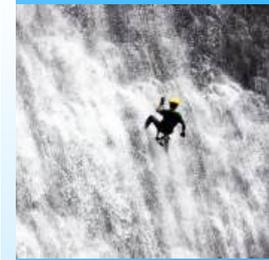




# YUMPING TRENDS: INFORME SOBRE EL TURISMO ACTIVO 2024



ELABORADO POR:  
YUMPING.COM



E

C

I

D

N

V

---

## 01. Introducción

---

## 02. Resumen Ejecutivo

---

## 03. Tendencias Actuales en Turismo Activo

---

## 04. Datos Clave de Consumo

---

## 05. Análisis Geográfico

---

## 06. Impacto Económico del Turismo Activo

---

## 07. Nuevas Oportunidades para Empresas

---

## 08. Predicciones Futuras

- Fuentes y referencias



# 01. INTRODUCCIÓN



El **turismo activo en España** ha experimentado un notable **crecimiento** en los últimos años, consolidándose como una alternativa atractiva al turismo tradicional. Esta modalidad, caracterizada por ofrecer experiencias que requieren la **participación activa del turista**, incluye actividades como *senderismo, ciclismo de montaña, kayak, parapente* y muchas más (Medac, 2023).

Según datos oficiales del INE en 2023, la combinación de turismo y deporte en España genera **ingresos superiores a los 5.550 millones de euros al año**. Además, el sector del turismo activo **ha contribuido significativamente al empleo**, generando en 2023 más de 30.000 puestos de trabajo y una facturación superior a 1,2 billones de euros (FAGDE, 2024).

En este contexto, plataformas como *Yumping.com* han emergido para facilitar el acceso a una **amplia variedad de actividades de aventura** en España, ofreciendo más de 30.000 experiencias originales para que los usuarios puedan consultar, contactar o reservar de manera fácil y segura, y contribuyan así al desarrollo económico y social de diversas regiones en España (Cadena SER, 2024)

Las empresas atienden a una clientela diversa, proporcionando opciones que van desde el **paracaidismo** y el **buceo** hasta el **puenting** y el **karting** (Dealroom, 2024).

La creciente popularidad del turismo activo refleja una tendencia hacia la **búsqueda de experiencias más dinámicas y saludables**, promoviendo un estilo de vida activo y un contacto más estrecho con la naturaleza (El País, 2024).

En **Yumping.com** creemos que el turismo activo es mucho más que cifras: es una experiencia que transforma vidas, conecta personas y dinamiza comunidades. Por ello, con motivo de nuestro **16º aniversario**, hemos decidido arrojar luz sobre este sector con la publicación de un **informe anual que analice su evolución, oportunidades y desafíos**. Este primer estudio marca el inicio de un compromiso por ofrecer una visión clara y detallada del turismo de aventura, reforzando nuestra misión de ser un puente entre los usuarios y las experiencias más emocionantes que ofrece España.



## 02. RESUMEN EJECUTIVO

El **turismo activo** ha demostrado ser uno de los sectores con mayor **dinamismo** y **capacidad de adaptación** dentro de la industria turística, impulsado por la búsqueda creciente de experiencias auténticas y personalizadas. Este informe anual analiza las principales **tendencias**, **datos de consumo**, y el **impacto económico** del turismo activo durante el último año, ofreciendo una visión integral del sector a nivel nacional.

### INTRODUCCIÓN AL TURISMO ACTIVO

El turismo activo se define por su enfoque en **actividades al aire libre, deportivas y de aventura**, que permiten a los usuarios conectar con la naturaleza mientras disfrutan de experiencias únicas. En los últimos años, esta modalidad turística ha ganado protagonismo como una alternativa sostenible y enriquecedora frente al turismo tradicional.



### PRINCIPALES INSIGHTS DEL INFORME

#### Crecimiento consolidado

Actividades como las **rutas a caballo**, el **paintball** y el **barranquismo** han registrado un aumento significativo en popularidad, reflejando un cambio en las preferencias de los consumidores hacia opciones más dinámicas y grupales.

#### Enfoque sostenible

La demanda de **actividades ecológicas**, como el senderismo y el kayak en **espacios protegidos**, ha crecido, especialmente entre las generaciones más jóvenes, que priorizan el impacto ambiental positivo.

#### Diversidad geográfica

**Regiones** con una **alta riqueza natural** y cultural han experimentado un aumento en la **afluencia de visitantes**, mientras que áreas emergentes comienzan a posicionarse como nuevos destinos de turismo activo.

#### Impacto económico

Este segmento sigue contribuyendo significativamente a las economías locales, impulsando negocios asociados y generando **empleo en comunidades rurales y periurbanas**.



## 03. TENDENCIAS ACTUALES EN EL SECTOR

El **turismo activo** en España está viviendo una **transformación significativa**, impulsada por los **cambios** en las preferencias de los viajeros y una creciente preocupación por la sostenibilidad. Este apartado analiza en profundidad las tendencias clave que están moldeando el sector en la actualidad.

