

Los usuarios de las agencias de viajes califican con un 8,6 a sus profesionales

- Algo más de la mitad de las personas (55%) que habían realizado una reserva en este canal puntúan con una valoración muy alta a sus trabajadores (9 ó 10), según el último informe ObservaTUR
- El asesoramiento experto se mantiene como el capítulo más valorado de una agencia, en opinión de los propios profesionales entrevistados



EL DESEO DE VIAJAR SE DISPARA Y ANTICIPA UN VERANO DE ÉXITO

El presidente de UNAV, José Luis Méndez, intervino hace unos días en la presentación del Informe de Verano 2024 de ObservaTUR. De acuerdo con las conclusiones del estudio, se indica que el deseo de viajar de los españoles se dispara y anticipa un verano de éxito, con un 94% de los nacionales que viajará estas vacaciones, un 80% con seguridad y un 14% muy probablemente. [Páginas 14-15](#)

▶ UNAV · ACAVE · FETAVE UNIDAD DE ACCION ASOCIATIVA

Las agencias reclaman su participación en la Comisión de Seguimiento del Programa de Viajes del Imserso

📄 [Página 5](#)

Luis Jiménez, vicepresidente de Enjoy Travel Group, nuevo miembro del Consejo de UNAV

El Consejo Directivo de UNAV, reunido hace unos días, ha aprobado la incorporación de Luis Jiménez Ayala a este órgano.

El nuevo consejero es vicepresidente de Marketing y Ventas de Enjoy Travel Group, una firma que se incorporó a la asociación nacional decana de agencias en junio de 2023 en calidad de miembro adherido.

En palabras del presidente de UNAV, "la incorporación de Luis Jiménez al Consejo, en representación de Enjoy Travel Group, enriquece nuestra organización con nuevo talento y añade nuevo valor a la gestión de nuestra entidad. Se trata de un profesional experimentado, cuya visión del sector nos aportará nuevos puntos de vista".

■ [Página 3](#)

España, con 110 millones de llegadas, principal destino turístico mundial en 2040

El estudio "NextGen Travellers & Destinations" realizado por Deloitte con la colaboración de Google, apunta que para 2040 España se convertirá en el principal destino turístico mundial recibiendo 110 millones de llegadas, un 30% más que en este pasado año. Según estas previsiones se espera que para 2040 haya 2.400 millones de viajes a nivel mundial, un 64% más que en 2019, cuando se registraron 1.500 millones.

■ [Página 16](#)

actividad asociativa

Central de Vacaciones e IAG7 firman una alianza estratégica

Central de Vacaciones e IAG7, compañías integradas en UNAV, anunciaron recientemente la firma de una [alianza estratégica](#) que incluye a las marcas Cógelo al Vuelo y 123 Vuela, ambas del Grupo IAG7.

Según el acuerdo de colaboración alcanzado, [centraldevacaciones.com](#) podrá acceder a las tarifas más destacadas de la turoperación para poder confeccionar los paquetes turísticos más competitivos del mercado.

El convenio permite asimismo a la marca online con base en Cuenca acceder a los servicios de transporte multimodal aéreo y ferroviario para combinarlos con sus servicios hoteleros, 'transfers' o entradas, entre otros, para dar a su cliente desde paquetes dinámicos sencillos hasta un complejo viaje multidestino.

Ya está en marcha el 63 Festival de Música Cueva de Nerja

El pasado día 21 de junio arrancó el 63 Festival de Música Cueva de Nerja, que en esta edición ofrece un evento ecléctico en el que se unen tendencias flamencas -algo tradicional en el mismo- con estilos variados tales como rock, pop, latino, danza, música clásica o comedia.

El objetivo de este festival es contar con una oferta amplia para que este encuentro siga marcando tendencia y manteniéndose a la vanguardia musical. Un festival antiguo, con solera, que sabe renovarse y vestirse de aires actuales. [VER PROGRAMA](#) ▶▶

▶ UNIVERSO UNAV

▶ INTERMUNDIAL: DESTINOS MÁS VISITADOS POR LOS ESPAÑOLES CON SEGURO



Japón y Estados Unidos lideran la lista de los destinos que más aseguran los españoles en sus viajes al extranjero, según revela un informe de Intermundial, bróker especializado en seguros de viajes, donde anticipa las ["Tendencias Clave en Seguros de Viaje para el Verano 2024"](#).

El ranking de los 5 destinos internacionales a los que los españoles optan en mayor medida por ser previsores y contratar un seguro de viaje se completa con Marruecos, Italia y Reino Unido. En promedio, la contratación de seguros se realiza 30 días antes del viaje, aunque hay variaciones significativas dependiendo del destino. En cuanto a lo que nos gastamos en asegurar nuestras vacaciones, el informe refleja que el ticket medio del seguro de viaje ronda los 110€.

▶ CDV: VUELOS, HOTELES Y TRENES PARA AGENCIAS DE VIAJE EN UNA SOLA PLATAFORMA



CDV, miembro adherido a UNAV desde enero de 2022, presentó recientemente a las agencias de viaje su plataforma B2B, una herramienta cercana, sencilla, segura y rentable, que ofrece la posibilidad de comprar vuelos, hoteles, trenes y, próximamente, otros productos.

En el caso de CDV Hoteles, esta compañía cuenta con un portfolio formado por más de 350.000 hoteles por todo el mundo, para ofertar un contenido muy diverso a los clientes. De esos establecimientos, más de 7.000 se encuentran en España. El trabajo de transformación que viene realizado CVD ha dado como resultado un "lugar" donde comprar no solo vuelos, sino también hoteles y la incorporación del producto trenes, con la posibilidad de combinarlos. [INFO](#) ▶

▶ INGRID GRAELLS, DE BERONI, PRESIDENTA DEL TECH TOURISM CLUSTER



Ingrid Graells Paul, directora comercial y de marketing de Beroni, ha sido elegida presidenta del Tech Tourism Cluster (TTC) en el transcurso de la última Asamblea General Ordinaria de esta entidad, que agrupa actualmente a cerca de 80 firmas, que en conjunto facturan más de 1.400 millones de €. El TTC es una iniciativa surgida en marzo de 2022 de la mano de la Direcció General de Turisme (DGT) y ACCIÓ.

