

Con el apoyo de:



VIII Estudio

Pautas de consumo turístico de las familias de España 2020 y perspectivas 2021



RESUMEN
27 de enero 2021



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Para citar datos del estudio de mercado se debe poner: “Tomado del VIII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2020”



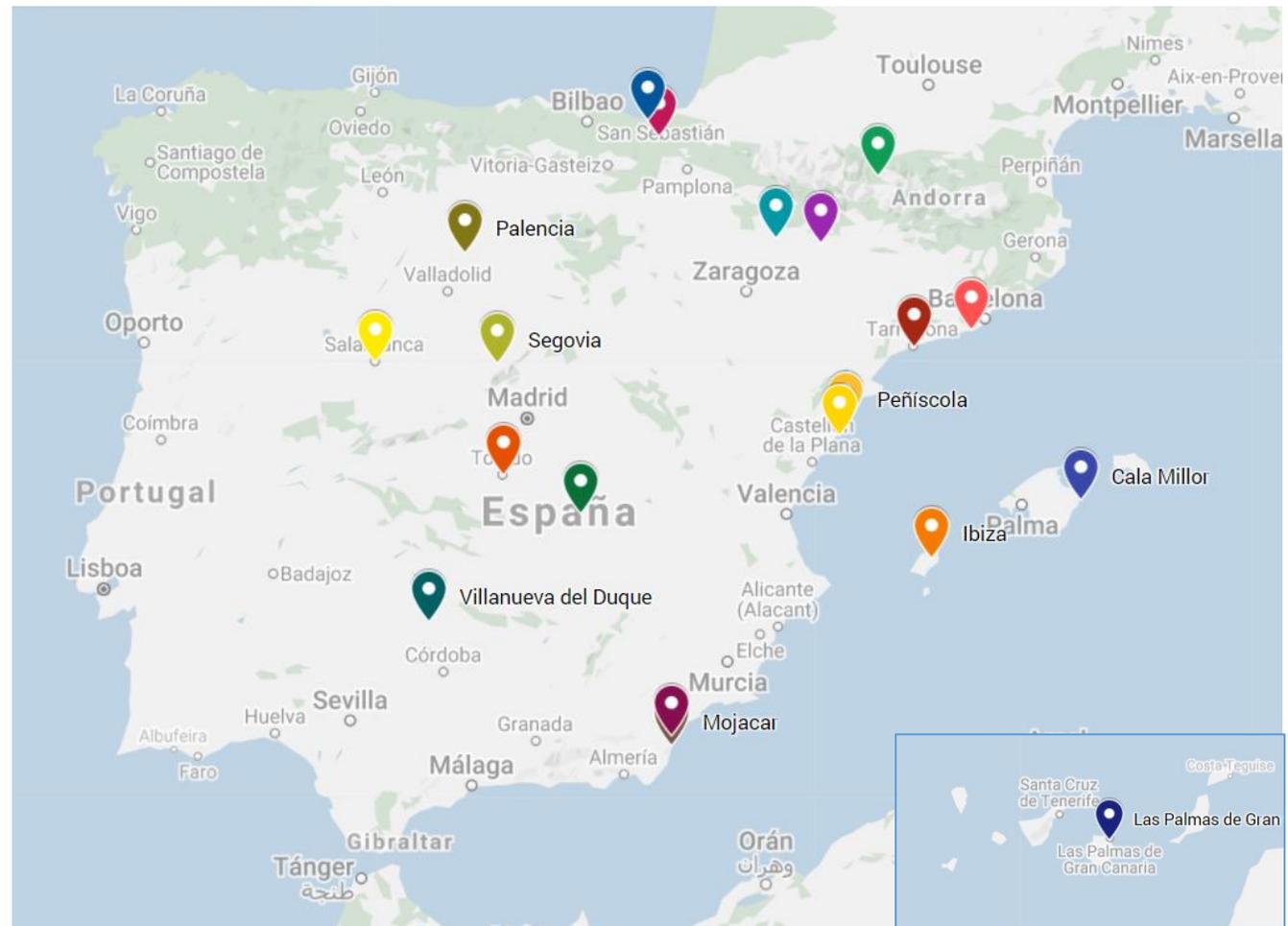
Introducción

- El Club de Producto de Turismo Familiar se sustenta en las empresas y destinos que lo conforman, este año difícil, que se recordara como el peor año para el turismo en España, el sector más afectado de todos los grandes sectores económicos por la pandemia, hemos querido hacer un esfuerzo encaminado a minimizar la incertidumbre sobre el comportamiento de la demanda familiar durante el año 2021.
- El Club nació para visualizar y ofrecer a las familias los mejores destinos y productos enfocados a las familias, y existe gracias a los destinos y empresas que han optado por la certificación con el Sello de Turismo Familiar como aval para su especialización y competitividad, por ello, solo ofrecemos el resultado integro del estudio de mercado en el marco de las ventajas para aquellas empresas y destinos miembros.
- La FEFN, junto con la secretaría técnica del sello, la empresas DNA turismo y ocio, presenta este **VIII ESTUDIO DE DEMANDA DE TURISMO FAMILIAR EN ESPAÑA**, con el objetivo de profundizar en el conocimiento y en la evolución de las principales pautas de consumo turístico de las familias durante este año 2020 y conocer las perspectivas de viaje en el año 2021.
- La recogida de información se efectuó en el mes de noviembre y diciembre del año 2020 mediante una encuesta estructurada que se envió telemáticamente a, entre otros, todos los socios de la FEFN. El presente informe está basado en **864 ENCUESTAS VÁLIDAS** cumplimentadas
- La elevada participación permite presentar resultados que contienen tan sólo un **2,6% de margen de error con un intervalo de confianza del 95%** sobre un universo de 696.798 familias numerosas que registradas en España

○ Agradecer a los siguientes **178 destinos y empresas** su participación en el **Club de Producto de Turismo Familiar**, desde el año 2013 se ha conseguido constituir el club de producto turístico mas numeroso de la historia del turismo español. Gracias a su soporte se puede realizar este estudio de mercado, **invitamos a todos los lectores del estudio disfruten de sus ofertas.**

○ **20 destinos adaptados a las necesidades de las familias:**

- Valle de Arán (Cataluña). Toledo (Castilla-La Mancha), Peñíscola (Comunidad Valenciana), Segovia (Castilla y León). Ibiza (Islas Baleares). Alcossebre (Comunidad Valenciana). Vigo (Galicia). Comarca La Hoya de Huesca (Aragón). Las Palmas de Gran Canaria (Islas Canarias). Mojacar (Andalucía). Tarragona (Cataluña). Cala Millor (Islas Baleares). Villanueva del Duque (Andalucía). Somontano de Barbastro (Aragón). Castelldefels (Cataluña). Salamanca (Castilla y León). Tolosaldea (País Vasco). Palencia (Castilla y León). Cuenca (Castilla-La Mancha). Vera (Andalucía). Zarautz (País Vasco).



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

○ 177 empresas:

- **Actividades en la naturaleza.** Crucero Ambiental Arribes Duero (Castilla y León). Aventura Norte (Asturias). Camino en Familia (Comunidad de Madrid). Delta Yacht Cruisser (Comunidad Valenciana). Ur Pirineos (Aragón). Balfego Tuna (Cataluña). Cruceros Cormoran (Islas Baleares). Kids Ski School (Cataluña). Parc Sama (Cataluña). Turmares (Andalucía). Viu Aventura (Islas Baleares). Gea aventura (Castilla La Mancha). Daroca Park (Comunidad Valenciana). Apne Academy West Europe (Islas Canarias). Aventurex (Extremadura). Nortexplorer(Cantabria)
- **Alojamiento.** Iberostar Cala Barca (Islas Baleares). Iberostar Royal Andalus (Andalucía).Iberostar Las Dalias (Islas Canarias). Gran Duque Marina d'Or (Comunidad Valenciana). Hoteles Mediterráneo (Comunidad Valenciana). Gran Hotel Peñíscola (Comunidad Valenciana). Apartamentos Tamarindos (Comunidad Valenciana). Apartamentos Lagaya (Aragón). Hostal Río Ara (Aragón). Vilar Rural Arnes (Cataluña). Vilar Rural Cardona (Cataluña). Vilar Rural Sant Hilari (Cataluña). P&V Bonavista Bonmont (Cataluña). P&V Terazas Costa del Sol (Andalucía). P&V Fuerteventura Origo Mare (Islas Canarias). P&V Empuria Brava Marina (Cataluña). P&V Estartit (Cataluña). P&V Vila Romana (Cataluña). P&V Barcelona Sants (Cataluña). P&V Salou (Cataluña). P&V Torredembarra (Cataluña). P&V Cala Cristal (Cataluña). P&V Altea Port (Comunidad Valenciana). P&V Altea Beach (Comunidad Valenciana). P&V La Manga Beach (Murcia). P&V Benidorm Levante (Comunidad Valenciana). P&V Benidorm Poniente (Comunidad Valenciana). P&V Mojácar Playa (Andalucía). P&V Roquetas de Mar (Andalucía). P&V Benalmádena Príncipe (Andalucía). P&V Estepona (Andalucía). P&V Sevilla (Andalucía). P&V Andorra El Tarter (Andorra). P&V Mallorca Portomar (Islas Baleares). P&V Mallorca Vistalegre (Islas Baleares). P&V Estartit Playa (Cataluña). P&V Blanes Playa (Cataluña). P&V Hotel Roses Monterey (Cataluña). P&V Comarruga (Cataluña). P&V Andorra Bordes d'Envalira (Andorra). P&V Pas de la Casa Princesa (Andorra). P&V Pas de la Casa Alaska (Andorra). P&V Hotel Bahía Calpe (Comunidad Valenciana). PV Himalia Baqueira (Cataluña). PV Salou Beach (Cataluña). PV Mallorca Cecilia (Islas Baleares). Hotel Playas de Torre Vieja (Comunidad Valenciana). Suitopia (Comunidad Valenciana). Apartamentos Port Sa Playa (Comunidad Valenciana). Marina turquesa (Andalucía). Casual Madrid (Comunidad de Madrid). Casual Malaga (Andalucía). Casual Valencia Vintage (Comunidad de Madrid). Casual Valencia Cine (Comunidad Valenciana). Casual Valencia de las Artes (Comunidad Valenciana). Casyual Sevilla letras (Andalucía). Casual Sevilla Don Juan (Andalucía). Hotel Petit Goierri (País Vasco). Terrazas de Abama (Islas Canarias). Key Family Paradise (Cataluña). Key Family loft Las Ramblas (Cataluña). Key Family Lovely Villa (Cataluña). Winderful Hoste Café (La Rioja). Hotel del juguete (Comunidad Valenciana). Hotel Suite Villa Maria (Islas Canarias). Palacio de Olza (Navarra)

- **Camping/Rural/Albergues.** Camping Alania Guardamar (Comunidad Valenciana). Camping Alania Costablanca (Comunidad Valenciana). Camping Boltaña (Aragón). Complejo rural El Capriolo (Comunidad de Madrid). Cabañas rurales Valle Gabriel (Castilla La Mancha). Camping Monteholiday (Comunidad de Madrid). Camping Zumaia (País Vasco). Camping Bañares (La Rioja). Camping La Siesta (Cataluña). Camping Zaragoza (Aragón). C.R. Fernando Egea (Navarra). Camping Cabopino (Andalucía). Complejo rural La Tejera (Castilla La Mancha). Camping El Pinar (Cataluña). Camping La Masía (Cataluña). Camping Stel (Cataluña). Camping L'Estanyet (Cataluña). Camping Alua (Andalucía). C.R. Alberic (Aragón). Camping Laspaules (Aragón). Camping Alannia Els Prats (Cataluña). CR La Madrigata (Castilla y León). CR los 20 Pilares (Andalucía). CR Melones (Comunidad de Madrid). Apartamento Llançà Fede Prats (Cataluña). CR Etxelaia (País Vasco). CR Los Pájaros (Castilla La Mancha). CR Los Huetos País Vasco). Albergue Fuerte Nagüeles (Andalucía). CR La Tarja (Castilla y León). CR La Solana de Jaca (Aragón). Camping La Ampolla (Cataluña). Camping Armanello (Comunidad Valenciana). Villa Urbasa (Euskadi). Albergue Pere Tarres (Cataluña). Camping Los Sauces (Asturias). Camping La Montañesa (Aragón). Refugio de Riglos (Aragón). Hostel Generator Madrid (Comunidad de Madrid). Hostel Generator Barcelona (Cataluña)
- **AAVV/TTOO/OTA's/Plataformas alquiler.** Viajes Eroski (País Vasco). Viajes Masdeuatro (País Vasco). Interhome (Cataluña). Logitravel (Islas Baleares). Planeta40 (Aragón). Carrefour Viajes (Comunidad de Madrid). Europlayas (Islas Baleares). Homeaway (Comunidad de Madrid). Fincas Majorica (Islas Baleares). Apartamentos 3000 (Aragón). Viajes Pangea (Cataluña)
- **Estaciones de esquí.** Candanchú (Aragón)
- **Cruceros.** MSC Cruceros. Balearia
- **Coche de alquiler.** Europcar, Enterprise
- **Restaurantes.** O'Planet (Comunidad de Madrid)
- **Parques de ocio.** Senda Viva (Navarra). Terra Natura (Comunidad Valenciana)

