

Con el apoyo de:



# IX Estudio

Pautas de consumo  
turístico  
de las familias de España  
2021 y perceptivas 2022



RESUMEN  
14 de enero 2022

©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Para citar datos del estudio de mercado se debe poner: “Tomado del IX Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2021”



# Introducción

- El Club de Producto de Turismo Familiar 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 **IX 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 2021 y conocer las perspectivas de viaje en el año 2022.
- La recogida de información se efectuó en el mes de diciembre y enero del año 2022 mediante una encuesta estructurada que se envió telemáticamente a, entre otros, todos los socios de la FEFN. El presente informe está basado en **260 ENCUESTAS VÁLIDAS** cumplimentadas

- Agradecer a los siguientes **198 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.**

- **26 destinos adaptados a las necesidades de las familias:** Toledo (Castilla-La Mancha), Peñíscola (Comunidad Valenciana), Segovia (Castilla y León), Ibiza (Islas Baleares), Alcossebre (Comunidad Valenciana), Comarca La Hoya de Huesca (Aragón), Las Palmas de Gran Canaria (Islas Canarias), Mojácar (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), Lubrín (Andalucía), Euskadi (País Vasco), Torremolinos (Andalucía), Graus (Aragón), Menorca (Islas Baleares), Málaga (Andalucía) y San Lorenzo de El Escorial ( Comunidad de Madrid).



## ○ 172 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). Apnea Academy West Europe ( Islas Canarias). Aventurex ( Extremadura). Kayak Campo (Aragón) y Ibiza Botánico Biotecnológico (Islas Baleares).
- **Actividades culturales.** Museo Thyssen-Bornemisza( Comunidad de Madrid), Museo del Siderurgia y la Minería ( Castilla y León), Catedral de Tarragona (Cataluña), CX Forum Zaragoza ( Aragón), CX Forum Tarragona ( Cataluña), CX Forum Lleida ( Cataluña), CX Forum Girona (Cataluña), CX Forum Barcelona (Cataluña), CX Forum Madrid (Comunidad de Madrid), CX Forum Palma (Islas Baleares), Cosmo Caixa (Cataluña), CXForum Sevilla (Andalucía), Museu de la vida rural (Cataluña) , Monasterio Jeroni de Cotalba (Comunidad Valenciana), Museo de las Ciencias CAC (Comunidad Valenciana), Hemisferic CAC CComunidad Valenciana), La Cueva de Nerja (Andalucía)
- **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). 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 Torrevieja (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)

- **Campjng/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 Alannia Costa Dorada (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 (Castila La Mancha). CR Los Huetos País Vasco). Albergue Fuerte Nagüeles (Andalucía). CR La Tarja (Castila Y León). CR La Solana de Jaca (Aragón). Camping La Ampolla ( Cataluña). Camping Armanello (Comunidad Valenciana). Villa Urbasa ( País Vasco). Albergue Pere Tarres (Cataluña). Camping Los Sauces ( Asturias). Camping La Montañesa ( Aragón). Refugio de Riglos ( Aragón). Hostel Generatotr Madrid (Comunidad de Madrid). Hostel Generator Barcelona (Cataluña) Playa Montroig Camping Resort (Cataluña), Camping Bonterra Park ( Comunidad Valenciana), Camping Son Bou ( Islas Baleares), Camping Tamarit (Cataluña), Camping Nautic Almata ( Cataluña), C.R Porta Maris Jávea ( Comunidad Valenciana), Camping El Cid ( Comunidad Valenciana), Camping Lakecaspe ( Aragón), Camping Benisol ( Comunidad Valenciana), Camping Paisaxe ( Galicia), C.R. San Benito La Casa de mis Abuelos ( Castilla y León) , Camping Más Patoxas ( Cataluña), Camping Don Cactus ( Anadalucía), Camping El arrebol (Aragón), CR Cortijo Colomo ( Andalucía), CR Tajiinaste (Islas Canarias), CR El Jardín de los niños (Castilla La Mancha).
- **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) Aireviajero (Andalucía), VECl ( Comunidad de Madrid) y Solocruceros (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)

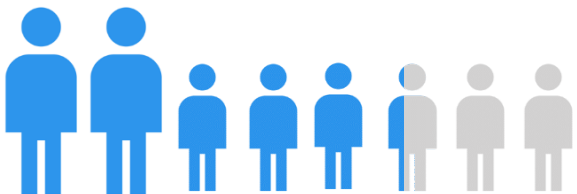
# ESTRUCTURA DEL ESTUDIO COMPLETO + PREGUNTAS ADHOC DE MIEMBROS DEL CLUB



01

# Perfil de las familias encuestadas

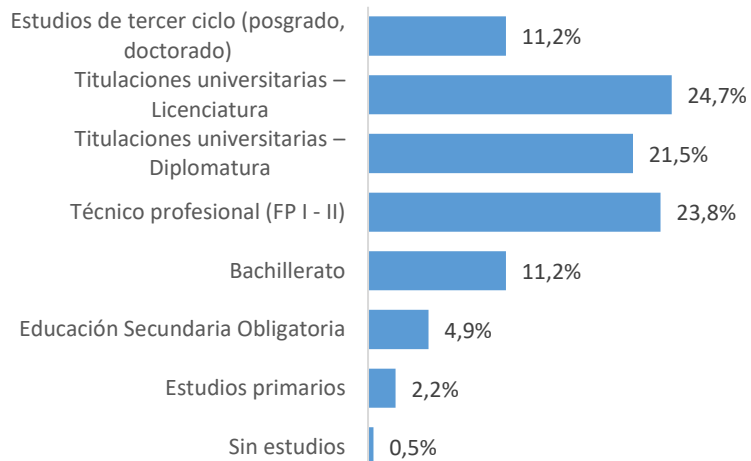




Hogares con promedio de  
**5,2 miembros**  
**3,2 hijos por hogar**

Edad promedio de los padres  
**46 años**

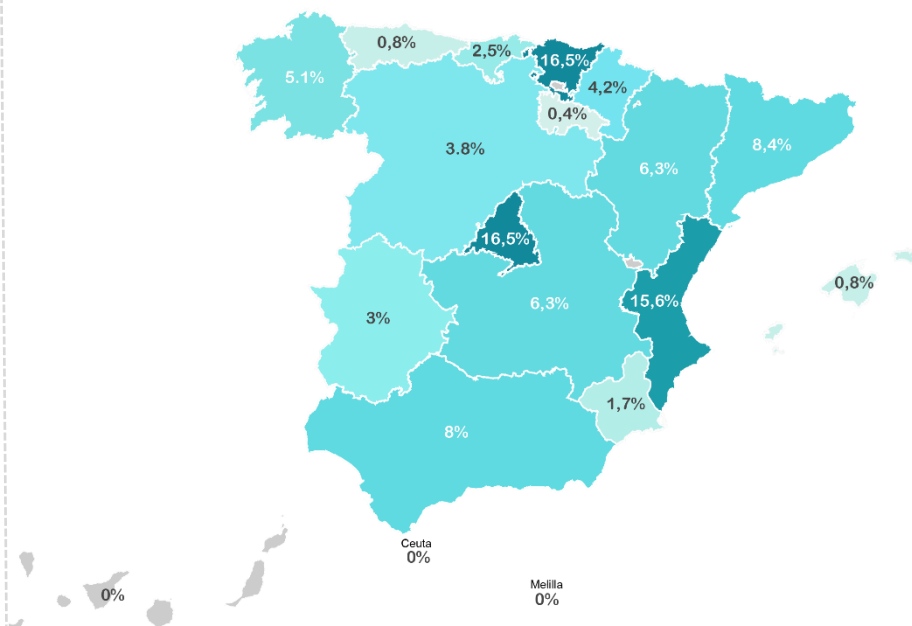
Edad promedio de los hijos  
**11,9 años**



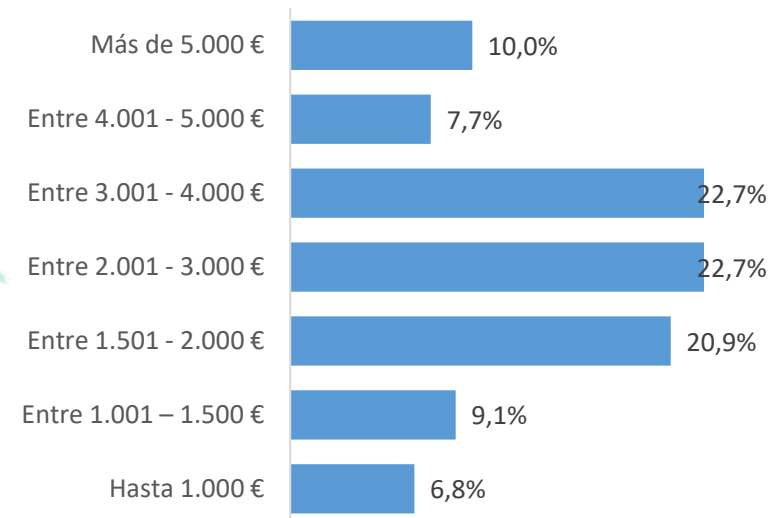
260 respuestas válidas  
61,28% ♀ y 38,72% ♂

# Perfil de familias encuestadas

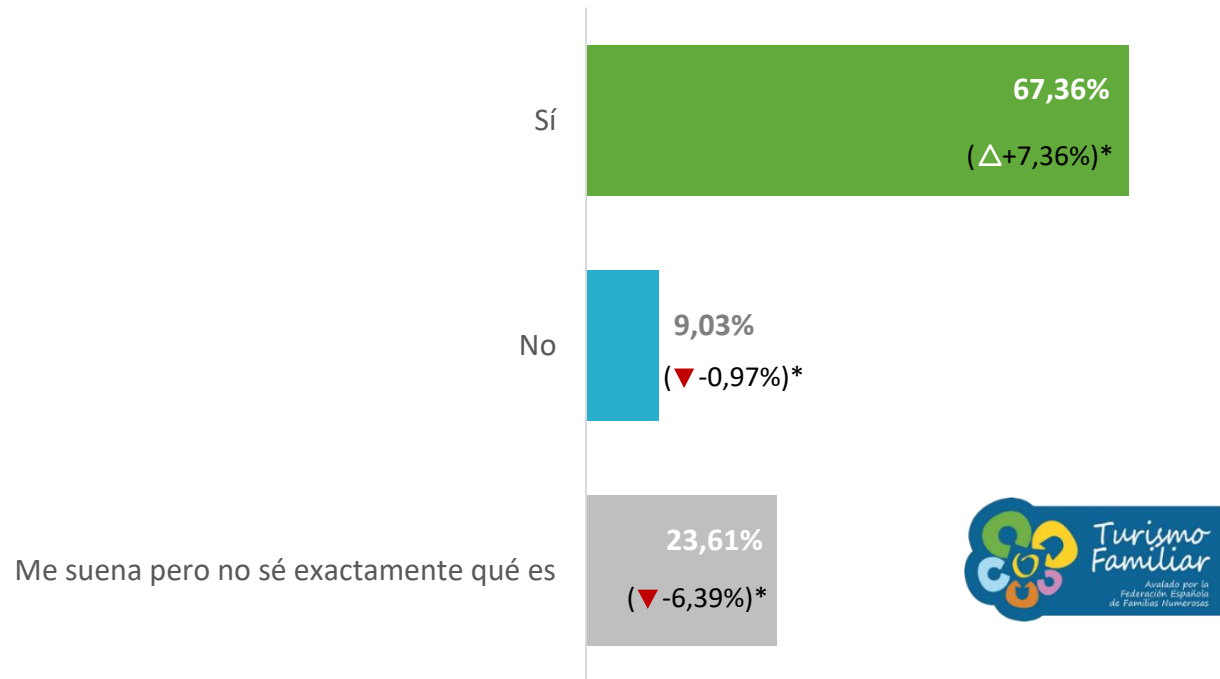
## Procedencia



## Ingresos mensuales

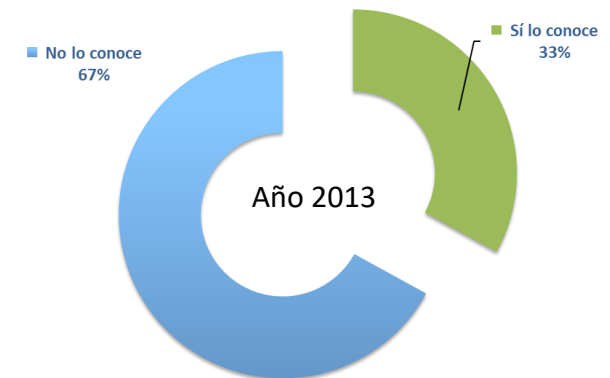


## ¿Conoce el Sello de Turismo Familiar de la FEFN?



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. **En el último año ha incrementado un 7,36% alcanzando un grado de conocimiento del 67,36%.**

Conocimiento del Sello de Turismo Familiar

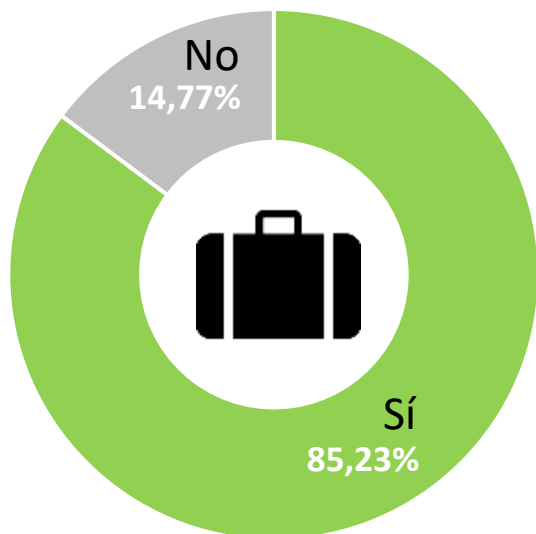


\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

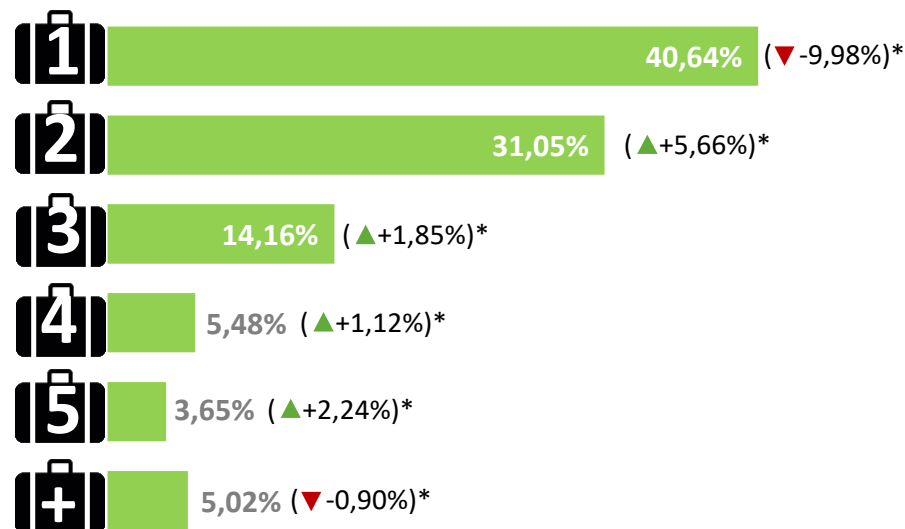
02

# Los viajes en familia en 2021

¿Ha realizado algún viaje de vacaciones en el último año (2021)?



