

# IIAVE 2018

Informe de Innovación de las Agencias de Viaje en España

Presentación de Resultados

**aMaDEUS**

**BRAINTRUST**

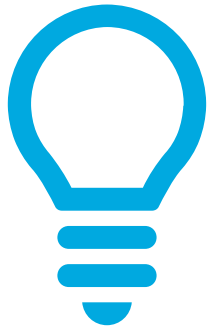


**SEGITTUR**

Sociedad Mercantil Estatal para la  
Gestión de la Innovación y las Tecnologías  
Turísticas, S.A.

IIAVE: Analizando la innovación en las agencias desde 2016

# Objetivo



**Tomar el pulso al nivel de innovación de las Agencias de Viaje en España, en un mercado en continuo cambio, con el fin de identificar las oportunidades existentes de cara a la mejora del sector en su conjunto.**

# Metodología



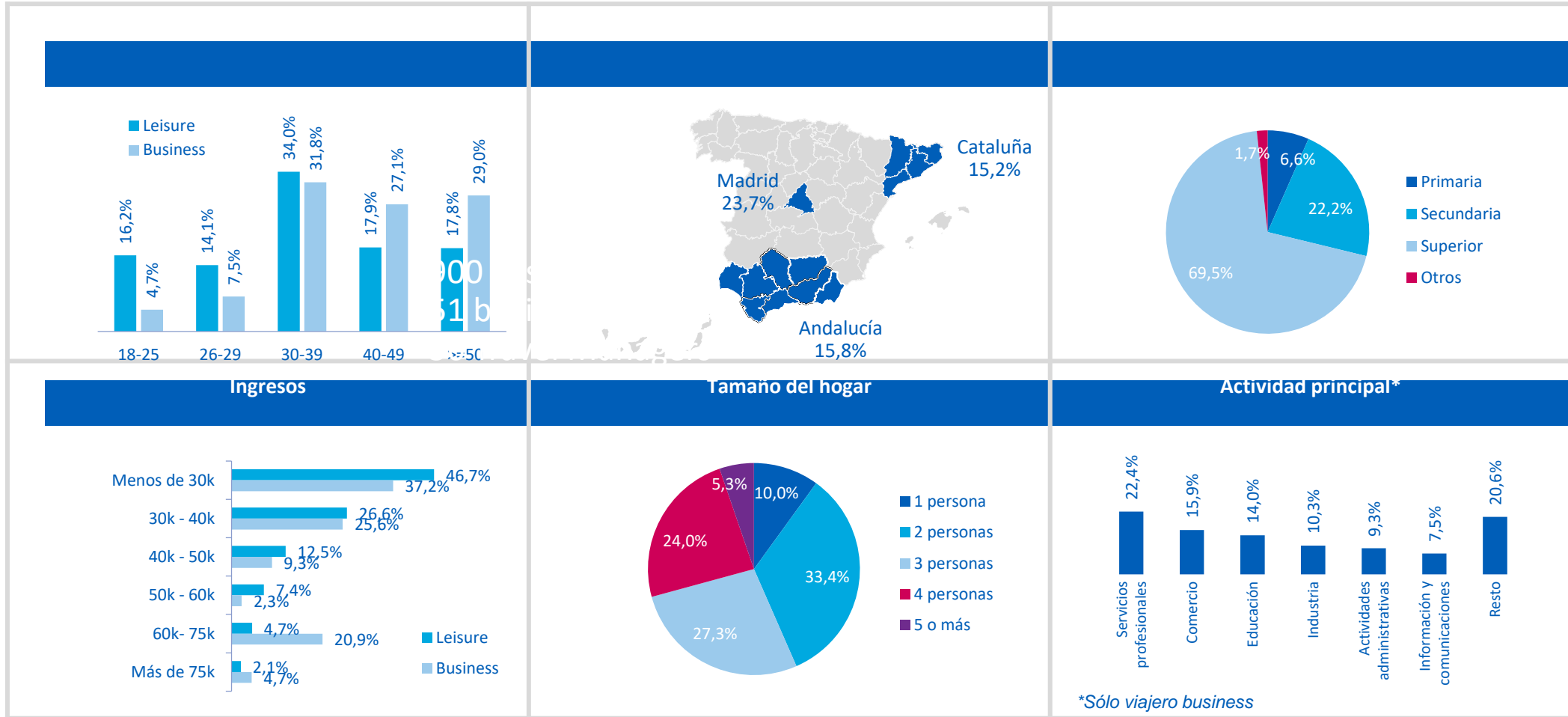
Fuentes Oficiales

Fuentes Propias

# Distribución de la muestra de viajeros

**Viajeros**

900 leisure  
51 business  
56 Travel Managers

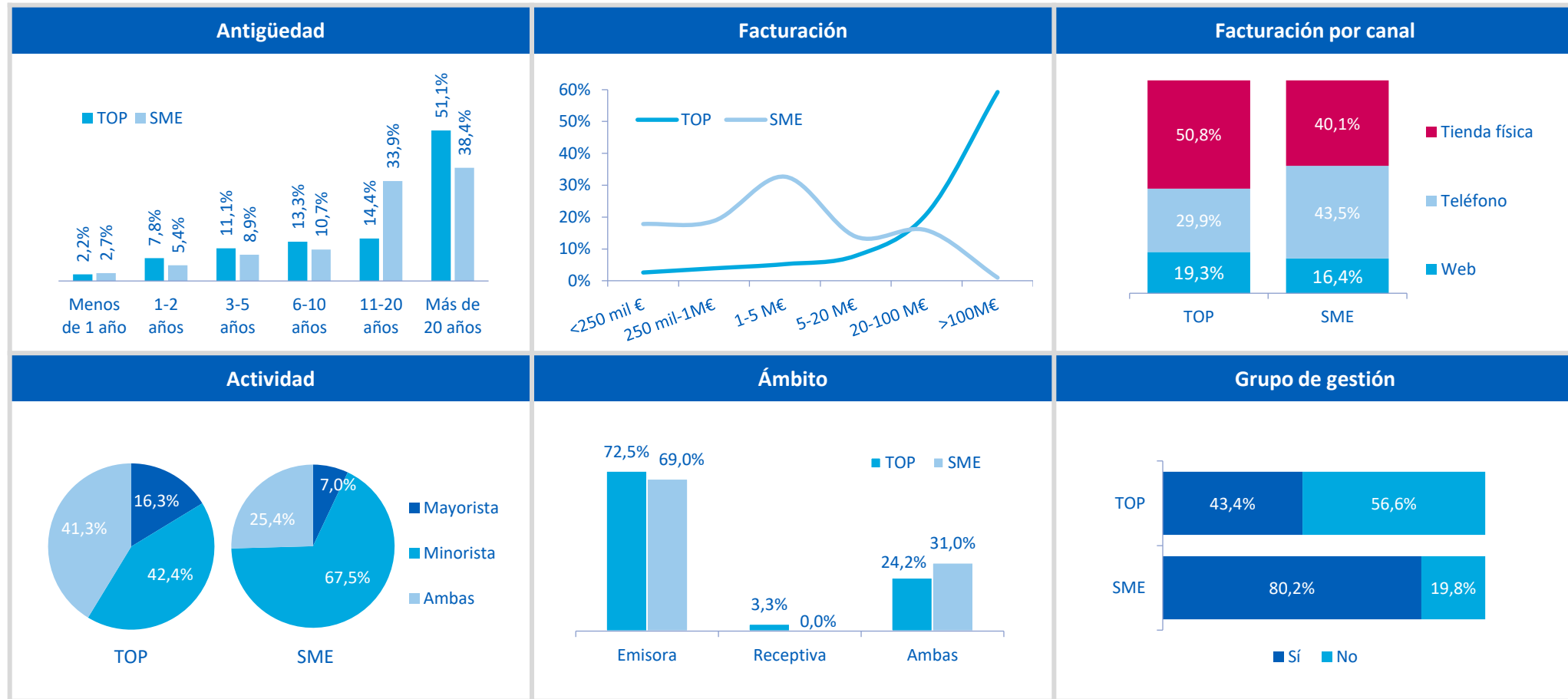


# Distribución de la muestra de agencias



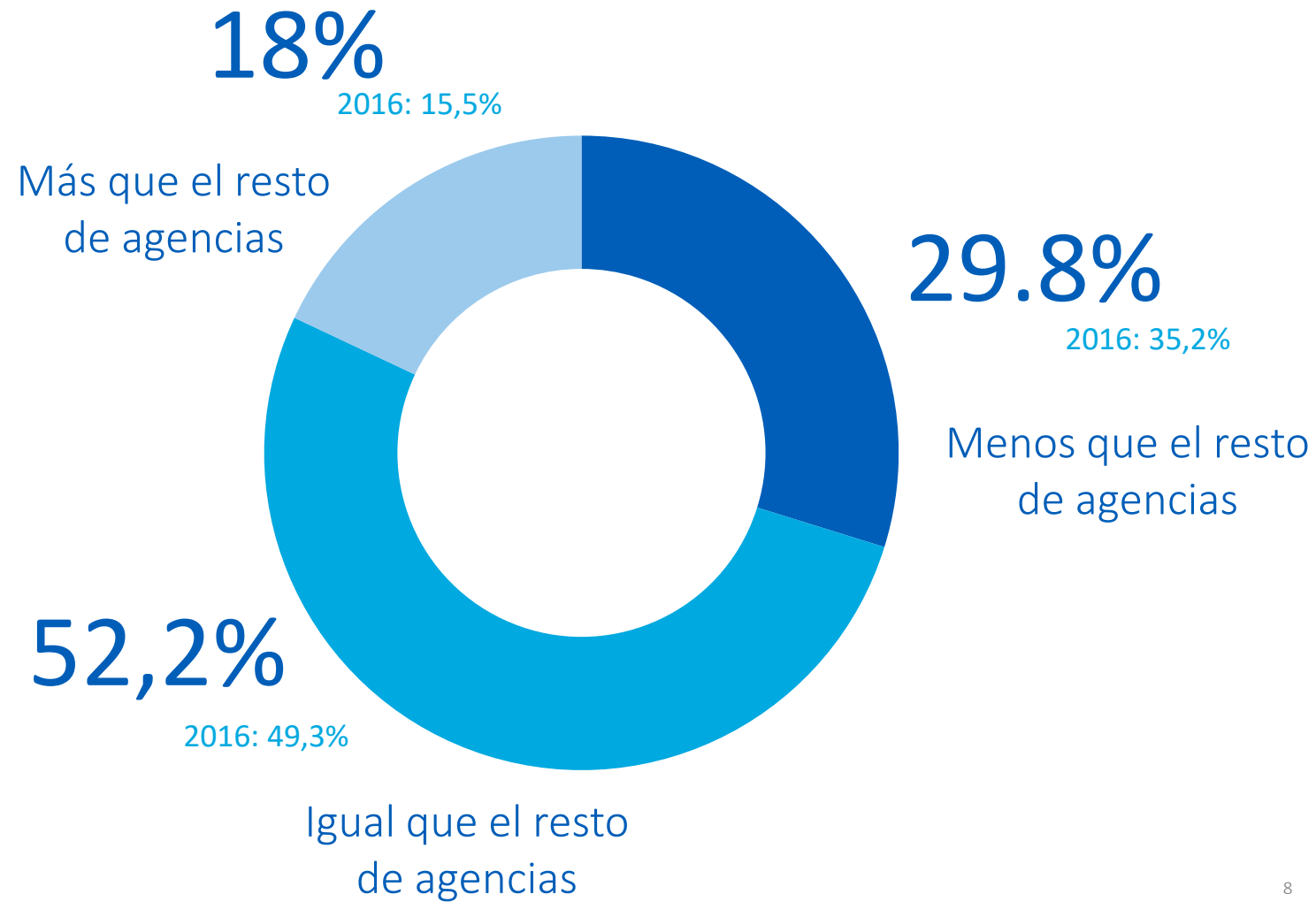
## Agencias

114 entrevistas SME  
92 entrevistas TOP



¿Cómo y por qué innovan las agencias de viaje?

