

TURISMO FAMILIAR EN LA COMUNITAT VALENCIANA



INFORME DEL PRODUCTO TURISMO FAMILIAR > febrero 2010



0 - Índice

1	CARACTERÍSTICAS GENERALES _____	3-4
2	¿QUÉ BUSCA LA DEMANDA DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS? _____	5-6
3	LA OFERTA DE TURISMO FAMILIAR EN LA COMUNITAT VALENCIANA _____	7-10
4	LA DEMANDA DE TURISMO FAMILIAR EN LA COMUNITAT VALENCIANA _____	11
5	EL IMPULSO DE LA CONSELLERIA DE TURISME AL DESARROLLO DEL TURISMO FAMILIAR	12
6	ANEXO: DIRECCIONES DE INTERÉS _____	13

1 – Características generales

CONCEPTO

- El **turismo familiar** consiste en el disfrute de tiempo de ocio con la familia **fuera del lugar de residencia** habitual.
- Se entiende por **unidad familiar**, a efectos del presente informe de producto y por requerir instalaciones específicas, a aquella que incluye como mínimo a un **niño entre 0-14 años** (*).
- El desarrollo del turismo familiar exige una **adaptación de los servicios** a las necesidades de los niños, además de una oferta de ocio variada para todos los miembros del núcleo familiar.

Fuentes: Conselleria de Turisme. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

(*) Nota: Conceptualización basada en la observación del modelo turístico ofertado por los principales destinos turísticos de tipo familiar de España.

SERVICIOS REQUERIDOS

Información sobre actividades para niños

En establecimientos de alojamiento, servicio de **televisión** con programas infantiles, bloqueo de canales y habitaciones **comunicadas**

Zonas de juego y piscinas delimitadas y vigiladas. **Señalización** de espacios y riesgos.

Programas de **animación** con monitores cualificados

Accesibilidad de servicios, equipamientos e instalaciones (niños, ancianos y discapacitados)

Cunas, sillas y troncos adaptadas. Cambiadores de pañales en los aseos.

Alquiler de **cochecitos** y material deportivo.

Servicio de canguros y **guarderías** en establecimientos de alojamiento y en las playas.

En restaurantes, cartas con **menús infantiles** y baberos desechables.

Actividades de **ocio** (senderismo, activo, cultural) deben estar adaptadas a las necesidades de los niños y sus acompañantes (grado de dificultad, interpretación, señalización)

1 – Características generales

BENEFICIOS DEL DESARROLLO DE TURISMO FAMILIAR

- Segmento de demanda en **expansión**. Nuevas tipologías de unidades familiares (monoparentales; abuelos-nietos).
- Alta capacidad de **recomendación** de los destinos.
- Gran **fidelidad** del turista familiar al destino.
- Alto consumo de oferta de **ocio intergeneracional** (padres-abuelos-nietos).
- Vía de diferenciación de los destinos que integra oferta de alojamiento, restauración, ocio, comercio y equipamiento e instalaciones públicas.
- El turismo familiar es **compatible** con el desarrollo de otros productos (activo, senderismo, de naturaleza; sol y playa; cultural y urbano; escolar; accesible, parques temáticos).

DEBILIDADES DEL DESARROLLO DE TURISMO FAMILIAR

- Requiere de instalaciones y servicios **adaptados en alojamiento, restauración, oferta complementaria, transporte y accesibilidad de recursos**.
- Presenta alta **estacionalidad** vinculada a las vacaciones escolares, coincidente con la temporada estival.
- Propensión al uso de **vivienda gratuita** (segunda residencia o alojamiento de amigos/familiares).
- Segmento cuyo nivel de gasto en destino es muy **sensible a la coyuntura económica**.

Fuentes: Conselleria de Turismo. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

2 – ¿Qué busca la demanda de los establecimientos turísticos?