Frecuencia viajera de los hogares



\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

**Un 85% de las familias ha realizado al menos un viaje de vacaciones en 2021, un 5,35% más que en el año 2020.**

Un 15% de las familias no ha realizado viajes en 2021, un 5,35% menos que en 2020.

La mayoría de las familias que han viajado este año lo han hecho una (40,64%) o dos veces (31,05%).

En 2019 aumentó de forma considerable el número de familias que solamente realizó un viaje (+20,3%), mientras que en 2021 esta cifra se reduce ligeramente respecto el año anterior e incrementan las familias que realizan de 2 a 5 viajes al año.

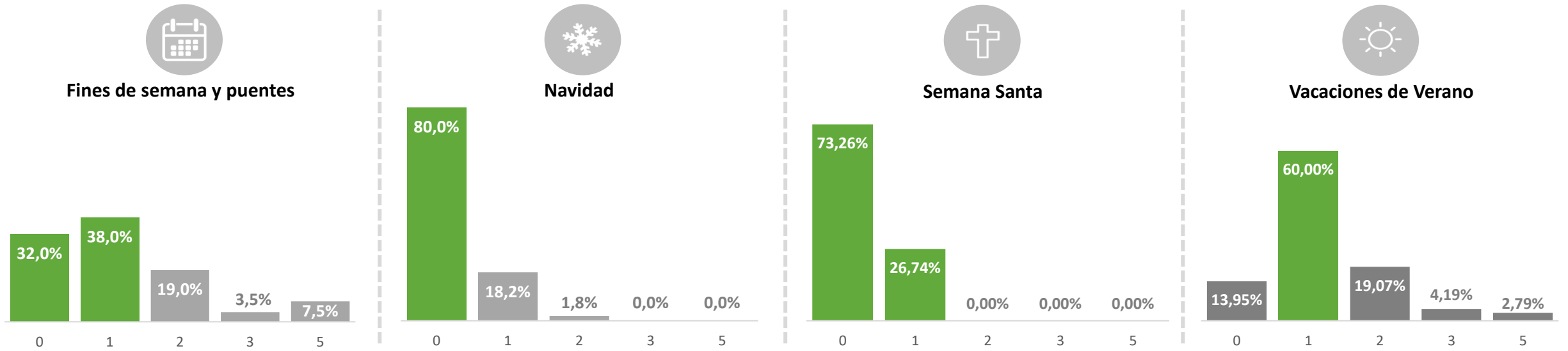
# Los viajes en familia en 2021

Frecuencia y tipología de viajes

En promedio en 2021 se han realizado  
**2,97 viajes por España** (2020: 1,6 viajes) (▲+1,37)\*  
**0,57 viajes al extranjero** (2020: 0,3 viajes) (▲+0,27)\*

\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

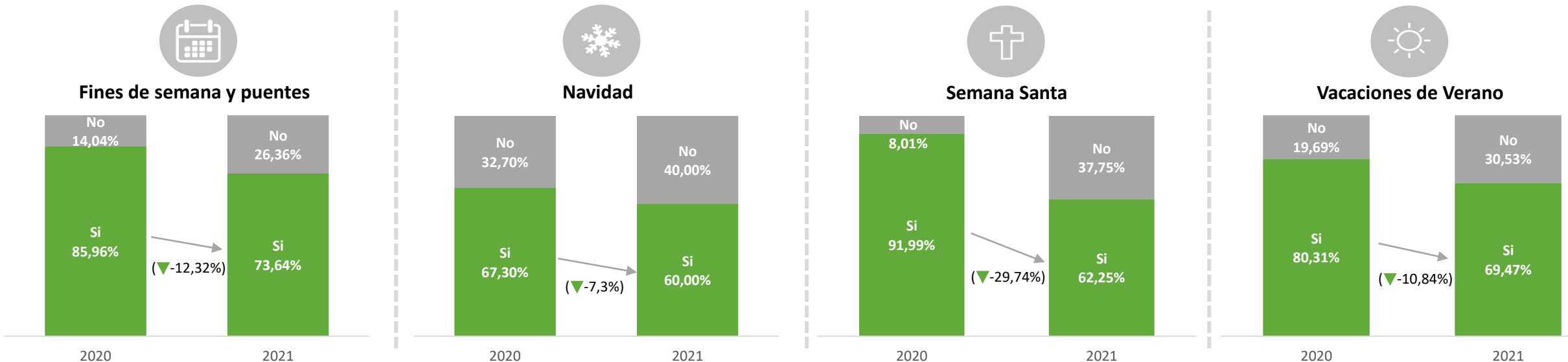
## Viajes por España



©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

El **68%** de las familias **ha realizado** al menos un viaje **en fines de semana y puentes** (83% en 2019, 63% en 2020)  
 Se mantienen los viajes en Navidad, el **80%** de las familias **no ha realizado** ningún viaje por España en **Navidad 2021** (52% en 2019, 80% en 2020)  
 Se recuperan ligeramente los viajes en Semana Santa, el **73,2%** **no ha realizado** ningún viaje por España en **Semana Santa** (52% en 2019, 92% en 2020)  
 Se recuperan los viajes pre-pandemia en verano, el **86%** de las familias **ha realizado** al menos un viaje en **Verano** (86% en 2019, 79% en 2020)  
 Los viajes al extranjero han sido residuales, los pocos que se han realizado se han concentrado en los meses de verano

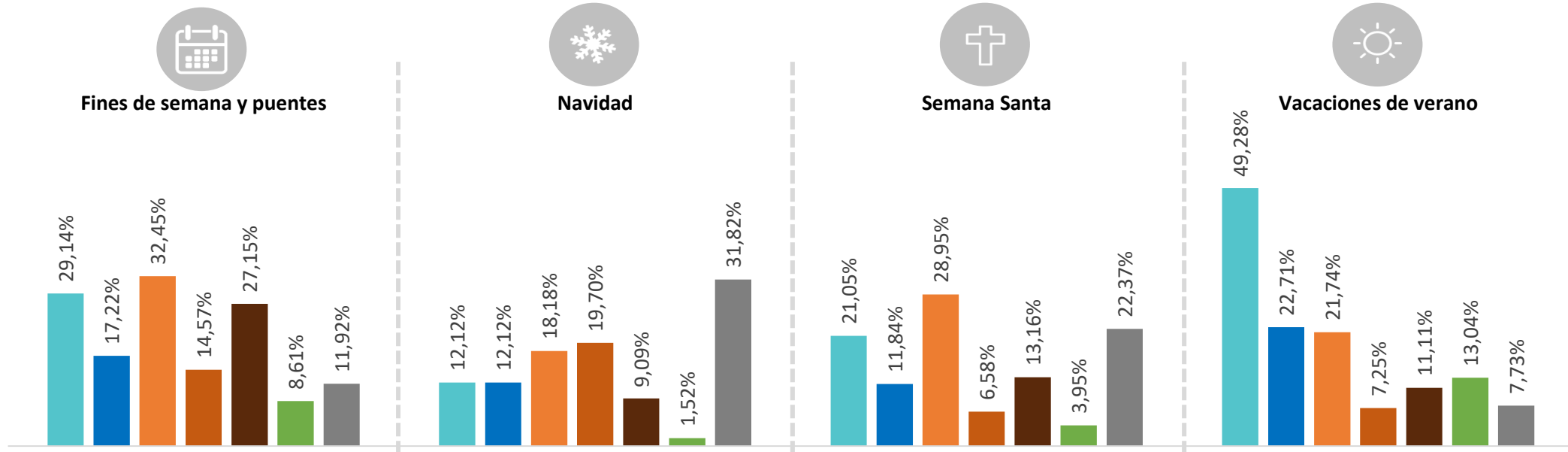
En 2021, ¿ha visto condicionada la elección de su destino de vacaciones o escapadas por la pandemia del Covid-19?



Las restricciones de movilidad y la confianza en la seguridad / salubridad siguen condicionado los hábitos viajeros de las familias en 2021, sin embargo se registra una menor afectación respecto el año anterior. En Semana Santa la mejora es más marcada, pasando de un 92% de afectación al 62%. En los fines de semana y puentes la afectación ha disminuido en un 12,32%, un 10,84% en verano y un 7,3% en Navidad.

## En estos viajes en familia del año 2021, ¿a qué tipo de destinos ha viajado?

■ Pueblo de costa 
 ■ Ciudad de Costa 
 ■ Pueblo de Interior 
 ■ Ciudad de Interior 
 ■ Destino rural 
 ■ Viaje itinerante (Visita distintos sitios en un mismo viaje) 
 ■ Otro

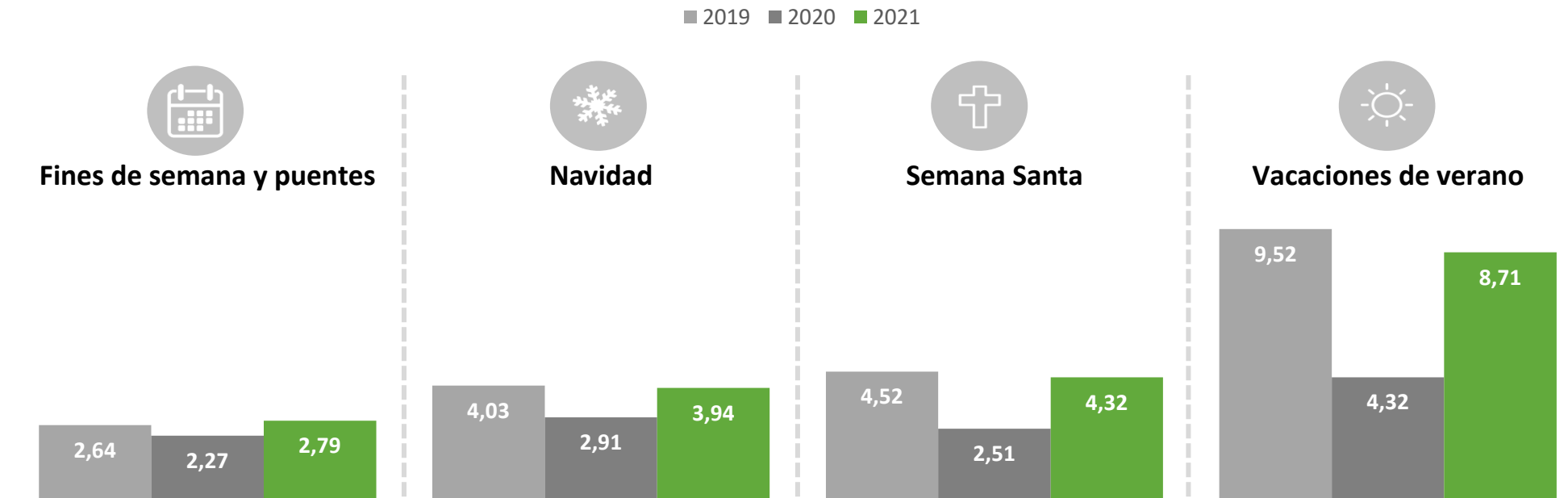


Los destinos de costa han sido los preferidos en las vacaciones de verano (71,99%), mientras que en Navidad destacan los destinos de interior (37,88%).

En Semana Santa y los Fines de semana y puentes se encuentra un equilibrio entre destinos de costa y de interior.

La opción de **cruceros para los viajes ha desaparecido** para la demanda familiar, siguiendo con la tendencia del año anterior.

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

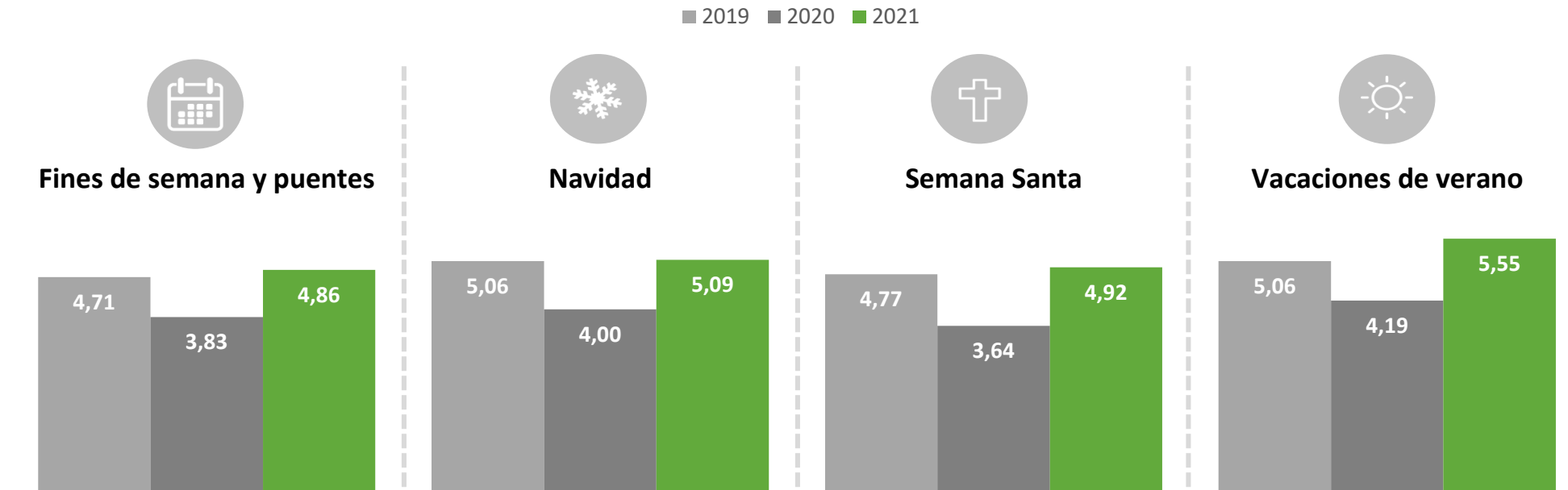


**Se alargan los viajes respecto el año anterior, y en el caso de los viajes de fin de semana y puentes los viajes son más largos que antes del estallido de la pandemia del Covid-19.**

En la mayoría de los casos se alcanza una estancia media similar a la de 2019, exceptuando las vacaciones de verano que a pesar de duplicar la estancia media del año 2020 no alcanza los niveles pre-pandémicos.

