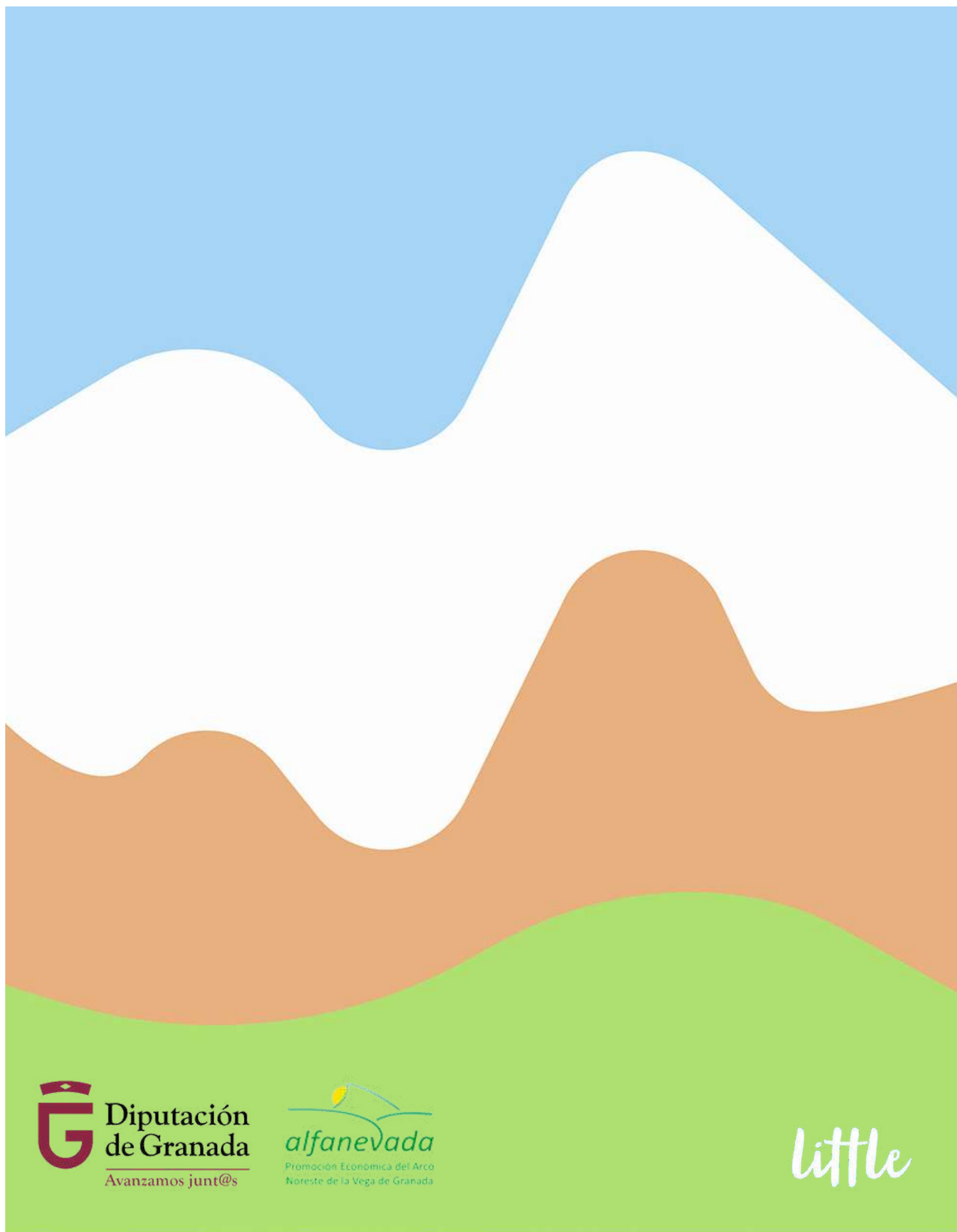


Orientación al turismo familiar

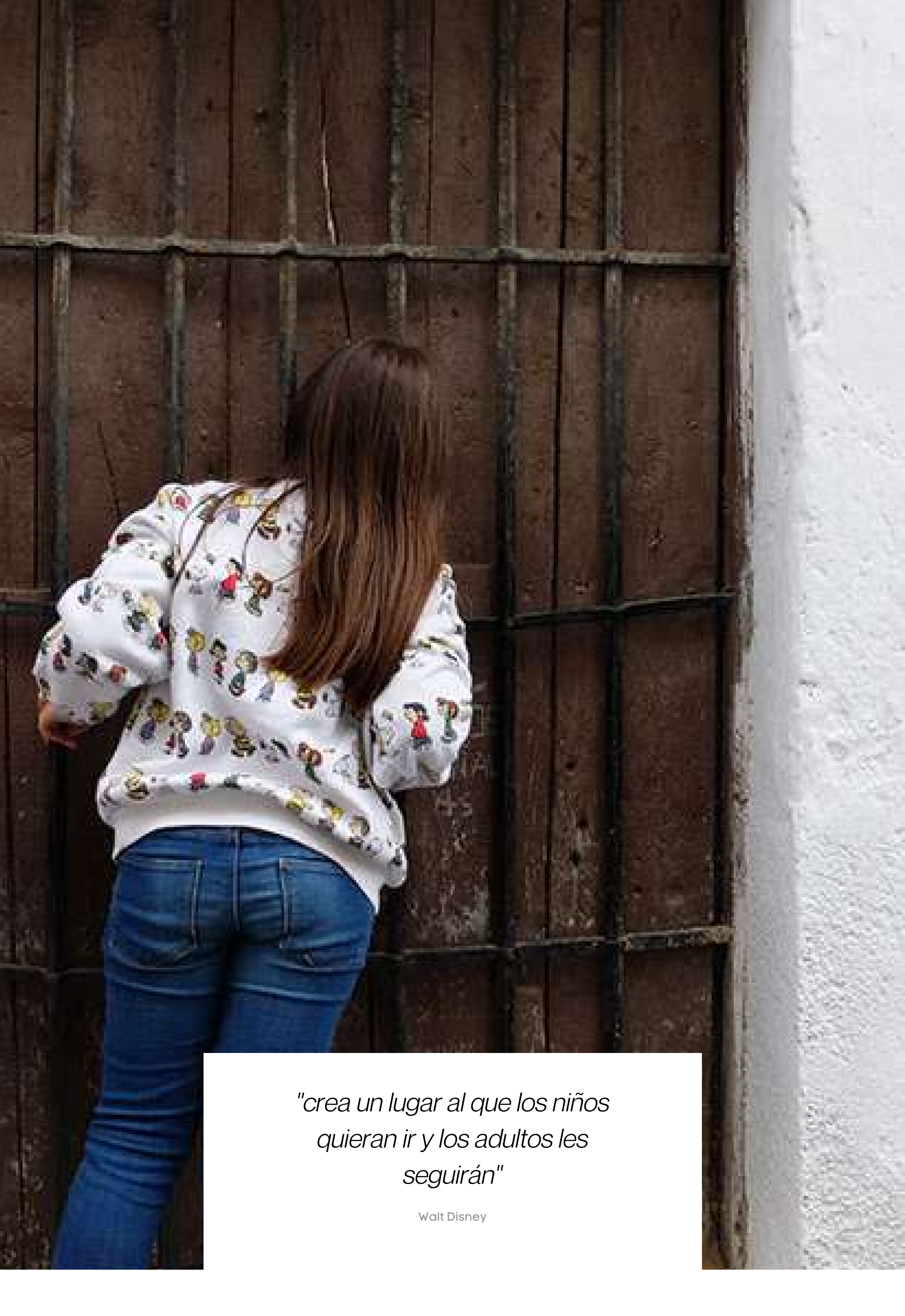
Recomendaciones para empresas



Promoción del turismo familiar en Alfanevada

Contenido

- 1.** ¿Por qué una Guía de recomendaciones para establecimientos?
- 2.** ¿Qué entendemos por turismo familiar?
- 3.** Un nicho en pleno crecimiento
- 4.** Principales características del turismo familiar
- 5.** Recomendaciones para establecimientos del sector de la hostelería
- 6.** Recomendaciones para alojamientos
- 7.** Recomendaciones para empresas de actividades de ocio y tiempo libre
- 8.** Comunicación de las propuestas para familias



*"crea un lugar al que los niños
quieran ir y los adultos les
seguirán"*

Walt Disney

¿Por qué una Guía de recomendaciones para establecimientos?

Un **territorio amable con las familias** debe poseer infraestructuras y recursos públicos dirigidos a la infancia: parques infantiles, actividades de ocio, rutas adaptadas, oferta cultural apropiada...

Pero también el **sector privado**, especialmente aquellas empresas del sector de la hostelería y la restauración, los alojamientos y las empresas de actividades de ocio y tiempo libre, deben tener ofertas y recursos adecuados y adaptados al público familiar.

La creación de esta oferta permitiría **atraer un importante volumen de turismo familiar**, no sólo procedente de otras provincias (turismo de vacaciones, altamente estacional), sino también turismo procedente de la capital y el área metropolitana, desestacionalizado y que puede ser fidelizado con relativa facilidad.

Las familias de ciudades medias como Granada están ávidas de contenidos y experiencias de ocio para disfrutar juntos y la oferta en este sentido en nuestra provincia es prácticamente inexistente o, al menos, no está adecuadamente publicitada.

El **reto** estriba en diseñar una oferta de turismo que trate al público familiar con la "dignidad" que se merece, con rigor y seriedad, primando la calidad de las propuestas.

Las **empresas privadas** pueden **diversificar** su actividad y **ampliar** su cuota de mercado y **volumen** de actividad económica, añadiendo a **las familias** a su cliente objetivo.

Con esta Guía de recomendaciones a establecimientos para el turismo familiar, **pretendemos** facilitar la creación de esta oferta, ofreciendo **información actualizada** sobre aquellos aspectos que más valoran las familias y las tendencias actuales del mercado en este sector.

Analizaremos también **casos de buenas prácticas en turismo familiar** para cada sector y propondremos **actuaciones concretas** que permitan a las empresas del territorio diseñar propuestas originales y centradas en la **identidad** de nuestro territorio.

La construcción de una oferta turística de este tipo, sería capaz de situar al **arco noreste de la provincia de Granada** (Alfanevada), a la vanguardia de las comarcas amables con las familias y pionera en Andalucía en la construcción de una oferta sólida y bien articulada de turismo familiar.

¿Qué entendemos por turismo familiar?

No existe una definición única de turismo familiar.

Según el informe de turismo familiar anual que elabora la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, "se puede considerar que se realiza turismo familiar cuando la motivación principal del viaje de ocio es ir con la familia.

El "**grupo familiar**" puede estar compuesto en su versión más amplia por una combinación de padres, hijos, hermanos, abuelos, etc..., si bien el concepto de "familia" más reconocido es el de padres y madres que viajan acompañados de hijos e hijas menores de edad".

Sin embargo, es evidente que el perfil de las familias que viajan ha experimentado un cambio notable, y cada vez son más diversas: padres o madres separados con sus hijos/as, familias de hasta tres generaciones, padres o madres separados que se unen para viajar en grupo con sus hijos/as, parejas con hijos de diferentes cónyuges, familias monoparentales...

Esta fragmentación de la demanda incide también en la oferta turística, y lleva a las empresas y destinos turísticos a segmentar cada vez más su oferta, diseñando experiencias y propuestas que se adaptan a los diferentes tipos de familias que viajan.

Un nicho en pleno crecimiento

El turismo familiar se ha convertido en uno de los nichos más interesantes y atractivos a la hora de diversificar la oferta turística de un territorio.

Se trata de **un sector en auge** desde hace años, como demuestra el creciente interés de administraciones públicas, empresas turísticas, blogs de viajes etc. por enfocarse a este segmento.

