

V Foro UNAV: conclusiones

- Las agencias de viajes de UNAV, y su más de 4.800 puntos de venta, entienden que Antequera, por su situación geográfica, su cultura, su patrimonio y su gastronomía, entre otras muchas cosas, **es un destino altamente recomendable.**
- Antequera, como ha dicho la concejala de turismo, es una ciudad media, **que merece la pena conocer, no sólo por sus atributos y valores, sino porque también concentra el 85% del patrimonio histórico de la provincia de Málaga.** Es la guinda a la visita a Málaga, ha recordado la concejala. De ahí la importancia de acoger este Foro, por el empuje la visibilidad que nos puede proporcionar, ha subrayado.
- También hemos sabido en esta inauguración que la temporada turística en la Costa del Sol cada vez **se alarga más y que este verano ha registrado cifras récord, gracias en buena parte al turismo de interior.** La responsable de Turismo Costa del Sol ha retirado también su compromiso de continuar trabajando de la mano del sector privado, porque la colaboración público-privada es muy importante para Turismo Costa del Sol.
- **La representante de la Junta de Andalucía ha remarcado la importancia del turismo no sólo para esta comunidad, sino para el conjunto de España,** por las cifras de actividad que genera. Y ha recordado que, en el caso de Andalucía, por cada euro que consumía el turismo se devolvía 1,5 euros. Aporta mucho más de lo que consume, ha dicho, y el turismo tiene que ser un orgullo nacional. Por eso no deberíamos de tener que estar justificando nuestro trabajo.
- Otra cosa importante que **ha dicho la delegada de turismo de Andalucía que el trabajo de las agencias es muy importante,** porque los agentes de viajes son los mejores embajadores en la elección de uno u otro destino. Por eso nos obligas a ser mejores, ha afirmado. Las agencias han de formar parte de las agenda de trabajo de los legisladores para tener su opinión en cuenta en todo momento. Y ha recordado por último, **que el turismo o es sostenible o simplemente no lo será.**

- Nuestro presidente, por su parte, **ha reclamado respeto al trabajo que hacen a diario lo agentes de viajes y ha subrayado la obligación como agentes de viajes de defendernos** ante algunas de las últimas agresiones a nuestro sector con lo mejor que sabemos hacer: un turismo de calidad, que día a día avanza en la sostenibilidad y que rechaza de plano y de pleno palabras como turismo fobia...
- Porque todos somos turistas, y todos nos desplazamos. **Y si hacemos Turismo con sensatez y apostando por la calidad, seguiremos generando riqueza para nuestro País**, tal y como hacemos --también a diario-- las agencias de viajes, que a día de hoy dan empleo a cerca de 71.000 trabajadores y que prevén cerrar el año con un volumen de negocio de 12.600 millones de euros, un 8,5% más que en 2024, según las últimas estimaciones.
- **No más mensajes de odio hacia nuestro sector, no a la Turismofobia. Sí al turismo de calidad y sostenible, que es el que nosotros defendemos, ha concluido el responsable de UNAV.**

MESA DE TRABAJO 1

- Antes de dar comienzo a la primera mesa de debate, hemos conocido qué era un grupo de gestión y las distintas visiones que han aportado sus principales representantes. Aunque han coincidido, dentro de un plano general, es que ante todo **son grupos creados para ayudar a las agencias de viajes en su día a día y adaptarse a sus necesidades**, cada uno desde su propio posicionamiento y especialización.
- También han coincidido los representantes de los grupos presentes (que no son todos los que estaban, pero sí algunos de los más importantes) en que **las agencias independientes han resultado muy fortalecidas tras la pandemia.**
- Y este fortalecimiento ha hecho --lo han dicho también-- que **los grandes grupos verticales hayan puesto los ojos en los grupos de gestión**, con opiniones a favor y

en contra entre los intervinientes sobre cómo puede incidir esto en la independencia de las agencias.

- Sobre si las agencias y los grupos han de ser generalistas o especializadas, tampoco ha habido un criterio único. **Lo único cierto es que han de saber adaptarse a las necesidades de los clientes.**
- Respecto a la aparición de los programas de turismo social, que ha despertado gran expectación en el debate entre los participantes en la mesa, con diferentes visiones, algunas muy críticas por su impacto en la rentabilidad, **se ha coincidido en la necesidad de regular este tipo de programas, asunto en el que el presidente de UNAV se ha comprometido a recoger el guante para intentar obtener mejores condiciones.**

MESA DE TRABAJO 2

- Los participantes en esta mesa **han destacado los importantes avances alcanzados, aunque todavía --han dicho-- falta mucho camino por recorrer**, pues el grado de digitalización es todavía disímil dependiendo de cada agencia. Hay todavía mucho recorrido y muchas oportunidades, “espectaculares”, se ha indicado.
- Se ha subrayado igualmente **la importancia de la tecnología, y el papel relevante que ha tenido en la implantación del modelo de atención 24/7.**
- Los ponentes **han solicitado también una mayor pedagogía y el rol destacado que deberían de tener las asociaciones** en la tarea de sensibilizar acerca de la digitalización de los procesos. Porque sin tecnología no se puede competir.
- Alguno de los ponentes ha anunciado que **el año 2025 se presenta con “muy malas noticias”** para las agencias en materia de cumplimiento normativo, “por lo que se viene encima”.

MESA DE TRABAJO 3

- La moderadora de la tercera mesa **ha sido contundente en la presentación de algunos datos acerca de la presencia de la mujer en el sector:** 48 millones de mujeres en todo el mundo, aunque sólo un tercio ocupa posiciones directivas.
- **También se ha puesto sobre la mesa el asunto de la notable brecha salarial,** que todavía se da con más frecuencia de la deseada, reclamándose la igualdad retributiva para el mismo trabajo y mismos perfiles. Otro aspecto que se ha cuestionado es el sistema de cuotas.
- **Es necesario un cambio de mentalidad, con campañas activas de sensibilización.** Campañas que han de ser continuadas en el tiempo y que requiere un esfuerzo de todos y un trabajo de todos.
- Otro apunte último: **la conciliación no ha de ser sólo una cosa de las mujeres. Y para ello es preciso también un cambio cultural profundo.**

MESA DE TRABAJO 4

- **Ha habido una coincidencia generalizada en que el año 2024 ha sido un año excelente en cuanto a actividad,** con sólo una mácula: el incremento que ha habido de los precios.
- **El año 2025 “tiene una pinta “excelente” se ha dicho.** Y, además, se ha recuperado un hecho que se había perdido durante la pandemia: se reserva con mayor antelación, y ese aspecto permite planificar mejor y, sobre todo, obturen mejores precios.
- De nuevo se ha puesto el acento en la **consolidación en nuestro país de la cultura de los viajes entre los españoles, que va en aumento.**
- El incremento de precios al que se han referido los ponentes, **especialmente por el aumento del precio de los carburantes, entre otros factores, podría verse beneficiado por el desarrollo de los combustibles de nueva generación,** como el

SAP, en donde España ocupa una posición privilegiada. Estos combustibles son más baratos y también más sostenibles, que es otro elemento sustancial en todos los debates. Y para todo los medios de transporte.

- **Turismofobia sólo existe en puntos concretos y es un tema muy localizado** y pasará, es también otra de las conclusiones que se ha comentado.
- **La intermodalidad es otro de los retos de 2025 y 2026**, tanto para las empresas como para las autoridades. Podemos competir, pero también cooperar. Pero también son necesarias más infraestructuras. De ahí que sea difícil a día de hoy.
- **Turismo de masas y sostenibilidad, no casan**, ha dicho alguno de los ponentes. Hay que intentarlo y tenemos que ocuparnos, en todo caso. Pero es complicado, se ha insistido.
- **Los consolidadores van a ir a más y mueven ya una cifra de negocio (no oficiales) superiores a los 1.000 millones de euros.** Entre otros factores de este crecimiento, son las nuevas pautas que están implantando las empresas, especialmente con la amortización de puesto de trabajo o el desconocimiento del uso de GPS.
- **La IA jugará un papel fundamental de ahora en adelante. Y** hemos de adaptarnos y no rechazarla.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Sobre la sede del V Foro UNAV

El Foro UNAV para El Futuro del Turismo ha elegido como sede una de las ciudades más importantes de Andalucía, Antequera, que es también el municipio más extenso de la provincia de Málaga. Enclavada en el corazón de Andalucía, esta ciudad aglutina más de medio centenar de monumentos y enclaves arqueológicos de extraordinaria relevancia, entre los que destaca especialmente el Conjunto Arqueológico Dólmenes de Antequera, Patrimonio Mundial de la Unesco desde julio de 2016. Además de este importante contenido patrimonial, “la Florencia de España” —calificación otorgada por el diario ‘The Sun’— posee una [variada oferta](#) de actividades, que incluye alternativas de turismo de naturaleza, (con El Torcal y el Caminito del Rey, a la cabeza), monumental, deportivo, gastronómico, rural, de negocios, religioso, accesible, familiar e inteligente. En 2023 registró un total de 517.354 visitas, un 4,17% más que el año anterior. Todo ello, además, está integrado en la propuesta turística de su área geográfica de referencia, la Costa del Sol, que en 2023 alcanzó un nuevo récord turístico, con 14 millones de visitantes, que generaron un impacto económico de 19.137 millones de euros. [Andalucía](#), en su conjunto, recibió en el pasado ejercicio 33,9 millones de turistas, un 9,9% con respecto al 2022 y un 4,3% con respecto al año 2019. Este incremento de la actividad turística supuso en 2023 un impacto directo e indirecto en la producción andaluza de unos 25.000 millones de euros.

Sobre UNAV

UNAV es la Unión Empresarial de Agencias de Viajes, una entidad asociativa que actúa en todo el territorio español. Se constituyó en 1977, lo que la convierte en la asociación nacional decana del sector de agencias de viajes. A fecha de marzo de 2024, el Universo UNAV congrega a una cifra superior a las 3.000 agencias de viajes, que suman un total cercano a los 4.800 puntos de venta, además de cerca de una treintena de marcas líderes sectoriales en calidad de empresas adheridas. En el año 2002, el Gobierno de España le concedió la Placa de Oro al Mérito Turístico. Forma parte del patronato del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR). Posee diferentes sistemas de gestión de calidad, que incluyen el Certificado ISO 9001. Entre los objetivos fundacionales de UNAV figuran, entre otros, la promoción y defensa de la imagen y el prestigio de las agencias de viajes, la representación de sus miembros ante los órganos de la Administración y la prestación de una veintena de servicios a sus asociados, especialmente en el ámbito legal, jurídico, contable, informático y formativo.

información & contacto

Task ONE Comunicación & Estrategia · José María Paredes
636 641 691 · jm.paredes@task-one.com