



TECNO TRAVEL AGENCY

**documento
de conclusiones**

Málaga, 14 de mayo de 2026

PROGRAMA DE LA JORNADA DE TRABAJO

09:00 / 09:30 ■ RECEPCIÓN & BIENVENIDA

Acreditaciones & Café | Recepción de asistentes & Networking inicial.

09:30 / 10.00 ■ APERTURA INSTITUCIONAL

Bienvenida por parte de la organización y autoridades del sector.
Presentación de objetivos del congreso

10:00 / 10:30 ■ EVOLUCIÓN TRAVEL TECH - CHARLA MOTIVACIONAL

Ponente: Daniel Caro – ANDALUCÍA NEXUS

10:30 / 11:00 ■ PILDORA FORMATIVA

Crea tu copiloto con Chat GPT

Ponente: Jose Antonio Flores – CONECTA TURISMO

11:00 / 11: 30 ■ CAFÉ & NETWORKING

11: 30 / 12.15 ■ TALLER PRÁCTICO

Ciberseguridad en agencias de viajes: cómo proteger datos y evitar fraudes

Ponente: Alfonso Piñero – BOTECH

12:15 / 12:45 ■ PILDORA FORMATIVA

La venganza de las AAVV – Ahora todos podemos ser una OTA

Ponente: Héctor Garcia – MOGU

12:45 / 13:10 ■ PONENCIA

IA en la agencia de viajes: por donde empezar y qué esperar

Ponente: Asier Ferrer – AMADEUS

13:10 / 13:30 ■ PACK TECNOLÓGICO UNAV

Adecuación legal del entorno digital para asociados

Ponente: Iván Méndez – UNAV

13:30 / 15:00 ■ ALMUERZO

15:00 / 15:45 ■ TALLER PRÁCTICO

Help Travel Tech

Ponentes: Jose Antonio Flores – CONECTA TURISMO / Ingrid Graells – BERONI

15:45 /16:20 ■ FACE TO FACE

El futuro del modelo de agencia: tecnología vs. humanización

Ponentes: Maite Añorga – TCDS TRAVELPORT vs. Ingrid Graells – BERONI / Modera: Sofía Saiz

16:20/16:50 ■ PILDORA FORMATIVA

APIs –Integrando herramientas en la Agencia de Viajes

Ponente: Sebastian Briones – PIPELINE SOFTWARE

16:50 /17:30 ■ CONCLUSIONES Y CLAUSURA

(*) En el desarrollo de la jornada, se proyectaron diversos audiovisuales promocionales de las marcas colaboradoras en el desarrollo de esta segunda edición del Tecno Travel Agency UNAV.





09:00 / 09:30 ■ RECEPCIÓN & BIENVENIDA

Acreditaciones & Café | Recepción de asistentes & Networking



09:30 / 10.00 ■ APERTURA INSTITUCIONAL

- **Bienvenida por parte de la organización y autoridades del sector**
- **Presentación de objetivos del congreso**
- En su primera intervención pública como presidente de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), **César Gutiérrez**, remarcó dos mensajes principales:
 - la necesidad de contar con asociaciones fuertes y comprometidas, que es uno de los retos de la nueva etapa de UNAV, y
 - la importancia que tiene la tecnología como valor de futuro.
- Habló de los retos pendientes de las agencias de viajes, pero también hizo hincapié en las muchas oportunidades que vienen.
- Por ello remarcó que este hecho no podía haber contado con un mejor entorno, el destino Costa del Sol, que es —aseguró— un punto neurálgico de referencia en materia tecnológica, con una ciudad, Málaga, que ha sabido conectar esa transformación digital con el turismo.
- La tecnología es imprescindible para nuestras empresas, subrayó igualmente. Porque, además, no es una cuestión de futuro. Es una realidad que está transformando la forma en la que las agencias se relacionan con el cliente, en la que venden, en cómo organizan los viajes y la forma en la que compiten.
- Las agencias de viajes, por tanto, han de ver la tecnología como una aliada, señaló. Y concluyó con la siguiente afirmación: “El futuro de las agencias se construirá con la unión de la tecnología y las personas”.



- **María Piedrola**, de Turismo Cosa del Sol, por su parte, puso en valor la necesidad de anticiparse a los retos que vienen, que es lo que ha hecho de la Costa del Sol —apuntó— un referente del turismo nacional e internacional.
- Y también un ejemplo de vanguardia y profesionalidad, dijo, gracias a las bondades del destino (el clima, su oferta de actividades y propuestas, sus gentes...), que capaz de proporcionar una experiencia completa.
- Antes de concluir, Piedrola mostró la predisposición de la Costa del Sol para diseñar el turismo del futuro de forma conjunta con el sector y, en particular, con las agencias.



