

# Surf y Turismo

**Memoria del Análisis Exploratorio de Datos**  
Florenzia Giordano Dode.

## **1. Introducción:**

Este estudio se lleva a cabo debido a una tendencia global en auge: el turismo deportivo, una modalidad turística que engloba los viajes cuya motivación principal o complementaria es la práctica o asistencia a eventos deportivos. Esta forma de turismo, se encuentra en constante crecimiento, según la Organización Mundial de Turismo representa aproximadamente el 10% del gasto turístico mundial y se estima que aumentará a una tasa del 17,5% entre 2023 y 2030. Su impacto va más allá de lo económico, ya que impulsa el desarrollo social, fomenta valores sostenibles y puede dejar un legado duradero en los territorios que lo promueven.

La interrelación entre deporte y turismo es cada vez más evidente. Muchos destinos apuestan por la oferta de experiencias deportivas auténticas como un elemento diferenciador. En este sentido el País Vasco y su costa atlántica tienen un gran potencial gracias a su geografía, cultura local y consolidación como destino de surf. Así, el turismo relacionado con este deporte puede convertirse en un vector clave de atracción internacional.

El análisis parte del estudio de datos demográficos de turistas internacionales que visitan España, con un enfoque específico en aquellos que escogen el País Vasco, y concretamente Bizkaia, como destino. Este enfoque permite identificar los países con mayor volumen de visitantes, así como detectar patrones geográficos que pueden ser aprovechados para diseñar campañas de marketing más focalizadas, en este caso irá dirigido a surfhouses y escuelas de surf.

## **2. Recolección de datos:**

Para este estudio he utilizado información oficial procedente de la API de turismo estatal, la cual proporciona datos detallados y actualizados sobre el flujo de turistas internacionales por provincias y país de origen. El dataset con el que he trabajado corresponden al 2023 y 2024. Con el fin de analizar la evolución reciente del turismo en Bizkaia e identificar tendencias emergentes o consolidaciones de mercado.

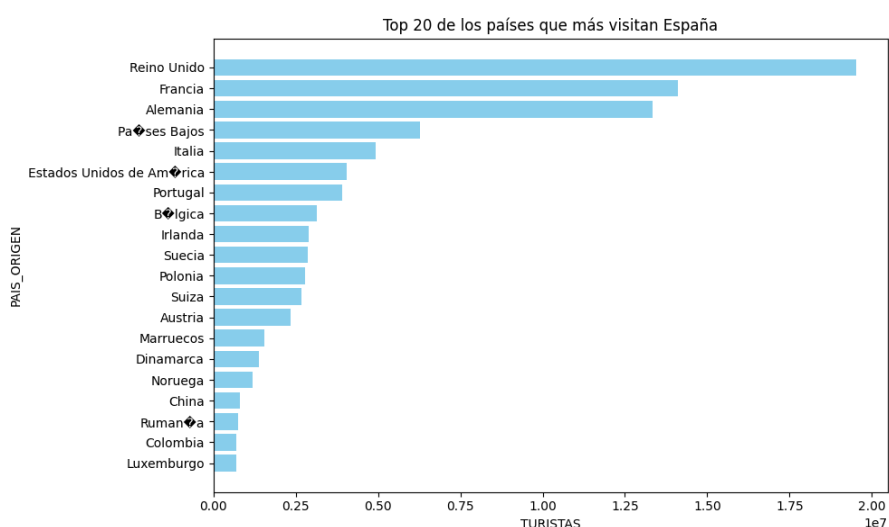
Además de esta fuente institucional, he llevado a cabo una recopilación de datos procedentes de los sitios webs de surfhouse y escuelas de surf de la región. A través de herramientas de análisis de tráfico digital, se han examinado aspectos como:

- El origen geográfico de los usuarios que interactúan con las webs.
- La intensidad del tráfico desde distintos países

- Posibles estacionalidades y picos de interés

Este análisis paralelo ha servido para realizar una comparativa entre el interés turístico general y la visibilidad digital de las escuelas de surf con el fin de detectar si existe una alineación entre la demanda potencial (turistas que visitan Bizkaia) y las acciones de visibilidad digital de estas empresas. Así también se puede valorar de forma aproximada si están invirtiendo estratégicamente en campañas dirigidas al exterior, o si existe una oportunidad desaprovechada de atraer público internacional con intereses deportivos.

Como veremos en la gráfica de más abajo, el turismo en España presenta un perfil diverso a nivel nacional, donde destacan visitantes del Reino Unido, Francia y Alemania como los principales emisores. Reino Unido lidera la lista con una afluencia significativa, seguido de cerca por Francia y Alemania, lo que refleja la preferencia histórica de estos mercados por el clima, la cultura y la oferta turística española. Países como Países Bajos, Italia, y Estados Unidos también contribuyen de manera notable al turismo nacional.

