

# **Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades**

Realizado por Iuliia Rytck Molodykh

Diciembre 2024, Valencia

## Contenido:

Hipótesis	3
Justificación de la Hipótesis	3
Descripción del dataset	3
Pre-procesamiento	6
Creación de la Base de Datos SQL	7
Análisis y Comunicación de Resultados en Tableau	7

# Hipótesis

La hipótesis plantea que España, como uno de los principales destinos turísticos del mundo, muestra una dinámica de crecimiento en la llegada de turistas internacionales y en el gasto asociado. Además, se espera que la distribución de estos flujos turísticos, tanto en términos geográficos como de motivos de viaje, presente patrones que puedan ser aprovechados para identificar oportunidades de desarrollo en regiones menos consolidadas y para diversificar la oferta turística.

## Justificación de la Hipótesis

España ocupa un lugar destacado en el turismo internacional debido a su diversidad cultural, paisajística y climática, además de su infraestructura turística desarrollada. En este contexto, es razonable investigar si estas características han permitido un crecimiento sostenido en la llegada de turistas y en el gasto asociado, especialmente tras los impactos de la pandemia. También resulta pertinente explorar cómo se distribuyen estos flujos turísticos entre las diferentes regiones y categorías de gasto, y si existen desequilibrios que puedan representar oportunidades estratégicas.

La resolución de esta hipótesis aporta un valor significativo al sector turístico y a los responsables de la toma de decisiones. Por un lado, permite identificar regiones y segmentos con mayor potencial de desarrollo, lo que facilita la planificación de políticas orientadas a equilibrar el impacto económico del turismo en el territorio. Por otro lado, proporciona información clave para empresas y actores del sector interesados en diversificar y fortalecer la oferta turística, maximizando el retorno económico y promoviendo un turismo más sostenible.

## Descripción del dataset

Para llevar a cabo el análisis del turismo en España, se han seleccionado datos provenientes principalmente del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de Statista. Estos datos ofrecen información sobre el gasto turístico, número de turistas, principales destinos, motivos de viaje y categorías de gasto, proporcionando una visión integral del comportamiento turístico en el país. La selección de

estos datasets se justifica por su relevancia y nivel de detalle, lo que permite analizar patrones de gasto y flujos turísticos tanto a nivel regional como nacional, así como compararlos con tendencias globales.

La información abarca diferentes periodos de tiempo, principalmente entre 2015 y 2024, con resultados presentados en unidades monetarias (euros) o en número de turistas. Se incluyen datos desglosados por comunidades autónomas, países de residencia y motivos del viaje, lo que permite un análisis detallado de los flujos turísticos y del impacto económico del turismo en España.

Nombre del Dataset	Columnas	Descripción	Tamaño ( filas, columnas)	Formato	Fuente	Enlace
ine_international_tourist_spending_by_destination_region	Comunidades autónomas', 'Gastos y duración media de los viajes', 'Tipo de dato', 'Periodo', 'Total'	Gasto de los turistas internacionales según comunidad autónoma de destino principal Unidades: €, Millones €, Días	3488, 5	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10839">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10839</a>
ine_international_tourist_spending_by_trip_purpose	Motivo del viaje', 'Gastos y duración media de los viajes', 'Tipo de dato', 'Periodo', 'Total'	Gasto Turístico a nivel nacional según motivo principal del viaje. Unidades: €, Millones €, Días	1744, 5	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10840&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10840&amp;L=0</a>
ine_tourists_by_destination_region	Comunidades autónomas', 'Tipo de dato', 'Periodo', 'Total'	Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal Unidades: Personas	756, 4	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10823&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10823&amp;L=0</a>
ine_visitors_by_trip_purpose	Motivo del viaje', 'Tipo de dato', 'Periodo', 'Total'	Número de turistas según motivo principal del viaje. Unidades: Personas	432, 4	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=13864&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=13864&amp;L=0</a>

ine_spending_by_destination_region_and_country_of_residence	'Comunidades y Ciudades Autónomas de destino', 'País de residencia', 'Periodo', 'Total'	Distribución del gasto turístico según comunidad autónoma y país de residencia Unidades: €	17290, 4	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=39367&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=39367&amp;L=0</a>
ine_gasto_turistico_receptor_por_productos_2022	'Productos', 'periodo', 'Total'	Gasto turístico receptor por productos en 2022 (estimación avance) Unidades: millones €	14, 3	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?path=/t35/p0111/rev19/serie/I0/&amp;file=01001.px&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?path=/t35/p0111/rev19/serie/I0/&amp;file=01001.px&amp;L=0</a>
ine_international_tourist_spending_by_expense_category	'Tipo de dato', 'Partidas de gasto: Nivel 1', 'Partidas de gasto: Nivel 2', 'Partidas de gasto: Nivel 3', 'Periodo', 'Total'	Gasto de los turistas internacionales según partidas de gasto Unidades: €, Millones €	864, 6	Csv	INE	<a href="https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=13938&amp;L=0">https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=13938&amp;L=0</a>
statista-inbound-tourist-arrivals-worldwide-top-2019-2023	'Country_name', '2019', '2020', '2021', '2022', '2023'	Países con el mayor número de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial entre 2019 y 2023 (en millones)	15, 6	Xlsx	World Tourism Organization (UN Tourism)	<a href="https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/">https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/</a>
statista-most-visited-cities-in-spain-2022	'City', 'Total'	Principales destinos urbanos en España en 2022 según el número de turistas (en miles).	15, 2	Xlsx	INE	<a href="https://www.statista.com/statistics/1069130/most-visited-city-destinations-spain/">https://www.statista.com/statistics/1069130/most-visited-city-destinations-spain/</a>

statista-outbound-tourism-expenditure-worldwide-2019-2023	'Country_name', '2019', '2020', '2021', '2022', '2023'	Países con el mayor gasto en turismo internacional a nivel mundial entre 2019 y 2023 (en miles de millones de dólares estadounidenses).	15, 6	Xlsx	World Tourism Organization (UN Tourism)	<a href="https://www.statista.com/statistics/273127/countries-with-the-highest-expenditure-in-international-tourism/">https://www.statista.com/statistics/273127/countries-with-the-highest-expenditure-in-international-tourism/</a>
---	--	---	-------	------	---	---

## Pre-procesamiento

El proceso de transformación y limpieza de los datos consistió en los siguientes pasos:

1. Carga de Datos. Los datos fueron cargados desde archivos CSV en [Google Drive](#).
2. Transformación de Datos. Se transformaron ciertos datasets utilizando la función `pivot` para reorganizar los datos y facilitar su análisis. Por ejemplo, el dataset de gasto por región se pivotó utilizando la columna "Gastos y duración media de los viajes". Las columnas se re-nombraron para hacer los nombres más consistentes y descriptivos. Se reemplazaron comas por puntos para facilitar la conversión de texto a valores numéricos y se eliminaron los separadores de miles, para se crearon funciones auxiliares para automatizar esta transformación. Las filas irrelevantes como los totales y columnas innecesarias fueron eliminados. Las columnas relacionadas con fechas (periodo) fueron convertidas al formato `datetime`, mientras que las columnas de tipo texto que representan valores numéricos se transformaron a `float` o `int`.
3. Fusión de Datos. Se integraron datasets clave como gasto y número de visitantes por región, así como los datasets relacionados con el motivo del viaje y el gasto asociado.

