistema del turismo y los viajes, la política, el mundo académico y la restauración, con la presencia de María José San Román, una estrella Michelin, del Monastrell de Alicante.

VI FORO UNAV-MADRID 2025 ■ [VER GALERÍA DE IMÁGENES AQUÍ](#)

El papel del asociacionismo para hacer frente a los gigantes tecnológicos y a los desafíos regulatorios

En las palabras de bienvenida a los asistentes al VI Foro UNAV, el presidente de la asociación, José Luis Méndez, manifestó su felicidad por celebrar este acto en Madrid, el lugar de creación de esta entidad hace 48 años, un tiempo en el que la defensa de las agencias ha sido una constante. Y no siempre ha sido fácil, dijo. Pero las agencias y sus profesionales —aseguró— han sabido adaptarse a cada situación, a pesar de los cantos agoreros. De ahí la importancia del compromiso de las organizaciones sectoriales, porque el asociacionismo —indicó— es la herramienta que permite a las pequeñas y medianas agencias mantener su competitividad frente a los gigantes tecnológicos y afrontar los desafíos regulatorios y económicos del sector turístico moderno.

El viceconsejero de Cultura, Turismo y Deportes, Luis Martín Izquierdo, por su parte, subrayó el papel de las agencias de viajes en el éxito de los destinos, dado que son —dijo— un eslabón clave de la cadena de valor de la industria del turismo.

Papel que ha resultado fundamental, según apuntó, en el éxito de la Región de Madrid, gracias a su capacidad de prescripción, que ha sido determinante —afirmó— en el reposicionamiento de la Comunidad en los mercados, liderando la captación de inversiones en el sector turístico y alcanzando cifras récord en indicadores clave.

En este sentido, referir de nuevo la recomendación de UNAV a sus asociados de seguir prescribiendo el destino Madrid, por la diversidad de su territorio y el sinfín de atributos que contiene, amén de todos sus recursos, servicios e infraestructuras.

José Luis Méndez, presidente de UNAV y co-presidente de FEMAV: “El Foro Turístico se consolida año tras año como un punto de encuentro fundamental para la comunidad académica y el sector profesional. Nuestro objetivo es crear un espacio abierto de debate y reflexión sobre los retos y oportunidades que definen el futuro de la industria turística, reuniendo a expertos, líderes de opinión y estudiantes”.

El Foro UNAV ha contado con el patrocinio de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, además de cerca de una treintena de firmas, entre sponsors y marcas colaboradoras.

PATROCINADORES



SPONSORS



MARCAS COLABORADORAS



actividad asociativa



MESA 1 • LA FORMACIÓN COMO MOTOR DE OPORTUNIDADES LABORALES

Laura Martínez Cerro • Directora de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid ■ **José Manuel Ponzoa** • Director Máster Marketing Digital (UCM) ■ **Juan José Ramírez Romero**, Responsable de Proyectos de Formación continua de ILUNION Formación ■ **Vicente Lorente** • Gerente de Madrid Hospitality School Escuela Hostelería y Turismo-Cámara de Comercio de Madrid ■ **Susana Entrena** • Jefa Área Calidad y Procedimientos Carrefour Viajes // **MODERADOR** • **José Luis Nieto** • Director de IDEGAT (Instituto para el desarrollo de la Gastronomía y el Turismo)

► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

El atractivo de la profesión pasa por la creación de itinerarios profesionales claros y reconocidos económicamente

- UNAV participa en la creación del primer master de agencias de viajes y operadores turísticos en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid

Tomando como punto de partida los [datos presentados por el Consejo Mundial del Turismo \(WTTC\)](#), que estima que en la próxima década esta industria generará 91 millones de empleos (en 2035 será responsable de uno de cada tres nuevos empleos creados en el mundo), los ponentes de la mesa dedicada a la formación han incidido en la relevancia de la formación permanente y continuada, adaptada a las necesidades del sector. Con un itinerario claro y reconocido salarialmente para reforzar el atractivo de la profesión turística.

■ Master en agencias de viajes y operadores turísticos

Para ello es fundamental, se dijo, que haya una constante comunicación con las empresas para testar las necesidades, generales y sobre todo específicas. Se ha de tener presente la especialización como aspecto a considerar. Institutos y empresas, por otra parte, han de ir de la mano, según se expuso.

En este sentido se ha conocido que está en desarrollo un master en agencias de viajes y operadores turísticos que se está construyendo de forma conjunta con los profesionales del sector. Que entre otras cosas ponga en valor el turismo y su aportación a la economía, que nos ha hecho una potencia.