- En su turno, el representante del Ayuntamiento, **Jonathan Gómez**, destacó cómo Málaga se ha convertido en una de las ciudades más tecnológicas y hospitalarias de España, con más de 10 millones de euros invertidos para disponer de los mejores servicios y experiencias dirigidas tanto a turistas como locales.



- **Philipp Heuri**, de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y Turismo Andaluz, en su intervención subrayó el valor de las agencias de viajes como 'partner' estratégico de los destinos, reseñando al mismo tiempo el carácter pionero de Andalucía en tecnología y digitalización, gracias en gran parte al proyecto Andalucía Nexus, iniciativa que fue explicada en detalle en la charla motivacional que siguió a continuación.



en su turno de palabra, el representante de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior subrayó el valor de las agencias de viajes como 'partner' estratégico de los destinos

10:00 / 10:30 ■ CHARLA MOTIVACIONAL

La evolución del 'travel tech'

PONENTE > Daniel Caro – ANDALUCÍA NEXUS

- Al igual que el presidente de UNAV, el representante de Andalucía Nexus, **Daniel Caro**, resaltó que “esto no va de tecnología, va de personas”. El turismo tiene corazón y alma, por más tecnología que metamos, enfatizó.
- Contó también la estrategia de innovación de las empresa pública Andalucía Nexus (el hub de innovación tecnológica impulsado por Turismo de Andalucía para conectar la tecnología y el sector turístico) y cómo esta comunidad está redefiniendo su modelo turístico mediante un enfoque transversal en el que el eje es el turismo sostenible basado en datos, delimitando ese alcance, a partir de la escucha activa del sector:
- A continuación relató los 5 pilares de este nuevo enfoque, con el objetivo de ayudar a las empresas turísticas a ser más competitivas y sostenibles: Audience (para transformar el marketing en inteligencia compartida), Future (con gobernanza multinivel y vision europea), Data (para convertir datos en decisiones, a partir de la integración de fuentes tradicionales y 'big data'), Lab y Talent.
- Todo ello ilustrado con distintos ejemplos de tecnología aplicada, como la campaña “Nómada”, basadas en datos de PMS; DEPLOYTOUR, un ejemplo de cómo la inteligencia de datos puede equilibrar la gestión de flujos turísticos en Europa; o Nexus Data PMS, una herramienta de análisis de datos del destino, específica para el sector hotelero.
- Con todos estos proyectos, y otros que igualmente están en desarrollo, el propósito que se han fijado es “buscar al turista que queremos”, aseguró el ponente. Porque lo que si tenemos claro —afirmó— es que el turismo cambia cada día, con realidades distintas.



10:30 / 11:00 ■ PILDORA FORMATIVA

Crea tu copiloto con Chat GPT

PONENTE > José Antonio Flores – Conecta Turismo

- **José Antonio Flores** dedicó su primera intervención a la inteligencia artificial (IA), a la que ha definió como la “nueva revolución”, la revolución de la productividad, según precisó de inmediato.
- En esta entrega, ofreció consejos y tips para llevar las IA a la práctica, mostrando cómo crear automatismos, no sólo de carácter técnico, sino también con el propósito de “abrir mentes”, afirmó.
- Mostró, incluso, cómo es posible crear un copiloto propio de Chat GPT para ayudar a las agencias de viajes, comentando la cantidad de tiempo que se puede ahorrar con este agente de IA, que además de ser creativo contribuye a ejecutar tareas y y acelerar procesos.
- La agencia de viajes tiene ventajas que aún no ha aprovechado, aseguró también Flores. Además, nuestros procesos propios —dijo— son lo mejor. “Tu plantilla es oro para crear tu copiloto, declaró.
- Para terminar, el CEO de Conecta Turismo manifestó que las agencias de viajes no necesitan transformarse digitalmente de golpe, lo que necesitan es empezar por una tarea, reveló José Antonio Flores. E indicó que cualquier agencia, sin presupuesto tecnológico ni conocimientos de programación, puede crear su propio asistente de inteligencia artificial en menos de 30 minutos y ponerlo a trabajar desde hoy.



cualquier agencia, sin presupuesto ni conocimientos, puede crear su propio asistente de IA en menos de 30 minutos