# Las agencias piensan que invierten...

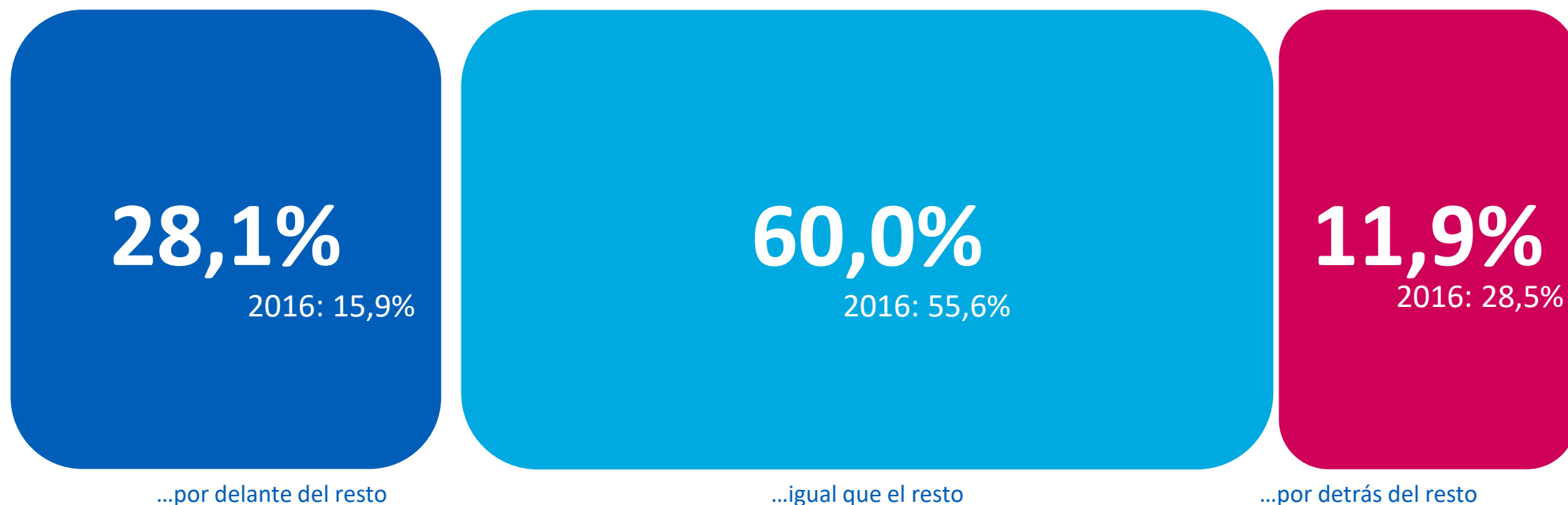




# Percepción del nivel de inversión de las agencias con respecto al sector



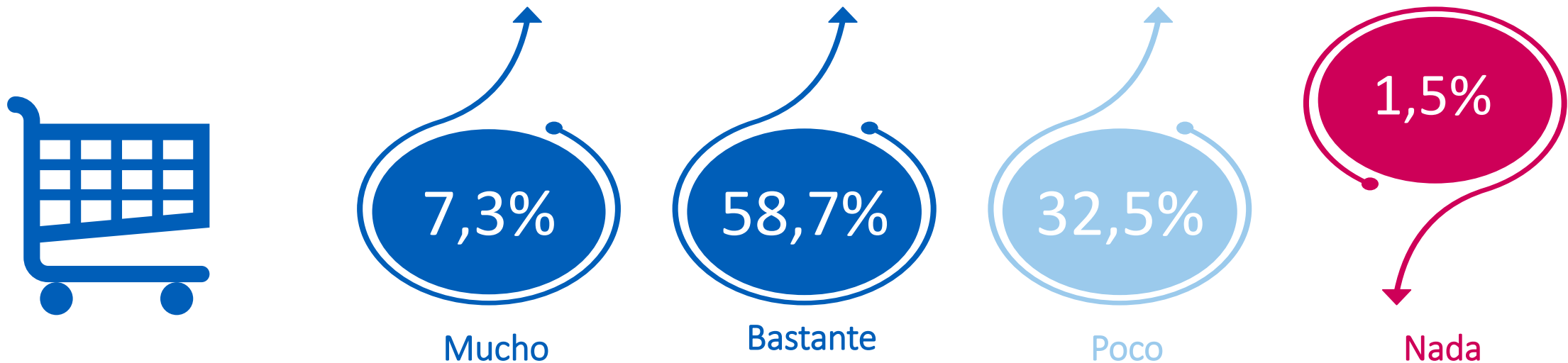
Casi un 30% se ve por delante del resto de agentes del sector.



# Las agencias creen que se adaptan a las necesidades de los viajeros

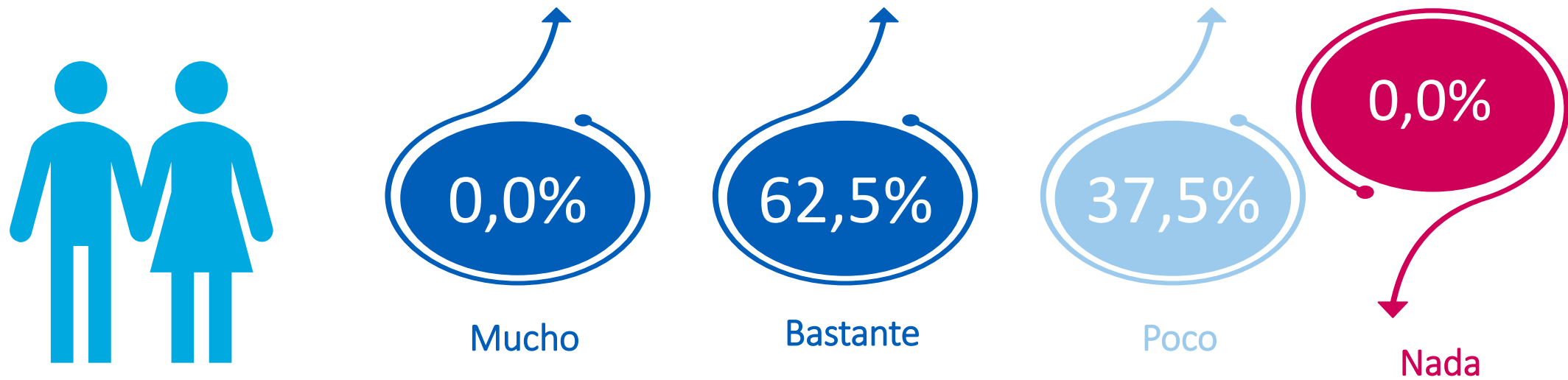


3 de cada 4 agencias consideran que las innovaciones que están llevando a cabo actualmente encajan con las necesidades que demandan los clientes.



