

Eventos y seguro de cancelación de entradas

Encuesta sobre los hábitos de la población
en el sector y el seguro de anulación

Allianz  **Partners**



Objetivo de la encuesta

Entender las características de los españoles en relación a sus preferencias en la tipología de eventos. El conocimiento por parte de la población española del seguro de cancelación de entradas y su predisposición a comprar tanto para un evento puntual, como para una serie de eventos a lo largo de un periodo de tiempo (Abono de temporada).

Target de la encuesta:

- Asistentes a eventos que en el año 2019 han ido al menos a un evento cada 2 a 3 meses.
- Mayores de 18 años.

Se descartan del estudio aquellos que acudían en el año 2019:

- Una vez cada 4 a 6 meses.
- Una o dos veces al año.
- Menos de una vez al año.

Contenidos

01 Pre-pandemia

02 2021

03 Medidas anti-Covid

04 Seguro anulación de entradas

01

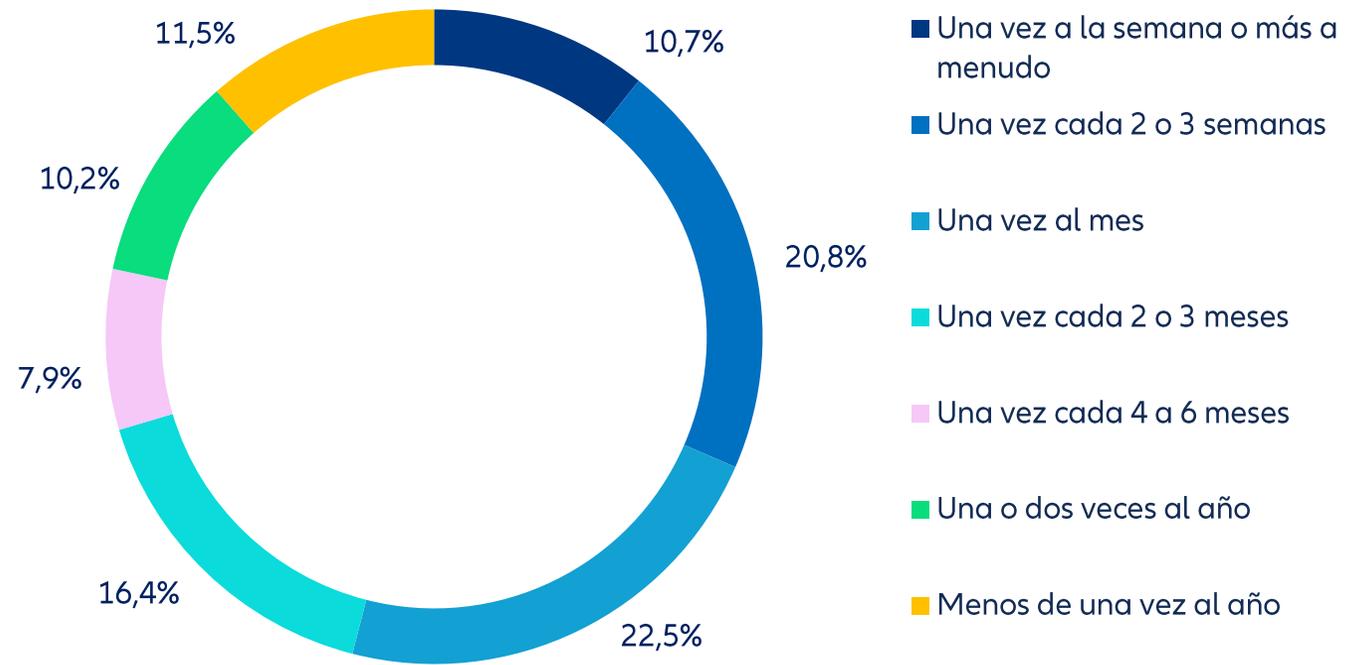
Pre-pandemia





Perfil de la encuesta

Antes de la pandemia, ¿con qué frecuencia acudías a eventos, con venta de entrada anticipada, tipo conciertos, festivales de música, teatros, museos, eventos deportivos...?





