

Un programa de trabajo con cerca de un centenar de acciones específicas

pág. 5



UNAV elegirá a su nueva Junta el 26 de marzo

José Luis Méndez deja la presidencia de la asociación de la que es miembro desde hace 39 años, de los cuales 36 ha formado parte de su consejo, en los últimos 6 años como presidente

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) elegirá a su nueva Junta Directiva en la Asamblea del próximo día 26 de marzo, tras el vencimiento del mandato actual, que ha estado presidido por José Luis Méndez, quien ha anunciado que no se presentará a la reelección. Aunque el plazo para la presentación de candidaturas concluirá el 17 de marzo, a fecha de hoy sólo se ha comunicado una, conformada por una lista de nombres integrada por gran parte de los consejeros salientes. A la cabeza de la lista se sitúan César Gutiérrez, que optaría a la presidencia; Iván Méndez, que sería vicepresidente ejecutivo; y M^a Dolores Serrano, que continuaría al frente del departamento jurídico. Todos los miembros de esta candidatura son profesionales de larga y reconocida trayectoria, representantes de grandes grupos de agencias, pymes, marcas del mundo online y touroperadores, además de algunos miembros de las compañías adheridas.



César Gutiérrez, a la cabeza de un equipo profesional y experimentado, que aúna visión sectorial, capacidad de gestión y compromiso

Una presidencia marcada por un crecimiento histórico del número de asociados

Grandes retos en un momento crucial para el asociacionismo; el primero, la fusión con FETAVE

De ser la candidatura elegida, el primer reto de este grupo de profesionales será la integración con FETAVE; la entidad resultante reunirá a más de 5.000 puntos de venta y sus marcas darían empleo a más de 12.000 trabajadores, que sumarían en conjunto una facturación superior a los 10.000 millones de euros. / PÁGINA 5



actividad asociativa

Marly Camino, agencia especializada en turismo religioso y experiencial, se integra en IAG7 Viajes

Hace solo unos días, IAG7 Viajes informaba en sus canales sociales de la incorporación de Marly Camino a su grupo de empresas, “una noticia que nos hace especial ilusión”, según estas fuentes.

Con más de 19 años de trayectoria, Marly Camino --integrada en UNAV desde 2016-- se ha consolidado como referente en experiencias premium y rutas privadas por el Camino de Santiago y otros caminos históricos en España, Portugal e Italia. Una propuesta cuidada al detalle, pensada para quienes buscan algo más que un viaje: una vivencia profunda y transformadora, aseguran.

Según explicaba IAG 7 Viajes, este proyecto nació de la experiencia personal de su fundadora, Ligia Margarita Muci Ramos, “y desde entonces ha construido una marca diferencial basada en la atención personalizada y en una mirada auténtica del Camino, especialmente dirigida al viajero internacional”.

Con esta integración, asegura IAG7 Viajes, se refuerza su apuesta por el turismo religioso y experiencial, donde ya contaba con una sólida trayectoria a través de AXIS Peregrinaciones.

“Sumamos talento, ampliamos horizontes y fortalecemos nuestro liderazgo en un segmento en pleno crecimiento, tanto a nivel nacional como internacional”, afirman las fuentes de la compañía.



► UNIVERSO UNAV

W2M • 30 MILLONES EN TECNOLOGÍA PARA IMPULSAR EL VIAJE DEL FUTURO



World2Meet (W2M) participó en el Mobile World Congress (MWC) con una propuesta estratégica centrada en la innovación, el talento y la transformación del viaje a través de “The New Travel Project”, que busca mejorar la experiencia del viaje para todos los actores implicados, desde los viajeros hasta todos los integrantes de la cadena de valor.

La gran palanca de esta transformación es la innovación, entendida como una cultura que forma parte del ADN del grupo y que ahora se está estructurando en una estrategia y en acciones concretas. En este marco, World2Meet ha desarrollado un fuerte foco en Digital Experience, poniendo la tecnología al servicio de una visión integral de la experiencia de viaje y de la eficiencia de todos los actores implicados.

MÁS INFO > [HOSTELTUR](#) & [W2M](#)

NAUTALIA • CAMPAÑA PARA PONER EN VALOR AL AGENTE DE VIAJES



Nautalia acaba de lanzar una nueva campaña para poner en valor el papel del asesoramiento profesional de los agentes de viajes en cualquier tipología de viaje, especialmente en grandes viajes, en los que la organización es más compleja.

Bajo el concepto creativo “Cuidado con los que recomiendan que muchas veces solo conocen eso” y, en clave de humor, la campaña recuerda que, aunque muchas de las recomendaciones que hacemos puedan ser útiles, es mejor recurrir a expertos en viajes para que te asesoren bien. Según Cristina García Portal, directora de Marketing y Comunicación de Travel Live: “Todos tenemos un amigo que recomienda viajes... pero no siempre es quien mejor nos puede guiar. Apostamos por el humor para contar algo muy serio: viajar bien no es cuestión de suerte, sino de contar con quien realmente sabe”.

MÁS INFO > [GACETA DEL TURISMO](#)

VIAJES CARREFOUR • SUMA A SU RED TRES NUEVAS FRANQUICIAS



Según informaba en RR.SS, Viajes Carrefour cuenta desde hace unos días con tres nuevas franquicias, que se suman a su red dentro de su plan de expansión, reforzando así su presencia territorial y su apuesta por un modelo cercano, especializado y accesible para el cliente.

Los tres nuevos puntos se sitúan en Barcelona (Nou Barris), Jumilla (Murcia) y Tarifa (Cádiz). Según la compañía, estas nuevas incorporaciones reflejan la confianza de sus franquiciados en la marca y en un modelo de negocio sólido, “que combina la capilaridad de la red física con la innovación y el respaldo de un gran grupo”.

De acuerdo con Estibaliz López, responsable de Expansión: “Su llegada refuerza nuestro compromiso de seguir creciendo de forma sostenible, apostando por el talento local y por un servicio de proximidad que aporta valor a cada destino”.

CANAL
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

► REVISTA DE PRENSA

BYTOUR > Redefine su modelo de grupo y mira de cerca la expansión internacional

DIT GESTIÓN > Incremento del 36% en el tráfico de clientes espontáneos

PANGEA > Los viajes familiares de larga distancia crecen un 30%

actividad asociativa



UNAV elegirá a su nueva Junta en la Asamblea del 26 de marzo

- José Luis Méndez deja la presidencia de la asociación de la que es miembro desde hace 39 años, de los cuales 36 de ellos ha formado parte de su consejo, en los últimos 6 años como presidente

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) elegirá a su nueva Junta Directiva en la Asamblea del próximo día 26 de marzo, tras el vencimiento del mandato actual, que ha estado presidido por José Luis Méndez, quien ha anunciado que no se presentará a la reelección.