Hay que formar profesionales capaces de leer los comportamientos de los viajeros

La decana de la Facultad de Comercio y Turismo, Francisca Blasco López, en su conferencia inaugural resaltó la importancia de celebrar este tipo de foros profesionales en el espacio universitario, "porque es un espacio que aspira a ser un punto de conexión con el sector turístico y con las agencias".

Blasco señaló también que el viaje no es sólo un producto, sino que es una forma de mirar al mundo. De ahí la conveniencia, dijo, de variar el foco de las enseñanzas para formar profesionales que sean capaces de leer los comportamientos de los viajeros. Ese es el verdadero cambio: entender los viajes antes de que empiecen, manifestó.

La universidad no sólo tiene que transmitir contenido, afirmó, sino preparar también a los estudiantes para un mundo que cambia muy rápido. El turismo es una profesión, sí, pero es una forma de contribuir al bien común, porque viajar hace felices. Hay que trabajar de forma conjunta universidad-agencias, para construir un mundo más humano que hemos de ayudar a descubrir.

En otro momento de la charla, la decana habló de la importancia de la confianza y de la necesidad de enseñar a pensar antes que a programar. "La tecnología tiene que ser humana", concluyó.



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



MESA 2 • DESTINOS & SOSTENIBILIDAD: RETOS Y OPORTUNIDADES

José Mª Paredes Hurtado • CEO de Task One. Monitor de Destinos Sostenibles ■ **Adolfo García Serrano** • Senior Manager de Agencias de Iberia ■ **Guillermo Turner** • Director Ventas IRYO ■ **Christian Pauwels** • Director General Ejecutivo en Movelia ■ **Sofía Basterra Moyúa** • Directora de Comunicación de MSC Cruceros // **MODERADOR: César Gutiérrez Calvo** • Copresidente de FEMAV

▶ VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

Actores sectoriales y destinos han de mejorar la comunicación para favorecer la prescripción de viajes más sostenibles

- El compromiso de los viajeros sobre este asunto tiene todavía camino por recorrer, según estudios recientes, si bien la sensibilización es mayor día tras día

La mesa dedicada a la sostenibilidad y los destinos puso en valor también el rol de las agencias de viajes en favor de la sostenibilidad, exponiendo, además, las diferentes actuaciones que están llevando a cabo algunas de las empresas de los sectores más representativos del transporte sobre esta materia, como son [Iberia](#), [Iryo](#), [Movelia](#) o [MSC Cruceros](#).

Los representantes de estas compañías dieron a conocer sus políticas en las tres vertientes de la sostenibilidad y las prácticas que ejecutan para ser más sostenibles, todas ellas tendentes a minimizar el impacto de su actividad.

En esta ponencia, a partir del análisis de varios informes, se dio a conocer el compromiso de los viajeros sobre este asunto, que todavía tiene camino por recorrer, si bien la sensibilización es mayor día tras día.

Y es que la sostenibilidad se impone cada vez más como factor de competitividad. Y de ahí la importancia de mejorar los flujos de comunicación con los agentes de viajes, pues se ha conocido que sólo el 5% de los destinos informa a las agencias de viajes sobre sus políticas de sostenibilidad. Porcentaje bajo que dificulta la prescripción de estos destinos y condiciona la proyección a la opinión pública del inequívoco compromiso del turismo con las generaciones venideras. Porque el futuro o es sostenible o no hay futuro...

▶ **IBERIA** ADOLFO GARCÍA

El representante de Iberia ofreció algunas de las cifras del impacto de su actividad en la economía, en términos de creación de riqueza y empleo. “Nuestro propósito es conectar a las personas con los destinos, aumentando su prosperidad”, afirmó. En 2024, generó una riqueza de más de 13.000 millones de euros en el PIB y contribuyó a más de 177.000 empleos directos.

▶ **IRYO** GUILLERMO TURNER

Turner explicó medidas concretas de eficiencia energética: “Nuestros trenes usan electricidad limpia, con un 16% de materiales reciclables y hemos reducido un 10% el consumo de energía en los últimos cinco años, complementando la movilidad aérea con transporte terrestre sostenible”. También afirmó que la red de alta velocidad de España es la segunda más grande del mundo, solo superada por la de China.

▶ **MOVELIA** CHRISTIAN PAUWELS

Christian Pauwels señaló que la colaboración intermodal es clave: “Estamos incorporando trenes y autobuses a nuestra red para que los turistas puedan elegir modos de transporte más sostenibles y reducir el impacto ambiental”. Para ello dijo que era muy importante disponer de una buena red de infraestructuras. Señaló asimismo que los medios de transporte no son competidores sino complementarios.

