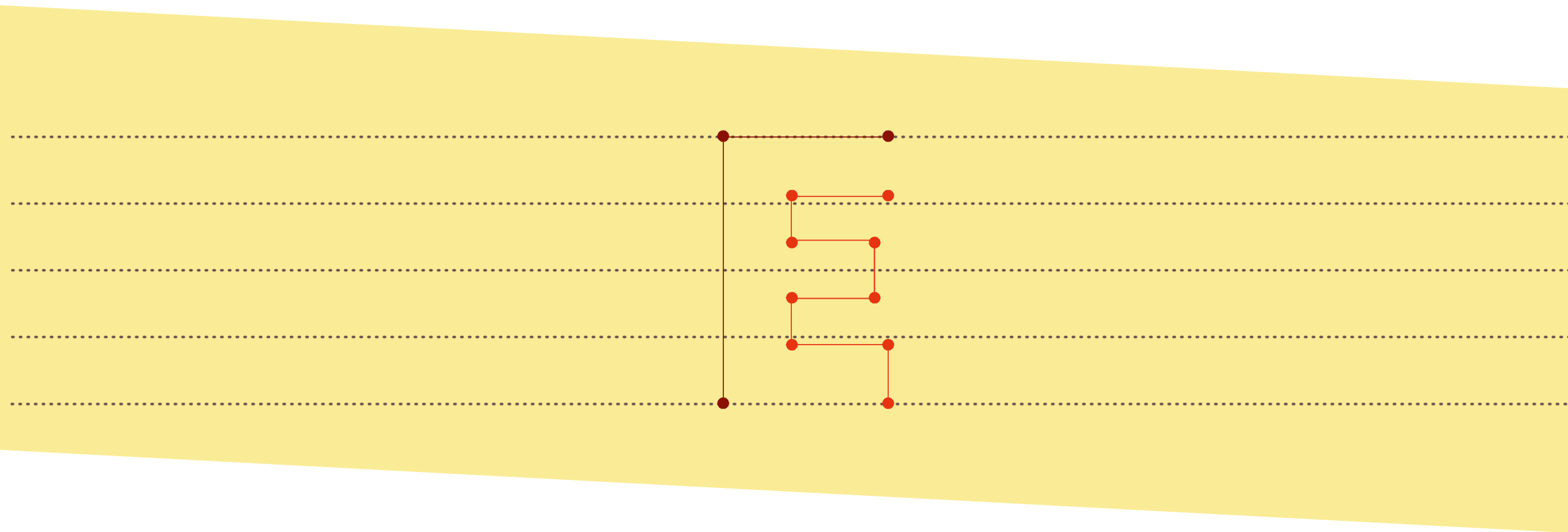




Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats Global Operator Landscape 3a edició - ARIVAL

2024

Índex

1	Presentació i metodologia	03
2	Situació del sector	08
3	Comercialització	14
4	Ús de les tecnologies per part de les empreses d'activitats	20
5	Canals d'inspiració i de comercialització	25
6	A tenir en compte...	28

A photograph of two women in a forest. One woman, wearing a grey hoodie and colorful leggings, stands in the background looking to the left. The other woman, wearing a plaid shirt, is in the foreground looking through binoculars. The scene is set in a wooded area with many trees and some greenery.

1. Presentació i metodologia

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Presentació ARIVAL

Qui som i què fem?

Douglas Quinby
CEO & Founder

Anne Failing
Senior Analyst

Ramon Pons
Director Partnerships
ramon@arival.travel

<https://arival.travel/>

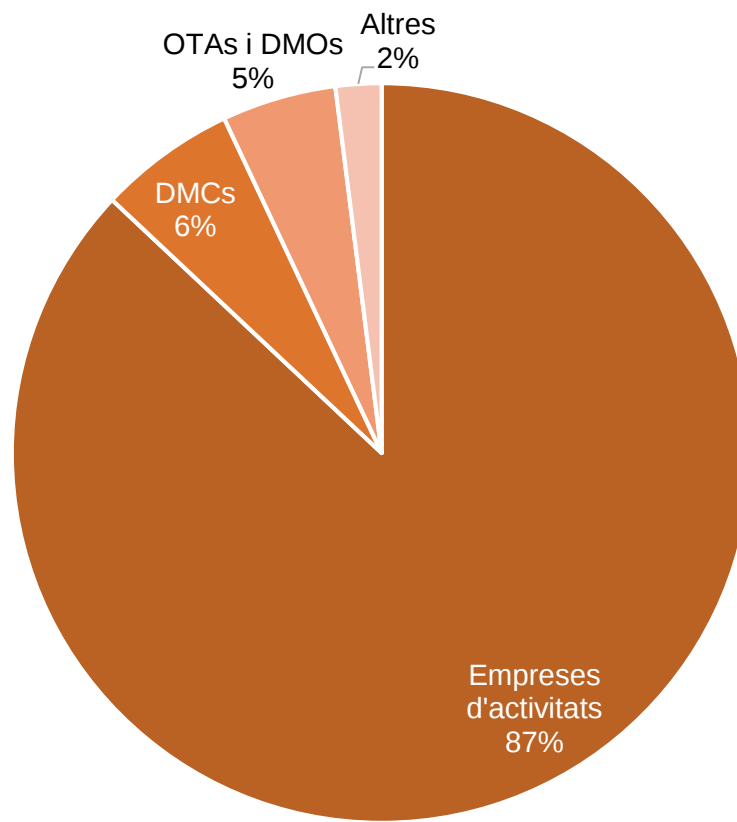


- Promovem el negoci, la tecnologia i la innovació en el sector d'experiències turístiques en destinació.
- Proporcionem informació, organitzem esdeveniments i creem xarxa per a creadors i distribuïdors de tours, activitats, atraccions i experiències.

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Metodologia - Global Operator Landscape 3a edició

Més de 7.773 empreses/entitats d'arreu del món van respondre a l'enquesta entre abril i juny de 2024, i gairebé 9 de cada 10 són empreses d'activitats.