ESTRUCTURA DEL ESTUDIO COMPLETO + PREGUNTAS ADHOC DE MIEMBROS DEL CLUB



01

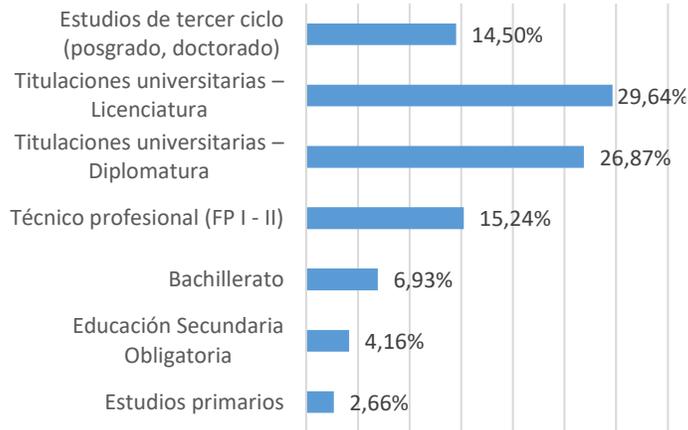
Perfil de las familias encuestadas



Hogares con promedio de **5,1 miembros**
3,1 hijos por hogar

Edad promedio de los padres **45,5 años**

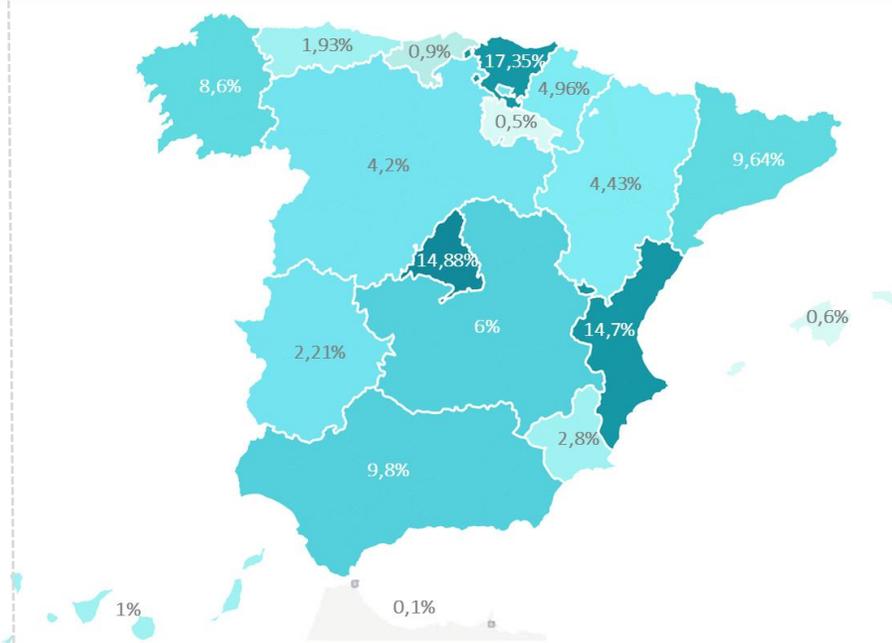
Edad promedio de los hijos **10,2 años**



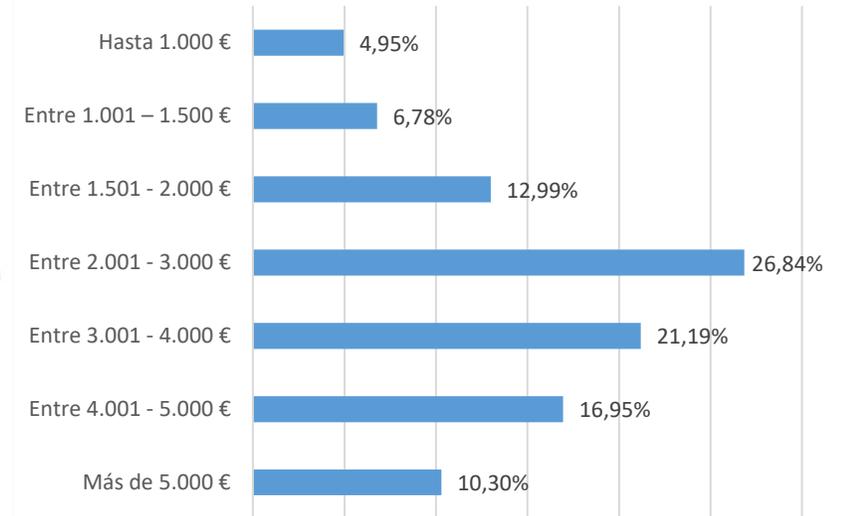
964 respuestas válidas
64% ♀ y 36% ♂

Perfil de familias encuestadas

Procedencia



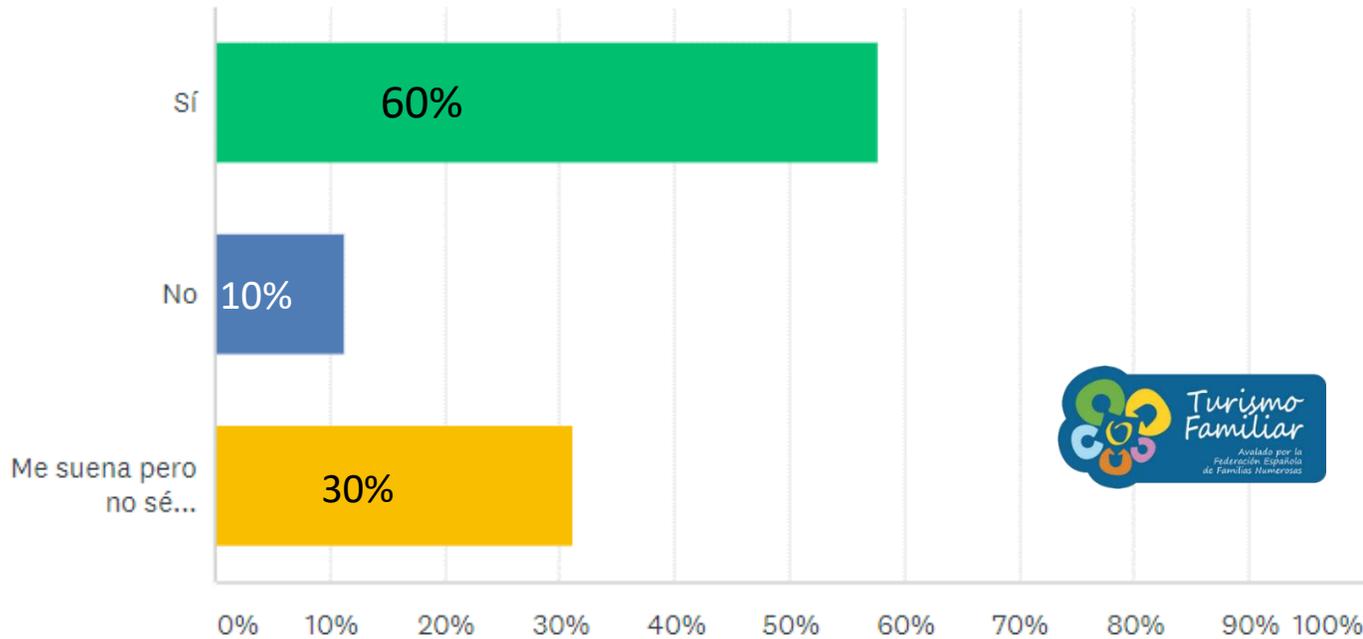
Ingresos mensuales



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Perfil de familias encuestadas

¿CONOCE EL SELLO DE TURISMO FAMILIAR DE LA FEFN?



Desde el año 2013, año de creación del Club de Producto de Turismo Familiar, el grado de conocimiento de mismo por parte de las familias va aumentando. El 60% de las familias lo conocen.

Conocimiento del Sello de Turismo Familiar



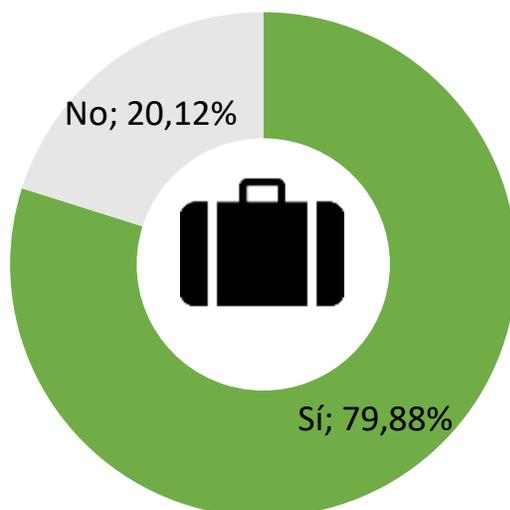
02

Los viajes en familia en 2020

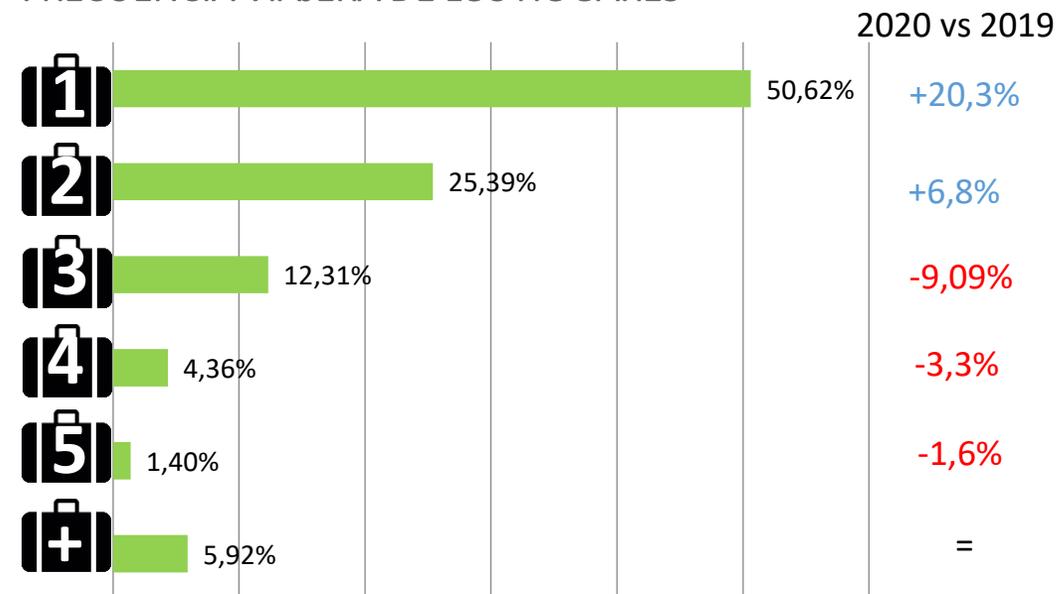
Los viajes en familia en 2020

Frecuencia y tipología de viajes

¿Ha realizado algún viaje de vacaciones en el último año (2020)?



FRECUENCIA VIAJERA DE LOS HOGARES



* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2019

Un 80% de las familias ha realizado al menos un viaje de vacaciones en 2020, un 8 % menos que en el año 2019.

Un 20% de las familias no ha realizado viajes en 2020, un 8% más que en 2019.

El 50% de las familias que han viajado solo ha realizado un viaje al año

En el último año se ha incrementado el número de familias que solamente realizan un viaje al año, representando el 50,62% de las familias (+20,3%); mientras que han disminuido las familias que realizan 3 o más viajes al año (-14%).

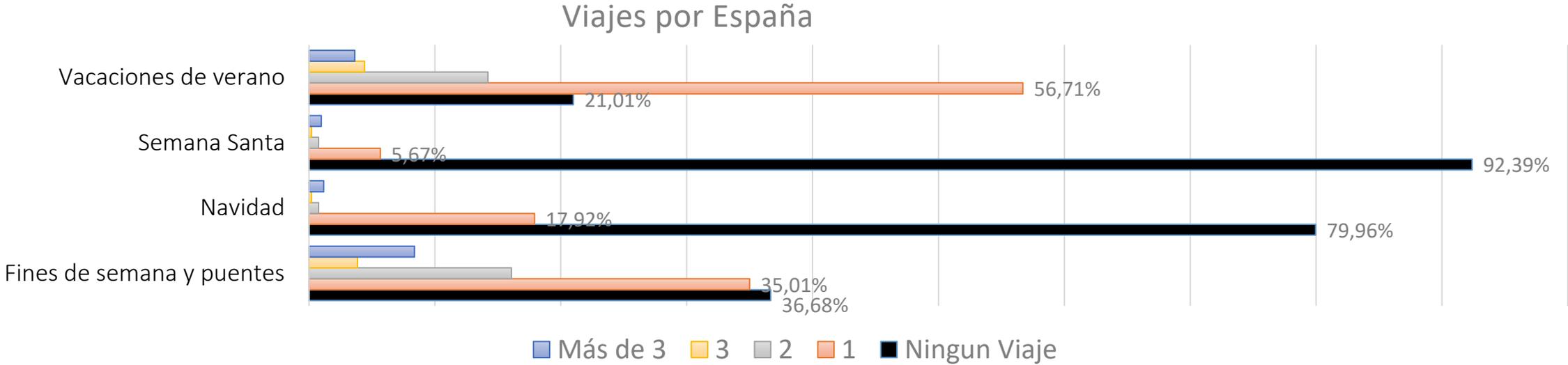
Los viajes en familia en 2020

Frecuencia y tipología de viajes

En promedio en 2020 se han realizado

2020: 1,6 viajes por España (2019: 3,92 viajes) -2,32

2020: 0,3 viajes al extranjero (2019: 1,6 viajes) -1,3



El **92%** de las familias **no ha realizado** ningún viaje por España en **Semana Santa 2020** (52% en 2019)

