VNAV
unión nacional de agencias de viajes
ENTIDAD DECANA DE ESPAÑA · PLACA DE ORO AL MÉRITO TURÍSTICO
94

El 36% de los españoles disfrutará de sus vacaciones en el mes de agosto, según ObservaTUR Página 13

El nuevo Consejo de Dirección de UNAV cumple 100 días

Bajo la presidencia de César Gutiérrez, se ha intensificado la agenda institucional, asociativa, formativa y tecnológica • Hay avances notables en la fusión con FETAVE y ambas organizaciones trabajan ya "prácticamente" como una "única organización" en los asuntos estratégicos

Los primeros 100 días del nuevo Consejo Directivo de UNAV, presidido por César Gutiérrez, dejan un balance marcado por el avance de la unificación con FETAVE, que permitirá articular una representación próxima a los 4.000 puntos de venta. En el especial recogido en esta publicación se repasa también la ampliación de los servicios y ámbitos de participación, las nuevas incorporaciones y la intensa defensa institucional del sector. Junto a ello, recoge los progresos en digitalización, ciberseguridad y prevención del fraude, así como cerca de 3.000 horas de formación. El balance anticipa además una agenda de futuro centrada en nuevos grupos de trabajo, oportunidades comerciales y los próximos foros Jurídico y UNAV. / Páginas 3 y 5

UNAV-FETAVE transmite a Consumo su posición al anteproyecto de Ley de Viajes Combinados que transpone la Directiva (UE) 2026/1024

El asesoramiento profesional, aspecto más valorado por los clientes de las agencias de viajes

Según el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, del que forma parte UNAV desde su creación, el aspecto más reconocido por los clientes de las agencias de viajes es el asesoramiento profesional. Junto a este factor, también adquieren una relevancia creciente los aspectos relacionados con la seguridad y las garantías ofrecidas a los viajeros. Página 11

Las agencias de viajes superarán los 14.000 millones de euros de facturación en 2026

Las previsiones apuntan a un escenario de crecimiento sostenido, aunque con ritmos más moderados que los registrados inmediatamente después de la pandemia

Página 9

UNIÓN NACIONAL DE AGENCIAS DE VIAJES
Calle Rosario Pino, 8, 1º B · 28020 Madrid
T · 91 579 67 41 F · 91 579 98 76
MAIL • secretaria@unav.ws
WEB • www.unav.ws

CONSEJO EDITORIAL
Presidente: César Gutiérrez
Vicepresidente Ejecutivo: Iván Méndez
Asesoría Legal: Mª Dolores Serrano
Dirección Técnica: José María Paredes / Task ONE

Turismo Patrimonial de Interior

▶ **GESTIÓN UNAV** 100 DÍAS DE ACTIVIDAD DEL NUEVO CONSEJO

UNAV-FETAVE avanza en su unificación, amplía servicios y refuerza su representación

- Ambas organizaciones trabajan ya "prácticamente" como una "única organización" en los asuntos estratégicos
- Bajo la presidencia de César Gutiérrez, se ha intensificado la agenda institucional, asociativa, formativa y tecnológica

El nuevo Consejo Directivo de UNAV, presidido por César Gutiérrez, ha cumplido sus primeros cien días con una intensa agenda institucional, asociativa y sectorial.

Elegido por unanimidad el pasado mes de marzo, el equipo —integrado también por Iván Méndez, Fernando Sánchez y María Dolores Serrano— ha articulado su actuación en torno a cinco ejes: representación institucional, servicios a las agencias, formación especializada, innovación y digitalización, y defensa de los intereses profesionales ante los desafíos regulatorios y económicos.

Uno de los principales avances ha sido el proceso de unificación entre UNAV y FETAVE. Durante este periodo, ambas organizaciones han intensificado su coordinación hasta actuar conjuntamente en buena parte de sus iniciativas.

- Principal asociación de agencias de viajes por puntos de venta

Sus grupos de trabajo incorporan ya representantes de las dos entidades, las actuaciones institucionales se desarrollan de manera coordinada y la interlocución con organismos públicos y empresariales se ejerce de forma conjunta.

En paralelo, continúa definiéndose el encaje jurídico definitivo de la operación. Su culminación permitiría afianzar una representación cercana a los 4.000 puntos de venta y consolidar a la entidad resultante como la principal asociación española por implantación comercial.

Según Gutiérrez, ambas organizaciones trabajan ya "prácticamente como una única organización" en los asuntos estratégicos, mientras avanzan hacia un proyecto llamado a reforzar la voz, la unidad y la capacidad de influencia de las agencias de viajes en todo el país y ante las administraciones, los proveedores y la sociedad.

> **César Gutiérrez, presidente de UNAV-FETAVE: "La unión entre UNAV y FETAVE avanza de forma muy satisfactoria. Hoy trabajamos prácticamente como una única organización en la mayoría de los asuntos estratégicos y seguimos dando pasos para culminar un proyecto que hará más fuerte la voz de las agencias de viajes"**

El fortalecimiento del modelo asociativo, ejes del nuevo mandato

El fortalecimiento del modelo asociativo ha constituido otro de los ejes del nuevo mandato. UNAV ha creado un grupo de trabajo específico para el turismo receptivo, una nueva área especializada en grupos de gestión y grandes redes y un servicio destinado a acompañar a quienes desean crear su propia agencia de viajes. También ha ampliado su base con incorporaciones como IDQR, First in Service e INTEGRAIAV, dentro del impulso dado al Canal del Asociado.

La actividad institucional ha tenido especial relevancia. La incorporación conjunta de UNAV y FETAVE a CEPYME refuerza la presencia de las agencias en los órganos de representación empresarial.

Ambas entidades han mantenido además su oposición al desarrollo del Real Decreto 933/2021. Sus actuaciones ante las instituciones europeas precedieron a la apertura de un procedimiento de infracción contra España y al posterior anuncio del Mº del Interior de paralizar la Orden Ministerial mientras aquel permanezca abierto.

Ante la crisis geopolítica en Oriente Medio, UNAV y FETAVE solicitaron a los ministerios de Turismo y Economía un paquete extraordinario de ayudas de 400 millones de euros para las agencias perjudicadas.

La asociación también ha activado un protocolo extraordinario tras los incendios registrados en España, dirigido a prestar apoyo a las agencias afectadas, con independencia de que pertenezcan o no a la organización, en la gestión de esta situación excepcional.