Para obtener más detalles sobre los pasos implementados y el código completo, puedes consultar el notebook en [Google.Colab](#)

Este proceso garantiza que los datos estén limpios, estructurados y listos para su análisis y visualización en Tableau.

## **Creación de la Base de Datos SQL**

Como paso opcional, se automatizó la creación de una base de datos SQL a partir de los archivos preprocesados utilizando Python y SQLite. Este proceso permite centralizar los datos en una base de datos estructurada, facilitando consultas y análisis posteriores.

Para más detalles sobre la implementación del proceso, consulta el notebook 'import\_to\_sqlite.py'.

## **Análisis y Comunicación de Resultados en Tableau**

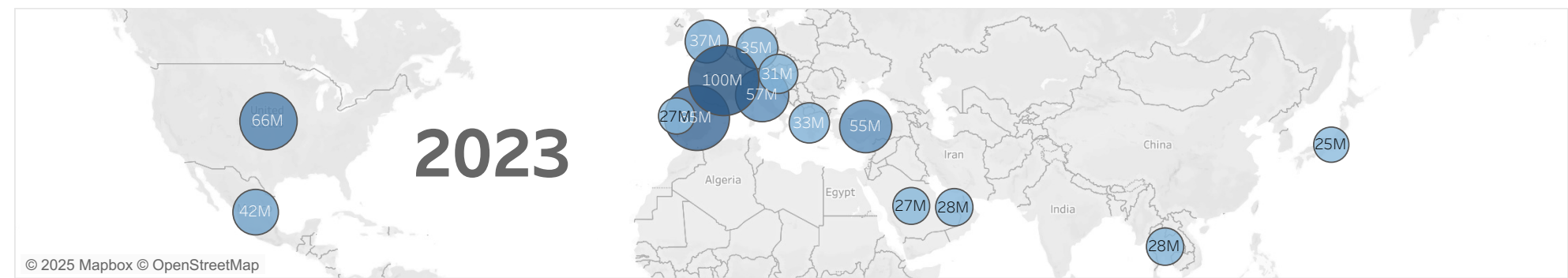
Como parte del proceso de análisis, se ha creado una "historia" interactiva en Tableau que permite explorar de manera visual y dinámica los principales hallazgos del estudio. Esta narrativa visual facilita la comprensión de tendencias, patrones y oportunidades clave identificadas en el análisis de datos turísticos.

El análisis se compone de una serie de visualizaciones que guían al usuario a través de los resultados más relevantes, como los destinos turísticos principales, el gasto regional según el país de origen y la relación entre la duración de los viajes y el gasto diario promedio. Además, se incluyen ranking dinámicos y gráficos interactivos, como diagramas de Sankey y mapas coropléticos, que permiten una navegación intuitiva y enriquecen la experiencia del usuario.

Para una exploración interactiva y personalizada de los resultados, accede a la visualización completa en [Tableau Public](#), donde se puede filtrar, profundizar y descubrir insights clave según el interés, dando una experiencia dinámica y accesible.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

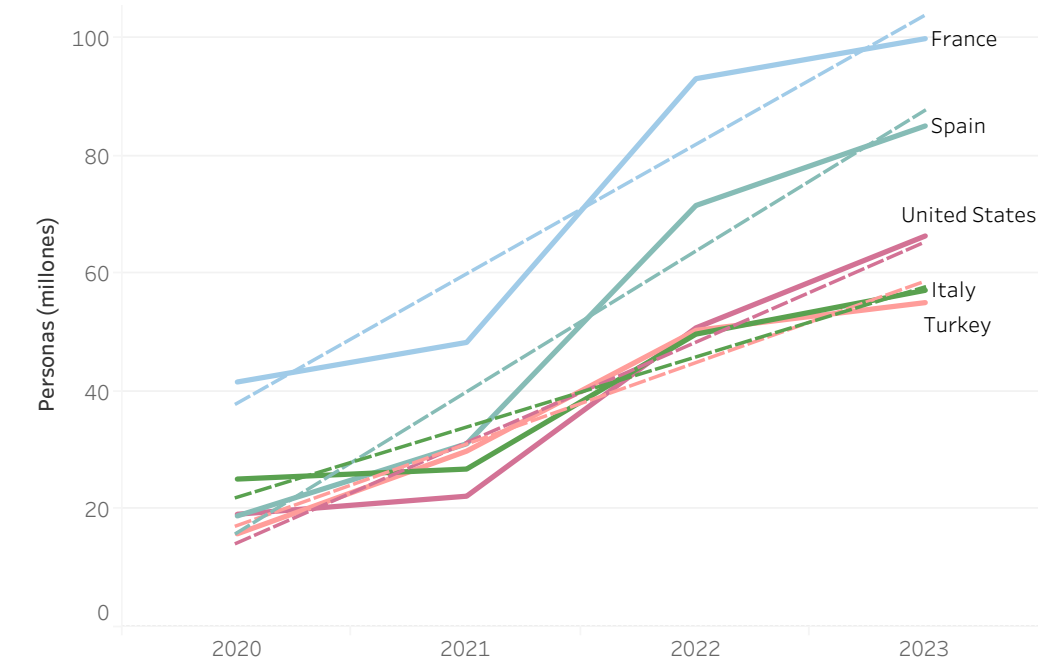
Introducción	Análisis regional (ciudades más visitadas)	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto
--------------	---	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------



Inbound arrivals top 5

2023

☒ Show history



El análisis comienza con una perspectiva global del turismo internacional, destacando los principales países receptores de turistas entre 2020 y 2024. La visualización inicial incluye un mapa mundial interactivo y un gráfico de líneas con los cinco principales destinos turísticos. Este enfoque permite identificar tendencias globales y situar a España en el contexto internacional.

Los resultados muestran que Francia lidera en volumen de llegadas, con un crecimiento significativo tras la pandemia de COVID-19, mientras que España ocupa consistentemente una de las posiciones más destacadas. En particular, España se posiciona como uno de los destinos con mayor incremento anual de llegadas de turistas, reflejando tanto su atractivo turístico como su capacidad de recuperación tras la crisis global.

España presenta el incremento anual de 23,92 millones de turistas, el más alto entre los países analizados. La significancia estadística ( $p < 0,05$ ) confirma que las tendencias observadas no son aleatorias. El modelo explica el 94,9% ( $R^2$ ) de la variabilidad en las llegadas de turistas.

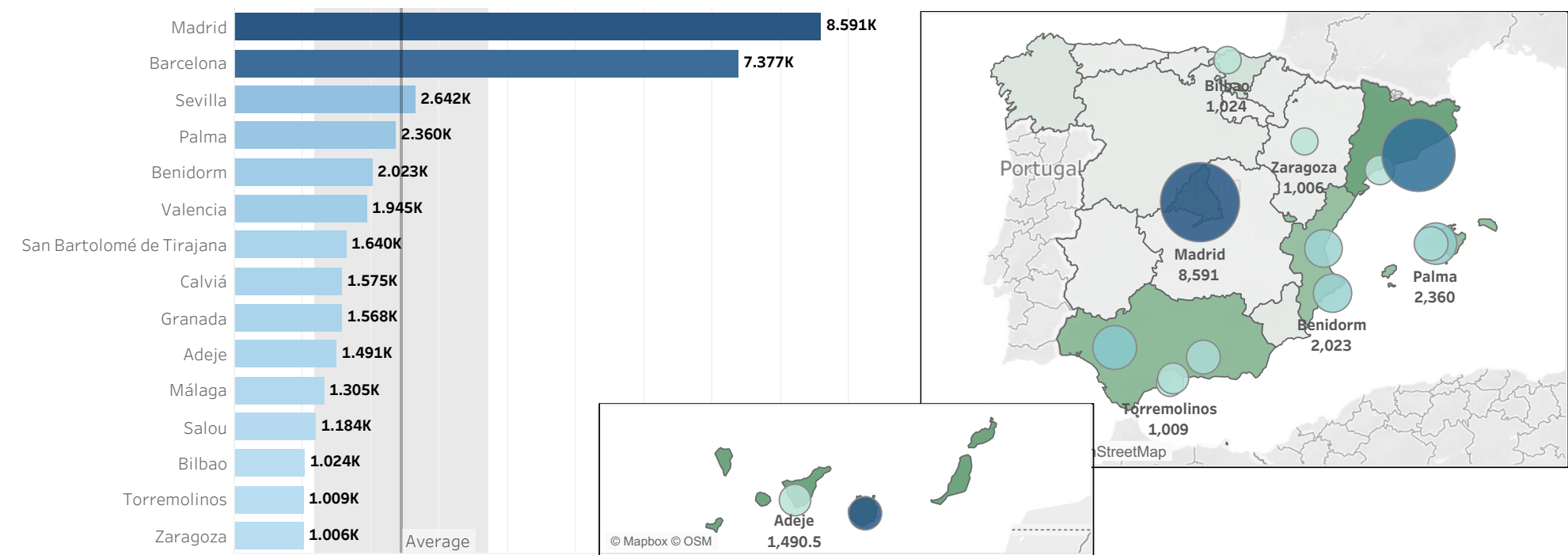
Dado este contexto, el análisis se enfoca en España para explorar en detalle las dinámicas internas del turismo y responder las preguntas como:

- ¿Qué regiones de España reciben la mayor parte del gasto turístico?
- ¿Qué motivos impulsan a los turistas a visitar España y cómo se relacionan con la duración de la estancia y el gasto medio diario?
- ¿Cuáles son las principales categorías de gasto y qué oportunidades emergen para fortalecer el turismo en España?



# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Introducción	Análisis regional (ciudades más visitadas)	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto
--------------	---	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------



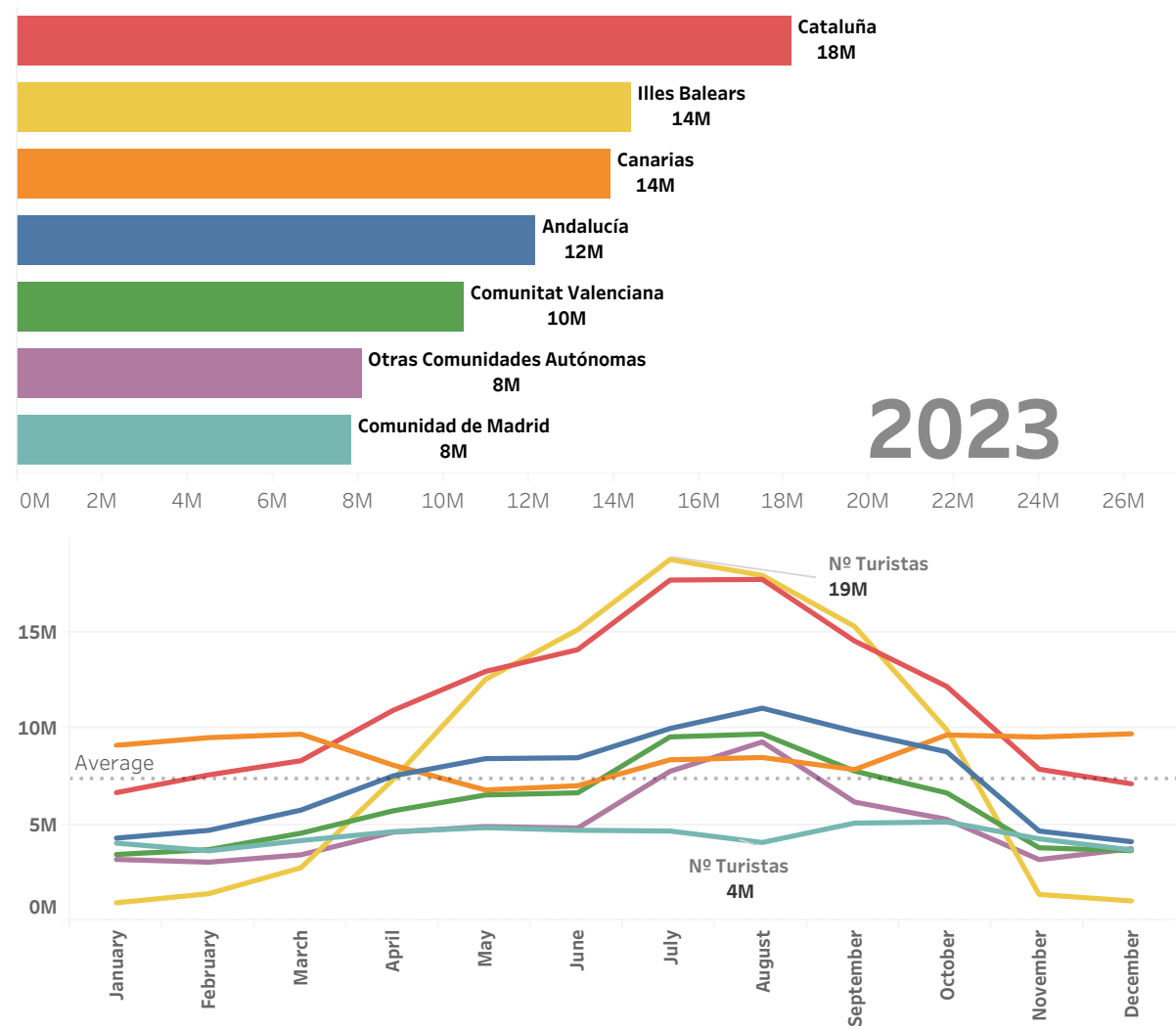
Tras establecer el contexto global, el siguiente paso del análisis profundiza en el turismo en España, destacando el gasto total por Comunidades Autónomas y las ciudades más visitadas. El mapa colorea las CCAA de España según el gasto turístico realizado. Las regiones con mayor gasto, como Cataluña, Tenerife, Madrid, Comunitat Valenciana y Andalucía, se distinguen con tonos de verde más oscuro, mientras que las CCAA del norte y las regiones del centro presentan un verde más claro, indicando niveles de gasto inferiores. Este patrón refleja una concentración del gasto turístico en destinos con infraestructura desarrollada, conexiones internacionales sólidas, y una oferta diversa de atractivos culturales, naturales y de ocio. Las regiones del norte y del centro, con menor gasto, podrían representar una oportunidad para diversificar la oferta turística y promover destinos emergentes.