El **80%** de las familias **no ha realizado** ningún viaje por España en **Navidad 2020** (52% en 2019)

El **79%** de las familias **ha realizado** al menos un viaje en **Verano** (86% en 2019)

El **63%** de las familias **ha realizado** al menos un viaje en **fines de semana y puentes** (83% en 2019)

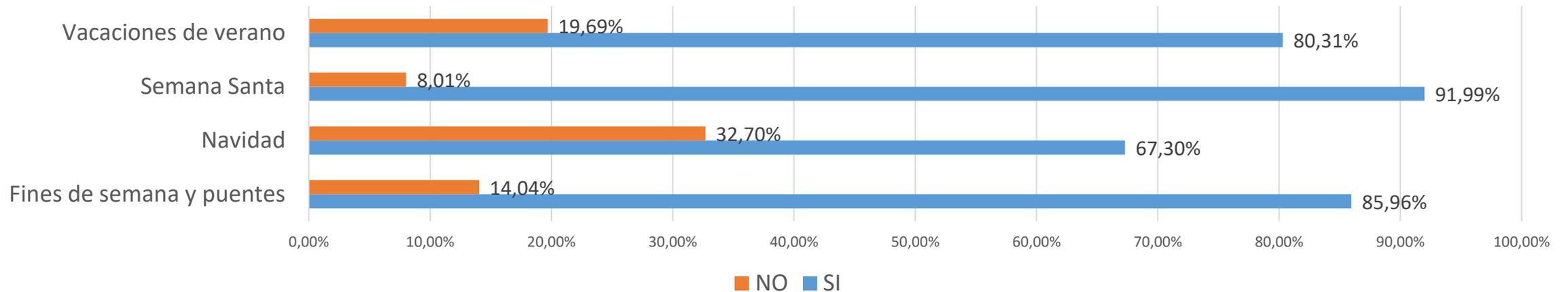
Los viajes al extranjero han sido residuales, los pocos que se han realizado se han concentrado en los meses de verano

Los viajes en familia en 2020

Condicionamiento por pandemia Covid 19

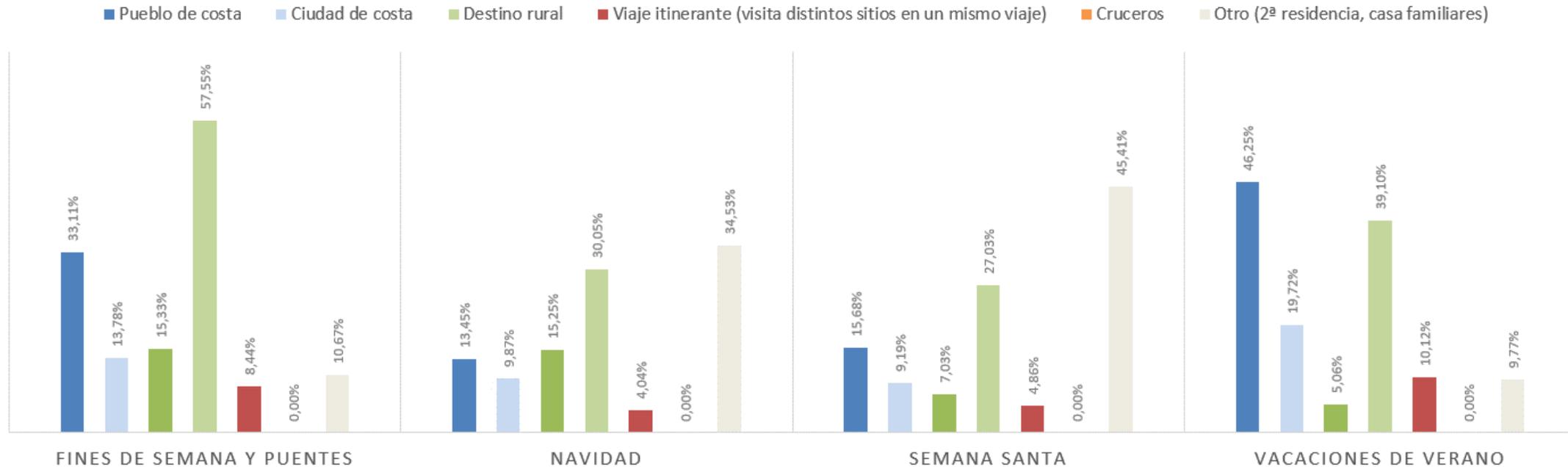
02

En este año 2020 ¿ha visto condicionada la elección de su destino de vacaciones o escapadas por la pandemia del Covid-19?



Las restricciones de movilidad y la confianza en la seguridad / salubridad han condicionado los hábitos viajeros de las familias en 2020. En Semana Santa, el 92% de las familias han visto condicionados los viajes por la pandemia, el 86% han visto condicionados sus viajes en fines de semana y puentes, el 80% condicionaron sus viajes en verano por la pandemia, y el 67% en Navidad

En estos viajes en familia del año 2020, ¿a qué tipo de destinos ha viajado?

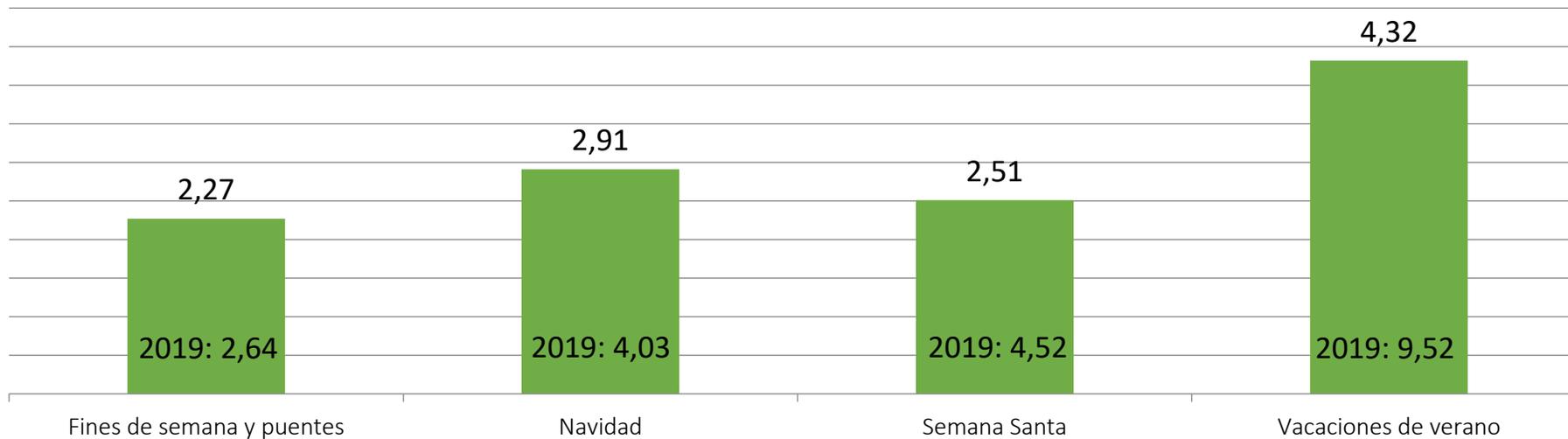


Los destinos de turismo rural han sido los preferidos en casi todas épocas de viaje.

Excepto en verano donde los pueblos de costa ha sido el destinos preferidos por las familias, seguido por los destinos de turismo rural. (En 2019 los pueblos de costa fueron los destinos elegidos en todas épocas del año excepto en fines de semana y festivos)

La opción de **cruceros para los viajes ha desaparecido** para la demanda familiar. En Navidad y Semana Santa las familias han optado por viajar a segundas residencias / casa de familiares. Los viajes a varios destinos en un mismo viaje han descendido respecto a 2019 donde representaban el 16,8% de media en todos los periodos vacacionales

Para los viajes indicados, ¿puede decirnos la **estancia media** de cada uno de ellos (número de noches de alojamiento)?



Viajes mas cortos en todas épocas del año.

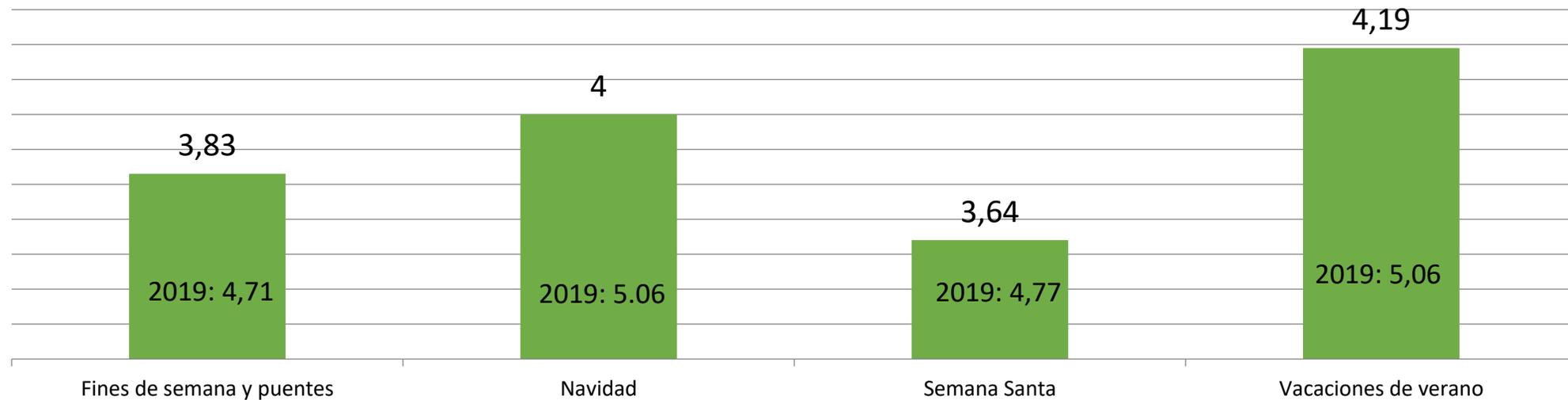
El mayor descenso de la estancia media es en **Verano, 5,2 noches menos de estancia media**; seguido de los viajes en **Semana Santa , 2.01 noche menos**; **Navidad, 1,12 noches menos**; y **fines de semana y puentes, donde la estancia media se ha reducido 0,27 noches**

Los viajes en familia en 2020

Personas de la unidad familiar que viajan

02

Para los viajes indicados, ¿puede decirnos **cuántas personas** han viajado en total incluido usted (número de miembros de la familia que viajaron)?



Vacaciones con menos miembros de la unidad familiar.

Especialmente en las vacaciones de **Semana Santa (-1,13 miembros)**, **Navidad (-1,06 miembros)** y **fines de semana y puentes (-0,88)** y **verano (-0,87 miembros)**.

Los viajes en familia en 2020

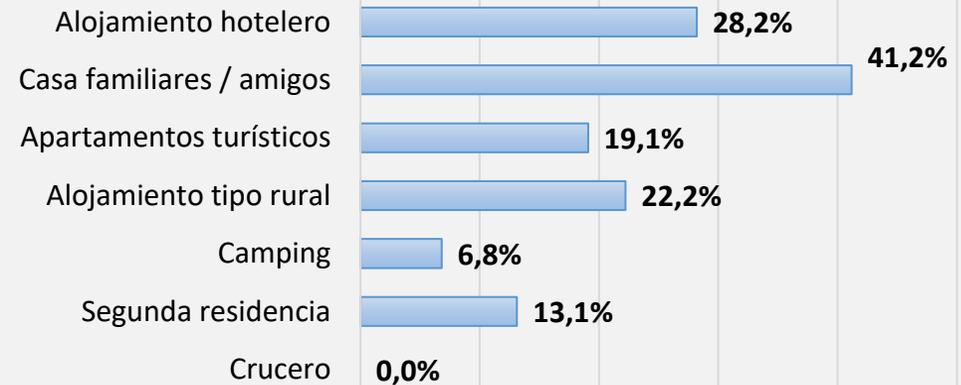
Tipo de alojamiento utilizado

CÓMO VIAJAN (2019)

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



CÓMO VIAJAN (2020)



Las familias optan por alojamientos mas económicos, prima el ahorro de las familias en las vacaciones.