12 RAZONES PARA SUMARTE AL UNIVERSO UNAV

49 años de historia
COMPROMISO

3.700 puntos de venta
REPRESENTATIVIDAD

+ de 20 prestaciones
SERVICIOS

Legal, seguros, informatica...
ASESORAMIENTO

Cursos gratuitos y bonificados
FORMACIÓN

Prestigio de la profesión
COMUNICACIÓN

Voz propia a los intereses del sector
INTERLOCUCIÓN

Administraciones del Estado
DIÁLOGO

Estratégicos & Proveedores
ACUERDOS

Análisis de los hábitos viajeros
ESTUDIOS

Impulso de la digitalización
TECNOLOGÍA

Campañas de sensibilización
SOSTENIBILIDAD

siempre al lado de las agencias

unav
unión de agencias de viajes

Calle Rosario Pino, 8, 1º B · 28020 Madrid
91 579 67 41 · 91 579 98 76 (F)
secretaria@unav.ws
www.unav.ws
www.facebook.com/unav.agenciasdeviajes

▶ **GESTIÓN UNAV** 100 DÍAS DE ACTIVIDAD DEL NUEVO CONSEJO

UNAV-FETAVE refuerza la digitalización y la formación para impulsar el futuro de las agencias

■ La entidad en proceso de fusión amplía sus servicios tecnológicos, promueve 3.000 horas de formación y favorece nuevas oportunidades de negocio y colaboración

La transformación tecnológica y la protección frente a los nuevos riesgos han ocupado un lugar destacado durante los primeros cien días.

En esta dirección, UNAV ha presentado el primer servicio integral de ciberprotección y cumplimiento digital concebido específicamente para agencias de viajes y ha suscrito un acuerdo estratégico con BOTECH para reforzar la seguridad de los medios de pago y prevenir el fraude digital.

Esta línea de trabajo tuvo uno de sus principales hitos en Málaga, con una nueva edición de Tecno Travel Agency UNAV. La cita se ha consolidado como uno de los encuentros nacionales de referencia sobre innovación, inteligencia artificial y transformación digital aplicada a la actividad de las agencias.

■ 3.000 horas de formación especializada

La capacitación profesional ha completado este esfuerzo. En lo que va de 2026, UNAV ha promovido cerca de 3.000 horas de formación en colaboración con ILUNION Formación, dedicadas a gestión empresarial, digitalización, innovación tecnológica y técnicas de comercialización.

A través de la Federación Madrileña de Agencias de Viajes, UNAV-FETAVE también ha impulsado espacios de relación entre agencias y proveedores. La segunda edición del Tourism Pitch Lunch se afianza así como foro para generar negocio y colaboración empresarial.

A ello se suma la participación institucional en la inauguración de conexiones aéreas estratégicas para el turismo español, entre ellas las nuevas rutas con Toronto y Monterrey, que favorecen la interlocución de la organización con compañías aéreas, aeropuertos y destinos en un entorno cambiante.

Una agenda de futuro plena de nuevos proyectos

El Consejo Directivo ha sentado durante sus primeros 100 días las bases de las iniciativas que marcarán el segundo semestre de 2026.

Dentro de su propósito de descentralizar la participación, UNAV continuará creando grupos de trabajo especializados, entre ellos uno dedicado a los recursos humanos, un ámbito en el que la organización ha depositado grandes expectativas.

También proseguirá la extensión territorial de los programas de turismo social. A las experiencias desarrolladas en la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha se suma ahora Cantabria, donde estas iniciativas se han puesto en marcha por primera vez.

El calendario incluye asimismo nuevas oportunidades comerciales. Gracias al acuerdo suscrito por FEMAV con MATCH Hospitality, las agencias de UNAV-FETAVE podrán participar en el Gran Premio de España de Fórmula 1, que se celebrará en Madrid del 11 al 13 de septiembre.

La actividad se intensificará en el tramo final del año con la tercera edición del Foro Jurídico y el VII Foro UNAV.

Este último reunirá en Lucena, en Córdoba —bajo el lema Turismo Patrimonial de Interior— a profesionales, empresas e instituciones para examinar el potencial del turismo patrimonial de interior y promover oportunidades de negocio para las agencias.

César Gutiérrez considera que este balance inicia un proyecto orientado a construir una organización capaz de anticiparse a los desafíos sectoriales, reforzando la unidad de acción, la competitividad y el prestigio de las agencias españolas.

UNAV
Relación de agencias asociadas

- ACUARELA
- AREAUCA OCIO SL - MARFA TRAVEL
- ARENAS
- ARISTA
- ATENEO
- BEST OF EUROPE TRAVEL
- BROOKLYN BOY, S.L. (ENDEAVOR MARATONES INTERNACIONALES)
- CEMO / TROTAMUNDOS
- CENTRAL DE VACACIONES.COM
- CENTURY INCOMING, SL
- CHARMED BY SPAIN, SL
- CIFA - CENTRAL IBÉRICA DE FAMILIAS
- COSTA CRUCEROS
- CRUCEMAR CRUCEROS
- DEL UNO AL OTRO CONFIN S.A.U
- DESTINIA, S.L.
- DOLPHINS TRAVEL
- DOMINICANATOURS, SL
- DYNAMIC TOURS
- EL CORTE INGLES
- ELUXSPAIN / ELUXGROUPE
- EUROPA MUNDO VACACIONES
- EXOTICES
- EXPERIANTUR
- EXPLORA TRAVELER
- FRONTIA
- FIRST IN SERVICE
- GAMAS-CONCIERGE DE VIAJES
- GLOBAL COMPASS SPAIN, SLU
- GOLFSPAIN TOURS
- GRUPO AIRMET
- GRUPO AZUL MARINO
- GRUPO BYTOUR
- GRUPO CARREFOUR VIAJES
- GRUPO EXPERTRAVEL
- GRUPO STAR VIAJES
- GRUPO TRAVELTOOL E-SERVICES
- HELICE
- HEMELS MADRID DMC
- HIMALAYA
- IAG7 VIAJES
- IMBRIC MOBILITY
- INCENTIVOS KARISMA, SL
- INTEGRAIAV
- 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
- SELASI
- SENDAS DE EUROPA
- SERVIVUELO (V. ZAMER)
- SEVEN WORLDS EVENTS AND CONGRESSES S.L
- SOC. GEOGRÁFICA DE LAS INDIAS
- SOLO GRUPOS
- SURLAND
- SYMPHONY TOURS
- TAWY TOURS
- TECH AND INVESTMENT
- TOURMUNDIAL
- TRANSFRONTERAS
- TRANSIBERICA
- TRAVELAB SPAIN
- TRAVELLING CONSULTANTS
- VERONIA TOURS, SL
- VIAJES CIBELES
- ZAFIRO