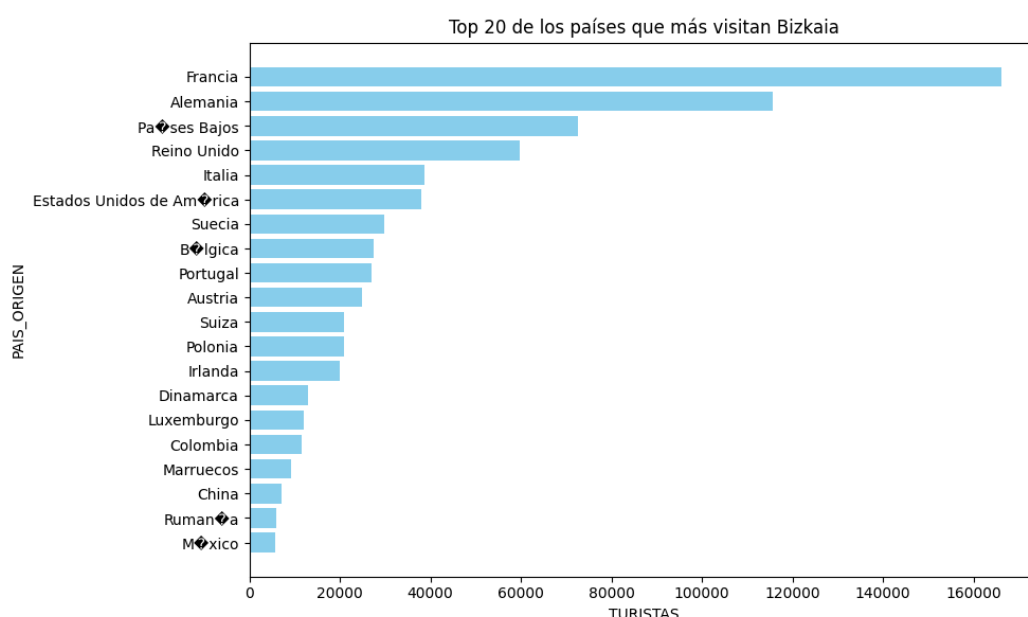


Sin embargo, en Bizkaia, el comportamiento turístico difiere ligeramente de la tendencia nacional. Aquí los turistas franceses y alemanes predominan, superando incluso a los británicos, que son los más numerosos a escala nacional. Esta particularidad podría explicarse por diferentes factores:

- Proximidad geográfica : Francia limita con España por lo que facilita viajes por carretera o tren, especialmente al País Vasco.

- Oferta cultural y natural: Bizkaia atrae a turistas europeos interesados en el turismo urbano (Bilbao Guggenheim), el enoturismo (Rioja Alavesa cercana) y el turismo de naturaleza (Costa Vasca, Urdaibai).

Mientras que a nivel nacional el turismo británico lidera la demanda, en Bizkaia se observa una especialización en mercados europeos continentales (francés y alemán), posiblemente vinculada a factores logísticos y de oferta diferenciada. Este dato es relevante para diseñar estrategias de promoción turística en la región, reforzando aquellos aspectos que más atraen a estos visitantes, como la gastronomía, el arte contemporáneo o las rutas sostenibles.