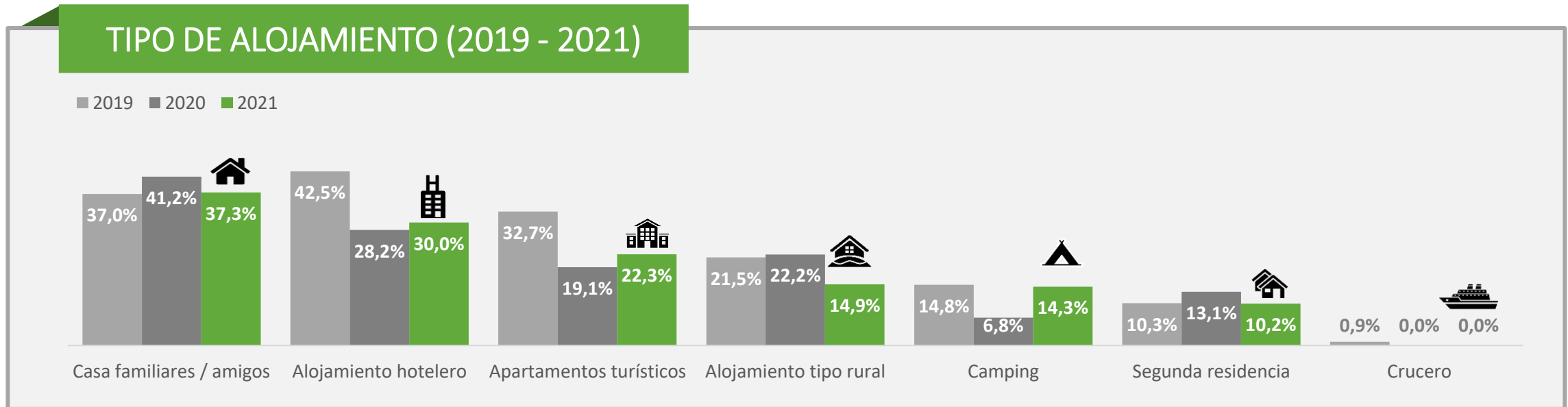


Para los viajes indicados, ¿puede decirnos cuántas personas han viajado en total incluido usted (número de miembros de la familia que viajaron)?



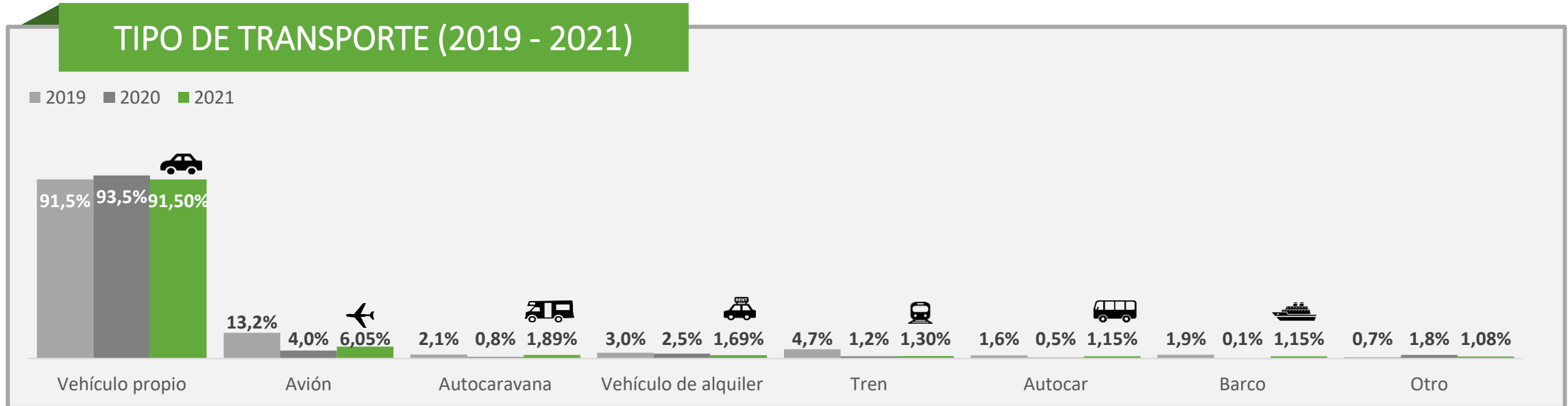
**Vacaciones con más miembros de la unidad familiar que en una situación pre-pandémica.**

En 2020 con el estallido de la pandemia se redujeron los miembros que participaban en los viajes familiares, en 2021 se ha revertido la situación y en los viajes han participado más miembros de la unidad familiar que en 2019.



**El principal tipo de alojamiento turístico seleccionado por las familias sigue siendo el de casas de familiares y amigos, siendo el más económico.**

**El alojamiento hotelero y los apartamentos turísticos a pesar de experimentar un ligero aumento respecto el año anterior siguen muy lejos del peso que tenían antes de la pandemia. Por otro lado, el alojamiento de tipo rural registra un menor peso que en los dos últimos años. Los campings y las segundas residencias aumentan su peso respecto el año 2020, recuperándose de la caída producida el año anterior y volviendo al peso que tenían en 2019.**



**Las familias siguen optando por el transporte propio, incrementando el ahorro durante las vacaciones.**

Respecto al año 2020, aumenta el uso del avión (+2,05%) aunque sigue a un nivel muy por debajo respecto 2019. Disminuye el uso de vehículos de alquiler (-0,82%) y el resto de transportes aumentan a pesar de no alcanzar los niveles de 2019.

# Los viajes en familia en 2021

Gasto, presupuesto total del viaje

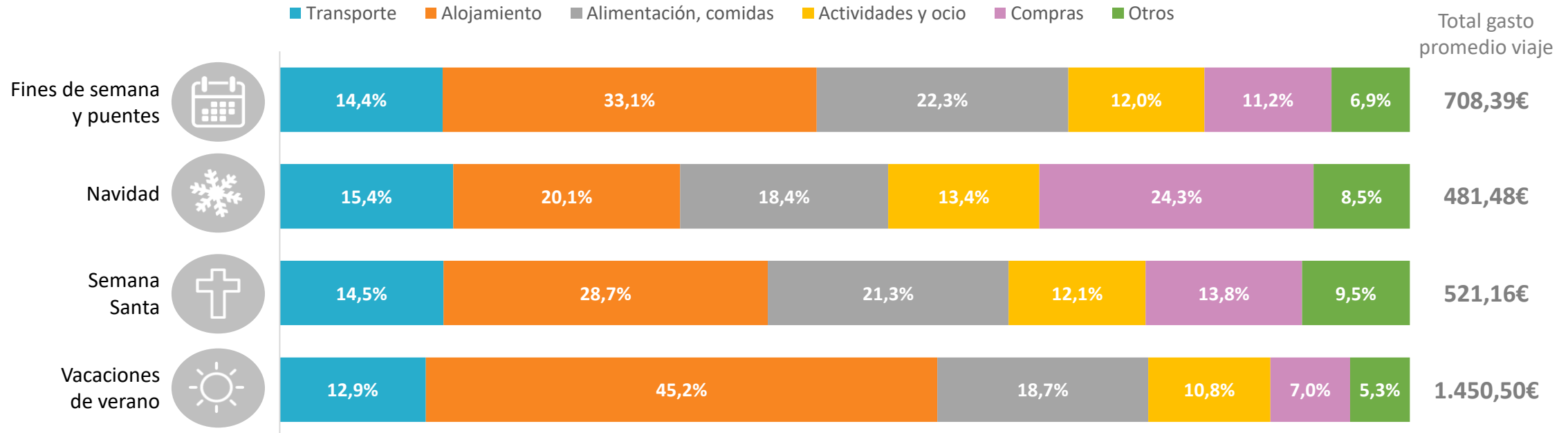
02

	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	<b>708,39€</b> (▲+8,2%)*	<b>2,79</b> (▲+0,52)*	<b>253,90€</b> (▼-11,8%)*	<b>4,86</b> (▲ 1,03)*	<b>52,24€</b> (▼-30,3%)*
 Navidad	<b>481,48€</b> (▼-37,8%)*	<b>3,94</b> (▲+1,03)*	<b>142,80€</b> (▼-53,9%)*	<b>5,49</b> (▲+1,09)*	<b>24,01€</b> (▼-63,6%)*
 Semana Santa	<b>521,16€</b> (▲+32,3%)*	<b>4,32</b> (▲+1,81)*	<b>120,64€</b> (▼-22,7%)*	<b>4,92</b> (▲+1,28)*	<b>24,52€</b> (▼-43%)*
 Vacaciones de verano	<b>1.450,50€</b> (▲+4,6%)*	<b>8,71</b> (▲+4,39)*	<b>166,53€</b> (▼-48,1%)*	<b>5,55</b> (▲ 1,36)*	<b>30,01€</b> (▼-61%)*

\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

En comparación con el año anterior **ha aumentado el gasto total del viaje en Semana Santa (+32,3%), los fines de semana y puentes (+8,2%), u en las vacaciones de verano (+4,6%)**. Sin embargo en **Navidad**, coincidiendo con la sexta ola de Covid-19, se ha registrado una **reducción del gasto respecto 2020 (-37,8%)**. La **estancia media y el número de miembros de la familia que forman parte del viaje han incrementado en todos los modelos de viaje**, derivando en un **menor gasto por familia/día y por persona/día**.

## Distribución del gasto según tipo de servicios



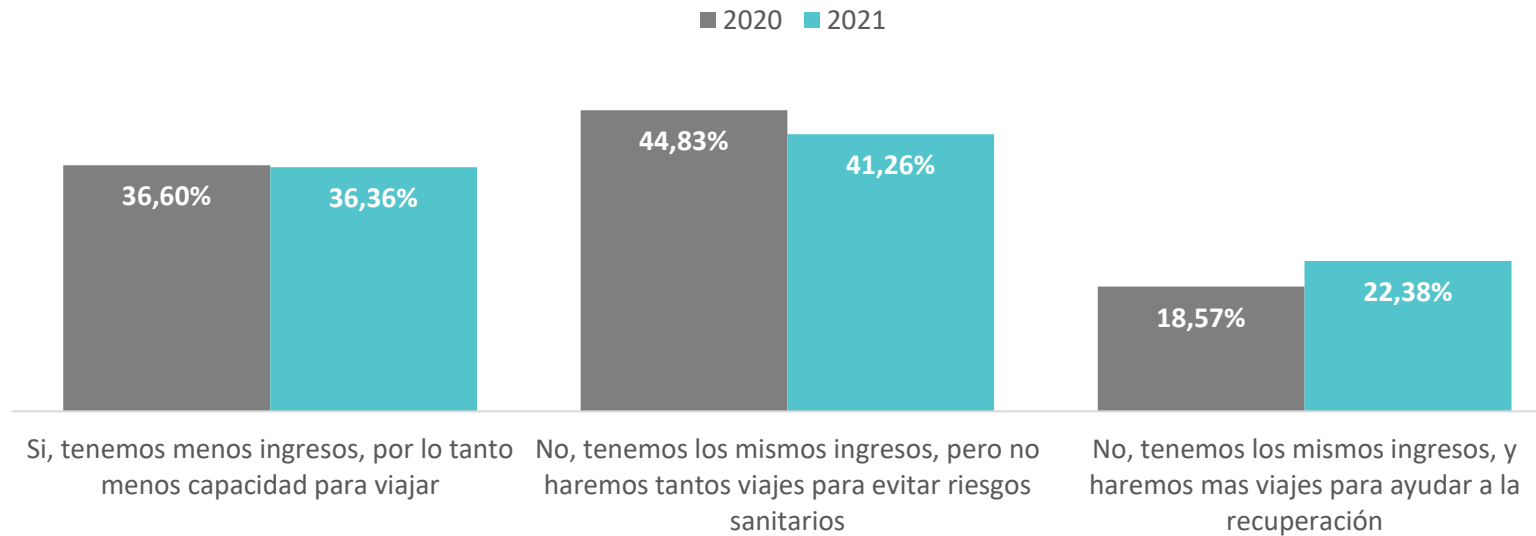
©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

**El gasto en alojamiento sigue siendo el principal en los tipos de viaje analizados.** En 2021 el peso del transporte es similar en los cuatro tipos de viajes analizados, representando entorno el 14% del viaje. En Navidad destaca un mayor peso de las compras (24,3%).