UNAV / miembros adheridos

- AMADEUS ESPAÑA
- AON GIL Y CARVAJAL
- BERONI INFORMATICA, S.L.
- BOTECH
- CONECTA TURISMO
- CUEVAS DE NERJA
- ENJOY TRAVEL GROUP
- EPG TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA
- IBERIA
- IBERIA CARDS
- IDQR
- INSURANCE TRAVEL
- INTERMUNDIAL XXI, SL
- IRYO
- MOGU
- MOVELIA TECNOLOGÍAS
- MSC CRUCEROS
- PARQUES REUNIDOS
- PIPELINE SOFTWARE 2000
- QUADRANT TRAVEL TECHNOLOGIES
- RENFE - SOC. MERCANTIL ESTATAL
- SAMA TRAVEL
- SEGITRAVEL
- SOLTOUR
- TDCS TRAVELPORT
- TOUR10 TRAVEL
- WORLD 2 MEET TRAVEL

▶ **LEGAL** LEY DE VIAJES COMBINADOS

UNAV-FETAVE transmite su posición al anteproyecto de ley que transpone la Directiva (UE) 2026/1024

■ El periodo de consulta pública abierto por el Ministerio de Consumo, que concluyó el día 31, es previo a la redacción del texto legal, que sí recogería las observaciones técnicas

UNAV-FETAVE ha trasladado ya al Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 su posicionamiento oficial al anteproyecto de Ley de Viajes Combinados, que transpone la Directiva (UE) 2026/1024, que ha estado en periodo de consulta pública hasta el 31 de julio. Esta fase es inicial del procedimiento normativo y su objetivo es recabar por parte de la Administración la opinión de los sectores y organizaciones afectadas sobre cuestiones generales.

Es, por tanto, una etapa previa a la formulación de alegaciones artículo por artículo, que es algo que se efectuará en el momento oportuno de este proceso, que ha de seguir una tramitación hasta que se redacte el texto legal, en donde sí se recogerán las observaciones más técnicas y detalladas.

En una primera instancia, el escrito transmitido por estas entidades —en fase de unión— ha puesto el foco en algunas de los aspectos que más preocupan a la agencias del viajes, especialmente en cuestiones como:

- la seguridad jurídica en la aplicación de la nueva normativa;
- el tratamiento de las circunstancias inevitables y extraordinarias;
- el impacto económico y de tesorería que soportan las agencias organizadoras en escenarios de crisis;
- el régimen de reembolsos y la relación con los prestadores de servicios;
- y, en general, la necesidad de que la transposición tenga en cuenta la realidad operativa de las agencias, en su mayoría pymes y microempresas.

Antes de dar cumplimiento a este trámite, UNAV-FETAVE emitió un comunicado interno a sus asociados para informarles de esta apertura y requerir posibles comentarios, algo que hicieron algunos de los asociados a nuestra organización, "a fin de poder valorar una eventual posición conjunta".

La transposición de la Directiva, una oportunidad de mejora

UNAV-FETAVE considera que el trámite legislativo debe aprovecharse para corregir aquellos aspectos de la Directiva que puedan generar efectos indeseados sobre las agencias, buscando un marco que combine la protección al viajero con la sostenibilidad económica del modelo de intermediación.

ALGUNAS CLAVES SEGÚN UNAV-FETAVE

- Protección sí, desequilibrio no. UNAV-FETAVE comparte el objetivo de reforzar los derechos del viajero; reclama un reparto más equilibrado de las obligaciones entre agencias, proveedores y demás operadores.
- Rechazo a la ampliación de la responsabilidad económica de las agencias. No resulta razonable que las agencias deban asumir el coste de incumplimientos provocados por aerolíneas, hoteles u otros prestadores sobre los que no tienen capacidad de control.
- Preocupación por la nueva definición de viaje combinado. UNAV-FETAVE advierten de que algunos cambios pueden ampliar el ámbito de aplicación de la norma y generar inseguridad jurídica para las agencias.
- Seguridad jurídica. Solicita una redacción clara que reduzca litigios e interpretaciones contradictorias.
- Corresponsabilidad de los proveedores. Si el perjuicio deriva de un tercero, este debe responder económicamente frente al organizador cuando la agencia haya tenido que indemnizar al viajero.
- Normativa proporcionada para las pymes. Recuerda que la inmensa mayoría de las agencias españolas son pequeñas y medianas empresas, por lo que cualquier incremento de cargas administrativas o financieras puede afectar a su viabilidad.
- Participación activa en la transposición española. El nuevo equipo directivo ha situado la futura Ley de Viajes Combinados entre sus prioridades estratégicas y ha anunciado que participará activamente en el proceso para trasladar las propuestas del sector.
- Equilibrio entre protección y competitividad. La organización sostiene que una protección eficaz del consumidor solo será sostenible si las obligaciones económicas se distribuyen de forma equilibrada entre todos los participantes de la cadena turística.

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, extrajudical 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

Atención al Cliente

t: (+34) 606 10 15 36
w: www.deiurem.com
Contactar por E-mail
Pº de la Castellana, 179, ascensor C, planta 1
28046 – Madrid – España

© 2005-22 Todos los derechos reservados

▶ **OBSERVATORIO SECTORIAL DBK** PREVISIONES DE MERCADO

Las agencias de viajes superarán los 14.000 millones de euros de facturación en 2026

Los mayoristas elevarán su facturación hasta los 6.440 millones de euros, un 3,9% más que en 2025

Las agencias de viajes mantendrán su senda de crecimiento durante 2026 y alcanzarán un volumen de negocio de 14.120 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,6% respecto al ejercicio anterior, según las previsiones del Observatorio Sectorial DBK. Los mayoristas, por su parte, elevarán su facturación hasta los 6.440 millones de euros, un 3,9% más que en 2025.

Las previsiones apuntan a un escenario de crecimiento sostenido, aunque con ritmos más moderados que los registrados inmediatamente después de la pandemia. La progresiva normalización de la demanda turística, el incremento de los costes operativos y un contexto internacional todavía condicionado por la incertidumbre geopolítica explican esta evolución, que, lejos de interpretarse como un retroceso, refleja la entrada del mercado en una fase de mayor estabilidad.

El comportamiento previsto para 2026 encuentra su precedente en los resultados obtenidos durante 2025.

Ese año, las minoristas incrementaron su facturación un 5,5%, hasta alcanzar los 13.500 millones de euros, mientras que los tour operadores elevaron sus ingresos un 5,1%, situándose en 6.200 millones. Aunque ambos segmentos mantuvieron una evolución positiva, el crecimiento fue inferior al experimentado en 2024, cuando el sector todavía se beneficiaba del intenso efecto rebote posterior a la crisis sanitaria.

El informe de DBK destaca igualmente que la rentabilidad empresarial continúa evolucionando favorablemente gracias al aumento de la actividad, si bien la presión ejercida por los costes —especialmente los relacionados con el alojamiento, el transporte y el personal— seguirá limitando la mejora de los márgenes durante este ejercicio.

