



### 1. Introducción

Este estudio tiene como objetivo analizar los datos de turistas que visitaron **Gran Canaria** en **2022** y hacer una comparativa con el 2019 con la finalidad de ver cómo afectó la pandemia a este sector concreto. Se realiza una exploración de las variables clave para comprender el comportamiento de los visitantes, segmentar perfiles sociodemográficos y evaluar patrones de viaje, preferencias de alojamiento y otras tendencias significativas.

---

### Hipótesis

Ante la incertidumbre económica que sufrieron las familias por la pandemia y las restricciones sanitarias postpandemia, se plantean las siguientes preguntas.

- ¿Se vió afectada de manera directa la duración promedio de la estancia?
- ¿Hubo cambio de perfil de alojamientos hoteleros frente a casas particulares?
- ¿Turismo con más presencia nacional que internacional?
- ¿Recuperación del Turismo tras la pandemia?
- Estacionalidad debido al atractivo climático y la preferencia de los mercados europeos por escapadas invernales.

### Finalidad

- Comprender la evolución y las características del perfil turístico en Gran Canaria durante el año 2022, para evaluar los efectos de la pandemia y las restricciones en la recuperación del sector turístico.
- Examinar las características demográficas de los visitantes (edad, origen, género).

- Analizar preferencias de alojamiento, duración de la estancia y horas fuera del alojamiento.
  - Analizar el gasto en destino.
  - Examinar cómo variaron los principales mercados emisores (Reino Unido, Alemania, España, etc.) en términos de volumen y comportamiento.
  - Comparar el comportamiento del turismo en temporadas alta y baja para determinar si se mantuvieron los patrones habituales o si hubo alteraciones.
  - Ayudar a los organismos públicos y privados a adaptar sus estrategias turísticas frente a cambios en el perfil y comportamiento de los visitantes.
- 

## 2. Estructura de los Datos

### Fuentes de los Datos

El Instituto Canario de Estadística (ISTAC) proporciona información sobre turismo, incluyendo encuestas de gasto turístico, estadísticas de alojamientos y flujos de visitantes. Los datos son accesibles, descargables y tienen autorización para usarlos en este análisis.

Si deseas tener más información sobre cómo es la estructura de la encuesta, y su metodología, consultar los siguientes links.

- [Metodología](#)
- [Encuesta](#)

Se dispone de dos bases de datos correspondientes a los años **2019** y **2022**, estructuradas en columnas con las siguientes variables principales:

- **Edad:** Edad del turista.
- **Noches:** Número de noches de estancia.
- **Coste\_vuelos:** Coste de los vuelos en euros.
- **Coste\_alojamiento:** Coste del alojamiento en euros.
- **Gastos:** Gastos adicionales durante el viaje.
- **Horas\_fuera\_alojamiento:** Horas dedicadas fuera del alojamiento.
- **Visitas\_totales\_Islas:** Total de visitas a otras islas Canarias.
- **Visitas\_total\_GC:** Total de visitas dentro de Gran Canaria.
- **Personas\_hogar:** Número de personas que conviven en el hogar del turista.
- **Nacionalidad:** Nacionalidad del visitante.
- **Tipo\_alojamiento:** Tipo de alojamiento utilizado.
- **Cuatrimestre:** Periodo del año dividido en cuatro bloques.
- **Sexo, Educación, Situación laboral:** Variables sociodemográficas adicionales.

## Estructura Temporal

Se organiza la información por **cuatrimestres** de cada año, permitiendo comparar tendencias estacionales.

---

### 3. Metodología

Se realiza un **Análisis Exploratorio de Datos (EDA)** que incluye las siguientes etapas:

1. **Limpieza de Datos:**

- Imputación de valores nulos.
- Conversión de tipos de datos.
- Verificación de duplicados.
- Detección y tratamiento de outliers

2. **Análisis de las Variables:**

- Análisis de cardinalidad.
- Tipología (numéricas, categóricas).
- Análisis univariante de las variables categóricas y numéricas