El gráfico de barras complementa el análisis al destacar las ciudades más visitadas por número de turistas. Madrid y Barcelona lideran ampliamente, situándose muy por encima de la media nacional, mientras que Sevilla muestra un desempeño notable pero más moderado. Las demás ciudades analizadas se encuentran por debajo de la media, indicando un menor atractivo o capacidad para captar grandes volúmenes de visitantes.

Estos resultados refuerzan la importancia de Madrid y Barcelona como motores clave del turismo en España, tanto por su capacidad de atraer grandes flujos de turistas como por su impacto económico en términos de gasto. No obstante, también resaltan la relevancia de otras regiones y ciudades, como Sevilla, que aunque más modestas en volumen, tienen el potencial de crecer y diversificar la oferta turística española. Además, el menor gasto en las CCAA del norte y el centro sugiere un posible desequilibrio en la distribución de los beneficios turísticos, lo que representa una oportunidad para desarrollar estrategias que promuevan estas áreas como destinos alternativos y sostenibles.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Introducción	Análisis regional (ciudades más visitadas)	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto
--------------	---	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------



2023  
☐ Show history

Continuamos el análisis con un enfoque en el comportamiento de los turistas por región, utilizando dos visualizaciones complementarias: un ranking dinámico de Comunidades Autónomas según el número de turistas y un gráfico de líneas que detalla el promedio mensual de turistas por región entre 2015 y 2024. Estas visualizaciones ofrecen una visión detallada tanto del volumen total como de los patrones estacionales que caracterizan el turismo en las distintas regiones. El ranking dinámico, ajustable por año, resalta el liderazgo de Cataluña, Illes Balears y Canarias como los destinos más visitados.

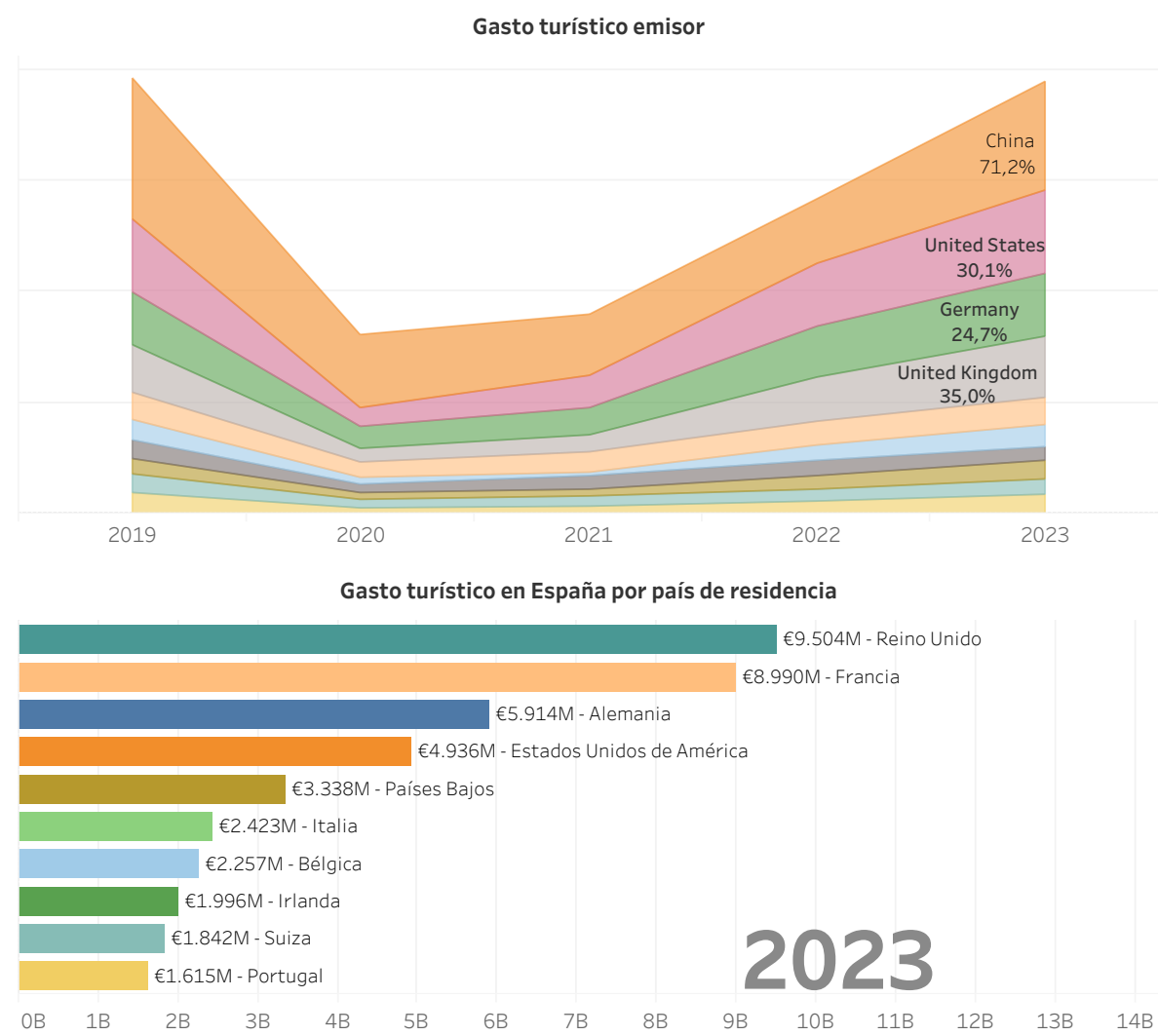
El gráfico de líneas desglosa la estacionalidad del turismo en las principales regiones, revelando patrones distintivos:

1. Las Illes Balears presentan una fuerte estacionalidad, con los niveles más bajos en invierno (enero a marzo) y un ascenso pronunciado a partir de abril. En los meses de verano (junio-septiembre), alcanzan el primer puesto en número de turistas, confirmando su dependencia del turismo estival.
2. Cataluña muestra un patrón estacional similar, con picos de afluencia en verano.
3. Madrid exhibe una tendencia más lineal durante todo el año, reflejando su rol como destino tanto turístico como de negocios, con menor dependencia de la estacionalidad.
4. Canarias destaca por un comportamiento opuesto al de las demás regiones, con mayor número de turistas en los meses de invierno (noviembre a febrero) y una caída en verano, lo que sugiere su atractivo como destino alternativo en temporadas más frías.

El ranking y el análisis estacional ofrecen una comprensión de las dinámicas turísticas en España: Regiones costeras, como Illes Balears y Cataluña, dependen en gran medida de la temporada alta de verano, lo que plantea oportunidades para diversificar su oferta turística y reducir la estacionalidad. Madrid y Canarias representan casos atípicos: Madrid con un turismo estable durante todo el año y Canarias como un destino clave en invierno. Esto destaca su resiliencia y su capacidad para atraer turistas en periodos fuera de la temporada alta.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Introducción	Análisis regional (ciudades más visitadas)	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto
--------------	---	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------



2023

☐ Show history

Adentramos en el comportamiento del gasto turístico, comenzando con una visión global del gasto turístico emisor de los principales mercados. Estas visualizaciones permiten identificar los países con mayor capacidad de gasto y su contribución específica al turismo español.

La primera visualización destaca la evolución del gasto emisor de los principales 10 mercados turísticos

- China encabeza la lista con un gasto significativamente mayor, seguido por Estados Unidos, Alemania y Reino Unido.
- Entre 2019 y 2020, todos los mercados registran una caída pronunciada en su gasto turístico, reflejando las restricciones globales impuestas por la COVID-19.
- A partir de 2021, se observa una tendencia positiva con tasas de crecimiento interanuales destacadas en 2023: China (71,2%), Reino Unido (35%), Estados Unidos (30,1%) y Alemania (24,7%).

El ranking dinámico permite observar la contribución específica de los mercados emisores al gasto total en España.

- Reino Unido lidera consistentemente, reflejando su fuerte vínculo histórico y cultural con España como destino turístico.
- Francia y Alemania mantienen posiciones destacadas, beneficiándose de la proximidad geográfica y la facilidad de acceso al territorio español.
- Estados Unidos resalta el creciente interés del mercado norteamericano por España, especialmente en un contexto de recuperación económica.

1. China emerge como mercado global con alto potencial de gasto, pero su contribución directa al turismo en España es limitada en comparación con mercados tradicionales. Esto sugiere una oportunidad para diversificar y atraer turistas de mercados asiáticos con alto poder adquisitivo.
2. Reino Unido, Francia y Alemania son mercados consolidados que generan una parte importante del gasto turístico en España. Mantener estos mercados mientras se exploran nuevas oportunidades en mercados emergentes será clave para el crecimiento sostenido del sector.

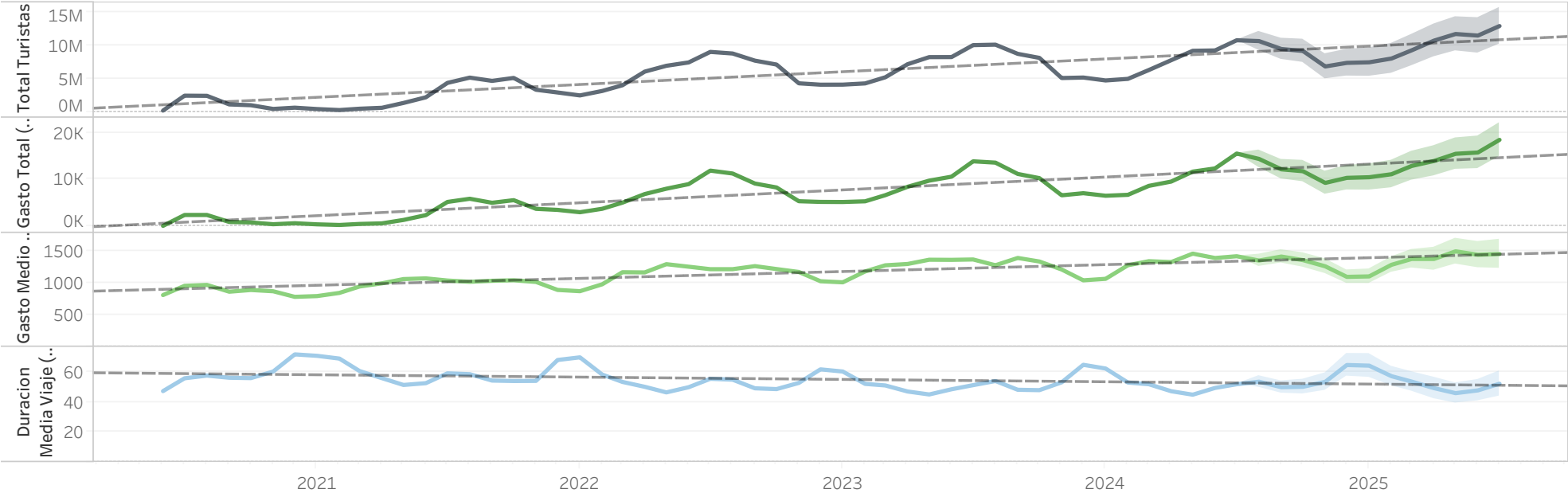
# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Intr odu cci..	Análisis regional (ciudades más visitadas)	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto	Conclu siones e Insi..
----------------------	--	-----------------------------------	---	---	--------------	--	-----------------------------------	------------------------------

## Análisis de series temporales y pronósticos para los próximos 12 meses

Comunidad Autonoma  
All

Periodo  
From 7/5/2020



El siguiente conjunto de visualizaciones presenta un análisis detallado de las principales métricas relacionadas con el turismo en España, utilizando modelos de tendencia lineales para predecir el comportamiento de estas métricas en los próximos 12 meses. Las métricas consideradas incluyen:

- Número total de turistas (personas)
- Gasto total (Millones €)
- Gasto medio diario por persona (€)
- Duración media del viaje (días)

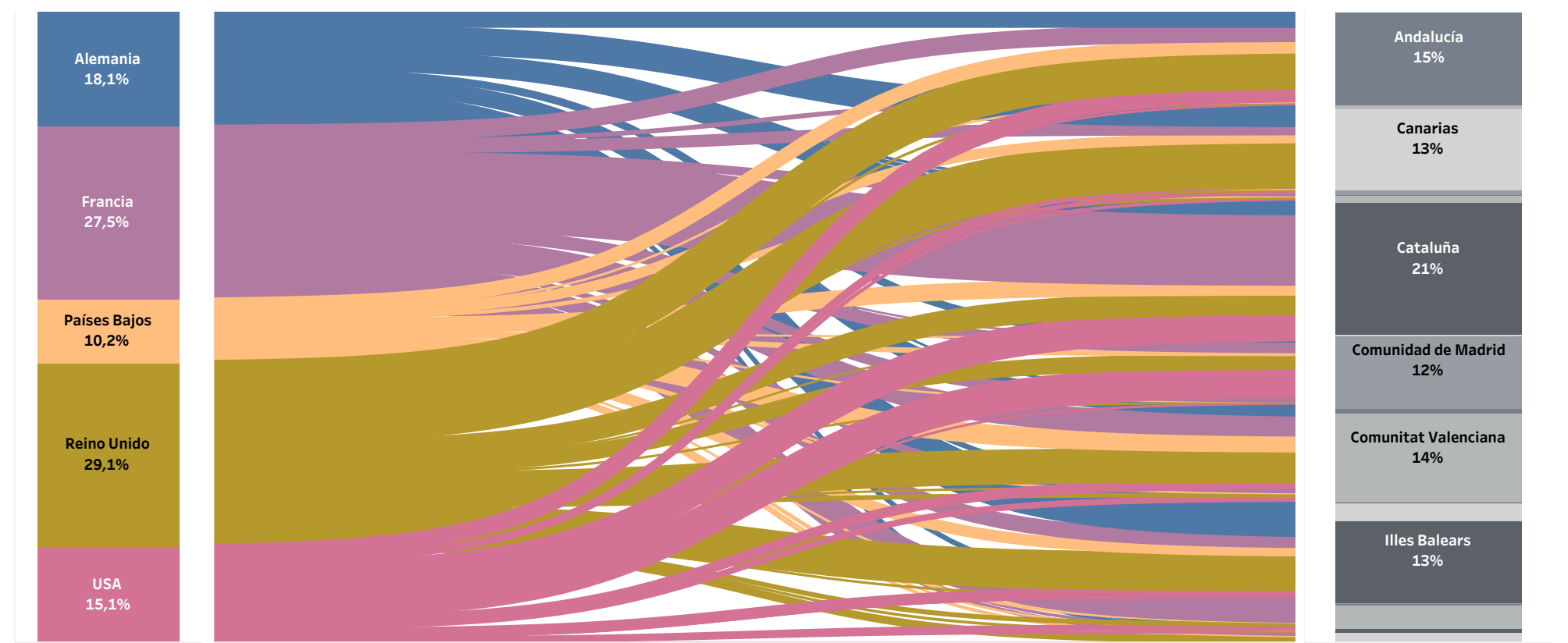
El análisis cubre el período mensual desde junio de 2020 hasta julio de 2024 y se puede desglosar tanto a nivel nacional como por región.

El modelo muestra una clara componente estacional anual en el número total de turistas y el gasto total, con incrementos en los meses de verano y descensos a partir de finales de otoño e invierno.

El modelo para gasto medio diario por persona y gasto total muestra una tendencia creciente, lo que sugiere una recuperación sólida post-pandemia. La duración media del viaje sigue una tendencia ligeramente decreciente.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Análisis regional (ciudades m..	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto	Conclusiones e Insights
---------------------------------	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------	-------------------------

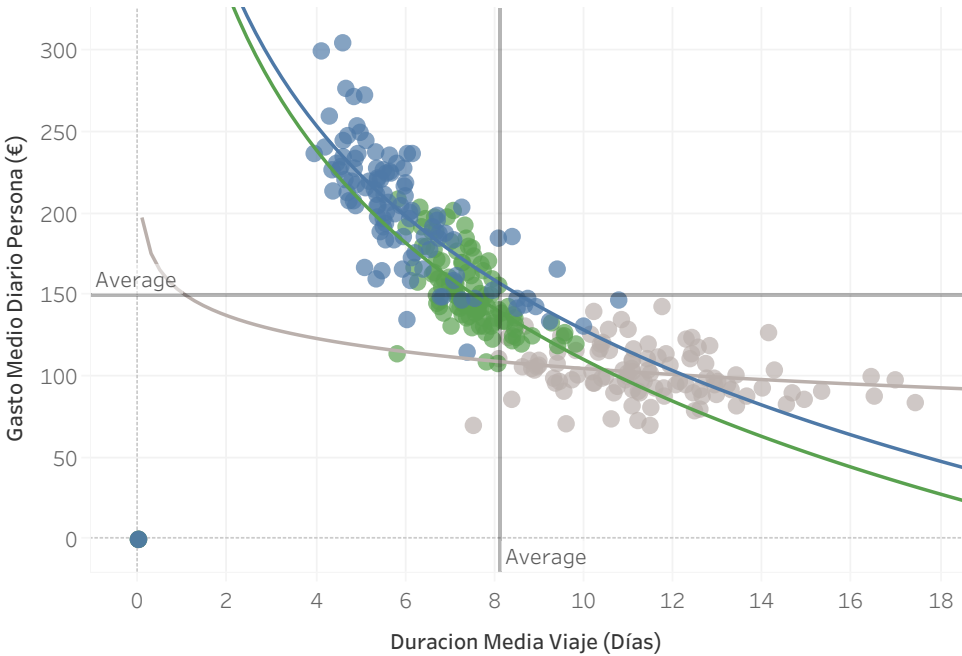
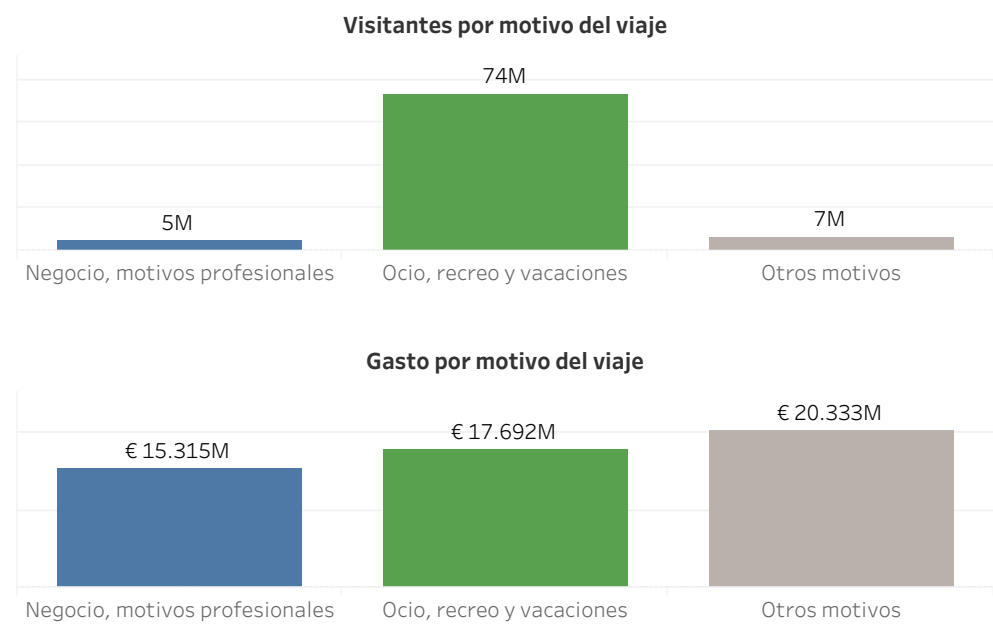