03

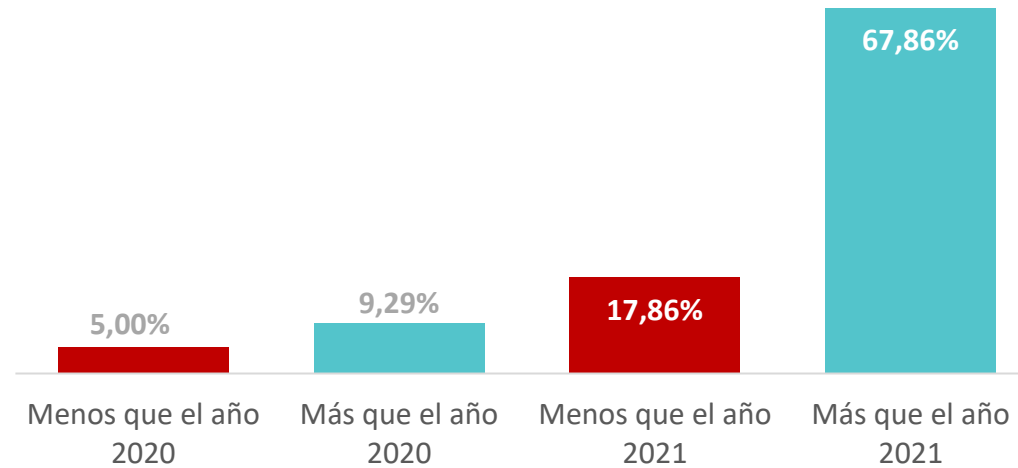
# Perspectivas de consumo turístico 2022

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



**Siguiendo con una situación similar a la del año anterior, 1 de cada 3 familias se han visto afectadas por la pandemia y tienen menos ingresos y menos capacidad para viajar (36,36%).** De las familias que no se han visto afectadas económicamente por la pandemia este año han disminuido ligeramente las familias que deciden no viajar para evitar riesgos sanitarios (-3,57%) y han incrementado las que deciden realizar más viajes para ayudar a la recuperación (+3,81%).

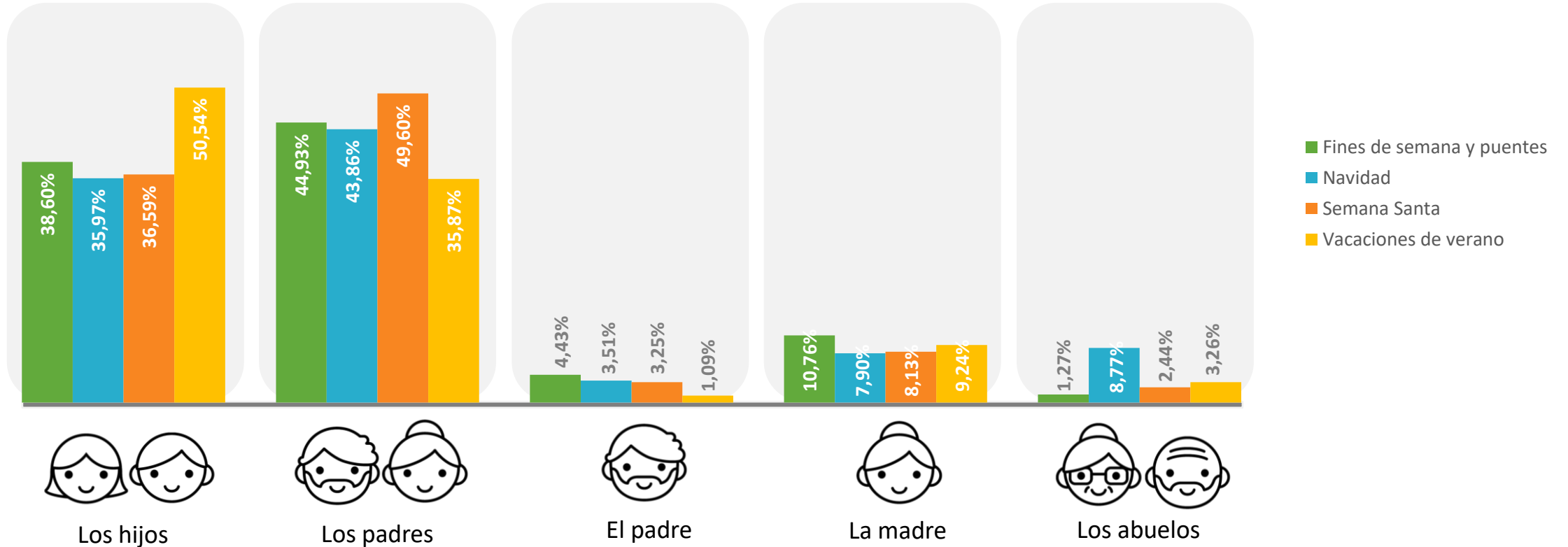
El año que viene (Año 2022) ¿gastará en viajes y turismo más o menos?



La mayoría de las familias afirma que el año 2022 **gastará más en viajes** en que año 2021 (67,86%) y algunas consideran que también gastarán más que en 2020. Por otro lado, un 17,86% prevé **reducir su presupuesto** en viajes familiares respecto el año anterior y un 5% prevé una reducción respecto el año 2020.



## ¿Qué miembro de la familia influirá mas sobre el lugar del viaje para 2022?

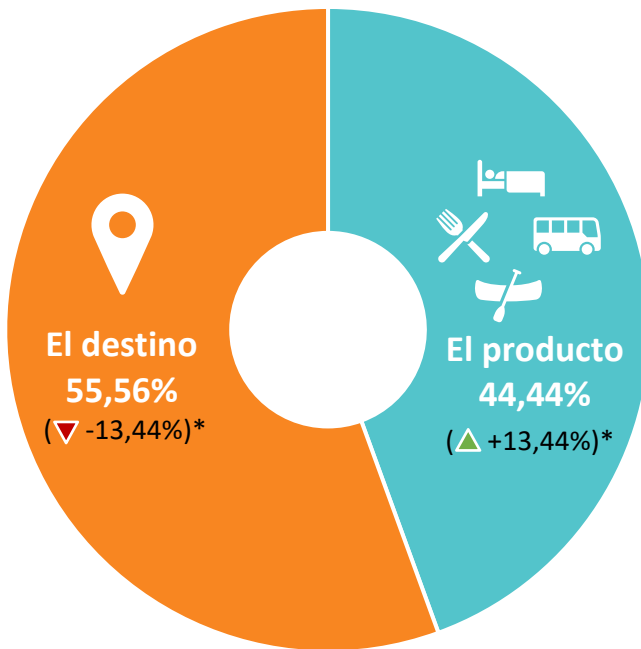


Los padres son los miembros de la familia que mas influyen en la elección del destino en prácticamente todos los viajes. La única excepción es en las vacaciones de verano, en las que prácticamente en la mitad de ocasiones quien influye más en el destino son los hijos.

# Perspectivas de consumo turístico 2022

Variables más importantes a la hora de escoger y programar un viaje

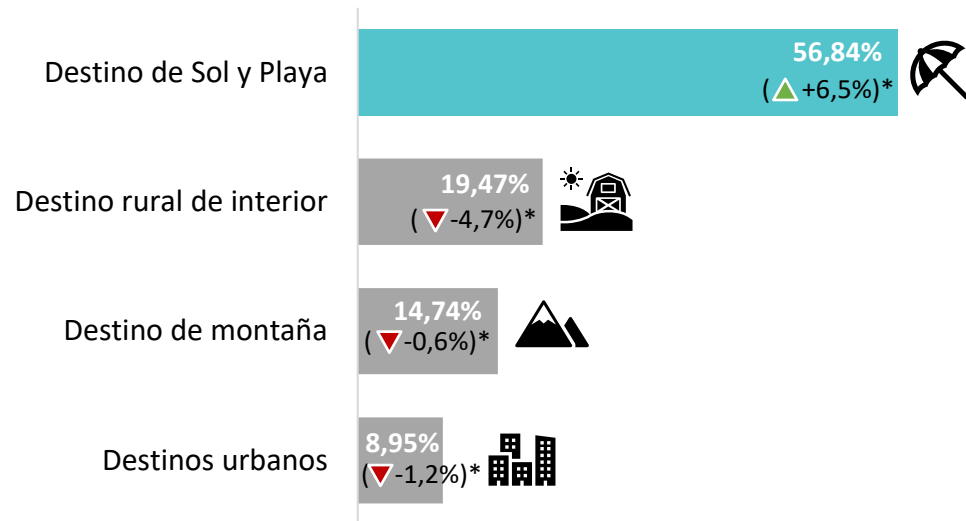
A la hora de escoger y programar un viaje para el año 2022, ¿qué es más importante para su familia: el producto (hoteles, parques, restaurantes, transporte, oferta de ocio...) o el destino (lugar geográfico)?



En los últimos tres años ha aumentado el peso del destino en la decisión de las familias (+11%), embargo en 2021 se detecta un freno en dicha tendencia con una reducción del 13,44% respecto el año anterior. A pesar de ello el destino sigue siendo el elemento más influyente a la hora de escoger y programar un viaje (55,56%) frente al producto (44,44%).

\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

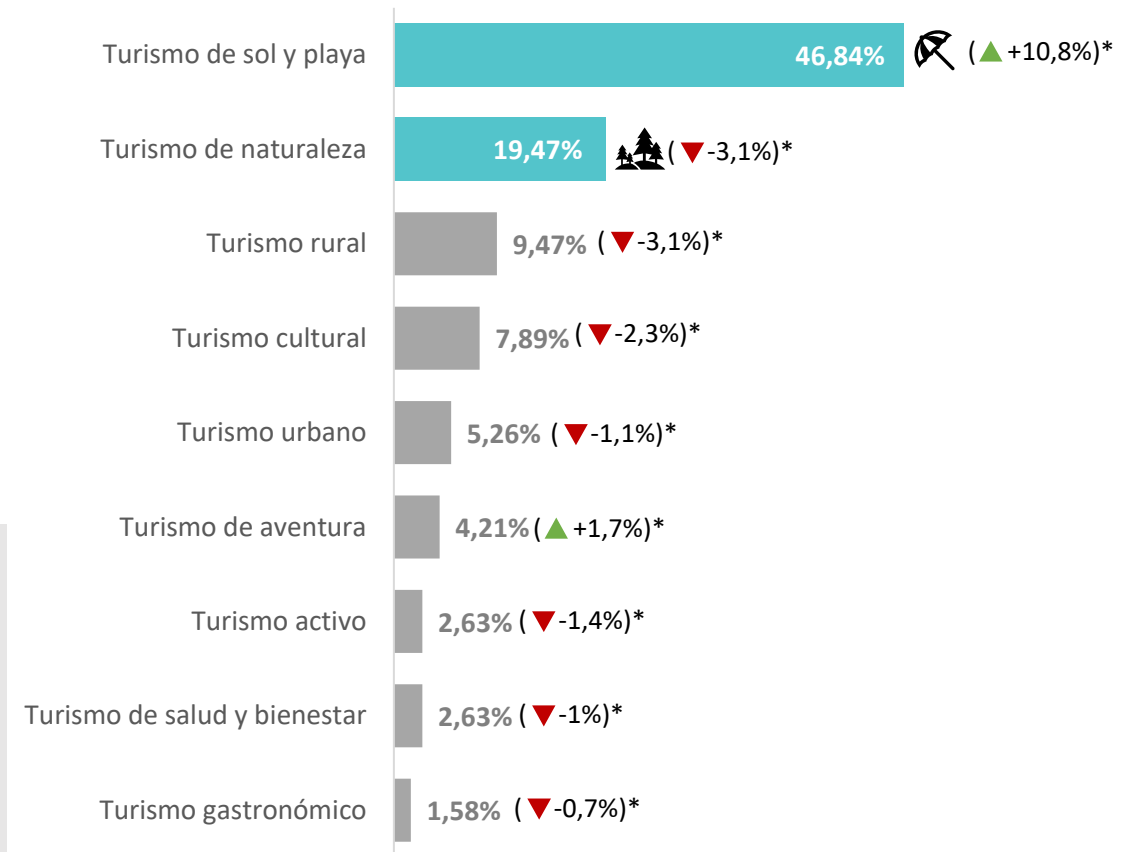
### A la hora de escoger y programar un viaje para el año que viene (2022), ¿Qué tipo de destino elegirás?



En 2022 más de la mitad de las familias prevé escoger un destino de sol y playa para sus vacaciones en familia (56,84%), aumentando un 6,5% respecto el año anterior. El segundo tipo de destino en orden de preferencia es el destino rural de interior (19,47%).

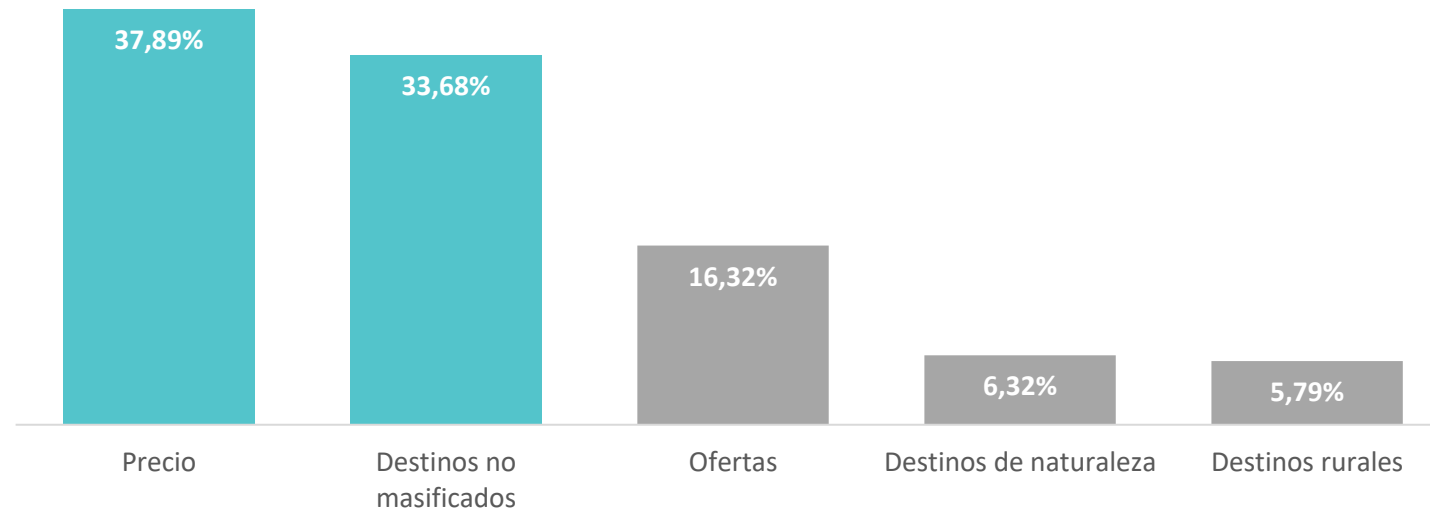
En cuanto a los tipos de turismo preferidos destaca el turismo de sol y playa en primera posición (46,84%), siendo juntamente con el turismo de aventura el único tipo de turismo que aumenta respecto el año anterior. El turismo de naturaleza ocupa la segunda posición (19,47%), seguido por el turismo rural (9,47%).