**¿Se adaptan las innovaciones de la agencia a las necesidades del viajero?**

# Visión de los viajeros del nivel de adaptación a las necesidades del mercado

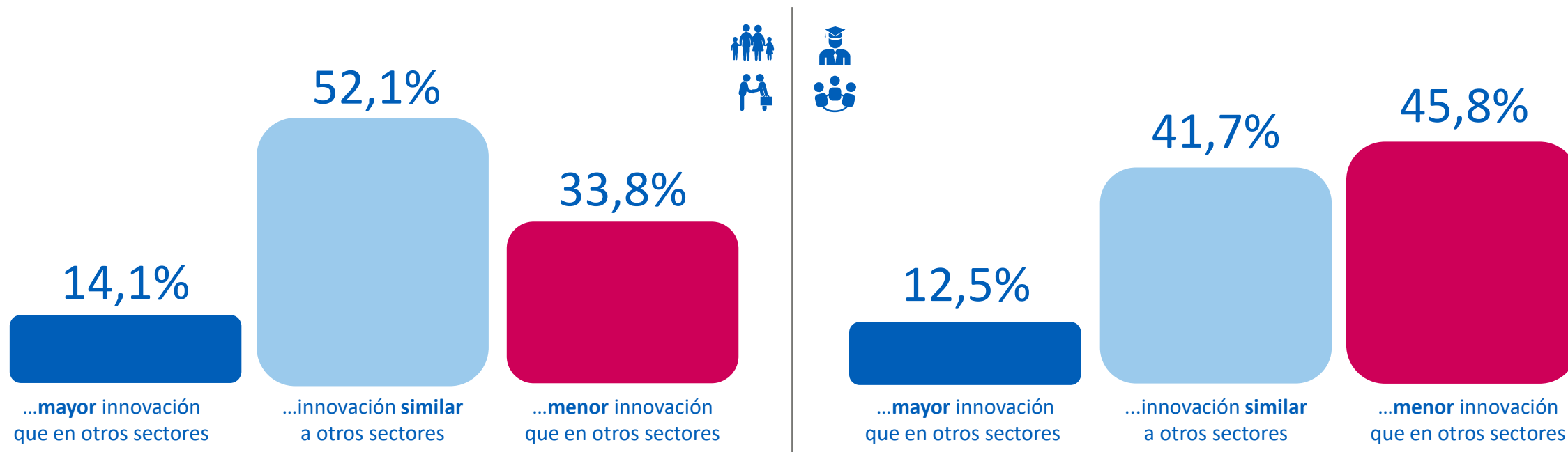


¿Se adaptan las innovaciones de la agencia a las necesidades del viajero?

# Percepción del nivel de inversión de las agencias frente al sector



 El 30% de las agencias se ven por delante del resto de agentes del sector

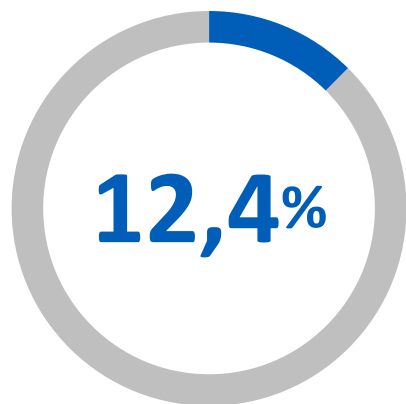


¿Y el mercado cómo percibe la inversión en innovación de las agencias?

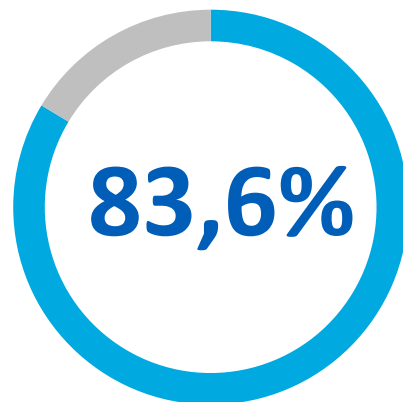
P2. Si lo comparamos con otros sectores, ¿cómo percibes la inversión en innovación de las agencias de viajes en España?

# Evolución prevista de la inversión en innovación

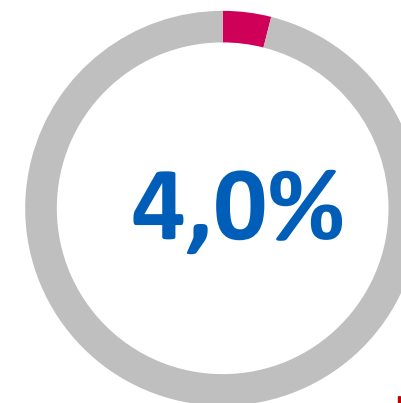
Crecimiento previsto en cuanto a inversión de cara al 2019



Invertiré **más**  
en 2019



Invertiré **igual**  
en 2019



Invertiré **menos**  
en 2019




Evolución prevista de la inversión en innovación

¿En qué aspectos creen las agencias que es necesario invertir más

 51,9% atraer nuevos clientes

 41,3% gestión de presupuestos y reservas

 40,3% acceso a información de proveedores y destinos

 35% comunicación con los clientes

# Innovaciones más relevantes llevadas a cabo por agencias



*“Apps intuitivas de gestión de reservas y apps específicas para viajes de incentivos”*

*“Acceso a las reservas de todos los operadores en internet por sus distintas páginas, el problema es no poder tener todos los accesos a esas páginas en un solo operador”*

*“Unificación de procesos internos para un funcionamiento más eficaz. Mejora de la web”*

*“Optimización de trayectos multidestino, o la capacidad de sugerir al usuario destinos a añadir que le abaraten su viaje”*

*“Simplificar más las búsquedas de ofertas, los clientes en 3 pasos consiguen con mayor rapidez la búsqueda deseada y nosotros como profesionales no”*