El Diagrama de Sankey ilustra el gasto turístico realizado por los 5 principales países en términos de gasto en distintas Comunidades Autónomas de España (CCAA) durante 2023. En este diagrama, el origen de las conexiones representa los países de residencia de los turistas que visitan España, mientras que el destino son las CCAA que reciben dicho gasto. Este diagrama es interactivo y permite analizar de manera dinámica el gasto realizado por cada país en cada región, visualizando el porcentaje del gasto total. Se puede observar el gasto de los turistas en cada comunidad autónoma y los países de residencia más relevantes para ese destino.

Por ejemplo, se puede ver que los turistas del Reino Unido destinan el 23% de su gasto turístico a Canarias, el 19% a Andalucía, el 18% a Illes Balears y el 16% a Comunitat Valenciana. Los turistas de Estados Unidos distribuyen su gasto principalmente en Madrid (28%) y Cataluña (26%). Francia gasta principalmente en Cataluña (38%) y, en menor medida, en País Vasco (3%). Este análisis ofrece una visión detallada sobre los flujos de gasto turístico, permitiendo identificar las principales fuentes de ingresos para cada comunidad y los países con mayor contribución económica en cada destino.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Análisis regional (ciudades m..	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto	Conclusiones e Insights
---------------------------------	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------	-------------------------



Aquí se presenta la distribución de los visitantes y el gasto en España según el motivo del viaje. Se observa que la mayor parte de los turistas viajan por ‘ocio, recreo y vacaciones’ (74 millones de visitantes), seguido de ‘negocios, motivos profesionales’ (4 millones) y ‘otros motivos’ (7 millones). El gasto más alto corresponde a los viajes de ‘otros motivos’ (20.333 millones de euros), seguido de ‘vacaciones y ocio’ (17.692 millones de euros) y ‘negocios’ (15.315 millones de euros).

El Scatter plot muestra la relación entre la duración media de los viajes (en días) y el gasto medio diario por persona (€), coloreado según el motivo del viaje. Se observan siguientes tendencias:

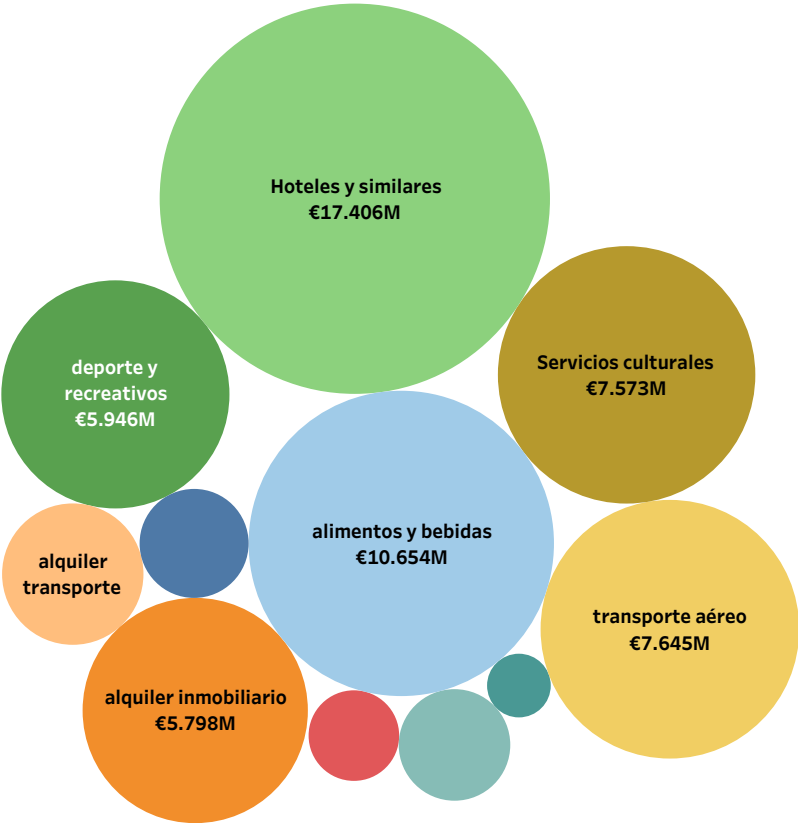
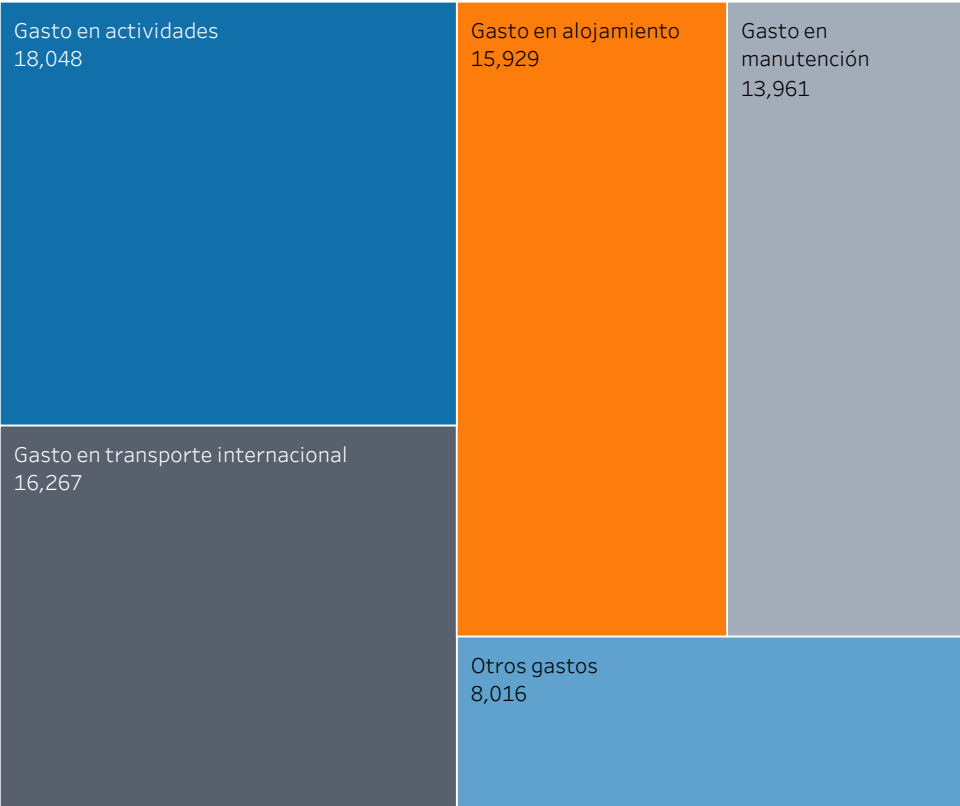
- Los ‘viajes de negocios’ tienden a ser más cortos, pero con un mayor gasto medio diario por persona.
- Los ‘viajes de ocio y recreo’ muestran una agrupación intermedia con viajes de duración moderada y un gasto medio diario moderado.
- Los ‘viajes por otros motivos’ presentan una mayor duración media, pero con un gasto medio diario más bajo en comparación con los otros dos motivos.