En 2019, se calcula que el impacto económico del turismo familiar fue de 18.552 millones de euros.

El **turismo familiar es un producto estratégico** capaz de generar efectos positivos y oportunidades tanto para empresas del sector como para instituciones y entidades públicas, además de abrir nuevas vías de negocio.

De otro lado, es importante destacar que se trata de **un segmento compatible con otros segmentos y productos turísticos**.

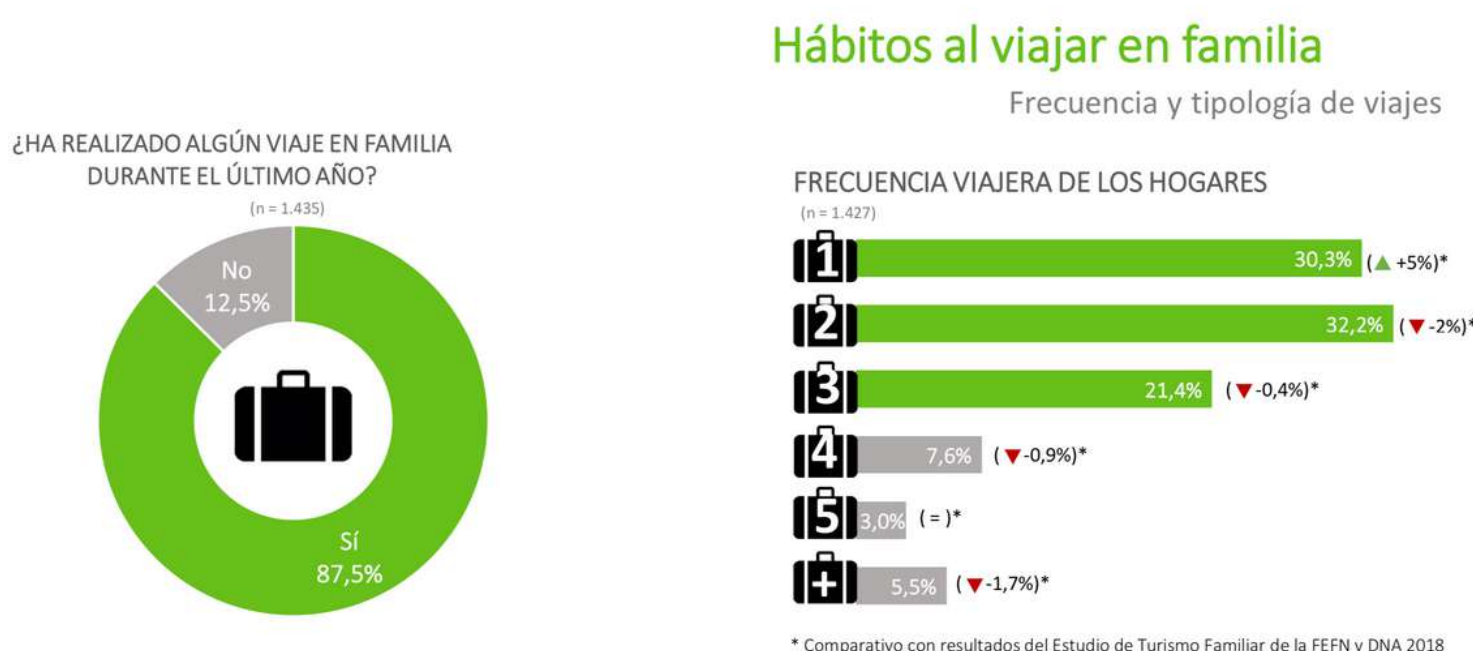
Aunque requiere de cierta especialización en equipamientos y oferta turística, y de una comunicación especializada, en contrapartida tiene **un público extremadamente fiel** que se siente feliz de actuar como prescriptor entre su comunidad si la experiencia es positiva.

Principales características del turismo familiar

Sabemos que las familias viajan, pero ¿cómo eligen sus destinos? ¿qué medios utilizan para viajar? ¿dónde se alojan? ¿qué es lo que más valoran en un destino? ¿a cuánta distancia de sus hogares se desplazan y cuándo?...

Conocer las respuestas a todas estas preguntas nos ayudará definir una propuesta turística atractiva para las familias.

- **Con qué frecuencia viajan las familias**



Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

© FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

- **Quién decide el destino del viaje**

Son los progenitores quienes influyen más en la decisión del destino, y de manera especial, la madre.

Es fundamental tener esto en cuenta cuando diseñemos nuestras campañas y mensajes publicitarios: nuestro cliente son los padres/madres.

QUIÉN INFLUYE MÁS EN LA DECISIÓN DEL DESTINO



Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

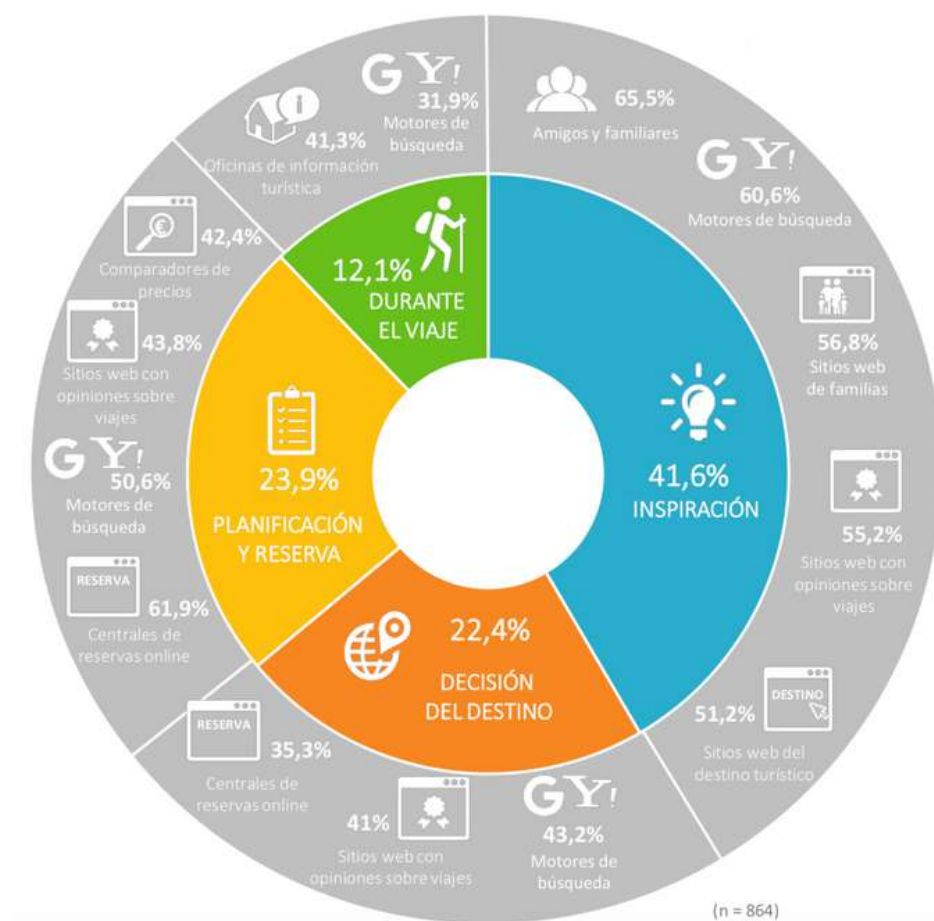
- **¿Dónde buscan información a la hora de buscar destinos, planificar el viaje o durante su estancia?**

La mayor parte de la información se busca durante la **fase de "inspiración" y reserva.**

Cabe destacar que en esta fase los amigos y familiares son las principales fuentes de información consultadas, seguidos de la búsqueda de información a través de internet, tanto en motores de búsqueda como en portales especializados sobre familias, viajes etc.

Las familias en general, actúan como **prescriptores naturales** cuando su experiencia en un lugar es positiva y son un cliente fácil de fidelizar.

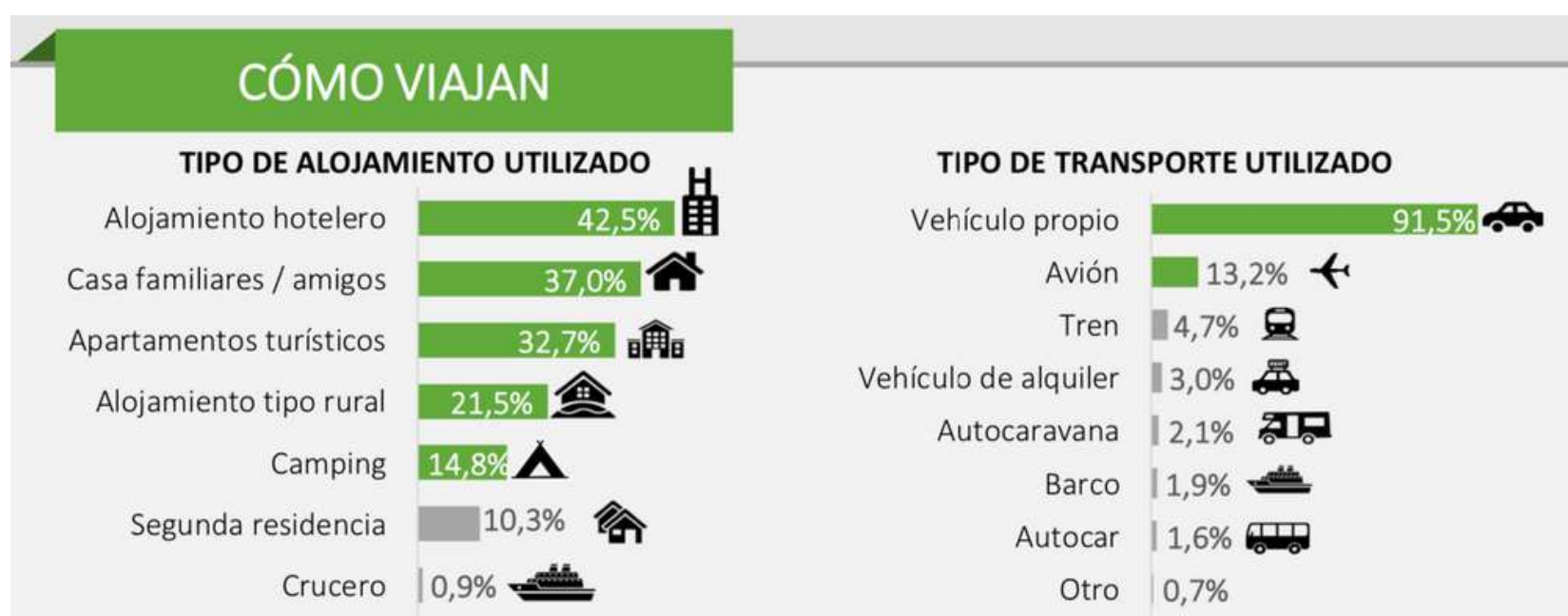
- **Distribución de la búsqueda de información en las diferentes etapas**



Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

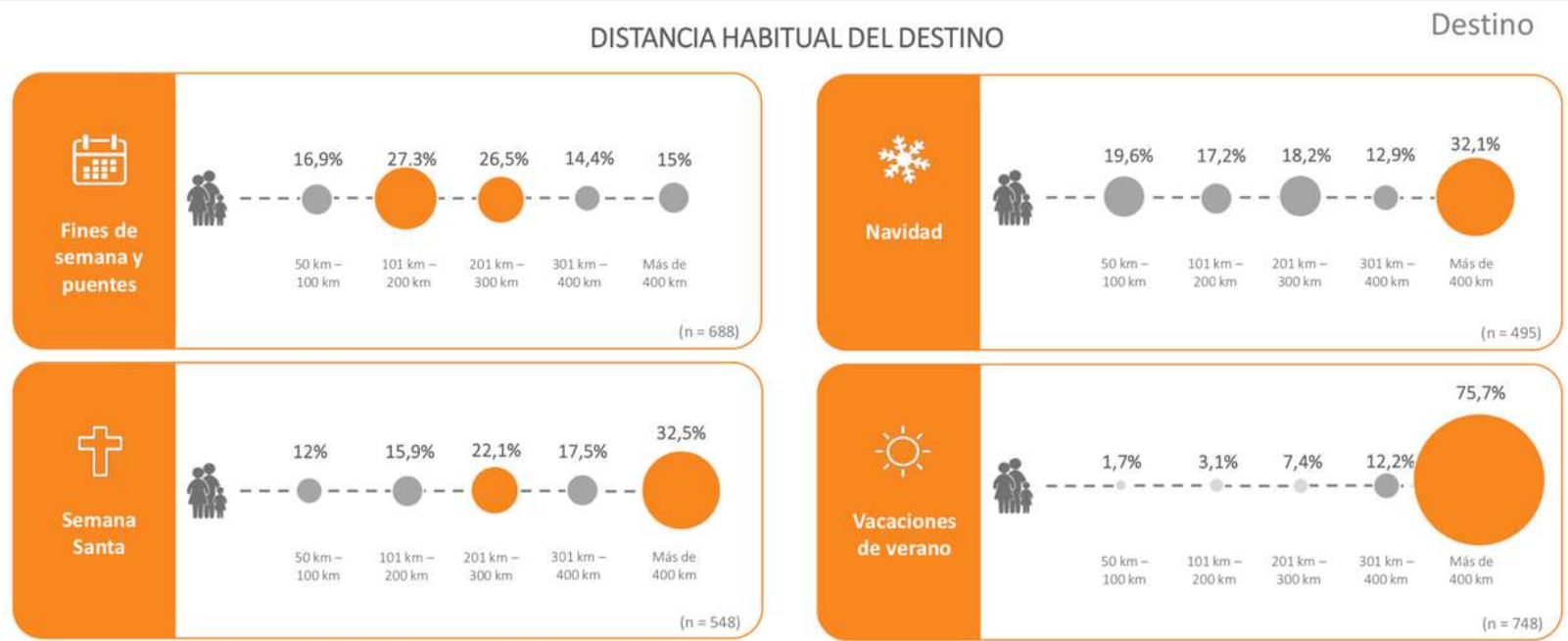
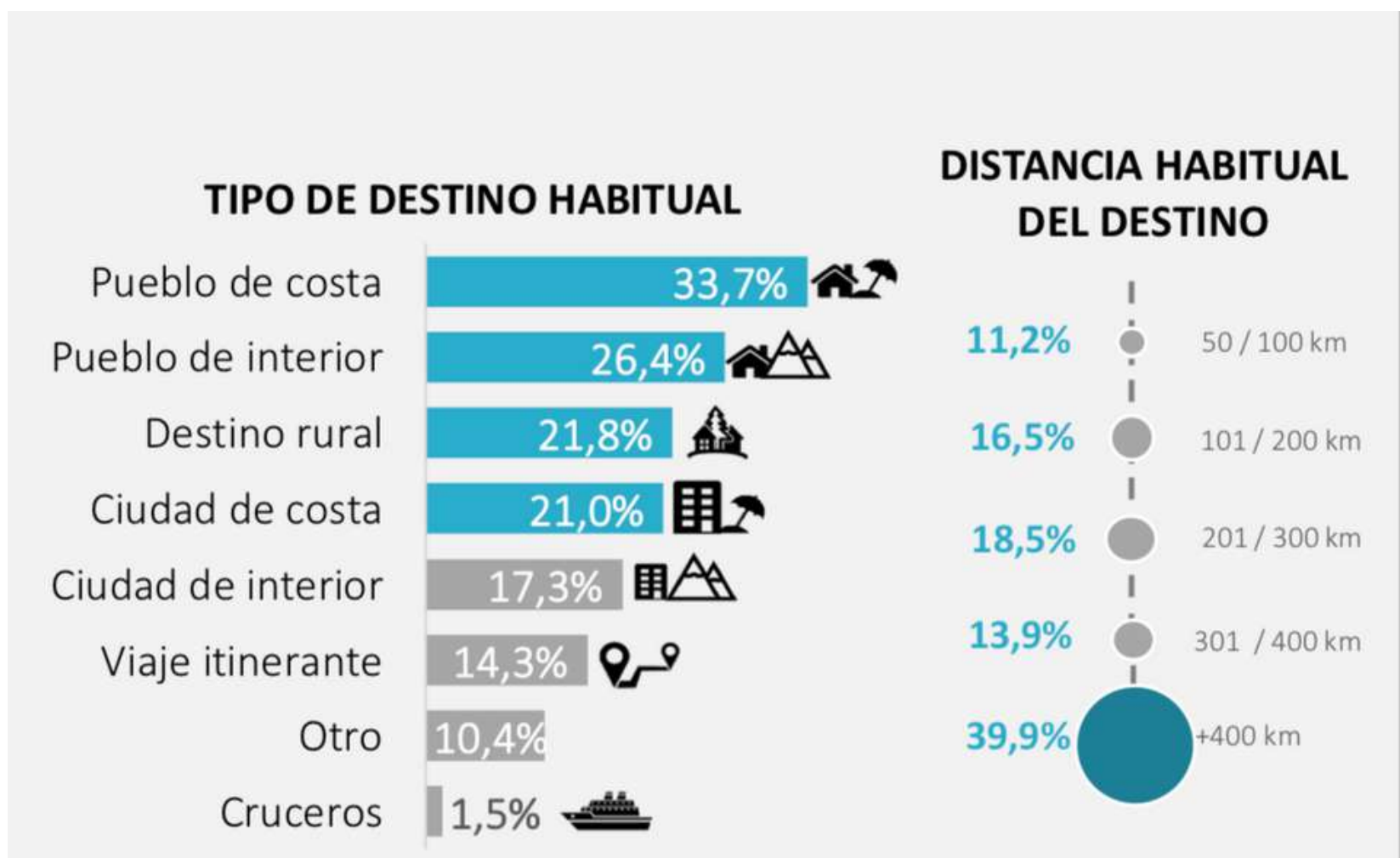
De estos datos podemos extraer información que nos ayudará a planificar las campañas publicitarias de nuestra oferta turística para familias: eligiendo a quién va dirigido el mensaje, el lugar en el que lo vamos a emplazar y qué tipo de contenido vamos a publicar en cada momento.

- **Tipos de alojamiento y de transporte**



Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

- **Tipo de destino y distancia habituales**



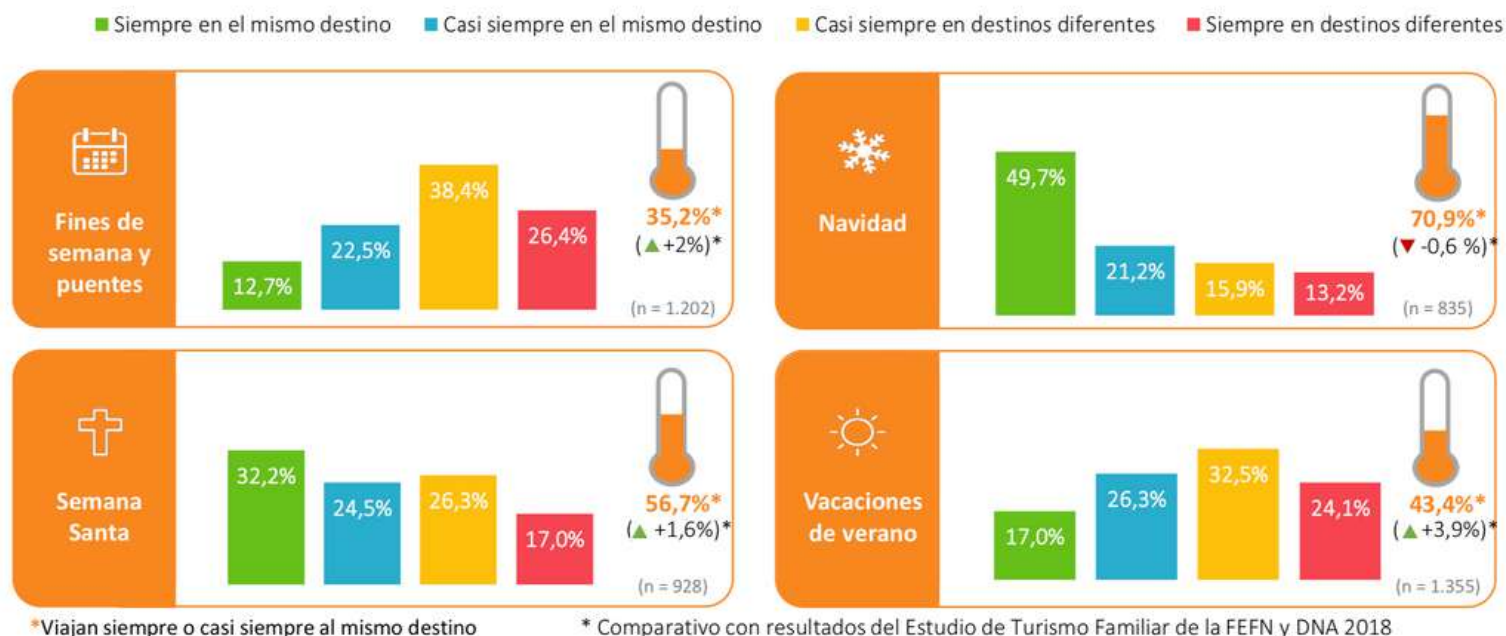
Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

- **Fidelización**

El cliente de turismo familiar es **bastante fiel** y si la experiencia ha sido satisfactoria, repite habitualmente en el mismo destino.

Esta fidelidad se modula en los diferentes tipos de viajes.

GRADO DE FIDELIZACIÓN CON EL DESTINO

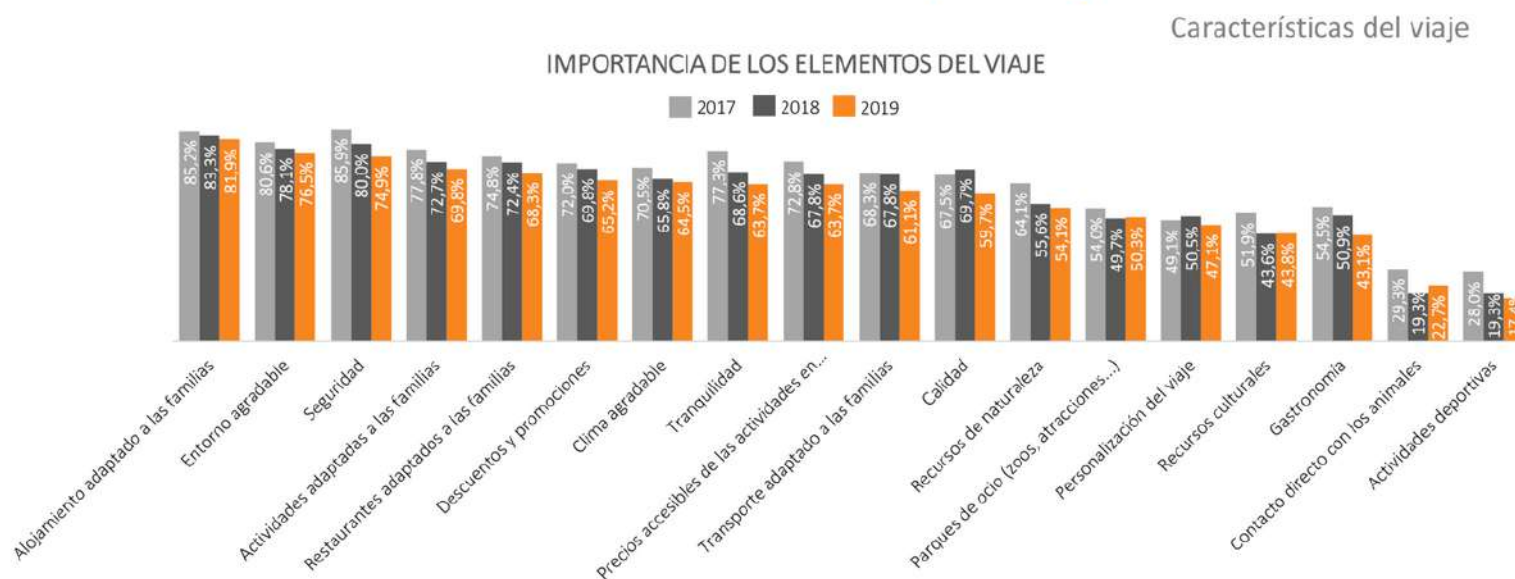


Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

• ¿Qué valoran las familias en los viajes?