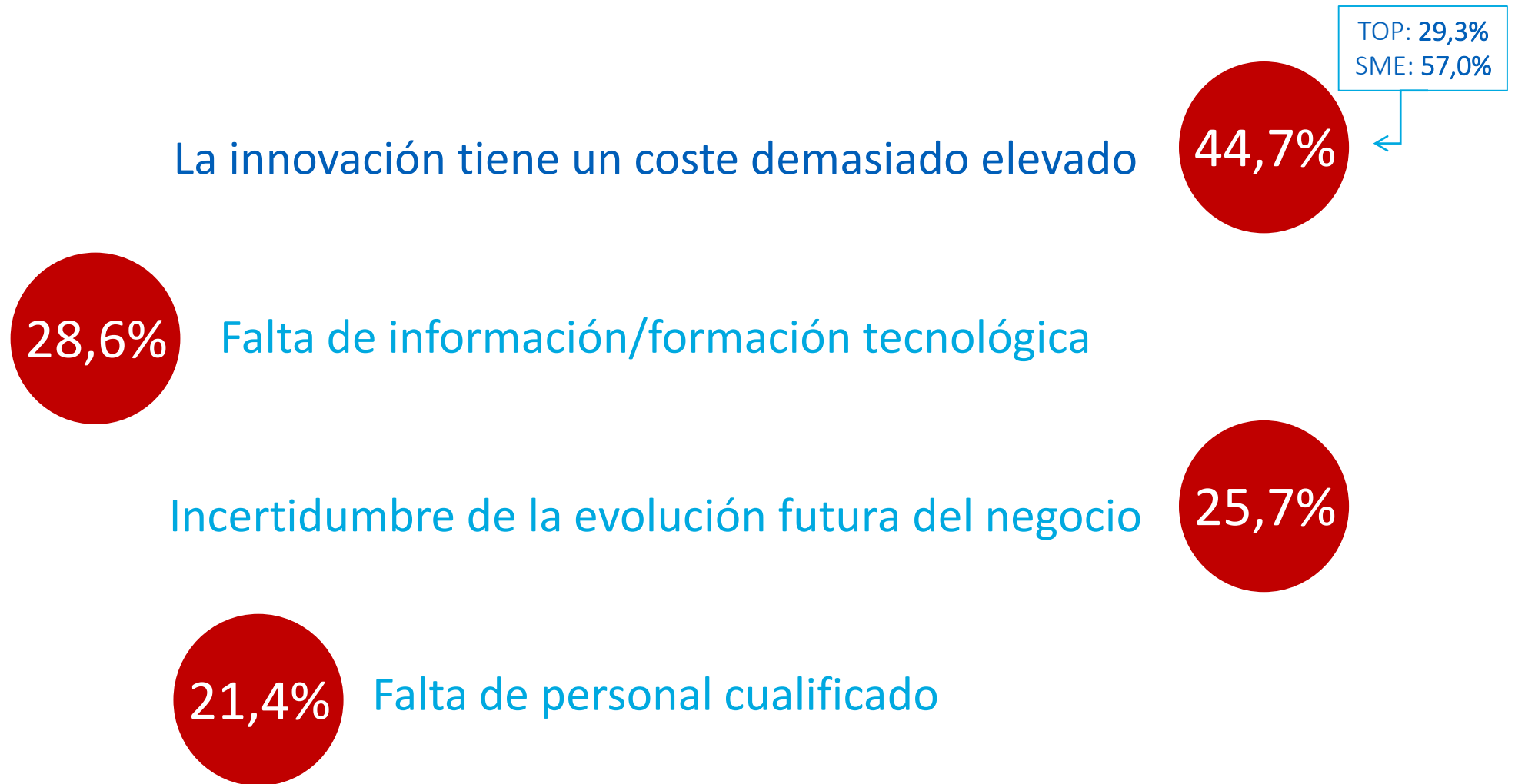
*“Un buen departamento de comunicación es fundamental a la hora de vender un proyecto y por supuesto acompañado de los profesionales que gestionan ese proyecto o viaje”*

*“Automatismo de procesos y auto herramientas de reserva para nuestros clientes”*

*“El uso de big data para ofrecer ofertas más personalizadas”*

P1.7 De todas las innovaciones que se desarrollaron en el último año (por su empresa o por cualquier otra del sector), ¿cuál identificaría como la más importante para el sector?

# Aún existen algunos frenos a la innovación

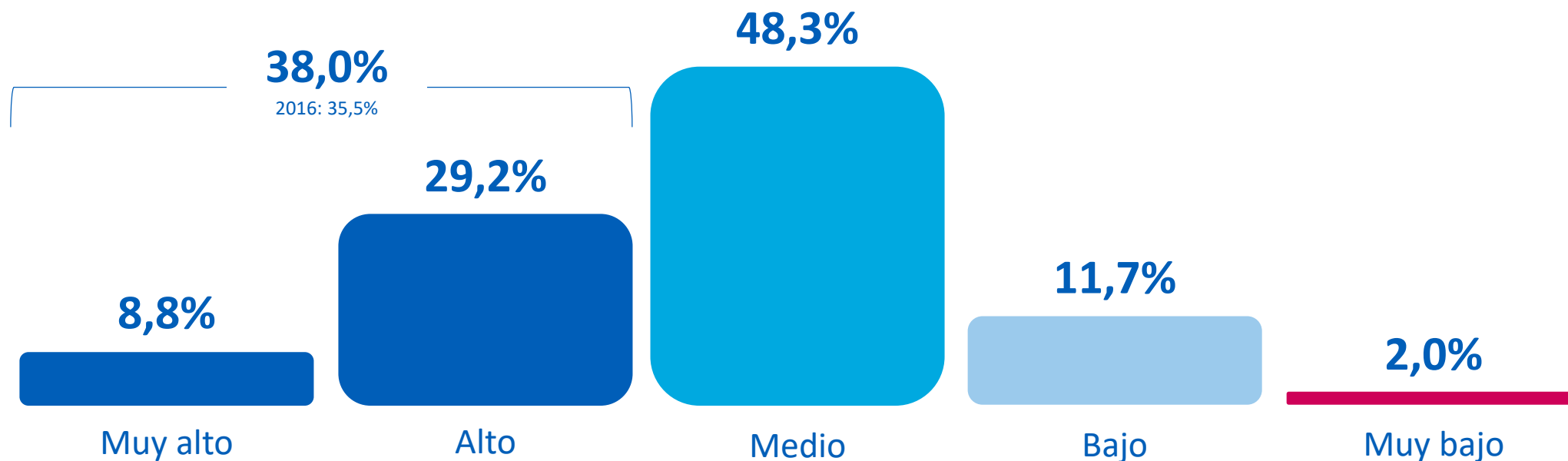




# La innovación tiene un impacto directo en el negocio



La percepción del impacto en el negocio aumenta respecto a 2016.