Aunque el plazo para la presentación de candidaturas concluirá el 17 de marzo, a fecha de hoy sólo se ha comunicado una, conformada por una lista de nombres integrada por gran parte de los consejeros salientes.

A la cabeza de la lista se sitúan César Gutiérrez, que optaría a la presidencia; Iván Méndez, que sería vicepresidente ejecutivo; y M^a Dolores Serrano, que continuaría al frente del departamento jurídico. Todos los miembros de esta candidatura son profesionales de larga y reconocida trayectoria, representantes de grandes grupos de agencias, pymes, marcas del mundo online y touroperadores, además de algunos miembros de las compañías adheridas.

Esta candidatura, que aúna visión sectorial, capacidad de gestión y compromiso asociativo, surge para dar continuidad e impulsar el trabajo llevado a cabo por esta organización en los últimos años, que además de lograr hitos importantes, ha situado a las agencias UNAV en las más altas cotas de reconocimiento entre sus clientes, con notas que rozan el sobresaliente, según los estudios de ObservaTUR.

Su declaración de intenciones se resume en su presentación: "Queremos una asociación más profesional, útil y cercana; una asociación dirigida por profesionales del sector, con capacidad técnica real, solvencia y experiencia, que convierta la pertenencia a UNAV en una ventaja práctica en el día a día".

Relación de candidatos a consejeros POR ORDEN ALFABÉTICO

- Caño, Antonio > TECH & INVESTMENT
- De Frías, Javier > MUNDIPLAN
- Del Riego, Avelino > VIAJES DUAOC
- Fernández, Ricardo > DESTINIA
- Fernández, Rubén > IAG7 VIAJES
- Floro, Héctor > CARREFOUR VIAJES
- Galindo, Manuel > VIAJES EL CORTE INGLÉS
- Hernández, David > PANGEA
- Jiménez, Luis > ENJOY TRAVEL GROUP
- Lucas, Christian > CENTRAL DE VACACIONES
- Lucini, Fernando > WORLD2MEET
- Núñez, Lilian > DOMINICANA TOURS
- Pauwels, Christian > MOVELIA
- Rebollo, Félix > NAUTALIA VIAJES
- Saiz, Sofía > LOS VIAJES DE SOFÍA
- Sánchez, Fernando > ICÁRION
- Villamizar, Elver > SERVIVUELO

Un equipo de dirección joven, profesional, experimentado y comprometido

La candidatura presentada hasta la fecha está liderada por César Gutiérrez, que optaría a la presidencia; Iván Méndez, que sería vicepresidente ejecutivo; y M^a Dolores Serrano, que continuaría al frente de la asesoría jurídica.

■ CÉSAR GUTIÉRREZ

Gutiérrez es licenciado en Economía por la Universidad Complutense, Máster en Dirección de Marketing y Ventas por ESADE, Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por la UDIMA (CEF) y Posgrado en Liderazgo y Management Político.

A nivel asociativo, es Presidente de FETAVE desde el año 2016 y co-presidente de FEMAV. Es miembro del Consejo Español de Turismo desde 2018 y de la Comisión Permanente del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de CEOE.

Es vocal del Consejo de Turismo de Madrid e integrante del Comité de Expertos de Madrid Turismo by IFEMA y del Comité Madrileño del Transporte por Carretera.

■ IVÁN MÉNDEZ

Méndez es licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad Europea de Madrid y Master en Gestión de Empresas Turísticas por el Instituto de Estudios Superiores San Pablo-CEU.

Además de ser gerente de UNAV desde el año 2023, Méndez es director general de Viajes Reunidos Expertravel, secretario de FEMAV y miembro del consejo de la Asociación de Jóvenes Empresarios del Turismo.

Con anterioridad a ocupar su cargo en Expertravel, el gerente de UNAV había trabajado en Paradores de Turismo, en el touroperador Hi Travel y en el Grupo Cybas, en donde fue director comercial y responsable del desarrollo de su plataforma de comercialización.

■ M^a DOLORES SERRANO

Serrano es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y Socia fundadora de DEIUREM Abogados. Es también responsable de la Asesoría Jurídica y Consejera de UNAV, además de ser Técnico en Empresas y Actividades Turísticas por la Escuela Oficial de Turismo.

Abogada especializada en derecho turístico, lleva años asesorando a las empresas del sector en todos sus ámbitos, abarcando desde la resolución de reclamaciones en vía amistosa, denuncias administrativas y demandas civiles y cualquier tipo de asesoramiento relacionado con el turismo.

Es interviniente habitual en seminarios especializados, foros empresariales, profesionales y universitarios, tanto en calidad de ponente como de moderadora.

12 RAZONES PARA SUMARTE AL UNIVERSO UNAV

49 años de historia

COMPROMISO

4.800 puntos de venta

REPRESENTATIVIDAD

+ de 20 prestaciones

SERVICIOS

Legal, seguros, informática...

ASESORAMIENTO

Cursos gratuitos y bonificados

FORMACIÓN

Prestigio de la profesión

COMUNICACIÓN

Voz propia a los intereses del sector

INTERLOCUCIÓN

Administraciones del Estado

DIÁLOGO

Estratégicos & Proveedores

ACUERDOS

Análisis de los hábitos viajeros

ESTUDIOS

Impulso de la digitalización

TECNOLOGÍA

Campañas de sensibilización

SOSTENIBILIDAD

siempre al lado de las agencias

unav
unión de agencias de viajes

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

 91 579 67 41 · 91 579 98 76 (F)

 secretaria@unav.ws

 www.unav.ws

 www.facebook.com/unav.agenciasdeviajes

actividad asociativa

► ELECCIONES UNAV 2026-2030 CANDIDATURA

Grandes retos en un momento crucial para el asociacionismo

- Integración con FETAVE, vocación de liderazgo institucional, diálogo sectorial, profesionalización, y servicio al asociado, propuestas programáticas destacadas
- El programa de trabajo incluye una veintena de campos de actuación y un centenar de acciones específicas



De ser la candidatura elegida, el primer reto de este grupo de profesionales será la integración con FETAVE; la entidad resultante reuniría a más de 5.000 puntos de venta y sus marcas darían empleo a más de 12.000 trabajadores, que sumarían en conjunto una facturación superior a los 10.000 millones de euros.