Preferencias para viajar en familia

03



Tomado del VII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias. FEFN - DNA turismo y ocio, 2019

©FEFN (Federación Española de Familias Numerosas)

Destaca la importancia que se otorga al hecho de **disponer de establecimientos y servicios adaptados para familias**, tanto alojamientos, como restaurantes y actividades.

Recomendaciones para establecimientos de hostelería



*"diseña una experiencia única
para tu cliente, y recuerda ¡los
niños/as también lo son!"*



¿Qué valoran las familias?

Equipamientos y espacios adaptados a las familias en un establecimiento de hostelería se encuentran en la cabeza de la lista de prioridades que hacen que sea el elegido a la hora de disfrutar de una comida con niños/as.

Algunas de las **cuestiones más valoradas por las familias en un establecimiento de hostelería** son (por este orden):

- Existencia de una zona especial para niños/as
- Existencia de espacios exteriores seguros y amplios
- Existencia de un menú especial adaptado en contenido y cantidades
- Existencia de comodidades y elementos adaptados de mobiliario
- Existencia de atenciones y elementos de distracción específicos para niños/as



Intervenir en alguna/s de estas cuestiones para realizar actuaciones de mejora **está al alcance** de todos los establecimientos.

Algunas de ellas se ven limitadas por la disponibilidad de espacios e infraestructuras propias del bar o restaurante y pueden suponer una inversión mayor que estaría justificada en aquellos casos en los que el cliente objetivo se concentre en el público familiar, pero no resultaría rentable para otros en los que el público familiar es minoritario o residual.

Sin embargo, otras propuestas son fácilmente asumibles por cualquier establecimiento de hostelería y, con un esfuerzo económico mínimo, le permitirán diversificar su oferta y ampliar su propuesta a las familias de manera relativamente sencilla.

Veamos algunas **ideas prácticas**.

EQUIPAMIENTOS

pensados para la comodidad





Una **inversión económica mínima**, puede convertir nuestro establecimiento de hostelería en un lugar **family friendly**.

Existen opciones realmente económicas para adquirir elementos básicos como tronas, cambiadores, platos o cuberterías especiales..., además de un extensísimo mercado de segunda mano.

Como mínimo, deberíamos disponer de:

- **Tronas:** comer con un peque en brazos es tan complicado como incómodo, y a buen seguro reducirá el tiempo de estancia (y el consumo) en nuestro local y generará una experiencia de cliente poco satisfactoria.
- **Cambiador:** un sencillo cambiador en el aseo (existen opciones que se adaptan a todo tipo de espacios), facilita muchísimo operaciones tan cotidianas como el cambio de pañal y redunda en la comodidad del cliente.

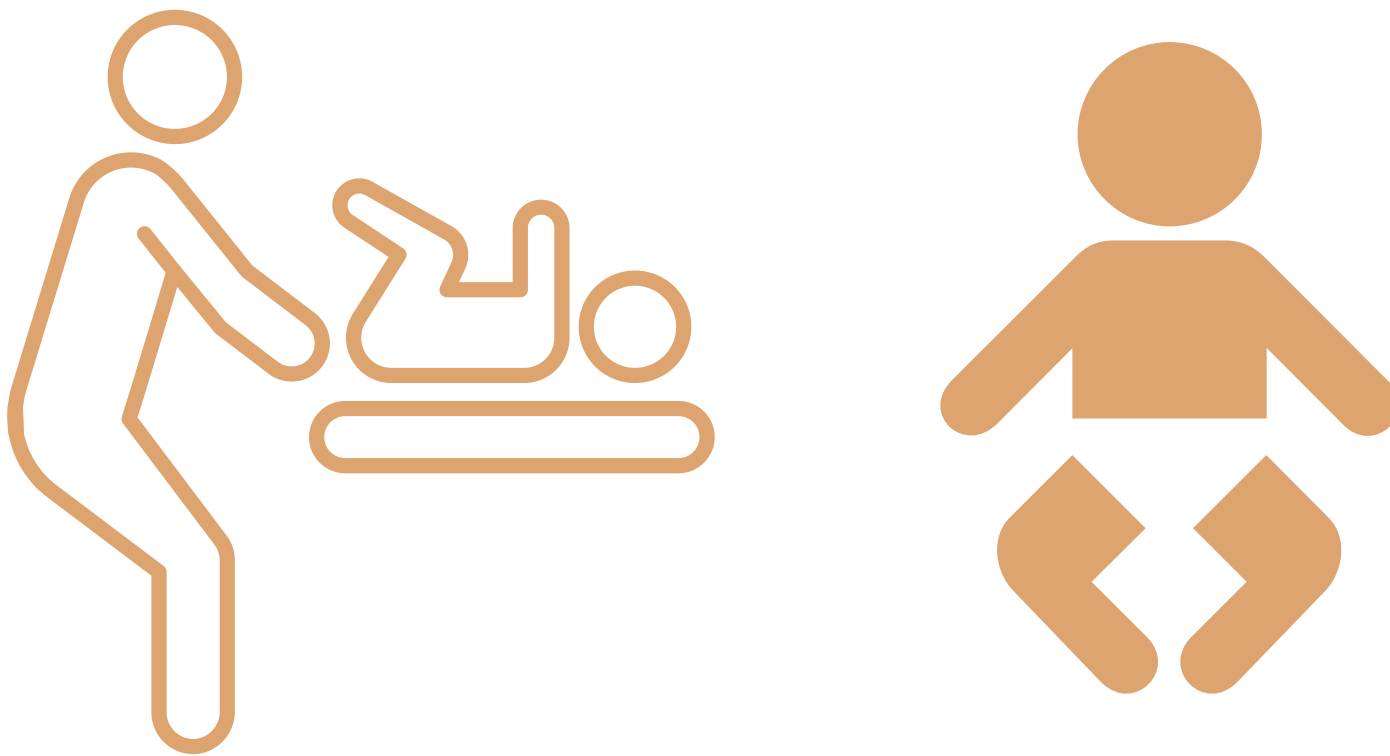
¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

¿Quieres ir un poco más allá?

Instala cambiadores en los aseos masculinos y femeninos, apostando así por la corresponsabilidad y la igualdad.

No olvides señalar su existencia en la puerta del aseo.



ADAPTAR EL ESPACIO

en función de tus posibilidades





Si tu establecimiento está orientado a familias (o a celebraciones como bautizos, comuniones, bodas, cumpleaños), disponer de una **zona de juegos infantil** es prácticamente imprescindible.

Si no lo está, pero deseas atraer a este tipo de público y dispones de espacio suficiente, no lo dudes, será una de las inversiones más rentables que puedas hacer.

Y si tu negocio tiene un perfil más generalista, pero entre tu clientela se encuentran también las familias, un pequeño esfuerzo en este sentido tendrá excelentes resultados.

Evidentemente, el espacio y los recursos económicos disponibles marcarán el tipo de actuación que puedas llevar a cabo en tu local, pero recuerda que, en todos los casos, existen opciones para crear zonas o espacios especialmente dedicados a los más pequeños.



zonas exteriores de juego

Las **zonas exteriores de juego** son las más valoradas por las familias.

No sólo columpios, sino cualquier tipo de espacio exterior amplio y sobre todo **seguro**, hará que tu negocio esté en el punto de mira del público familiar.

Si vas a hacer una inversión en equipamiento, puedes optar por los clásicos columpios y zonas de juego coloridos y con el plástico como nota dominante.

Sin embargo, las tendencias en cuanto a zonas de juego apuntan a una **recuperación de materiales tradicionales** como la madera, las cuerdas etc.



Fotografía: la Voz de Galicia)

Si tu establecimiento se ubica en una zona rural, o deseas enfocarte a un tipo de familia que valora lo natural, es una excelente idea apostar por zonas de juego donde el **movimiento libre y el contacto con la naturaleza** sea la prioridad.

Este tipo de zonas de juego son tan seguras como las convencionales e instalar una puede diferenciar tu establecimiento de otros del sector enfocados también a familias..

Si la zona de juego no está vigilada, deberás indicarlo claramente en la entrada, de manera que padres y madres sepan que la responsabilidad sobre el cuidado y bienestar de sus hijos/as recae en ellos.

Si el volumen de familias que atiendes es lo suficientemente importante, puedes plantearte contratar personal cualificado para atender la zona los días y horas de máxima afluencia de público familiar.

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

Si tu establecimiento se encuentra en una zona rural ¿qué tal apostar por sus **elementos diferenciadores** también en la zona de juegos infantil?

Puedes cambiar los materiales tradicionales como el plástico por otros más naturales como la madera o añadir elementos temáticos relacionados con las actividades tradicionales o la historia de tu territorio en la decoración...



Buenas prácticas

ejemplos reales en los que inspirarse

El alojamiento rural **Cuevas de Al Jatib** en Baza (Granada) ha creado un espacio de ocio para niños/as, perfectamente integrado en la filosofía del establecimiento y que apuesta por la diferenciación a través de lo local: se trata de una zona de juegos en forma de cueva que conecta el restaurante con el espacio exterior del establecimiento.

Busca más información en su página web:
<https://www.aljatib.com/es/>





zonas interiores de juego

Las **zonas interiores de juego** permiten a las familias disfrutar de estos espacios independientemente de la climatología o la época del año.

Caben muchas opciones para crear una zona interior de juegos, y optar por una u otra estará en función de la disponibilidad de espacios.

Este tipo de espacios suelen generar ruidos que en algún caso podrían molestar al resto de clientes, por lo que la ubicación y la insonorización son aspectos a tener muy en cuenta.

Las zonas interiores infantiles pueden estar o no atendidas por **personal cualificado**.

Si no existe personal, debemos indicar claramente en la entrada que no se oferta dicho servicio y que la supervisión adulta es responsabilidad de padres y madres.



A la hora de equipar este tipo de zonas, debemos tener en cuenta algunas cuestiones fundamentales:

- **La seguridad:** todo el material (desde mobiliario hasta juguetes), debe cumplir las normas de seguridad básicas y estar homologado para su uso por niños/as. A priori, cualquier material de este tipo vendido en establecimientos comerciales, contará con los pertinentes sellos de la UE. En todo caso, evitaremos juguetes y piezas pequeñas que puedan resultar peligrosos para niños y niñas de menor edad.
- **La facilidad de limpieza:** nada da peor imagen que una zona infantil sucia o poco cuidada. La limpieza de todos los elementos de la zona debe ser periódica y constante y, para mayor comodidad, optaremos por elementos con superficies poco porosas que permitan un limpieza y desinfección rápida, sencilla y eficaz.