Paralelamente, el mercado prosigue su proceso de concentración empresarial. Los cinco principales grupos mayoristas concentraron en 2025 el 43% de la facturación del segmento, mientras que las cinco mayores agencias minoristas reunieron conjuntamente el 31% de los ingresos. Una tendencia que, según el Observatorio DBK, continuará configurando un sector cada vez más profesionalizado, competitivo y orientado a ganar eficiencia sin renunciar a las perspectivas de crecimiento.

La facturación del BSP supera los 2.911 millones de euros hasta junio y consolida su crecimiento

La actividad de las agencias de viajes en el ámbito de la venta aérea mantiene una evolución positiva durante 2026. Entre enero y junio, la facturación canalizada a través del Billing and Settlement Plan (BSP) de IATA alcanzó los 2.911,36 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,31% respecto al mismo periodo del año anterior y confirma la consolidación del crecimiento del sector.

La mejora se vio reforzada durante el mes de junio, cuando las ventas gestionadas mediante el BSP ascendieron a 475 millones de euros, un 9,49% más que en el mismo mes de 2025. Este resultado permitió recuperar un ritmo de crecimiento cercano a los dos dígitos tras varios meses de evolución más moderada.

El aumento de la facturación vino acompañado de un mayor volumen de actividad. Durante el primer semestre, las agencias emitieron más de 10,18 millones de billetes aéreos, un 6,5% más que un año antes. Solo en junio se contabilizaron 1,59 millones de transacciones, lo que representa un incremento interanual del 9,8%.

Los datos ponen de manifiesto el buen comportamiento del canal de distribución de las agencias acreditadas por IATA, que continúan reforzando su papel en la comercialización del transporte aéreo. En la actualidad, 4.062 agencias españolas disponen de esta acreditación internacional, lo que representa cerca de una cuarta parte del total existente en Europa.

La evolución registrada en el primer semestre confirma una tendencia de crecimiento sostenido, respaldada por el dinamismo de la demanda y por la creciente actividad en la emisión de billetes aéreos, en un contexto de progresiva normalización del mercado turístico.

servicios de gabinete de prensa
planes de comunicación
marketing de contenidos
comunicación digital & RRSS
estudios e informes
periodismo de marca

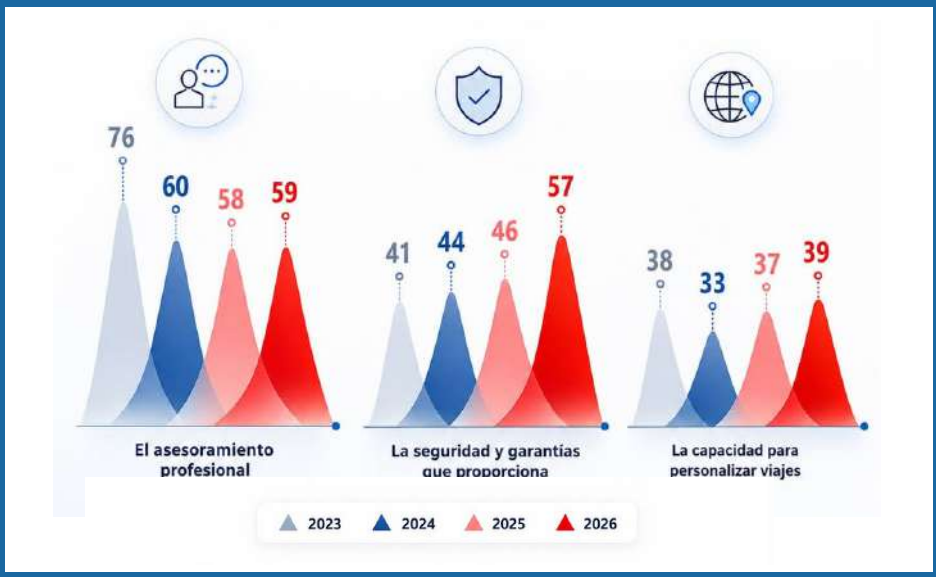
Task ONE
comunicación estratégica

636 641 691
jm.paredes@task-one.com
www.task-one.com

▶ **IMAGEN DE LOS PROFESIONALES** PUNTUACIÓN MEDIA 8,6 DE 10

El asesoramiento profesional, aspecto más valorado por los clientes de las agencias de viajes

- Se destaca también la confianza, seguridad y valor añadido



Según el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, del que forma parte UNAV desde su creación, el aspecto más reconocido por los clientes de las agencias de viajes es el asesoramiento profesional, que de nuevo continúa siendo el principal elemento diferencial atribuido a este ámbito.

Las valoraciones obtenidas mantienen una elevada estabilidad respecto a campañas anteriores, reforzando la importancia de la experiencia, el conocimiento especializado y la capacidad de acompañamiento durante todo el proceso de viaje.

Junto al asesoramiento, también adquieren una relevancia creciente los aspectos relacionados con la seguridad y las garantías ofrecidas a los viajeros, que registran una mejora significativa respecto a la edición anterior del estudio.

Por el contrario, los elementos puramente tecnológicos continúan ocupando una posición secundaria dentro de los atributos más puntuado por los clientes, lo que refuerza la importancia del componente humano en la intermediación turística.

Por otra parte, tal y como recogíamos en la pasada edición de esta newsletter (página 11), las agencias obtienen una valoración extraordinariamente positiva por parte de quienes han utilizado sus servicios para organizar las vacaciones de verano.

La puntuación media alcanza los 8,6 puntos sobre 10, situándose en niveles de excelencia y confirmando los elevados niveles de satisfacción que tradicionalmente acompañan a este canal de distribución.

La valoración es muy homogénea entre hombres y mujeres y apenas presenta diferencias significativas por edad. Destaca especialmente la percepción registrada entre los viajeros de 50 a 64 años. Los resultados reflejan la capacidad de las agencias para aportar confianza, seguridad y valor añadido durante el proceso de organización de las vacaciones, consolidando así su papel dentro del ecosistema turístico actual.

Puedes consultar el informe íntegro de ObservaTUR 2026 a través de este ENLACE.

España cuenta con 13.892 empresas dedicadas al ámbito de las agencias

Según los últimos datos disponibles del Directorio Central de Empresas (DIRCE) correspondientes a 2024 e incorporados por el Ministerio de Industria y Turismo en la Cuenta Satélite del Turismo de España, el sector de las agencias de viajes en España está integrado por 13.892 empresas bajo el código CNAE 791.

La cifra, elaborada a partir de información oficial del Instituto Nacional de Estadística (INE), ofrece una radiografía precisa de la estructura empresarial de una de las principales actividades de intermediación turística del país.

Los datos, analizados por Borja Cameselle para LADEVI España, ponen de manifiesto un rasgo característico del sector: su elevada atomización empresarial y el importante peso de los profesionales autónomos y de las microempresas dentro de la distribución turística, con muchas compañías sin trabajadores asalariados.