Además, el modelo para predecir el gasto medio diario por persona en función de la duración media del viaje muestra una relación significativa. Se observan los siguientes resultados clave:

- El modelo fue significativo con un p-valor < 0,0001, lo que indica que la duración del viaje tiene un impacto significativo en el gasto medio diario.
- La variable Motivo Viaje también fue significativa (p-valor < 0,0001), lo que refuerza la diferencia en patrones de gasto según el motivo del viaje.
- Los resultados del análisis de varianza indican que el motivo de viaje es un factor importante en la predicción del gasto medio diario por persona, con un p-valor < 0,0001.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Análisis regional (ciudades m..	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto	Conclusiones e Insights
---------------------------------	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------	-------------------------



En el último dashboard se analizan dos visualizaciones clave: el gasto por categoría y el gasto por producto, ambos correspondientes a 2022.

Las actividades turísticas son el mayor centro de gasto (18.048 millones de euros), lo que refuerza la importancia de diversificar la oferta de tours y experiencias. La industria de guías podría beneficiarse de la tendencia de los turistas a gastar en actividades culturales, recreativas y de entretenimiento.

Servicios culturales (7.573 millones) evidencian un interés significativo en experiencias culturales, lo cual es una oportunidad para los guías turísticos al ofrecer recorridos relacionados con la historia, arte y cultura.

- Alojamiento y manutención siguen siendo áreas clave, lo que implica que la oferta turística debe garantizar calidad y comodidad en estos servicios para satisfacer la demanda.
- El gasto en transporte subraya la relevancia de mejorar las conexiones de transporte y la logística turística. Los guías también pueden aprovechar las actividades de transporte temáticas o servicios adicionales durante los trayectos.

# Turismo en Expansión: Tendencias y Oportunidades

Análisis regional (ciudades m..	Análisis estacional y regional	Análisis del gasto turístico: Enfoque en mercados emisores cl..	Análisis de series temporales y pronósticos	Sankey Chart	Visitantes y Gasto por motivo del viaje	Gasto por categoría y producto	Conclusiones e Insights
---------------------------------	--------------------------------	---	---	--------------	---	--------------------------------	-------------------------

## Conclusiones

El análisis revela una tendencia creciente en el turismo en España, destacándose como uno de los destinos con mayor incremento anual de turistas desde la pandemia. Francia lidera en volumen de llegadas, pero España ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que subraya su atractivo como destino turístico global.

### Insights clave

- Concentración del gasto turístico: Las regiones como Cataluña, Madrid, Andalucía y las Islas Baleares son las principales receptoras del gasto turístico. Este patrón sugiere que el turismo está concentrado en áreas con infraestructuras bien desarrolladas y atractivos turísticos diversificados. Sin embargo, las regiones del norte y centro de España presentan menores niveles de gasto, lo que indica una oportunidad para desarrollar el turismo en estos destinos emergentes.
- Estacionalidad y diversificación: Regiones como Illes Balears y Canarias muestran una fuerte dependencia del turismo estival. Esto resalta la necesidad de diversificar la oferta turística en las regiones más estacionales para mitigar la dependencia del turismo de temporada alta y promover el turismo sostenible durante el resto del año.
- Mercados emisores: Los turistas provenientes de países como el Reino Unido, Francia, Alemania y Estados Unidos continúan siendo los principales motores del gasto turístico en España. Aunque China muestra un alto potencial de gasto, su contribución aún es limitada, lo que sugiere la necesidad de explorar nuevos mercados.

### Recomendaciones

- Promoción de destinos emergentes: Las regiones del norte y centro de España, con menor gasto turístico, deberían ser promovidas activamente como destinos alternativos y sostenibles. Ofrecer paquetes turísticos enfocados en la naturaleza, cultura local y el turismo rural podría equilibrar la distribución del gasto en el país.
- Reducción de la estacionalidad: Es fundamental que las regiones con alta estacionalidad, como Illes Balears y Cataluña, diversifiquen su oferta turística mediante el desarrollo de actividades y eventos fuera de la temporada alta, como festivales culturales, deportes de invierno o experiencias gastronómicas, para atraer turistas durante todo el año.
- Aprovechamiento del mercado asiático: Con el aumento del poder adquisitivo en mercados asiáticos como China, se deben desarrollar estrategias de marketing específicas para atraer a turistas de estos países. Esto podría incluir la mejora de la conectividad aérea y la adaptación de la oferta turística a las preferencias de este segmento.
- Fomento de experiencias culturales y actividades turísticas: Dado que el gasto en actividades turísticas y culturales es elevado, las empresas turísticas, especialmente los guías turísticos, podrían diversificar sus ofertas ofreciendo recorridos culturales, históricos y de entretenimiento.

Estas recomendaciones apuntan a un desarrollo sostenible del turismo en España, equilibrando la distribución del gasto, reduciendo la estacionalidad y aprovechando nuevas oportunidades en merca..