Si disponemos de poco espacio y una zona interior de juegos separada no es posible, podemos optar por añadir a nuestro salón pequeñas comodidades que incluso se pueden retirar fácilmente si no hay familias que las disfruten:

- **Mesas y sillas infantiles:** mesas y sillas adaptadas a los peques con lápices o ceras para colorear o incluso algún juego de mesa sencillo. En estos casos, los colores o juegos deberán entregarse al cliente a petición, y no estar siempre colocados sobre la mesa, ya que no están indicados para todas las edades.
- **Pizarra:** una pequeña pizarra móvil es un atractivo casi universal para los más pequeños.

Opta por evitar materiales que puedan manchar o ensuciar a los niños y por superficies fáciles de limpiar.

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

Al igual que ocurre con las zonas exteriores de juego, una buena manera de diferenciarse es apostar por zonas interiores de juego diferentes.

La mayoría de espacios infantiles en establecimientos de hostelería están decorados con los mismos elementos, procedentes de grandes cadenas de mobiliario y decoración, por lo que lo habitual es que todas sean prácticamente idénticas.

¿Y si probamos con algo diferente?

Por ejemplo, puedes **tematizar la zona** de juegos añadiendo elementos que hagan alusión a la zona en la que se encuentra tu establecimiento, sus valores y principales atractivos.

Piezas de mobiliario que utilicen materiales naturales, elementos de artesanía, juegos tradicionales de la zona...

ADAPTAR EL MENÚ

casero, saludable y proporcionado





El **menú infantil** en los restaurantes ha sido objeto de importantes (y casi siempre justificadas) críticas.

Las palabras de El Comidista, resumen bastante bien lo que suele encontrarse como menú infantil en la mayoría de los establecimientos:

"De primero, pasta con salsa de tomate y un subproducto lácteo que recuerda al queso rallado. De segundo, San Jacobos fritos en el aceite de la unción de Jesucristo. De postre, helado recién sacado de lo más hondo del congelador. ¿Lo visualizas, verdad?"

Este tipo de menú infantil ha sido criticado por ser poco saludable, nutricionalmente desequilibrado y muy limitante a la hora de educar el paladar de los más pequeños.

Además, la mayoría de las familias destacan que la relación calidad-precio no suele estar ajustada.



Un **menú infantil de calidad**, alejado de lo que suele encontrarse en la mayoría de los establecimientos, será un interesante **elemento diferenciador** para nuestro restaurante.

Existen diversas formas de repensar el menú infantil:

- Ofrecer los mismos platos (o algunos de ellos) que en la carta convencional, a **tamaño y precio reducidos**
- Cuidar la **presentación**, tanto como en los platos de la carta común o incluso apostando por presentaciones originales y atractivas
- Destacar la **elaboración casera** en la carta

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

Podemos buscar la **originalidad** y la diferenciación en el menú infantil también a la hora de nombrarlo.

Hace poco, el menú infantil de un restaurante en Escocia se hizo viral en redes sociales por añadirle un toque de humor: los platos tenían nombres como "lo que sea!", "no tengo hambre", "no quiero nada" o "no me importa".



Buenas prácticas

ejemplos reales en los que inspirarse

- **Menús infantiles a la carta**

Si los adultos comen a la carta... ¿por qué no pueden hacerlo también los peques?

No olvides que **los niños/as son también clientes de tu establecimiento de hostelería** y que una buena oferta tiene más probabilidades de conseguir fidelizarlos y que la familia se convierta en un cliente recurrente.

Introducir un menú infantil a la carta amplía las opciones de las familias y es percibido como un elemento diferenciador y de calidad.

Enfoca la comunicación a tus pequeños clientes y diseña mensajes sencillos que les ayuden a decidir qué quieren comer.

Apostar por la **comunicación visual** es muy buena idea, utilizando fotografías, dibujos o pictogramas.

Además, una carta de este tipo será **también accesible para personas con capacidades diferentes** o incluso para clientes de otras nacionalidades que no dominen el idioma (en el caso de que tu carta no esté traducida).

Recuerda no dejar de lado tu imagen corporativa en el diseño de la carta infantil.

Podemos ver un **ejemplo de carta adaptado a personas con autismo** que resulta idóneo también para niños/as en el desarrollado por los establecimientos La Colchonería Rustic Burguer y La Piccola Stanza de Castilla y León.



- **Recipientes para llevar**

Utilizar recipientes de comida para llevar es algo muy bien valorado por las familias, ya que en muchas ocasiones los peques no terminan sus platos.

De otro lado, la caja que utilices puede convertirse también en una interesante herramienta de marketing, añadiendo en ella los mensajes corporativos que te parezcan más adecuados.

ATENCIONES

pequeños detalles que suman





A veces, ser un establecimiento de hostelería "Family Welcome" no significa hacer grandes desembolsos, sino simplemente ponerte en la piel de los clientes con bebés y niños/as que acuden a tu negocio y pensar qué les gustaría encontrar en él y cómo puedes hacerles sentir más cómodos.

Pequeños detalles de cortesía y muestras de una sensibilidad especial con este tipo de clientes, te garantizarán una experiencia satisfactoria y un alto grado de fidelización.

Además, se convertirán en tu mejor estrategia de marketing, poniendo a funcionar el clásico "boca a boca", que entre las familias es increíblemente poderoso.

Veamos algunos **ejemplos prácticos**.



- **Manteles infantiles para colorear**

Todo un clásico que nunca falla. Económico, sencillo y 100% eficaz.

Perfecto si tu establecimiento no dispone de zona infantil para amenizar la espera de los primeros platos o como entretenimiento que permitirá a los adultos disfrutar de la sobremesa mientras los peques colorean.

- **Espacios amigos de la lactancia**

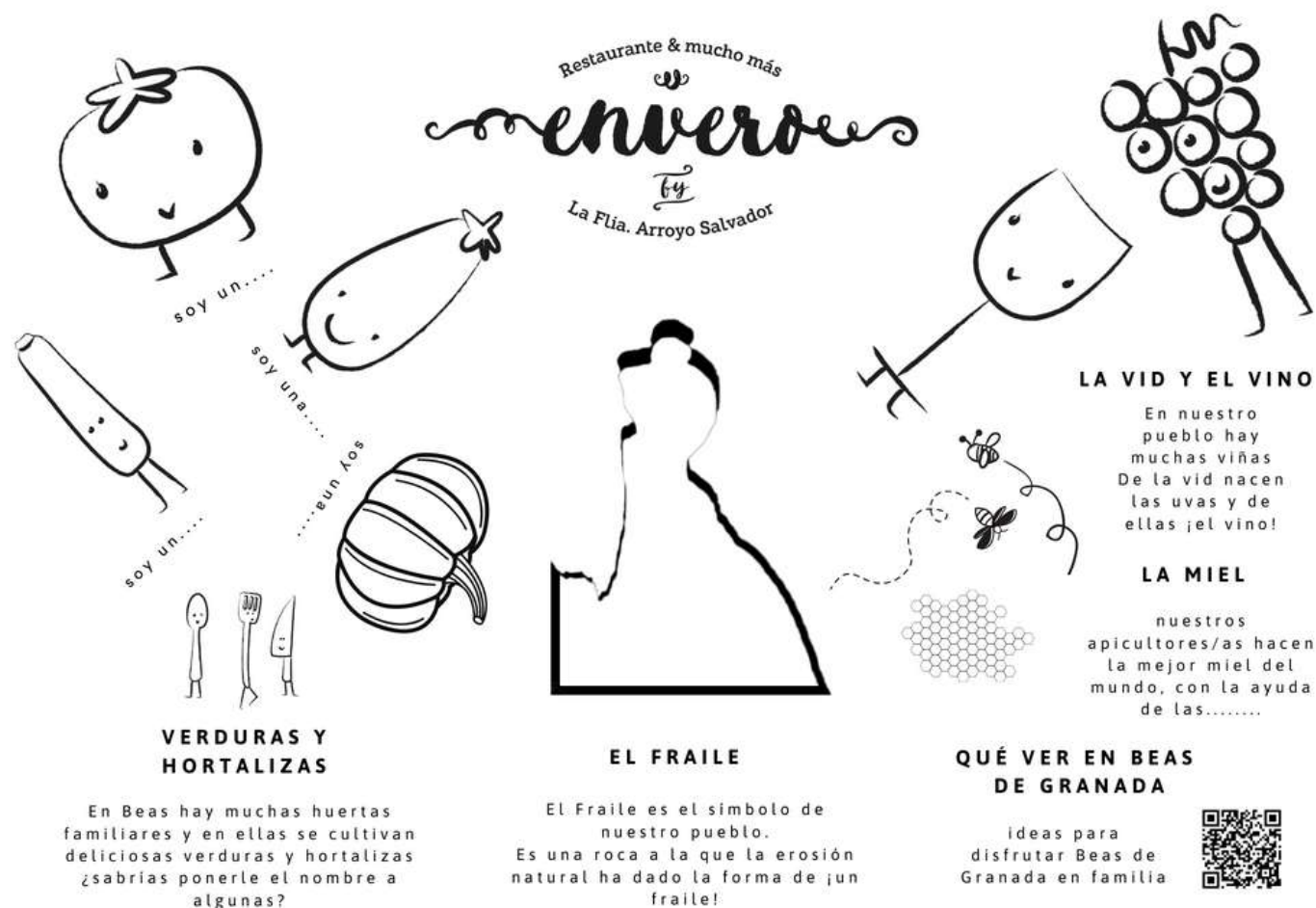
Dar el pecho a un bebé es algo complementamente natural. Si lo entiendes así y quieres dar apoyo a aquellas madres que lo hacen en tu establecimiento, puedes mostrar tu apoyo con algún tipo de sello o distintivo, o simplemente señalarlo con un icono.