En concreto, 7.504 empresas desarrollaban su actividad sin asalariados, mientras que 4.386 contaban únicamente con uno o dos empleados. La presencia de empresas de mayor tamaño resulta menor. Según los datos oficiales, 1.821 compañías disponían de plantillas de entre tres y 19 trabajadores, 135 empresas empleaban entre 20 y 99 personas, y 46 superaban el centenar de asalariados.

El CNAE 791 engloba a todo el espectro de la intermediación: agencias minoristas, OTAs, turoperadores y mayoristas (CNAE 7912), DMCs y receptivas, agencias corporativas y MICE y también empresarios autónomos.

actividad asociativa

▶ **SERVICIOS** • ASISTENCIA JURÍDICA Y OPERATIVA

UNAV y FETAVE activan un protocolo de apoyo para las agencias de viajes afectadas por los incendios

- **Incluye la activación de UNAV Legal-Deiurem y un kit de emergencia con una decena de recomendaciones**

UNAV) y FETAVE han puesto en marcha un protocolo jurídico y operativo extraordinario para prestar apoyo a las agencias afectadas por los graves incendios registrados en distintos puntos de España. La iniciativa, coordinada por UNAV Legal, está abierta tanto a empresas asociadas como no asociadas.

El dispositivo tiene como objetivo ofrecer seguridad jurídica, orientación práctica y apoyo operativo a las agencias cuya actividad se haya visto alterada por evacuaciones, confinamientos o cualquier otra consecuencia fruto de la emergencia.

El protocolo incluye un kit jurídico de emergencia con medidas para afrontar las principales incidencias, entre ellas recomendaciones sobre las primeras actuaciones, asesoramiento legal para gestionar la imposibilidad temporal de prestar servicio a los clientes, orientación sobre la documentación necesaria para acreditar los daños sufridos, información relativa a seguros y futuras ayudas públicas, así como la elaboración de un manifiesto dirigido a proveedores turísticos solicitando comprensión y flexibilidad ante esta situación excepcional.

Asimismo, UNAV y FETAVE han habilitado canales específicos de consulta (comercial@unav.ws - fetave@fetave.es). para atender las solicitudes de información y asesoramiento de las agencias, que deberán cumplimentar un formulario para evaluar el alcance de los daños y facilitar la interlocución con las administraciones públicas.

El presidente de UNAV, César Gutiérrez, subraya que las agencias de viajes "desempeñan un servicio esencial para miles de viajeros" y destaca la importancia de ofrecerles apoyo y acompañamiento durante esta emergencia. Ambas organizaciones expresan, además, su solidaridad con las personas afectadas por los incendios y trasladan su reconocimiento a los efectivos de extinción, fuerzas de seguridad, servicios de emergencia, Protección Civil, Fuerzas Armadas y voluntarios por su labor.

Manifiesto UNAV-FETAVE dirigido a proveedores turísticos

UNAV-FETAVE ha realizado un llamamiento a compañías aéreas, hoteles, turoperadores, empresas de transporte, receptivos y al conjunto de los proveedores turísticos para que, en la medida en que lo permitan las circunstancias y el marco jurídico aplicable, actúen con la máxima comprensión y flexibilidad ante las incidencias derivadas de los incendios que afectan a distintas zonas de España.

Ambas entidades recuerdan que numerosas agencias están viendo condicionada su actividad como consecuencia de evacuaciones, restricciones de acceso a sus instalaciones y otras medidas de emergencia, lo que dificulta la atención habitual a los viajeros y el desarrollo normal de su actividad.

Por ello, solicita que, cuando resulte posible, se valoren soluciones razonables que contribuyan a minimizar el impacto sobre las empresas afectadas, preservando la adecuada atención a los clientes y el espíritu de colaboración que caracteriza al sector.

UNAV-FETAVE considera que situaciones excepcionales como la actual requieren respuestas basadas en la buena fe, la cooperación y la responsabilidad compartida, y confía en que se vuelva a demostrar el compromiso y la solidaridad que ha mantenido en otras situaciones de dificultad.

Asimismo, la organización extiende esta petición de flexibilidad a aquellos viajeros que no hayan podido iniciar o continuar sus viajes en las condiciones previstas, favoreciendo soluciones que permitan reducir las consecuencias de la emergencia.

▶ **OBSERVATUR** • 17º INFORME TEMPORADA

El 36% de los españoles disfrutará de sus vacaciones en el mes de agosto

- Julio y agosto concentrarán cerca de 7 de cada 10 desplazamientos vacacionales previstos por los españoles
- La diferencia entre ambos meses sigue reduciéndose, reflejando una distribución temporal cada vez más equilibrada
- Septiembre mantiene su atractivo para el 17% de los viajeros

El 36% de los españoles tomará sus vacaciones durante el mes de agosto, según los datos recogidos por el 17º Informe de Temporada de ObservaTUR, el instrumento de seguimiento y análisis del turismo emisor nacional promovido por Amadeus, Aon, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viajes (UNAV).

Agosto vuelve así a situarse como el principal mes para disfrutar de las vacaciones de verano, seguido de julio, elegido por el 33% de los viajeros. En conjunto, ambos meses concentrarán cerca de 7 de cada 10 desplazamientos estivales previstos, una distribución que apenas experimenta variaciones respecto a los últimos ejercicios y que confirma la estabilidad de los hábitos vacacionales de los españoles.

■ Septiembre, mes preferido por el 17% de los viajeros

Al mismo tiempo, la distancia entre julio y agosto continúa estrechándose progresivamente respecto a años anteriores, una evolución que apunta a un reparto cada vez más equilibrado de las salidas a lo largo de la temporada alta, favoreciendo una mayor flexibilidad en la planificación de las vacaciones estivales. Por su parte, septiembre mantiene el mismo nivel de preferencia registrado en la edición anterior del estudio y será el mes elegido por el 17% de los viajeros.

Este periodo continúa teniendo una especial aceptación entre los grupos de mayor edad, que encuentran en él una alternativa más tranquila para disfrutar de sus vacaciones, mientras que las diferencias observadas por género y edad en la elección de los meses vacacionales son, en términos generales, poco significativas.

Así son las vacaciones de los españoles en el año 2026

Los viajeros que disfrutan sus vacaciones en el mes de agosto lo harán, mayoritariamente, en pareja, opción elegida por siete de cada diez españoles y que se mantiene como la fórmula predominante para disfrutar del periodo estival. Los viajes con hijos siguen ocupando el segundo lugar, especialmente entre las personas de entre 35 y 49 años, mientras que los desplazamientos con amigos o familiares presentan una notable estabilidad respecto a campañas anteriores.