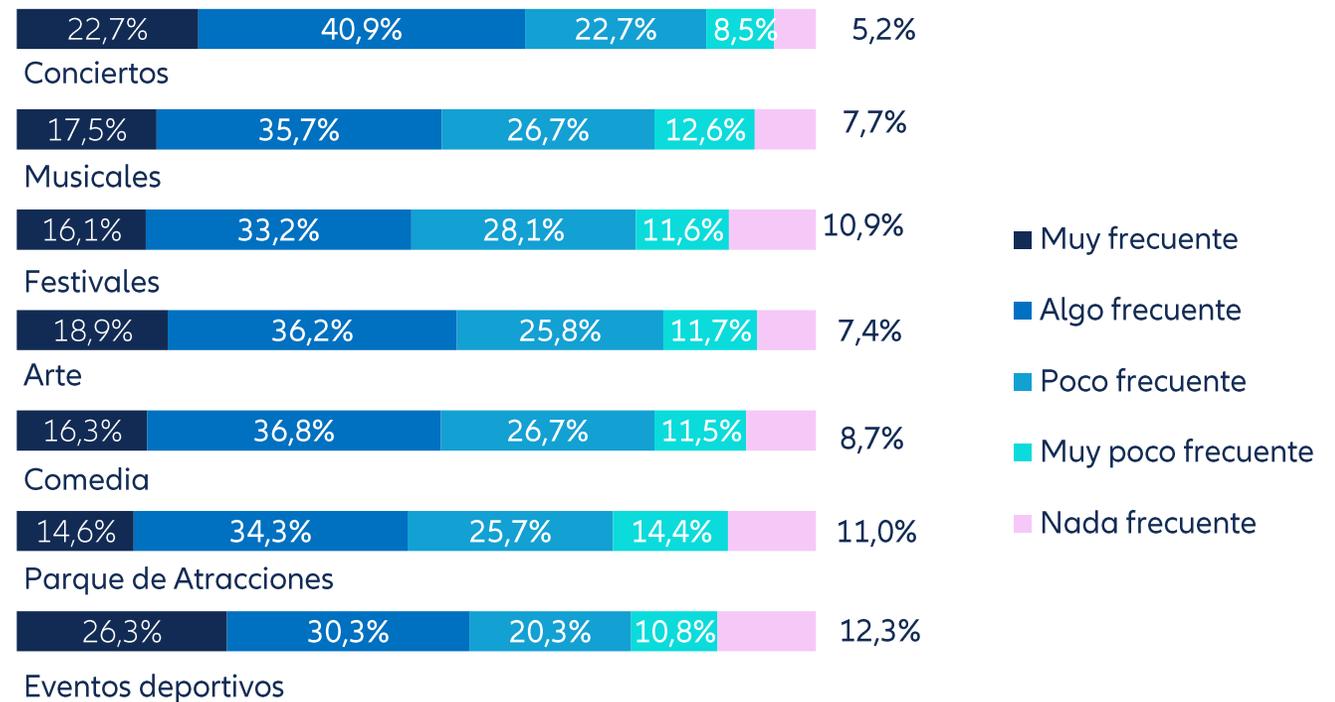
Tipología de eventos

¿A qué tipo de eventos solías acudir y con qué frecuencia?

Las categorías de eventos deportivos (**26%**) y conciertos (**23%**) son las que más frecuencia suponen entre los encuestados.

Así mismo, la categoría de eventos deportivos también es la que la mayoría selecciona como nada frecuente (**12%**).

Los museos y las exposiciones de arte son otra de las categorías que suscitan muchas visitas por parte de los encuestados (**17%**).

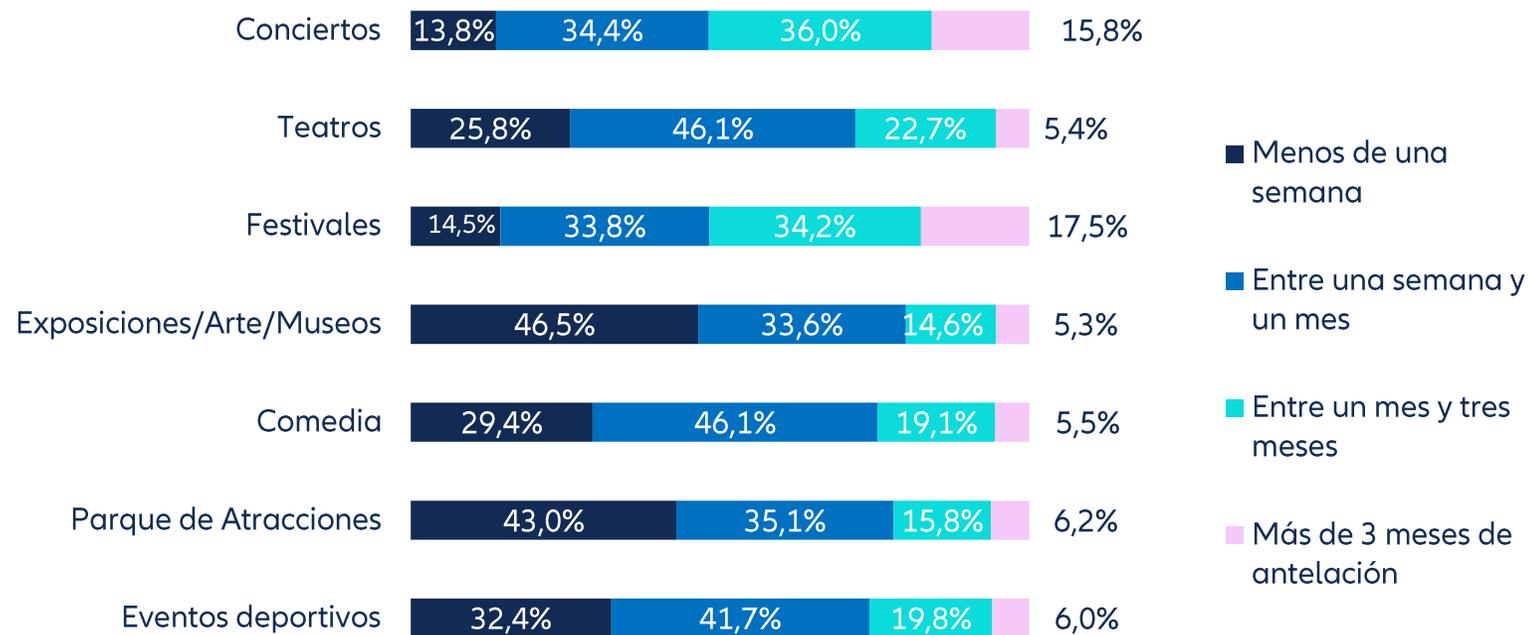




Anticipación en la compra de entradas

Los conciertos y festivales son las categorías donde más antelación compran sus entradas: **17%** y **16%** respectivamente compran sus entradas con más de 3 meses de antelación. Y un **36%** y **34%**, con más de un mes de antelación.