Buenas prácticas

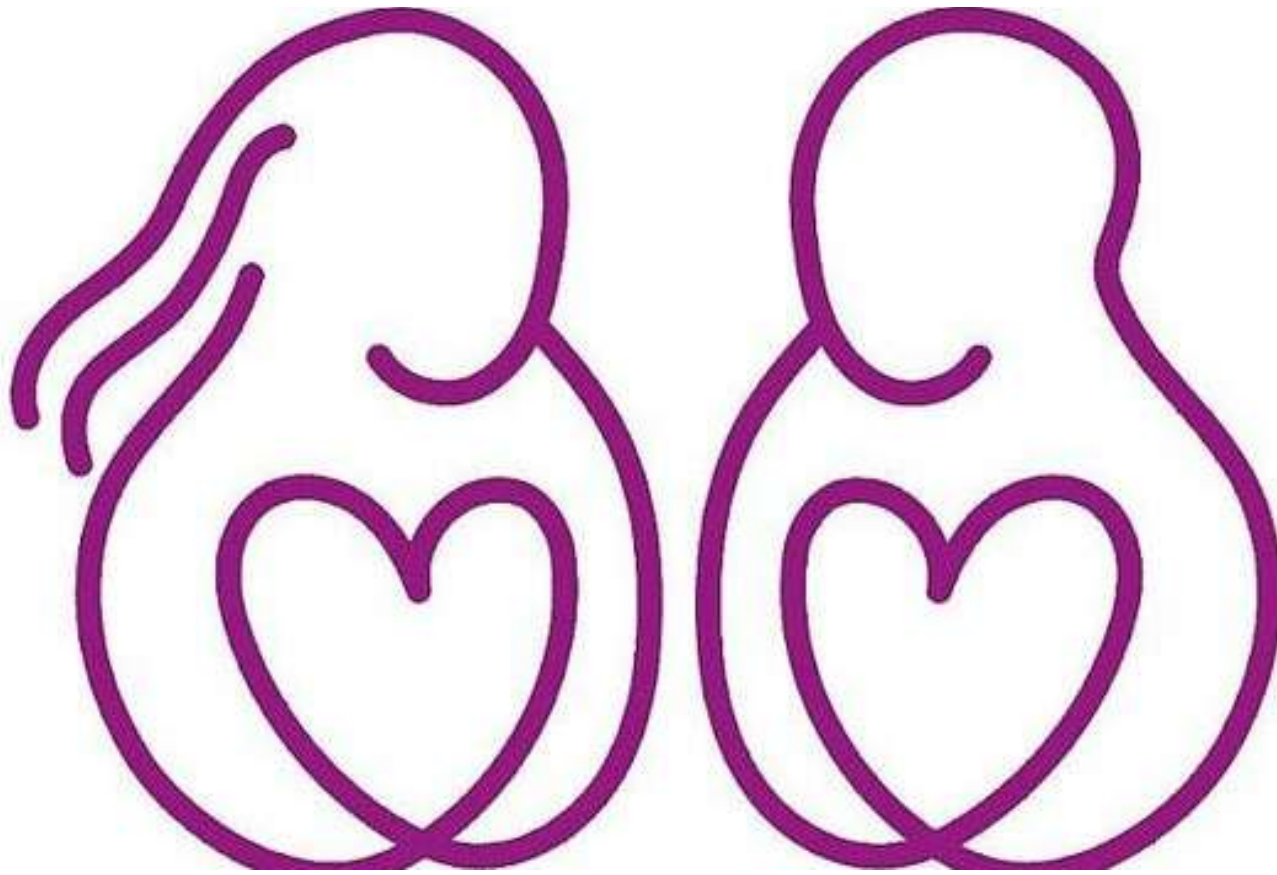
ejemplos reales en los que inspirarse

El **Restaurante Envero**, en Beas de Granada, ha creado un mantel infantil que incluye dibujos de los elementos característicos de su pueblo: un lugar de interés geológico, actividades tradicionales como la apicultura o la viticultura..., además de enlazar a una web con información para disfrutar del municipio en familia.

Además, ha creado una pequeña librería infantil dentro del Restaurante.



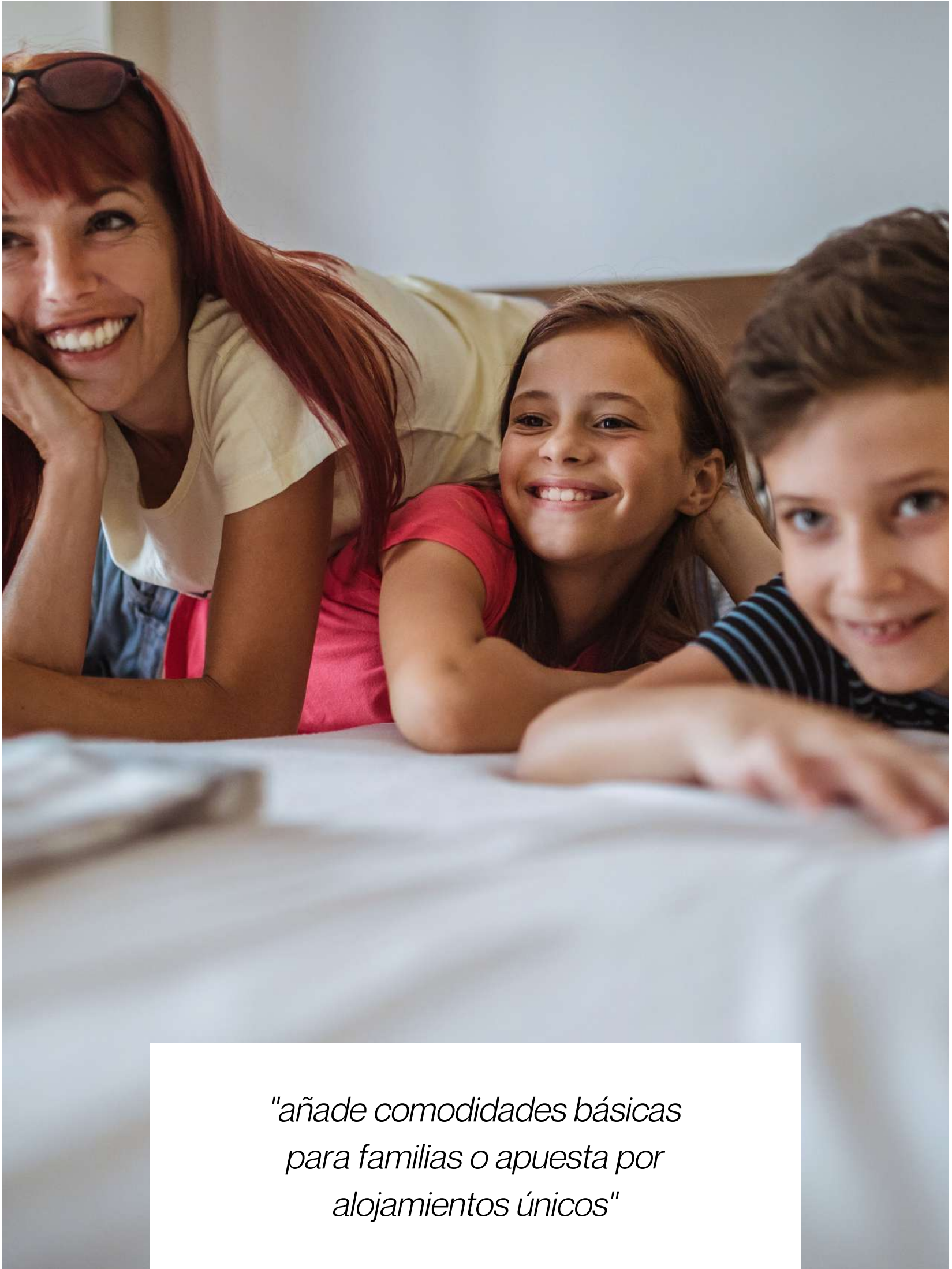
Una Asociación de apoyo a la lactancia de Algeciras (**Mamás que miman**), ha creado un distintivo para reconocer restaurantes que faciliten la lactancia o las actividades con niños/as.



Grandes cadenas como **Burguer King**, también se han unido a este tipo de iniciativas que promueven la normalización de la lactancia materna, como la desarrollada por la organización **Teta&Teta**.



Recomendaciones para alojamientos



*"añade comodidades básicas
para familias o apuesta por
alojamientos únicos"*



Tipi Camp, Montseny (Barcelona) | Fuente: Facebook Tipi Camp

¿Qué valoran las familias?

Según demuestran los estudios sobre turismo familiar, **el alojamiento es el aspecto más valorado** a la hora de planificar un viaje en familia.



Las posibilidades a la hora de enfocar nuestro alojamiento al turismo familiar son muy diversas, y van desde la especialización hasta la adaptación de alojamientos de tipo "generalista".



adaptación de alojamientos generalistas

Puede que tu alojamiento no esté directamente enfocado al turismo familiar y no naciera como una propuesta especializada en este segmento, pero quizás creas que tu propuesta es compatible con este tipo de turismo y que podrías ampliar tu oferta también a las familias.

Hay algunas **adaptaciones "sencillas"** que puedes llevar a cabo para que tu alojamiento sea un poco más "family friendly".

¿Qué tal **incluir pequeñas comodidades para las familias?**

No supondrá una gran inversión (existen gamas de productos a precios muy asequibles y un importante mercado de segunda mano), y hará que las familias se sientan cuidadas y queridas.

Algunos de estos elementos pueden estar disponibles únicamente bajo demanda si así lo indicas en tu información o incluso pueden ser facturados como un servicio extra en el precio del alojamiento.



Algunos equipamientos básicos para familias:

- **Habitaciones familiares:** generalmente nos olvidamos de que cuando los niños/as ya no duermen en una cuna... ¡aún no están preparados para dormir solos! Por eso, muchas familias con un hijo o más demandan habitaciones familiares de tamaño generoso, en las que haya espacio suficiente para tres o cuatro camas.
- **Habitaciones conectadas:** quizás tu establecimiento no disponga de una habitación familiar de grandes dimensiones, pero sí que es posible alojar a una familia en dos habitaciones independientes pero conectadas (que podrán utilizarse en otros casos como habitaciones independientes)
- **Cunas:** algunas familias se desplazan con cunas de viaje, pero otras prefieren contar con la de los establecimientos para optimizar el espacio disponible para el equipaje. En el caso de clientes extranjeros que se desplazan en avión, prescinden siempre de las cunas de viaje.



- **Tronas y cambiadores:** pueden estar disponibles en las zonas comunes destinadas a la alimentación (si existen), zonas de restaurante o bien en la propia estancia bajo petición.
- **Calientabiberones y microondas:** que permitan calentar comida para bebé a deshoras.
- **Sillas de auto:** enfocadas a los clientes extranjeros que las necesiten. Cuando viajan en avión se prescinde de este elemento por su elevado peso y el sobrecoste que generaría en facturación de equipaje. Sin embargo, para circular en España es obligatorio que los menores de 18 años que no superen los 1,35m de altura viajen en una. Las empresas de alquiler de coches también las ofrecen bajo petición.
- **Mochilas portabebés:** ideales para practicar actividades de senderismo o simplemente para desplazarse con comodidad por cualquier lugar prescindiendo de la silla de paseo.
- **Juguetes y juegos:** ¿qué tal añadir un pequeño espacio con algunos juguetes o disponer de juegos de mesa para las familias que lo soliciten?



- **Medidas de seguridad:** disponibilidad de protectores para los enchufes o barandillas para las camas.
- **Libros:** muchos alojamientos cuentan con libros para sus clientes ¿y si añadimos también algunos libros infantiles?
- **TV:** con canales infantiles
- **Servicio de lavandería:** los niños/as se manchan ¡mucho! ¿dispone tu establecimiento de un servicio de lavandería o puede ofrecerle el de algún establecimiento cercano?
- **Servicio de baby sitter:** la mayoría de las familias no lo demandan, pero quizás algunas deseen sus servicios por horas para que los adultos puedan asistir a una cena o a una actividad especial no apta para peques.
- **Información sobre actividades para familias en la zona:** ofrece información sobre actividades aptas para realizar en familia en tu territorio y recursos de interés. Desde rutas de senderismo a museos o centros de información pasando por actividades de ocio y tiempo libre ofertadas por otras empresas.

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

Un equipamiento básico (cunas, tronas etc.) no supone una gran inversión pero ¿y si buscamos una **alianza** con alguna empresa especializada de nuestra zona?

Quizás podamos conseguir un servicio de alquiler de sillas de paseo o cualquier otro elemento para nuestros clientes.

Las **actividades y experiencias** en el destino elegido son otra de las cuestiones más valoradas por las familias.

En ese sentido podemos también proponer acciones conjuntas a las empresas especializadas de la zona que pueden consistir en:

- Oferta de actividades a precios especiales para nuestros clientes.
- Difusión de la información de las actividades ofertadas por las empresas entre nuestra clientela.

Un personal sensible e implicado: ningún equipamiento puede sustituir a un personal sensible con las familias y sus necesidades, atento, respetuoso y que facilite tanto la llegada (un check in rápido por parte de uno de los adultos mientras otro se encarga de ubicar a los peques en la habitación) como la estancia de la familia.

Buenas prácticas

ejemplos reales en los que inspirarse

En algunas localidades existen empresas que ofertan el servicio de **alquiler** de elementos básicos de puericultura como sillas de paseo, sillas de coche, tronas, cunas etc.

