España, un destino de actividades y experiencias culturales, de naturaleza y gastronomía

Turismo cultural, activo y gastronómico marcan el pulso de la oferta de actividades y experiencias en España, muy concentrada a nivel territorial y con altos niveles de satisfacción, especialmente entre los mercados internacionales clave, como revela el más reciente informe de Mabrian, el primero en analizar el mercado de actividades y experiencias turísticas en toda España.

Cáceres (Extremadura, España), 8 de octubre de 2025.- Los planes culturales son el producto estrella de la oferta de actividades disponible en España, si bien los viajeros, especialmente internacionales, muestran gran interés por el turismo activo, y las actividades en la naturaleza o gastronómicas. Esta es una de las principales conclusiones del **informe *Radiografía de la oferta y demanda de actividades y experiencias en España*, presentado en la V Convención de Turespaña en Cáceres por Mabrian, firma global de inteligencia turística y asesoría para destinos.**

Radiografía de la oferta y demanda de actividades y experiencias en España es el **primer estudio en analizar, de forma integral, el mercado online de actividades turísticas en España.** Para este informe (disponible para descarga gratuita), Mabrian ha contrastado las tendencias de la oferta y la demanda de las experiencias que se comercializan en los principales canales online de este tipo de actividades (Civitatis y GetYourGuide), para las 17 comunidades autónomas españolas, con datos correspondientes a los meses de junio, julio y agosto de 2025.

***"Esta parte del mercado de oferta complementaria contribuye decisivamente en el posicionamiento del destino**, y es un **reflejo de la riqueza de la oferta turística española**, de la iniciativa autonómica y local, y de las políticas de desarrollo de productos y servicios turísticos por las que apuesta nuestro país",* apunta Miguel Sanz, director general de Turespaña.

Un mapa de oportunidades, con alta concentración geográfica de la oferta

Como apunta la inteligencia de datos de Mabrian, **el 43,6% del total de la oferta de actividades y experiencias disponible en España se concentra en turismo cultural**, vinculada a patrimonio local y arte. **Le siguen planes de turismo activo (21,4%), naturaleza (19%) y gastronomía (12,4%).**

Por subproductos, destacan actividades en patrimonio cultural y natural, turismo de aventura, enológico y gastronómico. Otras categorías con menor representatividad incluyen experiencias de bienestar, opciones para disfrutar del ocio nocturno y actividades para toda la familia.

Al analizar los datos por comunidad autónoma, afloran dos tendencias. En primer lugar, una oferta muy especializada por productos y subproductos específicos en algunas comunidades autónomas, asociados a las particularidades de cada territorio: por ejemplo, planes culturales en la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha; naturaleza en Illes Balears; turismo activo en Canarias y Aragón, o gastronomía en La Rioja y País Vasco. **Un segundo escenario está protagonizado por comunidades que cuentan con propuestas más diversificadas**: es el caso de Andalucía o Cataluña.

El informe también apunta un **alto nivel de concentración geográfica** en la distribución del volumen total de la oferta online de actividades disponible en España. De esta forma, **el 88% de la oferta de actividades complementarias que se comercializa a través de canales online en España se concentra en Andalucía. Cataluña, Canarias, Illes Balears, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.** A estas regiones les siguen País Vasco, Galicia y Castilla y León. El resto de las comunidades cuentan con entre un 1% o menos del total de la oferta de actividades que se comercializa en canales online en España.

Una demanda muy satisfecha, que marca el camino a la diversificación

Desde el punto de vista de la tipología de viajero, el informe señala a **parejas (36,7%) y familias (36%) como los principales segmentos de demanda de actividades en plataformas online**; mientras que los grupos y viajeros en solitario suponen el 17% y 10%, respectivamente. Entre los destinos que reciben más parejas destacan Extremadura, La Rioja y Castilla-La Mancha, mientras que Murcia, Navarra y Aragón lideran la demanda familiar.

El análisis elaborado por Mabrian también indagó en los intereses de la demanda de este tipo de productos turísticos, tanto en el mercado doméstico, como en cinco mercados internacionales clave (Reino Unido, Alemania, Italia, Francia y Estados Unidos).

El estudio subraya que las experiencias culturales encabezan la demanda en el mercado doméstico, italiano y estadounidense; si bien **para los demás mercados europeos clave**, como británicos, alemanes y franceses, las **actividades o experiencias relacionadas con la naturaleza o el turismo activo son las más importantes**, superando la oferta cultural.