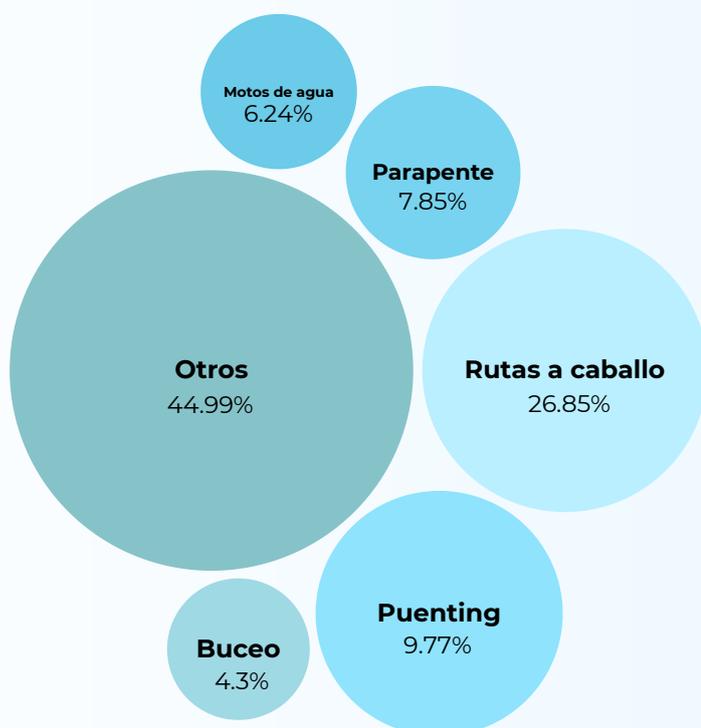
**Los más de 5.000 operadores de turismo activo y ecoturismo en España generan más de 30.000 empleos directos, según el último estudio de ANETAE (2023)**

### CRECIMIENTO DE ACTIVIDADES POPULARES

En los últimos años, el turismo activo ha experimentado un notable incremento en España, según datos recogidos por Yumping.com, con actividades como **rutas a caballo**, **puenting**, saltos en **parapente**, excursiones en **moto de agua** y experiencias de **buceo**, siempre ganando popularidad entre los **turistas nacionales e internacionales**.

Este auge se atribuye a la búsqueda de experiencias más dinámicas y saludables así como al deseo de conectar con la naturaleza.

#### TOP 5 DE LAS ACTIVIDADES MÁS DEMANDADAS EN 2024



Los viajeros buscan actividades que combinen adrenalina y contacto con el entorno natural, lo que posiciona al **turismo activo como una opción prioritaria**.

#### SENDERISMO Y VISITAS GUIADAS

Son dos de las actividades más demandadas en el sector con fines culturales



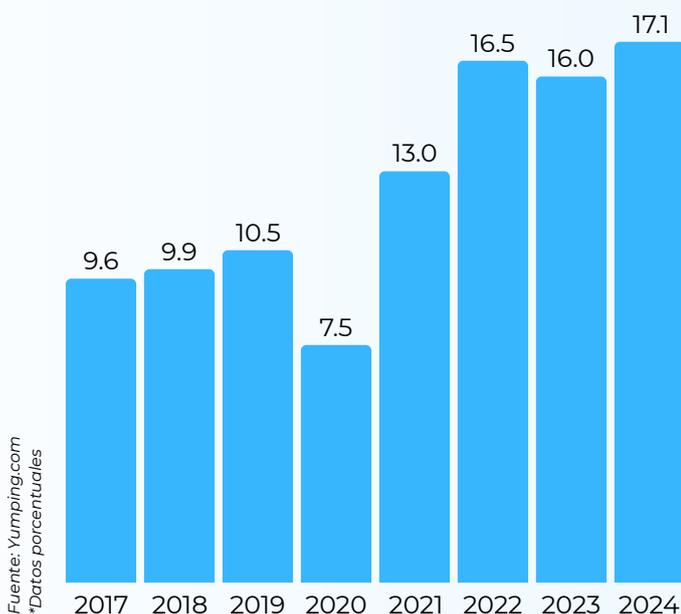
Fuente: Yumping.com



## 03. TENDENCIAS ACTUALES EN EL SECTOR

### AUMENTO DEL INTERÉS EN ACTIVIDADES: TENDENCIAS SOSTENIBLES Y ECOLÓGICAS

EVOLUCIÓN EN LA COMPRA DE  
EXPERIENCIAS DE TURISMO ACTIVO  
(2017 - 2024)



Desde 2017, las **ventas** han mostrado una **tendencia ascendente** a lo largo de los años. Aunque 2020 fue un año atípico debido a la **pandemia**, con una caída notable, el mercado se recuperó rápidamente en 2021, superando los niveles previos.

Este resurgimiento se consolidó en **2023**, donde se **alcanzaron cifras récord**, y se espera que en 2024 haya continuado una tendencia positiva, reflejando un aumento continuo en la demanda de actividades de turismo activo.

La creciente preocupación por el **cambio climático** y la **sostenibilidad** ha llevado a los viajeros a ser más conscientes de su impacto ambiental. Por ello, **1 de cada 2 españoles** afirma tener en cuenta **alternativas vacacionales más sostenibles**.

Los viajeros optan por **alojamientos ecológicos**, actividades que respeten la biodiversidad y medios de transporte con bajas emisiones de carbono, como los trenes, cuyo uso se prevé **aumentar en un 40%** en los próximos años.