Respecto al año 2019, los únicos alojamientos utilizados por las familias que ascienden son el **alojamiento en casas de familiares y amigos (+4,2%)** y la **utilización de la segunda residencia (+2,8%)**, dato que muestra el criterio de ahorro de las familias en tiempos de pandemia, dato alineado con la subida de la tasa de ahorro de los hogares españoles que se estima en el 31,1% (valor más alto de toda la serie iniciada en 1999. Fuente INE

El **alojamiento rural es el único alojamiento turístico reglado que mejora cifra respecto a 2019, subiendo un 0,7%**

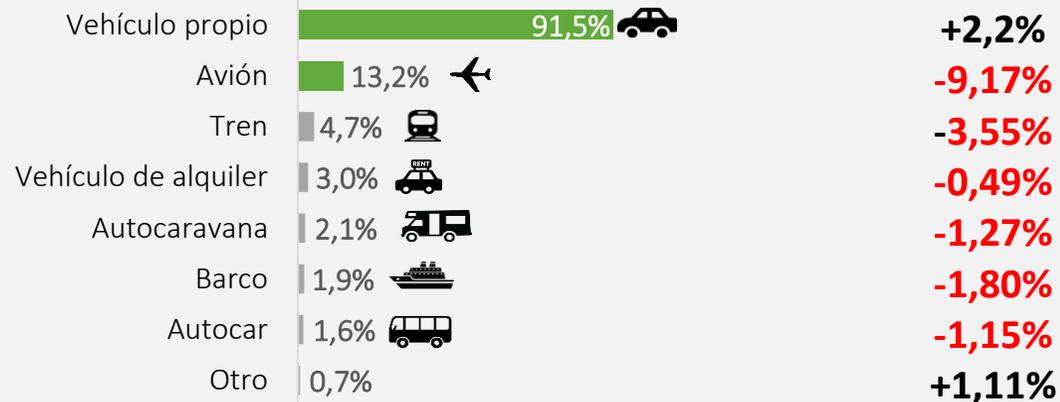
Los viajes en familia en 2020

Tipo de transporte utilizado

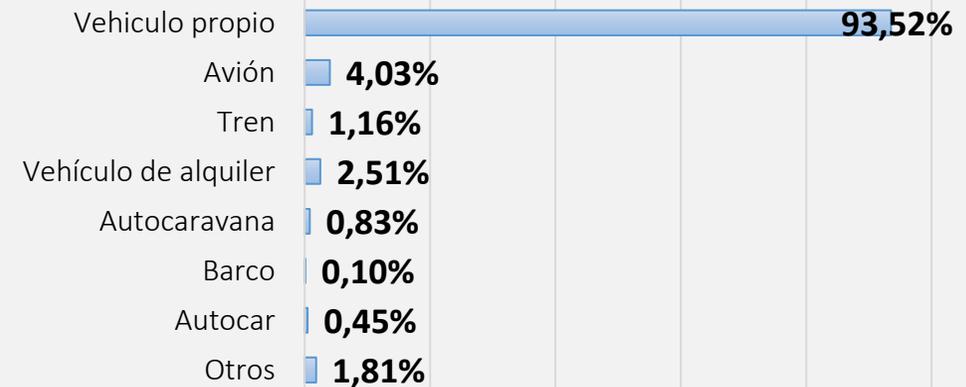
02

CÓMO VIAJAN (2019)

TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADO



CÓMO VIAJAN (2020)



Las familias optan por transporte propio, prima el ahorro de las familias en las vacaciones.

Respecto al año 2019, **el único medio de transporte que sube es el vehículo propio**, en otros se menciona vehículo compartido con otras familias. El medio de transporte que mas baja respecto a 2019 es el avión, seguido del tren, el barco y el autocar, todos ellos medios de transporte colectivos. Las autocaravanas también bajan respecto a 2019 como vehículo utilizado en el 1,27%

Los viajes en familia en 2020

Gasto, presupuesto total del viaje

	Gasto promedio viaje total	Estancia media (días)	Gasto promedio familia y día	Personas por viaje	Gasto promedio persona y día
 Fines de semana y puentes	2019: 909 € 2020: 655 €	2019: 2,60 2020: 2,27	2019: 349 € 2020: 288 €	2019: 4,71 2020: 3,83	2019: 74 € 2020: 75 €
 Navidad	2019: 770 € 2020: 774 €	2019: 4,03 2020: 2,91	2019: 191 € 2020: 265 €	2019: 4,79 2020: 4	2019: 39 € 2020: 66 €
 Semana Santa	2019: 915 € 2020: 394 €	2019: 4,52 2020: 2,51	2019: 202 € 2020: 156 €	2019: 4,77 2020: 3,64	2019: 42 € 2020: 43 €
 Vacaciones de verano	2019: 1.954 € 2020: 1.387 €	2019: 9,52 2020: 4,32	2019: 205 € 2020: 321€	2019: 5,06 2020: 4,19	2019: 40 € 2020: 77 €

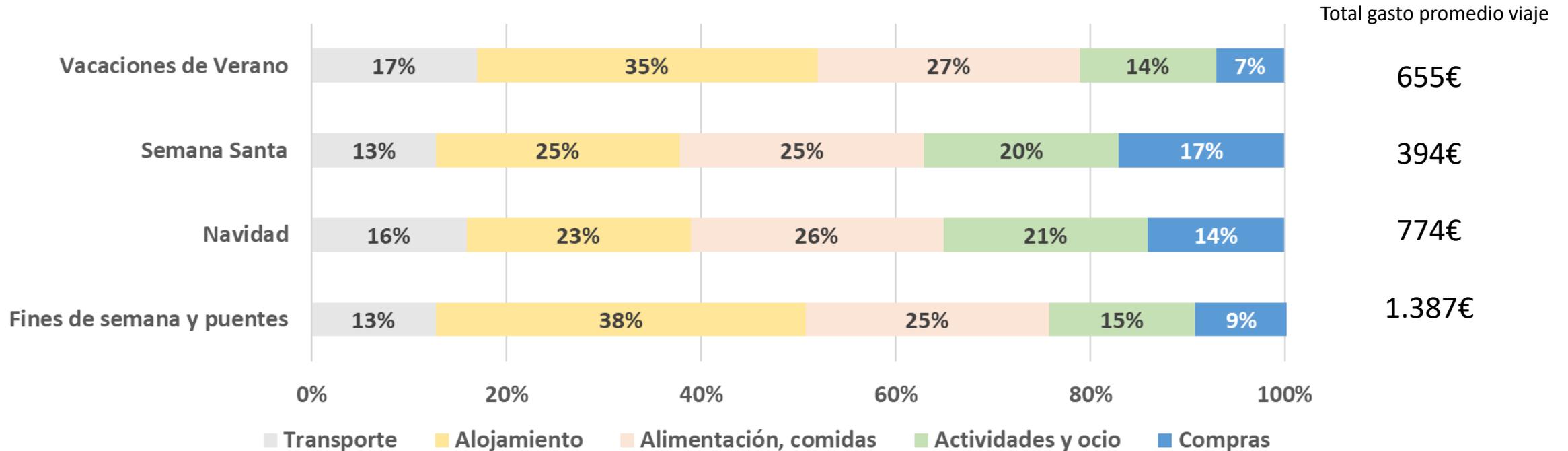
* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2019

El gasto medio total en viajes de las familias en todas épocas del año baja respecto a 2019 excepto Navidad.

El gasto promedio que mas baja en 2020 es en los viajes de **Semana Santa (-56%)**, en **verano (-29%)** y en **fines de semana y puentes (-27%)**. En 2020 solo ha sido mas alto el gasto promedio en Navidad. Las familias han realizado viajes mas cortos y con menos miembros de la familia por lo que el gasto promedio por persona y día ha subido en todos los periodos, especialmente en las vacaciones de verano y la Navidad.

Los viajes en familia en 2020

Gasto, presupuesto total del viaje



El gasto en alojamiento es el principal en todos periodos vacacionales, excepto en Navidad que es superado por el gasto en alimentación y comidas. El mayor gasto en transporte se realiza en verano, y representa un 17% del total del gasto. La alimentación y comidas es el segundo gasto mas importante. El mayor gasto en actividades se realiza en Navidad, seguido de Semana Santa, fines de semana y puentes y representa solo el 14% del gasto de las vacaciones de varano El gasto en compras mas importante se realiza en Semana Santa, Navidad, fines de semana y puentes y verano, en este orden

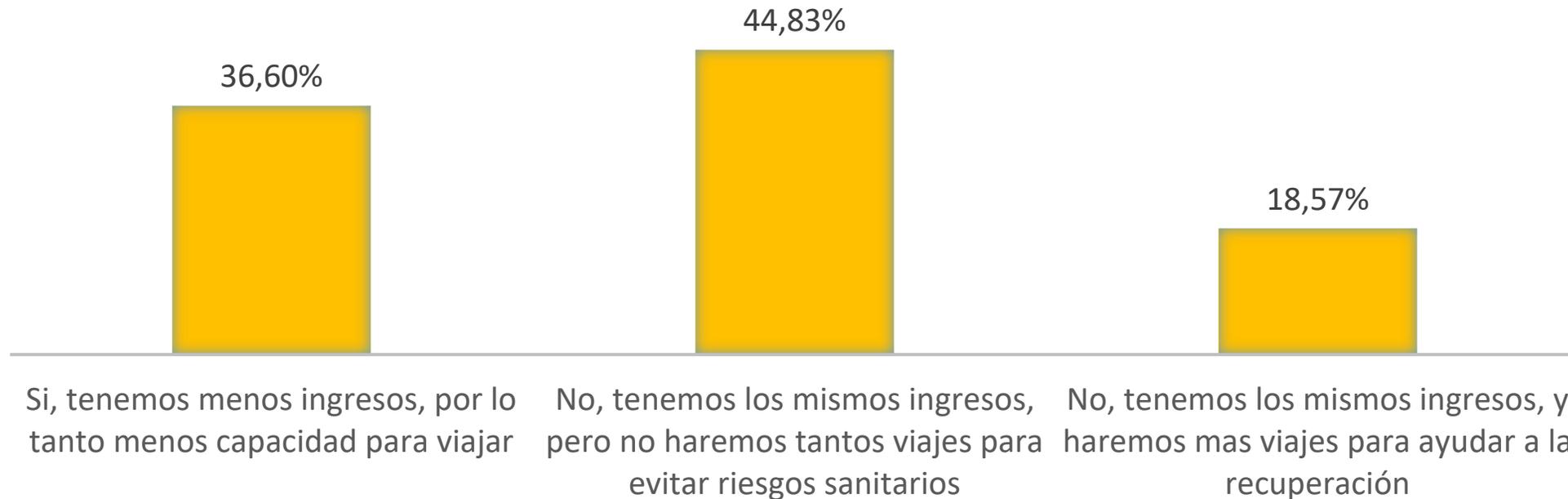
03

Perspectivas de consumo turístico 2021

Perspectivas de consumo turístico 2021

¿Ha afectado la pandemia a los ingresos de su hogar? ¿En que medida afecta a sus viajes?

03



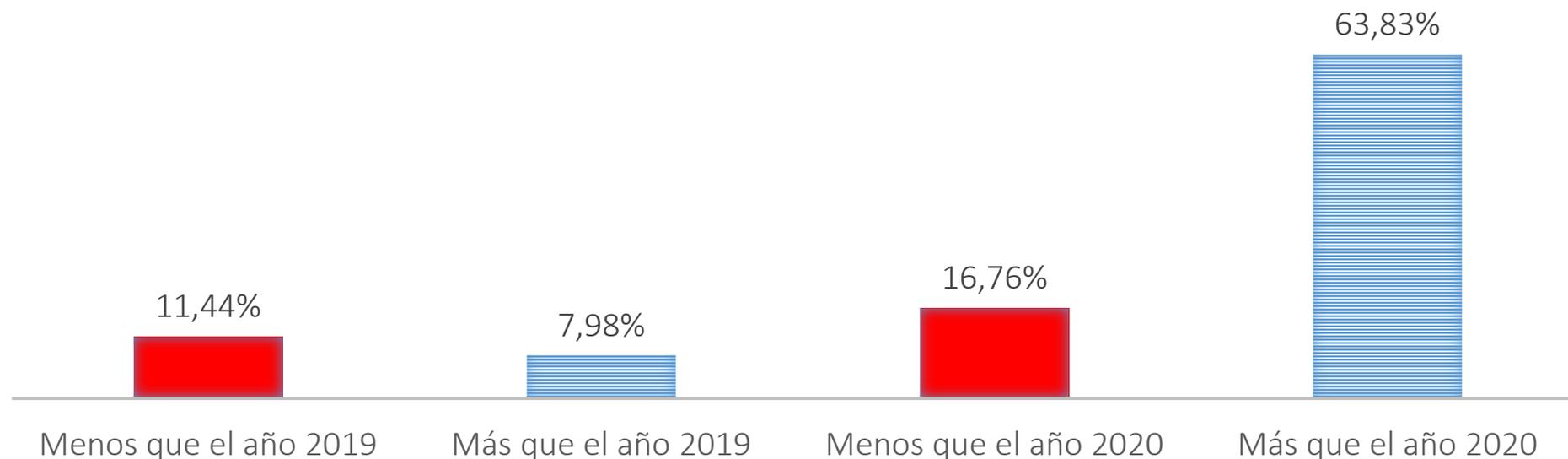
La mayoría de las familias, un 44,83%, no ha visto afectados los ingresos del hogar por la pandemia, **pero no hará tantos viajes para evitar riesgos sanitarios.**

Un 36,60% de las familias declara que la pandemia ha afectado a los ingresos del hogar y por lo tanto tienen **menos capacidad para viajar.**

Un 18,57% declara no ha visto afectados los ingresos del hogar por la pandemia y que hará **mas viajes para ayudar a recuperar el sector**

Perspectivas de consumo turístico 2021

El año que viene (Año 2021) ¿gastará en viajes y turismo más o menos?