En su primera intervención como presidenta, Graells ha puesto el foco en la importancia de "definir, concretar y ejecutar los proyectos" para alcanzar los objetivos del cluster, y ha insistido en la necesidad de "cultivar una mentalidad crítica y constructiva" para hacer frente a futuro desafíos. La nueva presidenta del Tech Tourism Cluster es directora comercial y responsable de marketing de Beroni, empresa adherida a UNAV desde el año 2013. [INFO](#) ▶

CANAL
UNAV



ACTUALIDAD ASOCIATIVA

▶ REVISTA DE PRENSA

PREFERENTE > W2M: entrevista con Guillermo González, director general de distribución ▶▶

EUROPA PRES > VIAJES EL CORTE INGLES: resultados históricos, con ingresos de 3.306 millones ▶▶

HOSTELTUR > VIAJES CARREFOUR: nueva agencia de viajes en Leganés ▶▶

actividad asociativa

► ACUERDOS ORGANIZATIVOS NOMBRAMIENTOS

Luis Jiménez, vicepresidente de Enjoy Travel Group, nuevo miembro del Consejo de UNAV

- Este operador se incorporó a la asociación nacional decana de agencias en junio de 2023 en calidad de miembro adherido
- En palabras del presidente de UNAV, “la incorporación de Luis Jiménez, al Consejo enriquece nuestra organización con nuevo talento y añade nuevo valor a la gestión de nuestra entidad



El Consejo Directivo de UNAV, reunido hace unos días, ha aprobado la incorporación de Luis Jiménez a este órgano. El nuevo consejero es vicepresidente de Marketing y Ventas de Enjoy Travel Group, una firma que se incorporó a la asociación nacional decana de agencias en junio de 2023 en calidad de [miembro adherido](#).

Jiménez es licenciado en filología inglesa por la Universidad de Oviedo y posee diversos estudios post-grado. Con anterioridad a a su cargo actual, ha trabajado en Meliá Hotels & Resorts como director comercial, en el Gran Hotel Princesa Yaiza, como director de marketing y ventas y en Iberostars Hotels Resorts ocupando diferentes direcciones. Durante un periodo fue también guía DMC en Bali. El nuevo miembro del Consejo habla con fluidez 7 idiomas.

■ UN PROFESIONAL EXPERIMENTADO, EN UNA ORGANIZACIÓN SÓLIDA

En palabras del presidente de UNAV, “la incorporación de Luis Jiménez, al Consejo, en representación de Enjoy Travel Group, enriquece nuestra organización con nuevo talento y añade nuevo valor a la gestión de nuestra entidad. Se trata de un profesional experimentado, cuya visión del sector nos aportará nuevos puntos de vista, que siempre son bienvenidos para tratar de afrontar el futuro de las agencias de viajes, que a menudo resulta complejo. Enjoy Travel Group, además, es una organización comprometida con valores muy firmes, que apuesta por la inclusividad, la sostenibilidad y la adaptabilidad”.



Composición del Consejo de Dirección de UNAV

Con esta incorporación, la composición del Consejo de UNAV es la siguiente:

PRESIDENTE

- José Luis Méndez (Viajes Zafiro)

PRESIDENTE DE HONOR

- José Luis Prieto (IAG7 Viajes).

VICEPRESIDENTES

- Antonio Caño (Grupo AC)
- Jorge Zamora (Servivuelo)
- Jon Arriaga (DIT Gestión)

TESORERO

- Javier de Frías (Mundiplan)

ASESORA LEGAL

- M^ª Dolores Serrano

CONSEJEROS

- Avelino del Riego Antón (Viajes Duac),
- Carlos M. González Sánchez (Cruceamar)
- Christian Lucas López (Central de Vacaciones)
- Christian Pauwels Blanco (Movelia)
- David Hernández Pumarega (Pangea)
- Eduardo García González (Sanander Viajes)
- Félix Rebollo Álvarez (Nautalia Viajes)
- Fernando Lucini Carnicero (Word2Meet)
- Fernando Sánchez Doctor (Icàrion)
- Héctor Floro Sánchez (Carrefour Viajes)
- Lilian Núñez Rosario (Dominicana Tours)
- Manuel Galindo Pérez (Viajes El Corte Inglés)
- Ricardo Fernández Flores (Destinia),
- Rubén Fernández Castro (Airmet)
- Sofía Saiz Cintas (Los Viajes de Sofía)
- Luis Jiménez Ayala (Enjoy Travel Group)

GERENTE

- Iván Méndez

“

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

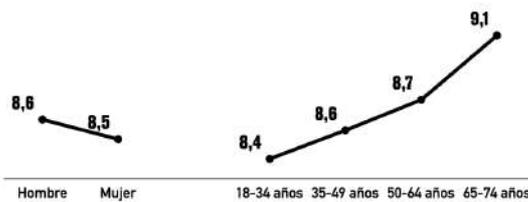
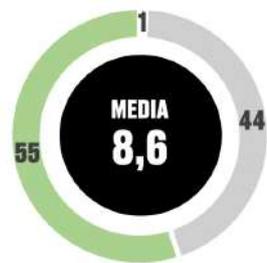
- Información y divulgación, vía Internet, fax o postal, de las disposiciones y normas que puedan afectar a nuestras Empresas miembros.
- Estudio de los contratos de seguro, en cuanto al alcance y adecuación de sus coberturas y condiciones, suscritos por nuestros asociados, con especial detenimiento 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