▶ **MSC CRUCEROS** SOFÍA BASTERRA

Basterra explicó que la naviera es una empresa familiar, muy comprometida con la sostenibilidad, con actuaciones orientadas tanto al planeta, como a las personas, las compras y los destinos. La compañía se ha marcado el objetivo de que en 2050 logren las 0 emisiones netas.

▶ **TASK ONE** JOSÉ MARÍA PAREDES

José María Paredes, por su parte, como experto en comunicación y autor de varios trabajos en sostenibilidad, resaltó el papel de las agencias en la prescripción de opciones sostenibles y la sensibilización de los viajeros: “Solo si fluye la comunicación entre proveedores y agentes, se puede favorecer la prescripción de prácticas sostenibles y el compromiso con los objetivos de desarrollo sostenible”.

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



MESA 3 • MUJERES EN EL LIDERAZGO TURÍSTICO

Irene Alamán • Directora General • Grupo VDT ■ **Sofía Sanz Saiz Cintas** • CEO en Los Viajes de Sofía ■ **M^a José San Román** • Chef - Estrella Michelin-Monastrell ■ **Cristina de la Cruz Scopa** • Account Manager Agencias-Renfe Viajeros ■ **Katia Estace** • Chief Commercial Officer- Affinity, SME & Digital Solutions & Head of Travel de AON, **MODERADORA: Maite Añorga** • Directora General corporativa en TDCS Travelport

► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

Romper la reglas, tener valía, apostar por la libertad y sin cuotas (con matices), claves del liderazgo femenino

- Las directivas expresaron su deseo de que este tipo de debates no sean necesarios en el futuro, y que el mando se tome con naturalidad; la lucha, en todo caso, ha de seguir

La mujer fue de nuevo protagonista del Foro UNAV-Madrid, de igual manera que lo había sido en la convocatoria celebrada en Antequera. De hecho, hay que decir que más cerca del 50 por ciento de los ponentes de este congreso han sido mujeres, en su mayor parte, además, ocupando puestos de dirección.

Y precisamente de liderazgo ha tratado la mesa convocada en la edición, pues como se comentó en el debate de 2024 su posición en la alta dirección dista todavía mucho de lo óptimo. Ello a pesar de representar una parte significativa de la mano de obra del sector, con cerca del 40% del empleo total.

■ Apostar sin miedo por la libertad

Uno de los elementos que más lastra esta situación —se subrayó— son las propias mujeres, por una cuestión educacional. Somos nosotras mismas quienes nos ponemos freno, dijeron. Y lo primero que hay que hacer, indicaron, es intentar romper las reglas. No tener miedo y hay que apostar por la libertad. Los programas de mentoría, en ese sentido, se consideran muy válidos para favorecer el desarrollo.

Para avanzar hacia la igualdad de género en puestos de liderazgo, las oradoras desvelaron en esta sesión UNAV cómo ha de hacerse a partir de su experiencia práctica y cuál sería la 'receta' ideal para alcanzarlo, que pasa por el mérito, la valía, el talento y el trabajo. Y no por las cuotas (con algún matiz, eso sí, en función del sector que se trate). Igualmente se comentó las mujeres había venido a complementar, y no a entrar en conflicto. Lo que se quiere realmente es inteligencia.

Iberia Card presentó en el VI Foro UNAV la nueva tarjeta virtual para agencias de viajes

Con anterioridad al inicio de las charlas del VI Foro, intervino Rafael Murillo, Chief Commercial Officer de Iberia Cards, el programa 'loyalty' de referencia en el mercado para el segmento affluent.

Murillo explicó un nuevo producto de tarjeta virtual dirigido a agencias de viajes, que incorpora destacadas ventajas, según explicó.

Entre los beneficios diferenciales de las tarjetas virtuales para las agencias de viajes se incluyen dos tipos de mejoras, las de índole económica y las de carácter competitivo.

■ VENTAJAS ECONÓMICAS

- Aumento de ingresos a través de su programa de incentivos.
- Beneficios financieros: aumento del periodo de liquidación con optimizaciones de cash-flow.

■ VENTAJAS COMPETITIVAS

- Mejoras de la eficiencia de los flujos de pago con pagos automatizados.
- Mayor seguridad y control: posibilidad de generación de tarjetas de un solo uso con límites.
- Mayor vinculación con IAG: procesos de pago optimizados para aerolíneas y otros proveedores.