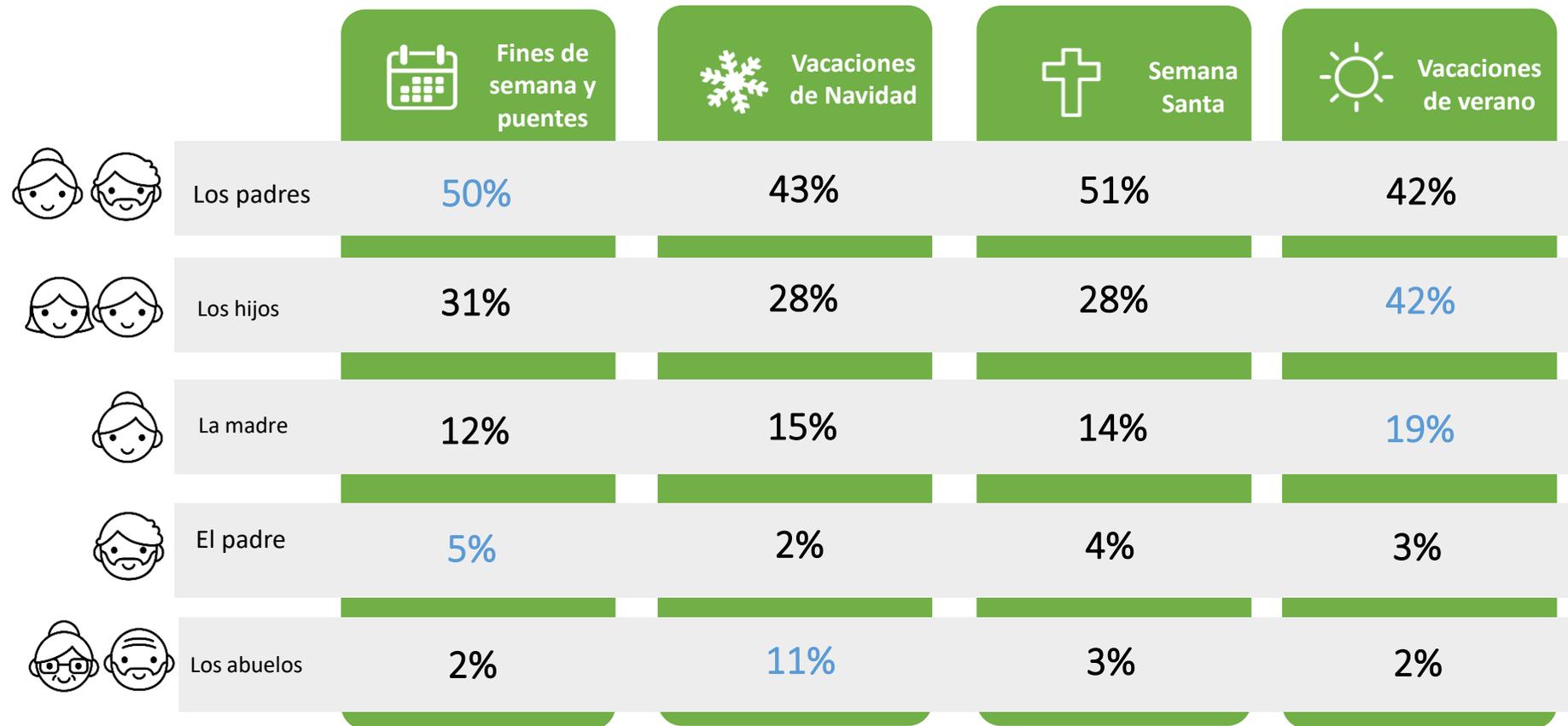


El **71,81%** de las familias, la mayoría, declara que en el año 2021 **gastará más** que en el año 2019 en viajes y turismo (7,98%) y mas que el año 2020 (el 63,83%)

El **28,20%** de las familias declara que en el año 2021 **gastará menos** que en el año 2019 (el 11,44%) y menos que en el año 2020 (el 16,76%)

Perspectivas de consumo turístico 2021

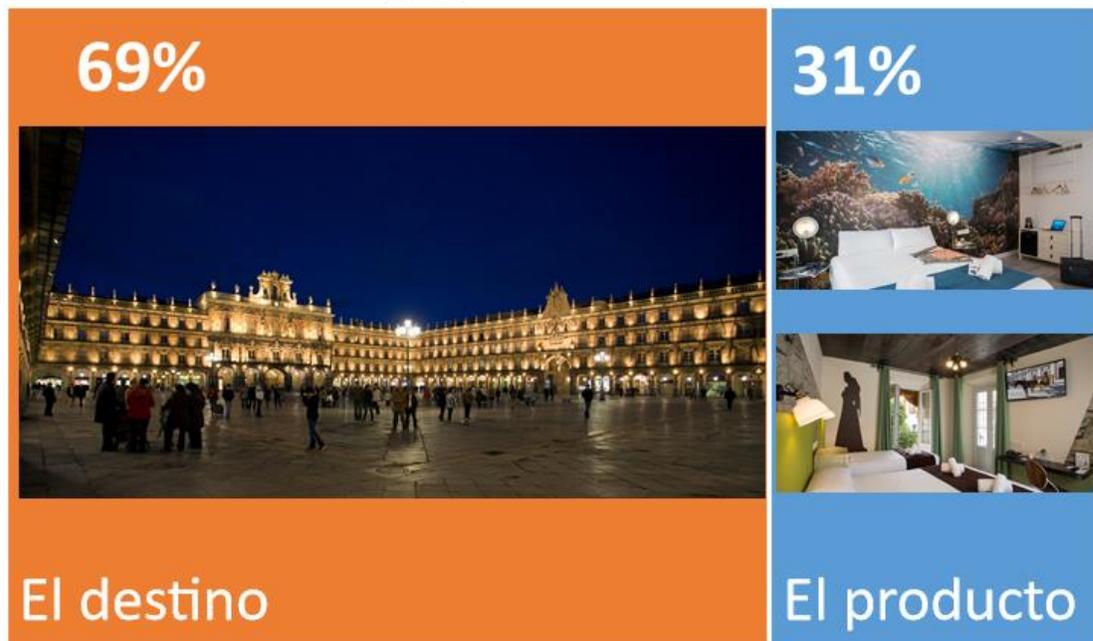
¿Qué miembro de la familia influirá mas sobre el lugar del viaje para 2021?



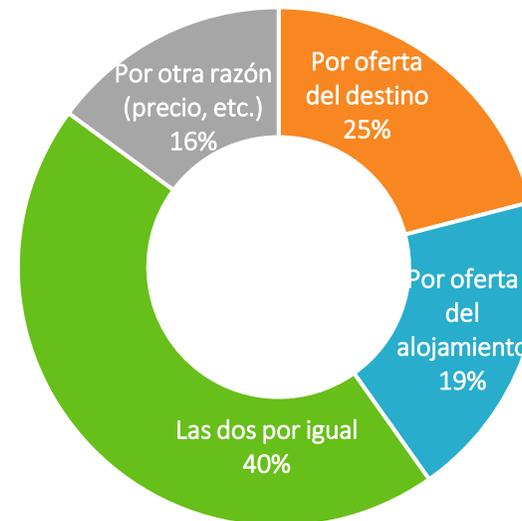
Los padres son los miembros de la familia que mas influyen en la elección del destino para 2021 en todas épocas del año, destaca el peso de la decisión de los hijos en verano, al igual que el peso de la decisión de la madre. Los abuelos influyen en un 11% de las familias encuestadas la decisión del destino en los viajes de Navidad. El padre tiene poca influencia en la decisión de las vacaciones en todos periodos vacacionales

Perspectivas de consumo turístico 2021

A la hora de escoger y programar un viaje para el año 2021, ¿qué es más importante para su familia: el producto (hoteles, parques, restaurantes, transporte, oferta de ocio...) o el destino (lugar geográfico)?

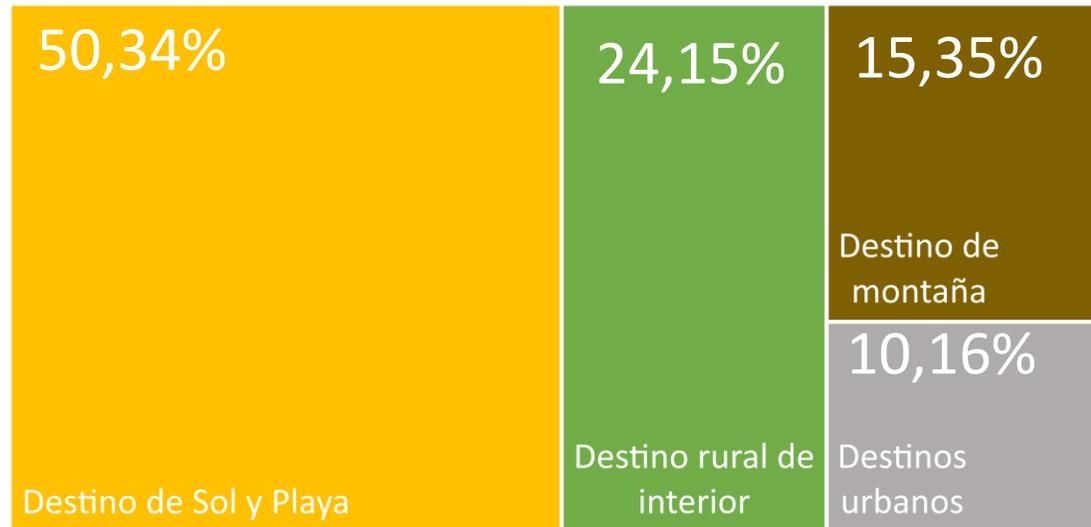


¿CÓMO ELIGE LA FAMILIA EL DESTINO?

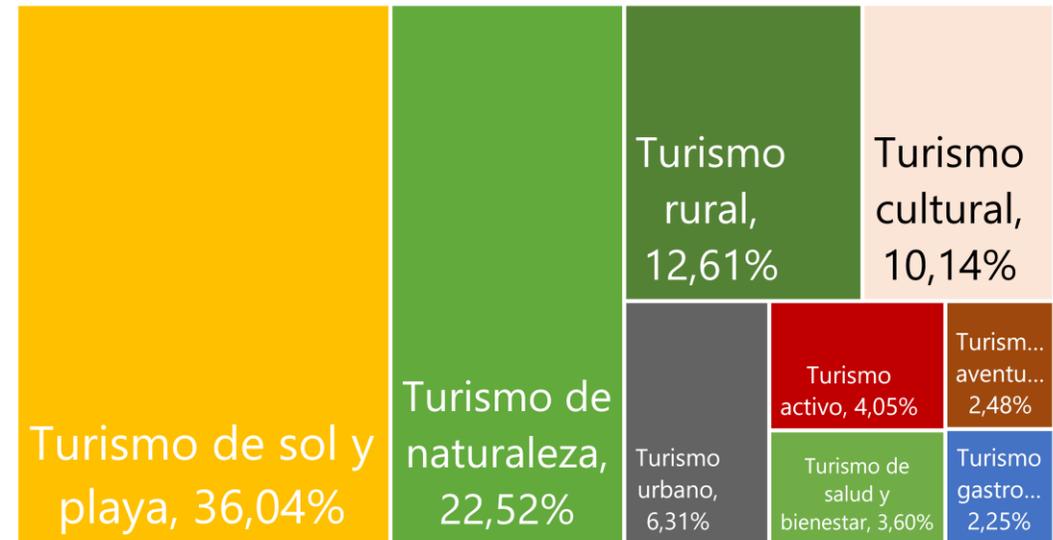


El destino influye cada vez más a la hora de elegir el destino, su importancia ha incrementado un 11% en los últimos tres años. La oferta del destino es la principal variable de selección, entendida como la oferta de alojamiento, restauración y actividades, la oferta de alojamiento es una variable importante pero pierde peso respecto a los últimos tres años (21% en 2017)

A la hora de escoger y programar un viaje para el año que viene (2021), ¿Qué tipo de destino elegirá?



A la hora de escoger y programar un viaje para el año que viene (2021), ¿Qué tipo de turismo elegirá?



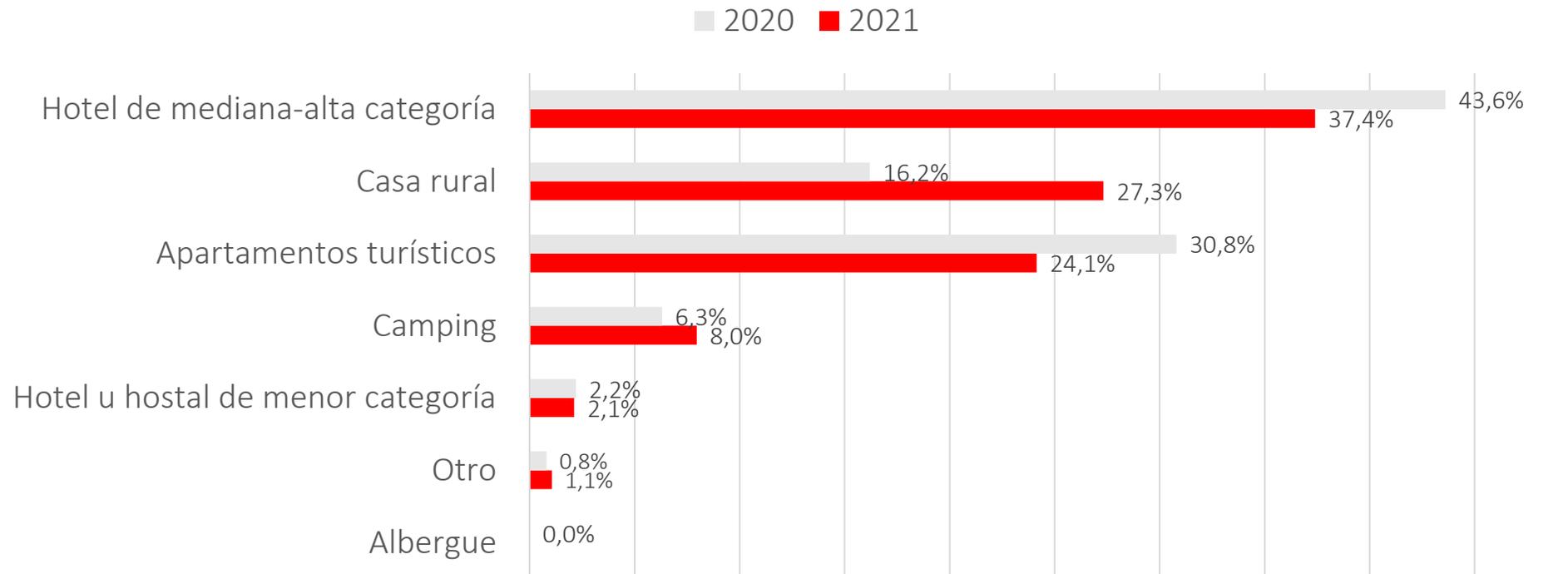
Los destinos de sol y playa son los mas demandados por las familias para programar un viaje en 2021, seguidos de los destinos rurales de interior, los de montaña y por últimos los destinos urbanos, donde solo un 10% de las familias los seleccionan para programar un viaje en 2021.

