**🟦 Propuesta de negocio**

**Líneas estratégicas para la expansión y diversificación turística**

**1. Ampliación territorial en destinos consolidados y de alto rendimiento turístico**

Se propone reforzar la presencia en territorios que lideran el turismo nacional por volumen de pernoctaciones y número de viajeros, como las **Islas Canarias**, **Costa Blanca** (ej. Benidorm) y **Costa Brava**. Además, se recomienda **equilibrar el número de alojamientos entre Madrid y Barcelona**, ya que actualmente existe una diferencia significativa en la oferta, a pesar de que ambas ciudades concentran los mayores flujos turísticos del país. También se contempla la **entrada en nuevos destinos urbanos** como **Granada**, **Cádiz** o **Tarragona**, que presentan una evolución positiva en los últimos años.

**2. Diversificación del modelo de alojamiento y segmentación del perfil de destino**

Con el fin de adaptar la oferta a los patrones de consumo actuales, se plantea **aumentar la proporción de alojamientos hoteleros**, dado que representan cerca del 80 % de la elección de los turistas extranjeros y muestran mayores tasas de ocupación que los apartamentos turísticos. Esta estrategia se complementará con la incorporación de destinos con atractivo cultural e histórico, promoviendo así un turismo de mayor valor añadido y menor presión estacional.

**3. Dinamización de la demanda en temporada baja mediante estrategias de precios y promoción digital**

Para reducir la estacionalidad, se sugiere implementar campañas promocionales y de descuentos dirigidas al público nacional y europeo durante los meses de menor ocupación (noviembre a abril). Especial énfasis se pondrá en los mercados del norte y centro de Europa, como los países escandinavos, Alemania y Países Bajos, que tradicionalmente buscan destinos cálidos en invierno. Las acciones de marketing digital se diseñarán de forma segmentada según el perfil de turista y canal de origen.

**4. Impulso del turismo nacional y rural como ejes de sostenibilidad y cohesión territorial**

Con el objetivo de disminuir la dependencia del turismo internacional y repartir los beneficios del sector de forma más equitativa, se apuesta por reforzar el **turismo nacional** y fomentar la llegada de visitantes a **zonas rurales** con baja densidad turística, contribuyendo así al desarrollo económico local y a un modelo más sostenible. La promoción de experiencias culturales, gastronómicas y de naturaleza será clave en esta línea.

**5. Adaptación localizada de la oferta y de la estrategia de comunicación según estacionalidad y tipo de visitante**

La planificación de la oferta y las acciones de comunicación se ajustarán según el tipo de destino, la temporalidad y el perfil de turista predominante. Esto permitirá una mejor optimización de recursos, mayor eficiencia en las campañas de marketing y una mayor alineación entre demanda real y producto ofertado. También se propone crear **productos combinados (packaging)** en colaboración con operadores de transporte en destinos fronterizos como Portugal o en mercados prioritarios como Francia.