Los usuarios de agencias de viajes otorgan un 8,6 de puntuación media a sus profesionales

- ➔ Algo más de la mitad de las personas (55%) que habían realizado una reserva en este canal otorgan una valoración muy alta a sus trabajadores (9 ó 10), según el último informe ObservaTUR
- ➔ El asesoramiento experto se mantiene como el capítulo más valorado de una agencia, en opinión de los propios profesionales entrevistados



VALORACIÓN → 0-4 ■ 5-8 ■ 9-10 ■

Según la información recogida en el último informe ObservaTUR, algo más de la mitad de las personas (55%) que habían realizado una reserva en una agencia en el momento de la entrevista le otorgan una valoración muy alta (9 ó 10).

El 44% ofrece puntuaciones entre los 5 y los 8 puntos y únicamente el 1% refleja insatisfacción con el servicio. La calificación media general es de 8,6 puntos.

■ SERVICIOS MÁS VALORADOS DE LAS AGENCIAS

El asesoramiento profesional se mantiene como el capítulo más valorado de una agencia de viajes, según opinan los propios profesionales entrevistados.

Aunque el consejo experto sigue liderando el apartado de servicios más apreciados de una agencia, se advierte una disminución de su importancia con respecto al verano pasado.

En un segundo plano se sitúan la seguridad y garantías que proporcione la agencia; la capacidad de personalización se incrementa con respecto a los dos últimos veranos.

La capacidad para personalizar viajes, tercer servicio más reseñado, pierde algo de presencia en comparación con la campaña vacacional pasada, si bien mejora su dato de elección en primer lugar.

8 de cada 10 agencias de viajes mantienen el contacto con sus clientes a la vuelta de sus viajes

- ➔ Aumenta levemente el porcentaje de agencias que no establece ninguna relación post-viaje, salvo que sea necesario a causa de una incidencia o reclamación que gestionar a su retorno

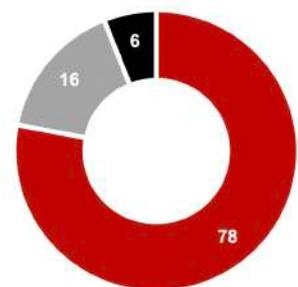
De acuerdo con lo datos del Observatorio Nacional del Turismo Emisor, cada vez más agencias mantienen el contacto con sus clientes a la vuelta de sus viajes.

Así lo afirma el 78% de los agentes participantes, que aumenta la frecuencia de contacto con su clientela respecto a oleadas pasadas.

Es cierto que aumenta, de forma muy leve, el porcentaje de agencias que no mantienen ningún contacto salvo que sea necesario debido a una incidencia o reclamación que gestionar al regreso del viaje.

¿MANTIENE ALGÚN CONTACTO CON SUS CLIENTES A SU VUELTA DEL VIAJES?

ANÁLISIS DEL POST-VIAJE



● SÍ ■ DE FORMA OCASIONAL ● APENAS

► INSTITUTO ECONÓMICO MASTERCARD IMPORTANTE CRECIMIENTO DEL TURISMO

La publicación digital **Smart Travel News** recoge en una de sus últimas ediciones los datos principales del estudio llevado cabo por el **Instituto Económico Mastercard**, dedicado a las tendencias de la industria del turismo y los viajes en 2024. Según este informe, habrá un crecimiento del sector turístico a nivel mundial, con un aumento significativo de pasajeros y de los días de estancia vacacional, siendo España uno de los destinos favoritos. Si quieres conocer las principales conclusiones, puedes acceder al estudio a través de este [enlace](#).

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

► UNAV • ACAVE • FETAVE UNIDAD DE ACCIÓN ASOCIATIVA

Las agencias reclaman su participación en la Comisión de Seguimiento del Programa de Viajes del Imserso

- Entienden que su colaboración forma parte de los compromisos adquiridos por su responsable a sus representantes en la reunión que mantuvieron a mediados del mes de mayo



UNAV, ACAVe y FETAVE, asociaciones profesionales que integran a más del 75% de las agencias de viajes de España, han solicitado de forma oficial a la Dirección General del Imserso, su inclusión en la Comisión de Seguimiento del Programa de Viajes, para así poder participar activamente en su mejora y desarrollo.

Entienden que esta participación directa forma parte de los compromisos adquiridos por su responsable, María Teresa Sancho, a los representantes de las agencias en la reunión que mantuvieron a mediados del mes de mayo, quien aseguró que facilitaría a las agencias toda la información relevante e imprescindible sobre el grado de cumplimiento, ejecución y comercialización del programa 2023/24.

Los presidentes de las organizaciones nacionales de referencia en España, que suman en su conjunto a más de 6.000 puntos de venta, consideran en su escrito que la presencia de un representante de cada una de las asociaciones en esa Comisión es fundamental por su papel estratégico en la economía del turismo y su rol esencial en la comercialización y gestión del programa.

La participación en la Comisión, además, permitirá aportar una perspectiva integral sobre la comercialización y ejecución del programa, facilitar una comunicación fluida y efectiva entre todos los actores involucrados y contribuir con propuestas y soluciones basadas en la experiencia y feedback de los usuarios y las agencias de viajes.

Además de la solicitud de inclusión en esta Comisión, también han requerido conocer una serie de datos que desde las agencias consideran imprescindibles, con el objetivo evaluar el funcionamiento del programa de viajes, que garantice su cumplimiento y fundamentalmente contribuya en la mejora del mismo.