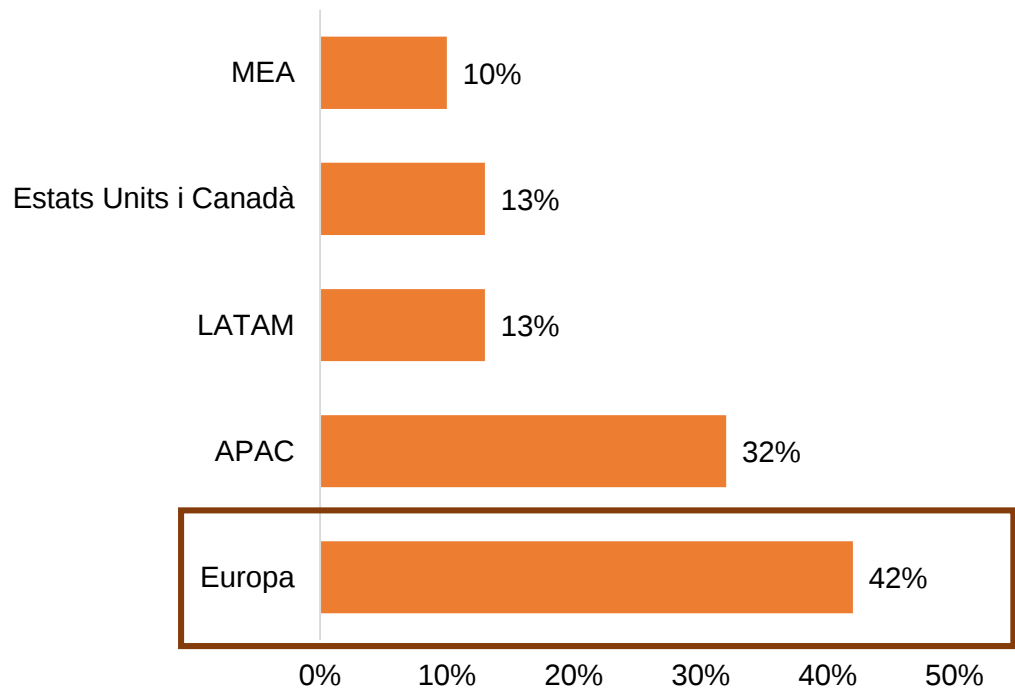
Percentatge de resposta segons la tipologia d'empresa/entitat



Estat espanyol
4 de cada 10 dels
que han respost
són empreses
d'activitats

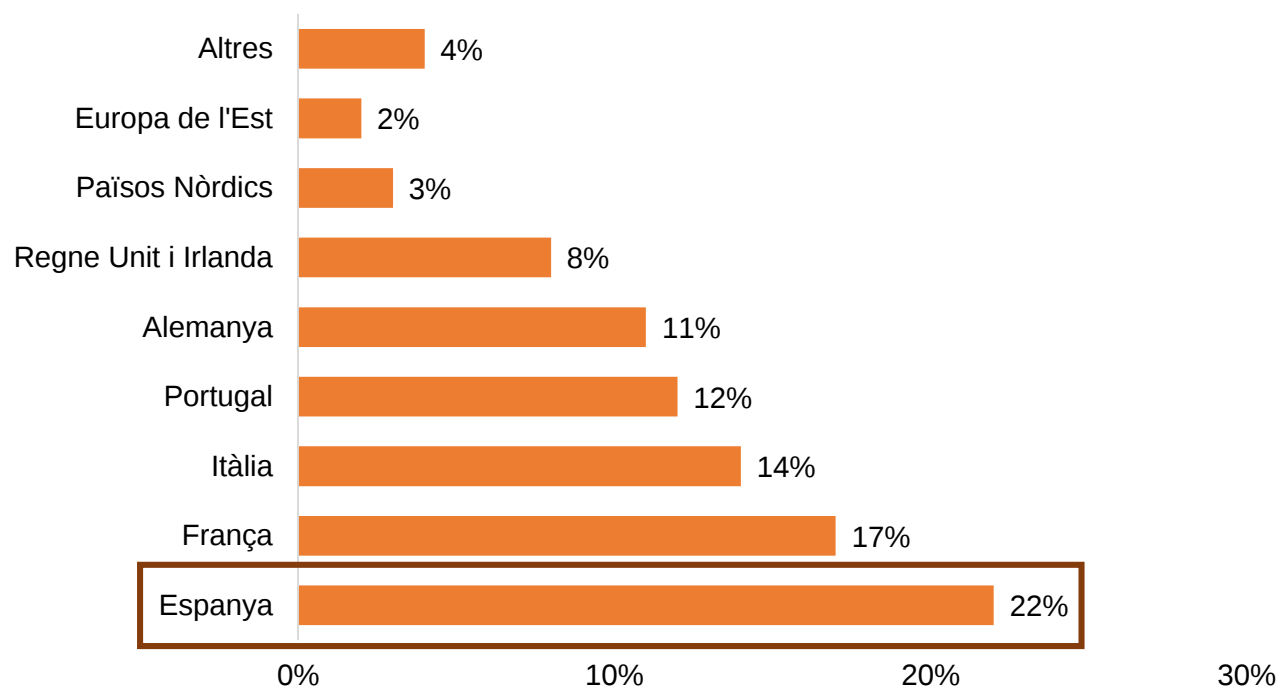
Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Metodologia - Global Operator Landscape 3a edició

Percentatge de resposta segons regió de l'empresa



Europa
2.995 respostes

Percentatge de resposta segons país de l'empresa



Estat espanyol
623 respostes

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Categories d'empreses estudiades

Tours	Activitats	Atractius turístics
Tot tipus de tours:	Culturals	Parcs d'atraccions
Empreses d'activitats	Escape rooms	Museus
- Tots els mitjans de transport (avió, bicicleta, vaixell, autobús, helicòpter, a peu, etc.). - Totes les temàtiques (aventura, art, gastronomia, història, terror, visites panoràmiques, etc.).	Activitats terrestres	Espais culturals i monuments
	Activitats aèries	Observatoris
	Activitats aquàtiques	Zoo i aquàrium
	Teatre, espectacles i entreteniment	Experiències immersives
	Spa & wellness	
Transfers*	Parcs d'aventura	
Guies turístics i amfitrions*		
DMC (Destination Management Company)*		

Estat espanyol
4 de cada 10 operen
en ciutats o àrees
metropolitanes

2. Situació del sector

A man and a woman are hiking through a dense forest of tall evergreen trees. The man, on the left, is wearing a dark t-shirt, blue jeans, and a backpack. The woman, on the right, is wearing a bright yellow cable-knit sweater and blue jeans. They are both smiling and looking at each other. A wooden log fence is in the foreground, and the background is filled with tall, thin trees and a misty atmosphere.