En cuanto a las características del viaje, la mayor parte de quienes iniciarán ahora sus vacaciones se desplazará a un destino nacional (65%), frente al 35% que optará por viajar al extranjero. Más de la mitad disfrutará de una estancia de una semana o menos (53%), con un presupuesto medio de 737 euros por persona, confirmando la consolidación de un modelo vacacional caracterizado por una planificación cada vez más anticipada, un mayor control del gasto y una duración algo más contenida que en ejercicios precedentes.

El alojamiento hotelero seguirá siendo la opción predominante, mientras que el coche y el avión concentrarán la mayor parte de los desplazamientos. Del presupuesto total previsto, el 36% se destinará al alojamiento, el 21% a la restauración, el 18% al transporte, el 11% a las actividades en destino, el 10% a las compras y el 4% restante a otros conceptos,

▶ **BERONI-OBSERVATUR** • CIBERSEGURIDAD

Una de cada tres agencias de viajes ha sufrido algún intento de fraude digital en el último año

- **Los ataques sufridos han sido en su mayoría leves y sólo un 2% revela consecuencias graves**

El fraude digital se ha consolidado como uno de los principales riesgos para las agencias de viajes. Así lo refleja un estudio elaborado por Beroni en colaboración con ObservaTUR, según el cual el 35% de las agencias españolas ha sufrido algún intento de ciberfraude durante el último año. Pese a ello, el 65% asegura no haber registrado incidentes de este tipo, aunque reconoce la necesidad de reforzar sus medidas de prevención ante unas amenazas cada vez más habituales.

La investigación muestra que la mayoría de los ataques no llegó a materializarse gracias a la detección temprana: un 23%de las agencias logró identificar el fraude antes de que produjera consecuencias. Por su parte, un 7% sufrió incidencias de impacto limitado, principalmente relacionadas con pérdidas de tiempo o alteraciones operativas, mientras que únicamente un 2% declaró haber padecido una estafa con consecuencias económicas o reputacionales relevantes.

▪ La suplantación de identidad, el fraude más frecuente

El phishing, basado en la suplantación de identidad, continúa siendo la modalidad más frecuente y fue señalado por el 74% de las agencias que experimentaron algún intento de fraude. Le siguen la suplantación de proveedores o clientes (41%), el smishing o fraude mediante mensajes SMS (33%) y las estafas con tarjetas de crédito (31%). En menor medida aparecen los accesos no autorizados a sistemas (13%), los ataques mediante ransomware (5%) y los contracargos (3%).

Para Beroni, estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de mantener una vigilancia constante y reforzar tanto las herramientas tecnológicas como los protocolos internos de prevención y respuesta, en un contexto en el que el sector turístico supera ya los 2.200 ciberataques semanales, según datos difundidos recientemente por Europa Press.

La ciberseguridad, elemento transversal de la transformación digital

En opinión de Beroni, miembro de UNAV desde 2013, la ciberseguridad debe concebirse como un elemento transversal de la transformación digital.

"La protección de la información requiere incorporar la seguridad desde el propio diseño de las soluciones, mantener una actualización tecnológica permanente y apoyarse en infraestructuras robustas, protocolos seguros de acceso y mecanismos que garanticen la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos", explica Josep Bellés, CEO de la marca tecnológica leridana.

Asimismo, la compañía considera que la concienciación y la formación de los usuarios continúan siendo un factor determinante para reducir la exposición frente a ataques basados en ingeniería social, como el phishing o la suplantación de identidad.

"El fraude digital ya no constituye una amenaza excepcional", subraya Bellés, "sino un riesgo que debe contemplarse dentro de la gestión diaria de cualquier agencia. La buena noticia es que muchas organizaciones están consiguiendo detectar los intentos antes de que tengan impacto, pero la sofisticación creciente de los ataques exige abordar la ciberseguridad de forma integral, combinando tecnología, procedimientos y formación de las personas."

Coincidiendo con la celebración en Málaga de la segunda edición del Tecno Travel Agency, UNAV presentó el primer servicio integral de ciberprotección y cumplimiento digital para agencias de viajes. Se trata de una solución desarrollada junto a UNAV Legal Deiurem, BOTECH y Aon que combina adecuación legal del entorno digital, auditorías de ciberseguridad y acceso preferente a seguros especializados frente a riesgos digitales. El objetivo es ayudar a las agencias a reforzar la protección de sus sistemas, adaptarse a las crecientes exigencias regulatorias y prevenir ciberamenazas mediante un modelo integral de seguridad, asesoramiento y formación especializada.

▶ **FIRST IN SERVICES** RED PROFESIONAL INTERNACIONAL

La demanda internacional del turismo de lujo se mantiene estable y pone sus ojos en Europa

- La incertidumbre geopolítica está modificando los hábitos de viaje de los viajeros de alto valor, desplazando la demanda hacia destinos europeos
- El Mediterráneo, el sur de Europa y el Adriático concentran el mayor trasvase de reservas internacionales

Cerca del 60% de los asesores de viajes de First in Service (F1S), una de las principales compañías mundiales especializadas en viajes de alto valor, considera que la demanda internacional del segmento premium se ha mantenido estable —o incluso ha aumentado— pese a la incertidumbre geopolítica que continúa afectando a determinados mercados.

Así se desprende de una encuesta realizada entre la red internacional de más de 200 asesores de viajes de la compañía, presentes en nueve ciudades de seis países y tres continentes, miembro de UNAV desde abril.

En concreto, el 44,1% de los asesores señala que el volumen de reservas se mantiene en línea con la tendencia habitual, mientras que un 14,7% afirma que su actividad ha aumentado al recurrir un mayor número de clientes al asesoramiento profesional para reorganizar sus planes de viaje. En el extremo opuesto, únicamente un 8,8% informa de un descenso significativo de las reservas.

La demanda se desplaza a Europa

En conjunto, los resultados muestran que los viajeros de alto poder adquisitivo mantienen su intención de viajar, aunque están adaptando sus decisiones en función de la evolución del contexto internacional. El cambio más significativo se refiere a la elección del destino, con un claro desplazamiento de la demanda hacia Europa.

Según la encuesta, el 78,1% de los asesores identifica a Europa como la principal beneficiaria de esta redistribución de la demanda internacional de viajes, especialmente los destinos del Mediterráneo, el sur de Europa y la región del Adriático. A considerable distancia aparecen otros destinos mencionados, como el sudeste asiático y el subcontinente indio (6,3%), los destinos nacionales o de proximidad (6,3%), Centroamérica y el Caribe (3,1%), Norteamérica (3,1%) y Sudamérica (3,1%).