Entre los datos solicitados se incluyen informes sobre el seguimiento económico, la ocupación y ventas por zonas, incidencias, reclamaciones y resultados de encuestas de calidad. Gran parte de los datos solicitados aparecen incluidos en el propio pliego de prescripciones técnicas del concurso y se han sumado otra información relacionada estrechamente con la comercialización y satisfacción de las agencias de viajes.

Los representantes de las principales asociaciones sectoriales consideran imprescindible cumplir los plazos estipulados

■ UNAV

Para José Luis Méndez, presidente de UNAV, “la participación de las asociaciones de agencias más representativas del sector en esta Comisión es trascendental para garantizar el compromiso de transparencia manifestado por el Imserso en todo momento, en un programa que necesita una actualización, sí, pero que es imprescindible para el propio sector y para muchas economías locales. Pensamos, además, que nuestras aportaciones enriquecerán un programa que es un justo reconocimiento a nuestros mayores y a su trabajo”.

■ ACAVE

En opinión de Jordi Martí, presidente de ACAVe, “la presencia de un representante sectorial de cada una de estas organizaciones es fundamental, pues las agencias de viajes son imprescindibles en la comercialización de los viajes del Imserso y a fin de evitar problemas habidos en anteriores temporadas es necesario conocer de primera mano de las asociaciones que representamos a la mayoría del sector el punto de vista de las agencias y aquellos aspectos que son susceptibles de mejora, todo ello en aras a una mejor experiencia del usuario final.

■ FETAVE

César Gutiérrez, presidente de FETAVE, considera que “es vital que se cumplan los plazos estipulados para el comienzo del programa de viajes del Imserso y sus condiciones, prestando especial atención a la comercialización y ejecución óptima de los viajes para recuperar la satisfacción y la experiencia de los beneficiarios, así como la buena imagen de las agencias de viajes.”

El plazo para solicitar los viajes del Imserso comienza el 1 de julio

En la temporada 2024/2025 se ofertarán 886.269 plazas

MÁS INFO

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



FEMAV celebró su Asamblea General en el Espacio Iberia

➔ Tras la reunión de trabajo, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer el contenido de este Espacio, e incluso disfrutar de algunas de sus experiencias inmersivas

La Federación Madrileña de Agencias de Viaje de Madrid, FEMAV, celebró hace unas semanas su Asamblea General, que tuvo lugar en esta ocasión en una de las salas del Espacio Iberia, por cortesía de esta compañía aérea.

Tras la reunión de trabajo, los asistentes a esta Asamblea tuvieron la oportunidad de conocer el contenido que ofrece este Espacio, e incluso disfrutar de algunas de las experiencias inmersivas que propone en los 1.100 metros cuadrados del edificio que ocupa en el número 48 de la Gran Vía.

José Luis Méndez y César Gutiérrez, co-presidentes de FEMAV, agradecieron a Iberia todas las facilidades dispensadas para poder celebrar la Asamblea General de las agencias de viajes madrileñas, particularmente a los representantes de la aerolínea, Antonio Linares, Adolfo García Serrano y María José Eirás.

EL 41,1% DE LOS MADRILEÑOS OPTARÁ POR UN PAQUETE TURÍSTICO

El Observatorio FEMAV de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes publicó recientemente los resultados del informe sobre el comportamiento de los turistas madrileños para este verano, destacando un marcado incremento en la intención de viajar. En cuanto a la planificación de los viajes, el 48,1% de los encuestados optará por moverse con paquete turístico que incluya al menos el transporte y el alojamiento, y un 43,6% contratará previamente visitas y actividades; es significativo señalar que casi la mitad, el 48,7%, considera contratar un seguro de viaje.

Un 30% de los madrileños viajará al extranjero, según el Observatorio FEMAV

Los destinos nacionales siguen siendo los preferidos por los madrileños para sus vacaciones de verano (69,2%). Los destinos más populares para los viajeros son la costa mediterránea (32,3%), Canarias (11,6%), y Cantábrico y la Costa Norte (10,4%). En cuanto a los destinos internacionales, un 8% de los viajeros planea realizar una ruta cultural por Europa, un 7,9% visitará alguna capital europea y un 5% optará por alguna costa europea. A continuación, se sitúan los viajes de playa al Caribe y los cruceros.

Siguen los cursos gratuitos de formación especializada para los agentes de viajes

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) prosigue en julio con los cursos gratuitos de formación especializada para los agentes de viajes integrados 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 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 está 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.

ILUNIÓN FORMACIÓN ▶

ADARA FORMACIÓN ▶

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

► **OPINIÓN** M^a DOLORES SERRANO / RESPONSABLE UNAV LEGAL

Claves para anticiparse a cualquier eventualidad (y hacerlo de forma eficaz)

Episodios aislados ocurridos en el transcurso de algunos viajes en destinos internacionales han vuelto a poner de manifiesto la importancia de cumplir con todas las obligaciones que establece la ley. Pero también la necesidad de contar con un buen asesoramiento ante cualquier situación que se pueda presentar. Y es que el papel del agente de viajes —antes, durante y después del viaje— pueda resultar trascendental



Comienza el verano y con él aumentan los desplazamientos y la actividad y las ventas en las agencias de viajes. Lógicamente, eso incrementa la eventualidad de que los clientes puedan sufrir alguna incidencia o contrariedad, muchas de las cuales ni siquiera está en manos de su agente de viajes prevenir o solventar. Por ejemplo, huelgas, cierres de espacios aéreos, terremotos, inclemencias meteorológicas, y un largo etc.