Canals de comercialització i distribució en el sector d'empreses d'activitats

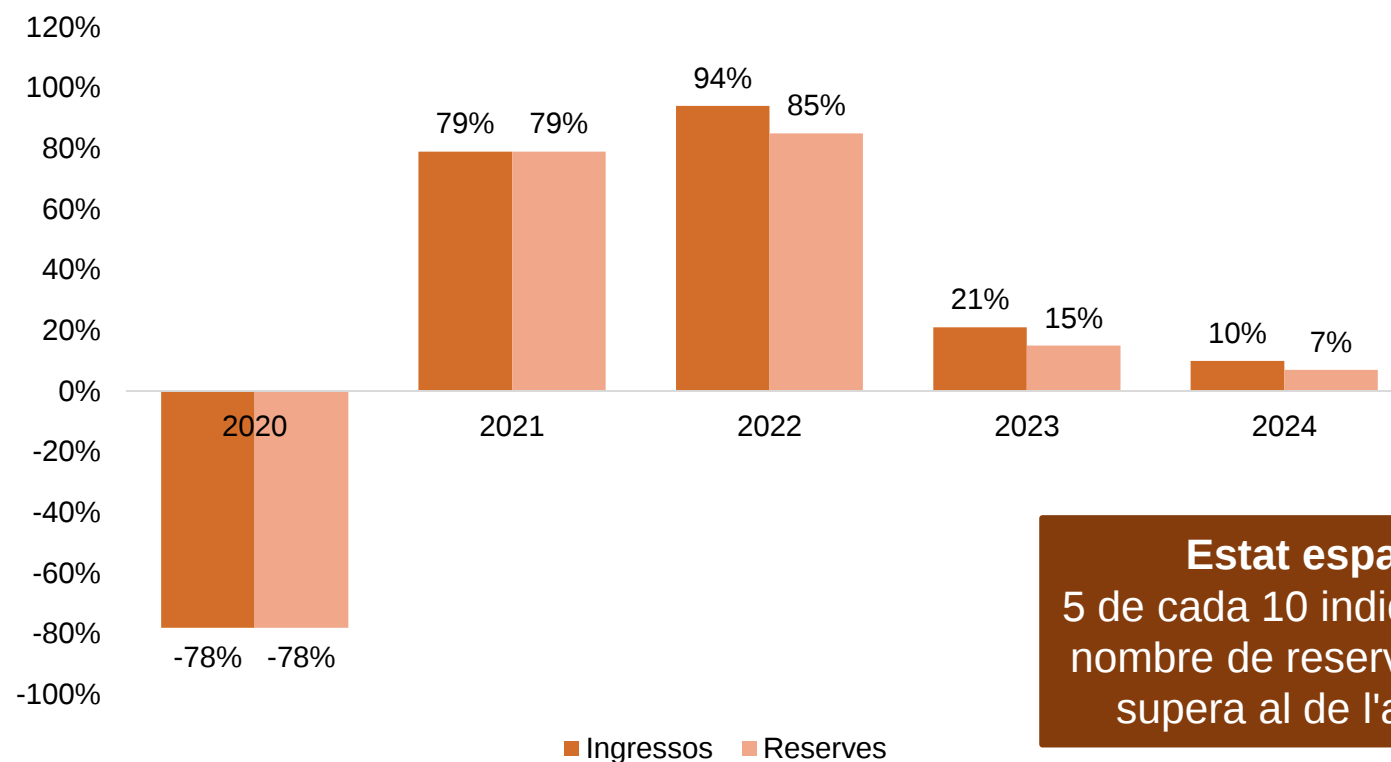
intel·litr.



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Situació del sector

L'impacte de la inflació continua. Després d'una recuperació sòlida entre 2021 i 2023, el creixement s'ha alentit, amb viatgers que viatgen i gasten menys degut a la seva capacitat econòmica.

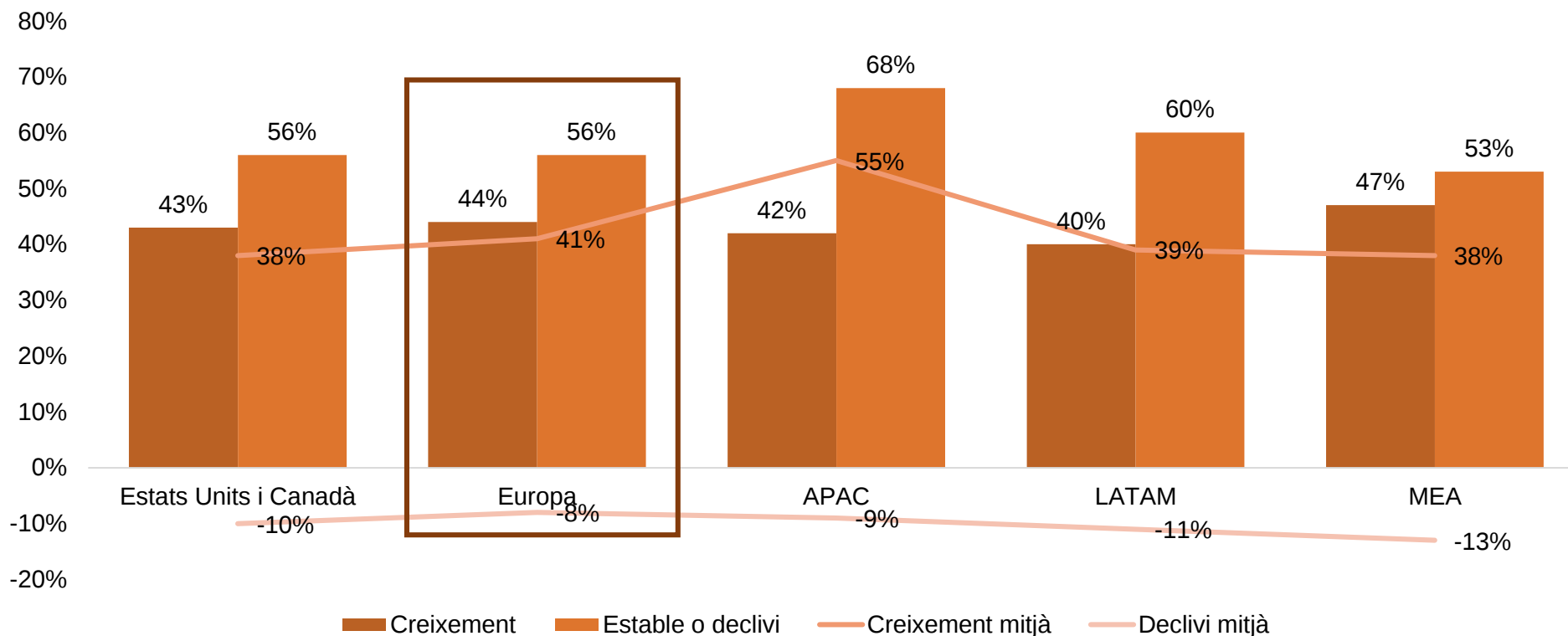
Evolució anual del percentatge d'ingressos i reserves de les empreses d'activitats



Estat espanyol
5 de cada 10 indiquen que el nombre de reserves el 2024 supera al de l'any 2023

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Situació del sector

Percentatge d'empreses d'activitats que experimenten creixement o declivi el 2024 en comparació amb el 2023 (segons regió)



*Les barres representen el percentatge d'empreses d'activitats que han crescut, es mantenen estables o han experimentat una caiguda en volum el 2024.