ALOJAMIENTO TURÍSTICO

- Conceden mucha importancia a las **habitaciones comunicadas** (60%). (para hoteles), que las **instalaciones** estén **adaptadas** para los niños (62%), y que dispongan de acceso a internet (45%) (para hoteles, camping, apartamentos y casa rural).
- La existencia de **ocio infantil** en los establecimientos es esencial (para hotel y camping).
- El 47% considera fundamental que el alojamiento cuente con **vigilantes** y el 37% que existan sistemas de **control en las salidas**. La **señalización** de zonas es considerada importante por la mitad de los encuestados (para hotel, camping y apartamento).
- Más de la mitad de los encuestados concede importancia a la **accesibilidad** de los establecimientos (hotel, camping, apartamento y casa rural).
- Los extranjeros requieren de información en **idiomas**.

NO CONSIDERAN IMPORTANTE

- Los servicios de meteorología.
- El servicio de canguro sólo se demanda por el 15,6% de los alojados en establecimientos turísticos.
- Uno de cada cuatro encuestados demanda programas de animación en los establecimientos de alojamiento.
- El 30% de los encuestados manifiesta tener en cuenta el hecho de que haya televisión con programas infantiles en los lugares de hospedaje.
- El 31% de los encuestados otorgan importancia a la existencia de equipamientos para bebés en los establecimientos (hotel, camping, apartamento y casa rural).

Fuentes: Conselleria de Turismo. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

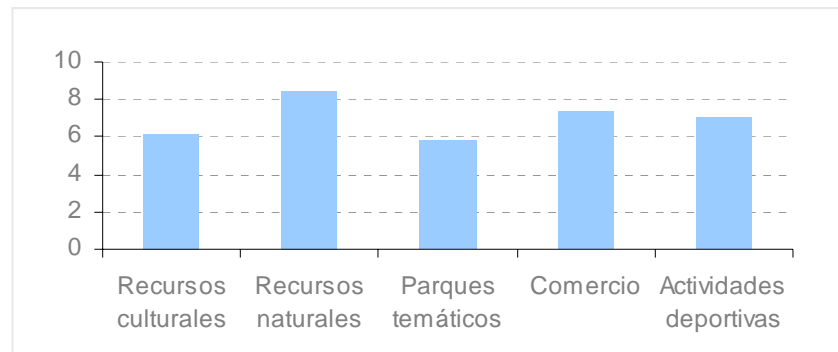
2 – ¿Qué busca la demanda de los establecimientos turísticos?

RESTAURACIÓN

- El 92% acude a bares y restaurantes.
- Son requisitos las **zonas de juegos** (69%), **menús infantiles** (67%) y **tronas, cambiadores** de pañales y **calientabiberones** (53%).