3. **Análisis Bivariante**

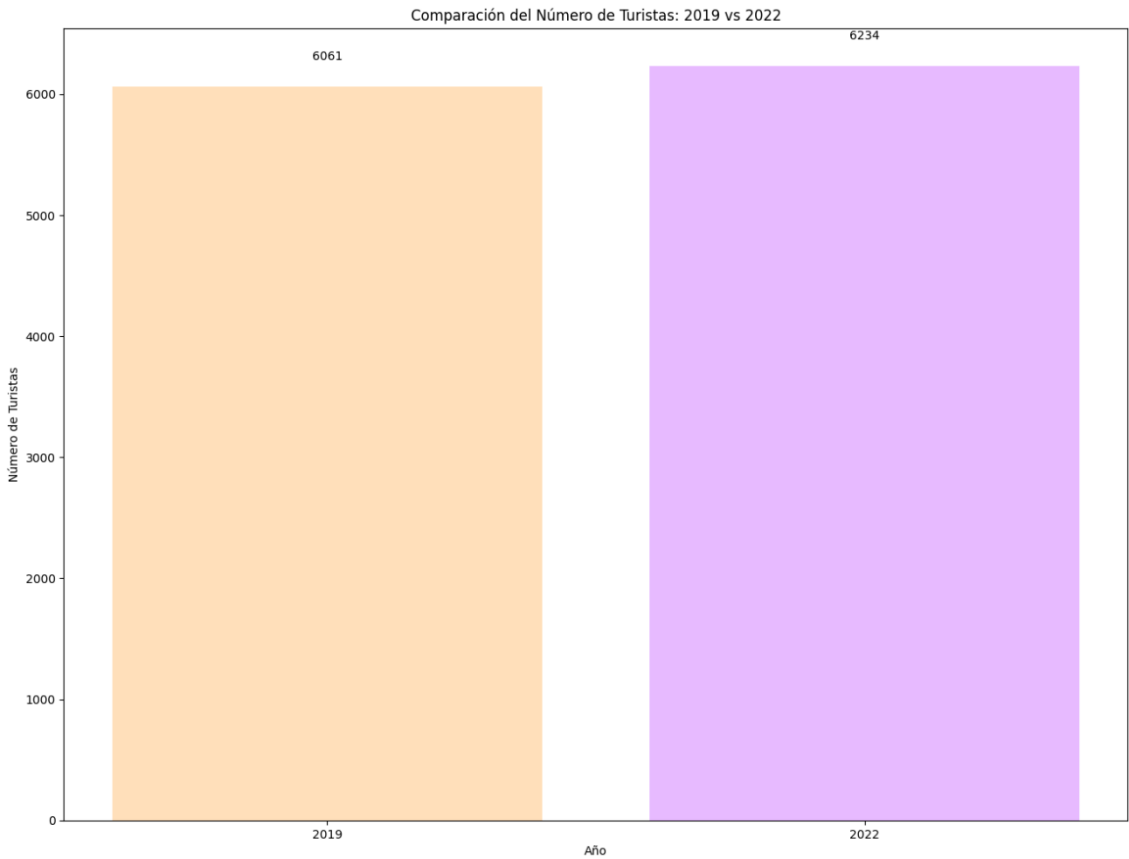
- Visualización Gráfica (boxplots, scatterplots, mapas de calor).
- Distribuciones y comparaciones entre variables clave.
- Análisis Estadístico
- Pruebas Chi-cuadrado para relaciones categóricas.
- Comparación de medias con ANOVA.

4. **Análisis Multivariante:**

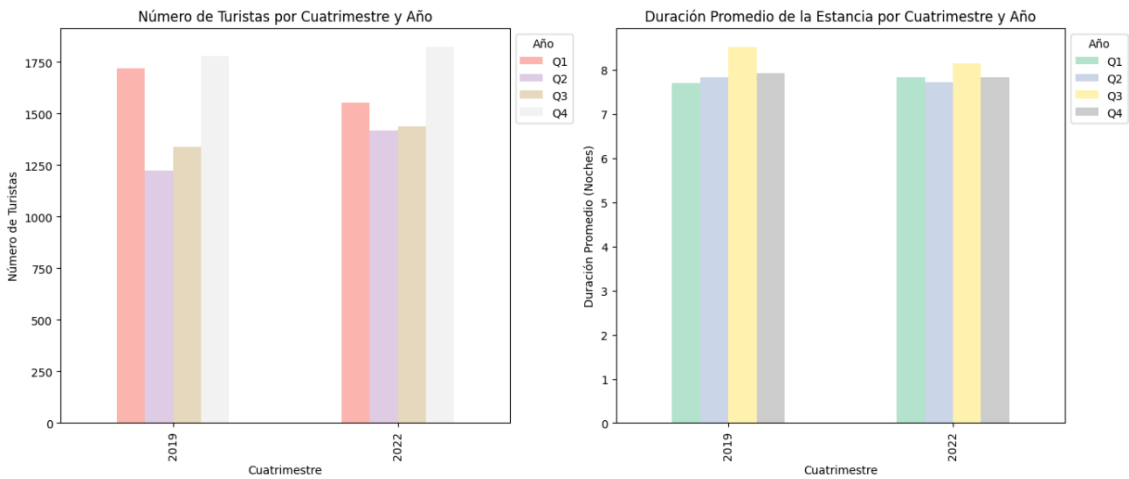
- PCA (Análisis de Componentes Principales) para reducir la dimensionalidad.
  - Segmentación mediante clustering (K-means).
-

