

Las agencias de viajes viven un momento dulce en el panorama internacional

- Los medios sectoriales de referencia se hacen eco del auge que está teniendo el canal minorista en diferentes países y regiones
- Tecnología, confianza, seguridad, mejora de la competitividad y aumento de la complejidad de los viajes, claves del éxito

📄 [Página 9](#)



UNAV: 2.000 HORAS DE FORMACIÓN PARA AGENTES DE VIAJES

UNAV ofrecerá este mes cerca de 2.000 horas de formación especializada a los agentes de viajes de las firmas integradas en su organización, que suman en estos momentos más de 4.800 puntos de venta en toda España. Esta oferta formativa es el resultado de los acuerdos de colaboración suscritos con diversas entidades. “Se trata probablemente de la más amplia oferta formativa del sector en estos momentos, según Iván Méndez, gerente de UNAV. MÁS INFO > [Página 3](#)

► **SEGUIMIENTO** EL ORGANISMO PROPORCIONARÁ INFORMACIÓN DETALLADA

UNAV y FETAVE respaldan al Imsero en su decisión de exigir el cumplimiento de los compromisos de la adjudicación

📄 [Página 5](#)

La mitad de las agencias cree que su nivel de innovación se ha incrementado en el último año

Según el 2º Barómetro Beroni sobre Innovación en las Agencias de Viajes, realizado por ObservaTUR para esta firma especializada en tecnología para el sector turístico, la mitad de las agencias de viajes nacionales cree que su nivel de innovación se ha elevado mucho o bastante en el último año.

Con respecto al año 2023, de acuerdo con este informe, aumenta la percepción de que la digitalización se ha incrementado en este canal, aunque todavía hay un número alto de agencias que considera que habría margen de mejora (47% de los consultados), puesto que los pasos que se han dado son todavía leves (39%) o insuficientes (8%). Un 4% permanece igual que en 2023.

■ [Página 7](#)

España, segunda potencia mundial en turismo, según el Foro Económico Mundial

España se sitúa como la segunda potencia mundial en turismo, con una puntuación de 5,18, por detrás de EEUU, que lidera este sector con 5,24 puntos, según el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (TTDI, por su siglas en inglés) 2024, elaborado por el Foro Económico Mundial. Europa domina las 10 principales posiciones, pero el primer puesto lo ocupa Estados Unidos.

■ [Página 16](#)

actividad asociativa

Pipeline Software: un viaje de 35 años a través de la revolución tecnológica del turismo

Pipeline
software

Pipeline Software cumple estos días 35 años desde su creación, un tiempo en el que siempre se ha guiado por un mismo propósito: evolucionar la industria del turismo mediante soluciones tecnológicas innovadoras.

En este periodo, la empresa ha sido testigo y protagonista de una transformación sin precedentes, adaptándose a los cambios y ofreciendo herramientas que han impulsado la modernización del sector.

En sus inicios, Pipeline Software se centró en el desarrollo de su ERP ORBIS GESTION. Con la llegada de la era digital, se adaptó rápidamente, introduciendo sistemas de reservas online que permitieron a los viajeros reservar sus viajes de forma cómoda y segura desde cualquier lugar del mundo.

En el siglo XXI, Pipeline Software consolidó su posición en el sector, enfocándose en la integración de sistemas.

De esta forma, la empresa desarrolló integración con sistemas CRM, herramientas de análisis de datos que permitieron a sus clientes tomar decisiones estratégicas basadas en información precisa y actualizada.

En la actualidad, Pipeline Software se mantiene a la vanguardia de la innovación, desarrollando sus aplicaciones en entorno web y trabajando en la integración de la inteligencia artificial en sus soluciones.

► UNIVERSO UNAV

✈ TOUR10: CANDIDATA A LA CERTIFICACIÓN "S DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA"



Tour10 ha sido seleccionada, entre más de 400 candidatas en Andalucía, para iniciar el proceso de certificación "S de Sostenibilidad Turística". Este reconocimiento avala el compromiso de Tour10 con la sostenibilidad social, económica y medioambiental, convirtiéndola en un referente en el sector turístico andaluz. La obtención de la certificación "S" representa un paso importante en la estrategia de Tour10 hacia un turismo más responsable y sostenible. La compañía ha integrado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en su gestión, optimizando sus procesos y operaciones para minimizar su impacto ambiental, impulsar la economía local y contribuir al bienestar social de las comunidades en las que opera. [INFO](#) ►

✈ POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD: IAG7 VIAJES ADQUIERE EL BOSQUE DE SIERRA DE PELA



El Grupo IAG7 anunció recientemente la compra del bosque de Sierra de Pela, en Soria, dentro de su estrategia de descarbonización. Con esta medida, la compañía busca reducir y compensar las actividades de su actividad, contando con un proyecto propio de reforestación. La plantación se trata de un bosque recién plantado con el objetivo de mantenerlo durante un periodo mínimo de 50 años que permitirá a la compañía compensar su huella de carbono, así como la de sus clientes. El terreno, aprobado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, presenta una superficie plantada de más de dos hectáreas de terreno, con especies autóctonas: Cedrus atlántica, Pinus pinaster y Crataegus monogyna (10%). Se estima que las absorciones totales de cara a los próximos 50 años puedan superar las 5.600 toneladas de CO2. [INFO](#) ►

✈ IRYO PERMITIRÁ VIAJAR CON PERROS DE MÁS DE 10 KILOS ESTE VERANO



iryo ha anunciado el lanzamiento de una prueba piloto que permitirá a los pasajeros viajar con perros de más de 10 kilogramos sin necesidad de transportín en sus trenes. Los billetes ya se encuentran disponibles, por el momento únicamente de forma telefónica a través del servicio de atención al cliente (910 150 000), para viajes entre el 17 de junio y el 31 de agosto.

Disponible en las rutas que tengan como origen las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga, el servicio tiene un coste de 40 euros por trayecto, al que hay que sumarle el precio del billete del adulto que lo acompaña, que deberá adquirirse en tarifa Singular.