Sin embargo, las posibilidades de atender satisfactoriamente al cliente y de llevar a cabo una buena gestión de aquellas cuestiones que pudieran surgir se verán exponencialmente incrementadas si la agencia de viajes ha respetado los siguientes pilares básicos:

1 Cumplimiento de las obligaciones que la ley establece en lo que a la información precontractual y contractual se refiere

Las preguntas que la agencia de viajes debería hacerse son, por ejemplo, las siguientes:

¿He informado a mi cliente de todo lo que la ley me exige antes de que éste haya tomado la decisión de compra? ¿He entregado al viajero todos los documentos legalmente requeridos? ¿He ofrecido a mi cliente aquellos seguros más adecuados para el viaje que va a realizar?

Si las respuestas a todas estas cuestiones son afirmativas, ya habrá mucho terreno ganado ante un posible contratiempo, puesto que mi cliente será conocedor de información de utilidad para afrontar situaciones complicadas.

Por ejemplo, si su vuelo hace una escala en EEUU, aunque éste no sea el destino final de su viaje, conocerá que debe llevar documentación especial que impedirá que le retengan las autoridades de inmigración.

O si existiera alguna duda en relación con el tipo de habitación solicitada por el cliente en el hotel en el que se va a alojar, el contrato de viaje combinado nos dirá qué fue exactamente lo contratado.

Por último, si el cliente enfermara en destino o precisase atención facultativa, si siguió el consejo de su agente de viajes con relación al seguro de asistencia en viaje recomendado, podrá recibir la asistencia médica que requiera de acuerdo con las condiciones contratadas.

2 Contar con asesoramiento especializado para poder manejar cualquier situación que se pueda presentar, no sólo al regreso del cliente, sino también mientras éste se encuentra en destino e incluso antes de su salida de viaje.

Cada vez son más las agencias que se asesoran sobre la forma en que deben responder a un cliente que cursa una reclamación a su regreso de un viaje. Sin embargo, es importante que reciban asesoramiento también cuando las cuestiones se plantean antes de la salida.

Por ejemplo, un cliente que cancela un viaje y pretende recuperar el 100% del importe abonado por el mismo. Para determinar si esto le corresponde, será necesario evaluar el carácter de los motivos que hayan provocado la cancelación y lo que establece la normativa a este respecto. Esto, en ocasiones requiere de la interpretación de conceptos jurídicamente indeterminados como por ejemplo el concepto de “circunstancias inevitables y extraordinarias”, que pueden ser sustanciales en casos de reclamaciones litigiosas.

“ Una buena gestión de una incidencia en destino puede evitar una queja posterior

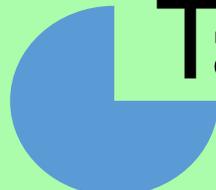
Lo mismo sucede cuando se produce una falta de conformidad en destino que impide que el viajero reciba los servicios contratados, por diferentes circunstancias, algunas imponderables. Por ejemplo, tiene lugar un incendio que provoca cortes en las carreteras y la imposibilidad de mantener el itinerario y los servicios inicialmente previstos. En estos casos, resulta esencial que desde el primer momento la agencia conozca cuáles son sus obligaciones y lo que debe ofrecer o no al cliente.

Sin duda, en muchos casos, una buena gestión de una incidencia en destino puede evitar una queja posterior. Sin embargo, si a pesar de todo lo anterior el cliente nos hace llegar una reclamación a su regreso, la agencia debe asesorarse para poder calibrar qué recorrido puede tener esa reclamación, si la misma está o no fundamentada y cuáles pueden ser sus consecuencias.

En la mayoría de los casos será posible llegar a un acuerdo con el cliente que no solamente le deje satisfecho, sino que además le haga querer volver a viajar con nosotros. Sobre todo si hemos sido capaces de transmitirle correctamente todo lo que su agencia de viajes ha hecho por él en todo momento.



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

► VACACIONES ■ JULIO 2024

Punta Cana, Riviera Maya y NY, destinos favoritos de los viajeros nacionales digitales

► Costa de la Luz, Menorca, Tenerife, Mallorca y Benidorm sitios de mayores interés de nuestra geografía

Punta Cana, Riviera Maya, Nueva York y Maldivas son, por este orden, los destinos extranjeros preferidos por los viajeros nacionales digitales en el mes de julio, según los análisis de Central de Vacaciones, la agencia de viajes online con sede en España, miembro de UNAV desde 2019.

Otros viajes internacionales muy solicitados por los turistas patrios son las capitales europeas: Roma, París, Budapest y Londres. Aumenta asimismo el interés por desplazarse a países como Bali y Tailandia y se 'cuela' entre las predilecciones Orlando..

Según estos informes, el primer destino nacional por el que optarán los españoles digitales que viajen durante el séptimo mes del año será la Costa de la Luz, seguido de Menorca, Tenerife, Mallorca, Fuerteventura y Benidorm, que completa la tabla del Top 10 de las preferencias de los nacionales que contratan a través de Internet. Fuera de esta clasificación de 'favoritos' aparecen igualmente Lanzarote, Ibiza, la costa de Almería y Salou.



Los emplazamientos más reservados bajo la fórmula 'multidestino' son EEUU, Caribe, Maldivas, Indonesia y Europa

720€, ticket medio por persona; 1.240€ si es un viaje 'multidestino'

El ticket medio de reserva por persona de estos viajes, para 5,5 días de promedio, es de 720 euros (vuelo+hotel), para una media de 2,5 pasajeros por reserva.

Si la modalidad elegida es el 'multidestino' el presupuesto aumenta y alcanza los 1.240 euros por persona, como también se incrementa la estancia (más de 9 días), para un promedio del mismo número de personas.

La partida consignada por aquellos que sólo contratan alojamiento es algo inferior (426 euros por reserva), y con una reducción de jornadas (cuatro días, aproximadamente). La media de pasajeros por reservas es prácticamente de tres.

1 de cada 4 viajeros digitales, además, contrata un seguro de viajes opcional y aproximadamente 2 de cada 10 reservan actividades en los destinos. Otros extras muy demandados son la contratación de los traslados y el alquiler de vehículos.