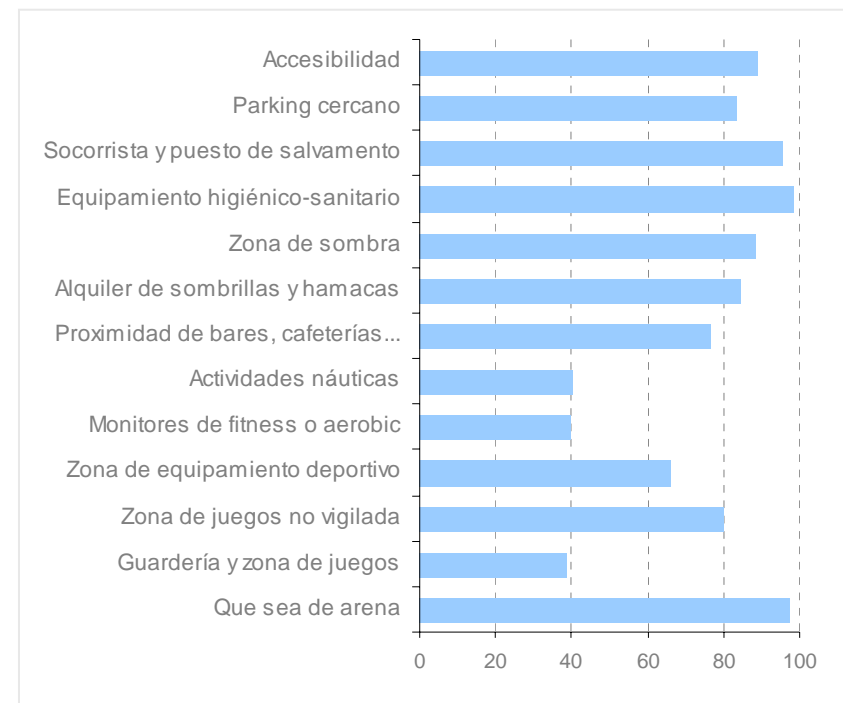
DESTINOS TURÍSTICOS

- Reciben puntuaciones de 8 sobre 10 en grado de importancia los recursos **naturales**, 7 el **comercio** y las actividades **deportivas**, 6 los recursos **culturales** y 5 los parques **temáticos**



PLAYAS

- Atributos mencionados por más del 80% son arena, **equipamiento higiénico-sanitario**, **socorrismo**, **accesibilidad**, **sombra**, **hamacas** y **parking**,



Fuentes: Conselleria de Turisme. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

3 – Oferta: en la Comunitat Valenciana

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA COMUNITAT VALENCIANA COMO DESTINO DE TURISMO FAMILIAR

- Excelente **accesibilidad** de los destinos de la Comunitat por carreteras y vías rápidas.
- **Clima** suave y **ubicación** en litoral mediterráneo.
- Óptima fisonomía y excelente adaptación del recurso más valorado por el turismo familiar: las **playas**. Playas amplias de arena, poco profundas, accesibles, de acreditada calidad (Bandera Azul y otras certificaciones), juegos e instalaciones adaptados para niños, seguridad y vigilancia, con oferta complementaria (ocio activo, cultura, restauración). Las playas de la Comunitat disponen de 730 áreas deportivas, 103 juegos juveniles y 103 juegos infantiles.
- Buen posicionamiento de la **imagen** de la Comunitat Valenciana como destino de turismo familiar.
- **Abundante oferta** y calidad en las plazas **hoteleras** .
- Buen servicio de **atención al turista**: Red de Oficinas de Información Turística con más de 180 oficinas.
- Red de **destinos de turismo familiar** de la Asociación de Turismo Familiar.

Fuente: Conselleria de Turismo. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

4 – Demanda en la Comunitat Valenciana: Volumen y procedencia

ESPAÑOLES

En 2008 se realizaron **1,76 millones** de viajes de residentes en **España** menores de 14 años con destino en la Comunitat Valenciana por motivos de ocio, recreo y vacaciones.

La Comunitat fue el **tercer** destino en número de viajes (por detrás de Andalucía y Cataluña) y el **primero en estancia media**.

Los principales mercados nacionales de origen fueron la propia **Comunitat Valenciana** (54,1%) y **Madrid** (20,2%).

Agosto concentra el 23% de los viajes, con una estancia media de 14,1 días. Julio y agosto concentra el 35,5% de los viajes.

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos, *Encuestas Frontur y Familitur*.

Nota: Las fuentes consultadas no ofrecen información que permita cuantificar el volumen de turismo familiar en España (tamaño de grupo o motivación).

EXTRANJEROS

En 2008 se realizaron **440.350 viajes** de residentes en el **extranjero** menores de 14 años con destino en la Comunitat Valenciana por motivos de ocio, recreo y vacaciones.

La Comunitat fue destino del 11,3% de estos viajes, ocupando la **quinta** posición tras Canarias, Cataluña, Andalucía y Baleares.

Los principales países de origen fueron **Reino Unido** (43,4%), **Francia** (13%) y **Alemania** (9,8%).

La Comunitat fue el principal destino de los británicos en España, el **segundo** de los **franceses** (detrás de Cataluña) y el quinto para alemanes y nórdicos.

Agosto concentra el 24,6% de los viajes, con una **estancia media de 13,9 días**. **Julio y agosto concentran el 44,2% de los viajes**.