La mitad de los españoles  
considera opciones  
vacacionales más sostenibles.

-WE ARE BOTH (2024)-



El uso del transporte público  
seguirá aumentando hasta  
un 40%

-WE ARE BOTH (2024)-



# 03. TENDENCIAS ACTUALES EN EL SECTOR

## ETAPA POST-COVID: ¿CAMBIO EN LAS PREFERENCIAS DE LOS USUARIOS?

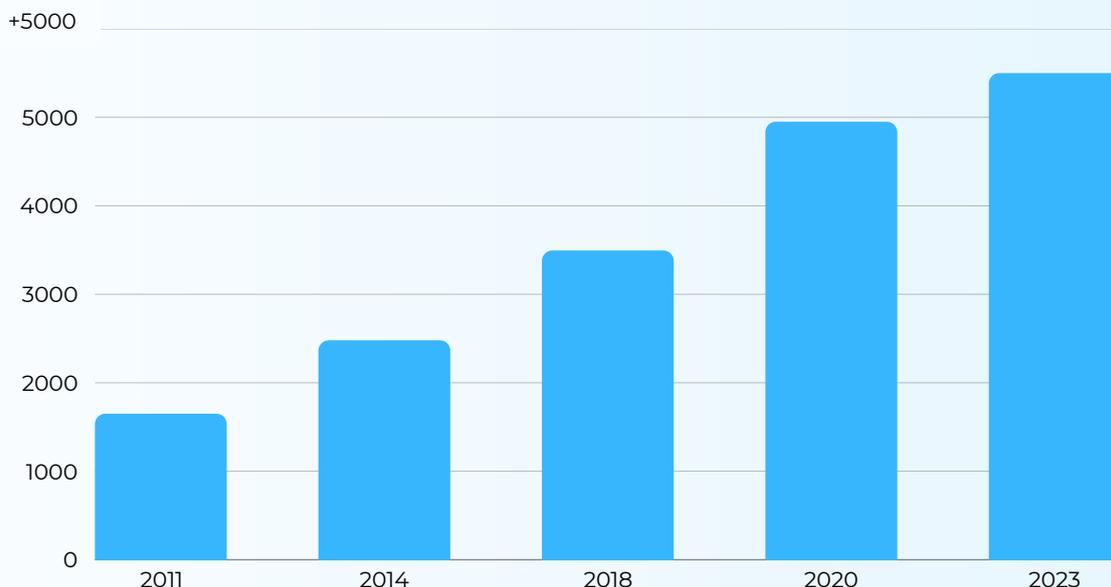
La **pandemia de COVID-19** ha influido significativamente en las preferencias de los turistas. Aunque las restricciones fueron levantadas hace años, muchos viajeros continúan optando por actividades al aire libre que permitan el distanciamiento social y ofrezcan una sensación de seguridad.

El senderismo, el ciclismo y las **actividades en entornos naturales** han visto un **aumento** en su **demand**a, ya que permiten disfrutar de experiencias individuales o en pequeños grupos.



Según la última *Encuesta sobre Hábitos Deportivos* proporcionada por el **Ministerio de Cultura y Deportes**, la inclinación hacia los **deportes individuales** ha experimentado un **crecimiento significativo** desde 2015, alcanzando el **60,9% de la población** estudiada. En comparación, solo el 11,7% opta por deportes colectivos y el 27,4% no manifiesta ninguna preferencia específica.

### CRECIMIENTO DEL N.º DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO (2017- 2024)



Fuente: ANETA  
\*Elaborado por: Yumping.com



## 04. DATOS CLAVE DE CONSUMO

El turismo activo en España ha demostrado ser un **sector inclusivo**, atrayendo a participantes de diversas edades y géneros.

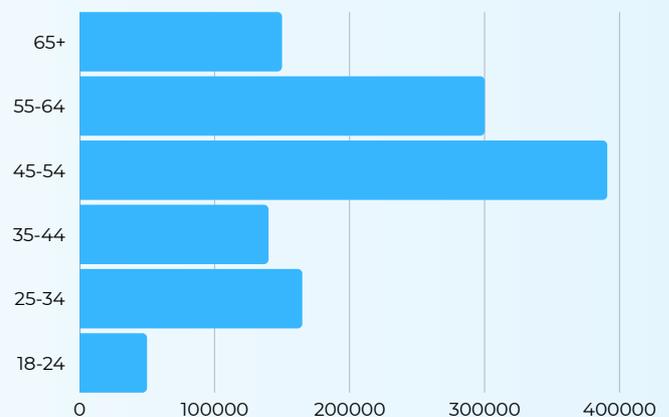
### RANGOS DE EDAD Y GÉNERO DE LOS USUARIOS

Las personas de entre **45 y 54 años** lideran el consumo de turismo activo, seguidas por los grupos de **55 a 64 años** y, en menor medida, los de **25 a 34 años**.

Este comportamiento se relaciona con la búsqueda de experiencias relajantes, conexión con la naturaleza y opciones que se adaptan a los intereses y niveles de actividad de estos grupos etarios.

Por otro lado, según la *Encuesta sobre Hábitos Deportivos*, donde se destaca que las **personas** encuestadas de **entre 15 y 24 años** son las que tienen más probabilidades de **realizar actividad física** con regularidad, lo que explica la variación en las preferencias según los rangos de edad.