A la hora de emprender sus viajes, los turistas digitales nacionales eligen principalmente la compañía Iberia para sus desplazamientos, seguido de Air Europa, Vueling, Delta y American Airlines.



► VIAJERO DIGITAL DESTINOS MÁS DESEADOS EN EL MES DE JULIO

En función de las búsquedas y solicitudes de presupuesto, los destinos más deseados por los viajeros digitales nacionales para este verano serían Nueva York, Roma, la Riviera Maya, Santorini, Las Vegas, Bangkok y Los Ángeles. Otros puntos que despiertan el interés de los turistas web, aunque luego no necesariamente se contratan, son las Islas Maldivas, Mikonos, Punta Cana y San Francisco. MÁS INFO ►►

de interés

Los españoles anticipan las reservas de sus vacaciones y adelantan las contrataciones

El deseo de viajar de los españoles se dispara y anticipa un verano de éxito. Esa es la conclusión más señalada que se recoge en el 13º informe ObservaTUR. Pero el estudio también subraya **otras claves**:

- Los deseos de relajarse y desconectar, que son los factores de mayor peso a la hora de emprender las vacaciones, llevarían a un aumento del número de personas dispuestas a financiarlas; 3 de cada 10 ahora sí se lo plantearía, algo que descartaba en 2023.
- Parece confirmarse, además, un mayor adelanto de las reservas y el 41% de los viajeros ya habría realizado alguna contratación: todos los que prevén viajar tienen ya prácticamente algunas de sus principales características resueltas.
- Las pautas de comportamiento de los viajeros nacionales se consolidan un año más y se mantienen las preferencias que vienen manifestando en estudios previos: las vacaciones se planifican con la pareja (76%), agosto (38%) y julio (29%) siguen siendo los meses predilectos y los destinos nacionales se consagran favoritos un año más para casi 2/3 de la población, a pesar del aumento de las salidas internacionales.
- El hotel continúa con su crecimiento, se ralentiza el empuje de los apartamentos turísticos y el coche particular, aun siendo el vehículo más utilizado, pierde presencia.
- El avión, mientras, repite sus cifras récord de 2023 y se afianza como segundo medio de transporte; el tren acelera y alcanza el registro más elevado de la serie histórica
- En el plano nacional, los principales puntos de interés estas vacaciones serán la Costa Mediterránea, Andalucía y el área del Cantábrico; los agentes de viajes también esperan un auge de las playas insulares.
- La visita a las capitales europeas y las rutas culturales por este continente son los destinos decididos más frecuentes en el ámbito internacional.
- Los viajes de sol y playa son, con diferencia, la opción favorita para los viajeros nacionales (42%), y duplica a la segunda de las alternativas, el turismo cultural.



El deseo de viajar de los españoles se dispara y anticipa un verano de éxito

- El 94% de los españoles viajará estas vacaciones, un 80% con seguridad y un 14% muy probablemente
- Excelentes previsiones para la nueva temporada, con un importante aumento del anhelo de viajar, aunque los agentes de viajes atemperan la euforia y advierten señales de estabilidad en algunos parámetros

El presidente de UNAV, José Luis Méndez, intervino hace unos días en la presentación del **Informe de Verano 2024** del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR).

Se trata del 13º estudio desde la creación en 2018 de este instrumento de monitorización y análisis, en el que además de nuestra organización, participan otras firmas e instituciones líderes de la industria del turismo y los viajes, como Amadeus, AON, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Iryo, MundiPlan y ReiniziaT.

De acuerdo con las conclusiones del informe se indica que el deseo de viajar de los españoles se dispara y anticipa un verano de éxito, con un 94% de los nacionales que viajará estas vacaciones, un 80% con seguridad y un 14% muy probablemente.

Estas excelentes previsiones, con este importante aumento del anhelo de viajar, sin embargo, se matizan con las opiniones de los agentes de viajes, que atemperan esta euforia y advierten señales de estabilidad en algunos parámetros.

A los viajeros les preocupa la escalada de precios, pero se imponen como aceleradores la ilusión de la llegada de la temporada y la emoción del viaje, a costa de reducir los días de estancia, aumentar el presupuesto (que sube 51€ por persona y alcanza los 677€) y buscar nuevos destinos emergentes.

Puedes acceder el contenido del nuevo estudio a través del siguiente enlace: <https://www.observatur.es/informes/>

LA INFOGRAFÍA

Las claves del verano 2024

FUENTE > ObservaTUR



El 94% de los viajeros nacionales consultados tiene previsto viajar este verano; un 80% declara estar seguro de ello



Agosto es el mes protagonista de las vacaciones de verano (38%), seguido de julio (30%)

CON QUIÉN

76%

CON LA PAREJA



7 de cada 10 viajeros nacionales tomará entre una semana y 15 días de vacaciones; tres de ellos únicamente lo hará durante 7 días



El hotel lidera el tipo de alojamiento decidido (57%). Detrás se sitúa el apartamento turístico (24%).

PRESUPUESTO

677€

ALOJAMIENTO	33%
RESTAURACIÓN	24%
TRANSPORTE	19%
ACTIVIDADES	11%
COMPRAS	10%
OTROS GASTOS	3%



La mayoría de los viajeros nacionales que han tomado una decisión respecto al transporte opta por el coche particular (49%)



El avión consolida su sólida recuperación (cercana al 40%), y prosigue una tendencia al alza. El uso del tren va en aumento

TIPO DE VIAJE

SOL & PLAYA	42%
CULTURAL	22%
RURAL-NATUR	11%
FAMILIAR	11%
BIENESTAR	5%
SOSTENIBLES	2%



Entre los que han decidido el destino, y contratarán alojamiento, algo menos de 2/3 optarán por un destino nacional, y 1/3 aprox. se decantará por un enclave internacional

de interés

El éxito turístico de nuestro país es imparable, según diversos estudios

En la misma dirección que señala el informe elaborado por Deloitte con la colaboración de Google, se encuentran otros estudios realizados por diversos organismos e instituciones de prestigio.