Una vez formalizada, esta unión tiene la firme vocación de tender puentes al conjunto del movimiento asociativo; promete diálogo, mantener la negociación y mostrar apertura de miras para tratar de avanzar en la unidad sectorial, desde el máximo respeto a su ideario y a las competencias asociativas que son propias.

El programa de trabajo con el que concurre a las elecciones esta candidatura, aparte de la citada fusión, incluye otros dos grandes objetivos programáticos, como son la vocación de liderazgo institucional y la profesionalización y el servicio al asociado. Estas metas se concretan con una veintena de ámbitos de actividad en su catálogo de servicios y cerca de un centenar de acciones específicas.

■ Canal del asociado, aumentar el asociacionismo y una bolsa de empleo

Entre otras actuaciones quiere impulsar la creación de un Comité Nacional de Agencias de Viajes, de carácter exclusivamente consultivo, en el que estén presentes las asociaciones con mayor representatividad del sector.

También quiere establecer un canal del asociado, reforzar sus servicios jurídicos, incrementar el asociacionismo, abrir un canal de consultas fiscales y laborales, fomentar la digitalización, extender su capilaridad aprovechando las estructuras territoriales existentes, proseguir con su oferta formativa, crear una bolsa de empleo y lanzar el primer máster de gestión de agencias de viajes y touroperadores.

La potenciación del uso de la IA, como herramienta complementaria de trabajo de agente, y la confección de protocolos en materia de ciberseguridad serán una parte importante del trabajo de la candidatura en cuestión de digitalización.

En este sentido, propone también la creación del sello de garantía y calidad 'UNAV Seguro', para garantizar la profesionalidad de las agencias de viajes y sus servicios, y la promoción del primer sello de garantía digital del sector.

Turismo social, promoción de la mujer, formación y viajes combinados: qué dice su plan de trabajo

En el ámbito legal, se va a continuar reclamando la exclusión de las agencias de viajes del RD 933/2021 y se solicitará asimismo la implantación gradual del sistema de facturación VeriFactu; la participación en la transposición de la Directiva de Viajes Combinados será igualmente otro de los ejes de este capítulo, como lo será la solicitud de la adaptación del registro de jornada a la realidad de las agencias.

En lo referido al programa nacional de turismo social, promoverá y defenderá en el espacio de diálogo abierto con el Imsero una actualización económica realista del programa, de manera que lo haga viable para proveedores y agencias, y evite el deterioro de la calidad.

También pretende extender los planes de turismo social por otros territorios, garantizando las mejores condiciones para las agencias de viajes y sin exclusiones, pues además de dinamizar el sector en tiempos de baja actividad, permiten mejorar el conocimiento de las agencias y de sus profesionales.

Otro reto planteado por esta candidatura es la reedición del Estudio de las Necesidades de Futuras de Formación de las Agencias de Viajes en España, además de continuar elaborando los diferentes observatorios de seguimiento del emisor nacional, para ahondar en el conocimiento del comportamiento de los viajeros, tanto en el ámbito offline como en el online.

■ 50 aniversario de UNAV

Con motivo de la celebración del 50 aniversario de UNAV, efeméride que se cumplirá en 2027, se pondrá en marcha en el último trimestre de 2026 un programa conmemorativo de acciones, que además de rendir homenaje a la entidad, sirva para reforzar el prestigio de la Asociación y proyectar el valor de las agencias en un momento en el que el sector necesita reconocimiento y voz.

La promoción de la mujer a puestos de dirección será tarea de la candidatura, para lo cual se efectuará un diagnóstico entre sus asociados del momento actual, con el objeto de identificar barreras e identificar buenas prácticas; en esta misma dirección, instituirá una línea de trabajo para impulsar el liderazgo femenino.

La consolidación de sus foros, eventos y congresos es otro objetivo de esta candidatura, en tanto que algunos de ellos son ya citas sectoriales de referencia en el calendario nacional, caso del Foro UNAV para El Futuro del Turismo, el Tecno Travel Agency o el encuentro especializado en derecho turístico.

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
- TOURMUNDIAL
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- 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

► ELECCIONES UNAV 2026-2030 CANDIDATURA

José Luis Méndez, toda una vida de compromiso asociativo

- Ha sido miembro de UNAV desde hace 39 años, 36 de ellos elegido para su Junta, habiendo sido consejero, tesorero, gerente, vicepresidente y, en los últimos 6 años, presidente
- En el tiempo de presidencia, con una pandemia de por medio, Méndez ha liderado un proyecto con importantes logros



César Gutiérrez se postula en el cargo en sustitución de José Luis Méndez, quien ocupaba hasta ahora la presidencia de la decana nacional de las agencias, la asociación de la que es miembro desde hace 39 años, de los cuales 36 de ellos ha formado parte de su consejo directivo, habiendo sido consejero, tesorero, gerente, vicepresidente y, en los últimos 6 años, presidente. A partir de ahora se unirá al Consejo Asesor de UNAV, en la que también está el actual presidente de honor, José Luis Prieto.

En el tiempo de permanencia en la presidencia, y vivir la situación más difícil en la historia de las agencias de viajes, como fue la pandemia, Méndez ha liderado un proyecto que ha alcanzando importantes logros asociativos:

- Crecimiento histórico de base social: de 3.650 puntos de venta (2021) a 4.800 (2026) y de 20 a 30 firmas adheridas (22/02/2026).
- Más servicios y capacidad técnica: nuevos grupos de trabajo (Legal, Tecnología y Digitalización) y UNAV Legal (DEIUREM) con más de 2.000 consultas atendidas.
- Formación y conocimiento: consolidación del Foro UNAV (más de 1.200 asistentes) y más de 20.000 horas de contenido formativo en 2025, además de Foros Jurídicos especializados.
- Impulso a la actividad y al territorio: expansión de iniciativas como las rutas culturales y lanzamiento de proyectos como Planea Madrid (más de 200 proveedores locales), además de acuerdos estratégicos y el Observatorio Regional. Estos últimos gracias a la constitución hace tres años de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV)
- Calidad y profesionalización: renovación periódica del sistema de calidad y mantenimiento de la ISO 9001, única en el ámbito asociativo del sector.