Informar a tus clientes de la existencia de estos servicios previamente a su llegada puede ser una ayuda para aquellas familias que deseen viajar ligeras de equipaje.

Si en tu localidad no existe ninguna, puedes contactar con algún establecimiento especializado de la zona y proponerle la idea.

Un ejemplo de este tipo de empresas es **Strollaround**.





Fotografía: <https://www.rutaenfamilia.com/viaja-con-tu-familia-a-la-granada-nazari-hospedandote-en-el-hotel-alhambra-palace/>

El emblemático Hotel Alhambra Palace, en Granada capital, **se ha adaptado a las familias** y regala a sus pequeños huéspedes un libro de cuentos de La Alhambra para colorear.

Además, también han adaptado sus instalaciones para el turismo familiar:

El hotel ahora dispone de suites de dos dormitorios, dos baños y un salón, pensadas para familias y junior suites de 45 metros con un dormitorio, un salón y un baño para dos adultos y dos niños. Además, cuenta con habitaciones clásicas con vistas a la ciudad en las que se pueden alojar una pareja con un niño, ya sea con cama supletoria o con cunas sin cargo adicional.

Los bebés hasta dos años se alojan gratis en el Alhambra Palace y los niños desde los 3 hasta los 12 años tienen un 50% de descuento sobre la tarifa de adulto.



creación de alojamientos especializados

Los alojamientos especializados para familias están en pleno auge.

Responden a una demanda creciente y la mayoría de ellos están diseñados por y para las familias, aunque otros tienen un abanico de clientes potenciales más abierto, especialmente aquellos que buscan opciones de ecoturismo o turismo de naturaleza en general.

Dentro de este sector, cabe destacar el **Glamping** como tendencia en expansión.

El término "glamping" se refiere al camping de lujo y proviene de la unión de las palabras "glamorous"+"camping".

No es algo nuevo, sino que hunde sus raíces en las costumbres de los viajeros adinerados de principios de siglo en sus viajes de safari a África



Yurta tradicional en Colmenar (Andalucía)

El glamping permite a los viajeros disfrutar de la naturaleza sin tener que llevar consigo los elementos tradicionales del camping y con numerosas comodidades.

Está **muy ligado al turismo sostenible** y se dirige a un tipo de cliente con un poder adquisitivo medio-alto.

Actualmente proliferan los proyectos de este tipo, creando alojamientos en yurtas, tipis, cabañas en los árboles, jaimas, iglús...¡la variedad es inmensa!

Tanto es así que incluso se han desarrollado **plataformas de alquiler vacacional** en este sector.

Los campings y alojamientos rurales tradicionales con espacio suficiente, perfectamente pueden adaptarse a esta tendencia para ampliar su oferta al público familiar.



Casa Bella Teepees, Zújar (Granada).

Como ventaja, la mayoría de proyectos de relacionados con el glamping tienen una inversión menor que las edificaciones convencionales y su puesta en marcha puede ser realmente rápida.

Algunos alojamientos de este tipo son:

- **Yurtas:** La Yurta es la vivienda tradicional de los pueblos nómadas de Asia central. Transportable y de forma redonda, está hecha de un armazón de madera, recubierto de fieltro de lana.
- **Tipis:** El término tipi procede del Lakota (Sioux) y significa "lugar para vivir". Era la vivienda tradicional que utilizaban las tribus nómadas de las Grandes Praderas de Norteamérica, y consistía en una tienda cónica construida con pieles de animales y madera.



Domos geodésicos en Caravaca de la Cruz (Murcia)

- **Bell Tents:** las tiendas campana o Bell Tents son una evolución de lo tipis que combinan su estructura básica con unas paredes laterales bajas.
- **Domos geodésicos:** los domos geodésicos se caracterizan por la ausencia de líneas rectas en paredes y techos ya que son sustituidos por una cúpula construida siguiendo las divisiones del icosaedro, componiendo así una semiesfera
- **Vagones de tren:** una de las tendencias más actuales en el glamping



Alojamiento Vagón Rural (Murcia)



Autocaravana Airstrem en Ronda (Málaga)

- **Autocaravanas:** pero no para moverse con ellas, sino para alojarse. El modelo más valorado y utilizado es el mítico Globetrotter del fabricante Airstream.
- **Cabañas en los árboles:** todo un clásico entre los alojamientos preferidos por las familias.



Caravanas vintage en Camping Miramar

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

Introducir un alojamiento original y diferente enfocado a las familias no significa necesariamente renunciar a las **señas de identidad de nuestro territorio**.

Una forma de diferenciarse entre la propuesta actual de alojamientos para familias es poner en valor aquello que hace que la zona en que nuestro establecimiento se ubica sea diferente.

Es posible potenciar viviendas tradicionales como las casas cueva, construcciones realizadas con materiales que provienen del lugar en que nos encontramos y por artesanos/as de la zona o sencillamente alojamientos decorados en su interior con elementos distintivos de la cultura y las costumbres locales.

Buenas prácticas

ejemplos reales en los que inspirarse

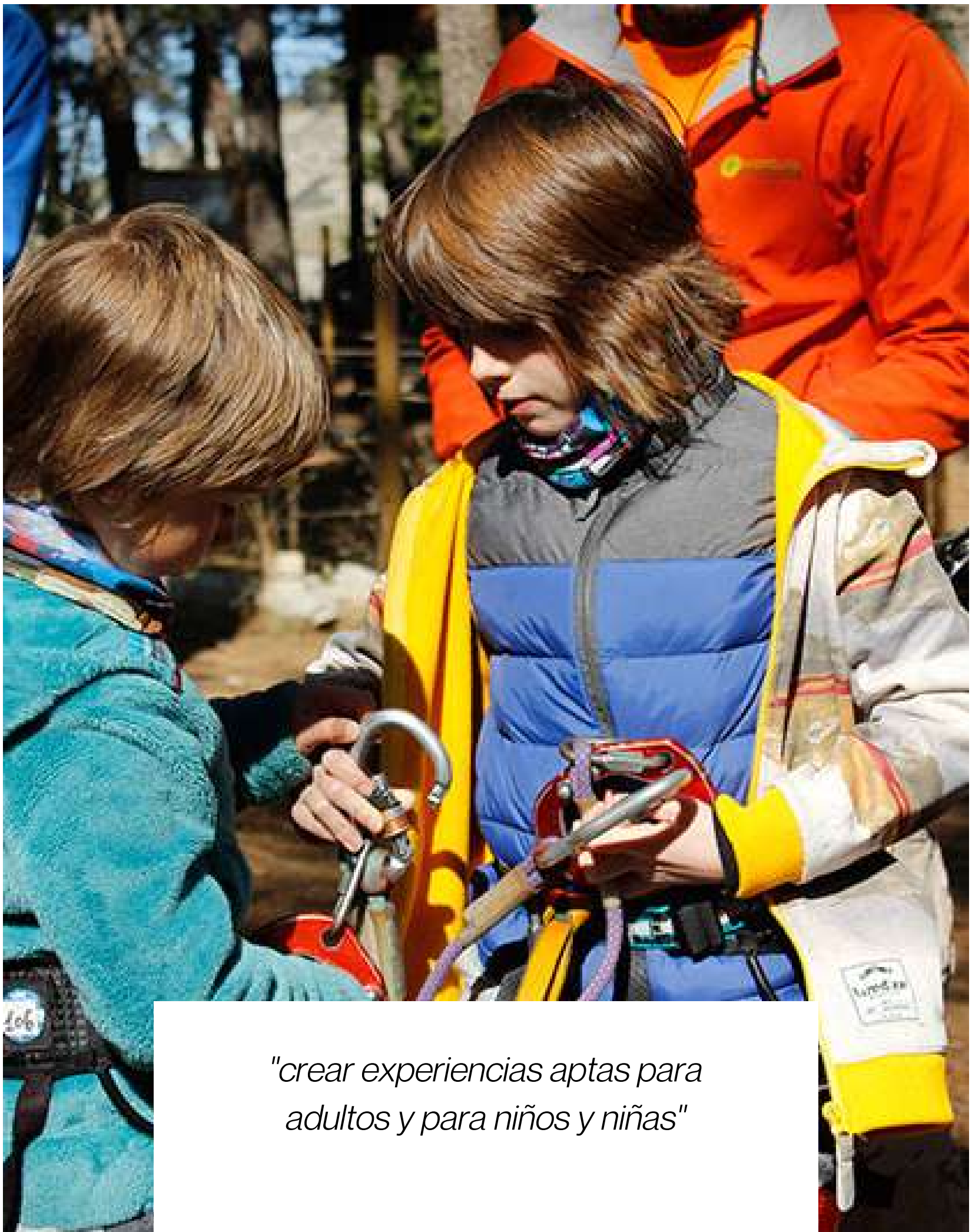
No basta con tener una oferta de alojamientos ideales para familias ¡es necesario que nuestra propuesta llegue a ellas!

En este sentido, resultan muy eficaces las campañas de promoción con prescriptores especializados en el segmento de mercado al que nos dirigimos: blogueros/as, creadores/as de contenido en redes sociales, webs especializadas...

En algunos territorios existen webs especializadas seguidas por multitud de familias, que otorgan sellos propios a los alojamientos, como por ejemplo **Mammaproof** en Barcelona y Madrid.



Recomendaciones para empresas de actividades de ocio y tiempo libre



"crear experiencias aptas para adultos y para niños y niñas"



¿Qué valoran las familias?

La posibilidad de realizar actividades de ocio y tiempo libre enfocadas a las familias es uno de los aspectos más valorados por el cliente de turismo familiar a la hora de realizar la elección del destino.

Existen diferentes formas de enfocar las actividades de ocio y tiempo libre para las familias:

Se pueden diseñar actividades en las que puedan participar niños/as y adultos de forma conjunta o bien proponer actividades separadas para cada uno de ellos.

Cabe destacar que **la tendencia general es optar por actividades en las que pueda participar toda la familia**, permitiendo así que pasen el mayor tiempo posible juntos.



En zonas con un turismo familiar muy desarrollado y masivo, como las de costa, es más probable que actividades diferenciadas por edad tengan éxito (valga como ejemplo el modelo tradicional de grandes cadenas hoteleras).

En la mayoría de **zonas rurales** sin embargo, el volumen de turismo familiar es aún reducido y no permite plantear una oferta específica, por lo que puede resultar práctico tener previstas **adaptaciones y pequeños cambios** a introducir en el caso de que dentro del grupo general de turistas, también haya familias.

De otro lado, cuando planteemos actividades específicas para familias, no debemos olvidar al **turismo local** a la hora de hacerlas rentables.

Este tipo de turismo que no pernocta en la zona, pero sí se desplaza para realizar una actividad y después regresa a casa en el mismo día, puede además ser fácilmente fidelizado si se le ofrece un servicio de calidad y una oferta variada y diversa.



adaptando las actividades a las familias

Veamos algunos ejemplos de adaptaciones sencillas que pueden realizar empresas de actividades de ocio y tiempo libre en sus propuestas para familias:

- **Rutas de senderismo**

Es importante indicar **siempre la edad aproximada** para la que está indicada la ruta.

Desde luego se tratará de algo muy orientativo, ya que la posibilidad de realizarla dependerá de la experiencia previa de los peques en actividades de senderismo.

En todo caso, para evitar sorpresas o una mala experiencia de cliente, conviene indicar una edad aproximada en la información que facilites sobre la ruta o, al menos, invitar a preguntar al cliente directamente en caso de que vaya con niños/as sobre la experiencia previa caminando de los peques.



Tener prevista una versión abreviada o más sencilla de la ruta y un monitor/a que pueda hacerse cargo de las familias en caso de que no puedan o no deseen seguir el ritmo del grupo general, puede salvar la actividad en algunos casos.

Utiliza las **nuevas tecnologías** ¡también en entornos naturales!

Ten en cuenta que los niños y niñas de hoy en día son auténticos "nativos digitales", y hacen uso de las tecnologías de una forma completamente natural.

Busca herramientas que no "regalen" las respuestas, sino que sirvan para desarrollar las capacidades de observación, de investigación y deducción ¡también en la naturaleza!

También puedes incluir elementos de **gamificación** en la ruta, por ejemplo utilizando el **geocaching**, una red de búsqueda de tesoros...¡a nivel mundial!



- **Vías ferratas, tirolinas...**

Por **seguridad**, deja siempre muy clara la edad y estatura mínimas para poder realizar la actividad.

Es muy posible que en el grupo haya peques que no alcancen la edad o estatura mínimas, pero que deseen iniciarse en la actividad.

Si tu proyecto lo permite, instala una zona para peques exenta de peligros pero que posibilite un acercamiento a la experiencia, como por ejemplo, la **zona Minikids de Aventura Amzonia**, un parque de tirolinas en Víznar.

En ella, peques de 4 a 7 años pueden iniciarse en la actividad sin riesgo alguno mientras los mayores realizan un recorrido diferente.



- **Visitas guiadas**

Las visitas guiadas ofrecen mil y una posibilidades a la hora de ser adaptadas a un público familiar y existen multitud de buenas prácticas en este sentido.

Alhama en familia

La **visita guiada Alhama en familia** apuesta por la gamificación y propone una ruta por el casco histórico de la localidad en forma de Gymkhana.

Resolviendo una serie de pruebas y acertijos, el grupo intergeneracional va pasando de un lugar del recorrido a otro acompañado de un/a guía turístico que adapta sus explicaciones a diferente nivel para crear interés tanto entre adultos como entre niños/as



Visita guiada y teatralizada al Cerro de la Encina (Monachil, Granada)

Las visitas guiadas y teatralizadas son un gran atractivo ¡también para las familias!

Vivir la historia de la mano de algunos de sus protagonistas más relevantes, contribuye a una inmersión total en la experiencia y facilita la adquisición de conocimientos por parte de los más pequeños.

Un buen ejemplo de este tipo de actividad es la **visita guiada y teatralizada** realizada por la empresa **Granadaways** en el Yacimiento arqueológico del Cerro de la Encina en Monachil (Granada). En ella, un/a chamán prehistórico nos introduce en la vida cotidiana de la cultura argárica, haciendo participar a los más pequeños de ritos y experiencias propias de la época.

¿le damos una vuelta?

ideas que funcionan

- **Apostar por las actividades tradicionales o propias de una zona como experiencia turística para familias**

Las empresas que elaboran productos de alimentación de forma tradicional pueden ser un excelente atractivo turístico para las familias, especialmente si durante la visita a sus instalaciones se permite que niños y niñas participen y experimenten de alguna manera el proceso de elaboración de dichos productos.

Un buen ejemplo es la visita al **secadero de jamones Artesanos Nevada** en **Beas de Granada**, durante la cual los peques son invitados a aplicar grasa a los jamones.



En Almería, la empresa **Clisol**, dedicada a la producción de hortalizas bajo plástico, diversificó con éxito su actividad económica ofreciendo también visitas guiadas y turismo agrícola en general.

Dicha actividad es ofertada a particulares, pero también a instituciones y centros educativos, que acuden para conocer de forma directa el proceso de producción agrícola propio de esta zona de Almería.



Buenas prácticas

ejemplos reales en los que inspirarse

- **Con ojos de niño/a**

Si haces rutas o visitas en las que se incluye información de carácter histórico, etnográfico o cultural en general ¿qué tal enfocar parte de la interpretación buscando la empatía de los más pequeños?

Por ejemplo, si hablas de una época histórica concreta, puedes añadir **información sobre cómo vivían los niños y niñas en esa época**. Servirá para hacer preguntas a los peques, invitándolos a comparar la realidad de alguien de su edad en una época histórica diferente y fomentando la reflexión y el debate.

En la visita guiada y teatralizada al Yacimiento arqueológico del Cerro de la Encina de Monachil (Granada), se explica cómo se cazaba en época argárica, y niños y niñas son invitados a realizar una experiencia práctica.



- **Apostar por la gamificación**

Las actividades que incluyen juegos o pequeños retos tienen extraordinarios resultados entre los peques.

Pequeños elementos de gamificación pueden incluirse tanto en rutas de senderismo (recurriendo por ejemplo al **geocaching**) como en actividades de carácter cultural (utilizando gymkhanas, juegos de pistas, acertijos y similares).

En ocasiones, podemos utilizar elementos ya presentes en la propia ruta a realizar, como por ejemplo las caras talladas en piedra a lo largo la **ruta del nacimiento del río Darro**. Seguir la pista de las caras, buscarlas e identificarlas, anima a realizar el recorrido y añade un plus de diversión para los peques.





- **Apostar por el turismo local y de proximidad**

Con demasiada frecuencia nos olvidamos del turismo local y de proximidad, que no pernocta y realiza viajes de ida y vuelta en un día, pero que puede ser un magnífico cliente, muy especialmente en el caso de las familias.

Las familias urbanas están ávidas de experiencias y propuestas que les permitan salir de la ciudad y acercarse a la naturaleza y al mundo rural.

Además, son **un cliente fácilmente fidelizable**, ofreciendo una programación cambiante que presente siempre novedades.

En este sentido, el **Tren del Patrimonio** en Víznar (Granada), realiza un excelente trabajo, proponiendo multitud de actividades diversas a las familias que repiten con la empresa varias veces a lo largo del año.

- **Buen uso de la información**

Crea un documento que envíes a tus clientes a la hora de contratar la actividad, en el que aparezca información detallada enfocada a familias con peques.

Les **ayudará a valorar** si la actividad está adaptada a ellos y a tener previstas cuestiones importantes en cuanto a la seguridad y la comodidad.

Puedes añadir **cuestiones básicas como:**

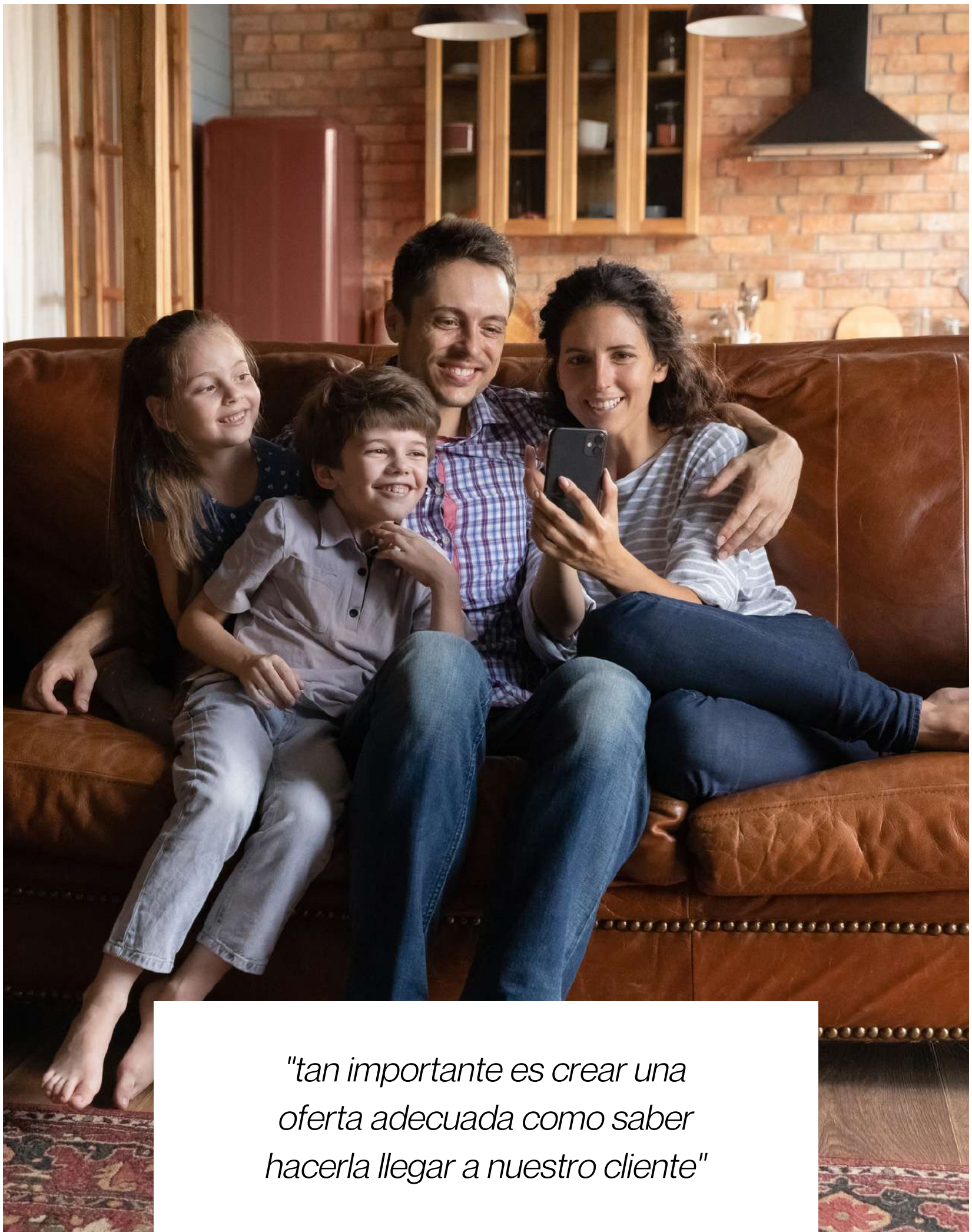
- **Equipación** mínima: calzado adecuado, ropa de abrigo, protección solar
- **Consejos** sobre alimentación e hidratación: tipos de alimentos más adecuados para llevar, incluso en los casos en los que la ruta no contemple una parada para comer (frutos secos, fruta deshidratada...), agua natural...

Puedes utilizar el mismo documento a modo de **encuesta**, para recabar información que te ayudará la hora de planificar y adaptar la actividad.

Prueba a incluir preguntas como:

- ¿Están acostumbrados a andar?
- ¿Durante cuánto tiempo?
- ¿Les dan miedo los insectos u otro tipo de animales?

comunicación de las propuestas para familias



*"tan importante es crear una
oferta adecuada como saber
hacerla llegar a nuestro cliente"*

comunicar tu oferta entre las familias

Una vez que hemos construido una oferta turística orientada a las familias ¡queda la mitad del camino por recorrer!

Construir un mensaje apropiado y adaptado para nuestro público objetivo y emplazarlo en los lugares adecuados para que llegue a él, es parte fundamental de la puesta en marcha de una estrategia orientada a atraer a las familias.

Sin lugar a dudas, una vez analizadas las fuentes de información que las familias utilizan a la hora de decidir sus destinos, alojamientos, restaurantes y actividades, el marketing digital es un gran aliado a la hora de publicitar nuestra oferta.

Dada su complejidad, el tema excede del contenido y propósito de esta Guía, pero dejamos apuntadas algunas cuestiones básicas a tener en cuenta.

- **Posicionamiento orgánico en internet (SEO)**

Basado en la optimización de la página web del proyecto y la creación de contenido de calidad enfocado a nuestro público objetivo

- **Marketing de influencia**

Basado en la colaboración con prescriptores/as como blogueros especializados en viajes y actividades en familia, instragramers, plataformas web de contenidos para familias...

- **Publicidad en internet y redes sociales**

Basado en la creación de campañas de pago en redes sociales e internet.

#somosfamilia
#somosgranada
#somostrismo

¿te sumas?