

sóloagentes

EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES

Guía para entender la venta de viajes en 2022



Análisis realizado en colaboración con:

ceav
Confederación Española
de Agencias de Viajes

Información extraída del análisis efectuado por

BRAINTRUST
del baremo turístico publicado el 09/06/22

“Queda clara la necesidad de las agencias de viajes, para el viajero español”

“Queda clara la necesidad de las agencias de viajes para el viajero español, tal y como hemos venido justificando y defendiendo en los últimos años, en medio de la pandemia.

Ya sea en el canal off line o en el canal on line, las agencias aportan un valor insustituible, asesorando a los viajeros en sus necesidades de viajes, especialmente en un entorno VUCA, de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad con el que transitamos en esta época, donde previsiblemente dejamos atrás la pandemia pero podemos enfrentarnos a otros acontecimientos inesperados.

Desde CEAV seguimos aportando soluciones y ampliando la oportunidad de la creación y mantenimiento de las agencias en España, cuyo dominio en la venta de paquetes turísticos es abrumador”.



Carlos Garrido – Presidente de **CEAV**



¿Qué porcentaje de clientes, **prefiere comprar** en 2022, sus vacaciones **en una agencia de viajes?**



clientes con **más** de 45 años

67,9%

clientes con **menos** de 45 años

40,0%



¿Qué porcentaje de clientes, **prefiere comprar** en 2022, sus vacaciones **en una OTA?**



Clientes con **más** de 45 años **32,1%**

Clientes con **menos** de 45 años **60,0%**



¿Qué **porcentaje de gasto** realizan los clientes en las **agencias de viajes**?



Clientes **Baby Boomers** y **X**:

71,2%

Clientes **Millenial** y **Z**:

53,8%



¿Qué **porcentaje de gasto** realizan los clientes en las **OTA's**?



Clientes **Baby Boomers y X:**

28,8%

Clientes **Millenial y Z:**

46,2%



¿Qué **importe medio gastan** los clientes, en la compra de un **paquete vacacional**?

En agencias de viajes presenciales **496 €**

En OTA's **339 €**



¿Donde compran los paquetes turísticos los clientes, para viajar por España?

En agencias de viajes presenciales	49,8%
En OTA's	50,2%



¿**Donde** compran **los paquetes turísticos** los clientes, para viajes internacionales?

En agencias de viajes presenciales	65,7%
En OTA's	34,3%



¿Qué **Comunidades Autónomas,**
compran más paquetes
vacacionales, en agencias de viajes?

Extremadura	82,9%	Andalucía	68,6%
Castilla y León	73,2%	Madrid	63,8%
Galicia	72,9%		



¿Qué **Comunidades Autónomas**,
compran menos paquetes
vacacionales, en agencias de viajes?

Cataluña	29,1%	Baleares	49,5%
La Rioja	39,4%	País Vasco	50,4%
Navarra	42,0%		

Ángel García Butragueño

Co-Director del **Barómetro Turístico**
y Director de Turismo en **BRAINTRUST**

Como venimos anticipando en nuestro Barómetro Turístico desde hace ya algunos años, las agencias de viajes son un canal de mucho valor en la industria turística, y dominan por goleada en la venta de paquetes turísticos. Sin embargo los tipos de agencia utilizados van variando mucho en el tiempo, con criterios que conviene observar y donde las empresas de intermediación deben valorar sus canales de atención si quieren seguir manteniéndose vivas en el futuro. No cabe duda de que es muy importante en estos tiempos definir la estrategia de optimización del mix de canales con criterios rigurosos y datos numéricos que avalen las decisiones. En ese sentido desde BRAINTRUST estamos ayudando a toda la intermediación, tanto a Grupos Verticales como a Grupos de Gestión y Asociaciones de Agencias de Viajes, a elaborar planes óptimos de distribución según los segmentos a los que se dirigen y el tipo de viajes que comercializan. El futuro demostrará que la intermediación posee un valor fundamental e incalculable en la venta de viajes combinados, aunque los formatos y canales puedan cambiar de forma definitiva para siempre. La realidad es que hoy el viajero puede utilizar muchos canales a la vez de forma simultánea, practicando la omnicanalidad como así lo demuestran nuestros análisis.



*sólo*agentes

e-Magazine para Agentes de Viajes



PARA CLÁSICOS PROFESIONALES DEL SIGLO XXI