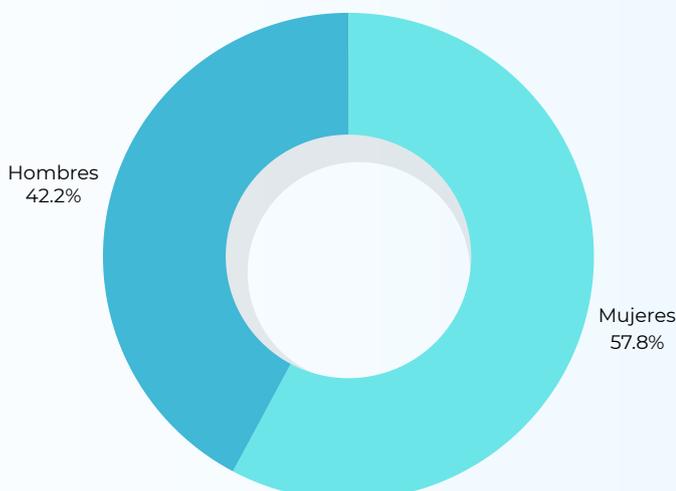
#### EDAD



Fuente: Yumping.com

\*Datos referidos al perfil del consumidor, es decir a la persona que realiza la compra.

#### GÉNERO



Fuente: Yumping.com

\*Datos referidos al perfil del consumidor, es decir a la persona que realiza la compra.

Las **mujeres** representan un **57,8%** del total de usuarios, frente al **42,2%** de hombres, lo que evidencia una ligera predominancia femenina en este ámbito.

Además, el **66,9% de las mujeres** prefiere **actividades individuales** frente al 55,7% de los hombres

Este dato coincide con estudios recientes de Statista que sugieren un mayor interés por parte de las mujeres en **actividades** que combinan **ocio, naturaleza y bienestar**.



## 04. DATOS CLAVE DE CONSUMO

### PRINCIPALES MOTIVACIONES E INTERESES

El **perfil de los usuarios** que adquieren actividades de turismo activo refleja **intereses diversos**, en los que predominan las motivaciones relacionadas con el ocio y el bienestar.

Según los datos obtenidos, una **parte significativa de los consumidores** de este sector muestra un marcado interés en **noticias**, lo cual está alineado con el rango de edad predominante, mayoritariamente entre los **45 y los 64 años**.



Noticias

TOP 1



Fitness y deportes

TOP 2



Viajes

TOP 3

En segundo lugar, aparecen los usuarios interesados en **deportes y fitness**, quienes tienden a optar por actividades que les permitan mantenerse activos, mejorar su condición física y desconectar de la rutina diaria. Su preferencia por experiencias de **turismo activo** responde a una visión como **una extensión de su estilo de vida saludable**.

Asimismo, los **usuarios** interesados en el **sector de viajes** suelen priorizar actividades que les brinden experiencias auténticas y les permitan explorar nuevas culturas.

Por otro lado, aunque en menor proporción, están los consumidores que disfrutan de **contenido de entretenimiento y gastronomía**.

Los dos últimos grupos mencionados aunque no constituye el núcleo principal, encuentra en el turismo activo un **equilibrio** entre el **disfrute personal** y la **oportunidad de desconectar** de la rutina habitual.

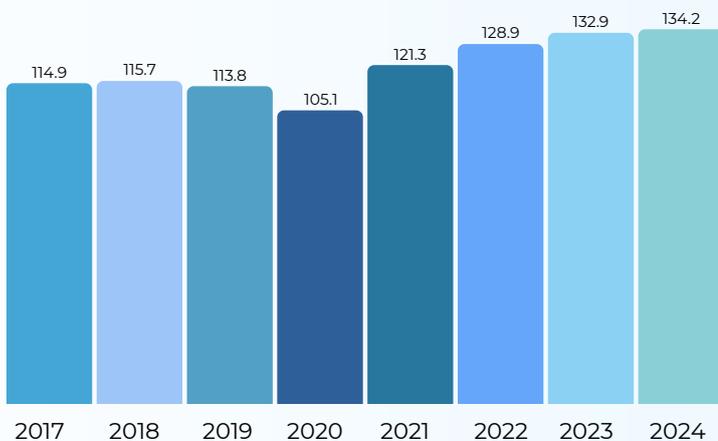
A nivel global, estas motivaciones reflejan una tendencia creciente hacia **experiencias personalizadas** que no solo responden a las necesidades de ocio y bienestar, sino que también se integran en intereses específicos de los consumidores actuales.



## 04. DATOS CLAVE DE CONSUMO

### PRESUPUESTO Y GASTO MEDIO DE LOS USUARIOS

#### EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO EN ACTV. DE TURISMO ACTIVO



Fuente: Yumping.com  
\*Datos expresados en €

El gasto promedio de los usuarios en actividades de turismo activo ha mostrado una **evolución constante** desde 2017 hasta 2024, reflejando un interés creciente por este tipo de experiencias.