■ AENA

Tras el análisis de los datos de pasajeros en los aeropuertos españoles en los primeros cinco meses del año, [AENA ha revisado al alza su estimación de crecimiento del tráfico para 2024](#) hasta un 8,3% sobre las cifras de 2023. El gestor estima que en este ejercicio se alcanzarán los 306,7 millones de pasajeros.

■ CAIXABANK RESEARCH

[CaixaBank Research](#) prevé que el PIB turístico crecerá en torno a un 5% en 2024 (el doble de lo esperado para el conjunto de la economía) y un 3,2% en 2025, gracias a la recuperación del poder adquisitivo de los hogares europeos en un contexto de descenso de la inflación, la recuperación de la economía europea y la percepción de mayor seguridad que ofrece el país en un contexto de elevada inestabilidad geopolítica en el este del Mediterráneo.

■ WTTC

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo prevé que 2024 será un año récord para los viajes y el turismo en España, ya que contribuirá con casi 225 mil millones de euros a su PIB, lo que representa un aumento del 12,1% en comparación a los niveles máximos de 2019.

Según la [Investigación de Impacto Económico \(EIR\) 2024](#), elaborada por el organismo mundial de turismo en asociación con Oxford Economics, se espera que el sector represente en España el 15,2% de la economía nacional.

Este organismo proyecta también que, al cierre de 2024, el sector genere casi tres millones de empleos en el país; el 14% del total de los puestos de trabajo en España.



► DELOITTE & GOOGLE NEXTGEN TRAVELLERS & DESTINATIONS

España, con 110 millones de llegadas, principal destino turístico mundial en 2040

- Ese mismo año, según este informe habrá 2.400 millones de viajes a nivel mundial, un 64% más que en 2019, cuando se registraron 1.500 millones

El estudio "[NextGen Travellers & Destinations](#)" realizado por Deloitte con la colaboración de Google, apunta que para 2040 España se convertirá en el principal destino turístico mundial recibiendo 110 millones de llegadas, un 30% más que en este pasado año.

Le seguirán Francia, Estados Unidos, China, México e Italia. Cabe destacar que existirá una mayor diversificación de destinos, lo que hará que el Top 5 disminuya su cuota de mercado, pasando del 30% al 20%. Además, Arabia Saudita, Indonesia y los Emiratos Árabes Unidos destacarán como nuevos lugares que ingresarán en el top 15 de los países más visitados.

Además, se espera que el futuro del turismo esté marcado por una mayor diversidad de viajeros, impulsada por el crecimiento de la clase media en regiones como África, América y Asia-Pacífico.

La tecnología será clave para satisfacer las demandas de estos nuevos viajeros, brindándoles acceso a experiencias personalizadas y enriquecedoras.

Según estas previsiones se espera que para 2040 haya 2.400 millones de viajes a nivel mundial, un 64% más que en 2019, cuando se registraron 1.500 millones.

➔ MÁS DETALLES EN [Viajeros y destinos NextGen](#)

de interés



El gasto total realizado por los turistas en España en el 1^{er} T alcanzó 11.678,6 M€

Según la última [Encuesta de Turismo de Residentes \(ETR/FAMILITUR\)](#), publicada con fecha del 27 de junio de 2024, el gasto total de los viajes del primer trimestre fue de 11.678,6 millones de euros, con un aumento del 25,4% respecto al mismo periodo de 2023. En los viajes con destino nacional el gasto total subió un 21,3% y en los realizados al extranjero un 33,0%.

El gasto medio diario fue de 82 euros –67 euros en los viajes con destino interno y 129 en los realizados al extranjero–.

Por partidas de gasto, el mayor en los viajes internos fue el realizado en bares y restaurantes, con el 26,5% del total y un aumento anual del 20,7%. En los viajes al extranjero, el mayor gasto fue en transporte, con el 36,2% del total y un incremento del 39,0%.

El gasto en paquete turísticos en este tiempo ha alcanzado los 773,5 millones de euros, un 30,2% más que en el mismo periodo de 2023.

Por destino principal, los gastos medios diarios más altos se registraron en los viajes a Comunidad de Madrid (98 euros), Illes Balears (97) y Canarias (86). Y los más bajos en Castilla–La Mancha (49 euros), Extremadura (50) y Castilla y León (53).

► ETR/FAMILITUR DATOS PRIMER TRIMESTRE 2024

Los españoles realizaron 40,6 millones de viajes en el primer trimestre

- El gasto total subió un 25,4% y superó los 11.678 millones de euros
- Andalucía, Cataluña y Comunitat Valenciana fueron los principales destinos

Los residentes en España realizaron 40,6 millones de viajes en el primer trimestre, un 15,0% más que en el mismo periodo de 2023, según los datos de la última [Encuesta de Turismo de Residentes \(ETR/FAMILITUR\)](#), publicada con fecha del 27 de junio de 2024.

Los viajes cuyo destino principal fue el territorio nacional aumentaron un 13,7% y los realizados al extranjero un 26,2%.

Los viajes de ocio, recreo y vacaciones se incrementaron un 24,0% en el primer trimestre. Por su parte, las visitas a familiares o amigos aumentaron un 10,8%. Los viajes realizados por negocios y otros motivos profesionales bajaron un 14,2%, mientras que los hechos por Otros motivos subieron un 46,9%.

