



La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

Pablo Parrilla,
vicepresidente económico de CEAV

LAS AGENCIAS DE VIAJE NO PUEDEN MIRAR DESDE LA ORILLA

El pasado 25 de junio tuve la oportunidad de participar en una sesión de trabajo en la Fundación COTEC, coorganizada con Microsoft, para debatir sobre un tema que no admite dilaciones: la inteligencia artificial y el turismo, ¿ruptura u oportunidad?

Diecisiete personas nos sentamos en la misma sala. Representantes de Turespaña, Segittur, la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga, Iberostar, Alsá, Binter, EY, el Instituto Tecnológico Hotelero, CCOO, UGT, la CEOE y la CEAV. Dos horas de reflexión conjunta con datos rigurosos sobre la mesa.

Salí con una convicción que quiero compartir con el sector: o damos un paso adelante, o el tejido empresarial de las agencias de viaje sufrirá un tsunami que dejará malparadas a muchas empresas. Y el tiempo para decidir se acaba.

El punto de partida: quiénes somos

Antes de hablar de IA, conviene recordar qué es el sector agencial en España. El 80% de las agencias son pymes, micropymes o autoempleo. Profesionales con altísimos niveles de dedicación, cargas administrativas y de gestión que consumen buena parte de la jornada, en muchos casos en un entorno de trabajo 24/7. Agentes que hoy destinan aproximadamente el 70% de su tiempo a tareas administrativas y solo el 30% a lo que realmente genera rentabilidad: vender y diseñar viajes.

Si logramos invertir esa pirámide, y la IA lo hace posible, la competitividad del sector se multiplicaría. No como metáfora, sino como consecuencia directa: más tiempo de venta, más ingresos, más recursos para contratar, crecer y consolidarse.

Eso es lo que está en juego. Y es una oportunidad, no solo una amenaza.

Lo que los datos de COTEC no dejan lugar a dudas

Los datos presentados en la sesión son de lectura obligatoria para cualquier directivo del sector. El primero es especialmente revelador: el turismo presenta una intensidad innovadora inferior a la del conjunto del sector privado español, pero al mismo tiempo es el sector que mayor potencial otorga a la innovación para afrontar sus retos. Innovamos menos precisamente donde más nos lo jugamos.

Hay movimiento, sí, pero está muy mal repartido. Y cuando se analiza la distribución de los fondos NextGeneration destinados al turismo, el dato es lapidario: las agencias de viajes y turoperadores recibieron apenas el 2% del total sectorial. El 98% restante fue a transporte, hostelería y entretenimiento.

Somos el eslabón olvidado de la cadena digital. Y eso duele especialmente cuando somos, al

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?



mismo tiempo, uno de los elementos más valiosos de esa cadena: por nuestra capilaridad, nuestra transversalidad, el conocimiento que trasladamos al viajero y la seguridad que generamos en momentos de incertidumbre, pandemias, guerras y desastres naturales lo han demostrado sobradamente.

El debate del empleo: necesario, pero incompleto

Los representantes sindicales presentes, CCOO y UGT, incidieron con fuerza en el posible impacto de la automatización sobre el empleo. Es un debate necesario y legítimo que no puede ignorarse. Pero no puede quedarse ahí.

La pregunta no es solo cuántos puestos de trabajo pueden desaparecer. La pregunta es cómo van a evolucionar las profesiones del turismo y qué competencias necesitarán quienes trabajen en ellas. Porque ya están apareciendo estudios y

señales inequívocas de que la figura del asesor de viajes está siendo demandada de manera creciente, precisamente a medida que proliferan las herramientas de IA que generan confusión y sobre información en el viajero. La tecnología que algunos temen que destruya al agente está, paradójicamente, reivindicando su valor.

El problema no es tecnológico. Es de adaptación. Y en ese terreno, el tiempo apremia.

La barrera no es el dinero. Es el tiempo.

En esta ocasión, la brecha no es principalmente económica. Cualquier agencia tiene acceso a cuentas profesionales de las principales herramientas de IA. Lo que falta no es presupuesto: es tiempo para aprender, para integrar, para cambiar procesos que llevan años instalados.

Ahí está el verdadero desafío para las pymes. Y también la gran oportunidad: quienes den ese salto primero,

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

quienes optimicen tiempos, automaticen tareas administrativas, usen IA predictiva para captar clientes y analizar demanda, pueden convertirse en lo que me gusta llamar Super-Agencias: empresas pequeñas con músculo competitivo de empresa grande.

Las que no lo hagan perderán terreno frente a quienes ya se están moviendo. Y los grandes ya llevan ventaja: grandes grupos ya ofrecen a las agencias asociadas paquetes de procesos apoyados en IA. La tecnología está redefiniendo el modelo de distribución turística desde dentro y concentrando aún más al sector.

Una de las consecuencias es la brecha digital que se está abriendo entre las grandes corporaciones de agencias de viajes y las pymes del sector. Mientras unas desarrollan o adquieren soluciones de IA con equipos propios, las otras quedan al margen. Y esa brecha no se cierra sola: acelera la concentración, refuerza a quien ya es fuerte, y deja a los más pequeños con menos margen competitivo cada año que pasa.

La respuesta no puede ser individual. Tiene que ser sectorial. Por eso defendí en la sesión la creación de un ente sectorial, impulsado por CEAV como representantes del sector, como instrumento de política sectorial: una estructura que permita a las

pymes acceder a tecnología, formación y recursos compartidos en igualdad de condiciones que los grandes operadores. No es una idea nueva. Es exactamente lo que ha funcionado en otros sectores cuando la transformación tecnológica amenazó con dejar atrás a los más pequeños.

Como Confederación, tenemos una obligación: velar por la implementación, la formación y el desarrollo de estas herramientas en el sector. Participar en todos los foros posibles. Crear conciencia. Y empujar esa transformación que ya no es el futuro, sino el presente.

La sesión de COTEC y Microsoft, con quien ya estamos colaborando, confirmó que el debate sobre IA en turismo está abierto. Hay interés, hay datos, hay actores dispuestos a avanzar. Lo que falta es quién articule esa conversación con una visión de conjunto del canal de distribución. Y aquí estará CEAV.

El sector de las agencias lleva décadas demostrando su capacidad de adaptación frente a Internet, las OTAs, la pandemia y la volatilidad geopolítica. La IA es un desafío de diferente naturaleza, pero la lógica es la misma: los que se adaptan sobreviven y crecen; los que esperan a que pase, quedan fuera. La diferencia esta vez es que la ventana de adaptación es más corta que nunca.



UN CONTINENTE DIFERENTE
EN UN SOLO DÍA

RESERVA TU EXCURSIÓN
2 D 1 N



TU VIAJE DESDE SOLO

89€

excursiones@portferryservices.es

DESCUBRE **TÁNGER**, SU HISTORIA, SU GASTRONOMÍA Y SUS LUGARES EMBLEMÁTICOS EN UNA EXPERIENCIA GUIADA.