Cambios en el comportamiento de compra de los viajeros de alto valor

La encuesta de F1S pone de manifiesto cambios significativos en el comportamiento de compra de los viajeros. El 36,4% de los asesores afirma que sus clientes mantienen sus planes de viaje, aunque sustituyen algunos destinos por otros alternativos, mientras que un 30,3% observa que las reservas se realizan con menor antelación. Solo un 9,1% indica que sus clientes han decidido cancelar o aplazar completamente sus viajes. Por su parte, el 24,2% asegura no haber detectado cambios significativos en el comportamiento de los clientes.

"Por muy perjudiciales que sean los conflictos para la actividad turística, con independencia del lugar donde se produzcan, los asesores de First in Service han demostrado una extraordinaria capacidad de adaptación al ofrecer alternativas a aquellos clientes que han decidido mantener sus planes de viaje", señala Fernando González, CEO y fundador de First in Service.

"Aunque algunos clientes de F1S están posponiendo sus viajes, la mayoría mantiene la confianza y simplemente está redirigiendo sus desplazamientos hacia regiones conocidas que perciben como de menor riesgo —especialmente Europa—, además de reservar con plazos de antelación más cortos. Esa combinación pone de manifiesto que nuestros asesores siguen teniendo importantes oportunidades para orientar y transmitir confianza a los clientes en momentos de incertidumbre".

González añade que los asesores de F1S están preparados para atender una demanda sostenida de itinerarios alternativos por Europa, así como un incremento de las reservas de última hora. Asimismo, indica que los profesionales de la compañía continúan ofreciendo a sus clientes una comunicación clara sobre las condiciones de seguridad, las opciones de flexibilidad disponibles y un asesoramiento oportuno para ayudarles en la toma de decisiones sobre sus viajes.

actividad asociativa

▶ **FEMAV** CONSOLIDACIÓN DEL ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO

El 35,8% de los madrileños recurre a una agencia de viajes para planificar sus vacaciones de verano

Esta evolución se da en un contexto de mayor planificación de los viajes y de un incremento de los desplazamientos internacionales

Las agencias de viajes continúan consolidando su posición como uno de los principales canales de organización de las vacaciones entre los viajeros madrileños. Según el último informe del Observatorio Turístico Regional FEMAV, el 35,8% de los madrileños prevé recurrir a una agencia de viajes para planificar sus vacaciones de verano, un porcentaje superior al registrado el pasado año y que confirma la creciente valoración del asesoramiento profesional.

Esta evolución se produce en un contexto de mayor planificación de los viajes y de un incremento de los desplazamientos internacionales, circunstancias que impulsan la contratación anticipada de servicios como seguros, actividades y paquetes turísticos. De hecho, entre quienes viajarán al extranjero, casi 3 de cada 4 contratarán un seguro de viaje y seis de cada diez reservarán previamente visitas y actividades, una tendencia que favorece el recurso a las agencias para gestionar itinerarios más complejos y personalizados.

Para FEMAV, estos datos reflejan la consolidación del asesoramiento especializado como un elemento de valor añadido en la organización de las vacaciones, especialmente cuando los viajeros buscan combinar seguridad, planificación y una experiencia adaptada a sus necesidades.

Comercialización de los paquetes para el GP de España de Fórmula 1

Las agencias de viajes integradas en FEMAV, así como las pertenecientes al entorno de UNAV y FETAVE, están todavía a tiempo de comercializar los paquetes oficiales de viaje para el Fórmula 1 TAG Heuer Gran Premio de España 2026, que se celebrará en Madrid del 11 al 13 de septiembre.

Gracias al acuerdo suscrito entre FEMAV y MATCH Hospitality Europe, las agencias pueden ofrecer a sus clientes productos oficiales que incluyen packs de entrada y alojamiento, además de otras experiencias de Official Hospitality vinculadas al evento.

La iniciativa abre nuevas oportunidades de negocio para las agencias de viajes, que incorporan a su oferta uno de los acontecimientos deportivos y turísticos con mayor proyección internacional del año.

El acuerdo, además de beneficiar a las agencias madrileñas, se hace extensivo al universo de puntos de venta representados por UNAV y FETAVE, ampliando significativamente su alcance comercial en todo el territorio nacional.

▶ **SEGURIDAD SOCIAL** DATOS DE AFILIACIÓN • JUNIO 2026

El empleo turístico supera los 3 millones de trabajadores afiliados tras aumentar un 3% en junio

- **El empleo en las agencias desciende en 1.719 trabajadores, en teoría de nuevo por los cambios realizados en los CNAE**

El mercado laboral turístico continúa mostrando un comportamiento sólido en el arranque de la temporada alta.

Así, según los últimos datos de afiliación a la Seguridad Social, el empleo vinculado a las actividades turísticas superó en junio los tres millones de trabajadores, tras incorporar 87.830 nuevos afiliados respecto al mismo mes del año anterior, lo que representa un crecimiento interanual del 3%.

Con ello, el turismo mantiene un ritmo de creación de empleo superior al del conjunto de la economía, donde el incremento fue del 2,8%, y concentra ya el 13,7% del total de afiliados del país.

En este contexto, el Ministerio de Industria y Turismo incluye a las agencias de viajes y operadores turísticos entre las actividades que sostienen el dinamismo del empleo turístico durante el inicio del verano.

Las cifras específicas de este subsector, no obstante, deben interpretarse con cautela debido a la implantación de la nueva clasificación CNAE 2025, que ha reclasificado determinadas actividades y rompe la comparabilidad directa con las series estadísticas anteriores. El propio Ministerio precisa que el descenso registrado en el número de afiliados de las agencias no refleja una caída real del empleo, sino el efecto de este cambio metodológico.

■ El trabajo autónomo crece un 1,8%

Por categorías laborales, los asalariados, que representan el 83,1% del empleo turístico, aumentaron un 3,2%, mientras que el trabajo autónomo creció un 1,8%. Además, el empleo en el conjunto formado por hostelería, agencias de viajes y operadores turísticos registró una evolución positiva en todas las comunidades autónomas, destacando la Comunidad Valenciana como la región con mayor crecimiento, tanto en términos absolutos como relativos. Un escenario que confirma la fortaleza del turismo como motor de empleo en España en vísperas del periodo de mayor actividad del año.

La Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña lideran la creación de empleo

La evolución del empleo en el conjunto de hostelería, agencias de viajes y operadores turísticos fue positiva en todas las comunidades autónomas durante el mes de junio, aunque con diferencias significativas en función del peso de la actividad turística en cada territorio.

La Comunidad Valenciana encabezó el crecimiento nacional con 9.556 afiliados más que un año antes, seguida de Andalucía (8.981) y Cataluña (7.472). A continuación se situaron la Comunidad de Madrid (5.164), Baleares (4.576) y Canarias (3.789), consolidando a estos seis territorios como los principales motores del empleo turístico en el inicio de la temporada estival.

