

40% de los encuestados contrataría un seguro de cancelación según el último estudio de Allianz Partners

Uno de los "síntomas" de la vuelta a la normalidad tras la pandemia, es el aumento en la oferta de eventos. Sin embargo, el riesgo de que ocurra algo que impida su celebración y por el que se pierde el dinero invertido en las entradas, es una de las preocupaciones del consumidor

Allianz Partners revela, a través de un estudio realizado a más de dos mil personas de diferentes edades, intereses y hábitos, la percepción que tienen los consumidores sobre el seguro de cancelación de entradas. Concretamente, en torno a la protección que ofrece este tipo de seguro frente a una situación imprevista, o la predisposición a su contratación tanto de forma puntual como para una serie de eventos a lo largo de un periodo de tiempo, entre otras cuestiones.

Antes de la pandemia de la Covid19, más del 20% de los encuestados asistían, por lo menos, una vez al mes a algún evento, adquiriendo las entradas en su mayoría con un mes de antelación. Los eventos deportivos eran los más populares con un 26%, seguido de los conciertos (23%), así como de los museos y exposiciones de arte (17%).

Durante este 2021

El interés se mantiene. El 60% de los consumidores confirma haber asistido a algún evento en lo que va de año. La categoría de conciertos es la más popular: más de un 47% de los encuestados habría ido a alguno este año, aunque en muchos casos requerían reservar entradas con más de tres meses de antelación. Por el contrario, los festivales han sido hasta ahora la categoría menos popular.

Sí se habla de lo que queda de año, el 25% ya tiene su entrada comprada para un evento para estas Navidades.

Las medidas anti-Covid influyen en la toma de decisiones del cliente. El 38% no estaría dispuesto a acudir a eventos en lo que queda de año; argumentan que prefieren evitar estar en sitios donde se aglomeren las personas y sea difícil mantener la distancia de seguridad.

Los que sí que están dispuestos a ir, en su mayoría, prefieren eventos en exteriores, donde sea posible mantener distancia de seguridad, llevando la mascarilla puesta durante todo el evento. Tan solo el 4% considera, que a día de hoy, no hace falta ninguna medida restrictiva.

Seguro de anulación de entradas

El 53% de los encuestados confirma que no ha podido acudir a ningún evento porque ha sucedido algún imprevisto que le impidió su asistencia, teniendo que asumir el coste de su entrada. Al

consultarles si sabían de la existencia de los seguros de cancelación, el 45% informó que no.

Existe interés en contratar un seguro de cancelación de eventos. Al consultar a las personas que no sabían sobre la existencia de un seguro de cancelación de eventos, si estarían dispuestos a contratar uno, la mayoría lo considera positivo y sí lo adquiriría. Solo el 14% no lo contrataría, sobre todo, las personas que se sitúan en la franja de edad de entre 18 y 34 años.

El 55% contrataría un seguro de cancelación que cubriera un abono de temporada. La opción más llamativa para los clientes, es un seguro que permita reembolsar el dinero invertido en los eventos contratados para la temporada y a los que no se pudiese asistir por una lesión o enfermedad. El 42% incluso estaría dispuesto a pagar entre 10 y 20 euros por este tipo de seguro.

Entre las coberturas más valoradas dentro del seguro de cancelación de entradas destacan aquellas relacionadas con enfermedades o lesiones tanto del asegurado como de un familiar, así como intervenciones quirúrgicas o tener que guardar cuarentena.

El 70% de los encuestados contrataría un seguro de cancelación de eventos, si se incluyera el fallecimiento de un familiar entre las coberturas.

Este estudio realizado por Allianz Partners refleja un nuevo cambio de tendencia en los hábitos de los consumidores en contextos lúdicos y relacionados con su tiempo libre. Borja Díaz, CEO de Allianz Partners, asegura que “los imprevistos no pueden controlarse, pero sí que podemos anticiparnos y protegernos frente a ellos. En este 2021 se ha visto un claro incremento en el número de eventos organizados porque la demanda también ha aumentado. Todos tenemos muchas ganas de volver a presenciar obras de teatro, conciertos, partidos de nuestro equipo favorito... y con este tipo de seguro es posible contratar nuestras entradas sin el temor a perder grandes cantidades de dinero. En Allianz Partners seguimos desarrollando soluciones que nos permitan disfrutar lo máximo posible nuestro ocio y entretenimiento”.

La compañía de Seguros y Asistencia se encuentra actualmente diseñando las mejores soluciones que también respondan a estas necesidades.

Para conocer más sobre el estudio, visitar: [Estudio sobre el seguro de cancelación de entradas \(allianz-partners.es\)](https://www.allianz-partners.es)

Sobre Allianz Partners

Allianz Partners es una empresa líder en Asistencia y Seguros de viaje, especializada en las áreas de movilidad personal, hogar, bienestar 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 la marca comercial Allianz Assistance.

Su presencia internacional, con más de 21.000 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 visitar: www.allianz-partners.es

Redes Sociales

Seguir en LinkedIn Allianz Partners España

Seguir en Youtube Allianz Partners España

Seguir en Twitter @allianzassistES

Seguir en Instagram @allianzassiste

Datos de contacto:

Beatriz Toribio Guardiola
910481312

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Sociedad Seguros](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>