Con el objetivo de garantizar la comodidad y seguridad de todos los pasajeros, iryo ha definido ciertas limitaciones, así como un procedimiento y documentación de obligatorio cumplimiento, disponible en su página web. A este respecto, está permitido un perro "grande" por adulto, cifra sujeta a disponibilidad y ocupación del tren, que permite un máximo de 8 por trayecto. [INFO](#) ►

**CANAL
UNAV**



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

✈ REVISTA DE PRENSA

AGENTTRAVEL > W2M: 2.738 millones de facturación y 7,1 millones de pasajeros este año ►►
FLASH INFORMATIVO 88 > AON: nuevas garantías por cancelación de vuelo
FLASH INFORMATIVO 91 > INTERMUNDIAL: amplía el plazo de anulación de seguros

actividad asociativa

► **ACUERDOS DE FORMACIÓN** APUESTA ESTRATÉGICA FIRME

UNAV ofrecerá en junio más de 2.000 horas de formación para sus agentes de viajes

- En mayo, esta organización, en virtud de los acuerdos alcanzados, ha impartido otras 2.000 horas formativas a los profesionales de sus agencias integradas
- En todos los casos se trata de cursos gratuitos, subvencionados y/o bonificados para las empresas y autónomos y los hay tanto telemáticos como presenciales

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) ofrecerá en el mes de junio más de 2.000 horas de formación especializada a los agentes de viajes de las firmas integradas en su organización, que suman en estos momentos más de 4.800 puntos de venta en toda España.

Esta oferta formativa es el resultado de los acuerdos de colaboración suscritos con diversas entidades, entre ellas la Cámara de Comercio de Madrid, ILUNIÓN Formación y Adara Formación, empresa colaboradora de la Fundación Estatal para el Formación en el Empleo (FUNDAE).

Estos convenios se enmarcan dentro del impulso que esta asociación esta haciendo de este capítulo con el fin de mejorar la capacitación de los profesionales y tratar de captar nuevo talento. En todos los casos se trata de cursos gratuitos, subvencionados y/o bonificados para las empresas y autónomos y los hay tanto telemáticos como presenciales.

“Dentro de la apuesta que ha hecho UNAV por la formación de los profesionales de las agencias, se trata probablemente de la más amplia oferta formativa del sector en estos momentos y una de las más específicas que se han llevado a cabo”, según Iván Méndez, gerente de UNAV.



Comercialización de productos turísticos, reservas, ciberseguridad, inglés y marketing, entre otras propuestas formativas

De esas 2.000 horas formativas que se ofrecerán en el mes de junio, más de 400 serán impartidas por ILUNIÓN Formación, distribuidas entre los siguientes módulos:

- ▶ Ciberseguridad para usuarios (10 h.)
- ▶ Ahorro energético y reciclaje (15 h.)
- ▶ Cierre de operaciones de venta (18 h.)
- ▶ Amadeus (75 h.)
- ▶ Sistemas de reserva on line (50 h.)
- ▶ Comercialización de productos turísticos (60 h.)
- ▶ Prevención de riesgos laborales (22 h.)
- ▶ Reservas aéreas (45 h.)
- ▶ Reservas de hoteles transaccional (40 h.)
- ▶ Reservas de coches transaccional (40 h.)
- ▶ Tratamiento y gestión de quejas y reclamaciones (35 h.)

Estos mismos cursos, con igual número de horas (410), también se han desarrollado durante el mes de mayo.

MÁS INFO ▶▶

-ing/to... -ing/to...
like
remember
be
see
stop
would like
infinitive
Gerund
continue

A través de Adara Formación, y al amparo de FUNDAE, la asociación nacional decana de agencias de viajes añadirá a las sesiones impartidas en el mes de mayo (1.600 horas, aproximadamente), otras tantas en el mes de junio, de acuerdo con los siguientes programas: formación específico sectorial (266 horas), contabilidad (200 horas), riesgos laborales (250 horas), marketing (425 horas), inglés (375 horas) y ofimática (150 horas).

MÁS INFO ▶▶

“

Representación, alegaciones, pliegos de descargo, recursos, contratos... Los campos de actuación de UNAV son diversos y abarcan distintas especialidades. Infórmate. No estás solo. Estamos a tu lado.

Catálogo de servicios UNAV a los asociados

- Intervención en actuaciones administrativas, y en todas sus instancias, en expedientes incoados por la Administración, relacionados con la actividad de agencia de viajes, redactando alegaciones y pliegos de descargo e interponiendo y formulando los recursos procedentes en vía administrativa.
- Asesoría Jurídica Consultiva y de apoyo para viabilizar posibles actuaciones ante la jurisdicción contencioso-administrativa derivadas del punto anterior.
- Representación de las agencias de viajes asociadas en los actos de preconciliación administrativa ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid en reclamaciones de usuarios.
- Reclamaciones, en trámite extrajudicial y en las condiciones establecidas, de aquellas cantidades adeudadas a la agencia de viajes asociada.
- Disponibilidad de acceso, a través de la Confederación, a los datos del Registro de Anomalías Comerciales o de Morosos de nuestra actividad
- Asesoría Jurídica Consultiva y de apoyo en aspectos derivados del punto anterior y sobre posibles contenciosos relacionados con la agencia de viajes

Información, formación, apoyo, asesoramiento y análisis en distintas especialidades

- Información y divulgación, vía Internet, fax o postal, de las disposiciones y normas que puedan afectar a nuestras Empresas miembros.
- Estudio de los contratos de seguro, en cuanto al alcance y adecuación de sus coberturas y condiciones, suscritos por nuestros asociados, con especial detenimiento en cuanto a las de Responsabilidad Civil.
- Información, coordinación y apoyo en expedientes de subvenciones oficiales y cooperación con la Administración.
- Análisis para asesoramiento laboral, fiscal y contable.
- Asesoramiento y apoyo en el Area Informática en cuanto a Redes, Sistemas, Aplicaciones, Conexiones y Equipos.
- Participación en Planes de Formación Continua para nuestros asociados, sin coste alguno para ellos.



actividad asociativa

UNAV y FETAVE respaldan al Imserso en su decisión de exigir el cumplimiento de los compromisos de la adjudicación

- ➔ Ambas entidades mantuvieron una reunión con la Dirección General de este organismo para poner de manifiesto los incumplimientos en el desarrollo del programa por parte del adjudicatario, como así lo ha constatado la propia institución
- ➔ Las organizaciones sectoriales consideran que se ha mermado la satisfacción y la experiencia de los beneficiarios, al tiempo que han afectado negativamente a la imagen de las agencias



En una declaración conjunta, UNAV y FETAVE han trasladado al Imserso su apoyo en la decisión de exigir el cumplimiento de los compromisos de la oferta adjudicataria y aplicar el pliego en lo referente a los incumplimientos, así como su corrección en el próximo programa de viajes.

Este refrendo se produce tras la reunión que ambas entidades mantuvieron con la Dirección General del Imserso para poner de manifiesto los continuos incumplimientos en el desarrollo del programa por parte del adjudicatario, como [ha constatado el propio organismo](#) dependiente del Ministerio de Derecho Sociales.

En este escrito, el Imserso expone la existencia de incumplimientos en el desarrollo del programa por parte del adjudicatario, “que han mermado la satisfacción y la experiencia de los beneficiarios, al tiempo que han afectado negativamente a la operatividad y la imagen de las agencias de viajes”.

