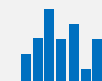


SONDEO DE OPINIÓN: AGENCIAS DE VIAJES

Sondeo AAVV minoristas españolas | Escenario COVID-19





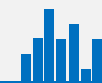
Sondeo de Opinión: Ficha Técnica

En colaboración con la empresa Bookingfax Technologies el pasado día 29 de abril 2020 se ha llevado a cabo un sondeo online a las **agencias de viajes minoristas españolas** inscritas en el Webinar “Cómo innovar en tiempo de crisis”. El diseño de soluciones de negocio en un escenario futuro marcado por la crisis sanitaria fue el contenido principal de esta sesión.

El **objetivo de este sondeo es conocer su opinión como expertos sobre la reactivación de los viajes turísticos de los españoles** en el actual período de incertidumbre, con especial referencia hacia el destino andaluz.

De los 650 participantes en el seminario online, se han recibido un total de 159 cuestionarios válidos, lo que ha supuesto un índice de respuesta del 24,5%.

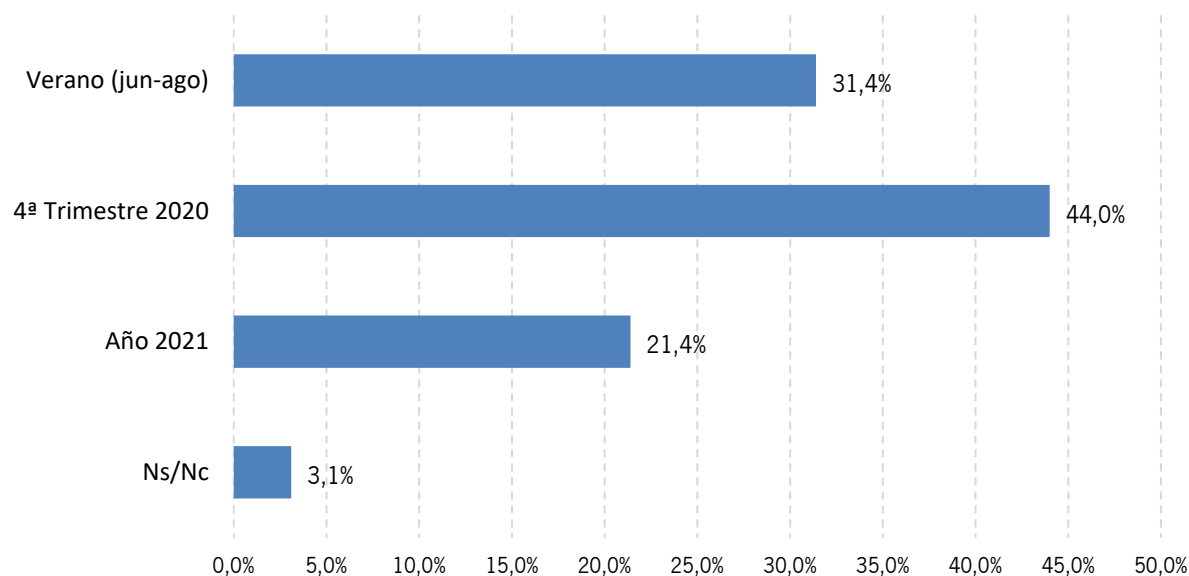
Al tratarse de un sondeo opinático, los resultados que aparecen en el informe proceden de valoraciones cualitativas de la oferta de agencias de viajes.



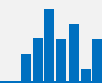
Escenario COVID_19 | Período de reactivación

Pese a la incertidumbre en la evolución de la Pandemia y asumiendo que no existirá un rebrote, según su experiencia y los datos que actualmente maneja ¿en qué período considera que se va a reactivar la demanda nacional?

A fecha 29 de abril, **no hay un período de reactivación donde coincidan la mayoría de las opiniones de los agentes**. Así, el 44% de los encuestados se inclinan por el último trimestre del año como el período para la reactivación del mercado nacional, mientras que el 31,4% señalan al verano. Lo que sí parece claro es que la mayoría piensan que se producirá en el año 2020 ya que el porcentaje más bajo opina que será en el año 2021.