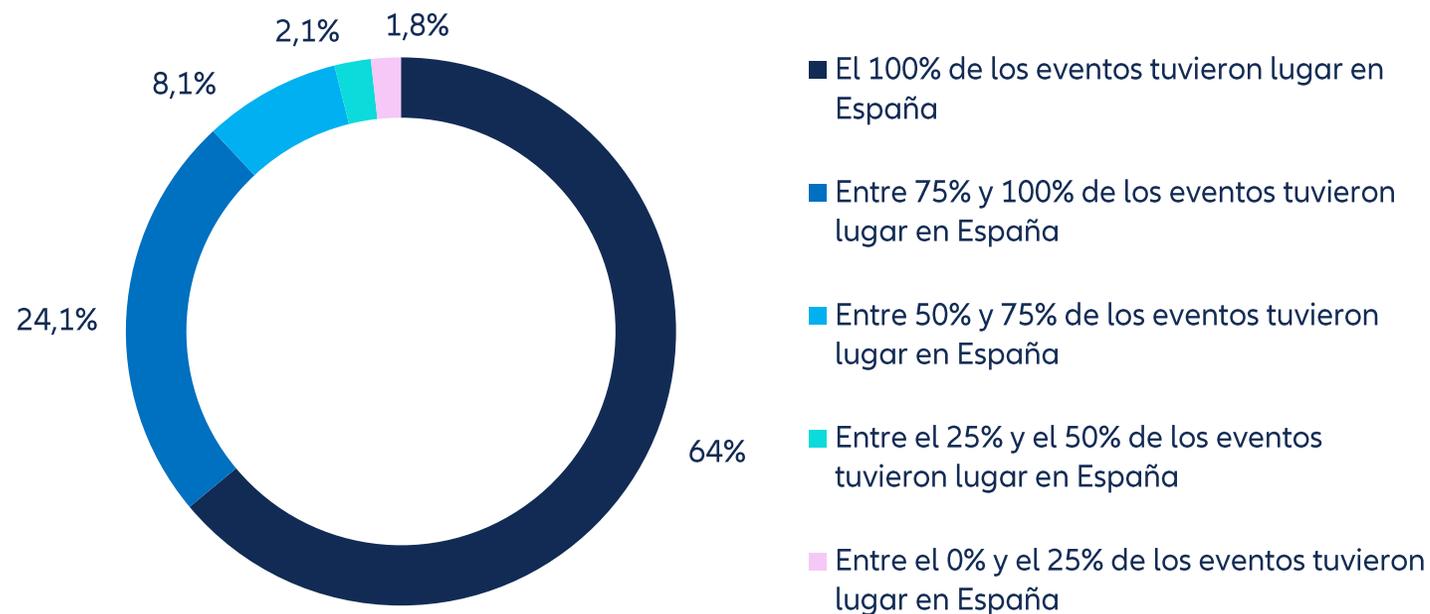
En el otro lado, las categorías de exposiciones, arte y museos; y parque de atracciones son las que menos antelación compran las entradas.





Eventos en España vs. extranjero

Destaca observar que en el año 2019, época de prepandemia, hasta un **36%** de los eventos mencionados, alguno de ellos tuvo lugar fuera de España.



