

# Qué buscan los padres viajeros 2023

Casi el 70 % afirma que desearía viajar mucho más con sus hijos.

**¡Descubre más acerca de sus demandas para el próximo año!**



**Artículo**

Los padres viajeros son un público importante para el turismo, que experimentan desafíos únicos cuando planean y realizan una travesía. De acuerdo con un estudio de la compañía estadounidense de inteligencia Morning Consult, el impacto en el sector que ya poseen **aún tiene potencial por explorar, tanto por su capacidad de gasto como por su interés en sumar nuevas experiencias de vida.**

Para que lo anterior dé frutos, los padres viajeros deben encontrar servicios a su medida, creados con el objetivo de hacer más fácil la travesía, de principio a fin. En especial porque, a pesar de los desafíos que encuentran, **casi el 70 % de padres afirma que desearía viajar mucho más con sus hijos.**

## Entendiendo a los padres viajeros

Si bien se suele pensar que el convertirse en padres limita la práctica de ciertas actividades (y en algunos casos es así), esto parece perder sustento cuando se trata de viajar. De hecho, **un 60 % de familias estadounidenses realiza al menos un viaje cada año y, entre ellas, casi el 20 % visita un destino internacional.**

Y si hacemos un análisis más profundo, vemos que los padres son casi tan proclives como el resto de adultos sin hijos a que su familia participe cada año en todo tipo de experiencias de viaje y turismo.

Aquello que los empieza a diferenciar del resto y hacerlos únicos es, por ejemplo, el lograr sus objetivos de viaje. Como otros, **su motivación principal al visitar un destino es relajarse (65 %) y desconectar (61 %); sin embargo, suelen ser propósitos difíciles de conseguir** dado que, mientras los viajeros sin hijos pueden dejar atrás las preocupaciones del trabajo y el hogar, los padres llevan consigo su más grande responsabilidad.

Aquí yace una oportunidad para los prestadores de servicios del sector: el interés por viajar existe, pero hay ciertos desafíos; el ayudar a resolver algunos de ellos podría propiciar un aumento en la participación de los padres viajeros en el ecosistema del turismo.

Por ejemplo, **entre los padres que querrían viajar más con sus hijos, el costo de la travesía es, por mucho, el mayor obstáculo (72 %)**. En general, las experiencias turísticas requieren de un presupuesto amplio y pagar por un niño el precio de un servicio para adultos puede ser difícil de aceptar.

Ayudar a los padres a planear y presupuestar su experiencia de acuerdo con su grupo de viaje es un buen primer paso para que los prestadores de servicios del sector consigan su atención, pero el ofrecerles la posibilidad de ahorrar a través de descuentos especiales por niños puede hacer mucho más por el objetivo de que reserven un viaje.

Algunos servicios en los que los padres querrían ver costos adaptados a sus demandas son el transporte y alojamiento (por el poco espacio que utilizan los niños), así como el servicio de alimentación (porque el consumo es menor en sus hijos).

## ¿Qué saber para atender con eficacia a los padres viajeros?

De acuerdo con Morning Consult, los padres viajeros aseguran que una empresa del sector puede impactar de manera positiva en su travesía. Y **si hay un momento para lograr buena sintonía es durante las etapas de selección del destino (85 %) y del planeamiento del viaje (74 %)**, que –según ellos– son las menos estresantes.

**72 %**

cree que el costo es el mayor obstáculo para viajar más con sus hijos. Ofrecer presupuestos adaptados a su grupo de viaje es clave para atraer su atención.

Esa es la oportunidad para que los prestadores de servicios se pongan en contacto con los padres viajeros a través de mensajes positivos, pero sobre todo ofreciendo soluciones para las etapas menos sencillas. Por ejemplo, el momento de empacar suele ser una de ellas.

Si bien la actividad tiene una carga de dificultad para todos los viajeros, lo cierto es que el tiempo promedio casi se duplica para los padres: de 3:32 horas (en general) a 6:08 horas (para ellos). Así, las recomendaciones que los ayuden a reducir el esfuerzo son apreciadas.

Esta es una actividad para la que los prestadores de servicios pueden ofrecer soluciones y ayuda, como el **crear contenido personalizado con sugerencias de empaque para viajes en específico**. Además, más allá de eso, pueden **brindar recursos para los padres** (como cunas, corrales, coches, etcétera) **que reduzcan el número de objetos a empacar**.

De la misma manera, las empresas y los emprendedores del sector deben prestar atención a las demandas más populares de los padres viajeros. En los hospedajes, por ejemplo, ellos **esperan contar con wifi gratuito (75 %), acceso a cocinas (65 %), piscina (65 %) y espacios de entretenimiento para toda la familia (60 %)**.

En el caso del transporte –además del wifi gratuito–, **destaca el deseo por poder reservar asientos contiguos sin tener que pagar un extra**. Además, desean comidas “amigables” para los niños, instrumentos de seguridad especial (como sillas para autos) y espacios adecuados para que sus hijos duerman durante travesías largas.

**Fuente: *Are we there yet?* – Morning Consult (noviembre 2022)**