Las asociaciones instan a mantener las fechas del programa y a la corrección de todas las carencias que se han registrado

- ➔ La calidad hotelera, los medios de transporte y una comercialización ecuánime en todas las agencias de viajes, en el punto de mira

Antes de conocerse la decisión del Imserso de prorrogar el programa de turismo para mayores a la firma adjudicataria actual, y dadas las dudas que existían acerca de su continuidad, UNAV y FETAVE habían exigido al organismo del Ministerio de Derechos Sociales dos cuestiones importantes.

La primera de ellas, el cumplimiento de las fechas de desarrollo del programa y, la segunda, la corrección de todas las carencias que se habían venido dando en este ejercicio, en lo relativo a la calidad hotelera, los medios de transporte y la comercialización ecuánime en todas las agencias de viajes.

Para asegurar la formalización de los compromisos adquiridos, el Imserso proporcionará a ambas organizaciones información detallada de los datos específicos sobre el cumplimiento de los programas adjudicados y la comercialización de los mismos.

Entre los datos que se ha comprometido a facilitar en una memoria figuran el número de viajeros, plazas hoteleras, ventas por agencias de viajes y otros detalles relevantes de cada uno de los lotes adjudicados, tal fue el compromiso acordado en esa reunión.

► TURISMO SOCIAL FUNDAMENTAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO

UNAV y FETAVE, en línea con lo manifestado en la reunión del 9 de mayo con los representantes del Imserso, seguirán colaborando con el Imserso en la mejora continua de este programa, “que además de satisfacer una demanda social de tipo cultural, de ocio y de actividad de nuestros mayores” —señalan— “representa para el sector turístico un elemento fundamental para facilitar ocupaciones hoteleras y de medios de transporte, así como carga de trabajo a diversos sectores y entre ellos a las agencias de viajes en la temporada baja”.

UNAV

Relación de agencias asociadas

- ACUARELA
- AREAUCA OCIO SL - MARFA TRAVEL
- ARENAS
- ARISTA
- ATENEO
- 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
- EUROPA MUNDO VACACIONES
- EXOTICES
- EXPERIANTUR
- EXPLORA TRAVELER
- FRONTIA
- GAMAS-CONCIERGE DE VIAJES
- GESTORA DE VIAJES Y NEGOCIOS
- GLOBAL COMPASS SPAIN, SLU
- GOLFSPAIN TOURS
- GRUPO AIRMET
- GRUPO AZUL MARINO
- GRUPO BYTOUR
- GRUPO CARREFOUR VIAJES
- GRUPO DIT GESTION
- GRUPO EXPERTRAVEL
- GRUPO STAR VIAJES
- GRUPO TRAVELTOOL E-SERVICES
- HELICE
- 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
- SPACE TRAVEL
- SURLAND
- SYMPHONY TOURS
- TAWY TOURS
- TOURMUNDIAL
- TRABAX TURISMO, S.L
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- TRAVEL LIFE EVENTS DMC SL
- TRAVELLING CONSULTANTS
- VERONIA TOURS, SL
- VIAJES CIBELES
- VIAJES LEONTUR
- VIAJES LUZ - LUZSPAIN TOUR
- ZAFIRO

UNAV / miembros adheridos

- AMADEUS ESPAÑA
- AON GIL Y CARVAJAL
- ARKEA - FORMACIÓN, OCIO Y AVENTURA
- ATOUT FRANCE
- BERONI INFORMATICA, S.L.
- CONECTA TURISMO
- CUEVAS DE NERJA
- ENJOY TRAVEL GROUP
- EPG TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA
- FINETWORK
- IBERIA
- IBERIA CARDS
- INTEGRITY 360
- INTERMUNDIAL XXI, SL
- IRYO
- MOVELIA TECNOLOGÍAS
- MSC CRUCEROS
- PIPELINE SOFTWARE 2000
- RENFE - SOC. MERCANTIL ESTATAL
- SAMA TRAVEL
- SEGITRAVEL
- SOLTOUR
- TDCS TRAVELPORT
- TOUR10 TRAVEL
- WORLD 2 MEET TRAVEL

actividad asociativa

► **BERONI** BARÓMETRO SOBRE INNOVACIÓN EN LAS AGENCIAS

La mitad de las agencias cree que su nivel de innovación se ha elevado mucho o bastante en el último año

- Aumenta la percepción de que la digitalización se ha incrementado en el canal, aunque todavía hay un número alto de agencias que considera que hay margen de mejor

GRADO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

EVOLUCIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

MI AGENCIA DE VIAJES HA EVOLUCIONADO...



www.beroni.com

Según el 2º Barómetro Beroni sobre Innovación en las Agencias de Viajes, realizado por ObservaTUR para esta firma especializada en tecnología para el sector turístico, la mitad de las agencias de viajes nacionales cree que su nivel de innovación se ha elevado mucho o bastante en el último año.

Con respecto al año 2023, de acuerdo con este informe, aumenta la percepción de que la digitalización se ha incrementado en este canal, aunque todavía hay un número alto de agencias que considera que habría margen de mejora (47% de los consultados), puesto que los pasos que se han dado son todavía leves (39%) o insuficientes (8%). Un 4% permanece igual que en 2023.

En opinión de Josep Bellés, CEO de Beroni, lo más destacado del estudio es que se mantienen estables las partidas consignadas a avanzar en la digitalización de las minoristas, aumentando incluso algunos capítulos específicos, tales como el presupuesto dirigido a campañas de marketing y publicidad, formación o el refuerzo de su presencia en la Red, lo que les permitirá desarrollar en mayor medida sus estrategias omnicanal. Quiero incidir, además, en el hecho de que las ayudas del Kit Digital a fondo perdido siguen abiertas hasta el 31 de diciembre de este año”.

La inversión en innovación se dirigirá hacia la formación especializada, el marketing y la publicidad

Las previsiones de inversión en innovación para el año 2024 son parecidas a las de 2023, y se dirigirán mayoritariamente hacia la formación especializada de su personal, el marketing y la publicidad.

A continuación, las empresas de viajes tienen previsto mejorar y actualizar sus páginas web, adquirir nuevo software de backoffice y de CRM y renovar su estructura de hardware. La contratación de personal especializado en tecnología también concentrará una parte de las inversiones previstas por las agencias para 2024.

INNOVACIÓN

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN

► AÑO 2024 - PREVISIONES



Las partidas de inversión en digitalización que más crecerán con respecto a 2023 serán las campañas de promoción (+8 puntos), la formación (+6 puntos) y la mejora de sus sitios web (+2 puntos).



