

TRABAJO FIN DE GRADO

IMPACTO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



AUTOR: SÁNCHEZ FERRER, JOSÉ

TUTOR: GARCIA MARTÍNEZ, JOSE ANTONIO

CURSO ADAPTACIÓN GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y

DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO ACADÉMICO: 2015-2016

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE

ORIHUELA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE



INDICE

I.- INTRODUCCIÓN.....	3
II.- HISTORIA DEL TURISMO.....	4
III.- IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA ECONOMÍA VALENCIANA.....	7
IV.- EMPLEABILIDAD DERIVADA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	9
V.- COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	11
V.a- TURISMO NACIONAL (2006-2014).....	11
1.-Actividad turística de turistas nacionales en 2006.....	12
2.-Actividad turística de turistas nacionales en 2007.....	14
3.-Actividad turística de turistas nacionales en 2008.....	15
4.-Actividad turística de turistas nacionales en 2009.....	16
5.-Actividad turística de turistas nacionales en 2010.....	18
6.-Actividad turística de turistas nacionales en 2011.....	19
7.-Actividad turística de turistas nacionales en 2012.....	20
8.-Actividad turística de turistas nacionales en 2013.....	21
9.-Actividad turística de turistas nacionales en 2014.....	22
V.b- TURISMO INTERNACIONAL (2006-2014).....	23
VI.- OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.....	26
VII.- CONCLUSIONES.....	29
VIII.- ANEXOS.....	30
IX.- BIBLIOGRAFIA.....	34

I.- INTRODUCCIÓN.

Mediante este trabajo, mi objetivo es analizar el impacto que la actividad turística ha tenido en la Comunidad Valenciana desde 2006 hasta 2014, así como las consecuencias derivadas de la crisis financiera y económica sufrida por las economías de los principales mercados emisores de turistas con destino nuestra comunidad desde finales de 2007. También se van a analizar una serie de componentes relacionadas con la actividad turística, y como éstas están condicionadas a las circunstancias del ciclo económico vivido durante estos años y las repercusiones que tienen en la estructura económica de la Comunidad Valenciana.

Dentro de estas componentes, se analizarán de forma más exhaustiva la demanda nacional, tanto de nacionales residentes como no residentes, ya que este tipo de demanda turística es la más importante y la que en mayor número de turistas recibe, así como se analizará la demanda internacional. Se mostrará también, cuales son los atractivos turísticos que ofrece la Comunidad Valenciana con el objetivo de satisfacer la variedad de demanda turística, así como las inversiones realizadas, desde la propia comunidad como desde el Estado, para mejorar la oferta y competitividad de la Comunidad Valenciana con respecto el resto de Comunidades Autónomas con un peso importante en el turismo.

En un inicio, se expone, de una forma breve, la evolución histórica del turismo en España y en la Comunidad Valenciana. Seguidamente, se reflejará la importancia que ha tenido durante las últimas décadas en la estructura económica de la comunidad y ver sus efectos, directos e indirectos, sobre los distintos sectores relacionados con el turismo. En el punto siguiente, se mostrara la tipología de los empleos creados como consecuencia de la actividad turística, así como el sector donde se crean. Con respecto a la demanda turística, intento mostrar el impacto del consumo turístico de turistas nacionales residentes, no residentes y de turistas internacionales, con el fin de analizar el gasto turístico realizado por dichos turistas, la tipología de los viajes, del tipo de alojamiento utilizado, los motivos que impulsan a la realización de los viajes, etc. En relación con la oferta turística que ofrece la Comunidad Valenciana, se intentará mostrar los atractivos turísticos que ofrece a la demanda y por último, en el apartado de

formación bruta de capital, se intentará cuantificar las inversiones estatales y autonómicas realizadas para mejorar y modernizar las infraestructuras y alcanzar un mayor grado de especialización turística.

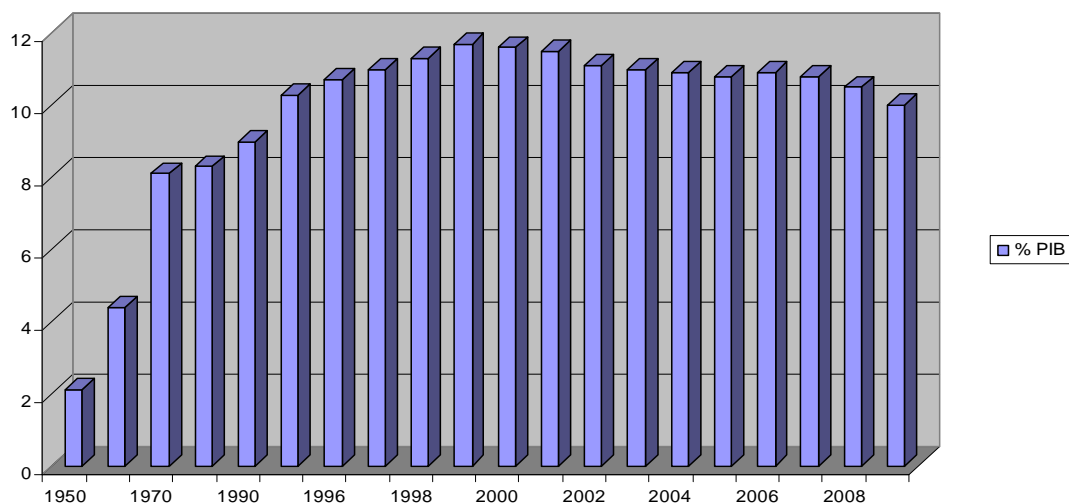
II.- HISTORIA DEL TURISMO.