**El impacto de la pandemia en 2020 provocó un descenso notable, del 7.5% en el gasto medio lo que supuso un reflejo de las restricciones y la incertidumbre que afectaron tanto a la oferta como a la demanda de actividades de ocio**

En los primeros años del período analizado, el **gasto se mantuvo relativamente estable**, mientras que durante los meses de **pandemia**, se reflejó una **disminución en el gasto general**.

La pandemia transformó las preferencias de ocio, impulsando un auge en actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza. Según la **OMT**, el turismo de naturaleza y aventura **creció un 65% en popularidad** desde 2019, destacando opciones como el senderismo, el kayak y la escalada. Actividades como estas consolidaron al turismo activo como una alternativa frente a opciones tradicionales *indoor* como el cine o la restauración.

A partir de **2021**, se observa una **recuperación sostenida**, con incrementos año tras año. Este cambio indica no solo la reactivación del sector, sino también una mayor predisposición de los usuarios a invertir en experiencias de calidad.

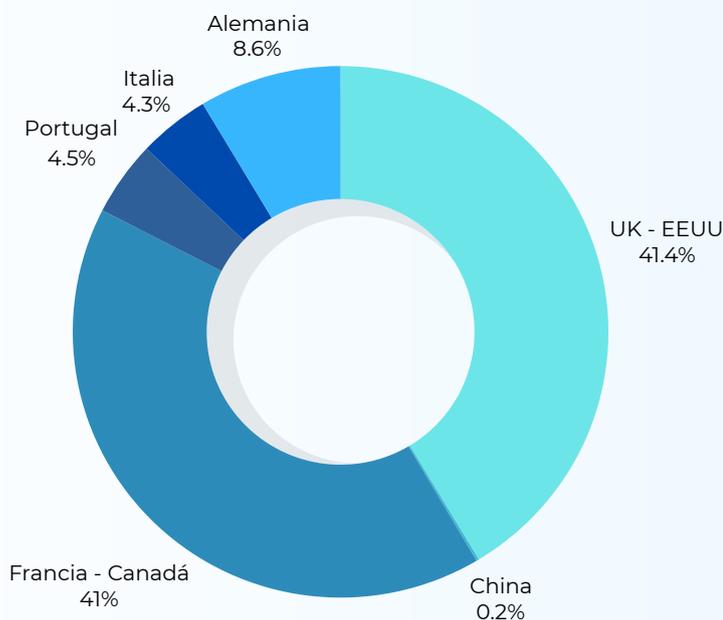
En **2024**, el **gasto alcanza su punto más alto**, representando un 134.2€ total del gasto económico, lo que consolida la creciente importancia del turismo activo dentro de las preferencias de consumo.



## 04. DATOS CLAVE DE CONSUMO

### CONSUMO EUROPEO E INTERNACIONAL

#### VENTAS PORCENTUALES DE TURISTAS INTERNACIONALES Y EUROPEOS



Fuente: Yumping.com  
\*Datos relativos a 2024

Según datos obtenidos por *Yumping.com*, los perfiles europeos predominan de manera significativa. Los **franceses, alemanes, italianos, portugueses y británicos** son los principales **compradores de experiencias**. En conjunto, estos perfiles corresponden a un total del **58.4%** de las **ventas**.

Este **predominio europeo** se debe a la **cercanía geográfica**, la facilidad de **desplazamiento** y el **interés** en experiencias **turísticas activas** en países vecinos como España.

En cuanto a las **ventas de turistas internacionales**, resultan menos significativas, con un **41.6%** de las ventas. Sin pasar por alto el gran número de ventas de perfiles británicos y estadounidenses.

En cambio, **mercados emergentes** como **China** tienen una representación casi nula (0,2%), lo que puede deberse a la unión con un turismo más tradicional.

Estas cifras reflejan tendencias observadas en el turismo internacional en España. Según datos recientes del **INE**, España ha alcanzado **cifras récord en la llegada de turistas internacionales y europeos**, superando los **88,5 millones** hasta noviembre de 2024.

Entre estos, los **turistas británicos, franceses y alemanes han sido los más numerosos**, lo que se alinea con las altas proporciones de ventas a ingleses y franceses referentes a los datos proporcionado en el presente estudio.

Por el contrario, la escasa representación de clientes chinos en las ventas de turismo activo podría estar relacionada con patrones de gasto y preferencias turísticas. Aunque los **turistas chinos** son reconocidos por su elevado gasto en destinos internacionales, **su presencia en España** ha sido relativamente **limitada** en comparación con otros mercados emisores.





## 05 . ANÁLISIS GEOGRÁFICO

Más allá de las principales provincias líderes en ventas, regiones como **Cádiz, Málaga, y Girona** destacan por su crecimiento sostenido en la demanda de actividades de turismo activo. **Cádiz, con un 6,1% de las ventas**, se beneficia de su combinación única de playas, deportes acuáticos y naturaleza virgen, siendo un destino clave para actividades como el kitesurf. **Málaga (5,1%) y Girona (5%)** también han **consolidado su posición** gracias a su variada oferta que abarca desde deportes de montaña, acuáticos y culturales.

Este **interés creciente por destinos fuera del top 3** refleja la preferencia de los viajeros por lugares más exclusivos y menos saturados. Según una encuesta de *American Express*, el **69% de los viajeros** prefiere **destinos menos conocidos**, el 72% desea apoyar a las comunidades locales, y el 59% opta por experiencias que beneficien a estas comunidades.