Fuente: Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



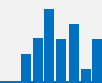
Escenario COVID_19 | Reactivación según territorio

Indique las TRES primeras Comunidades Autónomas que considere que antes van a reactivar sus viajes turísticos hacia Andalucía:

Las AAW minoristas consideran que es el propio andaluz el que va a reactivar en primer lugar los viajes dentro de la Comunidad Andaluza, seguida muy de cerca la Comunidad de Madrid. El resto presentan cuotas menos relevantes y más homogéneas, aunque cabe destacar que Cataluña, uno de los principales emisores nacionales para Andalucía, no se encuentra entre las que más van a contribuir a esta reactivación.

Ranking	Comunidad Autónoma	%
1	Andalucía	22,9%
2	Comunidad de Madrid	17,2%
3	Resto Comunidades	10,7%
4	Extremadura	8,8%
5	Comunidad Valenciana	8,0%
6	País Vasco	7,3%
7	Región de Murcia	6,9%
8	Cataluña	5,7%
9	Castilla La Mancha	4,6%
	No sabe / No contesta	8,0%
	Total	100,0%

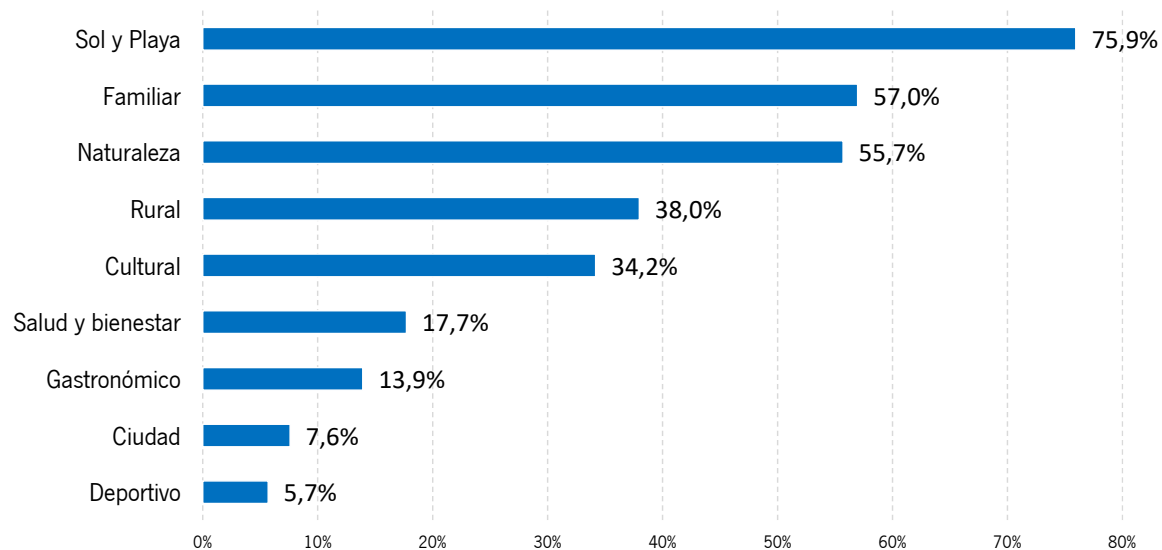
Fuente: Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



Escenario COVID_19 | Reactivación según segmentos

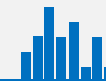
Indique las TRES segmentos/productos que considere más interesantes para la reactivación del mercado nacional*

Disfrutar del sol y playa (75,9%), realizar turismo familiar (57,0%) y de naturaleza (55,7%), son considerados por los agentes como los productos más interesantes para el impulso del mercado nacional en este período de incertidumbre.