11: 30 / 12.15 ■ TALLER PRÁCTICO

Ciberseguridad en agencias de viajes: cómo proteger datos y evitar fraudes

PONENTE > Alfonso Piñeiro – BOTECH

- En una sesión activamente demostrativa e interactiva, guiada por un pequeño avión de papel para captar ‘víctimas’, **Alfonso Piñeiro** mostró—con ejemplos— algunos de los tipos de fraudes más usuales que se dan a día hoy (phishing, ransomware, fraude en pagos...), que aprovechan el mundo que nos ha tocado vivir, que exige premura y toma de decisiones inmediatas.
- Y eso lo saben los malos, comentó Alfonso, que tratan de aprovechar esta situación para intentar cometer un fraude. De ahí la necesidad de tomar conciencia de un fenómeno que no es algo raro, es algo que está pasando, en opinión de Piñeiro.
- Cómo podemos tomar conciencia en verdad, se preguntó. La respuesta fue instantánea: configurando bien los entornos de acceso, para así evitar llegar a este tipo de situaciones, para lo cual habló de la necesidad de establecer, por ejemplo, una doble vía de autenticación.
- Entre otras cosas, con la ayuda de 8 voluntarios del público, los asistentes al foro tuvieron la oportunidad de aprender cómo identificar malas prácticas para evitar conocer “la verdadera cara del miedo”, entre ellas que el fraude más certero es el que suena más educado” o las diversas caras que muestra el “ransomware”.
- Y una enseñanza final: hay que mimar, sin prisas, el dato personal, emplear la cabeza, y contar con los procesos. Porque la ciberseguridad es un viaje en el que nosotros decidimos el rumbo, concluyó el representante de BOTECH.



12:15 / 12:45 ■ PILDORA FORMATIVA

La venganza de las AAVV – Ahora todos podemos ser una OTA

PONENTE > Héctor García – MOGU

- Según el representante de MOGU, ha llegado el momento de que las agencias de viajes pueden tomarse la venganza de la primera guerra que perdieron, explicó García.
- Porque en el momento actual, razonó, la ecuación se ha invertido, sobre todo gracias a la inteligencia artificial.
- En su opinión, ahora todos podemos ser una OTA, una OTA, eso sí, con alma (con cercanía y personalización, algo que nunca va a tener Booking, según Héctor). Y esa es la “venganza” que tienen en su mano las agencias. Aunque para ello, dijo el representante de MOGU, hay que digitalizarse “a lo bestia”.



en opinión de MOGU, las agencias de viajes tienen en su mano ganar la ‘batalla’ tecnológica que perdieron hace años; pero para ‘vengarse’ tienen que digitalizarse ‘a lo bestia’

12:45 / 13:10 ■ PONENCIA

IA en la agencia de viajes: por donde empezar y qué esperar

PONENTE > Asier Ferrer – Amadeus

- La primera idea expuesta por **Asier Ferrer** fue que la tecnología no la marca una única persona o un solo colectivo. Viene impulsada por el conjunto de las personas, a partir de sus hábitos y usos.
- Tras esto, el representante de Amadeus efectuó un recorrido histórico por el origen de la IA hasta llegar a los agentes actuales de IA, basados en modelos de razonamientos. Una trayectoria en la que desatacó el papel de Amadeus, “que siempre ha estado a la vanguardia de la evolución de la IA”, según Asier.
- ¿Qué podemos pedir a esta tecnología?, se pregunto. Y él mismo ofreció la clave: la IA tiene capacidad para mejorar “enormemente” cada una de las etapas del viajes (información, planificación y reserva, en el transcurso del viaje y después del viaje).
- También detalló cómo está aprovechando Amadeus la IA para hacer que la experiencia de viajar sea mejor para todos en cada una de estas fases con distintas herramientas. Citó aquí algunas de ellas, como son su asistente virtual para planear y reservar; Amadeus Discover, como motor de recomendación; o Amadeus Hey!, par el postviaje.
- En este sentido, con soluciones así, dijo, la IA puede empoderar a los agentes de viajes, optimizar sus operaciones e incrementar sus beneficios.
- Para terminar, enumeró 5 mensajes a modo de síntesis: 1/ La IA está progresando muy rápido 2/ Los retos son significativos 3/ La IA tiene el potencial de descubrir nuevas oportunidades, 4/ La colaboración de todos es clave, 5/ La IA permite experiencias de usuario más naturales y personalizadas.