4. Resultados del Análisis

4.1 Análisis Temporal del Número de Turistas

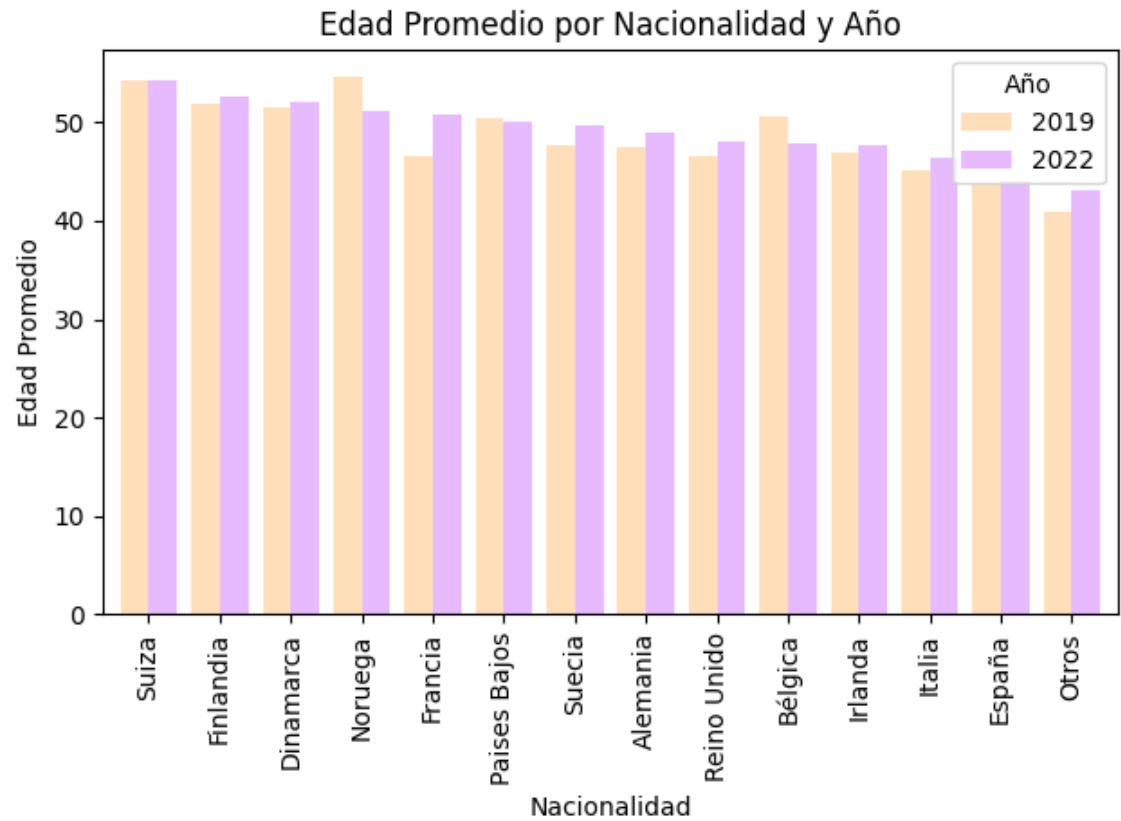


Se observa un **descenso significativo** en el número total de turistas en **2022** respecto a **2019**, influenciado por factores como la pandemia.