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



MESA 4 • CALIDAD, GARANTÍA Y SEGURIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Manuel Fernández López • VP Ventas para Europa en BOTECH ■ **Ingrid Graells Paul** • Directora Comercial y MKT en Beroni ■ Presidenta del Tech Tourism Cluster ■ **Josep García** • Director Travel Affinity, SME & Digital Solutions AON ■ **MODERADORA: Mª Dolores Serrano** • Responsable UNAV Legal y especialista en derecho turístico en DEIUREM

► VI FORO UNAV RETOS ESTRATÉGICOS PARA EL FUTURO QUE VIENE

El sector turístico, en el punto de mira del cibercrimen, que cada vez es más creativo y sofisticado

- Junto a los protocolos de seguridad es necesario un cambio de mentalidad, como es importante la formación de los empleados de las empresas y la sencillez en su usabilidad

El cibercrimen crece y va en aumento. Es la amenaza con la que se inició la última mesa de trabajo del Foro Madrid. Es, por tanto, un tema de preocupación importante, porque puede ir en crecimiento con la IA. Algún experto ha dicho—según refirió la moderadora— que si supiésemos todas las amenazas que nos acechan no podríamos dormir.

En este sentido, se remarcó la importancia de contar con ayuda profesional para estar vigilante ante el fraude, porque los delincuentes son estructuras organizadas, creativas, incluso, y cada vez más sofisticadas. Junto a los protocolos de seguridad, subrayaron, es necesario un cambio de mentalidad, “porque somos vulnerables y hemos de estar alertas”. Como es igualmente importante la formación de los empleados de las empresas y la sencillez en su usabilidad.

Dentro de este acompañamiento es conveniente contar con empresas aseguradoras para proteger a las empresas, porque antes no estaba ahí y ya está habiendo pagos de seguros a los damnificados.

A modo de conclusión, se incidió en la necesidad de que las organizaciones tendrían que incorporar la cultura de seguridad entre los empleados y los clientes, como fórmula de prevención de riesgos antes los delitos. Porque la seguridad no es solo una cuestión técnica, sino estratégica y de reputación, afirmaron.

UNAV avanza en la creación de un sello de confianza para prevenir fraudes y malas prácticas profesionales

Según se anunció en la última mesa de trabajo del Foro, UNAV está trabajando, de forma coordinada desde distintas vertientes, en la creación de un sello de confianza para prevenir las malas prácticas profesionales, de manera que pueda identificarse desde los primeros momentos cualquier intento de fraude o engaño.

En este sentido, los participantes en esta mesa han valorado muy positivamente la noticia, porque entienden que este tipo de sellos puedan ser una herramienta muy útil y válida en esa política de prevención.

Las empresas de tecnología, por su parte, consideran que estas certificaciones pueden resultar buenas, siempre que haya una acreditación “oficial”, respaldada tanto por la Administración como por las asociaciones de agencias.

Soluciones como Veri*Factu también pueden servir de ayuda para minimizar los riesgos. Como asimismo lo pueden ser todas los instrumentos legales con los que trabajan las agencias: una licencia administrativa para operar, un seguro de responsabilidad civil y deben contar con garantías frente a su propia insolvencia.



► **CLAUSURA** NUÑO DE LA ROSA

Agencias de viajes y universidad tendrán futuro mientras mantengan el valor de la cercanía

El acto de clausura del VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo corrió a cargo de Jesús Nuño de la Rosa, presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid.

En su intervención, De la Rosa se refirió a la puesta en marcha del primer master en agencias de viajes y operadores turísticos, un proyecto en el que la UCM colabora con UNAV. "Es la primera vez que la universidad y la empresa trabajan juntos en una iniciativa de este tipo", declaró.



El presidente del consejo universitario puso en valor también las palabras de la decana Blasco, quien hizo mención al papel que cumple la confianza, un valor que comparten tanto la universidad como las agencias de viajes, y que nunca hay que perderla, señaló.

A continuación, Nuño de la Rosa efectuó un repaso por algunos de los temas "abiertos" que todavía están ahí, entre los cuales enumeró, por ejemplo, el absentismo de nuestra industria, la presencialidad o la conciliación, en un contexto de jornadas intensas y clientes cada vez más exigentes.

Asuntos que, según explicó, requerían un cambio de mentalidad entre los jóvenes, que habría de acompañarse de un plan de profesionalidad.

Porque hay futuro, dijo, mientras se esté cerca de los empleados y de los clientes.