13:10 / 13:30 ■ PROYECTO UNAV LEGAL - AON - BOTECH

Presentación del primer servicio integral de ciberprotección y cumplimiento digital para agencias de viajes

PONENTE > Iván Méndez – UNAV / Josep García - AON

- En esta ponencia, Iván Méndez, gerente de UNAV, y Josep García, Director Travel Affinity, SME & Digital Solutions AON, presentaron **el primer servicio integral de ciberprotección y cumplimiento digital para agencias de viajes**.
- La solución combina adecuación normativa, auditoría de ciberseguridad y acceso preferente a seguros especializados frente a amenazas digitales.
- El servicio revisa y adapta elementos legales visibles en webs, redes sociales, formularios y canales digitales utilizados por las agencias.
- El programa incorpora análisis de riesgos, planes de mitigación y recomendaciones específicas para mejorar la protección tecnológica y operativa.
- Los asociados, opcionalmente, en condiciones preferentes, podrán contratar pólizas especializadas frente a brechas de datos, 'ransomware', interrupciones de servicio y responsabilidades derivadas de la actividad online.
- La iniciativa, desarrollada junto a UNAV Legal Deiurem, BOTECH y Aon, refuerza la apuesta de UNAV por una digitalización más segura, sostenible y adaptada a las nuevas exigencias regulatorias.
- Todo ello igualmente con descuentos y condiciones especiales para los miembros de UNAV.



Josep García, de AON, por su parte, detalló en esta misma intervención cómo estas pólizas opcionales están específicamente diseñadas para entornos digitales y negocios online, y proporcionan diversas coberturas:

- 1) Servicio de respuesta a incidentes
 - Contención del ataque SOC ■ Asesoramiento jurídico ■ Gastos de notificación RGPD ■ Cuidado de la imagen (RR.PP)
- 2) Pérdidas derivadas de un ataque
 - Gastos de recuperación de datos o sistemas ■ Gestión y reembolso del rescate por extorsión ■ Pérdidas de beneficios por interrupción ■ Pérdidas por ataque a su proveedor tecnológico
- 3) Fraude tecnológico
 - Uso fraudulento de identidad electrónica ■ Robo electrónico de fondos ■ Aumento de gasto de servicio contratados ■ Suplantación de identidad (opcional)
- 4) Servicios de prevención (incluidos)
 - Academia 'cyber' para empleados ■ Análisis de vulnerabilidad Red y Internet ■ Servicio de noticias y alertas ■ Antivirus gratuito ■ Copias de seguridad 20 GB ■ Localizador de dispositivos ■ Sistemas Autenticación Doble factor Revisión y Puesta a Punto ■ Informe presencia Internet ■ Soporte GSuite Google - Soporte Office365
- 5) Responsabilidad civil tecnológica
 - Gasto de defensa ■ Responsabilidad ante terceros ■ Sanciones administrativas en protección de datos y Sanciones PCI



13:30 / 13:35 HORAS ■ PLANEAMADRID

La plataforma líder para la promoción de los municipios de la Comunidad de Madrid

PONENTE > César Gutiérrez - UNAV / FEMAV

Antes de la sesión del almuerzo, los asistentes a la segunda edición del Tecno Travel Agency UNAV pudieron conocer el proyecto planeamadrid.es, la plataforma de las agencias de viajes de la Comunidad de Madrid para la promoción y comercialización de sus municipios.

Según explicó Gutiérrez en la introducción del [vídeo](#), se trata de una iniciativa desarrollada conjuntamente por este territorio y por FEMAV, la federación de agencias de viajes de esta Región, a la que se han incorporado ya más de 200 proveedores turísticos.

Su objetivo es contribuir al desarrollo equilibrado y sostenible del turismo en la región de Madrid, promoviendo la diversidad de los destinos más allá de la capital.

1. CREAR PAQUETES TURÍSTICOS
EN POCOS MINUTOS.

2. DISPONER DE ACUERDOS CON PROVEEDORES
LOCALES A GOLPE DE CLIC.

3. AHORRAR TIEMPO Y DINERO EN LA GESTIÓN
DE CAPTACIÓN DE PRODUCTO.



15:00 / 15:45 ■ TALLER PRÁCTICO

Help Travel Tech

PONENTES: José Antonio Flores – Conecta Turismo / Ingrid Graells – BERONI

- En una intervención al alimón, José Antonio Flores e Ingrid Graells trataron de dar respuesta a cuestiones referidas a la digitalización que se hacen en el día a día las agencias de viajes.
- Preguntas sobre la IA (diferencias pago/gratuita), la falta de tiempo (la trampa de la actividad, un concepto filosófico exhibido por Flores), los asistentes virtuales, la vuelta de las marcas a la humanización o los cambios habidos en torno al posicionamiento natural en Google, con la aparición, además, del GEO, o sea plataformas para que sean legibles a la IA.
- Y las ideas principales que se remarcaron fuero, entre otras, las siguientes:
 - Respecto al precio, en el mundo de las suscripciones, el precio siempre es relativo, en función del retorno. ¿Qué es lo que me aporta? Esa es la pregunta correcta que se ha de hacer a juicio de los intervinientes.
 - El partner tecnológico está para ayudar y contribuir a la ordenación de la información. Ese es su propósito básico, al entender de ambos ponentes.
 - Cuidado con las trampas de la actividad; para eso sirven las herramientas tecnológicas.
 - Oportunidad manifiesta: que el cliente sea quién decida qué se puede automatizar.