Fuente: Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

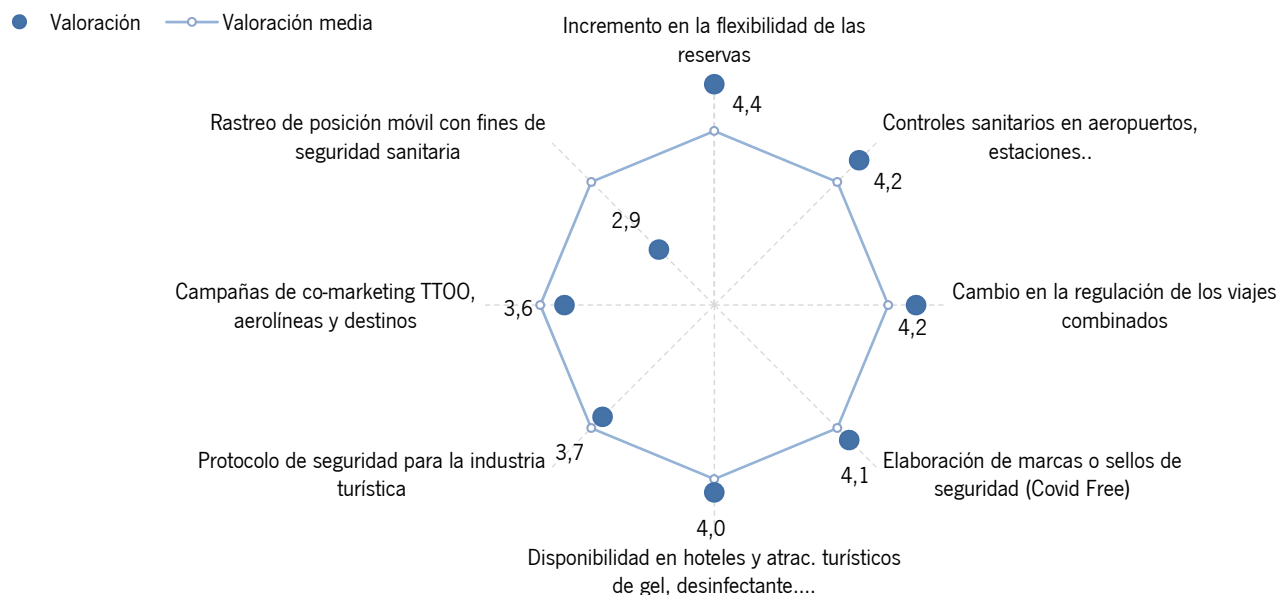
*Pregunta multirrespuesta.



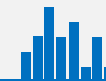
Escenario COVID_19 | Reactivación según medidas

Por último, valore de 1 a 5 algunas de las medidas recogidas por el sector para salir de la actual crisis de confianza sanitaria. (Escala: 1 Totalmente en desacuerdo, 5 Totalmente de acuerdo)

La valoración media otorgada por los agentes a la batería de medidas propuestas, revela que están de acuerdo en que servirán para salir de la crisis (3,9 puntos, escala 1 a 5). El incremento en la flexibilidad de las reservas alcanza la máxima puntuación (4,4 puntos), mientras que en el otro extremo, se sitúa el rastreo de posición móvil con fines de seguridad sanitaria, la cual, no despierta valoración ni a favor ni en contra (2,9 puntos).



Fuente: Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



Escenario COVID_19 | Otras consideraciones de interés

1. El sentimiento más extendido es su preocupación por transmitir seguridad a los clientes.

“...hay que transmitir confianza y no miedo para poder disfrutar del destino elegido porque no es solo las medidas en los lugares sino con quien estoy compartiendo dichos lugares..”

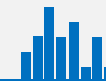
2. Demandan toda la información del destino lo más detallada posible.

“..plantillas prácticas para dar a los clientes en las agencias de viajes con toda la información necesaria en cuanto a formularios y documentos necesarios e imprescindibles para viajar..”

“.. Información de establecimientos abiertos, actividades, circuitos, de cualquier producto disponible. Las agencias necesitamos productos para vender, asimismo necesitamos saber los protocolos que han adoptado los establecimientos, circuitos, los productos que ofrecemos de seguridad ante el COVID...”

3. Alertan sobre la eficacia y eficiencia de las marcas o certificado de seguridad (Covid Free).

“...si no por la forma en que se llevaría a cabo, algo similar a la certificación de Gestión de Calidad, quizás al principio se realizaría de una manera más seria, pero con el tiempo se irían relajando las medidas y la normativa no estoy muy segura de que se lleve a cabo completamente...”



Escenario COVID_19 | Otras consideraciones de interés

Las demandas que realizan a las Administraciones Públicas son:

1. Mayor regularización de los establecimientos ilegales a fin de controlar a los clientes.

“...verdadero control de los alquileres vacacionales ilegales, desde ya se debería controlar los anuncios y seguimiento del alquiler que no pague impuestos, pues además de no controlar al cliente que llega, ni su número...”

2. Aumentar el aforo de los atractivos turísticos.

“... debería subirlo al 70% maximando la seguridad y controlando que todos respetan las normativas de seguridad (los clientes). Si no lo hacen, tendremos muy pocas plazas a ofrecer a nuestros clientes”