Los tipos de turismo que se ofrecen al aire libre son los prioritarios, entre ellos el turismo de sol y playa vuelve a ser el preferido por las familias, junto con el turismo de naturaleza, turismo rural y el turismo cultural que baja de posición, el turismo urbano solo lo escoge para programar un viaje en 2021 el 6% de las familias

Perspectivas de consumo turístico 2021

03

Si pudiera escoger, ¿qué tipo de alojamiento elegiría para los viajes en familia en 2021?

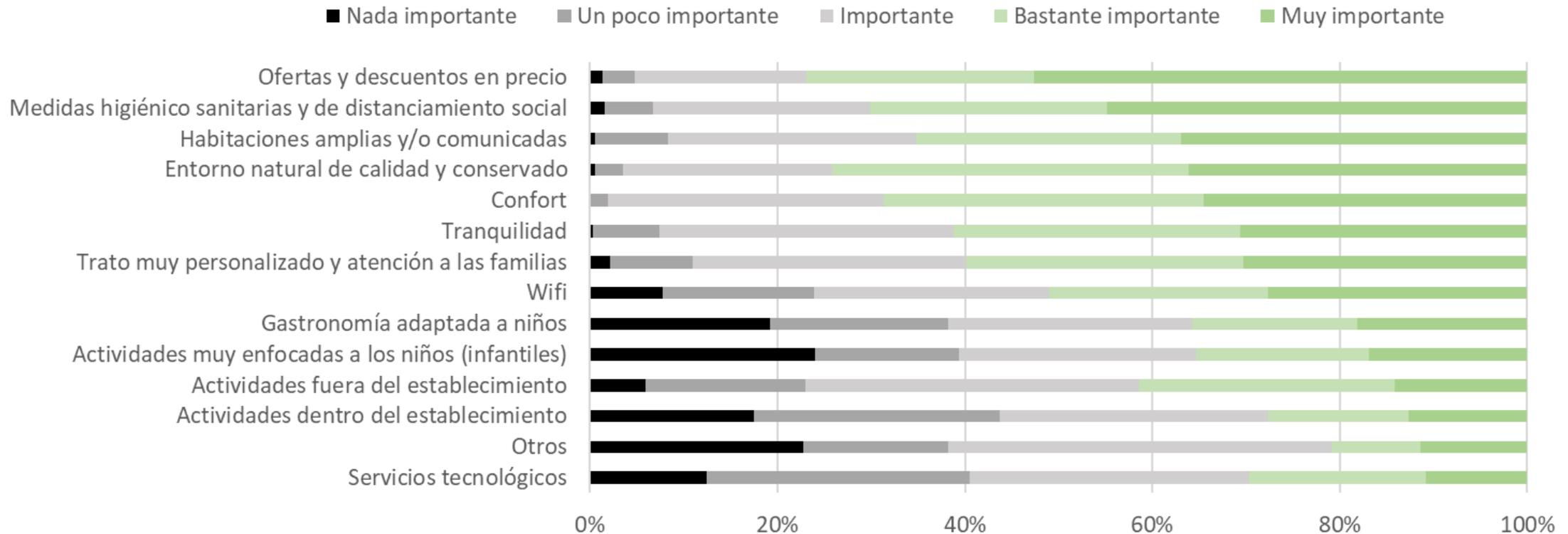


Los apartamentos (-6,7%) y los hoteles de mediana-alta categoría (-6,2%) bajan como opción de alojamiento respecto al año pasado, este 12,9% es similar a lo que crecen como opción de alojamiento las casas rurales (+11,1%) y los camping (+1,7%)

Perspectivas de consumo turístico 2021

03

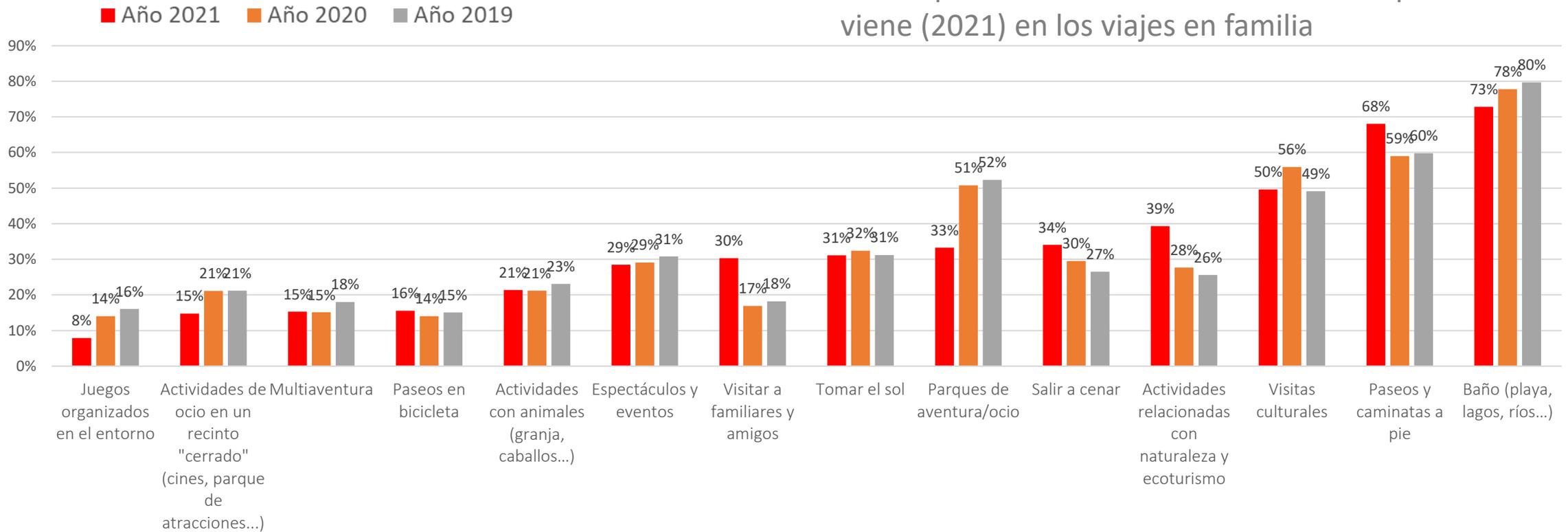
¿Qué espera encontrar el año que viene (2021) en un alojamiento cuando viaja en familia?



Las ofertas y descuentos en precio, las medidas higiénico sanitarias y de distanciamiento social, las habitaciones amplias y/o comunicadas y un entorno natural de calidad y conservado son los cuatro factores que esperan encontrar las familias en sus viajes 2021. Por el contrario se le da muy poca importancia a los servicios tecnológicos y las actividades dentro del establecimiento

Perspectivas de consumo turístico 2021

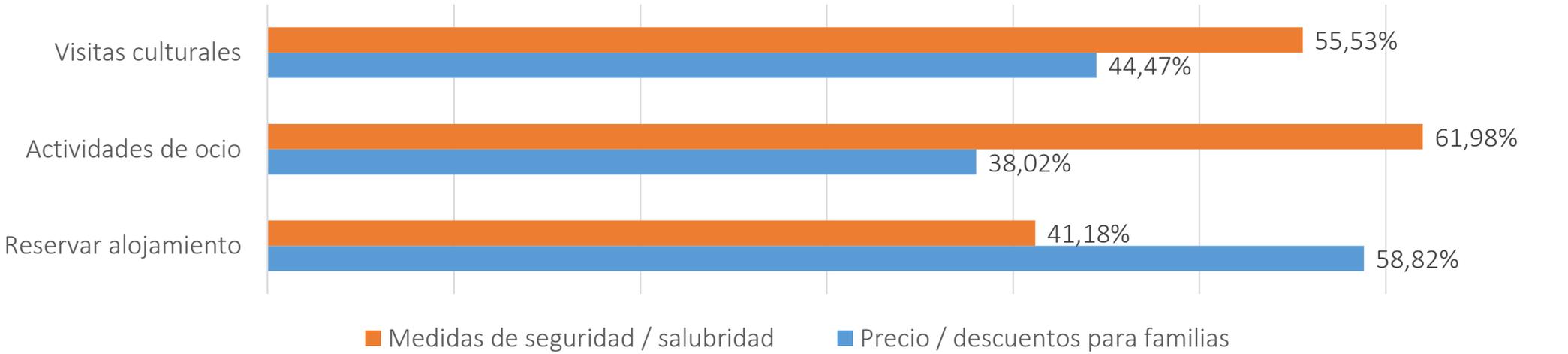
Las actividades que mas le interesa realizar el año que viene (2021) en los viajes en familia



Las actividades que mas suben respecto a años anteriores son los **paseos a pie y caminatas, las actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo, y visita a familiares y amigos** (efectos los tres de los confinamientos y limitaciones de movilidad derivadas de la pandemia). Las actividades que mas bajan respecto a años anteriores son los **parques de aventura y ocio, un 18% menos que el año anterior**

Perspectivas de consumo turístico 2021

En 2021 ¿Será mas importantes el precio o las medidas de seguridad a la hora de contratar los siguientes servicios?



Solamente en las reservas de alojamiento primará mas el precio que las medidas de seguridad / salubridad.

Destaca la importancia de las medidas de seguridad / salubridad para contratar actividades de ocio, casi el doble de importantes que el factor precio.

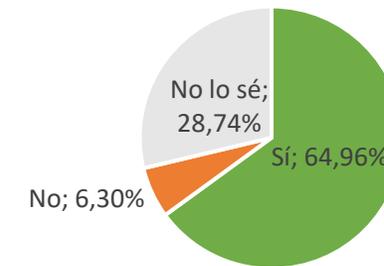
En las visitas culturales también será mas importante la seguridad / salubridad que el precio

©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Nos gustaría saber qué valoración tiene de las siguientes medidas sanitarias que han implantado los destinos y empresas turísticas.

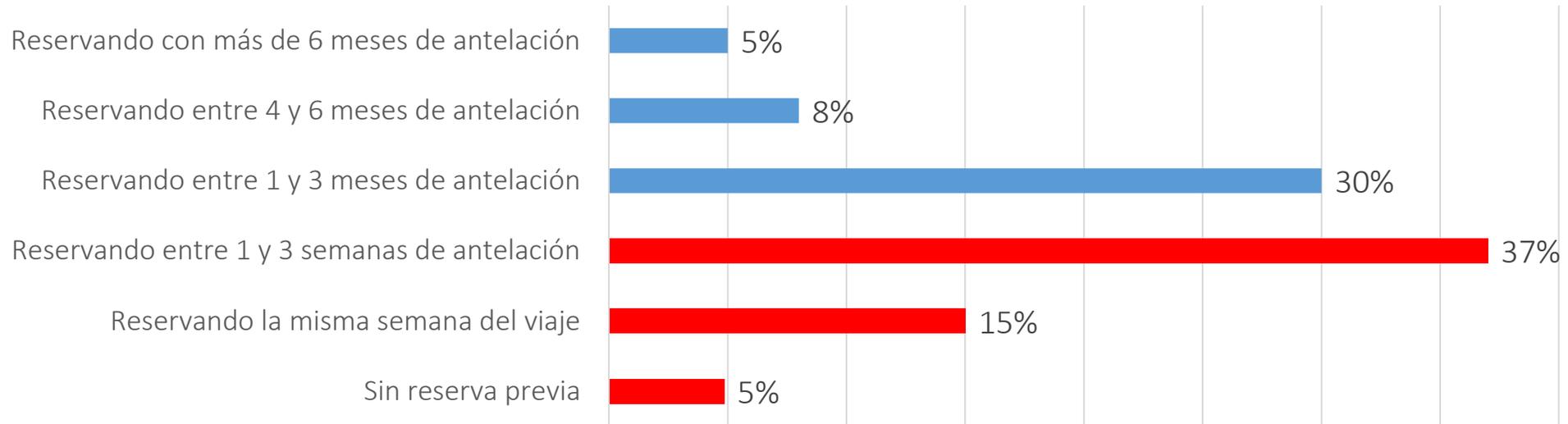


¿Sabe que todos los destinos y empresas que están certificados con el Sello de Turismo Familiar han implantado medidas de salubridad para que la visita de la familia sea segura?