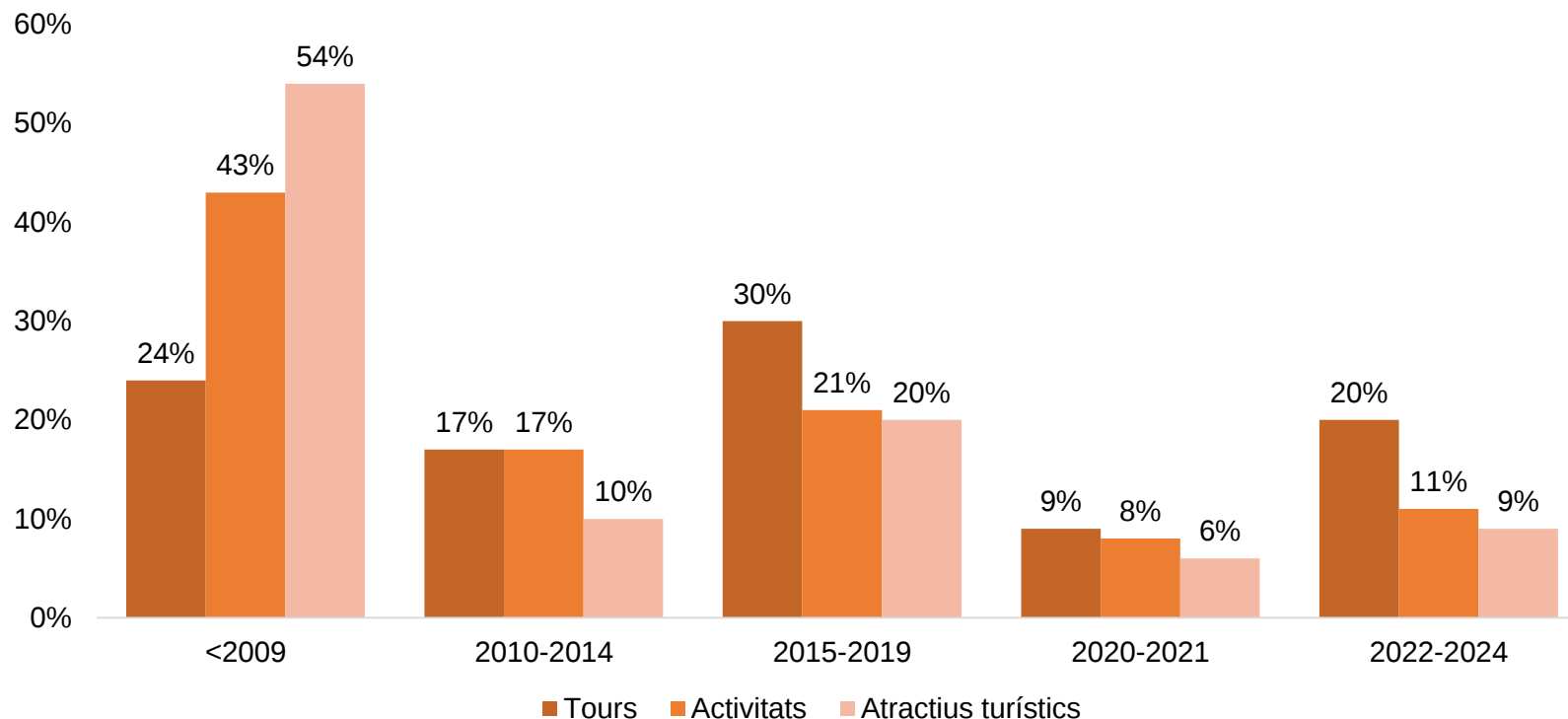
Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats – Empreses joves, petites i amb oportunitat de creixement

**En termes globals,
és un subsector
relativament jove:
1 de cada 5
empreses
d'activitats va ser
creada el 2022.**

Estat espanyol
3 de cada 10 es van
crear abans del 2006

3 de cada 10 es van
crear entre 2007-2016

Any de creació de les empreses d'activitats segons la seva categoria



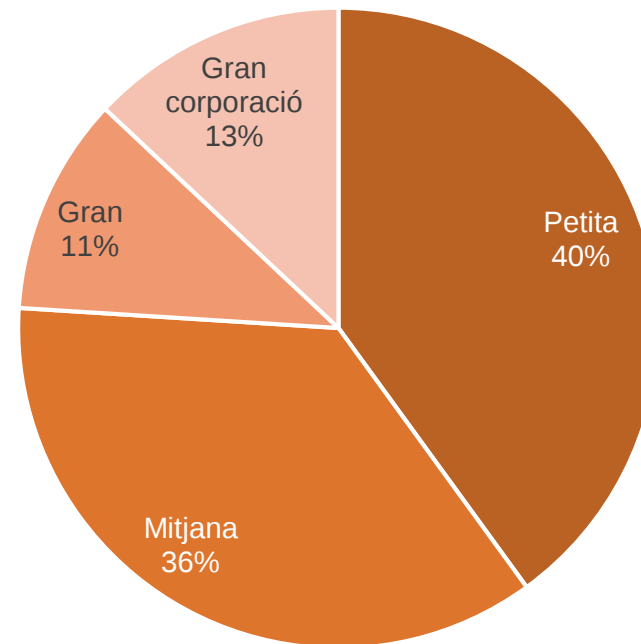
Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats – Empreses joves, petites i amb oportunitat de creixement

El sector està format per una combinació d'empreses petites i mitjanes. De fet, 4 de cada 5 empreses que organitzen visites guiades són pimes, les quals poden arribar a atendre fins a 10.000 clients l'any.