02
2021



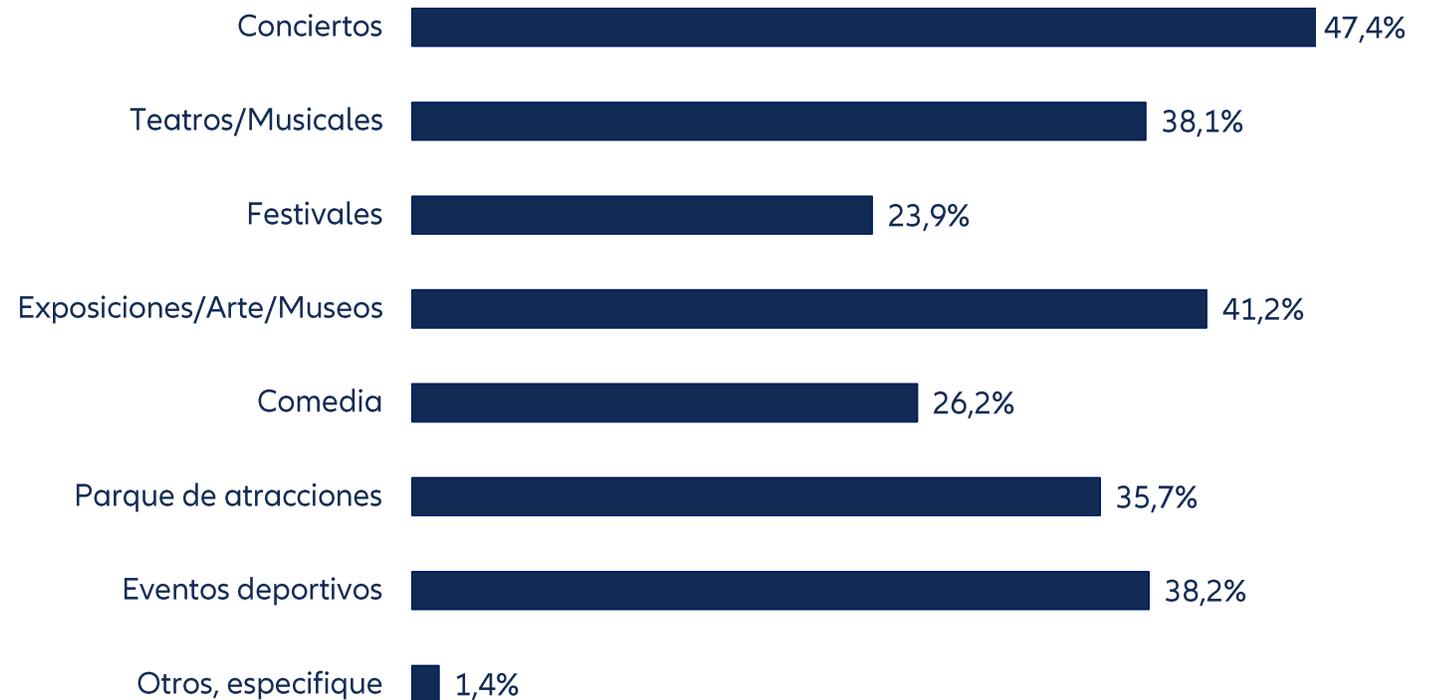


Eventos durante este año 2021

EL **60%** de los encuestados ha acudido a algún evento de los mencionados anteriormente en este año 2021.

La categoría de conciertos es la que más han acudido los encuestados durante este año (**47%**).

Por el contrario, los festivales han sido hasta ahora la categoría que menos han acudido.



03
Medidas
anti-Covid





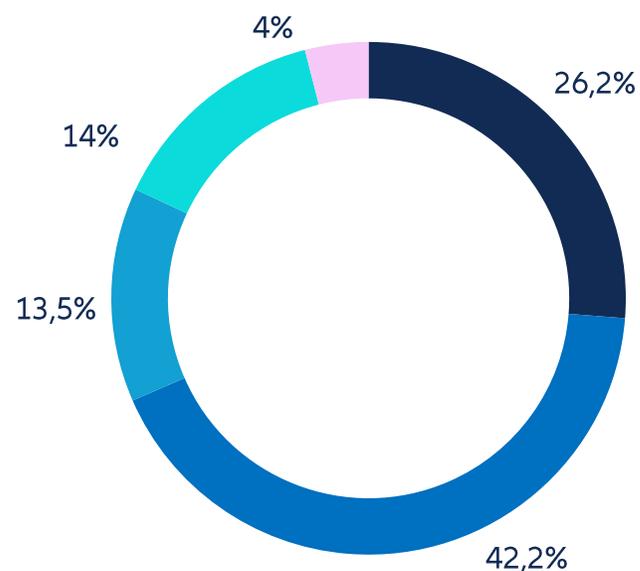
Medidas anti-Covid19

¿Qué medidas crees que son las más efectivas para poder acudir a un evento, teniendo en cuenta que es necesario estar vacunado con la pauta completa?

El **79%** prefiere los eventos en el exterior.

El **42%** considera que llevar la mascarilla puesta durante todo el evento es la mejor medida para evitar contagios durante el evento.

Por el contrario, tan sólo el **4%** considera que a día de hoy, no hace falta ninguna medida restrictiva, de los cuales el **5%** son personas entre 18 y 34 años



- Mantener el distanciamiento social estando sentados en sus asientos sin levantarse durante el transcurso de todo el evento.
- Llevar la mascarilla puesta durante el transcurso de todo el evento.
- Solicitar, en caso de no estar vacunado, una prueba negativa PCR o antígeno.
- No permitir la entrada a quienes no están vacunados.
- Considero que a día de hoy no hace falta tener este tipo de medidas