Las partidas de inversión en digitalización que más crecerán con respecto a 2023 serán las campañas de promoción (+8 puntos), la formación (+6 puntos) y la mejora de los sitios web (+2 puntos)

1977-2024 / UNAV

47 años al servicio de las agencias de viajes

4.800 puntos de venta

26 firmas líderes de la industria del turismo y los viajes

- Representación y defensa de los intereses asociativos
- Asesoría jurídica y legal
- Asesoramiento laboral, fiscal y contable
- Asesoramiento y apoyo informático
- Planes de formación continua
- Información, sensibilización y divulgación

CONSULTA NUESTRO
CATÁLOGO DE SERVICIOS



Únete a UNAV. Hazte socio.
Súmate a 47 años de experiencia asociativa

Si tienes una agencia de viajes
entre 1 y 3 empleados, y
necesitas nuestros servicios,
únete a nosotros

CUENTA ESPECIAL
47 ANIVERSARIO

INFÓRMATE DE
NUESTRAS
PROMOCIONES



actividad asociativa



Las agencias de viajes viven un momento dulce en el panorama internacional

→ Los medios sectoriales de referencia en nuestro país se hacen eco del auge que está teniendo el canal minorista en diferentes países y regiones

[Hosteltur](#) y [Agenttravel](#), dos de los medios de referencia del sector, han destacado recientemente en sus ediciones digitales el auge que están teniendo las agencias de viajes en Reino Unido, que Agenttravel extiende a otros países y regiones, citando expresamente a América Latina, un lugar donde los profesionales del canal —dice— “han estado muy presentes en la mente de los viajeros, representando hasta el 75% de los viajes comercializados”.

Para ambas publicaciones, que basan sus artículos en un reportaje elaborado por el [Daily Telegraph](#), las razones de este momento dulce que viven las agencias son variadas.

En primer término citan, por ejemplo, la capacidad de las minoristas para orientar la decisión de sus clientes y poder eliminar la sobrecarga de información y el “ruido” que llega a los viajeros. Según Eugene Ko, de Phocuswright, “reservar un viaje se ha vuelto cada vez más complejo, a causa de la “cantidad colosal” de información existente en Internet. Por ello, recurrir a una agencia puede eliminar la necesidad de examinar y comparar online, al ocuparse de todos los detalles y reservas en nombre del cliente.

Otro factor de este éxito sería la evolución tecnológica en el sector, “que ha permitido a las agencias disponer de herramientas para procurar ofertas muy personalizadas”, opina Gareth Matthews, de Dida Travel.

Tecnología, confianza, seguridad y mejora de la competitividad, claves del éxito

Otras razones del resurgir con fuerza de las agencias en todo el mundo serían:

- La mejora en los sistemas de pagos sería otro motivo de esta expansión: la tecnología que antes sólo estaba al alcance de los grandes (por ejemplo, las tarjetas de crédito virtuales) ahora son más accesibles, incluso para los agentes independientes que trabajan desde casa.
- La inteligencia artificial y la automatización, si bien a menudo se anuncian como una amenaza para los profesionales, también ofrecen un enorme potencial, según las citadas publicaciones, asegurando que los agentes tengan mejor información al alcance de su mano, “lo que a su vez liberará más tiempo para ofrecer un servicio más personalizado”.
- La calidad de la oferta de las agencias de viajes minoristas ha aumentado en los últimos años y una razón es que ahora pueden ofrecer extras auxiliares para la experiencia en el destino.
- Los agentes han mejorado mucho su papel en general para seguir siendo competitivos y una estrategia muy exitosa ha sido comenzar a realizar ventas cruzadas o incluir en paquetes todos los pequeños extras en el destino, como actividades, tours y entradas a parques temáticos.
- Y, por último, aunque determinante, otro factor del éxito actual de las agencias de viajes en todo el mundo ha sido la confianza y la seguridad que proporcionan, especialmente después del estallido de la pandemia, que sirvió de llamada de atención para cualquiera que hubiera reservado directamente.

Agencias de viajes, una experiencia más personal y segura

Un tercer factor clave del impulso de las agencias serían las ofertas exclusivas que ofrecen, afirma Evren Oktay, de pax2night: “Las agencias de viajes a menudo acceden a precios y beneficios no disponibles online, gracias a sus relaciones consolidadas con proveedores. Esto, unido a una experiencia de compra más personal y segura, fortalece la posición de las agencias físicas frente a las plataformas digitales, donde los clientes a menudo enfrentan procesos de cancelación y reembolso frustrantes”.

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

► DÍA MUNDIAL DE INTERNET

Central de Vacaciones identifica el comportamiento de los viajeros digitales

→ La firma online asociada a UNAV desde 2019 elabora el perfil de los usuarios de las OTAs de nuestro país

Coincidiendo con el Día Mundial de Internet, que se celebró el 17 de mayo, la agencia de viajes online centraldevacaciones.com —asociada a UNAV desde enero de 2019— ha elaborado el perfil de los viajeros digitales de nuestro país, atendiendo a la información proporcionada por más de 500.000 clientes en los 15 años de trayectoria histórica de esta compañía, complementada con el seguimiento que hace del entorno de su competencia.

Así, en un primer momento, los clientes digitales nacionales inician el proceso de compra de sus viajes a través de una OTA a partir de 2 factores clave, las acciones promocionales y la reputación de las marcas en la Red, que se construye en base a las garantías de seguridad, los sellos de confianza y, particularmente, las opiniones y críticas de los usuarios, amén de la estabilidad y nivel de su tecnología, que cada día cobra más peso.



DOMINGO Y LUNES, DÍAS FAVORITOS DE CONTRATACIÓN

Respecto a los dispositivos de que se emplean para la compra, un 60% de los viajeros digitales sigue prefiriendo el ordenador (de sobremesa o portátil, indistintamente) para ejecutar su proceso de reserva, seguido de la tableta y el móvil.

Los días elegidos para la contratación de los viajes son los domingos y los lunes (4 de cada 10 usuarios), por lo general entre las 21 y las 23 horas, con un tiempo de dedicación para la reserva que se cifra en torno a los 6 minutos para un 'paquete' vacacional.

Cómo es el proceso de contratación de un viaje a través del canal online

Según centraldevacaciones.com, con anterioridad a la contratación definitiva, los viajeros digitales efectúan diversas consultas a la web, un mínimo de 4-5 para servicios individuales y hasta 10-12 para viajes más complejos y costoso.

A propósito de cuándo contratan sus viajes, un amplio porcentaje de clientes digitales de agencias (más del 50 por ciento) lo hace con una notable anticipación, con un número estimado de días que puede cifrarse entre los 30 y los 45 días. Los canales sociales cada vez tienen más importancia en esta etapa, en particular cuando el cliente no tiene claro su destino o dispone de un presupuesto limitado.