**Mida de les empreses d'activitats
(segons el nombre anual de clients atesos)**

Petita	Fins a 1.000 clients
Mitjana	De 1.001 a 10.000 clients
Gran	De 10.001 a 50.000 clients
Gran corporació	50.001 i més

**Tipologia d'empreses d'activitats
(segons la mida de l'empresa)**

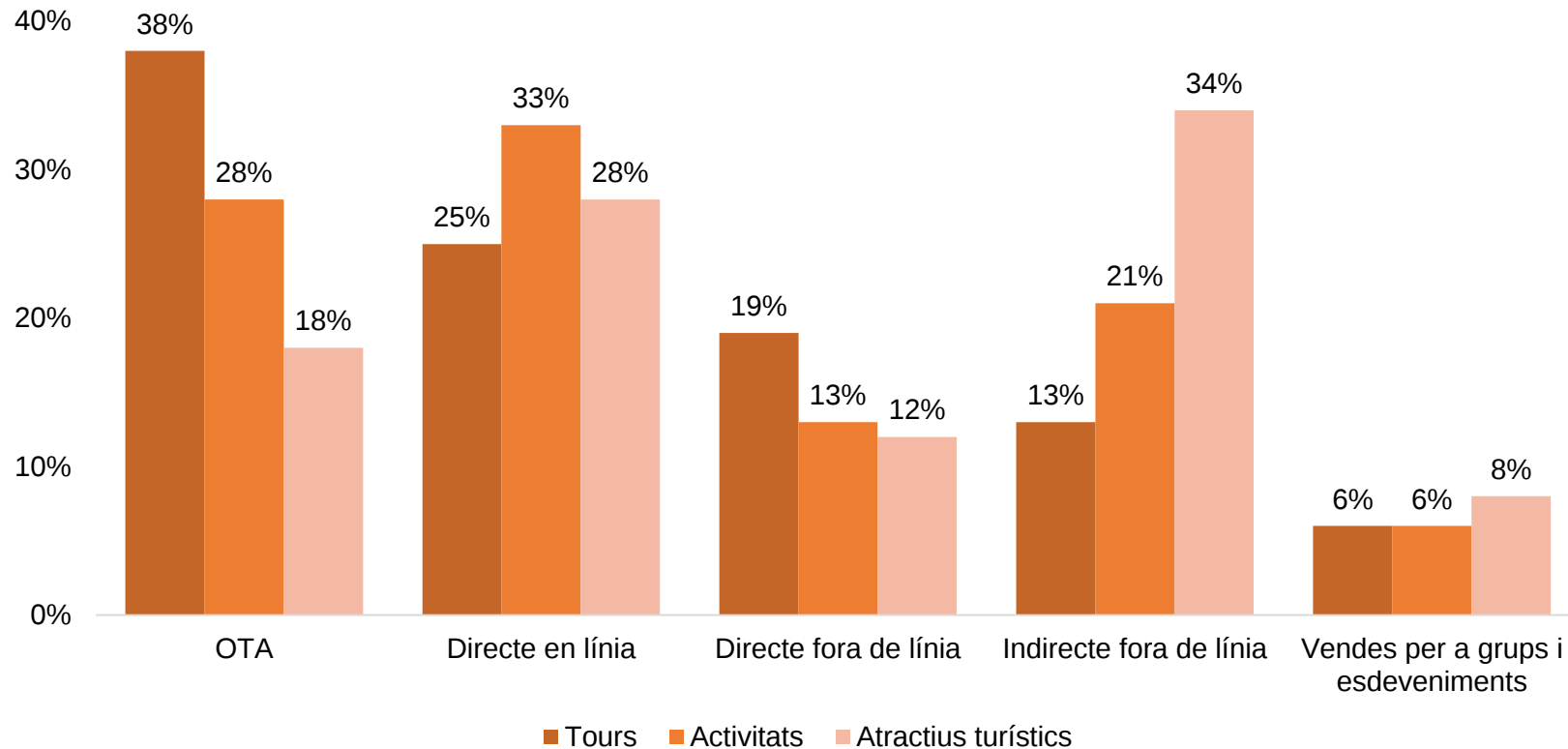


3. Comercialització



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Comercialització – Segons canals

Distribució segons categoria d'empresa d'activitats

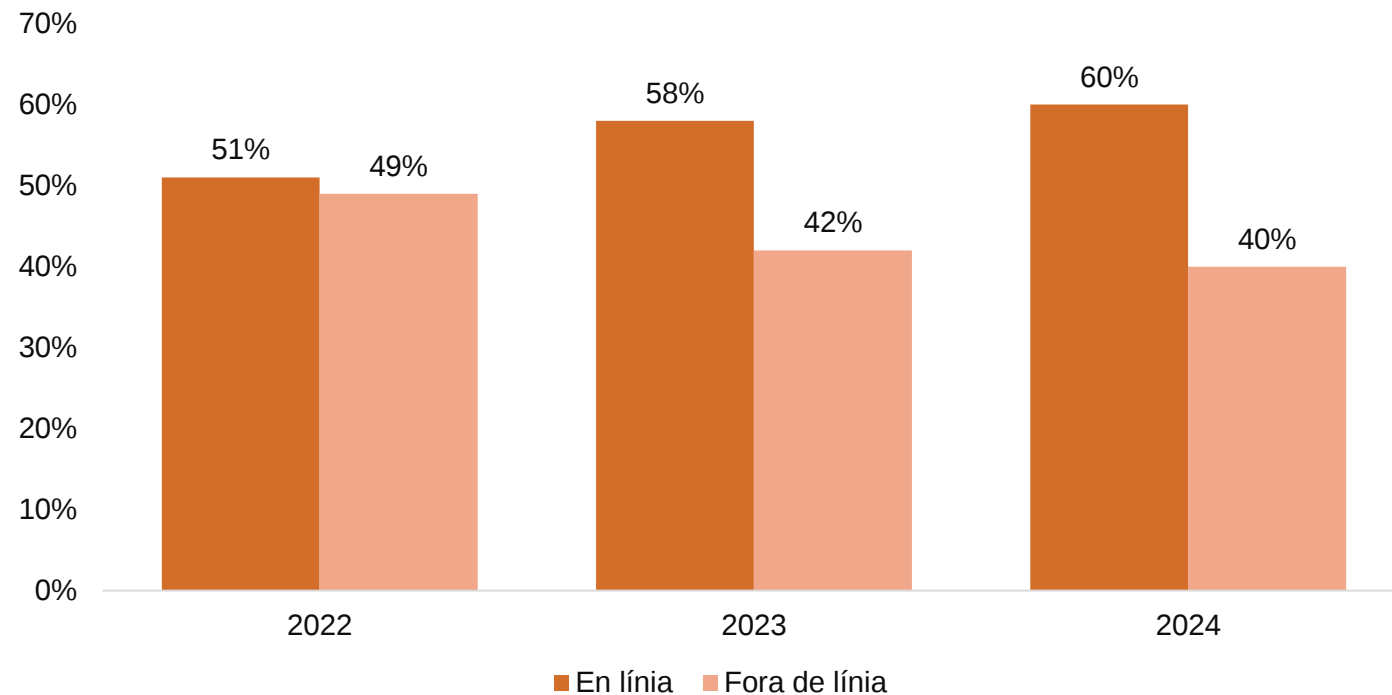


Estat espanyol
9 de cada 10
treballen amb OTAs

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Comercialització – Canals digitals

La transició digital continua avançant, amb un gran impuls iniciat el 2020, i creix any rere any.