Una presidencia marcada por un crecimiento histórico del número de asociados, 4.800 PdV

Otros hitos alcanzados durante el mandato del presidente Méndez han sido:

- Defensa institucional eficaz: presencia y posicionamiento en asuntos clave (Directiva de Viajes Combinados, RD 933/2021, Imserso y actividad parlamentaria), con logros relevantes como el Mecanismo RED, el fin de la garantía solidaria (2022) y la moratoria contable.
- Visibilidad y reputación: más de 5.300 impactos en medios, fuerte actividad en canales propios, 300 millones de visitas web (2022-2026) y difusión del boletín a más de 1,4 millones de destinatarios.
- Reconocimiento del cliente: este trabajo ha contribuido a situar a las agencias del universo UNAV en niveles muy altos de valoración.

Además superar un tiempo de pandemia, [la situación más difícil de su presidencia ha sido el abandono de ceav](#), siguiendo el mandato acordado por unanimidad de la Asamblea General, tras diferencia de criterios notables en el seno de la Confederación por incumplimientos estatutarios.

Desde ese momento, y hasta su salida, siempre ha tratado de buscar el entendimiento, y de hecho los representantes de UNAV nunca se han levantado de las mesas de negociaciones, si bien no se han dado las condiciones debidas para su regreso a una entidad de la que UNAV fue uno de sus pilares e impulsores.



► ELECCIONES UNAV 2026-2030 CANDIDATURA

PRESIDENTE MÉNDEZ / momentos para el recuerdo de un hombre de equipo

- 1) **FORO UNAV** > Consolidación de una cita asociativa, que ya es referencia en el calendario sectorial de eventos.
- 2) **PANDEMIA** > Un momento histórico, que puso contra las cuerdas a un sector de la economía imprescindible.
- 3) **TURISMO SOCIAL** > Extensión territorial de un proyecto de éxito, para extender el conocimiento de las agencias.
- 4) **FEMAV** > Constitución de un proyecto asociativo que agrupa a las agencias de la Comunidad de Madrid
- 5) **EQUIPO** > Méndez siempre ha dicho que es un hombre de equipo y sus actos y acciones lo han confirmado en su presidencia.
- 6) **REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL** > Méndez ha llevado a UNAV a las principales instancias de la Administración.
- 7) **UNIDAD DE ACCIÓN ASOCIATIVA** > El periodo 2022-2026 ha estado marcado por la colaboración con ACAVE y FETAVE.
- 8) **DERECHO TURÍSTICO** > Gracias al dinamismo de UNAV Legal-DEIUREM, nuestra asociación es un referente en esta materia.
- 9) **TECNO TRAVEL AGENCY** > El impulso de la digitalización, clave de la actuación en el periodo 2022-2026.
- 10) **CIFRAS HISTÓRICA DE ASOCIADOS** > De 3.650 puntos de venta (2021) a 4.800 (2026) y de 20 a 30 firmas adheridas.



ELECCIONES
2026-2030

**JUNTA
DIRECTIVA
PROGRAMA**

A QR code located in the bottom right corner of the page.

actividad asociativa

► OBSERVATUR ESTUDIO

El consejo experto, aspecto más valorado de los profesionales de las agencias

- Seguridad, garantías y personalización de los viajes, otros factores señalados por los clientes en su relación con las agencias



El consejo profesional experto se confirma, un año más, como el principal valor diferencial de las agencias de viajes, siendo señalado por seis de cada diez encuestados por ObservaTUR, el instrumento de análisis de emisor nacional, del que forma parte la Unión Nacional de Agencias.

En términos generales, además, no se constatan grandes variaciones respecto al periodo anterior, y se sigue considerando como factores destacados los siguientes:

- ▾ asesoramiento,
- ▾ seguridad,
- ▾ garantías ofrecidas,
- ▾ personalización de los viajes.

Se advierte, al tiempo, un aumento en la valoración de la especialización en destinos complejos o de mayor dificultad, que crece ocho puntos en comparación con la medición anterior, reforzando el papel referencial de las agencias en este tipo de viajes.

Servicios complementarios más demandados

Respecto a los servicios complementarios que más solicitan los viajeros, se afirma que la comercialización de seguros vinculados a los viajes continúa siendo el servicio complementario que despierta mayor interés y demanda, en línea con ejercicios anteriores. En segunda posición se sitúa la venta de experiencias y actividades en destino, que alcanza su mejor resultado histórico, con un 38%.

De cara al futuro, la contratación de experiencias y actividades se consolida como el servicio con mayor potencial, liderando nuevamente el ranking de relevancia para las agencias. De cara a años venideros, también se prevé un aumento de los servicios de alquiler de vehículos.

La facturación de las agencias de viajes y turoperadores creció un 3,3% en 2025

La facturación de las agencias de viajes y turoperadores en España creció un 3,3% en 2025, cuatro puntos porcentuales por debajo del 7,3% registrado en 2024, según datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En tasa interanual, el mes de diciembre de 2025 alcanzó un alza del 10,5% en las ventas de este sector turístico, mientras que en comparación con noviembre la facturación fue un 3,3% superior.

En cuanto al nivel de ocupación, las agencias de viajes crecieron un 2,5% a lo largo del año pasado, con un aumento anual en diciembre del 2,3% y un descenso de apenas el 0,9% entre el último mes de 2025 y noviembre.

Estos datos se aproximan a las previsiones estimadas por UNAV a finales del pasado ejercicio, que cifraban un aumento del volumen de negocio que estaría cercano al 5%, con un crecimiento de empleo del 2%.

Según UNAV esta rebaja ha sido consecuencia del alza continuada de los precios, que además ha impactado negativamente en la rentabilidad de los negocios.



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

► OBSERVATUR ESTUDIO

Más de la mitad de las agencias cree que la rentabilidad de sus negocios se mantendrá en 2026

- Los profesionales del canal advierten una creciente presión sobre los márgenes, a causa sobre todo del alza de los precios de los proveedores y de la competencia online



Más de la mitad de las agencias nacionales (54%) cree que la rentabilidad de sus negocios se mantendrá en el año 2026, un porcentaje que confirmaría de nuevo la tendencia a la estabilidad que se aprecia en el conjunto del sector, de igual manera que se apreciaba en el [ámbito de la contratación laboral](#).

Así se desprende al menos de las opiniones manifestadas por las agencias de viajes consultadas por ObservaTUR, el instrumento de análisis del emisor nacional, del que forma parte desde su creación UNAV.