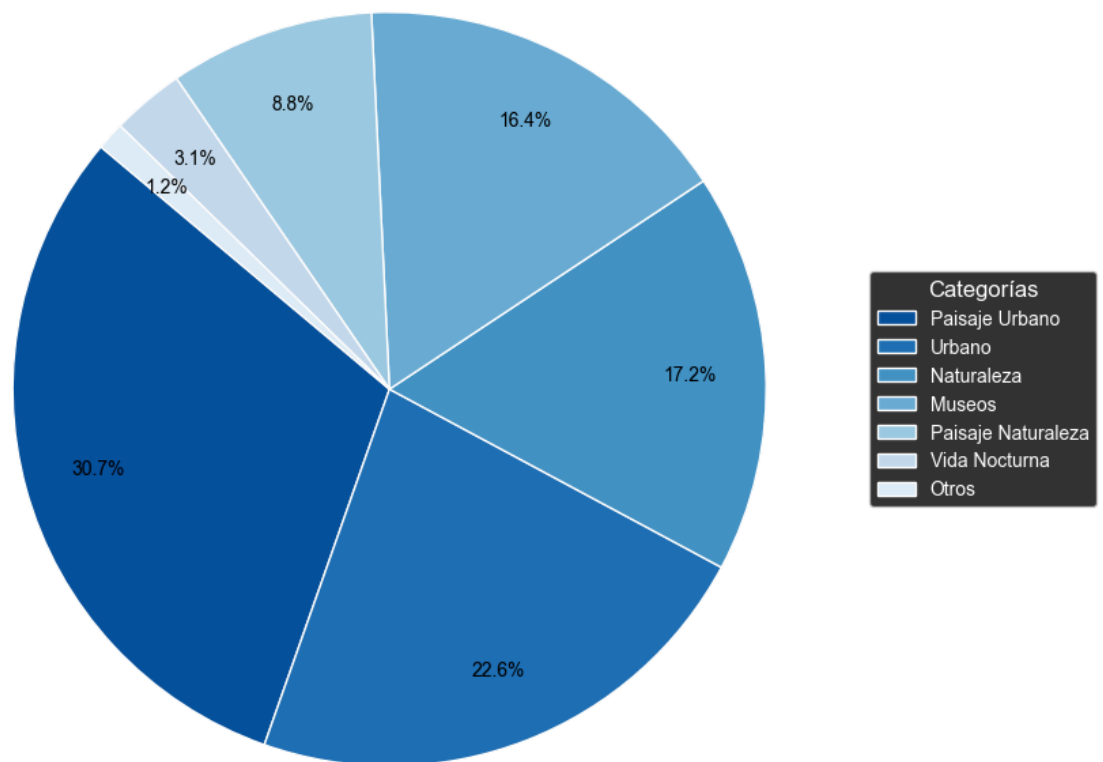
### 3. Análisis de los datos

Con el objetivo de comprender no solo quiénes visitan Bizkaia, sino también qué tipo de experiencias buscan, para este análisis he cruzado variables demográficas con preferencias de ocio. Esta aproximación permite identificar patrones de comportamiento y perfilar con mayor precisión al visitante potencial interesado en el turismo deportivo, en especial el surf.

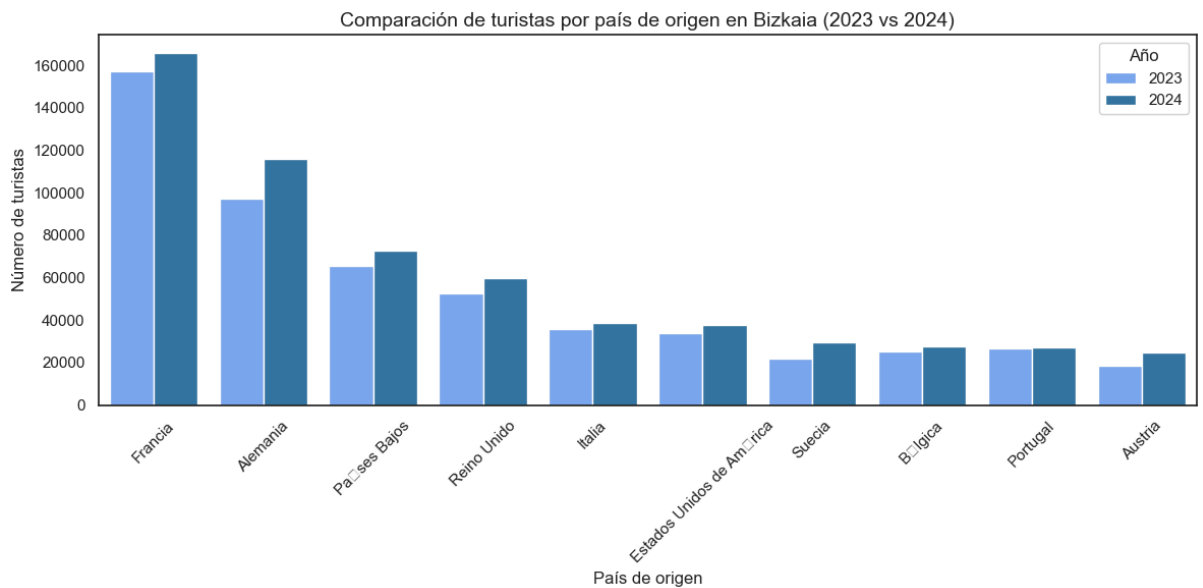
Una primera visualización relevante es la distribución de opiniones y preferencias turísticas por categoría. Como se observa en el gráfico de sectores, las categorías más valoradas por los turistas incluyen el “Paisaje Urbano” (30.7%), seguido por el entorno “Urbano” (22.6%) y la Naturaleza (17,2%). Estos resultados sugieren una

clara inclinación hacia experiencias visuales, culturales y al aire libre, en las que el surf puede integrarse de manera natural como actividad complementaria. La presencia destacada de categorías como “Naturaleza” y “Paisaje Natural” refuerza esta conexión, señalando un interés por entornos costeros, playas y actividades al aire libre.