15:45 /16:20 ■ FACE TO FACE

El futuro del modelo de agencia: tecnología vs. humanización

PONENTES: **Maite Añorga** – TCDS TRAVELPORT vs. **Ingrid Graells** – BERONI

Modera: **Sofía Saiz** - Los Viajes de Sofía

- Se llevaba semanas hablando en los foros especializados de qué era un 'face2face'. Será una nueva promoción, será nuevo paquete turístico, será una canción...
- Nada de eso. Fue un debate abierto, sincero (y disruptivo, dijo el presidente de UNAV) sobre digitalización y humanización, con dos visiones que, al final, fueron coincidentes, pero con matices.
- Para Ingrid Graells, la tecnología tiene mucho bien que aportar, porque la automatización y la personalización son imprescindibles para avanzar hacia el futuro de las agencias de viajes (y del conjunto del sector) . Lo que hay que hacer es determinar qué se puede automatizar y qué no, asegurando que la humanización en cierta medida se puede sacrificar en tareas que no aportan valor.
- Maite Añorga, por su parte, sin estar en desacuerdo, considera que con tanta digitalización se puede perder la humanización. Lo ideal —afirmó— es trabajar para llegar a un equilibrio.
- Porque sólo así, según la representante de TDCS, se se tendrá el éxito asegurado. Abracemos la IA, sí. De manera regulada, señaló, y sin perder el foco en el cliente, subrayó. Porque las máquinas no tienen emoción. Y en la experiencia del viaje siempre ha de quedar la emoción, sentenció Añorga.



16:20/16:50 ■ PILDORA FORMATIVA

APIs –Integrando herramientas en la Agencia de Viajes

PONENTE > Sebastian Briones – Pipeline Software

- La ponencia de **Sebastián Briones** puso el foco en un problema cada vez más habitual en las agencias de viajes: la convivencia de múltiples herramientas que no siempre están conectadas entre sí.
- En su intervención explicó cómo las APIs pueden ayudar a integrar sistemas de reservas, web corporativa, CRM, pagos, tarjetas virtuales, conciliación bancaria y contabilidad dentro de una operativa más coherente.
- Desde una perspectiva práctica, analizó por qué a día de hoy resulta más decisivo conectar bien los procesos que seguir incorporando nuevas soluciones. La idea de fondo, a su juicio, es clara: una agencia gana eficiencia cuando consigue que sus sistemas trabajen de forma coordinada.
- A modo de conclusión final indicó que el gran reto de muchas agencias ya no es incorporar más tecnología, sino conseguir que sus herramientas trabajen conectadas. Integrar reservas, web, CRM, pagos, conciliación y contabilidad permite reducir fricciones operativas, mejorar el control y avanzar hacia un modelo de gestión más eficiente y coherente.



16:50 / 17:15 HORAS ■ PRESENTACIÓN

Tarjetas de visita para la gestión inteligente de los contactos

PONENTES > **Jorge Zamora & Víctor Zamora** — IDQR

- Jorge Zamora y Víctor Zamora, en la última presentación de la jornada de trabajo, mostraron un novedoso proyecto desarrollado por la firma IDQR, que es una plataforma de tarjetas de visita digitales, que posibilita la gestión inteligente de los contactos mediante el uso de analíticas avanzadas y sistemas de inteligencia artificial.
- Entre sus principales funcionalidades destacan también la monitorización de visitas, clics y contactos generados, así como el análisis de métricas clave mediante gráficos, mapas de calor y embudos de conversión que ayudan a entender el comportamiento de los clientes y mejorar la toma de decisiones.
- Asimismo permite la gestión de equipos mediante organigramas y la integración con Apple Wallet y Google Wallet, lo que agiliza el uso en entornos profesionales.
- Esta solución, según dijo Jorge Zamora, permite a las empresas centralizar toda su red de contactos en una única plataforma accesible en tiempo real, o mantener siempre actualizados los datos Y, además, supone un paso más en la estrategia de sostenibilidad hacia la que se encamina el ecosistema del turismo y los viajes, del que forma parte el sector de las agencias.