El sello *safetourism* es la medida peor valorada (Poco valen los sellos de garantía sanitaria si no existe conocimiento de los mismos por parte de la demanda). Sin embargo, **el 65% de las familias conocen que los destinos y empresas certificados con el sello de turismo familiar han implantado medidas de salubridad para garantizar visitas seguras**, esto se debe a la acción de comunicación realizada por parte de los destinos y empresas del Club a través de las newsletters enviadas a las familias. **Las medidas tomadas servirán para este año 2021.** Las medidas **mejor valoradas** por las familias en empresas y destinos han sido la **obligación de llevar mascarilla y la supervisión**, los dispensadores de geles hidroalcohólicos y las mamparas de protección entre el personal y el cliente

Forma de organizar el viaje el año que viene (2021)

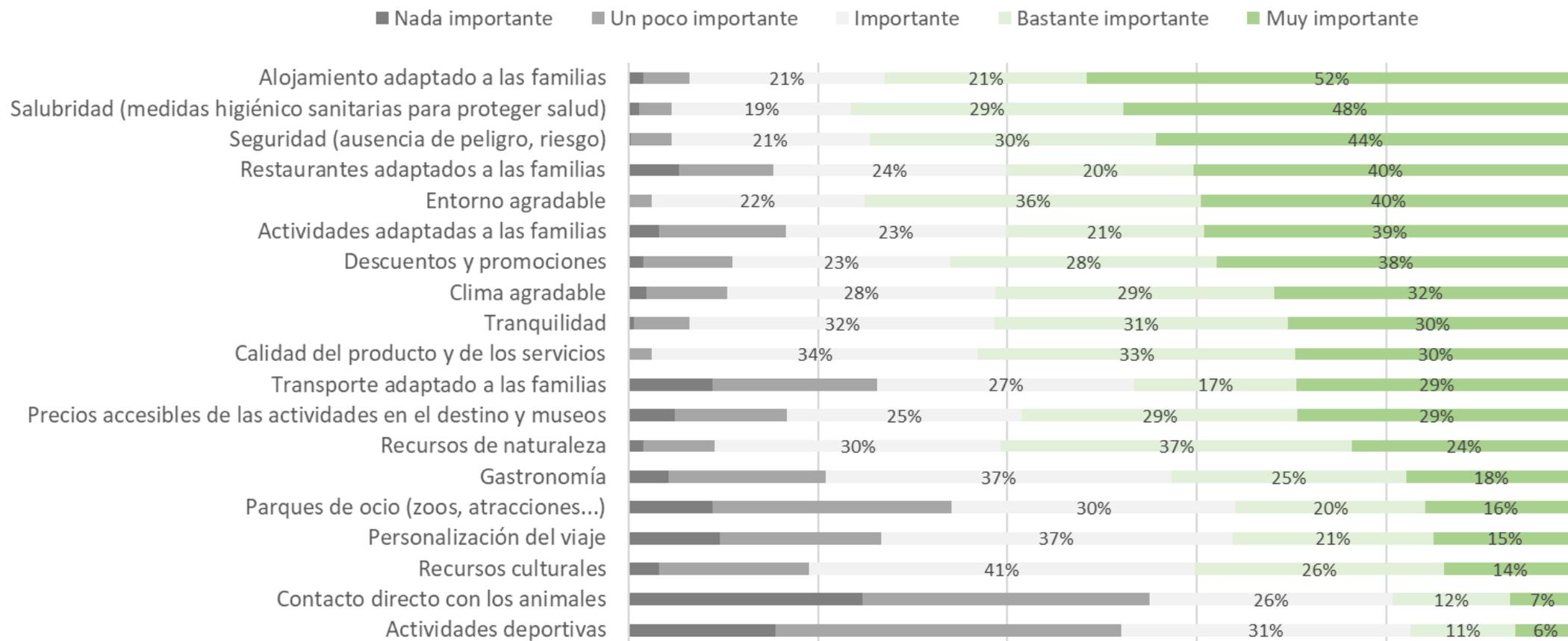


La mayoría, el 57%, declara que la organización del viaje será cerca de la fecha de disfrute del mismo, sin reserva previa o la misma semana el 20%, y entre una y tres semanas de antelación el 37%. La tendencia a realizar reservas en el último momento se mantiene en 2021, debido a la incertidumbre generada por la pandemia.

El 43% realizará las reservas de sus vacaciones, probablemente las de verano que es donde mas gasto se produce, con un mes de antelación como mínimo

Perspectivas de consumo turístico 2021

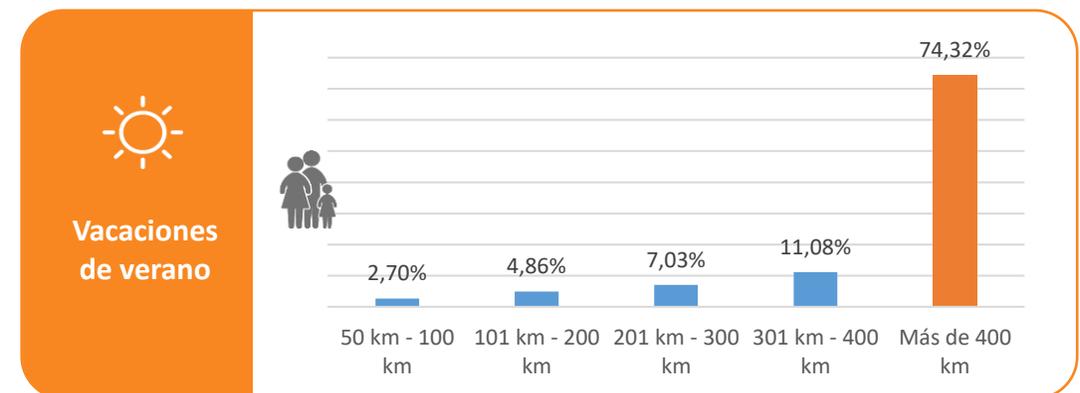
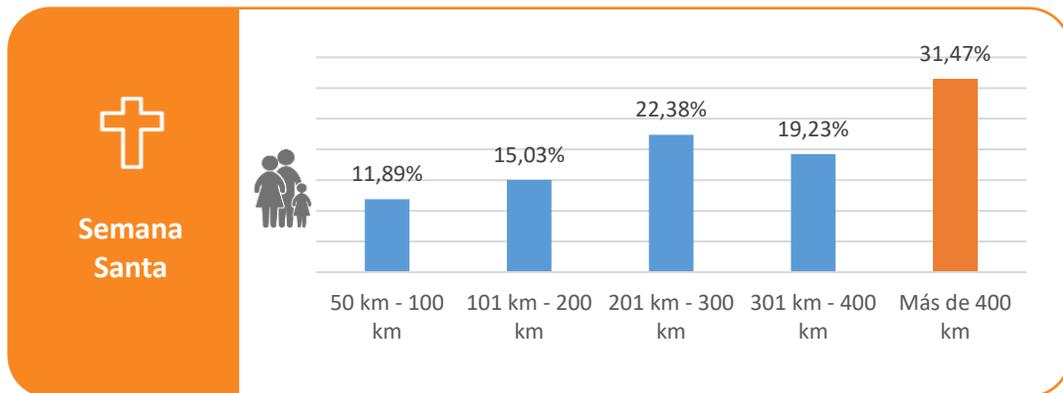
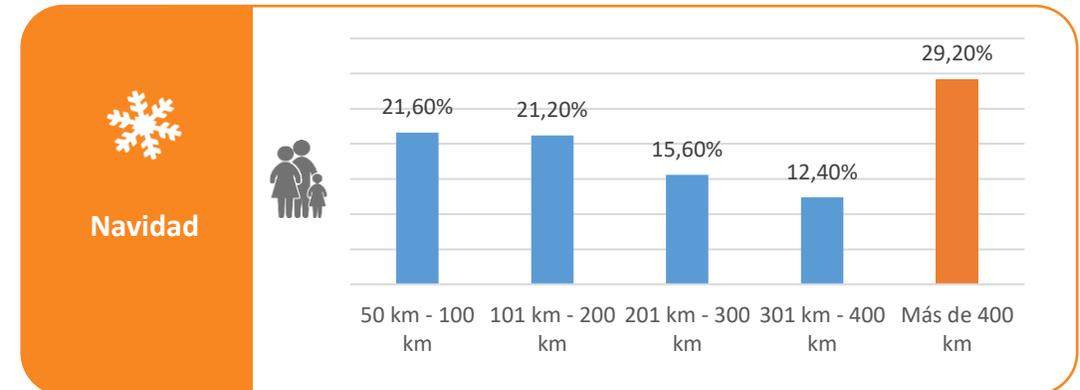
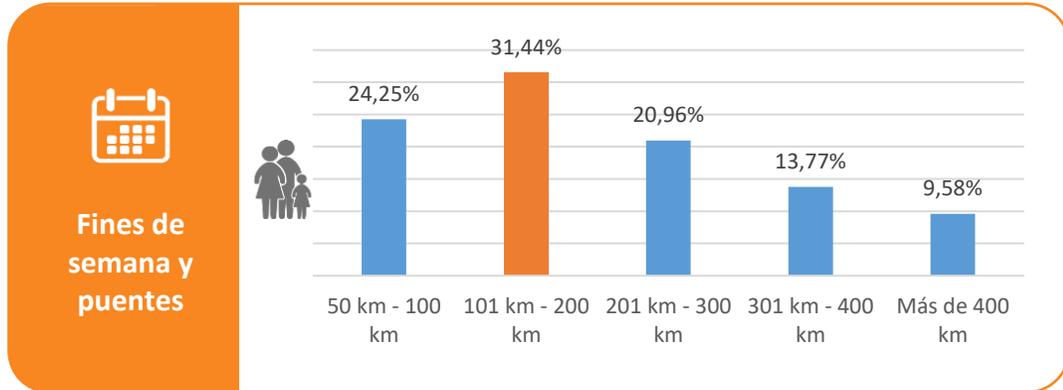
Importancia de las siguientes variables para la elección de un destino familiar en año 2021



Las medidas higiénico sanitarias para proteger la salud son el aspecto mas importante para la selección de destino en 2021 (96%), seguidos la seguridad (95%) y el alojamiento adaptado a las familias (94%)

Perspectivas de consumo turístico 2021

El año que viene (año 2021), cuando viaje en familia, ¿a qué distancia máxima de su hogar se desplaza? Indique, por favor, la distancia máxima para cada tipo de viaje

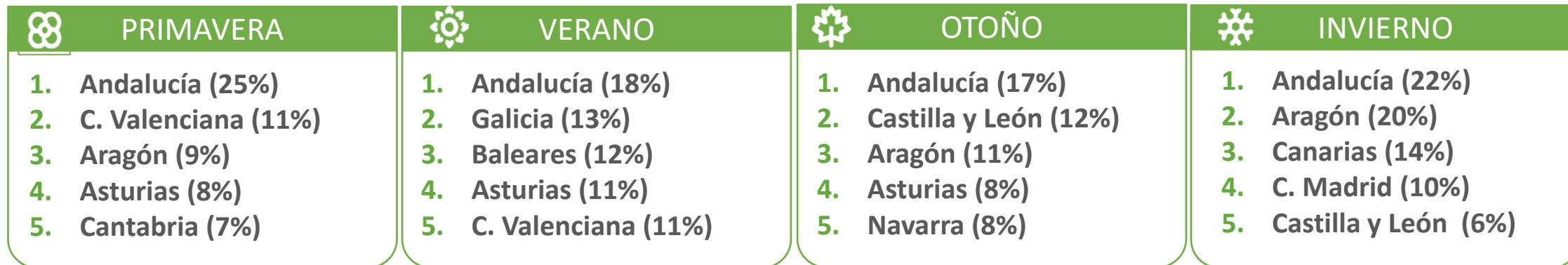


La mayoría de las familias realizará viajes entre 100km-300km de distancia durante los fines de semana y puentes (210Km de media) y Navidad (267km de media). Más de 300 Km durante las vacaciones de Semana Santa (302Km de media) . Y más de 400 Km durante las vacaciones de verano (414 km de media)

Perspectivas de consumo turístico 2021

El año que viene (año 2021), si pudiera elegir el **MEJOR DESTINO EN ESPAÑA** para pasar las vacaciones en familia, lugares que conozca o no, pero que sea el lugar “soñado” para pasar sus vacaciones, ¿cuál sería?