España ha experimentado, en el sector turístico internacional, una entrada tardía, pero a pesar de éste hecho, ha seguido los pasos lógicos del mercado turístico internacional, es decir, pasó de un turismo elitista minoritario a principios del Siglo XX, a un turismo de masas durante la segunda mitad del mismo siglo (Vallejo, 2002).

Independientemente de ésta entrada tardía, se ha consolidado, desde la década de los 60, entre las cuatro primeras posiciones de los líderes mundiales en recepción de turistas, tanto internacionales como nacionales. Es por éste motivo, por lo que el análisis del turismo en España debe tener en cuenta tres aspectos importantes: 1) la recepción de turistas, 2) el turismo nacional interior, y 3) la emisión de turismo.

Según Vallejo (2002), tanto el turismo interior como el exterior, han transformado la actividad turística en un fenómeno sociológico y económico. Como muestra la gráfica 1, la importancia del turismo en el PIB, ha seguido una trayectoria progresiva desde 1950 hasta el final de la década de los 90. A principio del siglo XXI se produce un pequeño retroceso hasta situarse entorno al 10,8% y a partir de 2007, y como consecuencia de la situación de crisis económica mundial, la aportación del turismo al PIB cae a niveles inferiores a 1995.

Gráfico 1. Aportación del Turismo al PIB español, 1950-2009

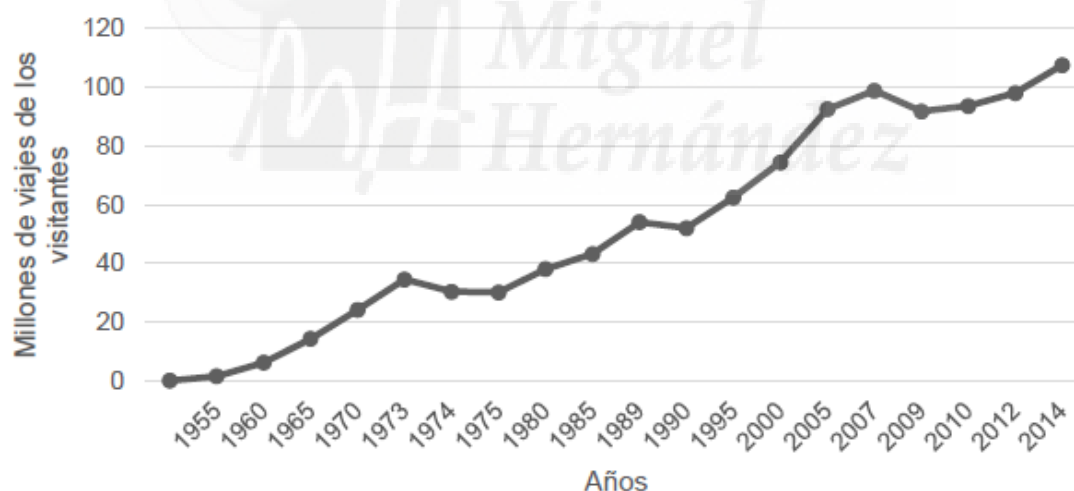


Lo que convirtió éste hecho de crecimiento a finales del siglo XX en algo importante, fue que ningún otro país experimentó un incremento tan notable del peso del turismo en el PIB como el que sufrió España,

Debido a éste incremento del turismo y a la entrada de divisas internacionales, derivado de auge del turismo, España pudo financiar su desarrollo económico durante los primeros años de la posguerra.

A pesar de la trayectoria positiva, como muestra la gráfica 2, cabe destacar dos etapas desde la década de 1950: la primera de ellas estaría comprendida entre 1950 y 1973, donde se produjo un gran crecimiento del turismo, y una segunda etapa, entre 1973 y 1998, donde el crecimiento es moderado y aparecen comportamientos cíclicos en los ingresos asociados a las situaciones económicas internacionales, como fue la crisis del petróleo, la guerra del Golfo y el sobrevaluado cambio de la peseta (Vallejo, 2002).

Gráfico 2. Evolución del número de viajes de los visitantes extranjeros por turismo (1955-2014)



Fuente S.G. de Conocimientos y Estudios turísticos, Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur)

Respecto a la Comunidad Valenciana, el sector turístico se impone como un pilar básico de la estructura económica, debido a que la zona mediterránea está considerada como el principal destino en el mundo de sol y playa.

Es a partir de 1960, cuando el turismo ha metamorfoseado el litoral valenciano, acabando con casi la totalidad de los espacios naturales próximo al mar y construyendo

en su lugar un paisaje urbanístico. Consecuencia de éste hecho, es la especialización turística de la región a partir de los bajos precios, las estupendas playas de las que dispone y una climatología privilegiada con respecto a otros lugares.

Desde 1977 y hasta 1997, la actividad turística valenciana sufrió un periodo de estacionamiento, el cual hizo pensar que el modelo turístico iba a entrar en una fase de declive. Pero fue a partir de 1997, y tras superar dicha fase, cuando experimentó un auge en el crecimiento de recepción de turistas.