VI FORO UNAV-MADRID, MOMENTOS PARA RECORDAR



actividad asociativa

► ENTREVISTA NUEVOS ASOCIADOS

UNAV: las previsiones de crecimiento se cumplirán, aunque no serán como en los últimos años

- A las puertas de la celebración del Foro UNAV, el gerente de la organización efectúa un repaso por la actualidad sectorial y por los temas que más preocupan a la agencias



A instancias de [Preferente](#), Iván Méndez, gerente de UNAV, ha efectuado un repaso por la actualidad del sector, incluido un balance acerca de cómo está transcurriendo el año en el seno de las agencias de viajes, comentando además algunos de los aspectos legales y normativos que más preocupan, entre ellos la implantación que está teniendo el RD 933/2021 o el proceso de revisión que Europa está haciendo de la Directiva de Viajes Combinados. Méndez también analiza la relación de las agencias con las compañías aéreas o la acogida que está teniendo el desarrollo del programa de viajes del Imserso, cuyo primer viaje comenzó el 19 de octubre.

■ BALANCE

Respecto al balance del año, el gerente de nuestra organización piensa que, en líneas generales, está resultando positivo, y ha confirmado que las previsiones que inicialmente había anticipado UNAV, se habían mantenido (+5%), “incluso por encima en algunos casos, pero el ritmo de crecimiento no ha sido el mismo que en los dos últimos años”. En cualquier caso, afirma, “no hay que bajar la guardia” a causa del contexto nacional y, sobre todo, internacional.

■ MARCO REGULATORIO

A propósito del marco regulatorio, Méndez reclama, una vez más, la Orden Ministerial que ha de desarrollar el RD 933/2021, pues de otro modo, dice, nos encaminamos a un “limbo jurídico”, que provoca inseguridad jurídica, “cuantiosos” problemas y desconfianza en los consumidores. En la entrevista vuelve a abogar por la “exclusión de las agencias de viajes de la normativa”. En el mismo sentido, UNAV sigue mostrando su preocupación por algunos de los puntos más controvertidos de la revisión de la Directiva sobre Viajes Combinados. Especial inquietud genera, según Méndez, la actual redacción del apartado referido al cambio en la definición de viaje combinado, “porque tal y como está ahora puede resultar muy perjudicial para las agencias”.

Las agencias rechazan la reducción de plazas y los recortes anunciados por Ryanair, porque perjudican a los viajeros

■ RELACIÓN CON AEROLÍNEAS

El gerente de UNAV, en la misma entrevista, valora muy positivamente cualquier acercamiento entre las compañías aéreas y las agencias, porque se trata —dice— de “opciones complementarias, y rechaza “de plano” la “desmedida” reducción de plazas que ha anunciado Ryanair, en protesta contra la subida de tasas de Aena.

Méndez hace de nuevo un llamamiento al diálogo y al entendimiento, “sobre todo pensando en los viajeros”. Tampoco le gustan al representante de las agencias algunas prácticas comerciales de la aerolínea irlandesa, “que en ciertos casos son cuestionables para el sector de las agencias de viajes”.

■ IMSERSO

Piensa igualmente que el programa de turismo del Imserso volverá a ser “un éxito a ojos del público”, aunque es todavía prematuro hacer un balance, afirma. Eso sí, vuelve a demandar la presencia de una representación de las principales asociaciones de agencias de viajes en la Comisión de Seguimiento, “por el papel estratégico que tienen en la industria y por su rol esencial en la comercialización y gestión del programa”.

■ PREVISIONES

El gerente de UNAV, para terminar, y partiendo de los datos de contrataciones y reservas de las agencias asociadas, observa de un tiempo a esta parte que las ventas otoño/invierno están incrementándose gradualmente, si bien todavía se encuentran a distancia —asegura— de lo que sería deseable por UNAV, a pesar incluso del aumento de las ventas por anticipado, “que se han recuperado muchísimo”.



actividad asociativa

UNAV e ILUNION ofertan 1.623 horas de formación en noviembre

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

En este caso se ofertan un total de 24 cursos, que suman en conjunto 1.623 horas formativas total, que van desde las 18 horas (cierre de operaciones de venta en el sector de agencias de viajes) 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, 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, Design Thinking para la innovación, desarrollo de aplicaciones web con JAVASCRIPT y ASP.NET 3.5, análisis de Datos con Excel (Power Query, Power Pivot y Power Bi) o Digital Marketing & Automation Marketing.

También son muy prácticos cursos tales como gestión del marketing y comunidades virtuales (45 horas), neuromarketing (60 horas), motivación del personal (30 horas) o posicionamiento en buscadores (50 horas).



► **UNIVERSIDAD COMPLUTENSE** DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Los asociados a UNAV analizan la situación del turismo ante los alumnos de la Facultad de Comercio y Turismo



Representantes de empresas integradas en UNAV participaron en los actos conmemorativos organizados por Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense con motivo de las celebraciones del Día Mundial del Turismo.

En concreto, con el apoyo de nuestra organización, intervinieron en una mesa de trabajo titulada "Panorama del turismo internacional en España. Presente y Futuro", en la que tomaron parte Rubén Fernández, General Manager Retail Business IAG7 Viajes y Grupo AIMET; Sofía Saiz Cintas, CEO en LVDS y Directora General Slow Travel; y Félix Rebollo Álvarez, Subdirector General de Nautalia Viajes. La charla fue moderada por María Concepción García, Vicerrectora de Formación Permanente, Empleabilidad y Emprendimiento de la UCM.

La jornada de trabajo organizada por la Facultad de Comercio y Turismo, además de por la propia Vicerrectora, fue inaugurada por Jesús Nuño de la Rosa, Presidente del Consejo Social de la UCM, y M^ª Francisca Blasco, Decana de la Facultad de Comercio y Turismo.

■ El turismo como fórmula de cohesión social

La Vicerrectora señaló en la inauguración de los actos del Día Mundial del Turismo, en la que por vez primera ha colaborado UNAV, que esta actividad no es sólo una de las principales actividades económicas de nuestro país, "sino que además es un puente entre culturas y una forma de cohesión social".

García Gómez afirmó que la universidad no sólo debe formar a los profesionales del futuro, sino que, además, debe acercarlos a la realidad poniéndoles en contacto con expertos de los diferentes sectores. En este sentido expresó su deseo de que los futuros titulados en Comercio y Turismo sean "agentes de cambio para un turismo más justo, inclusivo y transformador".

La decana Francisca Blasco López, por su parte, destacó que los dos grados que se imparten en la Facultad de Comercio Turismo suponen un 26% de la economía española. En su intervención, Nuño de la Rosa se dirigió a los estudiantes de la Facultad para pedirles que se preparen bien y que se comprometan con un turismo que es "una herramienta para abrir mundo, crear puestos de trabajo dignos y eliminar desigualdades".

actividad asociativa

► **COMUNIDAD DE MADRID** ACCIONES FORMATIVAS

FEMAV celebra la primera edición del Tourism Pitch Lunch

- Junto a las presentaciones organizadas durante el almuerzo de trabajo, el encuentro sirvió igualmente para solventar dudas, ampliar la agenda de contactos y fortalecer una red de 'networking' en esta Región



El Tourism Pitch Lunch es una novedosa fórmula de trabajo ágil, dinámica y distendida, en la que los asistentes tienen la oportunidad de interactuar tanto con proveedores como con representantes de diferentes destinos de este territorio. Es la primera lleva a cabo la Federación Madrileña de Agencias de Madrid (FEMAV), celebrada conjuntamente con FETAVE y la Comunidad de Madrid.

Hace unos días tuvo lugar la primera edición del Tourism Pitch Lunch (TPL), un encuentro diseñado para mostrar las últimas novedades de interés de diversas firmas para las agencias de viajes de la Comunidad de Madrid, en el que los asistentes tuvieron la oportunidad de interactuar tanto con proveedores como con representantes de diferentes destinos de este territorio.

Se trata de la primera acción bajo esta novedosa fórmula —ágil, dinámica y distendida— que lleva a cabo la Federación Madrileña de Agencias de Madrid (FEMAV), celebrada conjuntamente con FETAVE y la Comunidad de Madrid.

■ RD 933/2021, Veri*Factu y mucho más

Además, en el transcurso de las charlas, que tuvieron una duración máxima de 10 minutos, se explicaron entre otros temas la situación actual del RD933 y cómo avanzaba la implementación del sistema Veri*Factu. Este primer TPL puso también el foco en destinos de la Región de Madrid, con propuestas pensadas para vender mejor y ampliar productos en las agencias.

Junto a las presentaciones organizadas durante el almuerzo de trabajo, el encuentro sirvió igualmente para solventar dudas, ampliar la agenda de contactos y fortalecer una red de 'networking' en esta Región.



Nueva reunión del Grupo de Trabajo de Innovación y Digitalización de UNAV

Este mes de noviembre tendrá lugar una nueva reunión de trabajo del Grupo de Innovación y Digitalización de UNAV, integrado por representantes de las compañías tecnológicas de la asociación.

El nuevo apartado de UNAV está coordinado por Sofía Saíz, consejera de UNAV y directora general de 'Los viajes de Sofía'. Además de Saíz, forman parte de este grupo Ingrid Graells (Beroni), José Antonio Flores (Conecta Turismo), Héctor García (MOGU), Juan Font (Quadrant Travel), Sebastián Briones (Pipeline Software), Antonio Caño (Grupo AC), Maite Añorga (TDCS Travelport) e Iván Méndez (UNAV). Asimismo Guillermo TAtó, de Amadeus.

■ 2ª edición del Tecno Travel Agency

Entre los contenidos que tratarán en el orden del día figuran el diseño de nuevas actuaciones para continuar impulsando la digitalización en las agencias UNAV, establecer un calendario de actuaciones a desarrollar y el inicio de los primeros pasos para organizar la segunda edición del Tecno Travel Agency, evento que en su primera convocatoria en Madrid reunió a expertos, innovadores y profesionales de la industria. También se dará cuenta de las novedades y noticias relevantes para las AAVV.

El objetivo de esta nueva sección asociativa es impulsar estos capítulos entre las empresas integradas y fomentar las tecnologías emergentes

El Grupo de Trabajo de Innovación y Digitalización de UNAV es el tercero que se conforma en los últimos meses, tras el de legal y 'compliance' y el de grupos de gestión.

actividad asociativa



► OBSERVATUR HÁBITOS DEL TURISTA NACIONAL

Cómo serán las vacaciones de los españoles en el año 2035

■ Los nacionales vaticinan que serán muy similares a las actuales, más sencillas, eso sí, gracias a la tecnología

ObservaTUR, desde su creación, ha tratado de indagar e identificar los hábitos presentes de los españoles en sus periodos vacacionales a partir de sus comportamientos estacionales, básicamente en temporada de verano e invierno.

Pero esta vez el Observatorio ha ido más lejos y ha querido saber la opinión de los viajeros nacionales acerca de cómo creen que serán los viajes en el futuro, en un plazo de 10 años, es decir, en 2035.

Y anticipamos que sus respuestas no se llenan de naves nodrizas, estaciones espaciales o vacaciones virtuales en Marte, como el protagonista de 'Desafío total'. Eso sí, vislumbran que las vacaciones del futuro estarán marcadas por la tecnología.

■ El uso de la tecnología estará más extendido

Lo primero que apuntan los nacionales es que las vacaciones en el futuro serán muy similares a las actuales. Al menos así lo entiende cerca del 60 por ciento de los consultados, si bien los restantes (42%), en cambio, opinan que serán muy distintas.

Piensan que esto será así principalmente porque el uso de la tecnología estará más extendido, según barruntan, y que la inteligencia artificial —a juicio del 56% de los encuestados— ayudará de mejor manera a dar forma a un nuevo tipo de viajes, si bien no entran en más detalles.

La tecnología, y los avances que posibilita, también podría estar detrás de otras de las opiniones que se han expresado mayoritariamente. Y es que las vacaciones del futuro serán mucho más sencillas, de acuerdo con el criterio del 60 por ciento de los entrevistados.

4 de cada 10 entrevistados piensan que las agencias seguirán teniendo una amplia aceptación en el futuro

De acuerdo con la consulta hecha por ObservaTUR entre los viajeros para conocer cómo serán las vacaciones de los españoles en 2035, cuatro de cada 10 entrevistados piensan que las agencias de viajes seguirán teniendo una amplia aceptación en el futuro.

Ello a pesar de que se considera que en 2035 el uso de este canal podría ser menor, al disponer de herramientas tecnológicas más avanzadas (como la IA) y percibir que las vacaciones podrían ser más sencillas y semejantes a las actuales.

Lo más destacado de la muestra es que que los hombres y los perfiles más jóvenes serían los que, en principio, más apuestan por las agencias de viajes en el futuro, lo cual irradia un mensaje positivo de cara a los años venideros para este ámbito de actividad.

Otros rasgos interesantes de la consulta serían que el grupo de edad más joven (18-34 años) es el que considera que habrá mayores cambios respecto a las vacaciones actuales, mientras que la franja de edad más avanzada (65-74 años) es la que piensa lo contrario, asegurando que serán similares a las actuales.



actividad asociativa

► CNMC PRIMER TRIMESTRE 2025

Agencias y operadores turísticos, con el 9,4% de la facturación total, sectores de actividad con mayores ingresos

- La facturación del e-commerce creció un 18,2 % en el primer trimestre de 2025 y superó los 25.700 millones de euros
- Se registraron más de 474 millones de transacciones



De acuerdo con los últimos datos presentados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), las agencias de viajes y los operadores turísticos fueron los sectores de actividad con mayores ingresos en el primer trimestre de 2025, con el 9,4% de la facturación total.

La facturación del comercio electrónico en España aumentó en este mismo período un 18,2 % interanual hasta superar los 25.700 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCDData. En conjunto se efectuaron 474 millones de transacciones.