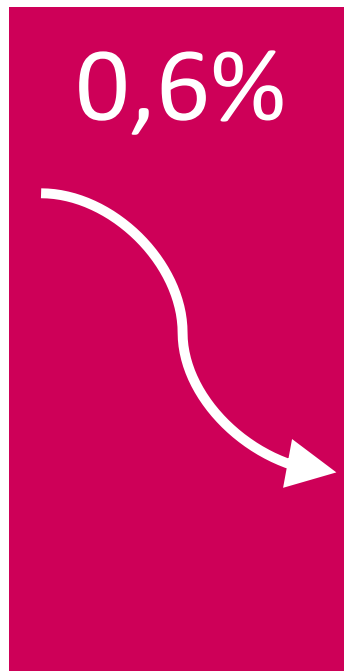


Impacto percibido de la innovación en términos de negocio

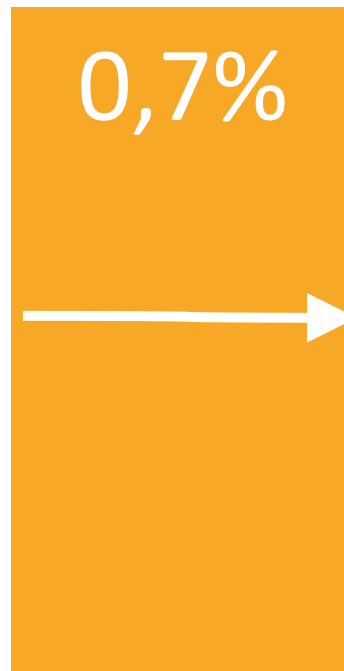
# Las empresas con mayor crecimiento en volumen de negocio son las que más innovan



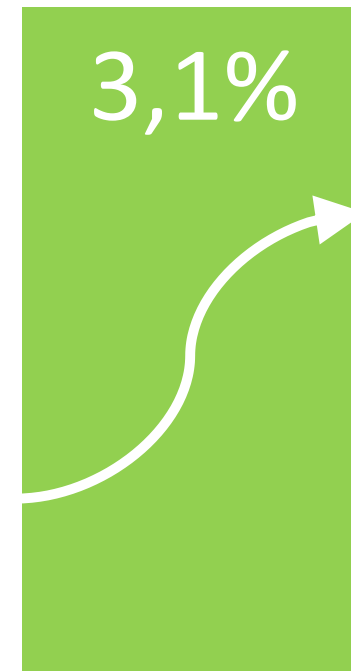
% de inversión en innovación respecto al crecimiento en el último año