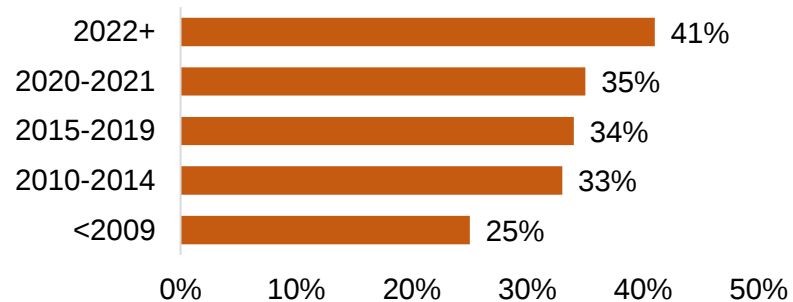
Ús de canals digitals per a la comercialització d'experiències



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Comercialització – Agències en línia

Quota de vendes de les OTA segons empresa d'activitats (any/mida)

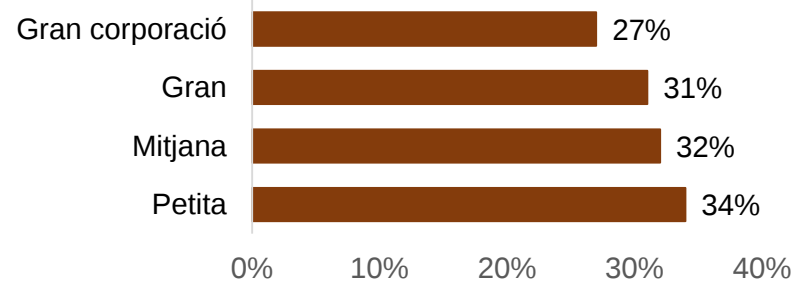
Any de creació de l'empresa



Núm. de revenedors utilitzats (mitjana)

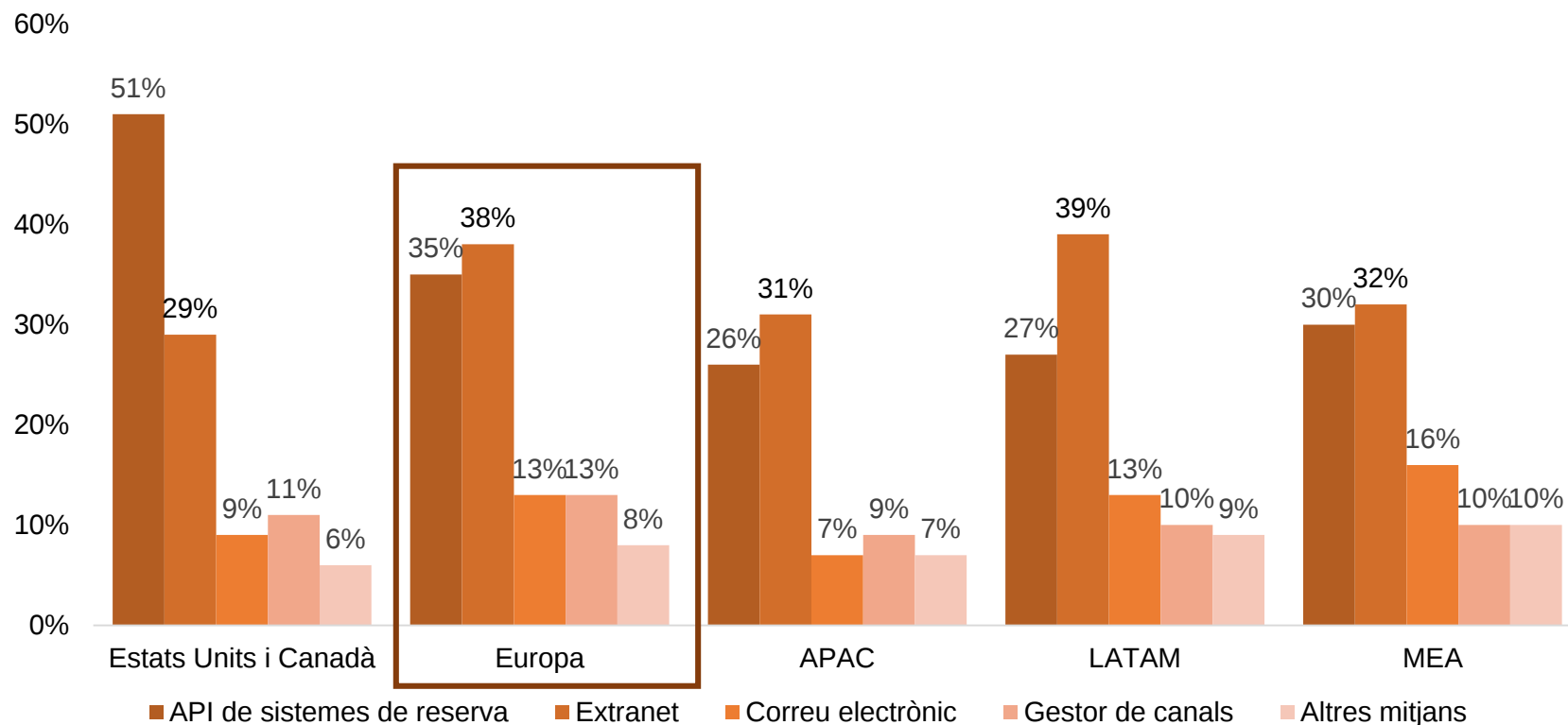


Mida de l'empresa



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Comercialització - Agències en línia

Com gestionen les empreses d'activitats les reserves a través de les OTAs?



Estat espanyol
5 de cada 10 compten
amb un sistema de
reserves que connecta
directament amb l'API
de la OTA

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Comercialització - Agències en línia