El desarrollo turístico ha propiciado una concentración económica y una tercerización de la economía de la comunidad, sobre todo en el litoral. Ésta localización de la actividad turística, no puede disimular que el peso del turismo, en otros entornos geográficos, ha aumentado en la elaboración de estrategias de desarrollo local, como pueden ser la Ciudad de las Artes y la Ciencias en Valencia, o la renovación de los puertos de Alicante y Valencia para albergar la Volvo Ocean Race y la América's Cup respectivamente (Plan de espacios turísticos de la Comunidad Valenciana [PETCV], 2008, p.124)

Además de estas estrategias de desarrollo en la zona del litoral, también se ha apostado, desde mediados del siglo pasado, por el desarrollo de las zonas rurales, con el objetivo de poner freno a la emigración de dichas zonas y la recuperación de su patrimonio cultural y natural para el uso y disfrute de los turistas. El motivo que ha llevado a tomar éstas iniciativas para impulsar el turismo rural en la Comunidad Valenciana, han sido el agotamiento, masificación y deterioro del modelo turístico de “sol y playa”, derivado de las actividades especulativas del suelo y la construcción (PETCV, 2008).

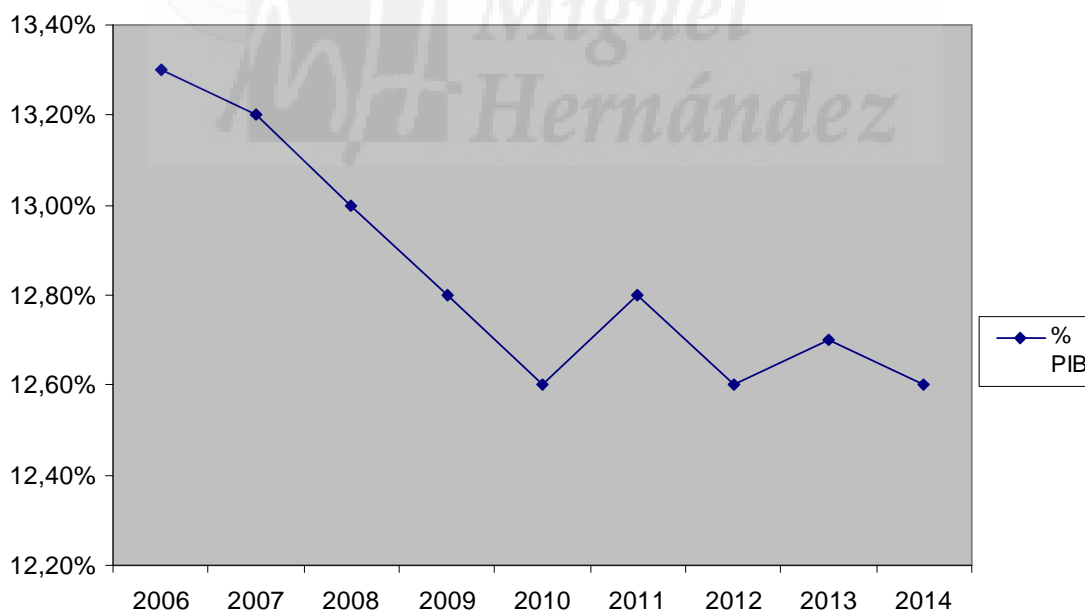
A pesar que la Comunidad Valenciana dispone de un gran abanico de destinos turísticos, tanto de interior como litoral, el modelo de “sol y playa” continúa teniendo un gran peso en la estructura económica de la región. Ejemplo de ello es la Costa Blanca, que desde 1970 se encuentra en una fase de madurez y que no ha mostrado alteración alguna, ni hacia el declive ni hacia la regeneración.

III.- IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA ECONOMÍA VALENCIANA.

Consecuencia de esta evolución histórica en el sector del turismo, en éste apartado, se va a presentar como la actividad turística en la Comunidad Valenciana tiene un peso importante en la estructura económica de la misma, y como ha afectado, la crisis financiera y económica, a sectores relacionados con la actividad turística.

Las observaciones del gráfico, ponen de relevancia el peso de la actividad turística en la estructura de la economía valenciana, durante el periodo de 2006 a 2014. A pesar del descenso continuado en la representación del turismo en el PIB de la Comunidad Valenciana, el turismo continúa siendo uno de los pilares más importantes para la economía valenciana. La importancia del turismo en la economía valenciana se pone manifiesto también, al observar como el PIB turístico valenciano se situó todo el periodo por encima del PIB turístico español (IMPACTUR, 2014).

