

NOTA DE PRENSA

El Foro de ACAVE recupera su formato presencial para debatir sobre el futuro del turismo tras un verano donde el 50% del sector recuperó la facturación prepandemia

- **Más de 200 agencias de viajes y profesionales del turismo han participado en el XXII Foro de ACAVE, que hoy se celebra en Palacio de Pedralbes de Barcelona.**
- **El presidente de ACAVE, Jordi Martí, ha presentado a los medios de comunicación los resultados de una encuesta a las agencias de viajes asociadas a ACAVE que confirman el éxito de la campaña estival de 2022 pero anticipan una ligera desaceleración para otoño.**

Barcelona, 29 de septiembre de 2022.- El big data, el metaverso y la movilidad sostenible han sido los temas centrales del **XXII Foro de ACAVE**, el principal encuentro de debate del sector de las agencias de viajes en España que cada otoño organiza la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas. Esta edición, que se ha celebrado en el Palacio de Pedralbes de Barcelona y que ha reunido a más de 200 participantes, ha vuelto a su formato original 100% presencial después de dos años de una modalidad híbrida, necesaria debido a las restricciones de la pandemia.

Jordi Martí, presidente de ACAVE, ha hecho un balance positivo de la jornada destacando que: *"Si bien hemos titulado este foro hablando de "futuro", lo cierto es que el big data y el turismo sostenible son el presente para el sector de las agencias de viajes. En el entorno global actual las agencias de viajes deben aprovechar todas las potencialidades que ofrece la tecnología para mejorar su capacidad comercial y para conocer mejor a los nuevos perfiles de viajeros, unos clientes con nuevas necesidades e inquietudes"*.

En la inauguración de la jornada, Albert Castellanos, Secretari d'Empresa i Competitivitat de la Generalitat de Catalunya ha explicado que *"estamos en un momento de transformación disruptiva, en un proceso acelerado de digitalización que cambia la forma de comercializar los servicios del sector de las agencias de viajes. En esta era digital el sector de las agencias tiene un rol importantísimo"*.

El Foro, conducido en esta edición por la periodista **Cristina Riba**, ha arrancado con una primera sesión en la que el economista **Santiago Niño Becerra** ha analizado los retos y las perspectivas de la industria turística ante la cambiante situación macroeconómica mundial. Ha comentado que *"nos enfrentamos a un escenario de estancamiento e incluso caída de la economía, y por ello, aquellos destinos que atraigan a más turistas con capacidad de gasto tendrán mayores posibilidades de afrontar esta coyuntura."*

La segunda sesión se ha centrado en la movilidad sostenible para la evolución del turismo y de los destinos sostenibles, contando para este análisis y debate con un panel formado por **Teresa Parejo**, directora de Sostenibilidad de IBERIA, L.A.E.; **Guillermo Turner**, director de Ventas de IRYO; y **Marta Doménech**, directora General de Turismo de la Generalitat de Catalunya. Parejo ha comentado que *"El reto es inmenso y la aviación está ahora en el punto de mira. Actualmente la aviación representa entre 2 y el 3% de las emisiones totales. Comparado con el resto de sectores es pequeño el porcentaje, pero eso no quiere decir que el problema no sea enorme. La aviación es un sector de muy difícil descarbonización aunque compañías como Iberia tenemos este objetivo como una prioridad"*. Por su parte, Turner ha augurado que *"el sector del transporte se va a transformar. Y hay cabida para los todos los medios. Hay que complementar los diferentes tipos de transportes y potenciar la multimodalidad (que los trenes de alta velocidad puedan llegar a los aeropuertos es fundamental). Frenar la movilidad no es la solución. La movilidad enriquece. Tenemos que corregir muchas cosas pero el impacto positivo que tiene el Turismo es enorme"*. Por su parte Marta Doménech ha expuesto que la Generalitat de Catalunya está haciendo *"estratégicas básicas a largo plazo en 4 ámbitos: desestacionalizar, porque Catalunya es visitable del 1 de enero al 31 de diciembre, diversificar la oferta, distribuir al visitante por todo el territorio"*.

La tercera sesión ha analizado las oportunidades que ofrece el Big Data para la gestión del turismo, facilitando a su vez un turismo más sostenible, con la participación de **Hector Coronel**, director de Turismo Madrid Destino; **Xavier Marcé**, regidor de Turismo e Industrias Creativas del Ayuntamiento de Barcelona; y **Santi Camps**, fundador y CEO de MABRIAN. Coronel ha comentado que *"Lainteligencia artificial al través de patrones nos enseña a identificar el propósito de viaje de nuestros visitantes y mostrarle la oferta adecuada conseguimos que el visitante alargue la estancia. Hasta ahora la estancia media era baja"*. Para Marcé, *"Cuando hablamos de digitalización y big data significa transformar el conjunto de la gestión de un sector y utilizar parámetros nuevos de análisis. El desarrollo digital ya se está haciendo en algunos ámbitos como el cultural. Pero la clave es ofrecer una digitalización integrada."*

La cuarta sesión también se ha centrado en el ámbito tecnológico. **Roberto Romero Pérez**, Accenture Song Metaverse Continuum Creative Technologist ha expuesto el potencial del Metaverso y las oportunidades que ofrece para convertirse en un nuevo mundo para la industria turística. En su intervención ha comentado que *"Entender el ecosistema para poder aprovechar la oportunidad es la clave. Entender lo que está pasando para empezar a crear la comunidad de tu marca. El valor real no es ser el primero sino el primero en hacerlo bien. Para las agencias, el metaverso tiene muchas posibilidades: crear comunidad, visibilidad de marca, exposición de producto, compromiso, estrategia de contenido (personalizar y ofrecer valor)"*.