### A la hora de escoger y programar un viaje para el año que viene (2022), ¿Qué tipo de turismo elegirás?



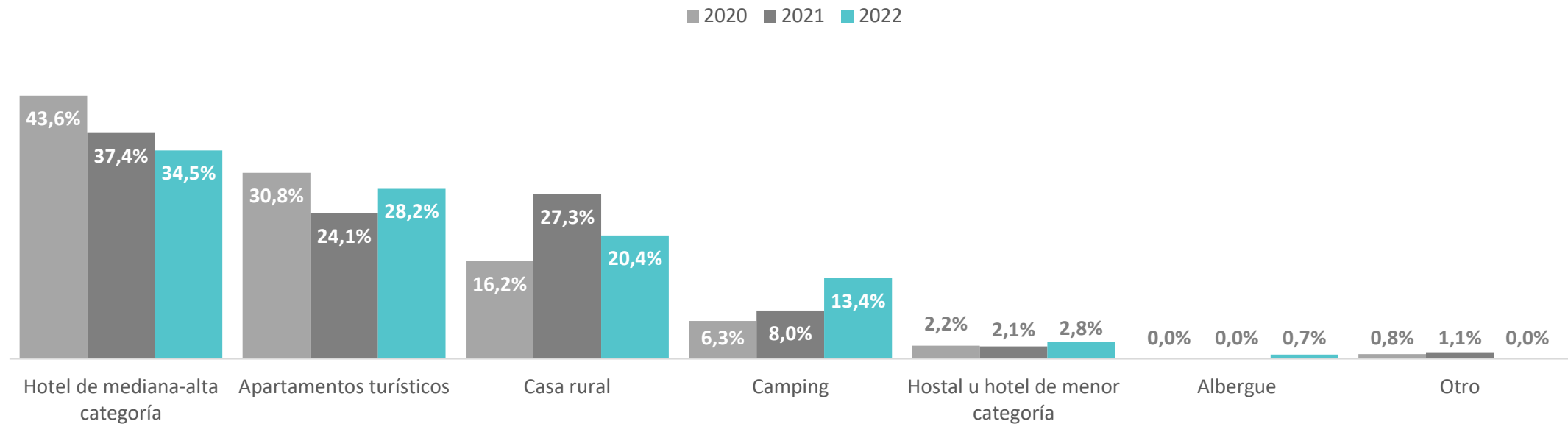
\* Comparativo con resultados del Estudio de Turismo Familiar de la FEFN y DNA 2020

Para el año que viene (2022), de estas variables, ¿cuál será la más importante?



Las familias encuestadas consideran que en 2022 el factor más importante a la hora de viajar será el precio (37,89%), juntamente con la búsqueda de destinos no masificados (33,68%).

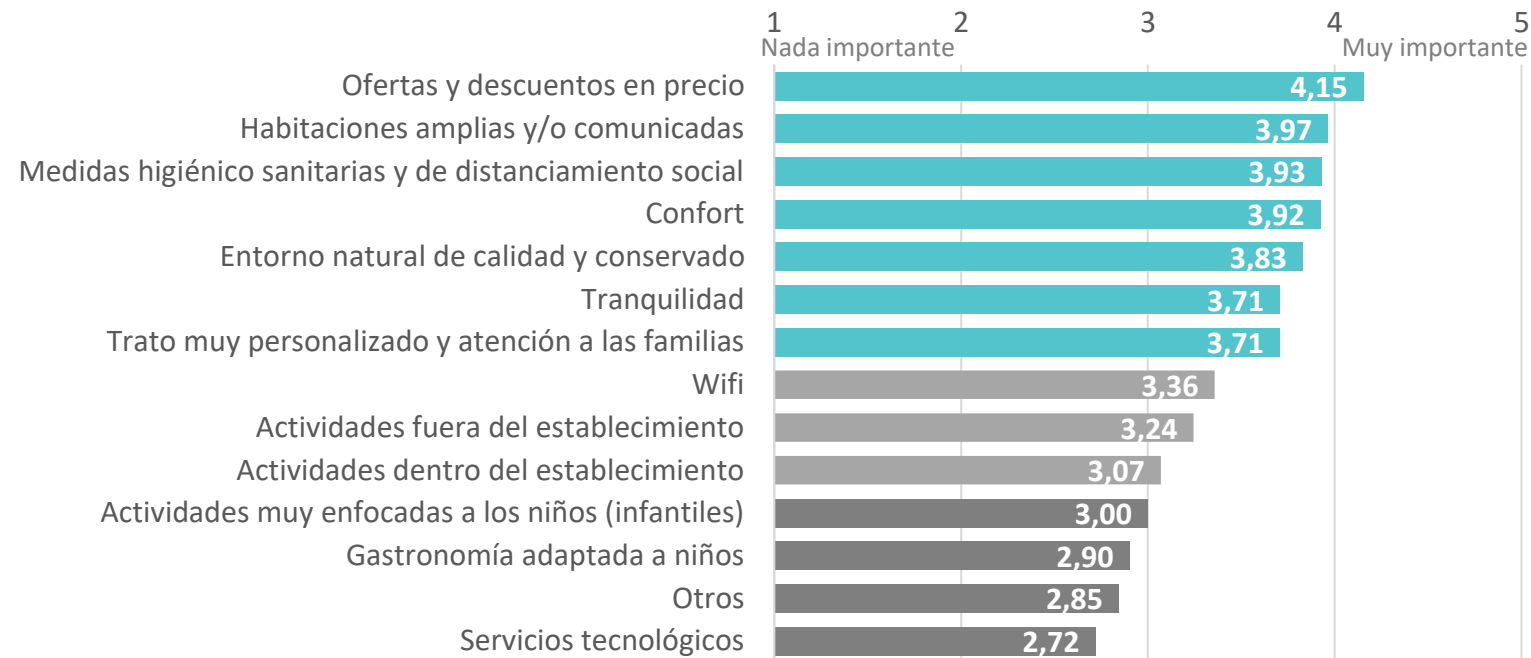
Si pudiera escoger, ¿qué tipo de alojamiento elegiría para los viajes en familia para el próximo año?



**Los hoteles de media-alta categoría siguen siendo el modelo de alojamiento preferido a pesar de la disminución continuada experimentada durante los dos últimos años (-9,1%).** Los apartamentos siendo el segundo tipo de alojamiento preferido han experimentado un incremento respecto el año anterior (+4,2%), mientras que las casas rurales situadas en tercera posición han perdido parte del incremento registrado el año anterior. Destaca el creciente interés por los campings en los últimos años, con un incremento del 7,1%.

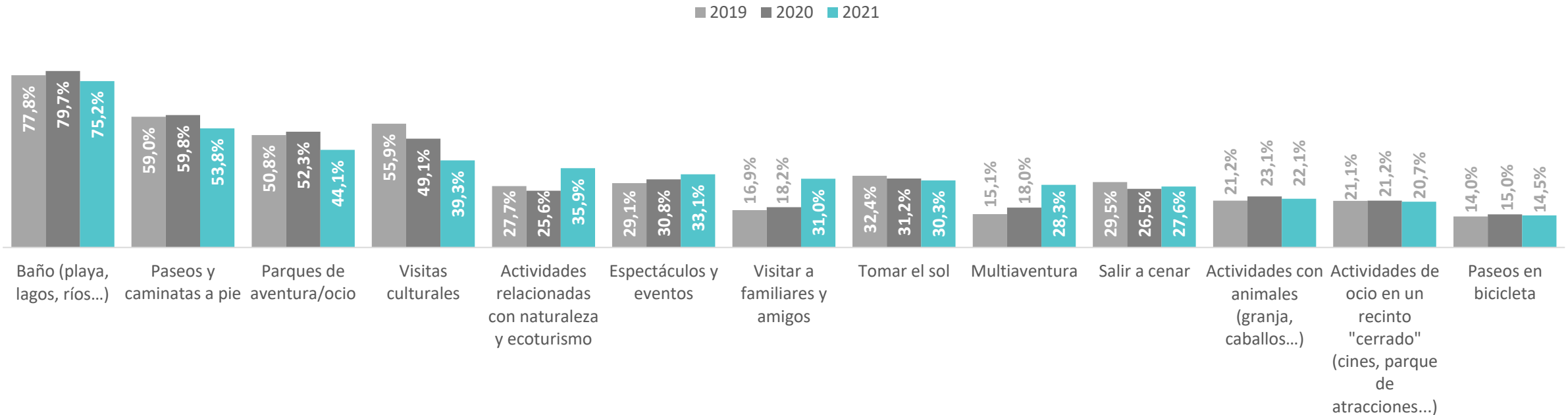
### ¿Qué espera encontrar el año que viene (2022) en un alojamiento cuando viaja en familia?

(escala de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante)



Las ofertas y descuentos en precio, las habitaciones amplias y/o comunicadas y las medidas higiénico sanitarias de distanciamiento social son los tres elementos que las familias esperan encontrar en un alojamiento en 2022. Los elementos a los que dan menos importancia son los servicios tecnológicos y la gastronomía adaptada a niños.

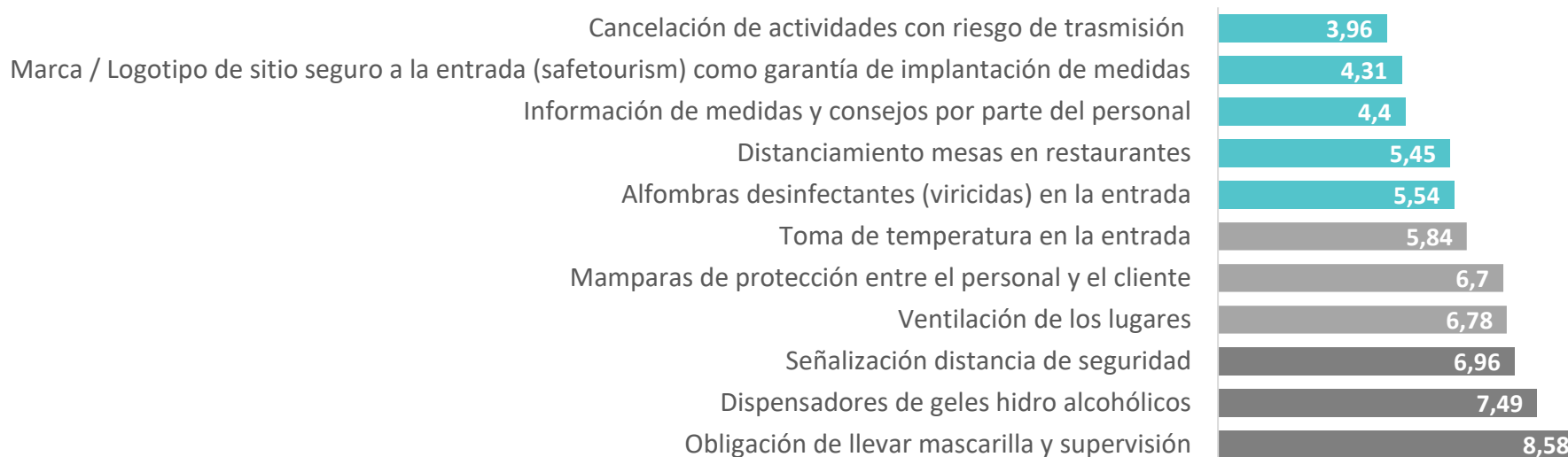
### Las actividades que mas le interesa realizar el año que viene en los viajes en familia



El baño es la actividad preferida por las familias, a pesar de disminuir ligeramente respecto el año anterior (-4,5%), seguido por los paseos y caminatas a pie (53,8%). En comparación con años anteriores **ha aumentado el interés por las actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo (+10,3%)**, situándose entre las 5 actividades preferidas. También han incrementado sustancialmente las **visitas a familiares y amigos (+12,8%)** y las **actividades de multiaventura (+10,3%)**.

## Ranking de prioridad de las medidas sanitarias implementadas por los destinos y empresas turísticas

(Escala de 1 a 11 siendo la 1 más importante y 11 la menos importante)

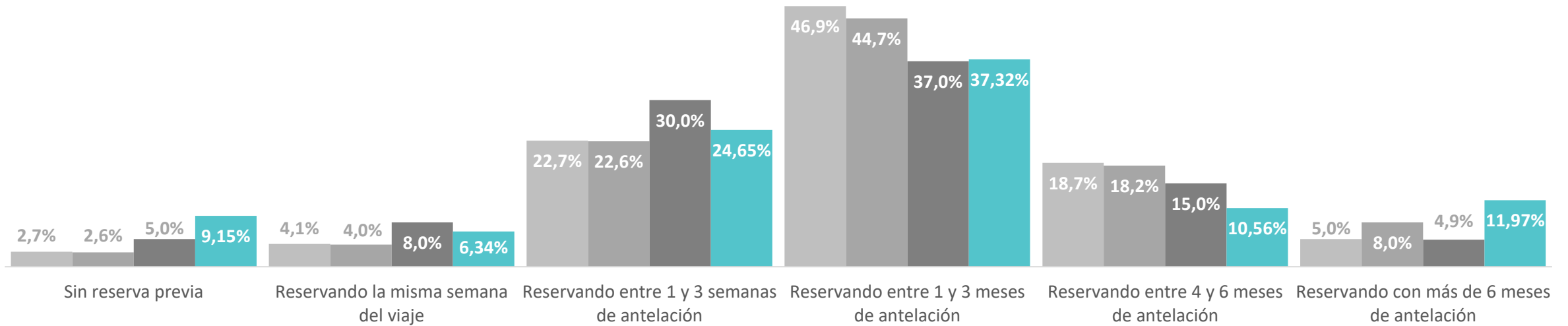


Entre las medidas sanitarias implementadas por los destinos y las empresas las familias consideran especialmente importantes la **cancelación de actividades con riesgo de transmisión** y las **marcas / logotipos de sitios seguros a la entrada (safetourism) como garantía de la implantación de medidas**. También dan especial importancia a la oferta de **información de medidas y consejos por parte del personal**, así como el **distanciamiento de las mesas en restaurantes**. Entre las medidas menos prioritarias encontramos la **obligación de llevar mascarilla y supervisión** y la disposición de **dispensadores de geles hidro alcohólicos**.