04

Seguro anulación
de entradas

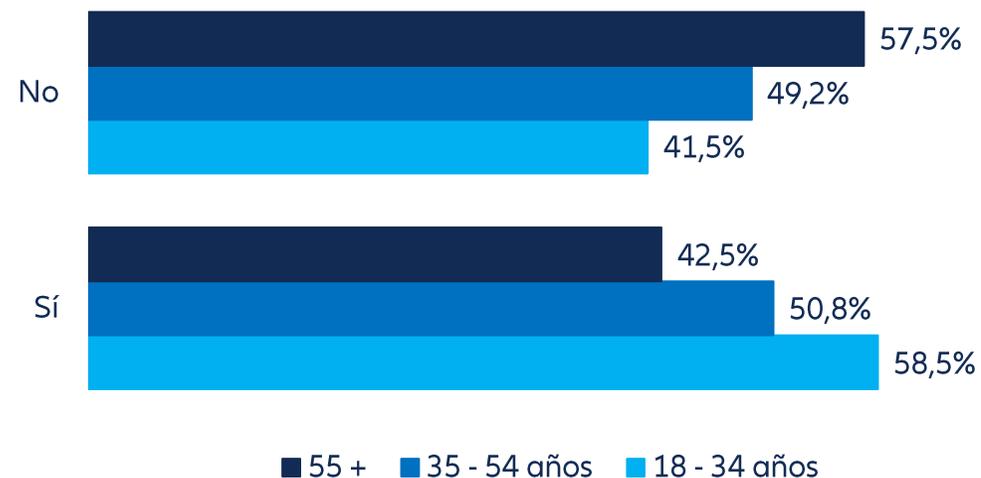
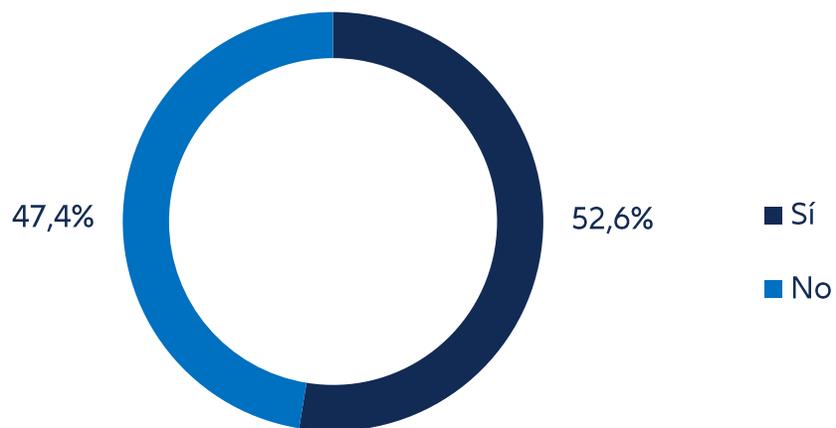




Seguro anulación de entradas

¿Te ha ocurrido, en alguna ocasión, que no has podido acudir a un evento porque te ha sucedido un imprevisto a ti o un familiar o has tenido un accidente / enfermedad que te haya impedido acudir?

La probabilidad de no poder acudir al evento es mayor en el rango de edades entre los 18 y los 34 años, y menor en el rango + 55 años.

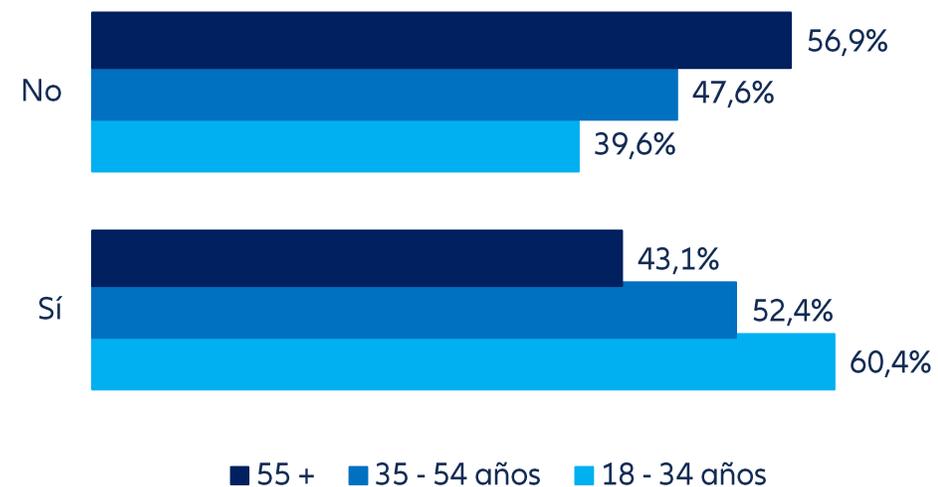
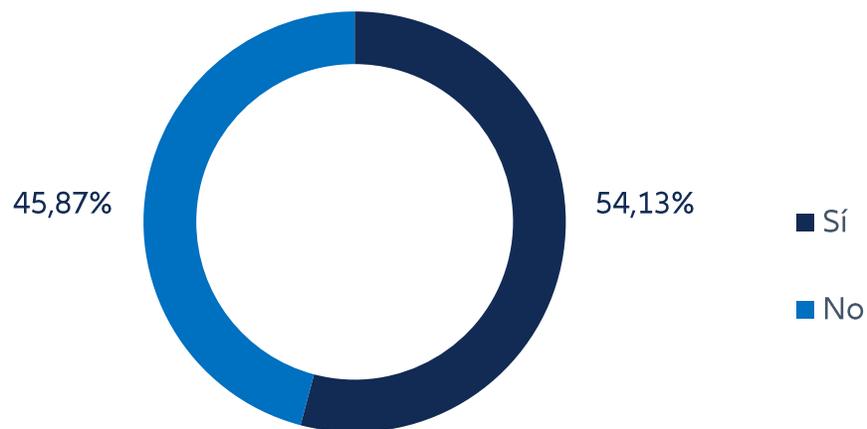




Seguro anulación de entradas

¿Sabías de la existencia de un seguro de cancelación de eventos por el cual te reembolsan la cantidad invertida en caso de no poder acudir por algún motivo como los mencionados previamente?

Los más jóvenes tienen un mayor conocimiento de la existencia del seguro de anulación de entradas.