Gráfico 3. Aportación del turismo al PIB de la Comunidad Valenciana



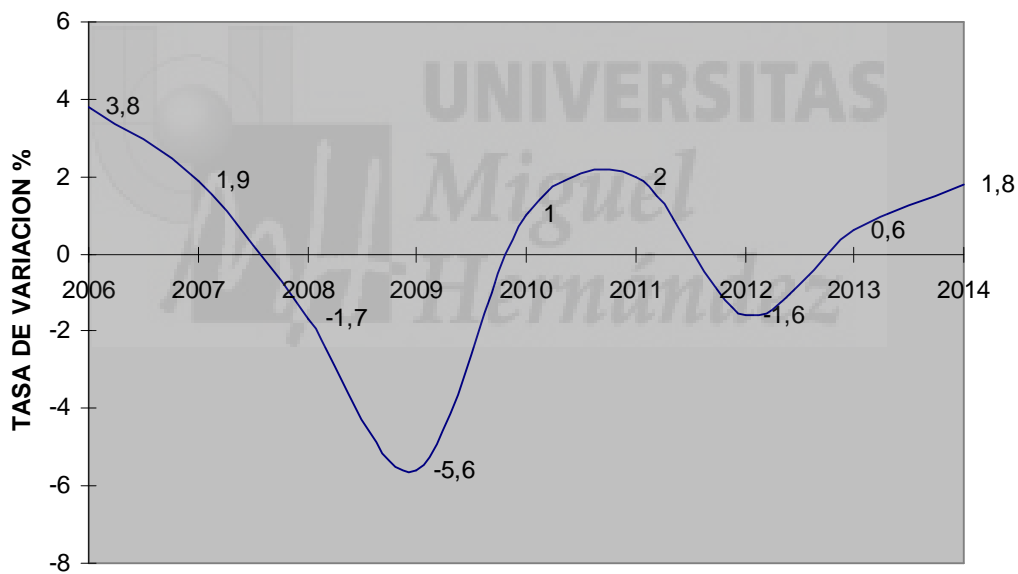
Fuente: Elaboración propia.

La capacidad de generación de rentas de las distintas ramas vinculadas al turismo, se observa también en el mercado de trabajo, puesto que el turismo desempeña un papel importante. Éste punto se desarrollará más adelante.

La actividad turística en la Comunidad Valenciana, continúa siendo un sector clave para la generación de riqueza, no solo por los efectos que produce sobre las ramas directamente vinculadas al turismo, sino también por el efecto multiplicador que el turismo produce en otras ramas del sector productivo valenciano.

Durante el periodo de 2006 a 2014, el turismo valenciano sufrió las consecuencias de la crisis financiera, que se tradujo en una mayor dificultad de acceso al crédito y un descenso de la renta disponible. Estas circunstancias, provocaron que el peso del PIB, turístico, en términos nominales, experimentase fluctuaciones durante el periodo estudiado, como se puede observar en el gráfico número 4.

Gráfico 4. Tasa Variación Interanual del PIB de la Comunidad Valenciana.



Fuente: INE y Exceltur.

A pesar de la mejora en el comportamiento del consumo turístico durante el año 2010, no fue suficiente para compensar la caída del gasto de los residentes en sus viajes por las provincias valencianas, la caída de las inversiones de las empresas y del gasto de las administraciones públicas. Por lo que el PIB turístico en 2011, a pesar de mejorar considerablemente respecto en los años 2010 y 2011, volvió a retroceder levemente en el 2012 (Turismo en la Comunidad Valenciana, 2014)

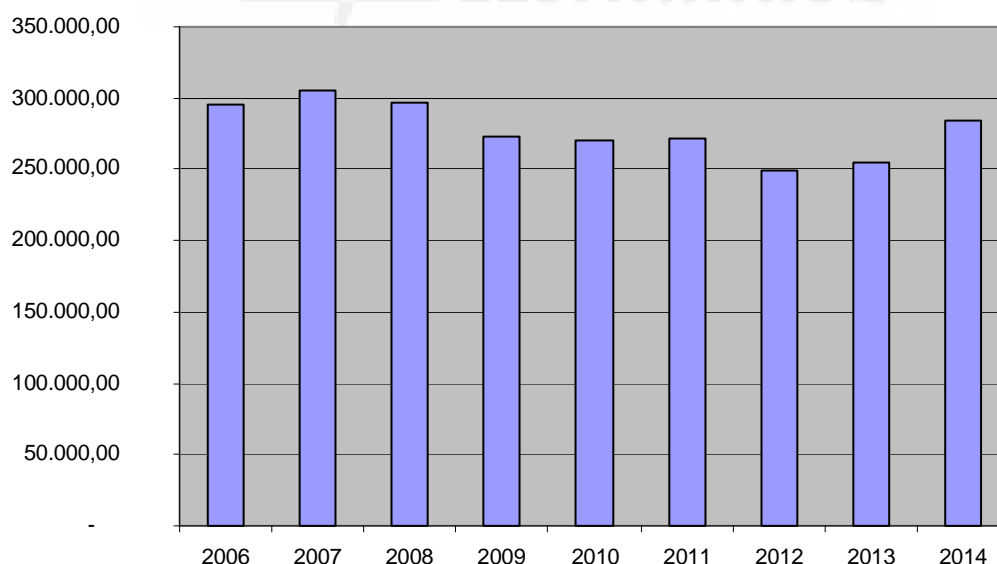
Sin embargo, los ingresos por la actividad turística en la Comunidad Valenciana, en valores absolutos, estuvieron durante todo el periodo por encima de los registrados en otras comunidades autónomas con una gran especialización turística, como son Baleares, Canarias, Andalucía, Galicia y Madrid.