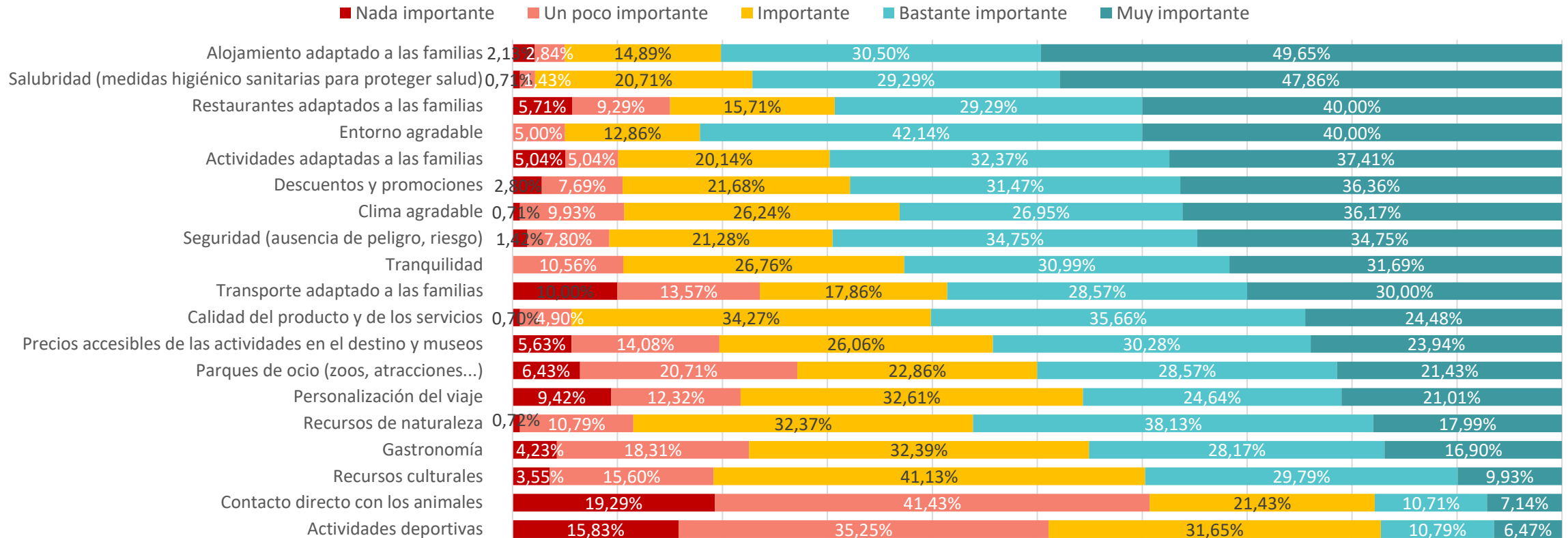
### Reserva del viaje

■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



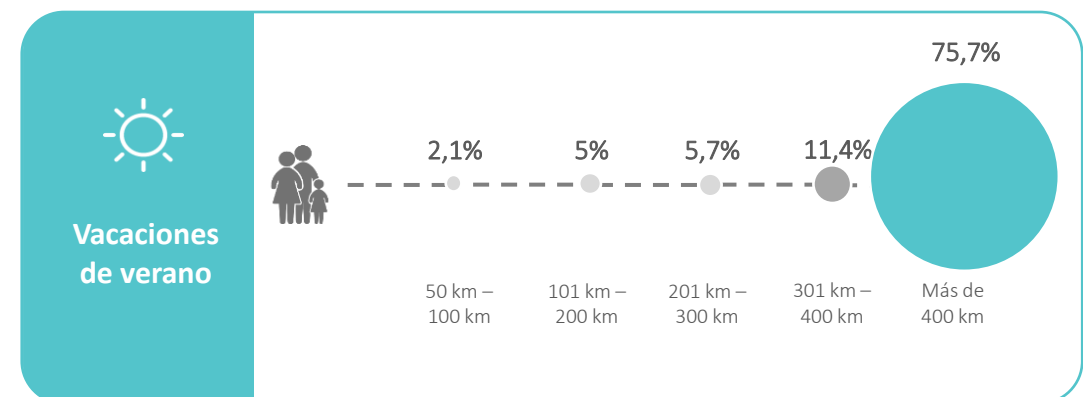
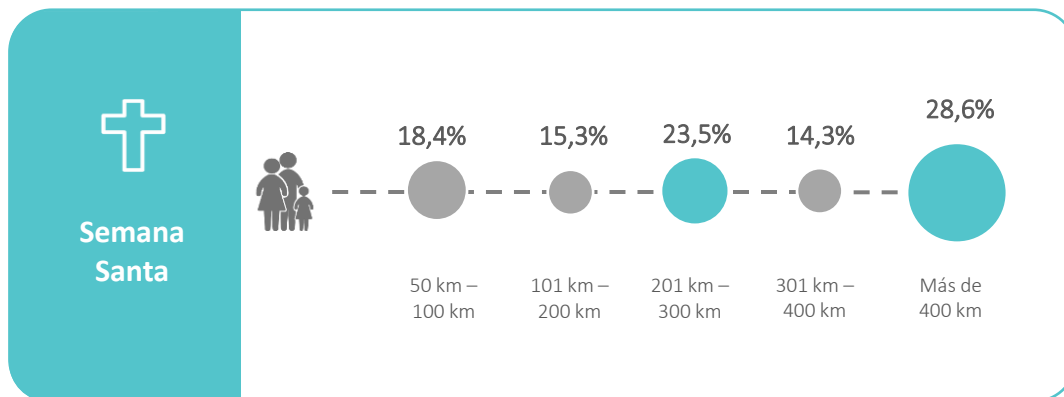
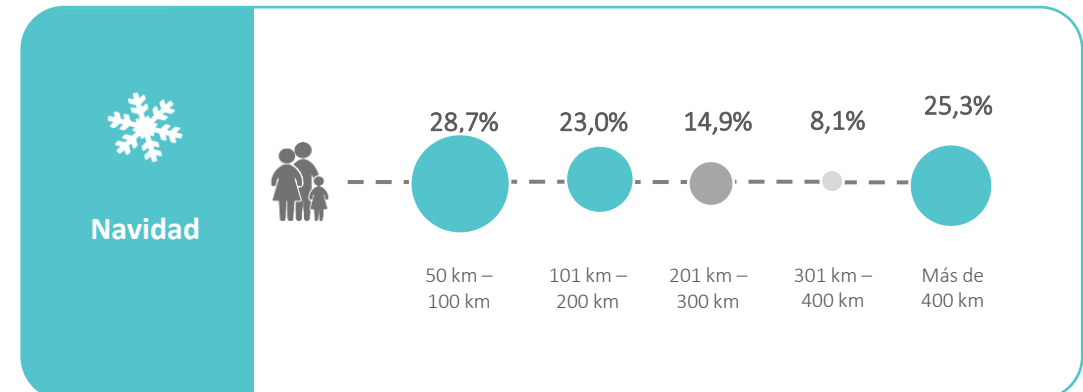
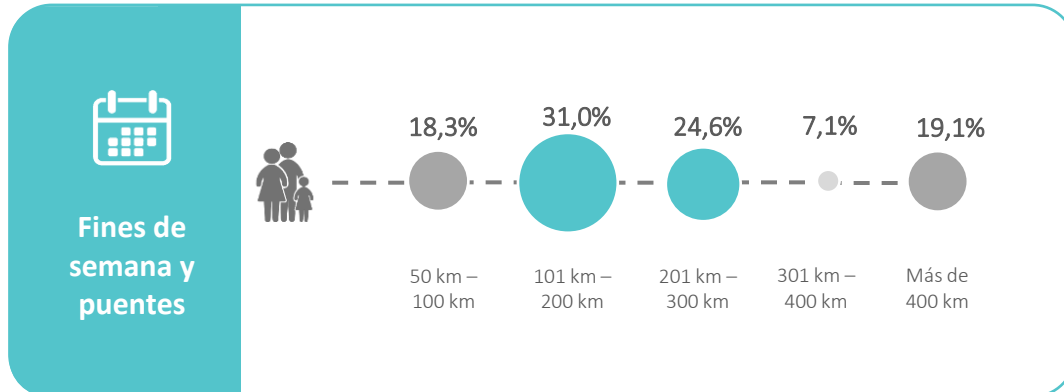
Durante los dos últimos años, en un entorno de incertidumbre debido a la situación pandémica, han incrementado las familias que viajan sin reserva previa o reservando con menos de 3 semanas de antelación. Las reservas con una antelación de 1 a 3 meses y de 4 a 6 meses han caído de manera considerable, alcanzando el 37,32% y 10,56%. Por otro lado, algunas familias siguen optando por reservar con más meses de antelación, representando el 11,97% de las familias encuestadas.

### Importancia de las diferentes variables en la elección de un destino



**La adaptación de los establecimientos a las familias y las medidas higiénico sanitarias para proteger la salud son los aspectos más importantes para la selección de destino en 2022 (80,15% y 77,15%, respectivamente). La adaptación de los restaurantes a las familias también es un elemento importante (69,29%), seguido por un entorno agradable (82,14%).**

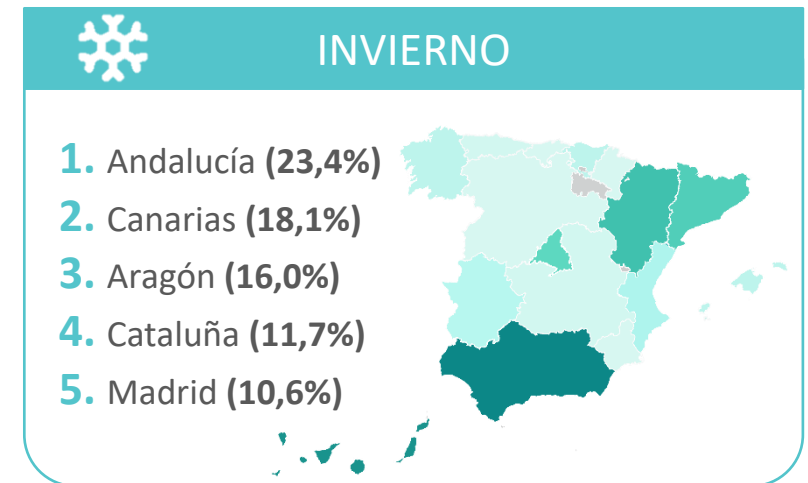
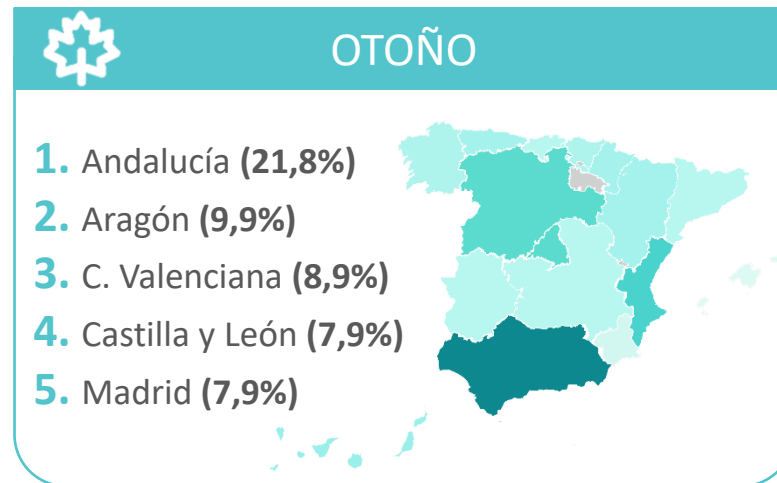
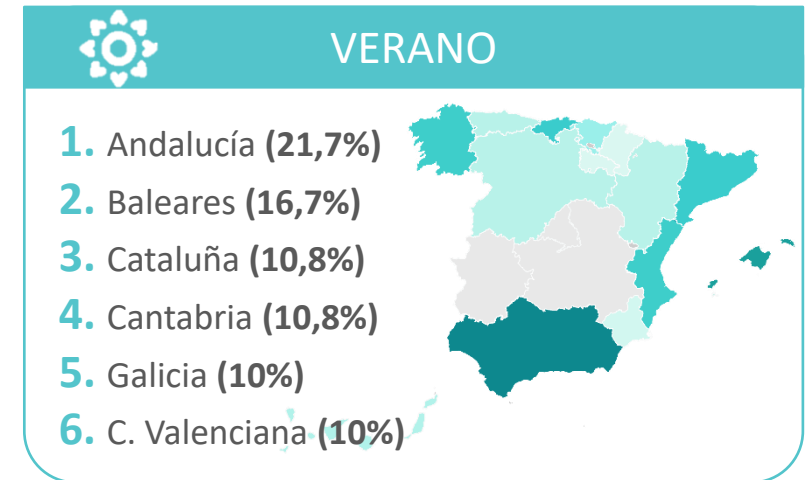
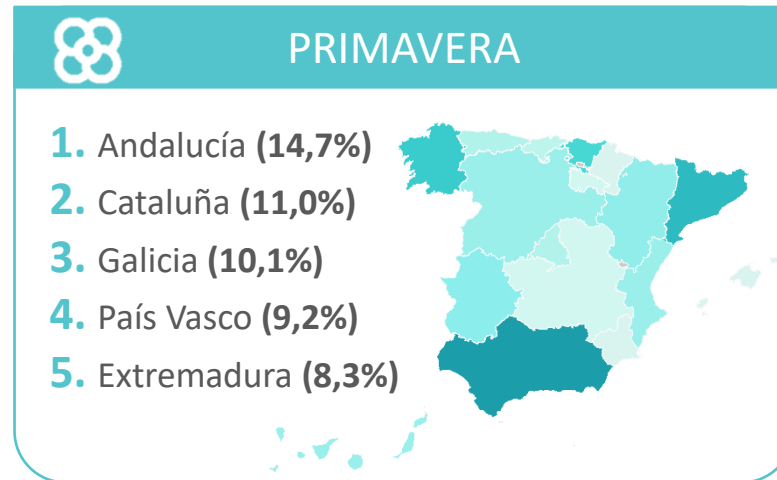
El año que viene (año 2022), cuando viaje en familia, ¿a qué distancia máxima de su hogar se desplaza?