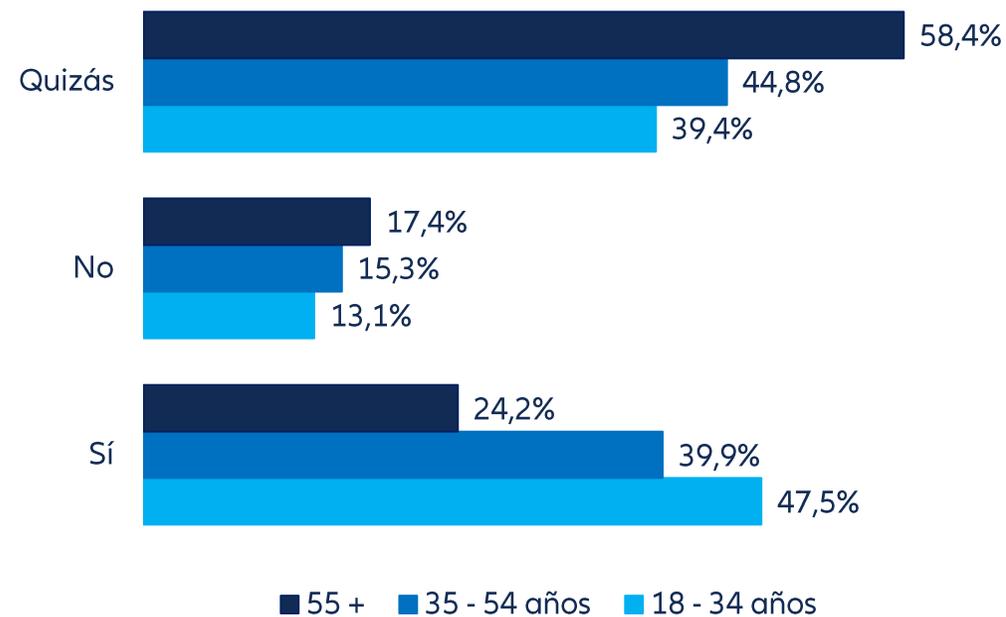
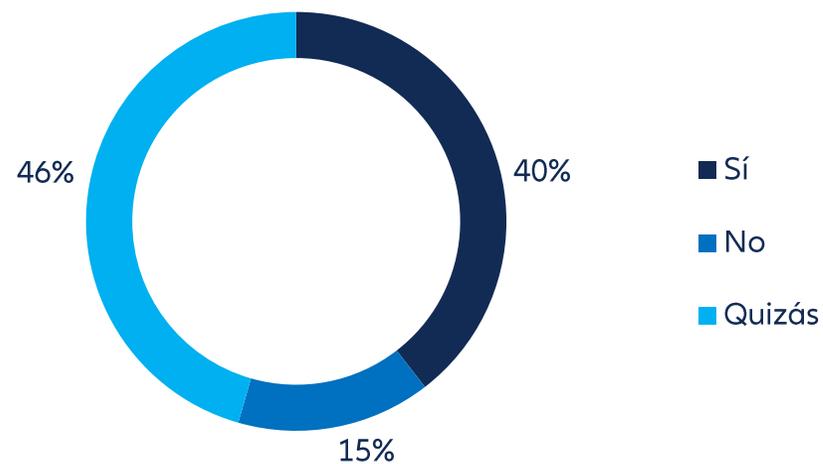




Predisposición de compra

¿Has dicho que no conocías la existencia de este tipo de seguros ¿Estarías dispuesto a contratarlo en un futuro?

Un **40%** estaría dispuesto a contratar un seguro de anulación, donde los más jóvenes son los más predispuestos a la compra de este tipo de productos.