Las OTAs con servicio de asistencia personal telefónica, como es el caso de Central de Vacaciones, que registra cerca de 200.000 visitantes al mes, atienden una media de 3-4 llamadas antes de que se cierre por completo el viaje, caso de tratarse de un viaje combinado. Las principales consultas que se llevan a cabo están relacionadas con el proceso de reserva, la documentación necesaria para viajar al destino, las condiciones de pago y cancelación o incidencias en el desarrollo de la reserva.

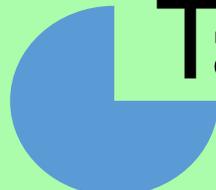


► VIAJERO DIGITAL VACACIONAL, ATENTO A LAS OFERTAS Y 750€ DE 'CARRITO'

El viajero digital español es, sobre todo, vacacional, se desplaza en pareja y tiene muy en cuenta las ofertas y los destinos que se proponen en la web, que son hacia lo que primero dirige su atención (y tiempo) a la hora de contratar sus viajes. En su mayor parte (60% de los casos) viaja a destinos nacionales, seguido de circuitos internacionales y cruceros, y su alojamiento preferido es el hotel. Contrata un mínimo de 5 días, especialmente vuelo+hotel, y el 'carrito' medio (presupuesto) del usuario online español que viaja alcanza en promedio los 750 euros. en el vacacional. Un apunte más: uno de cada cuatro clientes de las OTAs nacionales repite con la marca y vuelve a contratar sus viajes nuevamente con esa firma. MÁS INFO ►►



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

En **reinizia^T** queremos...



...**Ayudar** a las empresas, entidades y destinos turísticos a transformarse y adaptar su propuesta de valor para aprovechar nuevas oportunidades



...**desarrollar** proyectos innovadores con una visión práctica y que tengan impacto real en la cuenta de resultados de nuestros Clientes



...**compartir** objetivos y resultados con nuestros Clientes a través de una relación basada en el compromiso y la confianza mutua.

Consultoría especializada en desarrollo de negocios turísticos

Contáctanos

 646 116 574

 info@reiniziat.es

 Monasterio de las Huelgas 20-B
28049 Madrid

actividad asociativa

■ CÓMO EVOLUCIONARÁN LOS SEGMENTOS SEGÚN LOS AGENTES DE VIAJES (%)

observaTUR



► OBSERVATUR ESTUDIO DE TENDENCIAS

El turismo experiencial y el senior, segmentos que mejor evolucionarán en los próximos años

- Los entrevistados sitúan al turismo 'silver' como una de las vertientes con perspectivas más favorables, dado el importante crecimiento que se prevé para este colectivo, con un público potencial de 9 millones de viajeros en 2027

En un contexto de optimismo generalizado en los diferentes ámbitos, el turismo experiencial y el senior serán los segmentos que mejor evolución tendrán en los próximos años, según las opiniones manifestadas por los agentes de viajes al Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, el instrumento de seguimiento y monitorización integrado por una decena de firmas líderes de la industria del turismo y los viajes, del que forma parte UNAV desde su creación.

En concreto, el mejor comportamiento de cara al futuro lo obtendría el turismo experiencial (deportivo, enogastronómico, activo, de pantalla...), que para el 52% de los consultados por ObservaTUR es el que ofrece unas expectativas más favorables.

En segundo término, los entrevistados sitúan al turismo senior, también conocido como turismo 'silver', como una de las vertientes con perspectivas más benignas, sólo tres puntos por debajo del anterior (49%), dado el importante crecimiento poblacional que se prevé para este colectivo, claramente en ascenso, con un público potencial en 2027 de nueve millones de viajeros.

El turismo cultural es otra de las modalidades que los agentes viajes presuponen que adquirirá mayor auge a medio plazo, ya que casi 4 de cada 10 sondeados piensan que crecerá en importancia en los años venideros.

En marcha una nueva edición del Informe de Temporada ObservaTUR Verano 2024

Ya está en marcha una nueva edición del Informe de Temporada ObservaTUR Verano 2024, en el que participa una amplia muestra de viajeros y de agentes de viajes, a través de un marco poblacional cercano a las 5.000 agencias.

En el se recogerán las expectativas y previsiones de la nueva campaña vacacional. Igualmente se indagará sobre la evolución que puede tomar el turismo en los próximos meses, así como las tendencias de futuro que se advierten, además de otras cuestiones apegadas al momento actual, que en general se considera extraordinario, con cifras muy positivas tanto para el turismo emisor como para el receptor, en el que nuestro país se posiciona como uno de los destinos favoritos del turismo internacional.

Se trata del decimotercer estudio de la serie desde la creación en abril de 2018 de este instrumento de análisis y monitorización del turismo emisor. Como es tradición, esta nueva investigación se presentará el día 21 de junio, fecha de inicio del solsticio de verano en el hemisferio norte.



► SEGUROS DE VIAJES UN 42% CREE QUE AUMENTARÁ SU CONTRATACIÓN

En el mismo cuestionario aplicado, ObservaTUR consultó a los agentes de viajes acerca de cuales podrían ser las expectativas de crecimiento de los seguros de viaje. Y las previsiones, a su entender, son abiertamente optimistas con independencia de la modalidad turística que se elija, en función de los resultados de las encuestas (el 42% de los profesionales asegura que aumentará su contratación), de igual forma que lo fueron en el año 2023, con un orden de magnitud muy similar, aunque ligeramente por encima.

de interés

El gasto total realizado por los turistas en España en abril alcanzó 9.565 M€

Según la [Encuesta de Gasto Turístico](#), a fecha de 3 de junio de 2024, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en abril alcanzó los 9.565 millones de euros, con un aumento del 13,1% respecto al mismo mes de 2023.

El gasto medio por turista fue de 1.221 euros, con un incremento anual del 4,4%. Por su parte, el gasto medio diario creció un 5,4%, hasta los 183 euros.

Durante los cuatro primeros meses de 2024 el gasto total de los turistas internacionales aumentó un 22,6% y alcanzó los 31.513 millones de euros.

Los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto en abril fueron Reino Unido (con el 16,7% del total), Alemania (14,7%) y Francia (9,1%).



El gasto en transporte internacional (no incluido en paquete turístico) fue la principal partida en abril, con un 21,5% del total del gasto y un aumento del 19,1% respecto al mismo mes de 2023.

Las siguientes partidas fueron el gasto en actividades y en alojamiento, con un 20,5% y un 17,5% del total, respectivamente. El primero aumentó un 10,8% y el segundo un 16,1%.