### ZONAS EMERGENTES EN TURISMO ACTIVO

En los últimos años, hemos sido testigos del crecimiento de diversas regiones en España que, gracias a su **apuesta por el turismo activo y rural**, han logrado posicionarse como destinos preferidos por los viajeros en **busca de alternativas menos saturadas** y experiencias más auténticas y sostenibles.

Comunidades como **Castilla y León** han registrado un notable crecimiento en el turismo rural, con un aumento del 25% y 66.000 viajeros en noviembre de 2024. Destinos como **Soria** destacan, con más de 257.000 consultas en sus oficinas de turismo durante 2024, y localidades como Berlanga de Duero, El Burgo de Osma y Ágreda ganan popularidad.

Además, otras provincias en el interior, como **Teruel y Cuenca**, están siendo cada vez más reconocidas por su **potencial en turismo de aventura**, ofreciendo actividades de montaña y turismo de naturaleza que atraen tanto a nacionales como a turistas internacionales en busca de experiencias fuera de las rutas más tradicionales.



## 06 . IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR

El **turismo activo** representa un **pilar clave en la economía española**, destacando por su capacidad para diversificar ingresos y dinamizar economías locales. Su impacto abarca desde la **generación de empleo** hasta el **desarrollo de destinos emergentes**, consolidándose como una alternativa al turismo tradicional.

### INGRESOS GENERADOS

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la **combinación de turismo y deporte** genera **ingresos** superiores a los **5.550 millones de euros anuales**.

Este auge se refleja en el incremento del **gasto asociado a viajes deportivos**, que en 2023 ascendió a **2.845 millones** de euros, según el Anuario de Estadísticas Deportivas del Ministerio de Cultura y Deporte.

Por otro lado, un estudio de *2Playbook Intelligence* destaca que el turismo activo en España alcanzó cifras récord en 2023, con un **impacto económico** de 7.305 millones de euros, lo que representa un **aumento** del **31,5%** respecto al **año anterior** y un 7% por encima de los niveles prepandemia.



**El turismo activo ha contribuido significativamente al empleo, generando más de 30.000 puestos de trabajo y una facturación superior a 1,2 billones de euros en 2023**

Este dinamismo refleja una tendencia creciente hacia experiencias turísticas más activas y personalizadas, posicionando a **España como un destino líder** en el ámbito del turismo deportivo y de aventura.



## 06. IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR

### COMPARATIVA CON TURISMO GENERAL

Según el **Instituto Nacional de Estadística** (INE), en 2023, la **actividad turística** en su conjunto alcanzó los 184.002 millones de euros, **representando el 12,3% del PIB español**.

ASPECTO	TURISMO GENERAL	TURISMO ACTIVO
INGRESOS	184.002 millones de euros	5.550 millones de euros
PORCENTAJE DEL PIB	12,3%	~0,3%
PÚBLICO OBJETIVO	Amplio y diversificado	Específico y especializado
CRECIMIENTO POST-COVID	Recuperación estable	Incremento del 7,5% desde 2019
IMPACTO REGIONAL	Grandes destinos urbanos	Zonas rurales y naturales

Elaborado por: Yumping.com

\*Datos extraídos del INE, *Anuario de Estadísticas Deportivas y El País*

Esta comparativa destaca que, aunque el **turismo activo** representa una fracción del total, su **crecimiento es significativo** y contribuye a la diversificación y fortalecimiento del **sector turístico** en España.

### PRECIO MEDIO EN LOS SUBSECTORES DEL TURISMO ACTIVO

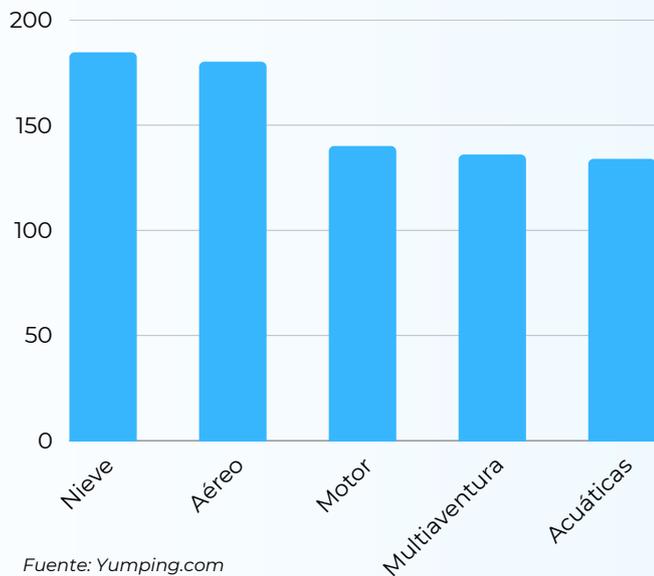
El turismo activo engloba una amplia variedad de actividades que se adaptan a distintos gustos y niveles de aventura. Para facilitar su análisis, las hemos clasificado en cuatro grandes categorías: actividades **acuáticas**; actividades de **motor**; experiencias **aéreas**; **deportes de invierno**; y **multiaventura**.

Esta clasificación no solo permite comprender mejor la diversidad del sector, sino también analizar el rango de precios y la accesibilidad económica de cada grupo, ofreciendo una visión más clara sobre las opciones disponibles.