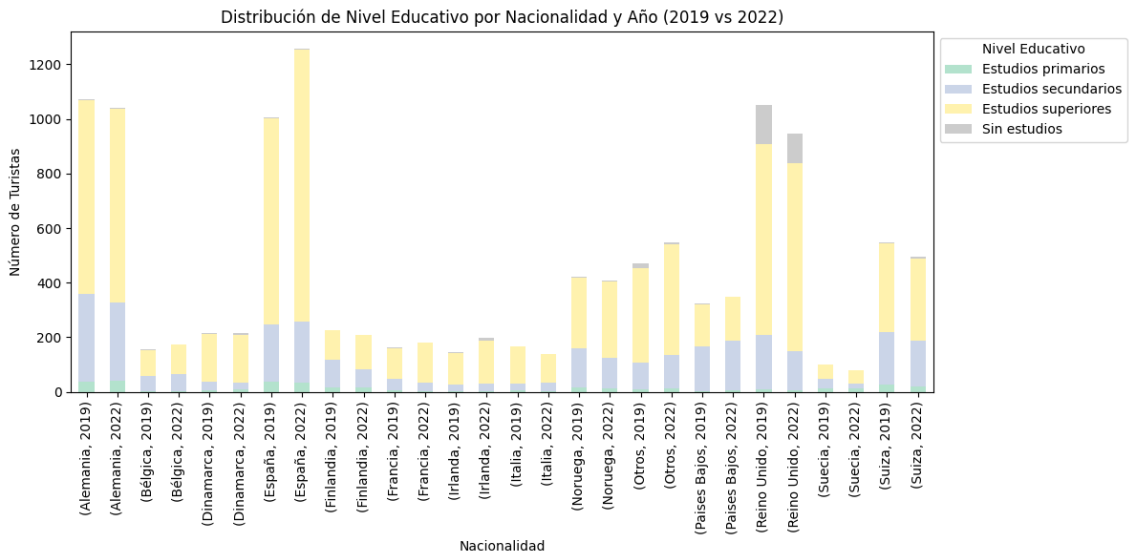


- **2019:** La afluencia es más constante a lo largo del año.
- **2022:** Existe mayor variabilidad entre los cuatrimestres, con recuperación parcial en la segunda mitad del año.

4.2 Perfil Sociodemográfico de los Turistas



- Los turistas **mayores de 45 años** predominan en ambos años.
- Distribución por **sexo**:
  - Hombres y mujeres mantienen proporciones similares, con pequeñas diferencias según la nacionalidad.



- La mayoría de turistas tienen **educación secundaria o universitaria**.
- La **situación laboral** muestra predominancia de trabajadores activos y jubilados.

### 4.3 Tipo de Alojamiento

- El uso de **hoteles** sigue siendo la principal elección en ambos años.
- Aumenta la preferencia por **apartamentos vacacionales** en **2022**, especialmente en el primer cuatrimestre.
- El turista del 2022 pasa más horas en el alojamiento, esto puede deberse a las restricciones sanitarias de esta época.

### Relación con el Cuatrimestre

- Se observa una relación significativa ( $\chi^2$  test) entre el tipo de alojamiento y el cuatrimestre.

### 4.4 Gasto Turístico y Duración de la Estancia

- **Duración Promedio:**
  - Los turistas de **2019** registran una estancia promedio de **7.5 noches**, mientras que en **2022** desciende ligeramente.
- **Gastos:**
  - Existe una **asociación directa** entre el número de noches y el gasto total.

### 4.5 Relación entre Variables (Análisis Multivariante)

#### PCA (Componentes Principales)

- Dos componentes explican el **35.3% de la varianza** de los datos.
- Variables como "**Coste\_alojamiento**", "**Gastos**" y "**Visitas\_totales\_Islas**" tienen mayor peso en los componentes principales.

#### Clustering (K-means)

Se identifican **tres clústeres** de turistas:

1. **Cluster 0:** Turistas de perfil económico, estancias cortas.
2. **Cluster 1:** Turistas con mayores gastos en vuelos y alojamiento, estancias más largas.
3. **Cluster 2:** Turistas de gama media, con moderado gasto y duración.



## 5. Conclusiones

1. **Descenso General de Visitantes:** La pandemia impactó considerablemente en 2022, aunque hubo una leve recuperación en la segunda mitad del año. Siendo el turismo nacional clave en esta recuperación.
2. **Cambios en el Perfil del Turista:**
  - La duración promedio de la estancia no se vio significativamente afectada.
  - Se observó una mayor presencia de turistas mayores.
  - Aumentó el uso de alojamientos alternativos. Hubo un aumento en la preferencia por alojamientos no hoteleros (casas particulares, apartamentos) en 2022, posiblemente como respuesta a la pandemia, donde se buscaba mayor privacidad.
3. **Relación entre Variables Clave:**
  - Se observa una ligera reducción en el gasto promedio, posiblemente debido a la incertidumbre económica post-pandemia.
  - Existe una fuerte relación entre **gastos y número de noches**.
  - Los clústeres identificados permiten segmentar a los turistas según sus preferencias y gasto.
4. **Oportunidades para el Sector:**
  - Enfocar estrategias en turistas con mayor gasto (Cluster 1).
  - Promover estancias más largas y el uso de alojamientos diversificados.

## 5. Estacionalidad:

- El atractivo climático de Gran Canaria sigue consolidando la temporada alta en los meses de invierno.

---

## 6. Recomendaciones

- Adaptar la oferta turística: Potenciar el turismo nacional, que mostró mayor resiliencia.
- Promover ofertas en apartamentos y casas particulares para satisfacer la nueva demanda.
- Enfocar campañas en mercados europeos tradicionales (Alemania y Reino Unido) para fomentar su recuperación.
- Fortalecer el turismo en temporadas bajas mediante promociones y experiencias adaptadas..
- Optimizar el gasto turístico en destino mediante experiencias únicas y de mayor valor añadido.
- Incentivar el uso de alojamientos alternativos y experiencias turísticas que aumenten los gastos locales.

---

## 7. Anexos

[Código Utilizado](#)

[Tablas y Gráficos Complementarios](#)