Agencias con **volumen de negocio decreciente**

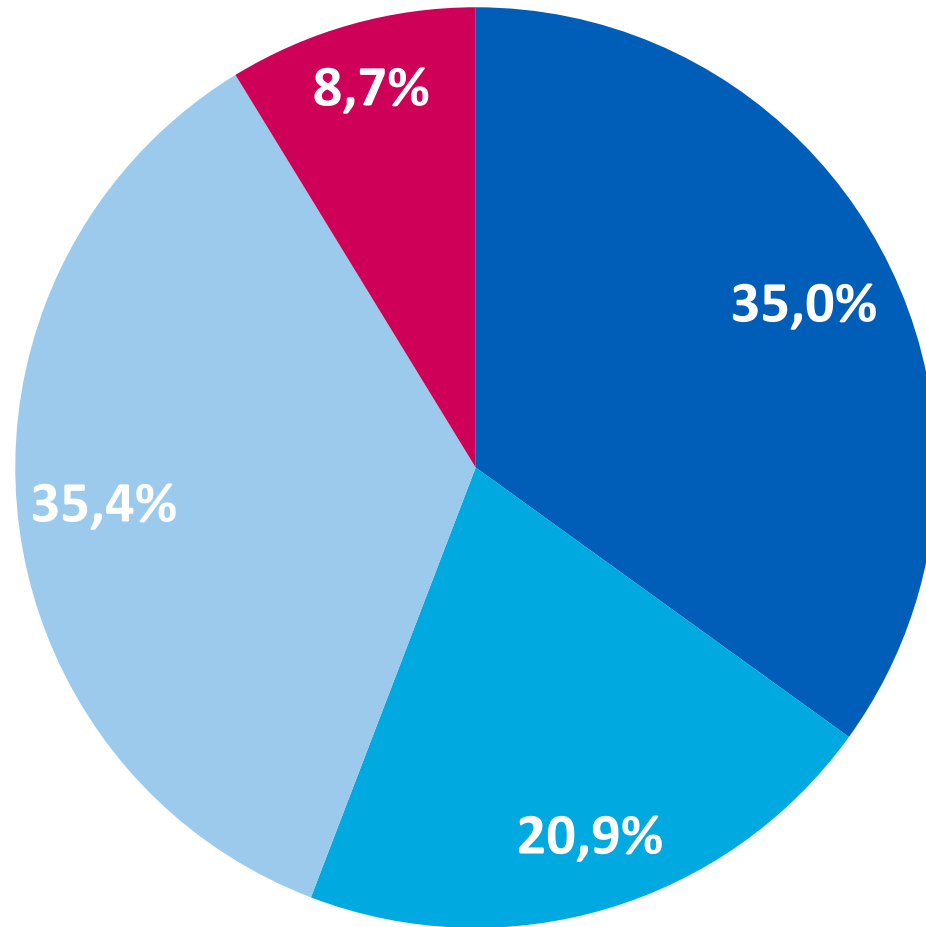


Agencias con **volumen de negocio estable**



Agencias con **volumen de negocio creciente**

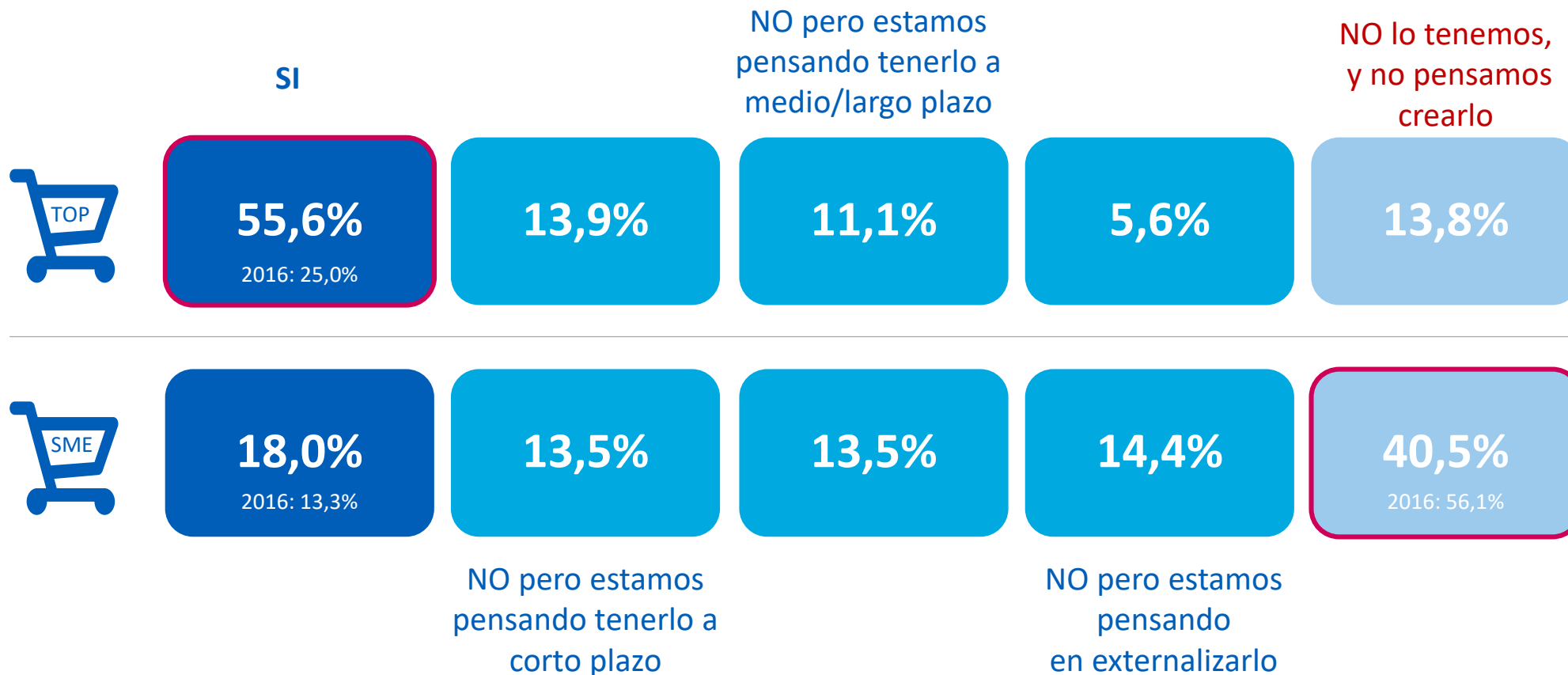
# ¿Cómo y quién desarrolla las innovaciones en las agencias?



- Mi empresa
- Mi empresa adaptando innovaciones de otras empresas
- Mi empresa junto con otras empresas o instituciones
- Otras empresas o instituciones

P1.5 ¿Me podría indicar quién ha desarrollado las innovaciones de su agencia?

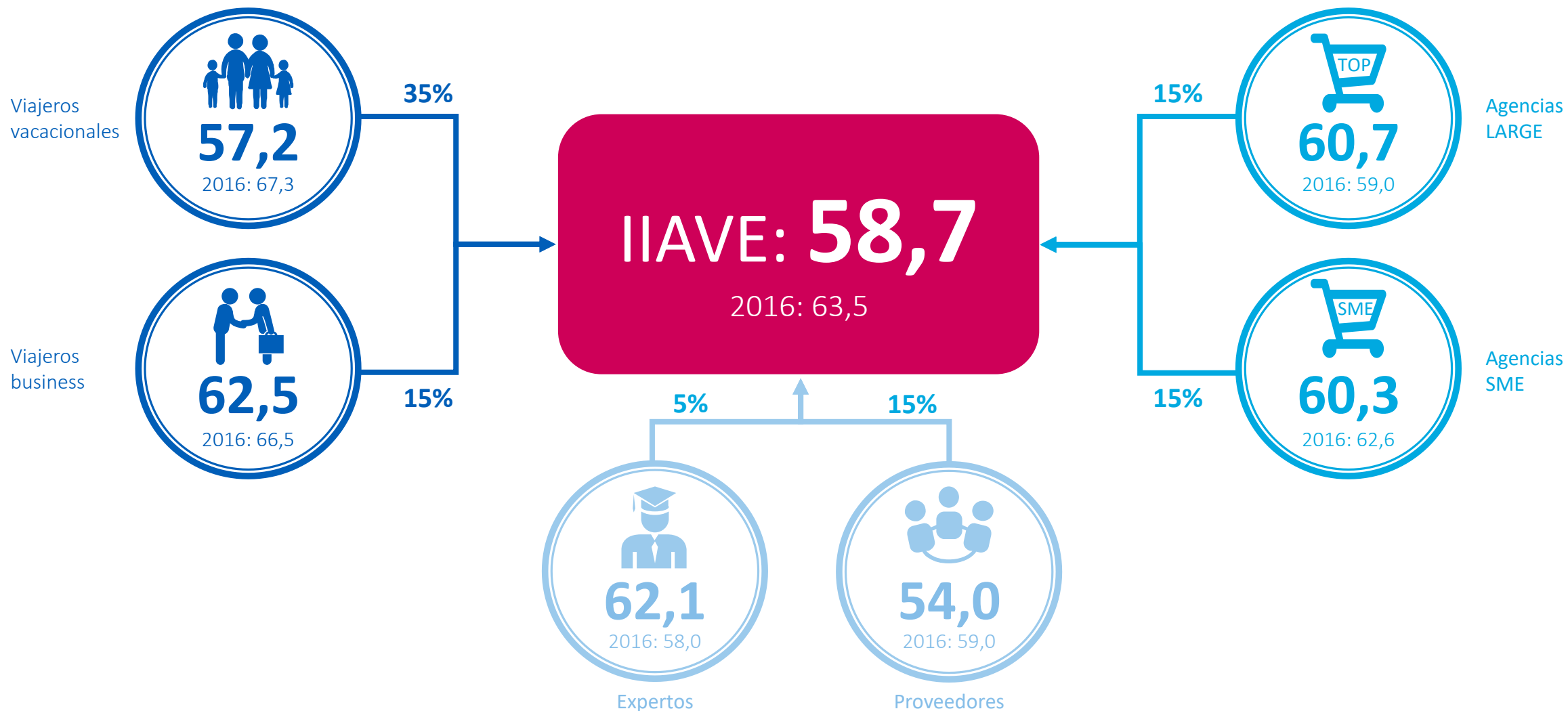
# Aumenta el número de departamentos de innovación