4 – Demanda en la Comunitat Valenciana: Perfil

PERFIL

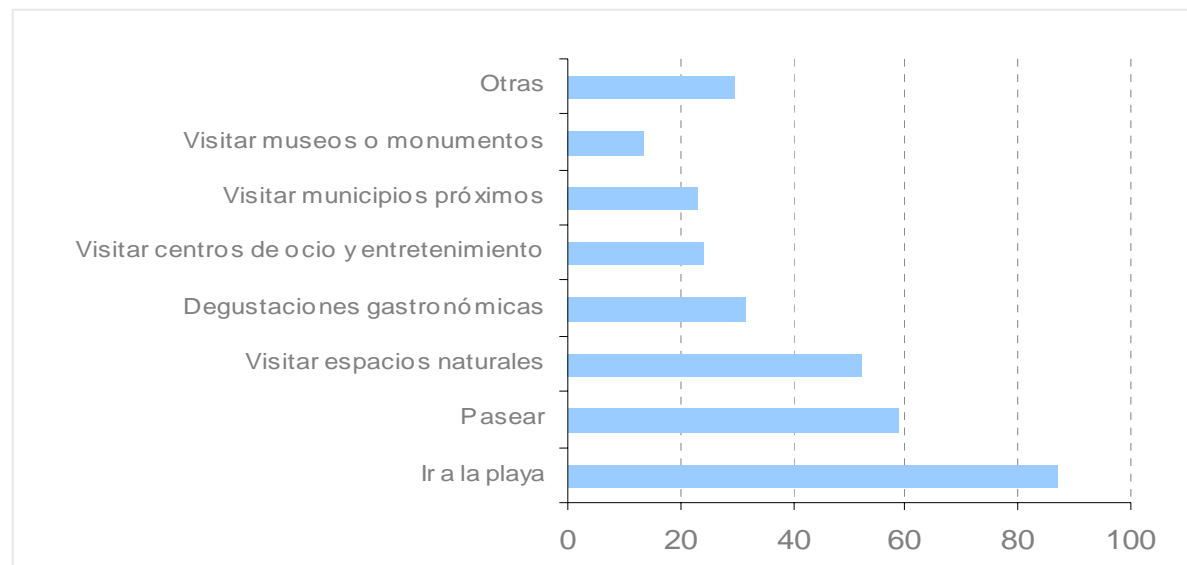
- Tienen edad comprendida entre los **36 y 45 años**, cuentan con **estudios superiores** y disponen de una capacidad de **gasto** de nivel **medio**
- La unidad familiar que realiza el viaje está compuesta de una **pareja con dos niños menores de 9 años**.
- Eligen **vivienda gratuita** (propia o cedida) (43,5%) y en menor medida **vivienda alquilada** (25%) y **hotel de categoría media y superior** (3 o más estrellas) (23,5%). La tipología hotelera es la opción seleccionada por los extranjeros. La vivienda gratuita es elegida por los españoles con una unidad familiar mayor que la media.
- Utilizan **coche propio** (85,5%) para viajar desde su lugar de residencia a la Comunitat, así como para los trayectos dentro del destino.
- El turista organiza el viaje de forma **individual** (77,5%), sin contar con agencias de viajes o turoperación.
- Viajan a la Comunitat en época **estival** (76%). Semana Santa y puentes son opciones minoritarias.
- Es un turista fiel: La mayoría visita la Comunitat **todos los años**.
- Las **partidas con mayor gasto** corresponden al **alojamiento** y la **comida**.

Fuente: Conselleria de Turisme. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

4 – Demanda en la Comunitat Valenciana: Perfil

ACTIVIDADES REALIZADAS

- Ir a la **playa** es la actividad más generalizada, pero también destacan los **paseos** y visitar **espacios naturales**.
- Los **españoles** se decantan en mayor medida por la visita a **centros de ocio** mientras que los extranjeros eligen museos y monumentos.