El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico subió un 14,6% en tasa anual. El de los que contrataron paquete turístico aumentó un 7,9%.



► **FRONTUR** ABRIL 2024 • DATOS PROVISIONALES

España recibió 7.8 millones de turistas, un 8,3% más que en abril de 2023

- Con paquete turístico llegaron casi 1,7 millones (↓0,7%)
- Los principales países de residencia de los turistas que visitaron España fueron Reino Unido, Francia y Alemania
- Cataluña fue el destino principal de los turistas

España recibió en el mes de abril de 2024 a un total de 7.8 millones de turistas internacionales, un 8,3% más que en el mismo mes del año 2023, según los [datos difundidos por el INE](#) a principios de junio.

Reino Unido fue el principal país de residencia, con casi 1,5 millones de turistas y un aumento del 8,5% respecto a abril de 2023. De Francia llegaron cerca de 1,2 millones de turistas (un 10,8% más) y de Alemania 1,1 millones (un 12,6% más).

Por comunidades autónomas, Cataluña fue el primer destino principal de los turistas en abril, con el 21,3% del total. Le siguieron Andalucía (15,4%) e Islas Baleares (15,3%).

A Cataluña llegaron un 8,3% más de turistas que en abril de 2023. El número de turistas que visitaron Andalucía aumentó un 4,4% y a las Baleares vinieron un 1,2% más.

La duración de la estancia mayoritaria entre los turistas fue de cuatro a siete noches, con casi 4,0 millones y un aumento anual del 6,7%. El número de visitantes se incrementó un 7,7% entre los que no pernoctan (excursionistas), mientras que descendió un 12,0% entre los turistas con mayor duración (más de 15 noches).

Más de 6,1 millones de turistas viajaron sin paquete turístico en abril, un 11,1% más. Con paquete turístico llegaron casi 1,7 millones, un 0,7% menos.

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

actividad asociativa

► **INE** INDICADORES DE ACTIVIDAD DEL SECTOR SERVICIOS

Agencias y operadores turísticos registran un incremento mensual en su facturación del 26,9%

► En lo referido a ocupación, se registra una tendencia positiva, con una subida del 2,7% sobre el mes de febrero

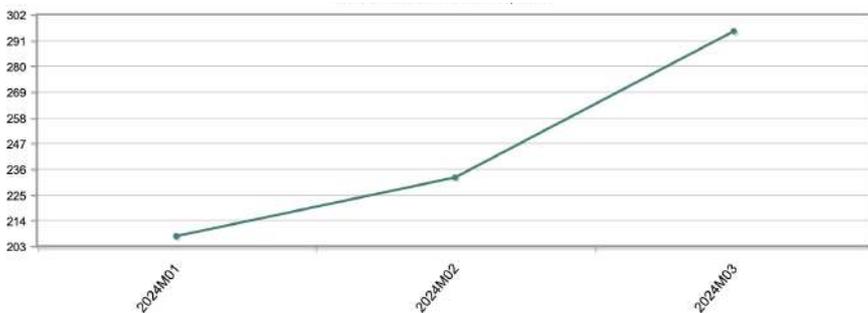
Las agencias de viajes y operadores turísticos registraron en marzo una cifra de negocio de 294,7 millones de euros, un incremento del 26,9% con respecto al mes de febrero y un 11% más que en el mismo mes del pasado año, de acuerdo con los datos provisionales dados a conocer por el INE a fecha de 21 de mayo de 2024.

En lo que va de año, este sector registra un volumen de actividad de más de 734 millones de euros (+10,9%). Con respecto al mismo mes del año 2019, ejercicio previo a la pandemia, las agencias de viajes y operadores han registrado un incremento de la actividad del 44,9%.

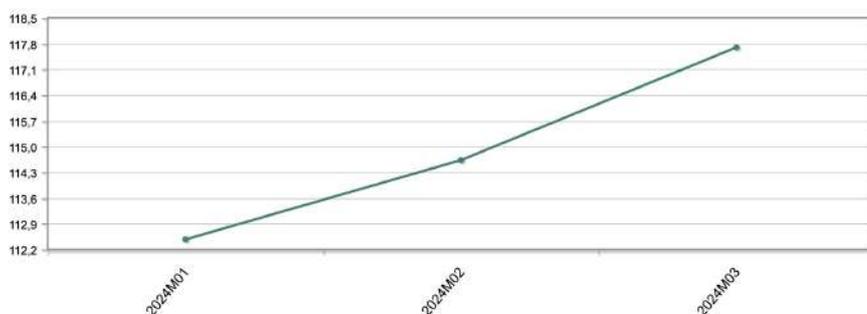
En lo referido a personal ocupado en este ámbito durante 2024, se registra una tendencia positiva, con un incremento del 2,7% sobre el mes de febrero y del 7,8% sobre el mes de marzo de 2023.

► **MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DEL INE**

► **ÍNDICES DE CIFRA DE NEGOCIOS** 1er TRIMESTRE 2024



► **ÍNDICES DE OCUPACIÓN** 1er TRIMESTRE 2024



Los asientos previstos en vuelos internacionales para junio alcanzan 11,7 millones, un 12,8% más que hace un año

El número total de asientos previstos en vuelos internacionales hacia España para el mes de junio de 2024 alcanza los 11,7 millones, según datos de [Turespaña](#). En comparación con el mismo mes del año 2023, cuando se ofertaron 10,3 millones, el incremento interanual es del 12,8 %.



Comparando las previsiones de número de asientos en junio de 2024 con los datos registrados a fecha equivalente de 2023, prosigue el buen comportamiento de los principales mercados emisores hacia España: Reino Unido (+7,8 %), Alemania (+7,9 %) e Italia (+16,2 %).

Destacan asimismo las intensas subidas de República Checa, con un 50 % de incremento, Polonia, con un 43 % más, y Estados Unidos, con más del 24 % de aumento respecto a hace un año. Asimismo, mercados como el de Suecia, Noruega y Turquía también presentan relevantes subidas superiores al 12 % para este mes de junio.

El 97% de los turistas internacionales que visitaron España en 2023 quedaron "satisfechos o muy satisfechos" con su experiencia en nuestro país. Es la principal conclusión de la segunda Encuesta de Satisfacción de Turistas Internacionales elaborada y publicada por Turespaña. Por nacionalidades, la encuesta refleja que los turistas más satisfechos con sus vacaciones en España son los procedentes de Reino Unido, seguidos de los nacionales de varios países Iberoamericanos; en tercer lugar, se encuentran los turistas polacos y en cuarto lugar se sitúan los nacionales de Estados Unidos.

de interés

España, segunda potencia mundial en turismo, según el Foro Económico Mundial

España se sitúa como la segunda potencia mundial en turismo con una puntuación de 5,18, por detrás de EEUU, que lidera este sector con 5,24 puntos, según el [Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo](#) (TTDI, por su siglas en inglés) 2024, elaborado por el Foro Económico Mundial.