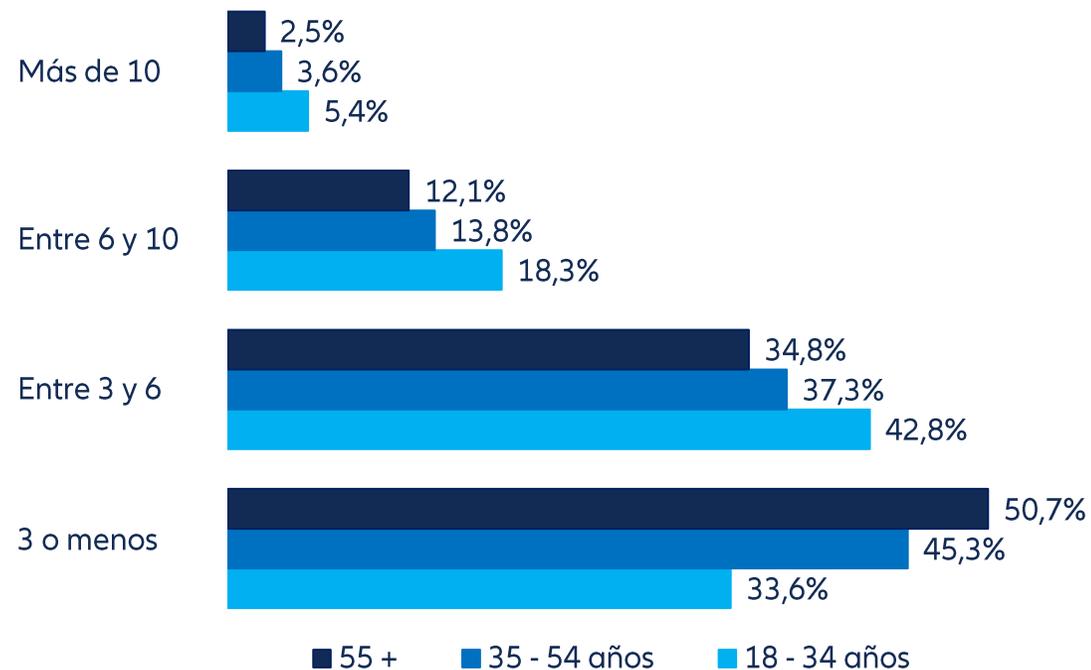
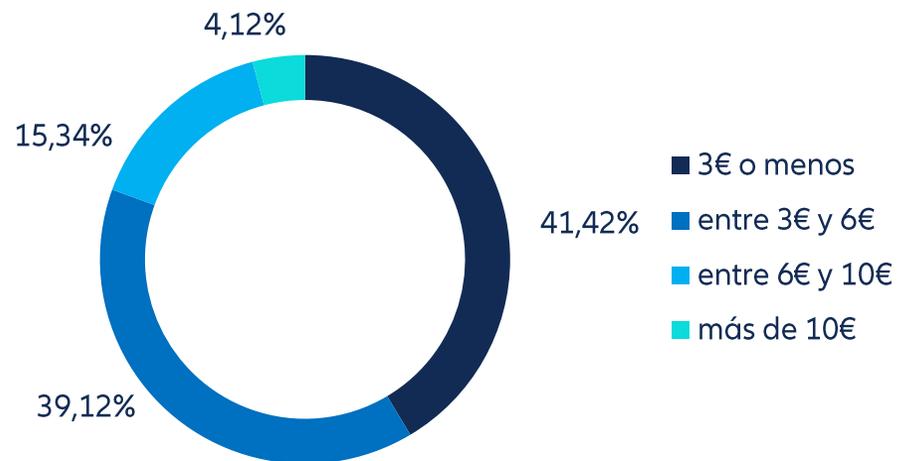




Predisposición de compra - precio

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un seguro de cancelación, donde el importe del evento sea de 50€?

Los jóvenes están más predispuestos a pagar un poco más que los mayores de +55 años, por un seguro de cancelación de entradas.

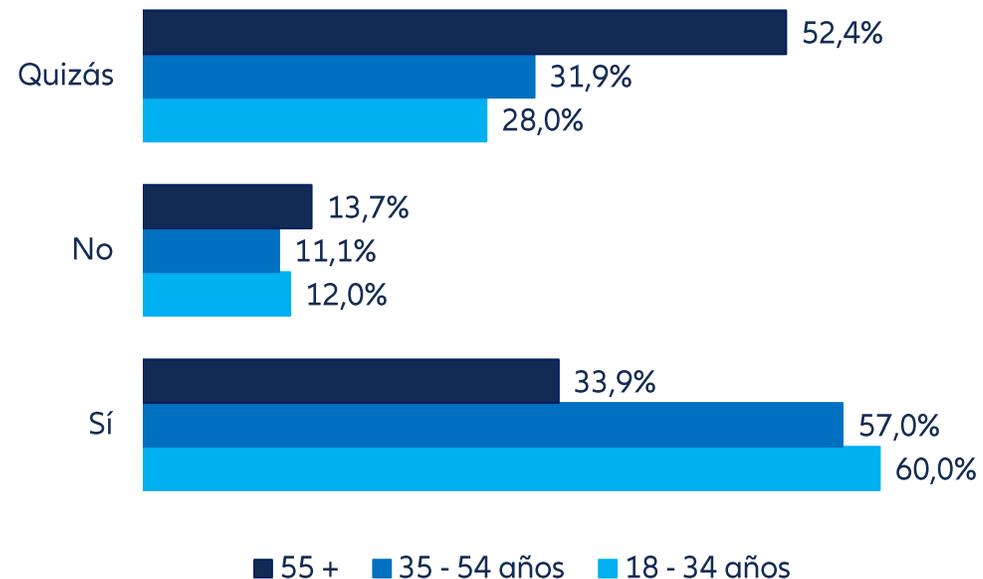
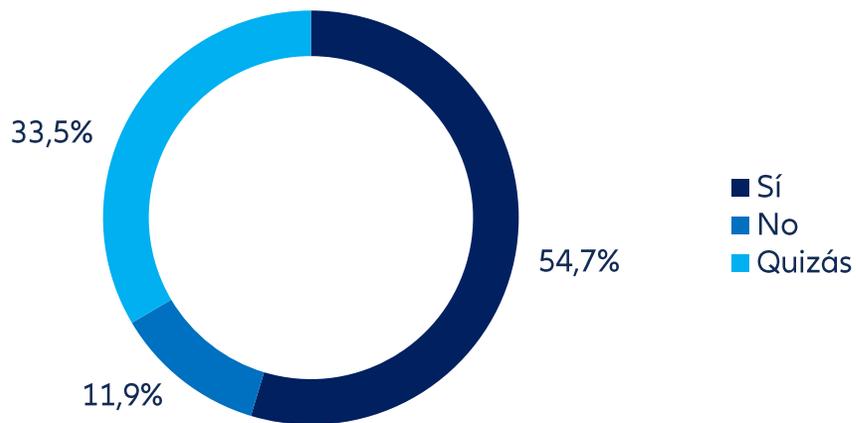




Seguro anulación temporada

¿Y si tuvieras la opción de contratar un seguro de cancelación que te cubriera un abono de temporada? Es decir, que te reembolsaran el dinero invertido por el resto de eventos de la temporada a los que no puedas acudir por una lesión/enfermedad.