Encuesta de balance de verano y previsión de otoño de 2022.

La encuesta se ha realizado entre las 450 agencias que forman parte de ACAVE y que representan tanto a sector emisor y receptivo a nivel nacional, tanto en el ámbito de touroperadores, minoristas y de cruceros.

Balance y previsiones agencias emisoras

Un **27% de las agencias emisoras encuestadas afirma haber igualado la facturación de 2019**, el último año de récord antes de la pandemia. Otro 24% contestó que había incluso superado la facturación del último año pre Covid. Estos buenos datos confirman que efectivamente este verano ha sido de recuperación. No obstante, sigue habiendo otro 50% de agencias que contestó que su facturación ha mejorado respecto a los dos años anteriores pero que todavía está por debajo de 2019, entre ellas un 32% afirma que cerró el verano entre un 10 y un 20% por debajo de 2019.

En sus comentarios, los encuestados han afirmado que los mayores niveles de reservas para el verano se registraron entre los meses de mayo y junio. Un **77% coincidió en señalar que la mayoría de sus reservas se efectuó con una antelación de 1 a 3 meses**, lo que significa que se está recuperando la contratación anticipada pre Covid. Entre los destinos nacionales más demandados por los españoles destacaron especialmente los dos archipiélagos (Baleares y Canarias), seguidos a bastante distancia por Cataluña, Andalucía y la Costa Atlántica. Entre los destinos internacionales más demandados encabeza la lista Estados Unidos, que este año agilizó los trámites sanitarios para acceder a sus fronteras, seguido de costas e islas del Mediterráneo, Oriente Próximo y Medio, y África, seguidos a más distancia por Cruceros, Sudamérica y países asiáticos sobre los cuales todavía pesan restricciones sanitarias.

Preguntados acerca de **las previsiones para otoño 2022**, un 68% afirma que la inflación ha producido una ralentización en el ritmo de reservas que provoca que el cliente retrase su decisión de contratar el viaje. Mientras otro 5% no ha notado ninguna afectación, el 27% restante sí está experimentando un parón total de reservas.

Comparado con otoño 2019, un **52% de los encuestados espera igualar o superar la facturación**: un 29% espera igualar resultados, mientras que un 23% confía en superarlos.

Asimismo, se ha preguntado a las agencias emisoras por la **contratación de nuevos profesionales**. Un 66,7% confirmó que están realizando nuevas contrataciones en estos momentos y, entre los que contestaron afirmativamente a esta pregunta, un 71% afirmó además que está teniendo problemas para encontrar personal, lo que pone de manifiesto la falta de profesionales cualificados disponibles en el sector turístico.

Balance y previsiones agencias receptoras

Un **50% de las agencias receptoras ha igualado o superado la facturación de 2019** (un 22% la igualó y un 28% la superó). Estos datos se sitúan en línea con las respuestas del sector emisor y confirman la recuperación del sector de las agencias de viajes es homogénea.

Preguntados por la antelación de las reservas, un **50% coincidió en señalar que la mayoría de sus reservas se efectuó con una antelación de 1 a 3 meses, mientras que otro 22% dijo que se realizaron con más de 3 meses respecto a la realización del viaje**. Entre los destinos nacionales más demandados por los viajeros internacionales destacó en primer lugar Cataluña, seguida de cerca por Andalucía, Baleares, Costa Atlántica (Galicia, Asturias, Cantabria y Euskadi) y en menor medida destinos de interior.

Por **mercados de origen**, el más importante fue Francia, seguida por este orden por Alemania, Reino Unido, Benelux, Estados Unidos (el mayor crecimiento de esta temporada), Países Nórdicos y Portugal. Entre los factores clave que motivaron la decisión de compra, los encuestados afirman que los dos factores que más pesaron en la decisión fueron la relación **calidad-precio** de los viajes a España, y en muy menor medida la percepción de seguridad sanitaria (un factor que ha decaído entre los viajeros).

Preguntados acerca de **las previsiones para otoño 2022**, un 65% de las agencias receptoras afirma que el alza de precios ha ralentizado el ritmo de reservas y que el cliente está esperando al último momento para realizar la compra. Otro 6% no ha notado ninguna afectación, y un 29% sí ha experimentado un parón total de la contratación de viajes.

El sector receptor no es tan optimista como el emisor en cuanto a las previsiones de facturación (respecto a otoño de 2019). Sólo un **39% de los encuestados espera igualar o superar la facturación**: un 16% la igualará y un 23% espera superarla.

Asimismo, se ha preguntado a las agencias receptoras por la **contratación de nuevos profesionales** y un 46,2% confirmó que están realizando en estos momentos y, entre los que contestaron afirmativamente a esta pregunta, un 71% afirmó que está teniendo problemas para encontrar personal (un porcentaje idéntico al del sector emisor). Estos datos ponen de manifiesto que la problemática para encontrar personal es generalizada y común a todos los sectores.

Sobre ACAVE

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) es la patronal de agencias de viajes de ámbito estatal con sede en Cataluña. ACAVE es la Asociación más representativa de España con aproximadamente **450 asociados y alrededor de 1.000 puntos de venta en toda España**. Forman parte de la Asociación agencias de las diferentes tipologías: emisoras vacacionales y corporativas, tour operadores, receptoras de costa y de ciudad, agencias online y decruceros.

Para más información:

Oriol García

Móvil + 34 608 512 909

oriolgarcia@mahala.es