Europa domina las 10 principales economías para los viajes y el turismo, según la clasificación del índice de 2023, aunque el primer puesto lo ocupa Estados Unidos.

Pero el índice también muestra que, aunque 71 de las 119 economías analizadas mejoraron sus puntuaciones entre 2019 y 2023, la mejora media es de solo un 0,7% por encima de los niveles anteriores a la pandemia.

FORO ECONÓMICO MUNDIAL • RANKING

EE.UU	5,24
ESPAÑA	5,18
JAPÓN	5,09
FRANCIA	5,07
AUSTRALIA	5,00
ALEMANIA	5,00
REINO UNIDO	4,96
CHINA	4,94
ITALIA	4,90
SUIZA	4,81

El Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo pretende servir de referencia a las partes interesadas para medir el progreso, fundamentar las decisiones y las políticas y fomentar un crecimiento sostenible y resiliente.



► ONU TURISMO DATOS PRIMER TRIMESTRE 2024

El turismo internacional alcanzó el 97% de los niveles anteriores a la pandemia

- Según el organismo internacional, más de 285 millones de turistas realizaron viajes internacionales entre enero y marzo, en torno a un 20% más que en el primer trimestre

Según ONU Turismo, más de 285 millones de turistas realizaron viajes internacionales entre enero y marzo, en torno a un 20% más que en el primer trimestre de 2023, lo que pone de manifiesto la recuperación casi completa del sector de las repercusiones de la pandemia.

En 2023 las llegadas de turistas internacionales recuperaron el 89% de los niveles de 2019, y los ingresos por exportaciones de turismo el 96% mientras que el PIB directo del turismo alcanzó los mismos niveles de 2019.

La previsión de ONU Turismo para 2024 apunta a una recuperación plena del turismo internacional, con un aumento del 2% de las llegadas en relación con los niveles de 2019.

Se espera que el turismo internacional se recupere por completo en 2024 respaldado por una gran demanda, una conectividad aérea mejorada y la recuperación permanente de China y otros grandes mercados asiáticos.

Se prevé, por otra parte, que los turistas seguirán buscando la relación calidad precio y viajando a lugares más cercanos en respuesta a los elevados precios y los desafíos económicos generales, mientras que las temperaturas extremas y otros acontecimientos climáticos podrían repercutir en la elección de los destinos de muchos viajeros. El Grupo de Expertos de ONU Turismo menciona cada vez más esta circunstancia como motivo de preocupación para el sector.

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

actividad asociativa

► **MASTERCARD** ESTUDIO GLOBAL EXPERIENCE ECONOMY

El 94% de los españoles invertirá en experiencias durante 2024

- 9 de cada 10 personas (88%), entre europeos y turistas internacionales afirman que gastarán lo mismo o más en comparación con 2023
- Viajes (59%), actividades al aire libre (42%), música en directo (37%), festivales de cine (34%) o gastronomía (32%), entre las preferidas por los españoles



En 2024, el 94% de los españoles invertirá en experiencias y el 82% mantendrá o aumentará su gasto, en comparación con 2023

Las experiencias relacionadas con turismo y ocio ganan importancia entre los españoles

Top 5 experiencias en las que los españoles planean invertir en 2024

- Viajes (59%)
- Actividades al aire libre (42%)
- Música en directo (37%)
- Festivales de cine o estrenos (34%)
- Gastronomía (32%)

Top 5 factores que determinan la elección de una experiencia por los españoles

- Que beneficie la salud mental y física (15%)
- Que sea una experiencia única y especial (13%)
- Que sea en un lugar atractivo (10%)
- Que genere una relación especial (10%)
- Que exista el transporte necesario para llegar hasta a ella (8%)

Los jóvenes quieren viajar más este 2024

- El 34% de los españoles afirma que compartir las experiencias con otras personas les enriquece profundamente

Ahorrar para invertir en experiencias

- El 28% de los españoles afirma estar ahorrando para vivir una experiencia memorable en 2024

El nuevo informe global de Mastercard "Experience Economy" sobre las intenciones de consumo revela que el 94% de los españoles invertirá en experiencias durante este 2024, un año marcado por los eventos deportivos globales, las giras musicales y los festivales de cine.

De hecho, 9 de cada 10 personas (88%), entre europeos y turistas internacionales afirman que gastarán lo mismo o más en experiencias en 2024, en comparación con 2023. Por países, los franceses (88%) lideran el grupo de aquellos que esperan gastar lo mismo o más en experiencias en 2024, seguidos por los italianos (84%), los españoles (82%) y los portugueses (82%).

Que la totalidad de la población española planeé invertir en experiencias este año no es algo aislado. De hecho, está alineado con la media europea (94%) y supera a países como Italia (89%) y Alemania (84%). Los españoles destacan los viajes (59%), las actividades al aire libre (42%), la música en directo (37%), festivales de cine o premieres de películas (34%) y la gastronomía (32%) como sus experiencias preferidas en las que invertirán su dinero, en línea con la media europea.

El valor intangible de las experiencias: algunas claves de interés

- Según el 76% de los europeos y el 74% de los españoles, el beneficio intangible proporcionado por este tipo de experiencias siempre o casi siempre vale la pena, mientras que solo un 4% considera que la inversión en este tipo de actividades no lo merece.
- A la hora de invertir económicamente en una experiencia, algunos de los factores que determinan la elección para los españoles son: en primer lugar (15%) que beneficie su salud física y mental, seguido de que sea una experiencia única y especial, es decir, con un valor emocional incalculable (13%) que se celebre en un lugar atractivo (10%), o que permitan generar una relación especial con las personas con las que se realiza la experiencia o el lugar (10%).
- Los españoles (28%) superan la media europea (24%) de quienes afirman estar ahorrando específicamente para vivir una experiencia memorable en 2024, por encima de los portugueses (23%), italianos (20%) y franceses (18%).
- Este deseo por disfrutar de nuevas experiencias está impulsando los viajes. El 25% de los españoles afirma que las experiencias son la razón principal por la que viaja, y el 29% asegura que viajaría a otro país o continente solo por disfrutar de una experiencia que le apasiona, en consonancia también con la media europea (29%).
- La priorización de las experiencias por encima de la compra de bienes materiales se ha consolidado como una tendencia, según el Instituto Económico de Mastercard.