IV.- EMPLEABILIDAD DERIVADA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Los efectos de la importancia de la actividad turística en la Comunidad Valenciana, expuestos en el apartado anterior, se traducen en la generación de empleo en el sector turístico y en los vinculados con él, como se muestra en éste apartado, y así ver el tipo de empleo que se genera.

Tal como se puede observar en el gráfico número 5, el empleo generado por la actividad turística en la Comunidad Valenciana se mantuvo en torno al 12% del empleo total creado en la Comunidad Valenciana cada año, vinculado a la actividad turística durante el periodo 2006-2014

Gráfica 5: Empleo turístico en la Comunidad Valenciana



Año 2006 - 2014

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Tourspain.

A pesar de mantener un papel importante en la creación de empleo, los puestos de trabajo asociados al turismo, reflejan un ligero descenso desde el año 2007, donde se situaban en los 304.695 empleos, hasta los 249.573 empleos en 2012. Éste descenso, es debido a los ajustes de las plantillas en las empresas, consecuencia de las restricciones de acceso al crédito y a la caída de consumo de los servicios turísticos. A partir de 2012, el empleo derivado del turismo, experimenta un ascenso hasta alcanzar los 284.160 empleos.

El grueso de los empleos generados, se localizó en los vinculados directamente al turismo, situándose alrededor del 10% del total del empleo creado en la Comunidad Valenciana. Principalmente, los servicios que más empleos generaron fueron los restaurantes y hoteles, absorbiendo entre ambos entre el 20% y el 30% de los empleos directos generados en el periodo estudiado. (Turismo en la Comunidad Valenciana, 2014).

A su vez, la creación de empleo en actividades relacionadas directamente con la actividad turística, explica el efecto de arrastre producido en la creación de empleo en las ramas indirectamente relacionadas con dicha actividad, como pueden ser los servicios minoristas de la Comunidad Valenciana, servicios de asesoramiento jurídicos y contables, publicidad, etc.

Desde una visión más global, la actividad turística ha generado en la Comunidad Valenciana, una media de 6.600 empleos anuales. Éste hecho, manifiesta el papel intensivo del turismo en la creación de empleo, tanto en las ramas directamente vinculadas al sector, como en las indirectamente vinculadas, consecuencia del efecto arrastre (Turismo en la Comunidad Valenciana, 2014).

V.- COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

A continuación, estudiaremos los efectos del turismo nacional e internacional, para ello se estudiará dicho impacto por separado y anualmente durante el período 2006-2014, pero antes creo que es conveniente exponer la definición de demanda turística.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), se entiende por demanda turística, *“al conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”*. En éste apartado se estudia la demanda turística integrada por la demanda turística nacional e internacional.

La caída de la demanda turística en la Comunidad Valenciana durante el periodo objeto de estudio (2006-2014), es efecto de dos factores. Un factor notable, es el vinculado al descenso en el consumo turístico, tanto de los turistas extranjeros como de los nacionales. Otro factor, es la contracción de la inversión de las empresas turísticas en la Comunidad Valenciana. Ambos descensos, son consecuencia de la situación de crisis económica, la cual ha llevado a disponer de una menor renta disponible por parte de las familias de los principales mercados turísticos, principalmente del mercado inglés, y a una contracción de los resultados y márgenes de las empresas y la dificultad de acceso al crédito que ha llevado a una menor inversión de las empresas.

El efecto de estos dos factores, podría haber sido más notable de no ser por la fidelidad mostrada del mercado nacional a los destinos turísticos de las provincias de Alicante, Castellón y Valencia. Dicha fidelidad, es consecuencia de la cercanía de muchos destinos turísticos a los mercados emisores de turistas nacionales y de la posesión de una segunda propiedad en territorio valenciano.

V.a- TURISMO NACIONAL (2006-2014)

En éste apartado, se muestra el impacto del consumo turístico, tanto de los turistas nacionales residentes de la Comunidad Valenciana, como de los turistas

nacionales de las restantes Comunidades Autónomas entre los años 2006-2014. A su vez, también se mostrará cuál ha sido el gasto total realizado, los principales motivos para la realización de los viajes, los principales lugares de alojamiento, tipología de viaje y el número de pernoctaciones realizadas en cada uno de ellos.

Las principales fuentes de información para el desarrollo de éste punto, ha sido el Instituto de Estudios Turísticos, por mediación de sus estudios estadísticos Frontur, Egatur y Familitur, además del informe anual “*El Turismo en la Comunidad Valenciana*” publicado por la Conselleria de Turisme.

1.-Actividad turística de turistas nacionales en 2006.

En 2006, la Comunidad Valenciana recibió un total de 22.698.870 turistas, de los cuáles 17.213.905 fueron turistas nacionales, suponiendo dicha cantidad el 76% de la demanda turística total, situando a la Comunidad Valenciana como el tercer destino favorito de los turistas nacionales, y realizando cada turista un gasto medio diario de 91€, en términos nominales, un 2,7% más que el año 2005. Éste hecho, supuso que la actividad turística (junto con la demanda extranjera) representase el 13,8% del PIB de la comunidad, con una cantidad total de 12.017 millones de euros (IMPACTUR, 2006)

En dicho año, según Familitur (2006), los viajes de fin de semana, supusieron el 43 % de los desplazamientos de los turistas nacionales en la Comunidad Valenciana, seguidos de los viajes de vacaciones, con un 18,6 % del total de los desplazamientos y con un 10 % los viajes por motivos laborales. A pesar de todo, la demanda nacional en 2006 experimentó un descenso del 5,5%, principalmente como consecuencia de la caída de los viajes de fin de semana con respecto al año 2005.