# 06. IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR

PRECIO MEDIO DE LAS EXPERIENCIAS EN CADA SECTOR (2024)



Fuente: Yumping.com



## DEPORTES DE NIEVE

### Esquí



### Raquetas de nieve



## ACTIVIDADES AÉREAS

### Paracaidismo



### Parapente



## EXPERIENCIAS DE MOTOR

### Buggies



### Karting



## MULTIAVENTURA

### Paintball



### Senderismo



## EXPERIENCIAS ACUÁTICAS

### Rafting



### Paddle surf



\*Estos son los precios medio por experiencia, teniendo en cuenta que la reserva puede ser grupal, suplementos adicionales como equipo especializado, alojamiento, dietas o servicios exclusivos que elevan el coste final.



## 07. OPORTUNIDADES EMPRESARIALES

En el **dinámico sector** del turismo activo, las empresas tienen grandes oportunidades de **expandir su mercado**. ¿Cómo pueden hacerlo?

EXPLORANDO SEGMENTOS EMERGENTES

ADAPTANDO SUS ESTRATEGIAS A LAS PREFERENCIAS DE LAS NUEVAS GENERACIONES

### SEGMENTOS POCO EXPLOTADOS

#### CRECIMIENTO CONSOLIDADO

El **turismo accesible**, también conocido como turismo inclusivo, busca garantizar que las actividades turísticas sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades. En España, **más de 4,38 millones de personas declaran tener alguna forma de discapacidad**, lo que representa un mercado significativo para las empresas que adapten sus servicios a este colectivo



#### DIGITALIZACIÓN DE RESERVAS

La digitalización en el sector turístico es esencial para mejorar la experiencia del usuario. La **implementación de tecnologías** como la realidad aumentada y la inteligencia artificial en las plataformas de reserva puede aumentar la eficiencia y atraer a un público más amplio. Además, la integración de sistemas de pago simplificados, como el pago en un clic, **facilita el proceso de reserva** para los clientes.



#### EXPERIENCIAS EXCLUSIVAS

La demanda de experiencias únicas y personalizadas está en aumento. Los **viajeros buscan** actividades que ofrezcan autenticidad y exclusividad, como **excursiones privadas** o eventos en lugares poco concurridos. Adaptar la oferta a estas preferencias puede diferenciar a una empresa en el competitivo mercado del turismo activo.



#### PROFESIONALIDAD DE LOS PROVEEDORES

La **profesionalidad marca la diferencia** en los deportes de aventura. Las **plataformas digitales líderes** en reservas de actividades verifican las opiniones reales de los consumidores y reflejan qué empresas están comprometidas con la excelencia en su servicio. Al generar confianza en los clientes y facilitar una planificación y reserva eficiente, estas **plataformas arbitrarias** son clave para consolidar la reputación y el crecimiento del sector.





# 07. OPORTUNIDADES EMPRESARIALES

## RECOMENDACIONES PRÁCTICAS PARA ATRAER A NUEVAS GENERACIONES

Los **Millennials** y la **Generación Z** representan dos segmentos cruciales para el turismo activo. Sus intereses y comportamientos digitales exigen estrategias específicas para captar su atención.

### 1 CONOCE LAS PREFERENCIAS

Las generaciones *Millennials* y Gen Z muestran un creciente interés por los viajes. Un estudio de *Statista* revela que el **76% de la Generación Z** está más **interesada** en **viajar** que antes, lo que indica una tendencia al alza en este segmento.

### 2 APUESTA POR LOS VALORES Y LA SOSTENIBILIDAD

Según el informe *La voz de una generación* (Contiki), el **90%** de los *Millennials* y la Generación Z **consideran importante** la **sostenibilidad** al viajar, priorizando acciones como apoyar a comunidades locales y preservar la vida silvestre.

### 3 USA RRSS Y DIGITALÍZATE

Los Millennials y la Generación Z utilizan ampliamente las **redes sociales** para planificar sus viajes. Plataformas como Instagram y TikTok **influyen en sus decisiones**, y buscan contenido auténtico y experiencias que puedan compartir en sus perfiles. Las empresas que aprovechen estas plataformas para promocionar sus servicios pueden captar la atención de estos segmentos.

### 4 APORTA FLEXIBILIDAD Y CONVENENCIA

La flexibilidad en las reservas y la posibilidad de personalizar las experiencias son factores clave para atraer a estos grupos. Ofrecer opciones de **cancelación flexible**, **reservas de última hora** y **experiencias personalizadas** puede aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.



## 08. CONCLUSIONES

### **CRECIMIENTO DEL TURISMO ACTIVO**

Este sector se consolida como alternativa al turismo tradicional, con actividades como senderismo y kayak ganando popularidad por su conexión con la naturaleza.

### **SOSTENIBILIDAD Y PERSONALIZACIÓN**

La mitad de los viajeros prioriza opciones sostenibles, impulsando actividades más auténticas y personalizadas.