Las áreas de actividad relacionadas con el sector turístico (que agrupa las agencias de viajes, transporte aéreo, transporte terrestre, alquiler de automóviles y los hoteles) acapalaron el 63,6 % de las compras desde el exterior con España.

En cuanto a la segmentación geográfica, el 43,5 % de los ingresos en el primer trimestre de 2025 tuvieron como destino España. El 56,5 % restante fueron compras con origen en España hechas en el exterior.

► MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DE LA CNMC

España, destino de actividades y experiencias culturales, de naturaleza y gastronomía

Los planes culturales son el producto estrella de la oferta de actividades disponible en España, si bien los viajeros, especialmente internacionales, muestran gran interés por el turismo activo, y las actividades en la naturaleza o gastronómicas.

Esta es una de las principales conclusiones del informe [Radiografía de la oferta y demanda de actividades y experiencias en España](#), presentado en la [V Convención de Turespaña](#) en Cáceres..

Al analizar los datos por comunidad autónoma, se indican dos tendencias.

En primer lugar, una oferta muy especializada por productos y subproductos específicos, asociados a las particularidades de cada territorio: por ejemplo, planes culturales en la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha; naturaleza en Illes Balears; turismo activo en Canarias y Aragón, o gastronomía en La Rioja y País Vasco. Un segundo escenario está protagonizado por regiones que cuentan con propuestas más diversificadas: es el caso de Andalucía o Cataluña.

Esta radiografía es el primer estudio que analiza, de forma integral, el mercado online de actividades turísticas en España.



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



RAZÓN NÚMERO 1 EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO

- ✓ Las agencias y sus profesionales tienen un profundo conocimiento y experiencia en destinos, alojamientos, actividades y logística de viaje
 - ✓ Viajan a muchos de los lugares que recomiendan y están constantemente actualizados sobre las últimas tendencias y requisitos requeridos
- ✓ Todo ello les permite ofrecer recomendaciones y consejos precisos y personalizados

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.

614 398 077

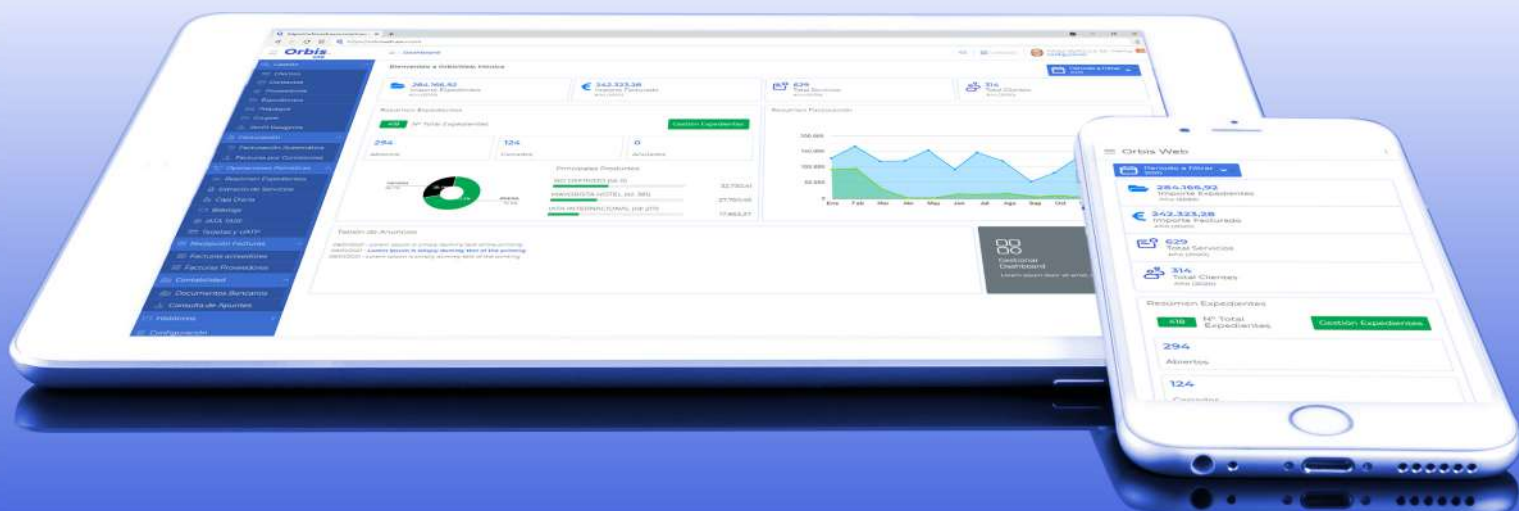
964 723 390

comercial@pipeline.es



Más información en
www.orbisweb.es

verifactu



Pipeline.
software