En relación al periodo de realización de los viajes a nuestra comunidad, éstos se produjeron entre los meses de junio y octubre, que representan el 50% de los viajes totales realizados por los turistas nacionales no residentes. Los mayores mercados nacionales de demanda turística, fueron el mercado madrileño, con un 38% del total de los turistas nacionales no residentes, y el mercado castellano-leones, con un 10% del total (IMPACTUR, 2006).

Según IMPACTUR (2006), el gasto de los turistas nacionales no residentes en bienes y servicios en la Comunidad Valenciana ascendió a 3.964 millones de euros, experimentando un crecimiento nominal interanual del 7,6%. Éste incremento del gasto de los turistas no residentes en la Comunidad Valenciana, se refleja en un incremento de las pernoctaciones en alojamientos reglados, como refleja en la tabla número uno.

En 2006, los turistas residentes en la Comunidad Valenciana, representaron el 46% de los viajes con destino dicha comunidad, representando los viajes de fin de semana el 45,6% de los viajes realizados, seguidos con un 12% los realizados por motivos de trabaja y con un 10,6% los realizados por vacaciones. Esto supuso, que el gasto asociado a los flujos turísticos de los turistas nacionales residentes y el gasto de las Administraciones Públicas en la Comunidad Valenciana ascendieran a 7.124 millones de euros, asociados principalmente a los viajes de corta duración y al disfrute de una segunda vivienda (IMPACTUR, 2006).

La actividad turística tanto de nacionales residentes como de no residentes, se refleja en la actividad de alojamientos hoteleros reglados y alojamientos extra hoteleros. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, que realiza el Instituto Nacional de Estadística, se alojaron en establecimientos hoteleros en la Comunidad Valenciana un total de 7.685.127 viajeros durante el 2006, de los cuáles, el 68,88% de los mismos fueron viajeros nacionales, tal como refleja la tabla número uno.

Tabla 1: Pernoctaciones totales en establecimientos hoteleros.

ZONAS Y PROVINCIAS	TOTALES	ESPAÑOLES	
		HOTELES	HOSTALES
Benidorm	11.069.024	5.185.719	24.959
Litoral	3.997.646	2.684.885	162.503
Interior	633.960	410.148	103.043
ALICANTE	15.700.630	8.280.752	290.505
Litoral	2.989.218	2.381.757	43.865
Interior	436.312	352.389	47.548
CASTELLÓN	3.425.530	2.734.146	91.413
Valencia ciudad (*)	2.809.120	1.711.991	38.575
Litoral	1.568.590	1.353.467	37.972
Interior	911.670	696.352	90.760
VALENCIA	5.289.380	3.761.810	167.307
C.VALENCIANA	24.415.540	14.776.708	549.225

(*) Se considera como zona.

Fuente: Agencia Valenciana de Turismo

En ésta tabla, se puede observar como la provincia con mayor recepción de turismo nacional, y por lo tanto con el mayor número de pernoctaciones, es la provincia de Alicante, y muy especialmente la localidad de Benidorm, con 11.069.024 de pernoctaciones. Éste es uno de los principales motivos por los que la provincia de Alicante registra la mayor cantidad de creación de empleo y sean las localidades turísticas alicantinas las que mayor peso representen en el PIB valenciano, seguidas de la ciudad de Valencia.

2.-Actividad turística de turistas nacionales en 2007.

En 2007, según los datos estadísticos de Familitur (2007, p.54), la Comunidad Valenciana experimentó ligero descenso en la llegada de turistas, alcanzando los 21.316.412 de turistas, siendo la demanda turística nacional de 15.717.547 de turistas, un descenso del 8,7% respecto a 2006, situándola como tercer destino turístico preferido. El 73,7% de estos viajes, a nuestra comunidad, corresponden a la demanda turística nacional, siendo el principal motivo de dichos viajes el de fin de semana, con el 43% del total.

Según EGATUR (2007), el gasto medio diario turístico total realizado por los turistas, alcanzó los 94,4 € diarios, 823€ de gasto medio por persona y estancia, incrementándose un 4,4% respecto a 2006, al tiempo que la estancia media se redujo a 9 días, un 3,2% menos que el año anterior. Respecto al gasto medio diario, fue 66,17€, un 4,3% más que en el año 2006.

Estos factores (junto con la demanda extranjera), contribuyeron a que el turismo representara el 13,3% del total del PIB Valenciano, unos 12.590 millones de euros. También permitieron la creación de 314.696 puestos de trabajos, tanto de forma directa como indirecta, representando un 14,6% del total del empleo valenciano y permitió que las exportaciones de servicios alcanzaran los 8.510 millones de euros.

En dicho año, los principales motivos de la realización de viajes turísticos por parte de la demanda nacional, fueron los de fines de semana, con un 43% del total, seguidos por la realización de viajes de vacaciones, con un 21% del total, y los viajes por motivos de trabajo, con un 13% del total. El descenso en el número de viajes se refleja en el

descenso de los viajes de Semana Santa, de corta duración, como puentes y fines de semana, con respecto al 2006. Por otra parte, se incrementaron los viajes por motivos de estudios y los viajes por trabajo (FAMILITUR, 2007).