Las familias tienden a realizar **desplazamientos más cortos los fines de semana y puentes (101km – 300km)** y en **Navidad (50km – 200km)**, mientras que **en Semana Santa y especialmente en las vacaciones de verano tienden a escoger destinos más lejanos. Destaca que en verano el 75,7% de las familias viaja a más de 400km.**

El año que viene (año 2022), 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?

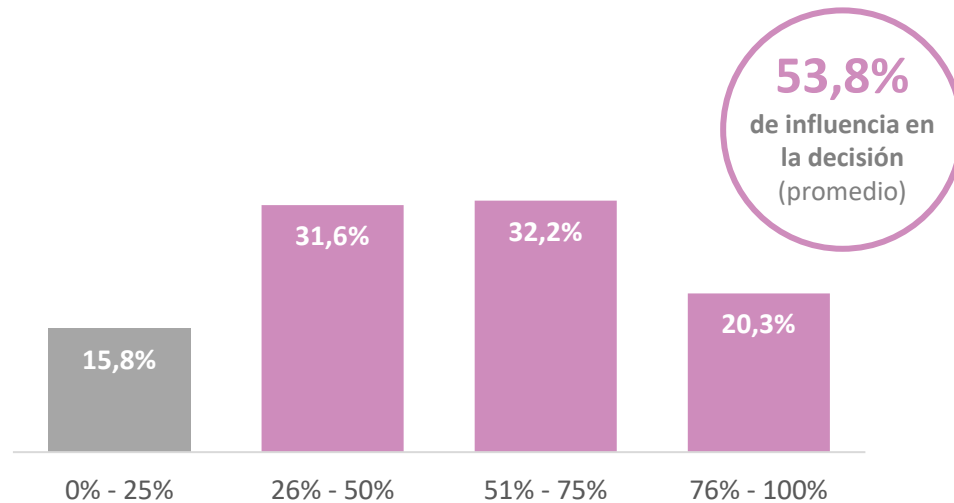
Andalucía se mantiene como el destino preferido por las familias en cualquier estación del año.



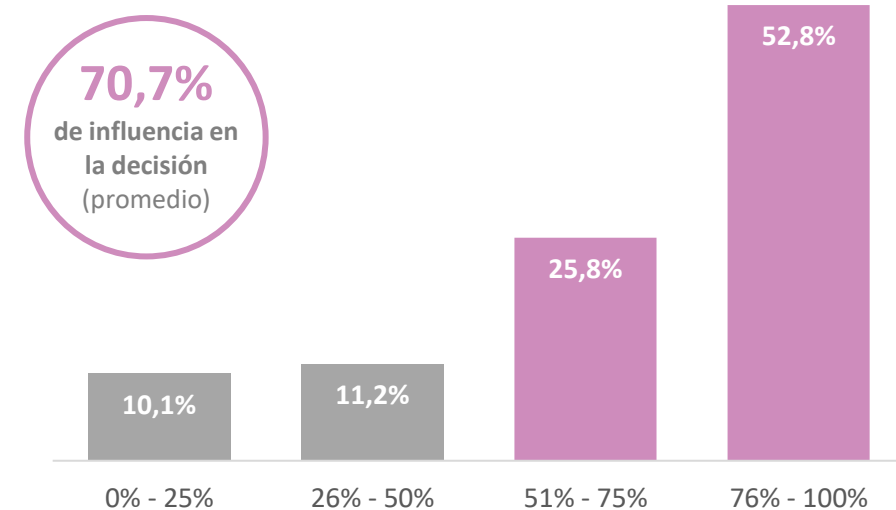
04

# Destinos en familia

A la hora de elegir un DESTINO, ¿Tiene en cuenta la sostenibilidad en la selección, planificación del viaje y sus hábitos sostenibles durante el viaje?

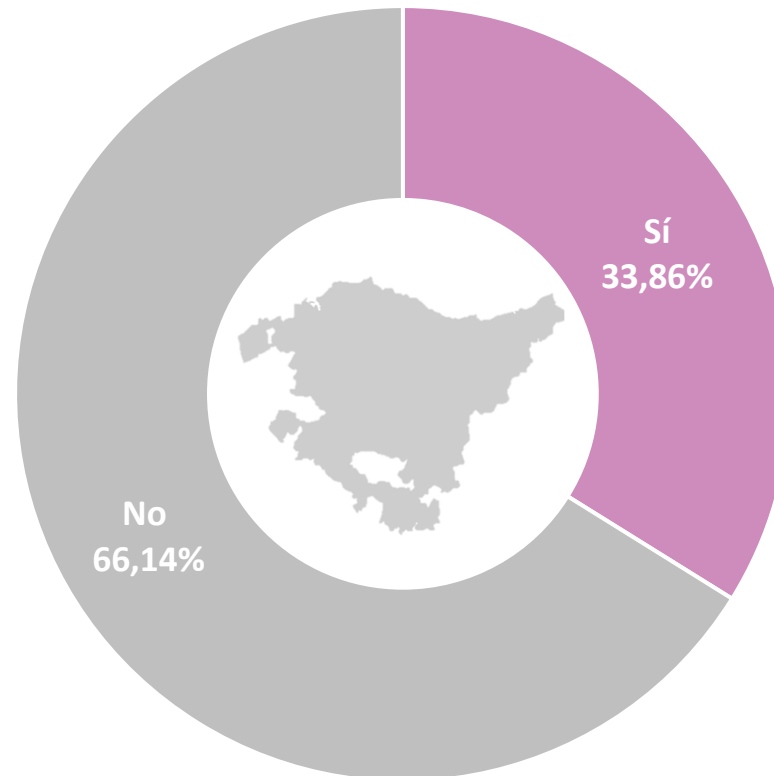


A la hora de elegir un DESTINO, ¿Tiene en cuenta la oferta de actividades diseñadas y dirigidas especialmente a familias con niños?



La oferta de actividades diseñadas y dirigidas especialmente a familias con niños influye mucho más en la decisión del destino que la sostenibilidad. A la hora de elegir el destino **la sostenibilidad es un peso importante para aproximadamente la mitad de las familias, mientras que la oferta especializada es muy importante para el 52,8% de las familias e importante para el 25,8% de ellas.**

¿Ha estado de viaje por ocio en Euskadi en los últimos 3 años?



**Una de cada tres familias encuestadas ha visitado Euskadi en los últimos 3 años.**

En su último viaje a Euskadi por ocio ¿podría indicar si ha realizado alguna/s de las siguientes actividades?

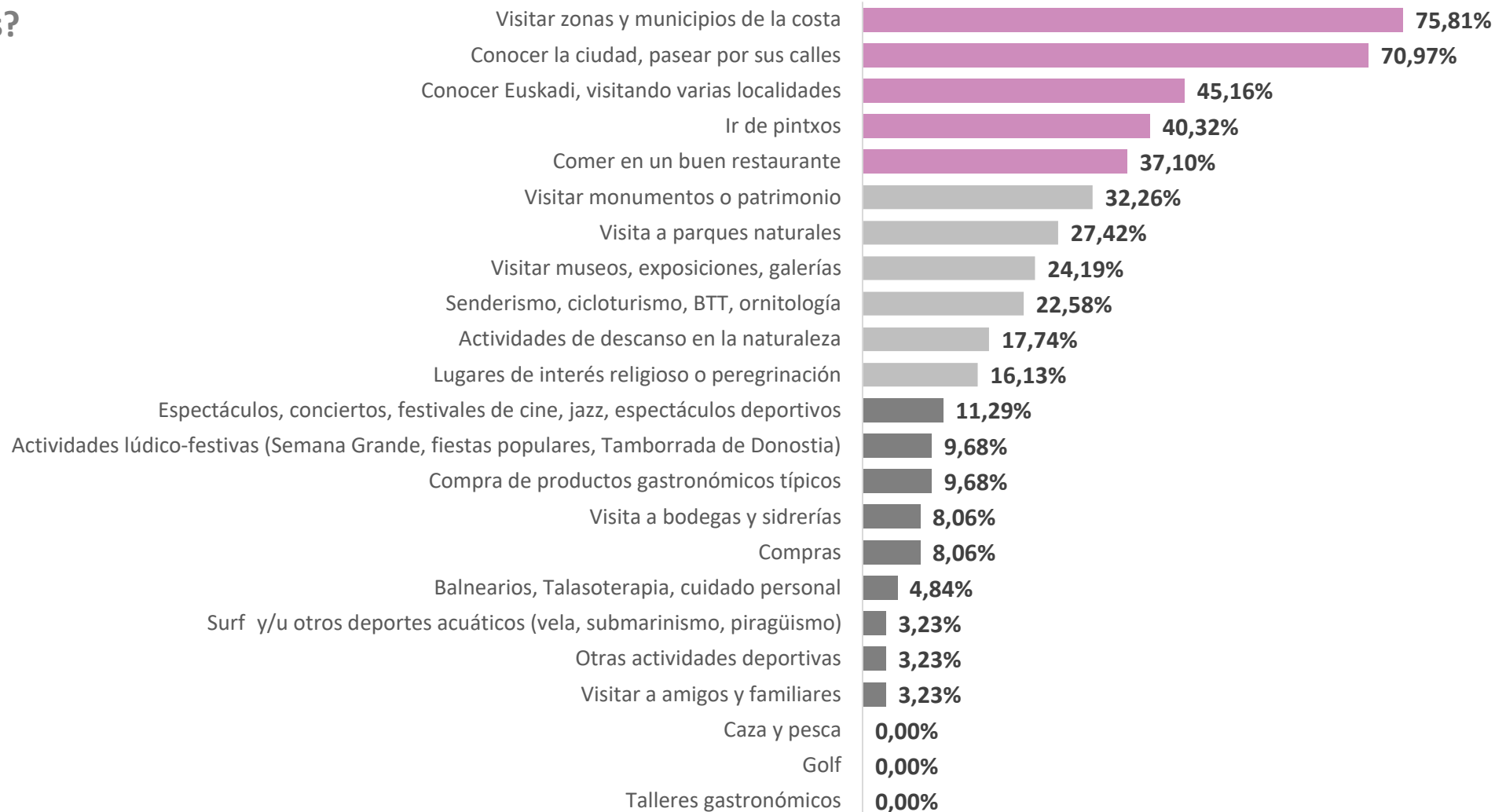
**La visita de zonas y municipios de costa (75,81%) y conocer la ciudad paseando por sus calles (70,97%) son dos actividades realizadas por la mayoría de familias que han visitado Euskadi en los últimos 3 años.**

A estas actividades le siguen **conocer Euskadi visitando varias localidades (45,16%), ir de pintxos (40,32%) y comer en un buen restaurante (37,10%).**

## Destinos en familia

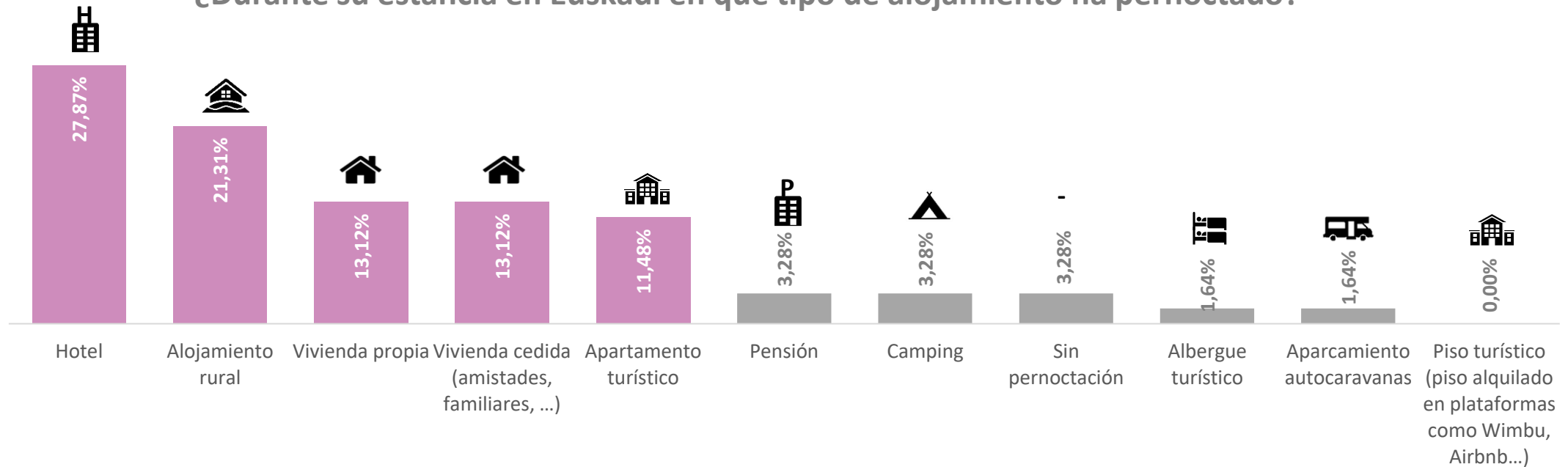
Actividades realizadas

04





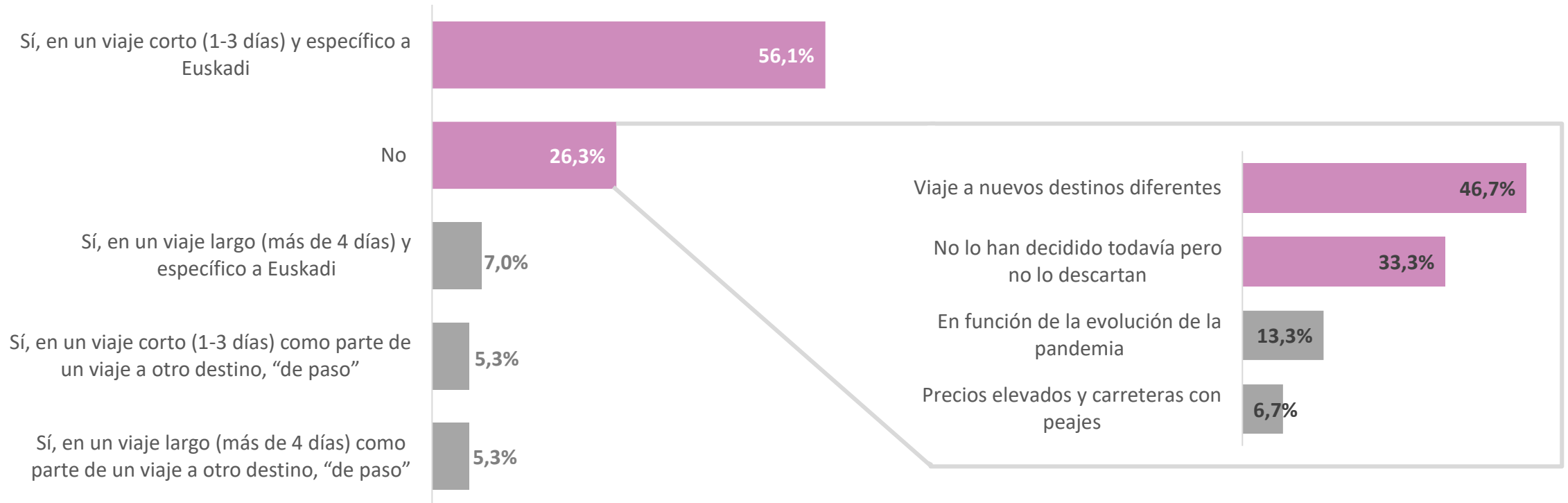
## ¿Durante su estancia en Euskadi en qué tipo de alojamiento ha pernoctado?