Exemples – Agències en línia



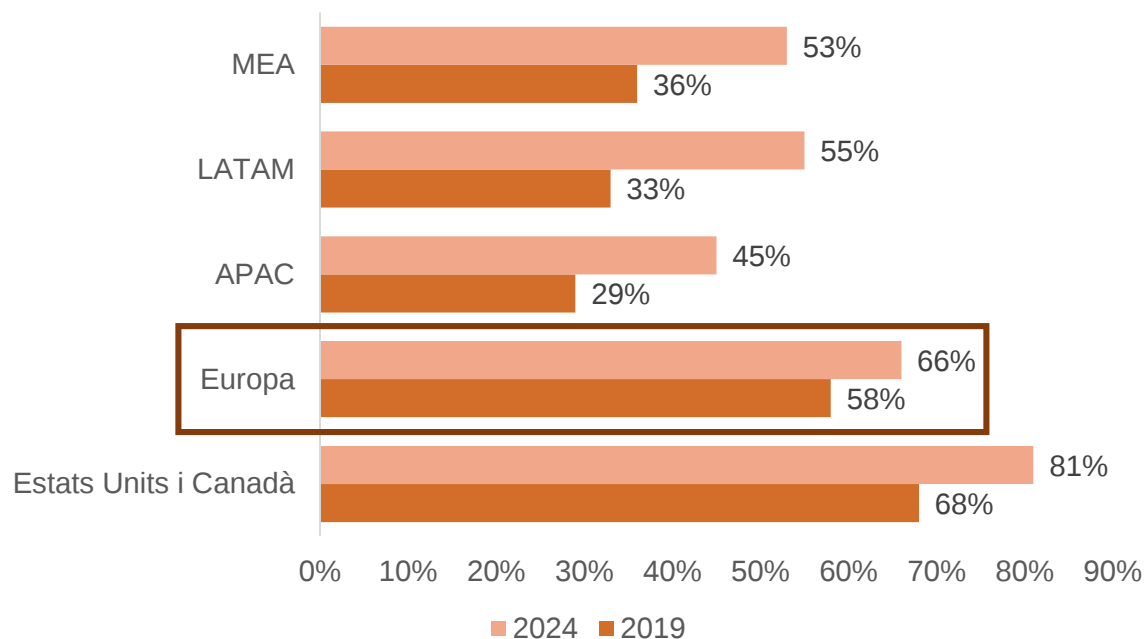
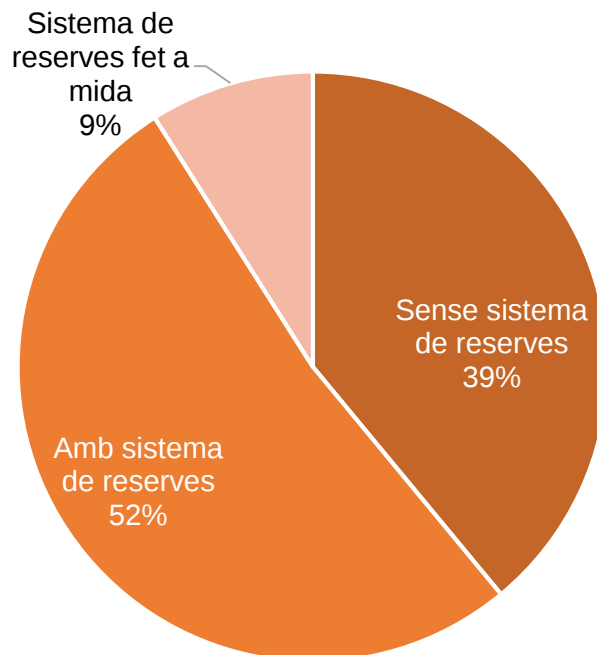
4. Ús de les tecnologies per part de les empreses d'activitats



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Ús de sistemes de reserva

Tot i l'augment de l'adopció de sistemes de reserves a escala global, gairebé 4 de cada 10 empreses d'activitats encara no fan ús d'un sistema de reserves. Això reflecteix un panorama tecnològic dèbil.

L'ús de sistemes de reserva per part de les empreses d'activitats



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Sistemes de reserva

Exemples - Sistemes de reserva



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Gestors de canals

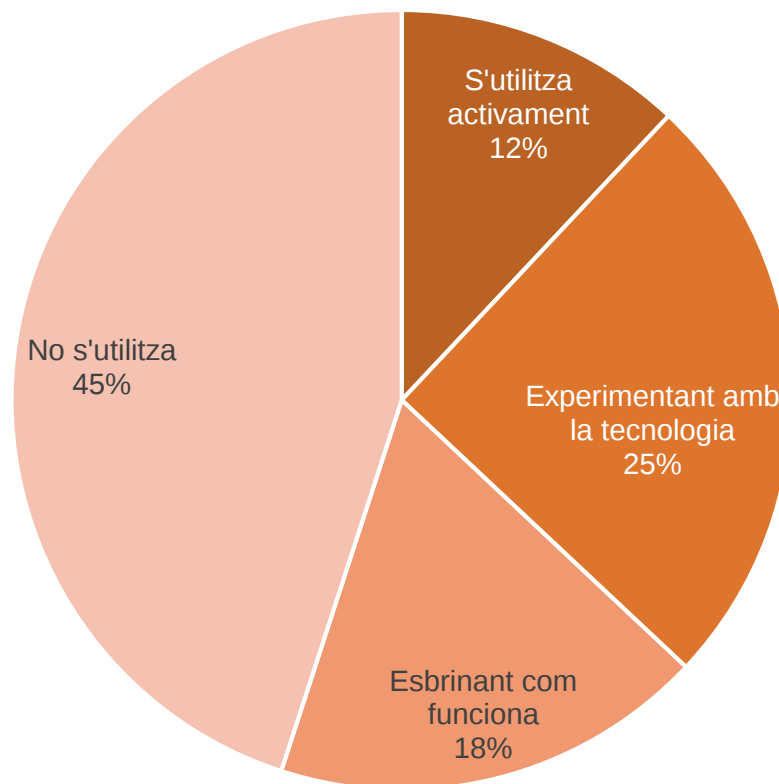
Exemples - Gestors de canals



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Ús de la intel·ligència artificial

Només el 12% de les empreses d'activitats utilitzen activament la intel·ligència artificial, principalment per a descripcions de producte, màrqueting, contingut digital i xatbots per a la interacció amb els clients.

L'ús de la intel·ligència artificial per part de les empreses d'activitats





5. Canals d'inspiració i de comercialització

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Canals d'inspiració i de comercialització

Top 7 fonts d'inspiració emprades pel consumidor

- 1) Google
- 2) Família i amics
- 3) Youtube
- 4) Facebook
- 5) Instagram
- 6) TikTok
- 7) Pàgines web de viatges



Top 7 canals de comercialització emprats per les empreses d'activitats

- 1) Instagram
- 2) Facebook
- 3) Hotels i partners
- 4) Google Things To Do
- 5) Google
- 6) E-mail màrqueting
- 7) Youtube



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Canals d'inspiració i de comercialització

Franja
d'edat
18-34

Top 7 fonts d'inspiració

- 1) Google
- 2) TikTok
- 3) Youtube
- 4) Instagram
- 5) Família i amics
- 6) Blogs de viatge
- 7) Facebook

Top 7 canals de comercialització

- 1) Instagram
- 2) Facebook
- 3) Hotels i partners
- 4) Google Things To Do
- 5) Google
- 6) E-mail màrqueting
- 7) Youtube

A photograph of three young adults, two women and one man, dressed in casual travel attire including straw hats and plaid shirts. They are all smiling and looking down towards a common point of interest, likely a map or a phone. The background is a blurred outdoor setting with stone architecture.

6. A tenir en compte...

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats - Digitalització

El subsector d'activitats és el tercer més gran dins de la indústria turística, però és el menys digitalitzat.