Los principales mercados emisores de demanda turística con destino la Comunidad Valenciana, fue el propio mercado valenciano, representando el 48,3% del total de los viajes realizados por turistas nacionales, el madrileño, con un 19% del total de los viajes, y el castellano-manchego, con el 8% del total. Este incremento en la recepción de mercado nacional es consecuencia de la situación de crisis económica internacional, que ha afectado a la renta disponible de las familias para la realización de viajes y disfrute de segunda vivienda (FAMILITUR, 2007)

Todas las circunstancias descritas anteriormente, permitió que la Comunidad Valenciana tuviese una recaudación en impuestos vinculados con la actividad turística, tanto directos como indirectos, de 2.984.000€, que representaron el 16,2% del total de la recaudación por impuestos (IMPACTUR, 2007)

3.-Actividad turística de turistas nacionales en 2008.

Según los datos de Familitur, la Comunidad Valenciana recibió en 2008 un total de 17,3 millones de turistas nacionales, lo que representa un incremento del 10,2 % con respecto al 2007, situándose como el tercer destino turístico preferido por los españoles, por detrás de Andalucía y Cataluña. Estos 17 millones de turistas nacionales, representaron el 75,4% de los viajes realizados con destino la Comunidad Valenciana, de los cuales el 50,6% de los mismos fueron viajes de fin de semana.

El principal impulso que motivó la realización de los viajes con destino la Comunidad Valenciana, es el “ocio, recreo y vacaciones”, representando el 63,8 %, y suponiendo un incremento del 10,6 % con respecto el año anterior. Ha éste motivo, le siguen las visitas a familiares y amigos, con el 17,9 % de los viajes, y los viajes por trabajo y negocios, con el 10 % de los viajes, según FAMILITUR (2008, p.104).

Con respecto al origen de la demanda turística, los turistas nacionales residentes fueron el principal mercado emisor, con una cuota del 56% del total, cuyo principal tipo de

viaje fue el de fin de semana con una cuota del 67,9%, seguido por el mercado madrileño, con un 16,7% del total, y, en tercer lugar, por el mercado castellano-manchego, con un 6,1% del total, cuyo tipo de viaje principal fue el de vacaciones (INE).

De los mercados emisores, según los datos estadísticos de FAMILITUR (2008), las provincias de Alicante y Valencia fueron las que mayor número de pernoctaciones experimentaron, con un 44,1% y el 37,6% respectivamente. Dentro de éstas, la provincia de Alicante fue la que más pernoctaciones de viajeros de otras comunidades tuvo, con el 53,5% de las pernoctaciones.

Según Familitur (2008), el gasto medio de los turistas nacionales en la Comunidad Valenciana, fue de 31,10 euros por día, mientras que el gasto medio de los turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana, se situó en los 64,20 euros por día (Egatur, 2008)

4.-Actividad turística de turistas nacionales en 2009.

En 2009, cerca de 23,3 millones de turistas eligieron la Comunidad Valenciana como destino turístico, representando la demanda nacional el 78% de los viajes. Éste dato, ha compensado el enorme descenso de la demanda extranjera debido a la crisis económica.

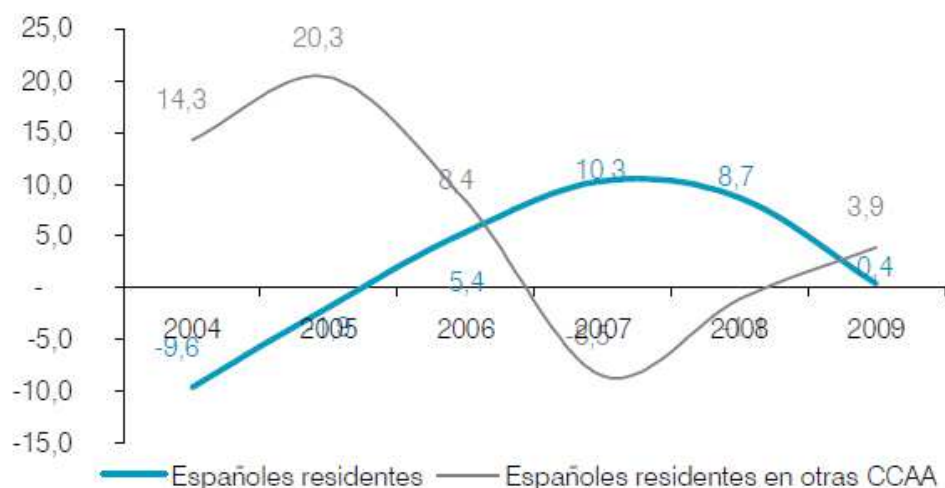
Para 2009, y a lo largo del tiempo, el ocio continúa destacando sobre el resto de motivos para realizar viajes entre los turistas nacionales, concentrando el 54,10%, seguido por la visita a familiares (24,20%) y el trabajo (14,30%).

Con respecto a la tipología de los viajes, los viajes de fin de semana continúan representado casi el 50% de los viajes realizados por los turistas nacionales con destino la Comunidad Valenciana, seguido de las vacaciones de verano con el 17%, las cuales experimentaron un incremento en las pernoctaciones, pero un descenso en la estancia media.