Distribución de Opiniones por Categoría)



En paralelo, el análisis comparativo entre los años 2023 y 2024 del número de turistas por país de origen muestra una evolución positiva en prácticamente todos los mercados, con especial crecimiento en países como Francia, Alemania y Países Bajos. Estos países, además de figurar como los principales emisores de turismo hacia Bizkaia, también muestran interés notable en actividades relacionadas con el deporte y la naturaleza.



La combinación de ambas variables (procedencia de los turistas y tipo de ocio preferido) permiten trazar un perfil multivariable de visitantes con mayor potencial de interés en el surf. Por ejemplo, los turistas franceses no sólo lideran en número de visitas, sino que además provienen de una cultura con fuerte vínculo con los deportes acuáticos, lo cual posiciona a este mercado como especialmente estratégico. Del mismo modo, los alemanes, cuyo volumen turístico ha crecido significativamente en 2024, muestran un interés consistente por actividades de naturaleza y paisajes costeros. Este enfoque cruzado entre origen geográfico e intereses temáticos abre la puerta a estrategias de marketing más segmentadas para surfhouses y escuelas de surf. Al identificar qué mercados no solo visitan Bizkaia, sino que también valoran su entorno natural y urbano, se pueden diseñar campañas de atracción más eficaces, aprovechando el creciente interés por experiencias deportivas y sostenibles.

A partir del cruce entre los datos oficiales de turistas en Bizkaia y las visitas a webs de surfhouses y escuelas de surf, reflejan una clara desalineación entre los mercados potenciales más fuertes y el alcance digital actual.

Según los datos analizados los cinco países que más aportan son:

- Francia con 166.076 turistas

- Alemania con 115.761 turistas
- Países Bajos con 72.628 turistas
- Reino Unido con 59.691 turistas
- Italia con 38.702 turistas

Estos datos muestran una clara tendencia de turismo centroeuropeo y francés, especialmente relevante para el surf por la proximidad geográfica (Francia) y afinidad cultural con estilos de viaje alternativos.

Al revisar las visitas a tres sitios web de referencia durante 2024:

### **1. [escuelacantabradesurf.com](https://escuelacantabradesurf.com)**

- España: 207.910 visitas
- Italia: 26.057
- Alemania: 941 visitas
- Francia: ni aparece

### **2. [moanasurfhouse.com](https://moanasurfhouse.com)**

- España: 24.343
- Alemania: 1.055
- Francia: 424

### **3. [escueladesurfsopelana.com](https://escueladesurfsopelana.com)**

- España: 26.424
- Francia: 595
- Alemania: 205

#### 4. Conclusión

Existe un desajuste entre la realidad turística y el alcance digital de las escuelas de surf:

Francia y Alemania, los dos países que más turistas aportan en Bizkaia, tienen una presencia marginal o casi inexistente en el tráfico web de las escuelas y surfhouse. Lo que sugiere que no hay campañas de marketing digital activas ni efectivas dirigidas a los mercados con mayor potencial. Además puede haber una falta de inversión SEO multilingüe o publicidad segmentada (Google Ads, redes sociales) orientadas a audiencias francesas y alemanas.

Ante esto sería recomendable rediseñar su estrategia digital para incluir contenido publicidad y posicionamiento en francés y alemán. Además de esto aprovechar la proximidad geográfica con Francia para hacer campañas orientadas al “surf weekend trip”.

Fuentes:

[https://www.eustat.eus/explorador\\_datos\\_turismo\\_euskadi\\_hoteles.html](https://www.eustat.eus/explorador_datos_turismo_euskadi_hoteles.html)

[https://www.eustat.eus/explorador\\_datos\\_turismo\\_euskadi\\_hoteles.html](https://www.eustat.eus/explorador_datos_turismo_euskadi_hoteles.html)

<https://basquetour.eus/euskadi-cierra-2019-con-38-millones-de-turistas-.htm>

[https://www.eustat.eus/elementos/ele0011300/entradas-pernoctaciones-estancia-media-y-grados-de-ocupacion-en-establecimientos-hoteleros-de-la-ca-de-euskadi-por-origen-y-zona-geografica/tbl0011321\\_c.html](https://www.eustat.eus/elementos/ele0011300/entradas-pernoctaciones-estancia-media-y-grados-de-ocupacion-en-establecimientos-hoteleros-de-la-ca-de-euskadi-por-origen-y-zona-geografica/tbl0011321_c.html)

[https://www.eustat.eus/daveweb/index.html?utm\\_source=web&utm\\_medium=destacados&utm\\_campaign=altovalor](https://www.eustat.eus/daveweb/index.html?utm_source=web&utm_medium=destacados&utm_campaign=altovalor)

<https://www.dataestur.es/apidata/>

\*\* Para estudiar webs SEMRUSH o SISTRIX \*\*