Por tipo de alojamiento, los viajes con destino interno en los que los residentes acudieron a viviendas de familiares o amigos aumentaron un 10,8%. En los viajes al extranjero, el alojamiento en hoteles creció un 29,5%.

Las principales comunidades autónomas de destino de los viajes de los residentes en el primer trimestre fueron Andalucía (16,7% del total), Cataluña (12,0%) y Comunitat Valenciana (8,5%).

En cuanto al origen, los viajes realizados por los residentes en Comunidad de Madrid supusieron el 18,9% del total. Por detrás se situaron Cataluña (16,9%) y Andalucía (15,8%).

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



destinos

► DESTINOS SOSTENIBLES DE ESPAÑA

Risco Caído: riqueza arqueológica en un paisaje sobrecogedor

Hace ahora 5 años, el Paisaje Cultural de Risco Caído y las Montañas Sagradas de Gran Canaria fue declarado Patrimonio Mundial de la UNESCO. Se trata de un enclave único, ubicado en el centro montañoso de Gran Canaria, que contiene una enorme riqueza de yacimientos arqueológicos en el seno de un “paisaje sobrecogedor”, en palabras del entonces ministro de Cultura



El paisaje del Risco Caído alberga la cultura de las antiguas poblaciones insulares, que vivieron en aislamiento hasta su conquista por la Corona de Castilla en el siglo XV. Un cráter volcánico —el de la Caldera de Tejada— preside este espacio, que se extiende a través de los municipios de Artenara, Tejada, Agaete y Galdar. El Risco Caído comprende acantilados, barrancos y formaciones volcánicas en un paisaje de una gran biodiversidad.

Las Montañas Sagradas de Gran Canaria, por su parte, son un espacio formado por 1.500 cuevas, un millar de triángulos rupestres —la mayor concentración del mundo— y vestigios de templos, santuarios, graneros fortificados, necrópolis y asentamientos trogloditas verticales, donde se celebraban ceremonias estacionales.

El valor cultural, histórico y patrimonial descrito se completa con una gran riqueza medioambiental, accesible a través de una red de senderos variada y bien articulada.

Periódicamente programa actividades relacionadas con el paisaje cultural y dispone de varios centros de interpretación (el del Risco Caído, el del Roque Bentayga y el del Paisaje Cultural Risco Caído y las Montañas Sagradas).

MÁS INFO ►► [Paisaje Cultural del Risco Caído y paisaje cultural de las montañas sagradas de Gran Canaria](#)



4 rutas imprescindibles para descubrir un enclave mágico y único

Entre otros muchos valores, el Paisaje Cultural de Risco Caído y las Montañas Sagradas de Gran Canaria, ofrece diversos itinerarios, en los que destacan 4 recorridos accesibles, con dificultad baja, para disfrutar de este paraje:

- [Circular Cruz de Acusa-Las Hoyas-Lugarejos-Coruña](#), de 7,8 kilómetros, que acerca al paisaje agrícola del interior de la isla.
- [Cruz de Tejada-Artenara](#), de 7,2 kilómetros, que permite pasear por el borde norte de la caldera de Tejada, con espectaculares vistas hacia buena parte del Paisaje Cultural del Risco Caído.
- [Circular de Tamadaba](#), de 6,4 kilómetros, que recorre la zona central del Parque Natural de Tamadaba,
- [Encrucijada del Roque Nublo](#), de 11,2 km. aproximadamente, en el mismo corazón de Gran Canaria, que posibilita conocer el monumento natural más emblemático de la isla, el Roque Nublo.

Si deseas consultar más información del espacio puedes hacer [clic aquí](#) o conocer sus diferentes rutas, su tiempo estimado de realización y 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.

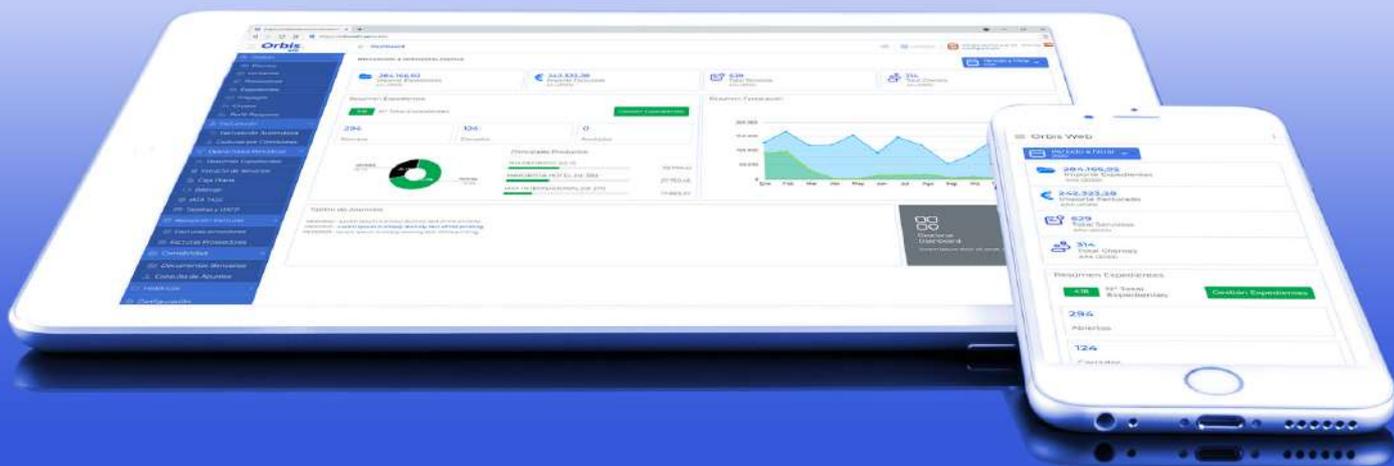
Céntrese en su negocio

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