Otro aspecto relevante en el que se fija el informe es en el **nivel de satisfacción con la oferta** online de actividades en España que, en general es **excelente, con una media de 9,3 puntos (de 10)**. Las valoraciones más altas a las actividades provenían de los viajeros estadounidenses (9,5) y británicos, alemanes e italianos (9,3). Francia y el mercado doméstico (9,2) se sitúan ligeramente por debajo de la media nacional, de 9,3 puntos.

Las experiencias mejor valoradas incluyen compras (9,5/10), gastronomía y bienestar (9,4/10) que consiguen altos niveles de satisfacción aun siendo experiencias menos demandadas y con oferta más escasa respecto a la cultura. Las actividades de turismo activo también se encuentran entre las experiencias mejor valoradas (9,4/10) por los mercados estudiados.

"Comprender el mercado de actividades y experiencias turísticas, contando con datos exhaustivos y actualizados, permite tener una ***visión global de este importante eslabón de la cadena de valor turística de España",*** **explica Carlos Cendra, socio y Director de Marketing y Comunicación de Mabrian**, parte de The Data Appeal Company – Almawave Group.

"Esta información es clave para diseñar estrategias más efectivas, ***alineando la oferta de experiencias con lo que realmente buscan los viajeros, lo que supone mejorar su satisfacción con la experiencia de viaje*** *y aumentar el impacto económico del gasto turístico en todas las comunidades autónomas",* subraya Cendra.

Descarga el informe Radiografía de la oferta y demanda de actividades y experiencias en España

Más información:
Ana Maria Marquez
Communications Manager

+34679650890
amarquez@mabrian.com

###

Sobre Mabrian
Mabrian Technologies (Mabrian), firma global de inteligencia turística y asesoría para destinos, es una empresa especializada en servicios de inteligencia de datos para la industria turística, de alcance mundial. Fundada en 2013, Mabrian es parte de The Data Appeal Company – Almawave Group desde 2023.

Mabrian combina técnicas de Big Data e Inteligencia Artificial (IA), con el conocimiento generado por más de 30 fuentes simultáneas de datos globales y la amplia experiencia en inteligencia turística de su equipo de analistas expertos, para identificar y predecir dinámicas y tendencias turísticas mundiales. El panel modular de Mabrian permite acceder a un centro de monitorización holístico que rastrea, mide y lleva a cabo análisis cruzados del ciclo completo de los viajeros, incluyendo variables como conectividad aérea y demanda, alojamiento hotelero y alquileres vacacionales, análisis del sentimiento e impulsores de la demanda, patrones y comportamiento de gasto, movilidad y sostenibilidad.

Actualmente, Mabrian está presente en más de 40 países, atendiendo las necesidades de la industria turística, empresas, entidades y organismos públicos, oficinas de gestión de destinos en todos los niveles (nacional, regional, local), cadenas hoteleras y empresas de transporte, hasta firmas de consultoría relacionadas con el turismo (marketing, promoción, estrategia, inversión, etc.), proporcionando información y conocimiento actualizados, contextualizados, predictivos y de alcance para el desarrollo estratégico y empresarial, así como para la toma de decisiones y la formulación de medidas y políticas turísticas.

Más información sobre cómo aprovechar el potencial de la inteligencia turística en www.mabrian.com
Síguenos en LinkedIn y X.

Sobre The Data Appeal Company - Almawave Group
The Data Appeal Company, con de un algoritmo patentado basado en inteligencia artificial, aprendizaje automático y análisis semántico, recopila, mide y analiza todos los comentarios publicados en línea, combinándolos con datos geográficos y contextuales, ofreciendo a las regiones y empresas la oportunidad de optimizar el potencial del negocio, obtener un conocimiento profundo del mercado y establecer una ventaja competitiva. Data Appeal Company SpA (anteriormente Travel Appeal) pertenece al Grupo Almawave desde 2022. En 2023, la compañía adquirió el 70% del capital social de Mabrian Technologies S.L., una empresa española especializada en soluciones de inteligencia turística, para consolidar su posicionamiento internacional. La misión de la empresa es simplificar el uso y la comprensión de los datos para ayudar a las empresas y a los destinos turísticos a tomar decisiones eficaces e informadas. www.datappeal.io