El rango de edad de entre 34 y 55 años se iguala con los jóvenes en la probabilidad de compra de un seguro de cancelación para una serie de eventos como un abono de temporada, observando una mayor valor percibido en este tipo de producto.



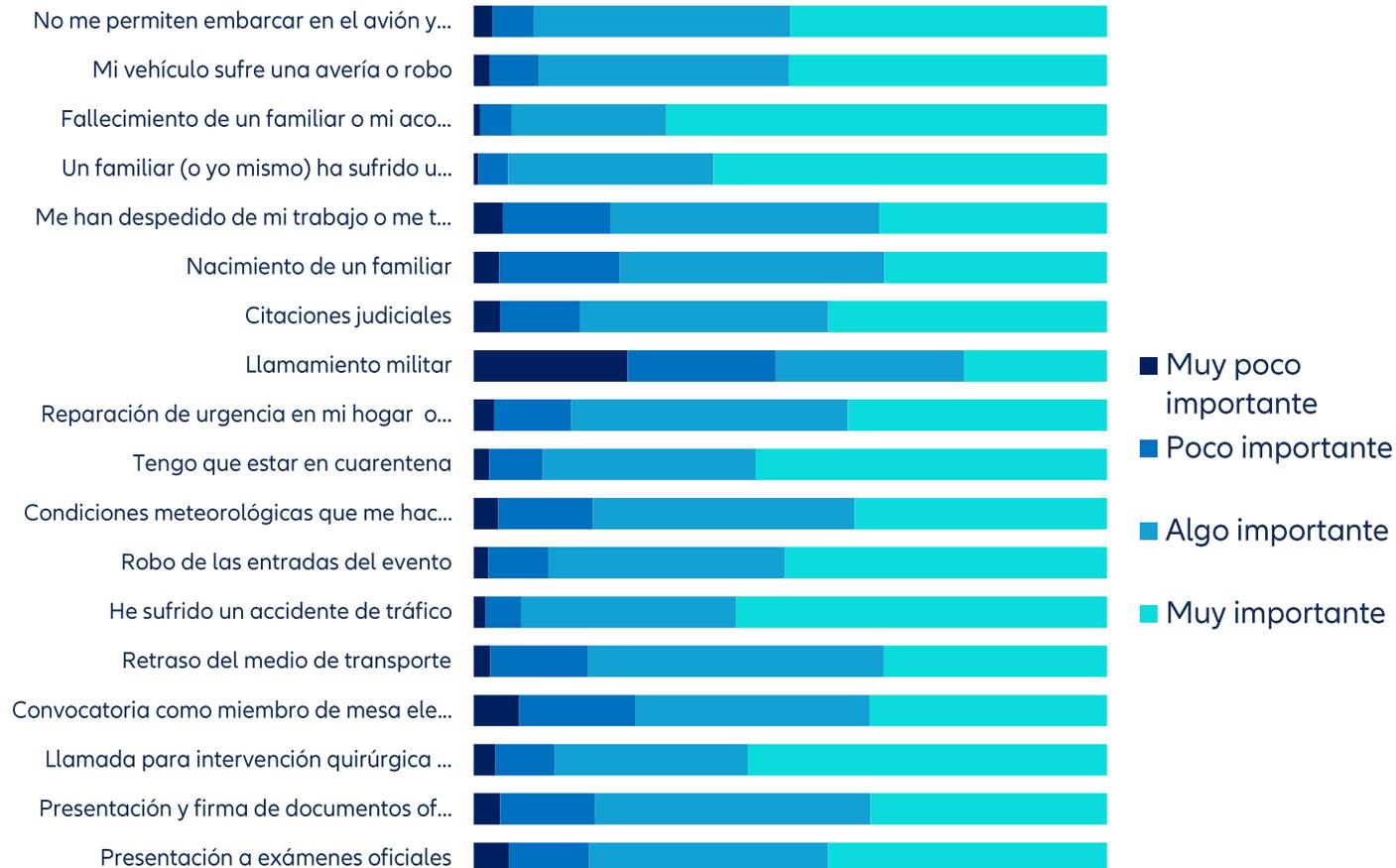


Coberturas seguro de anulación entradas

Las coberturas más importantes son aquellas relacionadas con fallecimiento, enfermedad o lesión tanto del asegurado mismo como de un familiar.

Le siguen los accidentes de tráfico, una intervención quirúrgica o tener que estar en cuarentena.

Por el contrario, el llamamiento militar o haber sido llamado para mesa electoral son las menos importantes.



A blue-tinted photograph of a live music performance on a stage. The stage is lit with spotlights, and a large crowd of people is visible in the foreground, many with their hands raised. The overall atmosphere is energetic and vibrant.

Allianz  Partners