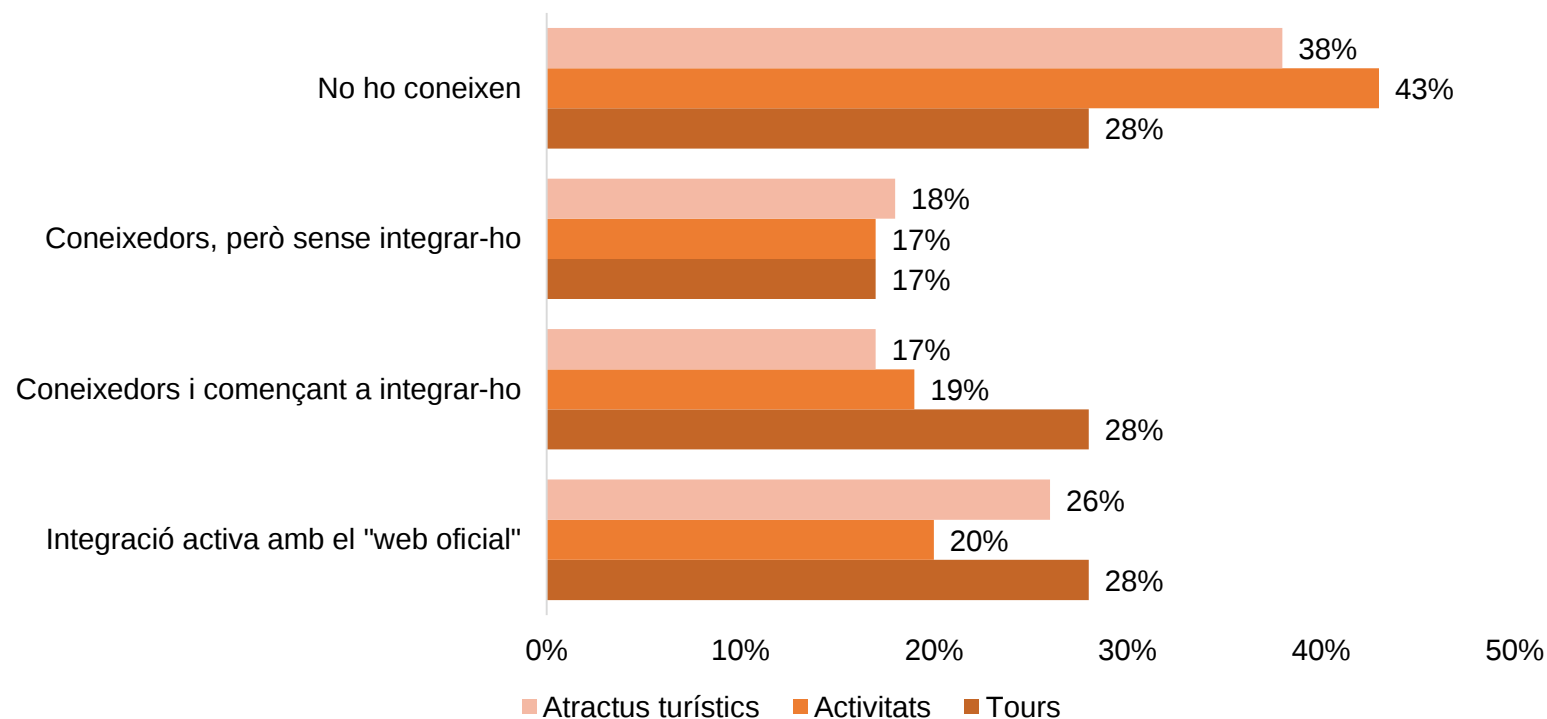
Quines oportunitats brinda la digitalització a les empreses d'activitats?

- Ajuda a les empreses a ser més **competitives**.
- **Millora l'experiència de l'usuari** en el procés d'inspiració, cerca i reserva.
- **Facilita la connectivitat i l'automatització dels processos** entre tots els actors del sector: proveïdors d'activitats, operadors turístics, intermediaris, receptius, agències, agències en línia, entitats de gestió de destinació, entre d'altres.

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats – Google Things To Do

Google Things To Do està transformant la manera com els viatgers s'inspiren i reserven activitats, creant un canal directe de negoci entre les empreses d'activitats i els futurs clients.

Estat de les empreses d'activitats a *Google Things To Do*



Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats – Google Things To Do

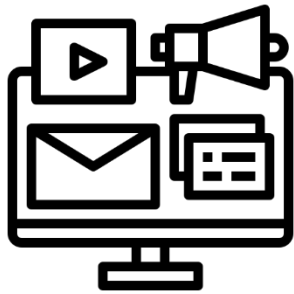


tours in rome

Activities and tours :

Activity	Rating	Reviews	Duration	Price
Rome in a Day Small Group Tour with Vatican and...	5.0 ★	(1,256)	7h	\$188
Rome Night Segway Tour	5.0 ★	(836)	2h 30m	\$83
Full-Day Combo: Colosseum & Best of Rome Walking...	4.5 ★	(1,608)	8h	\$100
Underground Roman Catacombs Tour	4.8 ★	(2,494)	3h	\$76

Anàlisi sobre el subsector d'empreses d'activitats – Oportunitats



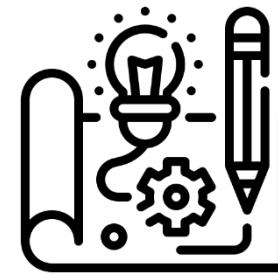
#Digitalització

Transformació digital
per incrementar la
competitivitat.



#Distribució i canals de comercialització

Triar els canals adequats
per arribar al públic
objectiu.



#Creativitat i servei

Productes amb valor afegit i
que garanteixin l'excel·lència
de l'experiència.

Agraïments - Partners

Launch Partner

**GET
YOUR
GUIDE**

Strategic Insights Partners



 **Expian**











Agraïments - Socis

Recolzament en l'enviament de l'enquesta

Activitar	Digitickets	Nexustuors & Juniper Experiences	Touristcheck 360
Adrenaline	Freedome	Oto Trak	Tourpreneur
Asoview	Gotuuri	Palisis	TripShock
BeMyGuest	Great France	Priohub	UKInbound
Bókun	Guruwalk	Prioticket	Veltra
Byfood	HBX Group (formerly Hotelbeds)	Redeam	ResPax
Ceetiz	iTicket / Visit Group	Regiondo	Vox Tours
Checkfront	Latitur	Sojern	Winerist
Checkyeti	Manawa	Toitaly / Towns of Italy	Xola
Civitatis	Marketing Greece	Tourdesk	Zaui

intel·litr.

Gràcies!