Fuente: Conselleria de Turisme. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

4 – Demanda en la Comunitat Valenciana: Perfil

GRADO DE SATISFACCIÓN E IMAGEN

- Los turistas de tipo familiar que eligen la Comunitat Valenciana como destino consideran que **se adapta a sus necesidades** familiares. Aquellos alojados en hoteles, hostales y casas rurales presentan un grado de satisfacción mayor.
- El **96% recomendará** la Comunitat Valenciana como destino de vacaciones familiares. Aquellos que no lo harán aducen como razón la falta de oferta de ocio orientada a los niños.
- Los atributos asociados a la imagen de la Comunitat como destino de turismo familiar son las **playas para la familia**, y en menor medida, los alojamientos, transporte y accesos adaptados.
- Además de la Comunitat Valenciana, otras Comunidades Autónomas identificadas como destinos de turismo familiar son **Andalucía, Cataluña**, y en menor medida, Baleares, Murcia y Asturias.

Fuente: Conselleria de Turismo. *Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana*. Noviembre 2009 (Informe interno).

5 – Impulso de la Conselleria de Turisme al desarrollo del turismo familiar

PROGRAMAS DE AYUDAS		
Empresas Adaptación de equipamientos.	Cualificación del alojamiento y creación de alojamiento de interés singular. Mejora de la accesibilidad.	Plan de competitividad 2009-2011: Apoyo a mejoras integrales en las condiciones y servicios de los establecimientos turísticos
Planes de Calidad, medio ambiente e Innovación.		Ayudas a la inversión y en gasto corriente
Municipios Planificación estratégica.	Programa de Ayudas a Entidades Locales.	Apoyo a la Asistencia Técnica en Planificación Turística
OTRAS ACTUACIONES DE APOYO		
Investigación y análisis	Estudios de producto / demanda	Estudio sobre el Turismo Familiar en la Comunitat Valenciana 2009.
Promoción en web	Inserción de información www.comunitatvalenciana.com	Inserción de información de www.viajarenfamilia.net
Publicaciones institucionales	Revista CV News	Colaboración con www.viajarenfamilia.net
Promoción en destino	Empresas y destinos	Difusión de información a través Red Tourist Info de oficinas de información turística en la Comunitat Valenciana.
Formación	Gestores de destinos y empresarios	Mesa redonda sobre “El sector turístico ante las demandas del turismo familiar del XXI” en la edición de 2007 de la Feria TCV.
Cualificación		Formación red CdT (CdT de Valencia, Gandía y Castellón).

Fuente: Conselleria de Turisme

6 – Direcciones y organismos de interés

- **Comunitat Valenciana:** <http://www.comunitatvalenciana.com>
- **Castellón Costa Azahar.** Patronato Provincial de Turismo de Castellón:
<http://www.castellon-costaazahar.com>
- **València Terra i Mar.** Patronato Provincial de Turismo de Valencia (Programa “con la familia”):
http://www.valenciaterraimar.org/propuesta_familia.html
- **Turisvalencia.es** (Programa “Valencia con niños”):
<http://www.turisvalencia.es>
- **Costa Blanca.** Patronato Provincial de Turismo de Alicante:
<http://www.costablanca.org/>
- **Benidorm:** <http://www.benidorm.org/turismo/>
- **Asociación de Turismo Familiar (ATURFAM):** <http://www.aturfam.org>

Fuente: Conselleria de Turisme

MUNICIPIOS TURÍSTICOS FAMILIARES DE LA COMUNITAT VALENCIANA ACREDITADOS POR ATURFAM



Benicàssim
Biar
Bocairent
Calpe
Chulilla
Cullera
Jérica
Moixent
Pego
Peñíscola
El Puig
Rótova
Santa Pola
Serra
Valencia
Vinaròs
Xàtiva.

Fuente: Asociación de Turismo Familiar (ATURFAM) Imagen correspondiente a la entrega de acreditaciones de Destino Turístico Familiar el 26 de febrero de 2010 en la feria TCV en Valencia.

INFORMES DE PRODUCTOS TURÍSTICOS



© Conselleria de Turisme – Febrero 2010