### **RECUPERACIÓN POST-PANDEMIA**

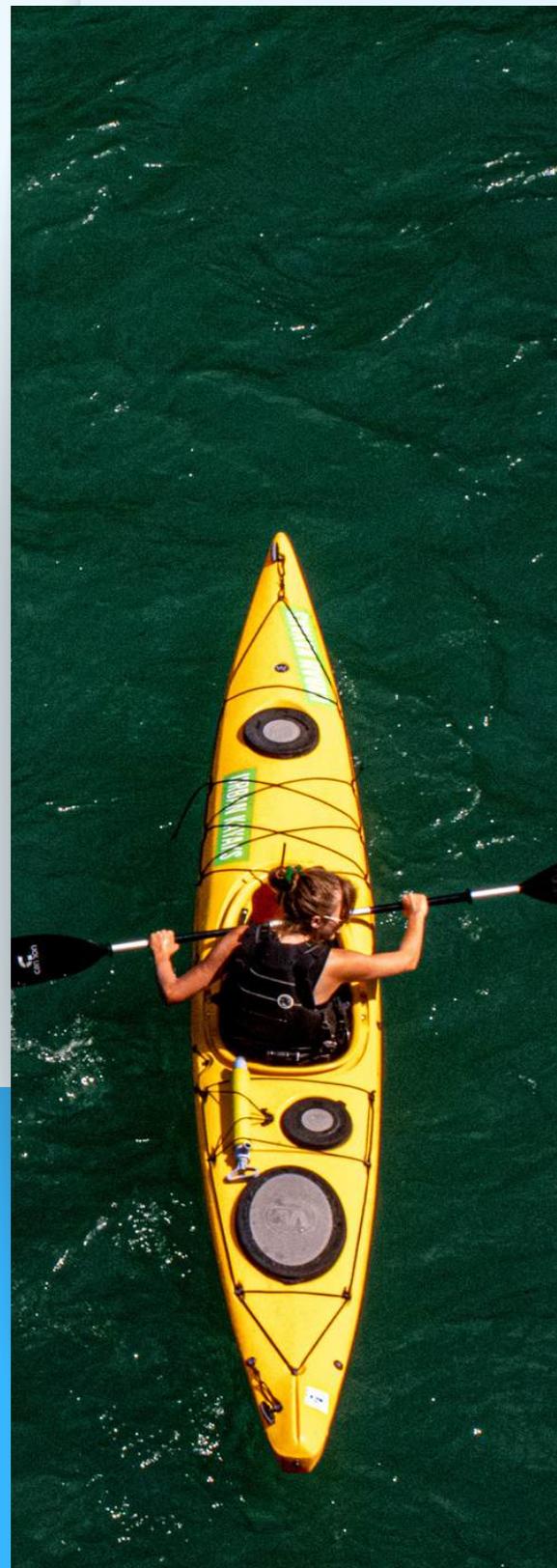
Desde 2021, el sector ha mostrado una recuperación progresiva, alcanzando cifras récord en 2024.

### **IMPACTO ECONÓMICO**

Genera 5.550 millones de euros anuales y más de 30.000 empleos, siendo clave para economías rurales.

### **DIVERSIFICACIÓN REGIONAL Y DEMOGRÁFICA**

Barcelona, Madrid y Alicante lideran en ventas, mientras regiones como Castilla y León emergen como destinos clave.





## ● FUENTES Y REFERENCIAS

- **ANETAE (2024 y 2020)**. *Presentación de la extensa oferta de turismo experiencial e Informe Turismo Activo 2020.*
- **CADENA SER (2024)**. *La provincia de Huesca opta a mejor destino de aventura del mundo en los World Travel Awards.*
- **EL PAÍS (2024)**. *España recibe hasta noviembre más turistas que en todo 2023 y suma otro récord histórico y Disparar la adrenalina y buscar el bienestar: las tendencias viajeras de 2025.*
- **FAGDE (2024)**. *El turismo activo generó en 2023 más de 30.000 puestos de trabajo en España*
- **HUFFPOST (2025)**. *España bate su récord de turistas internacionales con más de 88,5 millones hasta noviembre*
- **MEFD (2023)**. *Encuesta de hábitos deportivos en España*
- **MEDAC (2024)**. *Turismo activo en España: qué es y como hacerlo*
- **NEXOTUR (2024)**. *El Sector Turístico representará más del 15% de la economía española en 2024 y El Turismo activo y deportivo, las dos tendencias que no paran de crecer*
- **HOSTELTUR (2024)**. *Ecoturismo en España: el perfil del viajero que opta por espacios naturales.*
- **SOY ECOTURISTA (2024)**. *Informe sobre la demanda de ecoturismo 2023. Observatorio de Ecoturismo en España.*
- **STATISTA (2024)**. *Distribución porcentual de la población que realizó turismo sostenible en España en 2023, por género y Distribución por género de los ecoturistas en España*
- **TRAVEL AND TOUR WORLD (2024)**. *Los Millennials y la Generación Z redefinen los viajes en 2025: nuevas tendencias espontáneas que dan forma al turismo en todo el mundo*
- **WE ARE BOTH (2024)**. *Las 8 tendencias en Turismo que han arrasado este 2024 en España*
- **2PLAYBOOK. (2024)**. *Radiografía macro del deporte en España.*

## CONTACTO:

 Lidia Villa

 [l.villa@yumping.com](mailto:l.villa@yumping.com)



## Nuestras RR.SS:

