

NOTA DE PRENSA



Madrid, 1 de julio de 2020

Más de la mitad de los españoles ha decidido cancelar sus viajes de 2020, según el último informe de Allianz Partners

Allianz Partners analiza las tendencias de viaje de los españoles para los próximos meses del año

Con el adelanto de la apertura de las fronteras intraeuropeas el 15 de junio, un 66% de las agencias prevén la reactivación paulatina de la actividad turística a lo largo del verano (1). Sin embargo, las preferencias y demandas del viajero de hoy, distan mucho de las de apenas hace unos meses. Para adelantarse a las nuevas necesidades y saber en qué medida la COVID-19 ha impactado los planes y expectativas de los viajeros, Allianz Partners ha realizado un estudio pormenorizado que destaca los principales cambios en el perfil del viajero pos COVID-19.

Antes de la pandemia, más del 60% de los españoles que viajaba por placer, lo hacía una media de 3-4 veces al año y principalmente a destinos dentro de España o Europa. Tras la crisis, sólo un 7,8% de los encuestados han mantenido sus planes y más de la mitad han decidido cancelar su viaje. Entre quienes han mantenido sus planes de viajar, el estudio muestra que se trata principalmente de destinos dentro de España o Europa y sólo un 18,5% estaría dispuesto a hacerlo fuera de Europa. En relación a este dato, es especialmente significativo el hecho de que una mayoría de los viajeros (2) declare abiertamente que, de aquí a unos meses, no estaría dispuesto a viajar fuera de Europa hasta que no esté disponible una vacuna.

Uno de los principales temores de los viajeros, sigue siendo el miedo al incremento de los precios con motivo de la COVID-19 que convive con la creencia, por una minoría, de que la pandemia podría abaratar el coste de las vacaciones (3). Ese temor se une a la creciente preocupación por elegir un destino "COVID free" y se refleja en una mayoría de encuestados (4) que eligen el lugar en el que pasar sus vacaciones en función del sistema sanitario del país. De cerca, le siguen como prioritarios los destinos con pocos casos de COVID-19 o los destinos que se prevén menos masificados.

El estudio también hace una aproximación a los medios de transporte públicos que los viajeros estarían dispuestos a volver a utilizar en los próximos meses. El tren y el autobús, por los que optan un 49% y un 43% de los viajeros respectivamente, son los medios que suscitan mayor

confianza. Sólo un 38% piensa en volver a coger un avión y un 37%, un vehículo compartido o taxi. En último lugar, constan los cruceros que aglutinan apenas un 3,64% de los viajeros.

En cuanto a la protección de sus escapadas antes de la pandemia, entre un 37% y un 42% de los viajeros optaban por no cubrir sus viajes con un seguro. Hoy en día, ese grupo se ha reducido drásticamente hasta alcanzar entre un 7% y un 17% de los viajeros. El 93% de los encuestados quiere contar con una mayor flexibilidad y un 83% destaca el valor de la asistencia. En esta línea, casi la mitad de los viajeros estaría dispuesto a incrementar el gasto a cambio de contar con mayor flexibilidad en su viaje y, en caso de ser necesario, poder cancelarlo sin problemas. (5)

Thierry Moubax, director de Market Management de Allianz Partners España al cargo del estudio recalca: “Para el sector del turismo, este es un momento clave. Con este estudio hemos querido reflejar de manera clara y sencilla, las preferencias de los viajeros en un entorno tan incierto como el actual. Los viajeros necesitan la máxima tranquilidad para poder disfrutar de sus vacaciones desde el momento en que las contratan hasta el momento en el que vuelven de viaje. Por eso, estamos adaptando nuestras coberturas en viaje para que respondan a las últimas necesidades de nuestros clientes”

- (1) Según la publicación especializada en el sector Agenttravel <https://www.agenttravel.es/noticia-038377-La-actividad-turistica-se-reactivara-a-lo-largo-del-verano-segun-el-66-de-las-agencias.html>
- (2) Cerca de un 65% no viajaría fuera de Europa hasta que no haya una vacuna.
- (3) El 60% de los encuestados creen que se encarecerá el precio de sus vacaciones y sólo un 32% creen que, al contrario, los precios bajarán. Muy pocos piensan que la pandemia apenas ha tenido ni tendrá repercusión en el sector.
- (4) Un 54% de los encuestados, opta por un destino de vacaciones que cuente con un buen sistema sanitario.
- (5) Un 49,6% de los viajeros estarían dispuestos a pagar entre un 5-10% más por tener flexibilidad para cancelar y el 42,39% lo harían por contar con más coberturas sanitarias.

Sobre Allianz Partners

Allianz Partners es una empresa líder en asistencia y seguros de viaje que opera en los ecosistemas de movilidad personal, hogar, salud y viaje. Sus soluciones combinan la última tecnología con la excelencia en su servicio al cliente y están disponibles tanto para ‘partners’ (B2B) como para clientes finales (B2C) a través de sus canales directos y digitales, bajo su marca comercial Allianz Assistance.

Su presencia internacional con más de 19.000 trabajadores en 78 países, junto a su extensa red de profesionales, ‘facilita la vida’ a millones de clientes cada año, en todo el mundo.

Para más información, por favor visita: www.allianz-partners.es

Contactos de prensa Allianz Partners España

Beatriz Toribio +34 639 26 92 53 beatriz.toribio@allianz.com

Irene Gallego +34 650 41 02 08 irene.gallego@allianz.com

Redes Sociales



Síguenos en Facebook [@AllianzAssistanceES](https://www.facebook.com/AllianzAssistanceES)



Síguenos en Twitter [@allianzassistES](https://twitter.com/allianzassistES)



Síguenos en LinkedIn [Allianz Partners España](https://www.linkedin.com/company/AllianzPartnersEspana)



Síguenos en Youtube [Allianz Partners España](https://www.youtube.com/AllianzPartnersEspana)



Síguenos en Instagram [@allianzassistes](https://www.instagram.com/allianzassistes)