► **24 PAISES** HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE MÁS DE 16.000 CONSUMIDORES

Este informe, realizado en 24 países, entre ellos España, tiene como objetivo conocer los hábitos y preferencias de más de 16.000 consumidores en lo referente a experiencias y su gasto previsto en Europa, uno de los mayores puntos turísticos mundiales y que, en 2023, atrajo a 700 millones de turistas.

destinos

► DESTINOS SOSTENIBLES DE ESPAÑA

Parque Natural de Somiedo: naturaleza en estado puro

El Parque Natural de Somiedo, enclavado entre los parajes de Saliencia, Valle, Somiedo y Pigüeña, en el concejo del mismo nombre, fue el primer espacio asturiano declarado parque natural (año 1988), siendo posteriormente calificado como reserva de la biosfera (año 2000)



Considerado uno de los últimos reductos en los que la naturaleza es pura, su accidentado interior alberga paisajes únicos, destacando especialmente los Lagos de Saliencia (La Cueva, Calabazosa y Cerveriz) a 1.600 metros de altitud, y el Lago del Valle. En Somiedo se encuentra el conjunto lacustre más importante de la Cordillera Cantábrica.

Son igualmente reseñables su flora y faunas silvestres, en donde se puede presentar la presencia del oso pardo cantábrico, el animal astur más emblemático.

De hecho, en el parque se pueden encontrar todos los grandes mamíferos de la Cordillera, junto con gran número de especies de pequeños mamíferos, más de 100 tipos de aves y una veintena de anfibios y reptiles. Entre mediados de septiembre y finales de octubre es posible presenciar el espectáculo de la berrea entre los ciervos.

Es posible practicar también el senderismo (ciertamente es la mejor forma de conocerlo), con una docena de rutas diferentes, tanto de pequeño recorrido como de gran recorrido, como pueden ser el Camino Real del Puerto de la Mesa o la Ruta Vaqueira.

En sus inmediaciones, además, hay una excelente gastronomía, con los platos típicos de la región y la ternera 'roxa' somedana como receta estrella. Asimismo hay una amplia oferta de alojamientos en sus proximidades, que incluye casas rurales, hoteles, apartamentos, entre otros. Contacta con tu agencia de viajes UNAV.

Para visitar el parque, y contribuir a su conservación y sostenibilidad, el [Principado de Asturias](#) ha elaborado un Código de Buenas Prácticas Ambientales.



10 rutas naturales imprescindibles para descubrir Somiedo

La diversidad de ambientes naturales convierte el Parque Natural de Somiedo en uno de los espacios protegidos de toda la Cordillera Cantábrica con una mayor oferta de opciones para la práctica del senderismo, de un montañismo sin complicaciones o de la simple observación de la naturaleza.

Aquí os dejamos [10 rutas](#) que permiten sumergirse en la biodiversidad única del parque, descubrir paisajes impresionantes y bosques frondosos, especies emblemáticas, como el oso pardo,

- Ruta de Castro 
- Ruta del Valle de Pigüeña 
- Ruta del Valle del Lago 
- Ruta de la Braña de Mumián 
- Ruta de la Braña de Sousas 
- Ruta de las Brañas de Saliencia 
- Ruta del Real Camín de la Mesa 
- Ruta de Los Lagos de Somiedo 
- Ruta del Puerto - Valle del Lago 
- Ruta del Cornón 

Si lo deseas puedes consultar un mapa del espacio natural haciendo [clic aquí](#) o conocer sus diferentes rutas y su tiempo estimado de realización o grado de dificultad.



MONITOR DE AGENCIAS DE LOS DESTINOS SOSTENIBLES DE ESPAÑA



Recuerda que, si lo deseas, puedes descargarte de la [página web de UNAV](#) la edición digital del Monitor de Agencias de los Destinos Sostenibles de España (MADS), la última publicación editada hasta el momento por esta asociación bajo la dirección técnica de Task ONE y ReiniziaT. O, si lo prefieres, puedes hacerlo directamente desde el código QR que se acompaña en esta misma página.



**101 propuestas seguras,
sostenibles y de confianza
sugeridas por los agentes
de viajes UNAV**

PRODUCTO SUJETO A LAS
SUBVENCIONES DE KIT
DIGITAL PARA PYMES

KIT
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis

WEB

La gestión comercial
para agencias de viajes
líder en España, con
servicio en la nube

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.

Flexible y escalable

Con las licencias de **Orbis WEB** se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

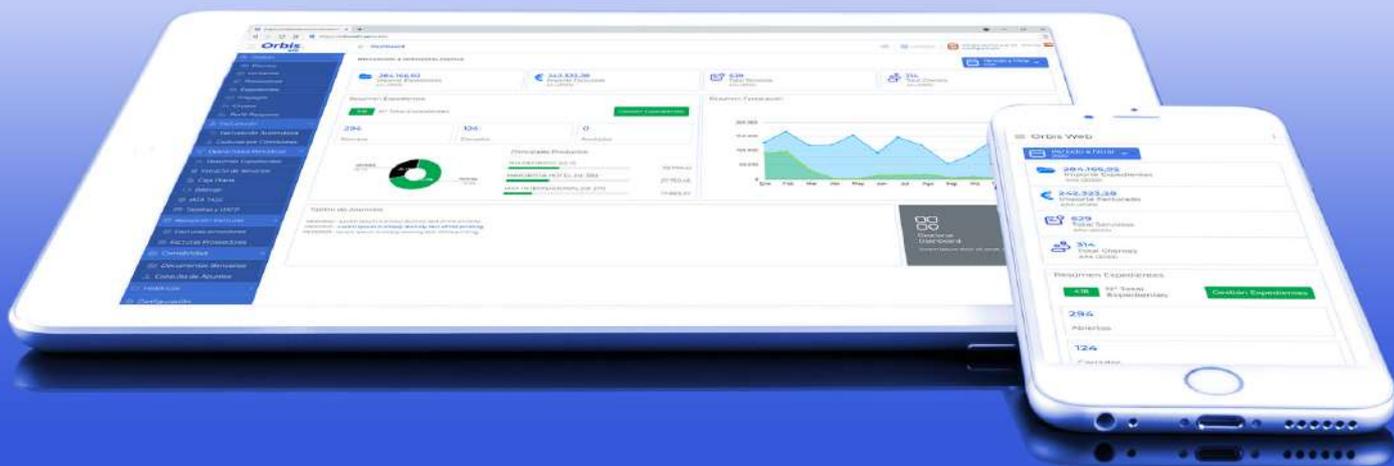
Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- **Acceso remoto** a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en **tiempo real**.
- **Protección de datos**.
- Copias de seguridad diarias.
- **Asistencia telefónica**.
- Siempre **actualizado** a la última versión.



Más información en
www.orbisweb.es



Pipeline
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es