Hay un grupo significativo de participantes (30%), no obstante, que se muestra optimista de cara al presente ejercicio, y considera que su rentabilidad evolucionará de manera positiva, cifra que duplica a la de aquellos que piensan que disminuirá (16%).

■ Disminución del gasto medio de los clientes

Entre los factores que más condicionan los márgenes, un 64% de los entrevistados por el Observatorio menciona en primer lugar, las subidas de precios de los proveedores (hoteles, compañías de transporte...), tres puntos por encima que la competencia online, citada por el 61% de los agentes de viajes.

A distancia, un 43% de los profesionales consultados opina que el descenso del rendimiento económico obedecería a una disminución del gasto medio de los clientes. Para el 41% de los participantes en la consulta, en cambio, la caída de la productividad sería consecuencia de la reducción de los márgenes comerciales.

El último condicionante referido por los agentes de viajes para explicar la rebaja de sus beneficios es el incremento de los costes laborales o de personal, que sería la causa para tres de cada 10 agencias de viajes.

450 horas de formación especializada en el mes de abril

ILUNION Formación y UNAV ofertan para el mes de abril cerca de 500 nuevas horas de contenido formativo, distribuidas en un total de 8 programas especializados, que son resultado del acuerdo de colaboración suscrito por ambas entidades.

- Inglés profesional para el turismo > 60 h.
- Reservas aéreas (Aula Virtual) > 45 horas
- Amadeus (Aula Virtual) > 75 horas
- Gestión de la marca personal > 75 horas
- Prevención y actualización frente al fraude comercial > 20 horas
- Procedimientos básicos de marketing digital y redes sociales > 125 horas
- Promoción y venta de servicios turísticos > 15 horas
- Reservas aéreas > 30 horas

En todos los casos se trata de cursos gratuitos, desarrollados tanto en modalidad de aula virtual (4) o de teleformación (4).

Todos los programas son financiados por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).

Invierno 2025/26: Guía práctica de estrategia para agencias de viaje

Cómo convertir los datos del 16º Informe ObservaTUR en rentabilidad para tu negocio



observaTUR

DESCÁRGATE NUESTRA GUÍA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE TU NEGOCIO



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

► NUEVOS ASOCIADOS TURISMO SENIOR

Club de Vacaciones, del Grupo Viajes El Corte Inglés, se incorpora a UNAV

- Este touroperador especializado en el segmento silver+60 cerró 2025 con más de 70.000 clientes, siendo en la actualidad uno de los referentes en turismo senior



La Unión Nacional de Agencias de Viajes, UNAV, anuncia hoy la incorporación de Club de Vacaciones a su organización, que fortalece así su estructura asociativa, que incluye a día de hoy más de 4.800 puntos de venta y una treintena de firmas adheridas.

Perteneciente al Grupo Viajes El Corte Inglés, este touroperador especializado en el segmento silver+60 cerró 2025 con más de 70.000 clientes, siendo en la actualidad uno de los referentes en turismo senior en nuestro país.

■ Referente del turismo senior en España

Su propuesta de valor, además, combina 10 años de experiencia en el mercado nacional, con una amplia capacidad de distribución, que comprende la red de agencias de Viajes El Corte Inglés, agencias terceras y 'partners' especializados, como son Traveltool Partners y Logitravel.

Dispone de dos líneas de productos diferenciadas, una diseñada para los clientes que buscan experiencias completas y otra orientada al viajero senior con opciones más flexibles y accesibles.

Ventajas de pertenecer a UNAV

La entrada de Club de Vacaciones en UNAV como miembro de pleno derecho permite a esta firma acogerse al catálogo de prestaciones que ofrece esta entidad, que incluye una veintena de servicios, entre ellos, por ejemplo, asesorías jurídicas consultivas y de apoyo sobre posibles contenciosos, estudio de los contratos de seguro suscritos, análisis para asesoramiento laboral, fiscal y contable o servicios específicos jurídicos a través del departamento UNAV Legal-DEIUREM.

Club de Vacaciones tiene en marcha en la actualidad un proceso de expansión hacia Portugal

Según Club de Vacaciones, sus dos líneas de producto se regionalizan al máximo para ofrecer a los clientes la oportunidad de salir lo más cerca posible de su lugar de origen, facilitando así la accesibilidad, la comodidad y la adaptación a las necesidades de cada zona.

Esta oferta se completa con una variada tipología de productos, que incluye paquetes abiertos y dinámicos, circuitos nacionales e internacionales, salidas especiales a las costas e islas y alojamientos diversos, gracias a los convenios preferentes que mantiene.

Estos acuerdos se extienden asimismo a más de 80 paradores nacionales, con una propuesta exclusiva y ventajosa (Pass Senior Paradores).

■ Proceso de expansión internacional

Tras su consolidación en el mercado español, Club de Vacaciones se encuentra en estos momentos en un proceso de expansión hacia Portugal.

Para Iván Méndez, gerente de UNAV, esta incorporación es una gran noticia para la entidad: "Club de Vacaciones es, sin duda, una de las marcas de referencia del mercado nacional en turismo senior y su integración en UNAV es un privilegio para nuestra organización, que además de sumar un nuevo asociado podrá disponer de su conocimiento del sector, en particular del segmento senior, que está siendo en los últimos tiempos uno de los grandes dinamizadores del turismo en España".



actividad asociativa



► CONVENIOS • TURISMO SILVER / ENVEJECIMIENTO ACTIVO

Ya está en marcha la XXI edición del Programa de Rutas Culturales de la Comunidad de Madrid

- Ofrecen un total de 350.000 plazas para disfrutar de cerca de 1.400 rutas, y pueden reservarse desde el 3 de marzo; este año incluye muchas novedades

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales presentaron hace unos días la [nueva edición del Programa de Rutas Culturales](#) de la Comunidad de Madrid.

Se trata de una iniciativa del Gobierno regional para fomentar la vida saludable, la autonomía personal y prevenir situaciones de soledad de las personas mayores, que en paralelo permita la dinamización del sector de las agencias de viajes y del conjunto de la industria, además de permitir acercar el trabajo de los profesionales a este segmento de público.

Este proyecto, que se puso en marcha en el año 2005, ha ido incrementando su oferta turística para recorridos nacionales e internacionales, tanto de media como de larga distancia y cruceros. Desde su primera edición, más de un millón de madrileños han podido disfrutar de las principales ciudades y regiones de todo el mundo.

■ 399 destinos nacionales y 867 propuestas en el extranjero

Entre el más del millar de opciones que se presentan este año, destacan 399 destinos nacionales (164 escapadas, 186 rutas por la Península y 49 viajes a Baleares y Canarias) y 867 propuestas en el extranjero, que incluyen 34 destinos en Portugal, 81 ciudades europeas e internacionales, 57 circuitos exprés, 405 itinerarios de media distancia y 290 grandes viajes, además de 79 cruceros y 49 mercadillos navideños.

En esta edición se han incluido, además, nuevos destinos a varios balnearios, al Valle del Jerte, al sur de Francia, a la campiña inglesa, Bélgica y Luxemburgo, Milán y Turín, Tanzania, California, Florida, Laos, la India, o un crucero por el Caribe de la República Dominicana.

741 agencias de la Comunidad de Madrid participan en este programa, que ya han disfrutado más de un millón de madrileños

Desde la óptica de UNAV, los programas territoriales de turismo, además de cumplir con sus fines sociales de fomento de una vida saludable para los mayores, son una extraordinaria opción para dinamizar la actividad sectorial.

De hecho, desde su creación en la Comunidad de Madrid (en donde ya han participado más de un millón de madrileños desde 2005), han continuado extendiéndose por otras áreas, como son Castilla-La Mancha y, más recientemente, Cantabria.

Estos programas, además, son una buena propuesta para la desestacionalización del turismo, sirven al tiempo para captar nuevos usuarios y clientes en los puntos de venta y activan la sostenibilidad de los destinos locales.

■ Respeto al principio de territorialidad

En todo momento, además, se respeta el principio de territorialidad. De hecho, en esta edición las reservas únicamente pueden hacerse de manera presencial, para evitar la compra por parte de personas no empadronadas en la Comunidad de Madrid.

En total, participan 741 agencias de viajes autorizadas, repartidas por todo el territorio de la Comunidad de Madrid. La relación de agencias autorizadas es la siguiente:

- ▶ B TRAVEL
- ▶ CAMINOS SENIOR
- ▶ CIBELES
- ▶ HALCÓN VIAJES
- ▶ IAG7 VIAJES
- ▶ NAUTALIA VIAJES
- ▶ VIAJES EL CORTE INGLÉS

Estas entidades están obligadas a informar sobre qué incluye y qué queda excluido en cada una de las rutas.

En esta edición, las Rutas Culturales de la Comunidad de Madrid ofrecen un total de 350.000 plazas para disfrutar de cerca de 1.400 rutas.

actividad asociativa



Destinos regionales, nacionales e internacionales, diseñados para garantizar una experiencia completa

Las rutas ofrecerán destinos regionales, nacionales (incluyendo islas) e internacionales, y estarán diseñadas para garantizar una experiencia completa para los participantes, con un mínimo de dos visitas culturales o excursiones.

Cada ruta o viaje incluirá un guía acompañante durante todo el recorrido, desde el punto de recogida hasta el regreso. Los alojamientos serán en hoteles de tres estrellas o más, con condiciones de accesibilidad y régimen de pensión completa, excepto en las rutas dentro de Cantabria, donde en el caso de rutas de turismo rural no será obligatorio que el alojamiento esté en casco urbano.

En cuanto a la duración y precios de las rutas, las opciones varían según el tipo de destino. Las rutas peninsulares tendrán una duración mínima de 4 días y 3 noches, con un rango de precios entre 340 € y 650 €. Las rutas a las islas tendrán una duración de 7 días y 6 noches, con precios entre 495 € y 800 €.

Finalmente, las rutas internacionales se ofrecerán con una duración mínima de 5 días y 4 noches, con precios entre 795 € y 1.700 €.

■ Comercialización en mayo

El programa contempla una modalidad especial denominada "Rutas más fáciles", para aquellos que necesiten ayuda para realizar las actividades básicas de la vida diaria, como personas con discapacidad o aquellos que necesiten medios mecánicos para la movilidad.

Este programa está dirigido a las personas residentes en la Comunidad, siempre que sean autónomas para realizar las actividades básicas de la vida diaria. Además, podrán participar sus cónyuges o parejas de hecho, quienes no estarán sujetos al requisito de edad, siempre que también sean autónomos.

Se prevé que la comercialización de las rutas comience en la primera o segunda semana de mayo, tras una presentación oficial de las rutas y viajes disponibles. La venta y contratación de los viajes se realizará directamente en las agencias de viajes que participen en el programa.

► CONVENIOS • TURISMO SILVER / ENVEJECIMIENTO ACTIVO

UNAV y el Gobierno de Cantabria ponen en marcha el programa 'Rutas culturales senior'

- Los itinerarios serán organizados por las agencias de viajes que deseen adherirse a este convenio y no existe exclusividad para las agencias UNAV

El Gobierno de Cantabria, a través de la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad, anunció a comienzos de marzo la firma del convenio de colaboración con la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) con el objetivo de promover el envejecimiento activo de la población de Cantabria mediante el programa "Rutas Culturales Senior Cantabria".

Este programa está dirigido a las personas mayores de 55 años residentes en la comunidad y tiene como finalidad promover la participación social, el bienestar emocional y el derecho al ocio de este colectivo durante el año 2026, especialmente entre aquellas personas que puedan estar en situación de soledad no deseada.

■ Acercar las agencias de viajes a la ciudadanía

Las rutas serán organizadas por las agencias que deseen adherirse a este convenio. No existe exclusividad para las agencias de la Unión, por lo que el convenio está abierto a todas las agencias de viajes que obtengan el reconocimiento de la Consejería.

Begoña Gómez del Río, consejera de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad, destacó que este convenio es una apuesta por el envejecimiento activo y saludable. "Las personas mayores de 55 años han sido clave en la construcción de la Cantabria que hoy disfrutamos. Nuestro deber es acompañar esta etapa con oportunidades reales para que puedan seguir disfrutando de la vida", afirmó Gómez del Río.

José Luis Méndez, presidente de UNAV: "Viajar es salud, es conversación, es romper la rutina y redescubrirse. Creemos que este programa, en primer término, ofrece una excelente oportunidad para mejorar la calidad de vida de nuestros mayores y fomentar el envejecimiento activo. Pero se trata de un programa igualmente enfocado a la consecución de otros fines, entre ellos dinamizar la actividad del sector turístico en su conjunto y acercar los servicios de las agencias de viajes a la ciudadanía".

actividad asociativa

► **CRISIS ORIENTE MEDIO** • CRISIS EN 3 FRENTE SIMULTÁNEOS

UNAV y FETAVE advierten de que la normativa actual no contempla crisis globales de conectividad

- Piden la aprobación de un protocolo de crisis que permita la actuación coordinada de todos los agentes implicados



UNAV y FETAVE denuncian que el marco normativo y operativo actual no está diseñado para dar respuesta a crisis extraordinarias de conectividad global, tal como se está constatando en la situación derivada de la escalada del conflicto en Oriente Medio.

Así, además de los problemas que de modo directo están afectando a los viajeros varados en los países del Golfo que no pueden regresar a España, y que en algunos casos están siendo repatriados por aviones militares españoles, se unen otros obstáculos añadidos.

Es el caso de los viajeros bloqueados en destinos de Asia, África y Oceanía cuyo retorno o enlace dependía de escalas en hubs del Golfo, con alternativas prohibitivas o, sencillamente, inexistentes.

O la situación que se está desencadenando a raíz del conflicto, que se está trasladando de forma directa a los viajes programados, con cancelaciones y reprogramaciones en cadena, y con un problema especialmente grave para las agencias cuando proveedores en destino califican como “no show” reservas hoteleras y servicios terrestres que el cliente no puede materializar por la interrupción sobrevenida de la conectividad aérea.

En opinión FETAVE y UNAV, “es inaceptable que, ante un escenario extraordinario, el sistema responda con reglas de normalidad. Se les exige una diligencia absoluta para proteger al consumidor, pero se les niega el marco para hacerlo de forma viable”.

Y añaden: “No puede exigirse al viajero que asuma pérdidas automáticas ni puede permitirse que el canal profesional cargue con la gestión infinita de incidencias sin instrumentos efectivos y sin una respuesta homogénea de aerolíneas, proveedores y administraciones. Si el transporte se bloquea y la conectividad se rompe, no puede seguir operando la lógica del “no show” y de la cancelación como si la causa fuera imputable al cliente o a la agencia”.

El papel esencial de las agencias en la crisis de Oriente, convertidas en el primer servicio de asistencia para los viajeros

Ante estas circunstancias, que han impactado en tres frentes simultáneos, UNAV y FETAVE reclaman una reacción inmediata y a la altura de la emergencia por parte de autoridades europeas y nacionales, aerolíneas y grandes proveedores turísticos, como la aprobación de un protocolo de crisis de conectividad turística que permita la actuación coordinada de todos los agentes implicados.

“Cuando la realidad rompe la normalidad”, aseguran estas organizaciones, “el sistema no puede sostenerse sobre la espalda de las agencias. Si se pretende proteger al viajero, hay que hacerlo con responsabilidad compartida, criterios homogéneos y soluciones reales. De lo contrario, la asistencia que prestan las agencias, imprescindible para el consumidor y para la confianza en el turismo, puede acabar siendo el factor que precipite el cierre de empresas que llevan años sosteniendo el sector”.

Al hilo de estos hechos, FETAVE y UNAV recuerdan que en otros ámbitos, como es el caso del asegurador, por ejemplo, existen mecanismos y tratamientos específicos para supuestos extraordinarios.

■ Una reacción a la altura de la emergencia

En este escenario, estas entidades quieren poner en valor el papel esencial que están desempeñando las agencias de viajes, que se han convertido de facto en el primer servicio de asistencia real para miles de viajeros.

Porque mientras el sistema se bloquea, afirman, “son las agencias las que atienden de manera ininterrumpida, replanifican itinerarios, renegocian reservas, gestionan extensiones de estancias, tramitan cambios y reembolsos y mantienen informadas a familias y empresas, asumiendo una carga operativa extraordinaria en un entorno de información cambiante sin interlocución suficiente, con canales saturados y con respuestas dispares”.

► **TURESPAÑA** ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA

Los ocupados en turismo superan los 3 millones en el último trimestre (+2,2%)

- En este 4º trimestre, crecen todas actividades turísticas, excepto en agencia de viajes, que descendieron un 0,9%



El empleo turístico en el cuarto trimestre de 2025 ha registrado 3.003.684 trabajadores ocupados, lo que supone un aumento del 2,2% respecto al mismo periodo de 2024. La mala noticia es que del conjunto de las actividades turísticas sólo han decrecido las agencias de viajes, que lo ha hecho casi un punto, según los datos publicados por Turespaña.

Entre octubre y diciembre de 2025, las actividades vinculadas al turismo registraron 65.987 empleados más que en el mismo trimestre del año anterior. Los empleados en el sector turístico en este periodo han constituido el 13,4% del empleo total de la economía española.

Además, el porcentaje de parados sobre activos en actividades turísticas fue del 9,3%. En la economía nacional la tasa de paro se situó en el 9,9%.

Los ocupados asalariados en turismo en este periodo ascendieron a 2.558.365, registrando un notable aumento interanual del 4,4%. Los asalariados mostraron aumentos en transporte de viajeros (14,4%), en otras actividades turísticas (6,9%) y en hostelería (1,6%).

En hostelería aumentaron tanto los servicios de alojamiento, como los de comidas y bebidas. Dentro de otras actividades turísticas, las agencias de viajes experimentaron un descenso del 13%.

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

El empleo en hostelería, agencias de viajes y operadores aumenta en 10 comunidades

Los asalariados en el sector turístico con contrato indefinido (85,2%) han aumentado un 4% interanualmente, lo que supone la decimoctava subida consecutiva. Por su parte, los asalariados con contrato temporal han registrado un aumento del 6,8%.

En este sentido, la tasa de temporalidad (asalariados con contrato temporal/total de asalariados) en el sector turístico fue del 14,8%, 0,3 puntos porcentuales superior a la del mismo periodo del año anterior. En relación al tipo de jornada, los asalariados con jornada completa representaron el 75,8% del total de asalariados y aumentaron un 5%.

Por su parte, los autónomos en turismo fueron 444.319, descendiendo un 8,6% respecto al mismo periodo del año anterior, con bajadas en hostelería (-14,8%) y transporte de viajeros (-17,5%) y un aumento en otras actividades turísticas (21,8%).

En cuanto a la distribución territorial, aumentó el número de ocupados en diez comunidades autónomas, entre las que se encuentran algunas de las principales -Andalucía (que es la que más crece: un 11,9%), Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Baleares-, y descendió en el resto, entre las que se encuentra, como principal, Cataluña, que cae un 10,5%.



de interés



EGATUR ENERO 2026

El gasto total de los turistas internacionales aumentó un 9,3% y alcanzó los 7.805 millones de euros

Según la última [Encuesta de Gasto Turístico \(EGATUR\)](#), publicada con fecha del 4 de marzo, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en enero alcanzó los 7.805 millones de euros, con un aumento del 9,3% respecto al mismo mes de 2025.

El gasto medio por turista fue de 1.522 euros, con un incremento anual del 8,0%. Por su parte, el gasto medio diario creció un 7,1%, hasta los 177 euros.

Los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto en enero fueron Reino Unido (con el 13,9% del total), Alemania (10,6%) y Países Nórdicos (7,0%).



El gasto en actividades fue la principal partida en enero, con un 23,4% del total del gasto y un aumento del 7,9% respecto al mismo mes de 2025.

Las siguientes partidas fueron el gasto en transporte internacional (no incluido en paquete turístico) y en alojamiento, con un 22,7% y un 16,2% del total, respectivamente. El primero se incrementó un 10,2% y el segundo un 15,7%.

El 53,9% del gasto total lo realizaron turistas que pernoctaron en alojamientos hoteleros, con un aumento anual del 10,4%. El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico subió un 9,8% en tasa anual. El de los que contrataron paquete turístico aumentó un 7,3%.

► **FRONTUR** ENERO 2026 • DATOS PROVISIONALES

España recibe 5,1 millones de turistas hasta enero, un 1,2% más que en 2025

- Con paquete turístico llegaron casi 1,1 millones, un 9,5% más
- Reino Unido fue el principal país de origen

El número de turistas internacionales que llegó a España en el primer mes de 2026 superó los cinco millones, un 1,2% más que en el mismo mes de 2025, según los últimos datos oficiales dados a conocer el 4 de marzo de 2026 por la [Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras \(FRONTUR\)](#).

De ese número, casi 1,1 millones lo hicieron con paquete turístico, un 9,5% más. Más de 4,0 millones de turistas viajaron sin paquete turístico en ese mismo periodo, un 0,9% menos.

Reino Unido fue el principal país de residencia, con 897.095 turistas y un aumento del 3,3% respecto a enero de 2025. De Alemania llegaron 527.327 turistas (un 2,0% menos) y de Francia 517.788 turistas (un 19,5% menos).

El número de turistas que utilizaron alojamiento de mercado como modo principal aumentó un 5,4% en tasa anual. Dentro de este tipo, el alojamiento hotelero creció un 7,3% y la vivienda en alquiler un 0,8%. Por el contrario, el alojamiento de no mercado descendió un 9,9%.

La duración de la estancia mayoritaria entre los turistas fue de cuatro a siete noches, con más de 2,2 millones y un aumento anual del 2,1%. El número de visitantes disminuyó un 2,2% entre los que no pernoctan (excursionistas) y un 9,1% entre los turistas con mayor duración (más de 15 noches).

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

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



RAZÓN NÚMERO 5 SEGURIDAD, TRANQUILIDAD Y PROTECCIÓN

- ✓ **Seguridad:** los agentes organizan el viaje con proveedores fiables, información actualizada y gestión rápida ante imprevistos.
- ✓ **Tranquilidad:** la agencia se encarga de reservas, planificación y asesoramiento personalizado, ahorrando tiempo y reduciendo el estrés del viajero
- ✓ **Protección:** Garantías legales, seguros y respaldo ante cancelaciones o problemas, con soluciones y defensa de los intereses del cliente durante todo el viaje

Orbis.

WEB

¿Aún no conoces la nueva versión Web de Orbis Gestión para Agencias de Viajes?

- SES Hospedajes
- Factura Electrónica
- Nuevas capturas proveedores
- Generación enlaces de cobro
- Conciliación tarjetas
- Enlace CRM
- Alta desatendida expedientes
- Etc.

614 398 077

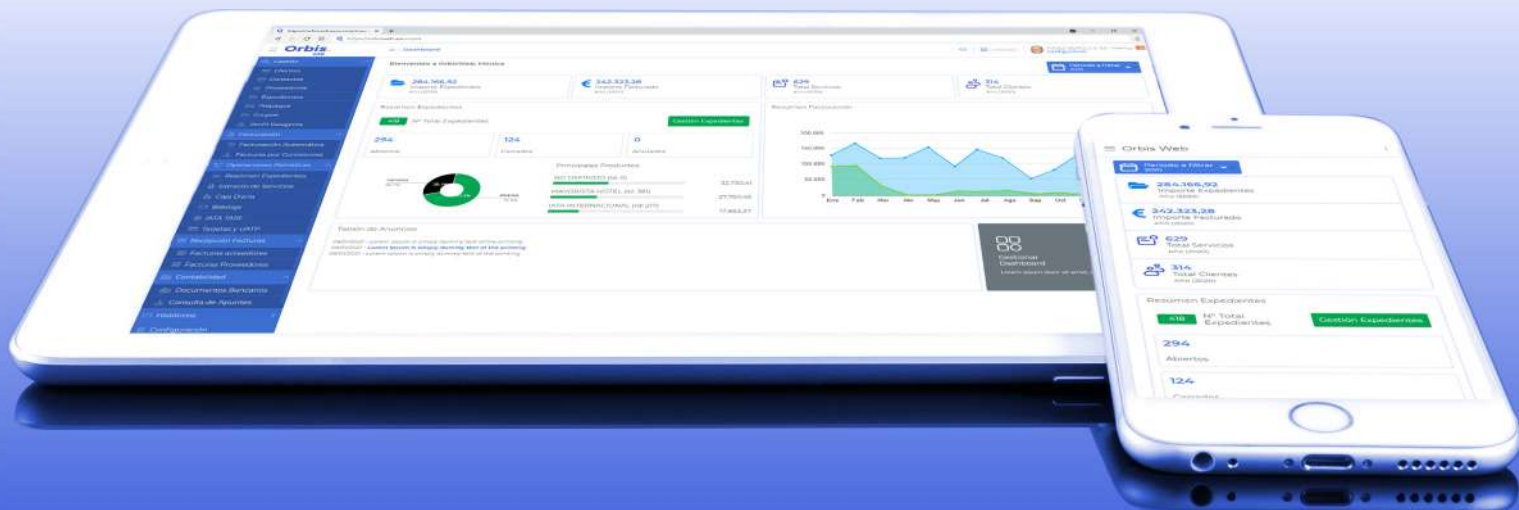
964 723 390

comercial@pipeline.es



Más información en
www.orbisweb.es

verifactu



Pipeline.
software