En un segundo grupo figuran Galicia (1.764 afiliados más), Castilla y León (1.382), País Vasco (1.171) y Aragón (874), mientras que el resto de comunidades registraron incrementos más moderados, aunque igualmente positivos.

La distribución territorial confirma que el mayor dinamismo laboral continúa concentrándose en los destinos con mayor intensidad turística, al tiempo que evidencia una evolución favorable y generalizada del empleo vinculado a la actividad turística en todo el país durante el comienzo del verano.

de interés

▶ **FRONTUR** ENERO-JUNIO 2026 • DATOS PROVISIONALES

España recibe 46,6 millones de turistas hasta junio, un 4,6% más que en 2025

- **En junio, el número de turistas alcanzó los 9,7 millones, un 2,9% más que en el mismo mes de 2025**
- **Con paquete turístico llegaron en junio 2,7 millones de visitantes, un 3,3% más**

El número de turistas internacionales que llegó a España en el mes de junio de 2026 alcanzó los 9,7 millones, un 2,9% más que en el mismo mes de 2025, según los últimos datos oficiales dados a conocer el 2 de julio de 2026 por la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

De ese número, más de 2,7 millones lo hicieron con paquete turístico, un 2,7% más. Casi 7,1 millones de turistas viajaron sin paquete turístico en ese mismo periodo, un 2,7% más.

Reino Unido fue el principal país de residencia, con casi 2,3 millones de turistas y un aumento del 6,8% respecto a junio de 2025. De Alemania llegaron 1,2 millones (un 5,9% menos) y de Francia cerca de un millón (un 1,7% menos).

■ 46,6 millones de turistas hasta junio

En los seis primeros meses de 2026 el número de turistas que visitaron España aumentó un 4,6% y rozó los 46,6 millones.

Los principales países emisores en los seis primeros meses fueron Reino Unido (con más de 9,3 millones y un aumento del 4,3%), Alemania (con casi 5,7 millones y una bajada del 1,1%) y Francia (con más de 5,6 millones, un 1,0% más).

➡ MÁS DETALLES EN LA SALA DE PRENSA DEL INE

EGATUR ENERO-JUNIO 2026

El gasto total de los turistas internacionales aumenta un 7,0% y alcanza los 63.836 millones de euros

Según la última Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), publicada con fecha del 3 de agosto, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en junio alcanzó los 13.579 millones de euros, con un aumento del 4,0% respecto al mismo mes de 2025.

Durante los seis primeros meses de 2026 el gasto total de los turistas internacionales aumentó un 7,0% y alcanzó los 63.836 millones de euros.

En junio, El gasto medio por turista fue de 1.393 euros, con un incremento anual del 1,1%. Por su parte, el gasto medio diario creció un 0,7%, hasta los 211 euros.

Los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto en junio fueron Reino Unido (con el 20,6% del total), Alemania (11,1%) y Francia (6,5%).

El gasto en transporte internacional (no incluido en paquete turístico) fue la principal partida en junio, con un 20,5% del total del gasto y un aumento del 7,2% respecto al mismo mes de 2025.

Las siguientes partidas fueron el gasto en actividades y en paquete turístico, con un 20,1% y un 18,3% del total, respectivamente. El primero aumentó un 2,1% y el segundo un 10,0%.

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

RAZÓN NÚMERO 10
CREDIBILIDAD, CONFIANZA Y GARANTÍA

✓ Credibilidad > Elegir una agencia integrada en UNAV es apostar por un profesional de reconocido prestigio y

✓ Confianza > Sus empresas asociadas cumplen estándares de calidad, buenas prácticas y principios que refuerzan la seguridad del viajero.

✓ Garantía > Además del asesoramiento especializado, ofrecen un compromiso permanente con la profesionalidad, la transparencia y la atención al cliente.

unav
unión de agencias de viajes

Calle Rosario Pino, 8, 1º B · 28020 Madrid
91 579 67 41 · 91 579 98 76 (F)
secretaria@unav.ws
www.unav.ws
www.facebook.com/unav.agenciasdeviajes

Orbis.
WEB

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

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

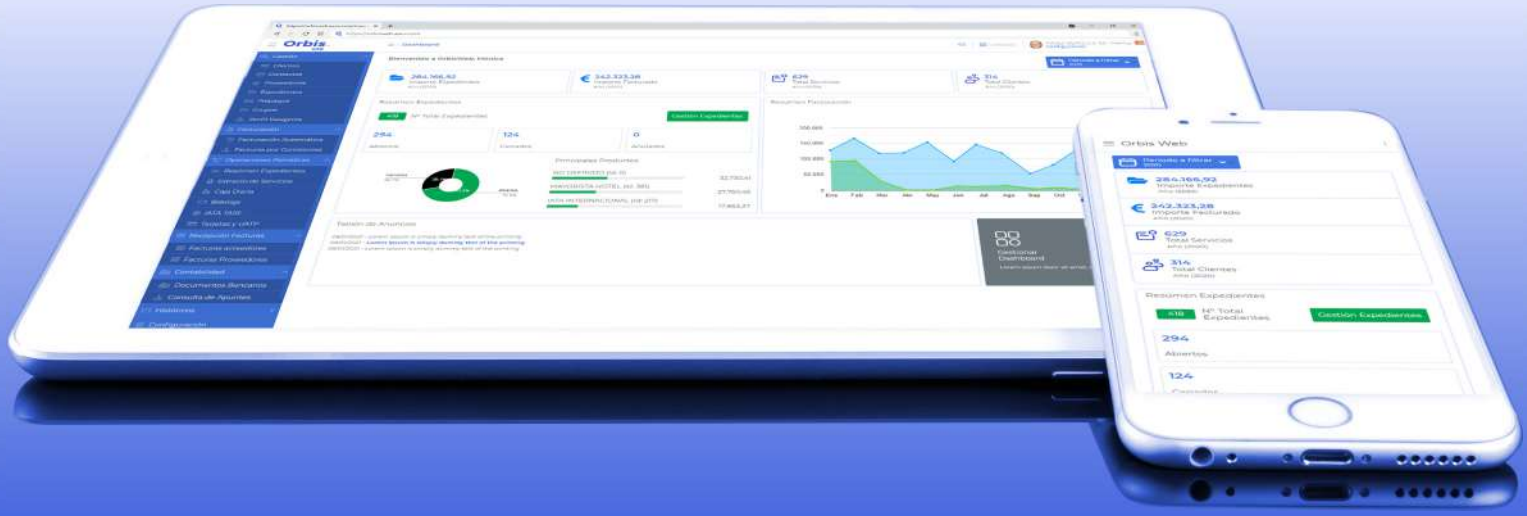
614 398 077

964 723 390

comercial@pipeline.es

Más información en
www.orbisweb.es

verifactu



Pipeline.
software