**El principal alojamiento turístico escogido por las familias en Euskadi es el hotel (27,87%), seguido por el alojamiento rural (21,31%).**

Las viviendas propias y viviendas cedidas por amigos y familiares también tienen un peso importante (13,12% cada una de ellas). El alojamiento turístico es la opción escogida por el 11,48% de las familias. El resto de tipos de alojamiento tienen un peso menos relevante (pensión, camping, albergue turístico, aparcamiento de autocaravanas y piso turístico).

### ¿Tiene intención de visitar Euskadi por ocio en el año 2022?



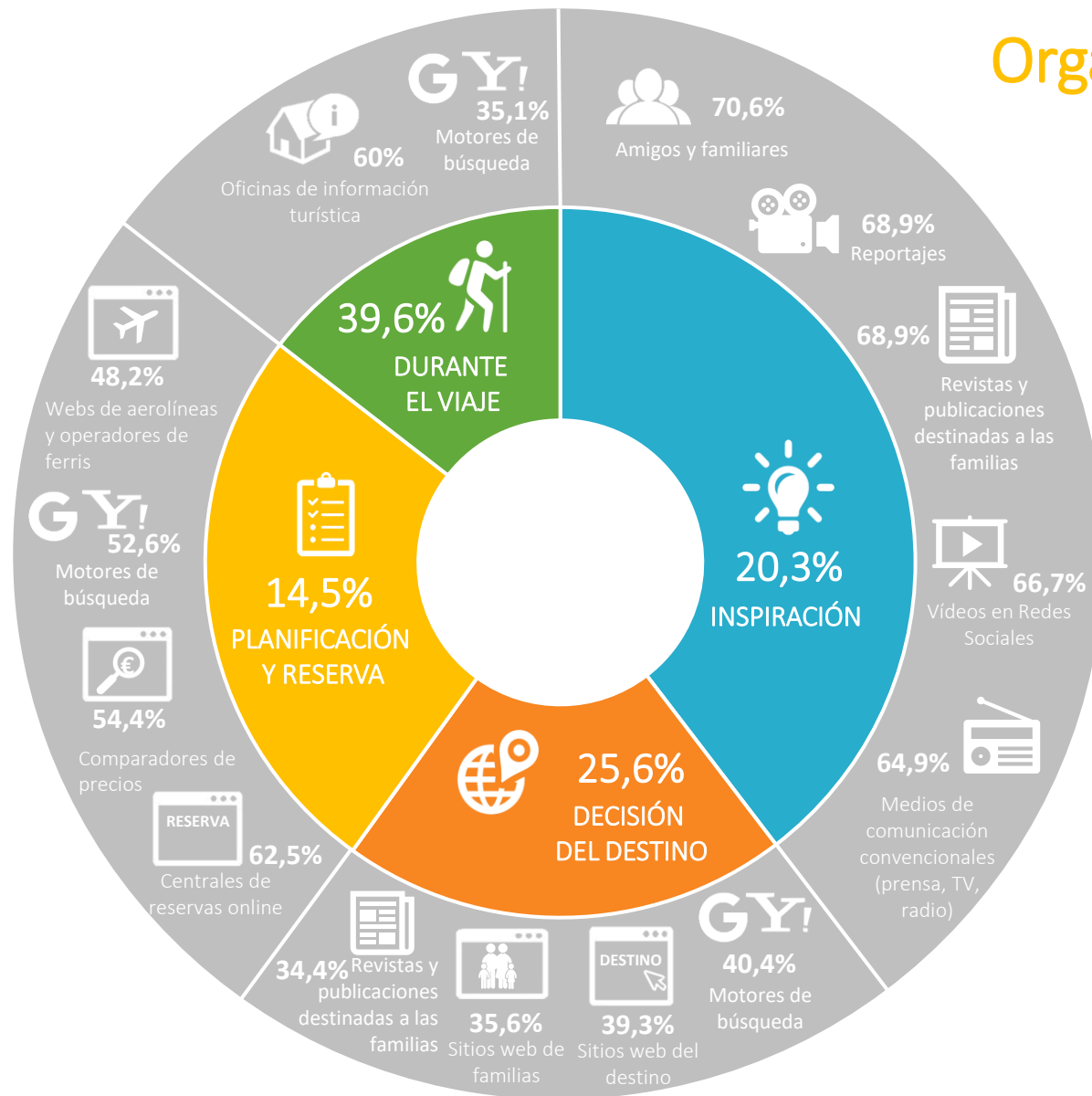
**Más de la mitad de las familias encuestadas tiene previsto volver a Euskadi en 2022 realizando un viaje corto de 1 – 3 días y específico a Euskadi (no "de paso"). El 26,3% no tiene previsto volver, y los motivos son principalmente porque prefieren visitar otros destinos diferentes y variar (46,7%) o porque todavía no lo han decidido pero tampoco lo descartan (33,3%).**

05

# Organización de los viajes familiares

# Organización de los viajes familiares

Fuentes de información consultadas



## Fuentes de información consultadas durante las fases del viaje

Tradicionalmente las familias consultaban más fuentes de información durante la fase de inspiración, sin embargo en 2021 han incrementado las fuentes consultadas durante la decisión del destino superando las consultadas en la primera fase. Concretamente la fase de inspiración ha pasado de un 39,2% de las fuentes en 2020 a un 20,3% en 2021, y en la fase de decisión del destino de un 23,7% a un 25,6%.

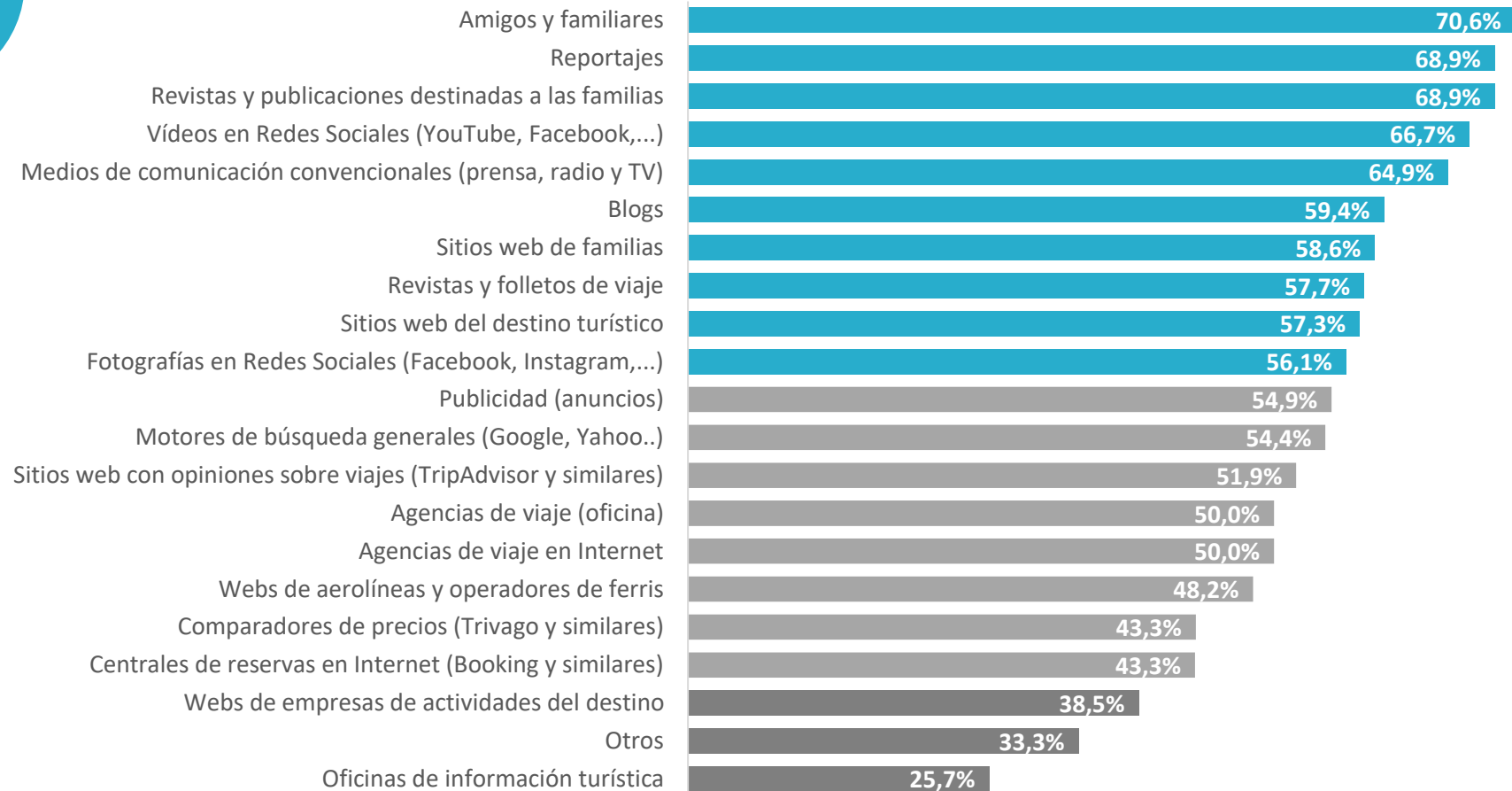
También han disminuido el número de fuentes consultadas en la fase de planificación (del 22,9% al 14,5%) mientras que han incrementado de forma sustancial las consultas durante el viaje (de un 14,5% a un 39,6%).



# Organización de los viajes familiares

## Fuentes de información consultadas

05

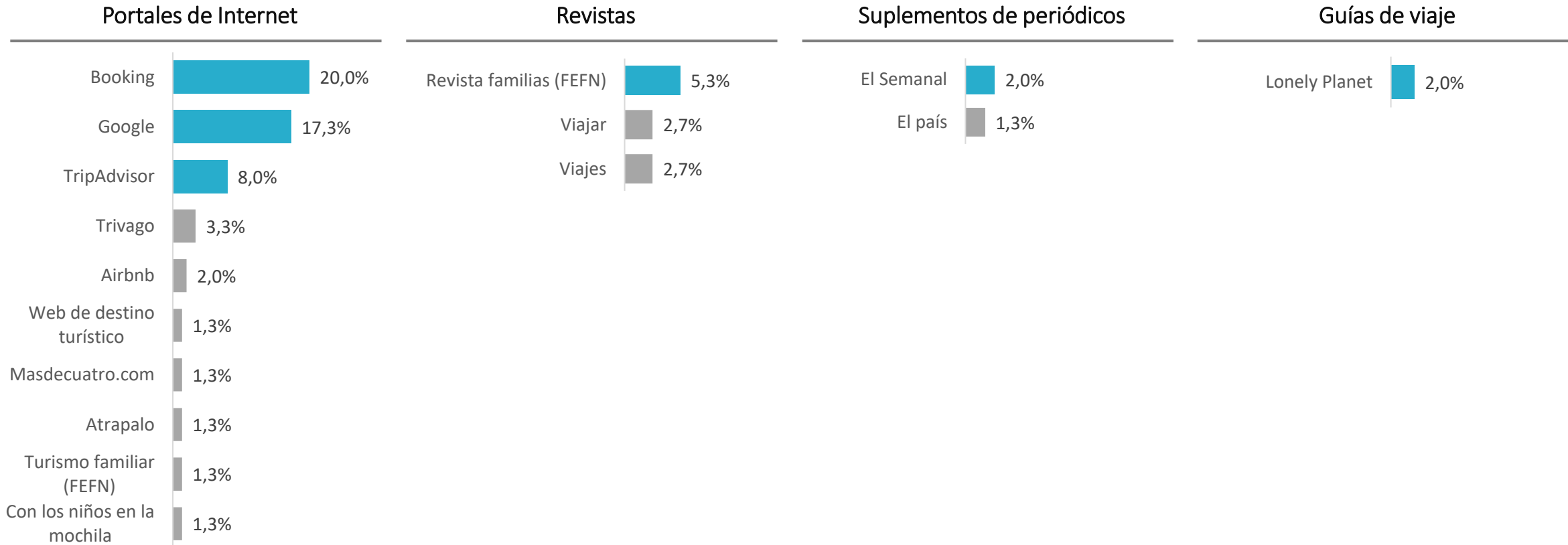


Los amigos y familiares siguen siendo la principal fuente de información en la primera fase de inspiración (70,6%). En 2021 los reportajes han pasado a ser una fuente de inspiración relevante (68,9%) junto con las revistas y publicaciones destinadas a familias (68,9%).



# Organización de los viajes familiares

## Fuentes de información consultadas



# Organización de los viajes familiares

Fuentes de información consultadas

05



DECIDIR  
DESTINO



PLANIFICACION  
RESERVA



DURANTE  
VIAJE





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](mailto:proyectos@familiasnumerosas.org)

MARIA LUISA ALONSO  
[malonso@dna.es](mailto:malonso@dna.es)