# El sentimiento del mercado: IIAVE



# Índice de innovación en las agencias de viajes



P1. En primer lugar, ¿cómo valorarías en una escala del 0 al 10 el nivel de innovación de las agencias de viajes en España?  
Recuerde que 0 significaría "nada innovadoras" y 10 "totalmente innovadoras"

# Las agencias son los 5º en innovación según el mercado

Comparativa con otros players turísticos: visión agregada

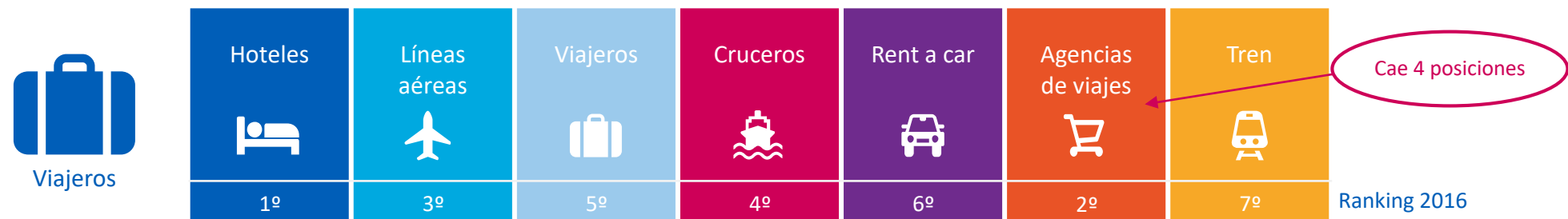


P3. De entre los siguientes actores pertenecientes al sector turístico, ¿podrías ordenar de mayor a menor los que según tú sean más innovadores?

# Viajeros y agencias tienen una visión diferente

Comparativa con otros players turísticos: visión agregada

## Nivel de innovación de los distintos players para los ...



P3. De entre los siguientes actores pertenecientes al sector turístico, ¿podrías ordenar de mayor a menor los que según tú sean más innovadores?



# Comparativa con otros players turísticos por perfil

Los hoteles son el player más innovador del sector turístico para los viajeros, mientras que para las agencias y expertos lo son las líneas aéreas

Nivel de innovación de los distintos players para los ...



P3. De entre los siguientes actores pertenecientes al sector turístico, ¿podrías ordenar de mayor a menor los que según tú sean más innovadores?

# Lo que demandan los viajeros en innovación



Aspectos en los que es necesario invertir más: innovación más importante

*“Desarrollos de actualización de productos y procesos de verificación y control”*

*“Digitalizar su negocio. Desde el punto de vista viajero - ofrecer una experiencia de consumo aplicada a los viajes; desde el punto de vista de la empresa, integrar procesos para generar eficiencia administrativa”*

*“Conocer mucho más a su cliente y ser activos a la hora de ofrecerle productos adaptados a sus gustos y necesidades”*

*“Invertir en herramientas de autorreservas, CRM, backoffice y plataformas de venta de experiencias y actividades turísticas”*

*“En un sector tan competitivo como la AAVV dominado por los grandes grupos empresariales creo que la mayor innovación podría ser la especialización en nichos muy específicos de Mercado, ofreciendo un producto basado en la creatividad y flexible”*

*“Análisis y gestión del Big Data de sus clientes para ir por delante de las expectativas del cliente y maximizar su satisfacción”*

*“Aportación de valor directa por tener un cliente presencial”*

*“Venta cruzada y segmentación”*

# IIAVE: Resumen en cifras

# La innovación es relevante para el negocio de las agencias



**38,0%**

(Muy alto + Alto)

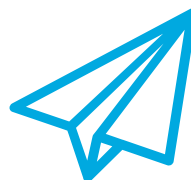


Las agencias perciben que **la innovación tiene un impacto alto** en términos de negocio, confirmándose que las que **mayor crecimiento** han experimentado en 2018 **han sido las que más han invertido en innovación.**

**28,1%**

(Por delante del resto)

**Las empresas se ven por delante del resto** de agentes de su sector en materia de innovación.



**66,0%**

(Mucho + Bastante)



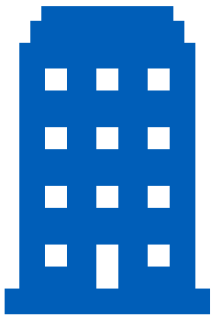
**3 de cada 4 agencias** consideran que **las innovaciones que están llevando a cabo** actualmente **encajan con las necesidades** que demandan **los clientes.**

# Se realiza internamente con ayuda de colaboradores



**35,0%**

(Mi empresa)



**1 de cada 3 agencias desarrollan la innovación internamente**, por lo que se observa **un peso importante de colaboración** en la innovación.

**Crecimiento significativo de las empresas que tienen un departamento de innovación**, lo que refleja la mayor consideración de la innovación como elemento clave.

**55,6%**

TOP

**18,0%**

SME



## Más inversión para atraer más clientes

12,4%

Si bien el 84% de las agencias creen que seguirán invirtiendo lo mismo en 2019, el 12,4% declara que **invertirá más en innovación.**



51,9%

**La forma de atraer nuevos clientes** es el principal aspecto en el que las agencias consideran se debe invertir más.



44,7%

**El coste es el principal freno para las agencias a la hora de innovar.**