AÑO 2021



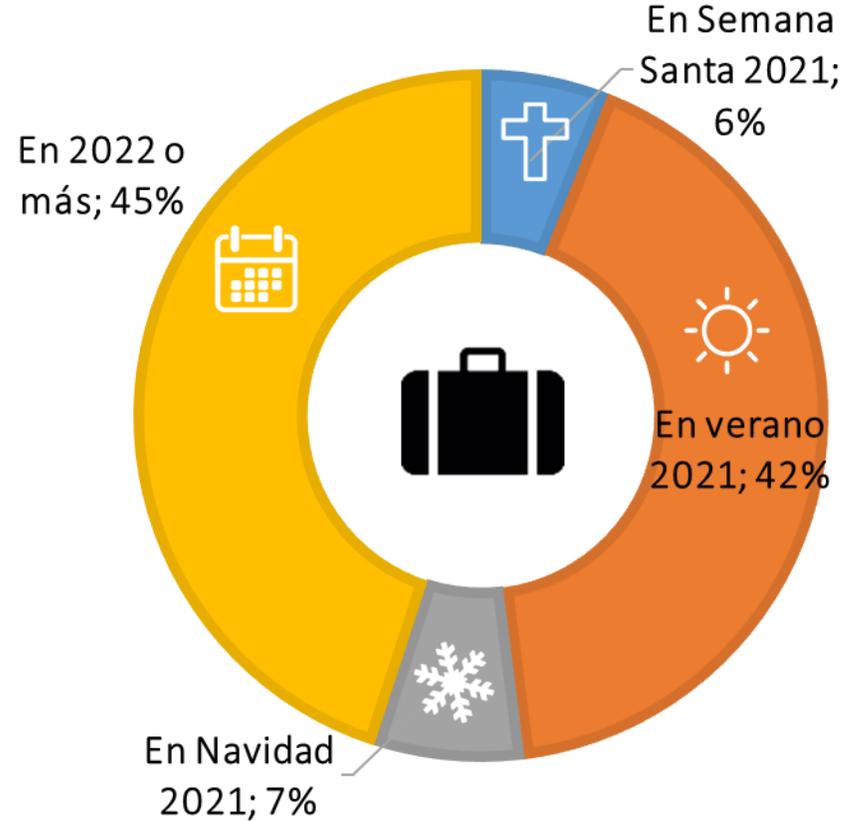
AÑO 2020



Andalucía sigue siendo el destino líder para las familias en todas épocas del año. En primavera entra entre los cinco mejores destinos Aragón. En verano quedan los cinco del año anterior con cambio de orden, destacando Galicia en segundo lugar. En otoño entran entre los cinco mejores destinos para pasar las vacaciones el Principado de Asturias y la Comunidad Foral de Navarra. En invierno destaca la entrada de Castilla y León como el quinto mejor destino para pasar las vacaciones, junto con la Comunidad de Madrid, Islas Canarias, Aragón y Andalucía en primer lugar.

Perspectivas de consumo turístico 2021

¿Cuándo cree que podrá viajar en familia como antes de la pandemia?



La mayoría de las familias, un 45%, cree que se podrá viajar como antes de la pandemia hasta el año 2022.

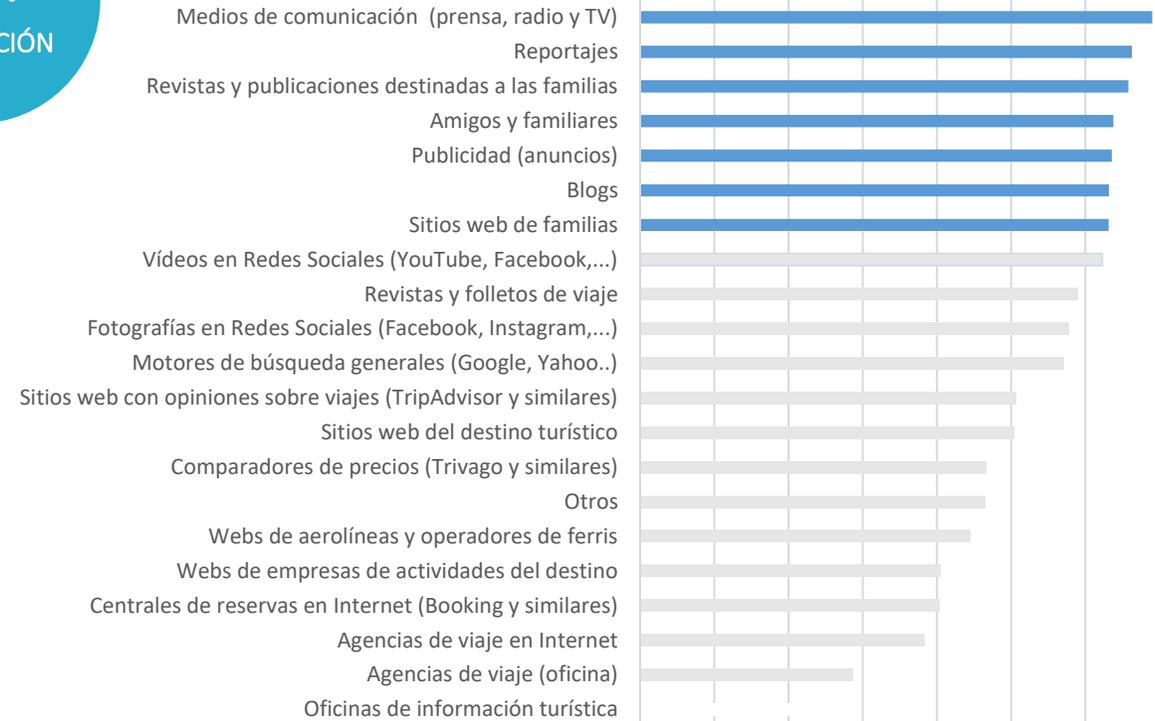
Un 42% cree que se será en verano de este año 2021, un 7% en Navidad de 2021. Solo un 6% cree que se podrá viajar como antes de la pandemia en Semana Santa de 2021

04

Organización de los viajes familiares

Organización de los viajes familiares

FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS DURANTE LAS FASES DEL VIAJE



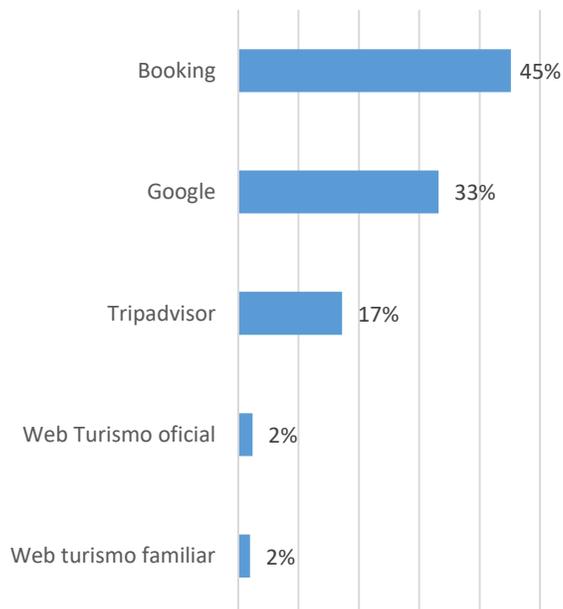
Las familias buscan más información durante las fases de inspiración (40%), la decisión del destino (24%) y la planificación y reserva (23%). Durante el viaje es el momento en el que realizan menos consultas (14%).



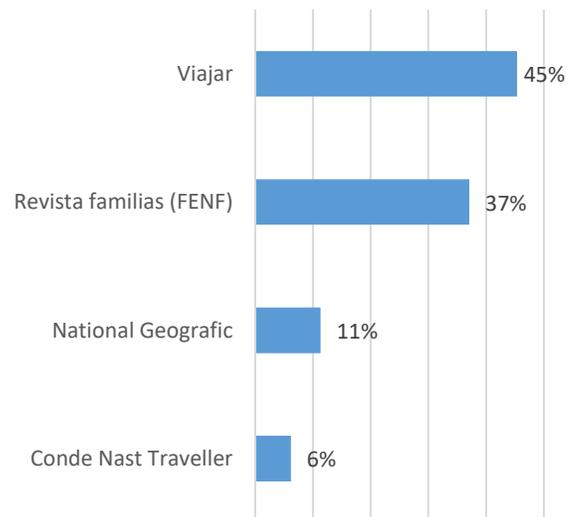
Organización de los viajes familiares

PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN UTILIZADOS PARA INSPIRARSE

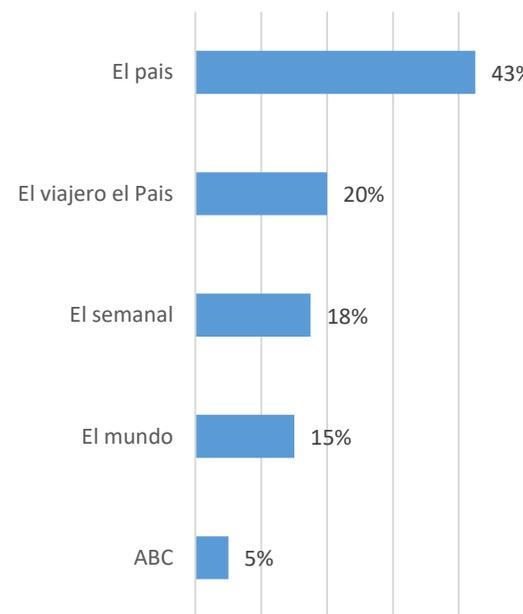
Portales de Internet



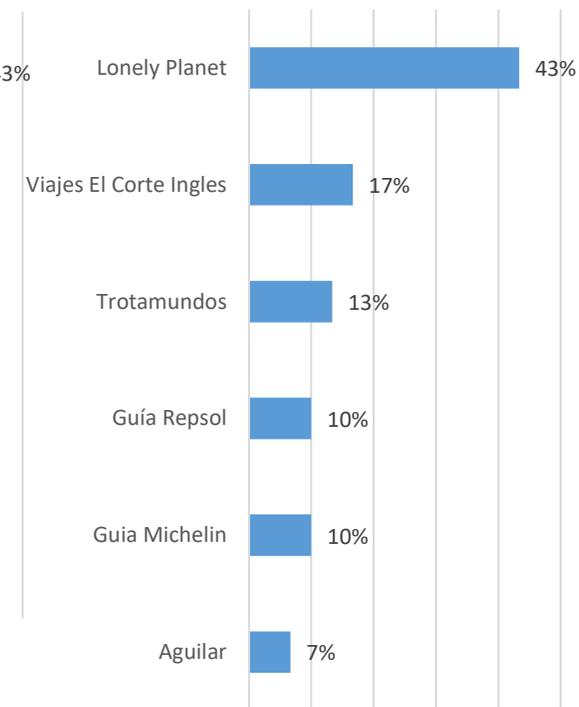
Revistas



Suplementos de periódicos



Guías de viaje



Organización de los viajes familiares

04

FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS DURANTE LAS FASES DEL VIAJE



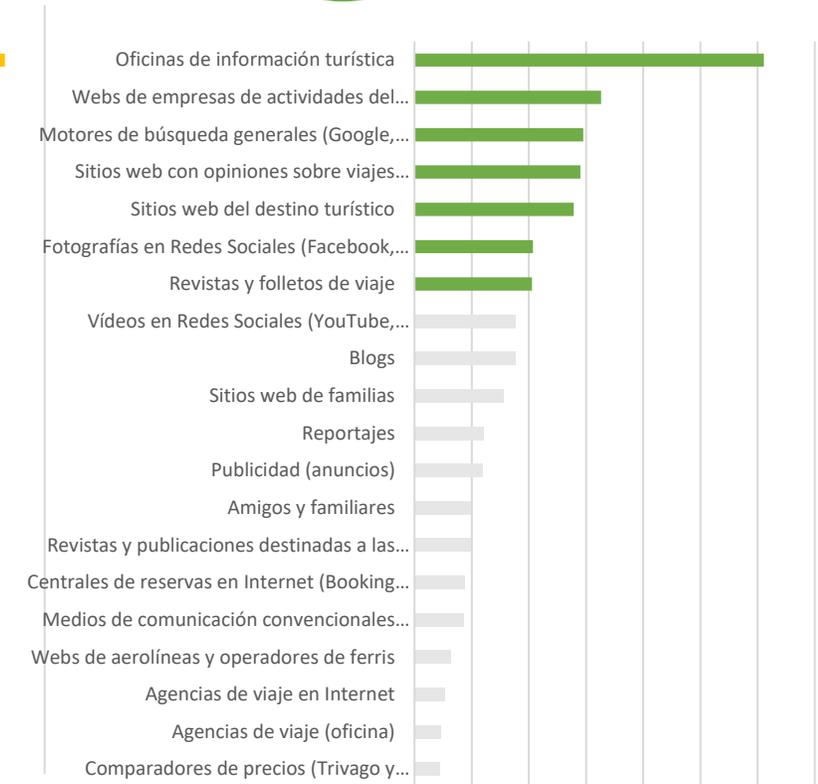
DECIDIR
DESTINO



PLANIFICACION
RESERVA



DURANTE
VIAJE



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Organización de los viajes familiares

Dispositivos utilizados

	Inspiración	Búsqueda de opciones	Compra o reserva del viaje	Durante el viaje	Después del viaje
Ordenador	65%	62%	66%	23%	22%
Tablet	26%	30%	19%	11%	14%
Teléfono móvil	70%	70%	45%	50%	45%

El móvil supera al ordenador en las fases de inspiración y búsqueda de opciones de viaje y comentarios después del viaje en redes sociales. El ordenador sigue siendo el dispositivo más utilizado para la compra o reserva del viaje

(n = 933)



ESTE ESTUDIO SE HA REALIZADO GRACIAS A LA APUESTA DE EMPRESAS Y DESTINOS POR EL SELLO DE TURISMO FAMILIAR, PRIMER CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO QUE NACE DESDE LA DEMANDA Y QUE PERMITE CUALIFICAR LA OFERTA ATENDIENDO A LAS NECESIDADES DE LAS FAMILIAS, DANDO A CONOCER LA OFERTA MEDIANTE ACCIONES DE MARKETING PARA COMUNICAR CON LA DEMANDA FAMILIAR.

ESPERAMOS QUE LOS RESULTADOS LES APORTEN INFORMACIÓN VÁLIDA PARA EL DESARROLLO DE SUS ACCIONES DE MARKETING, QUEDAMOS A DISPOSICIÓN PARA CUALQUIER SUGERENCIA PARA LAS EDICIONES FUTURAS.

YOLANDA GARCÍA
proyectos@familiasnumerosas.org

MARIA LUISA ALONSO
malonso@dna.es