Si atendemos a los mercados emisores, la propia Comunidad Valenciana ocupa la primera posición con una cuota el 58,90% de los viajes, lo cual supone un incremento

del 5,30% con respecto al año anterior, seguida de la Comunidad de Madrid, con una cuota del 15,40% y un decrecimiento del 3%

**Gráfica 6: Evolución Temporal del Gasto Turismo Nacional
Año 2004 - 2009**



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009.

Como podemos observar en la gráfica 6, el consumo de los turistas nacionales no residentes en la Comunidad Valenciana creció un 3,90%, mientras que el consumo de los turistas nacionales residentes en la comunidad, tuvo un crecimiento más moderado, del 0,40%. Este incremento del gasto supuso 7000 millones de euros, casi el 50% de la demanda turística de la comunidad en este año.

Si nos centramos en el tipo de alojamiento, observamos que los viajes a vivienda propia se han incrementado en un 11,30% con respecto a 2008, alcanzando una cuota del 36,60%. Pero éste dato no se traduce en un incremento de las pernoctaciones, las cuales sufrieron un ligero descenso del 0,10%, al igual que ocurre con las pernoctaciones en viviendas de amigos o familiares. Por el contrario, las

El gasto medio por turista nacional se situó en 148,70 euros y el gasto medio diario en 34,50 euros

5.-Actividad turística de turistas nacionales en 2010.

Según el Estudio del Turismo en la Comunidad Valenciana y Familitur, en el año 2010 la Comunidad Valenciana fue visitada por 20,8 millones de turistas, representando el 75% de la cuota la demanda nacional. En éste año, la Comunidad Valenciana ocupó la cuarta posición entre las comunidades que más turistas nacionales recibieron, con el 10,60% de la cuota total, por detrás de Andalucía, Cataluña y Castilla y León.

Según los datos del INE, el año 2010 mantuvo los niveles de pernoctaciones con respecto al 2009, a pesar de la situación de crisis financiera, lo cual indica un síntoma de recuperación con respecto a la demanda turística. La estancia media se situó en torno a las 5,4 noches, situándose la estancia media española en 4,3 noches.

Los principales mercados emisores, fueron la Comunidad de Madrid, con el 18,50% del total, seguido del mercado andaluz y catalán, con el 15,40% y 15,30% respectivamente. El principal motivo que impulso los viajes a nuestra comunidad, fue el “ocio, recreo y vacaciones”, con el 61,60% de la cuota total. A pesar de éste porcentaje, éste motivo experimentó un descenso del 19,50% con respecto al año 2009. Suceso contrario ocurrió con las visitas a familiares o amigos, que experimentó un incremento del 13,10% con respecto al año anterior, alcanzando un 24,40% de la cuota total.

Si atendemos al tipo de viaje, observamos que los viajes de fin de semana, a pesar de acaparar el 48,10% del total, ha sufrido un descenso del 19,20%. Los viajes de verano ocuparon el segundo lugar con 3,1 millones de viajes

Con respecto al tipo de alojamiento, la vivienda de familiares o amigos y la vivienda propia ocuparon las primeras posiciones con el 42% y 46% de la cuota total, respectivamente, seguido de la estancia en hoteles, con el 10% de la cuota. En cuanto al gasto medio del turista nacional no residente, éste se situó en los 169,44 € por viaje, y en los 31,5 € de gasto medio diario.

6.-Actividad turística de turistas nacionales en 2011.

En 2011, la Comunidad Valenciana fue visitada por 15,6 millones de turistas nacionales, manteniendo los niveles del año 2010. Al igual que en dicho año, la Comunidad Valenciana, con el 10,60% de la cuota, ocupó la cuarta posición como comunidad con mayor número de visitantes recepcionados, por detrás de Andalucía, Cataluña y Castilla y León, según el Estudio del Turismo en la Comunidad Valenciana y Familitur.

Atendiendo a la estancia media, en 2011 se situó, para la Comunidad Valenciana, en 5,5 noches, un punto por encima de la media del conjunto de las CC.AA. Los motivos que impulsaron dichos viajes han variado poco con respecto a años anteriores. Así, el ocio, recreo y vacaciones, obtuvieron el 65,50% de la cuota final, seguido por las visitas a familiares o amigos, con el 22,10%, y a una considerable distancia, se encuentra los viajes por trabajo o negocios, con el 7,10% de la cuota total.

Los principales mercados emisores fueron la propia Comunidad Valenciana, con una cuota del 49,20% del total, seguida por la Comunidad de Madrid, con una cuota del 20,50% del total. Estos viajes a la comunidad experimentaron, con respecto al año 2010, un incremento del 12,50% que supuso un punto de inflexión tras cuatro años de descensos continuados.

Con respecto a la tipología de los viajes, los viajes de fin de semana continúan ocupando la primera posición, con una cuota del 47,50% del total, seguido por los viajes de vacaciones de verano, con un 21% del total, lo cual implica un incremento del 4,60% con respecto al año anterior.

En 2011, las pernoctaciones en los viajes también siguieron la evolución de años anteriores, encontrando en primer lugar las pernoctaciones en vivienda de familiares o amigos, con el 34% del total, seguido de las pernoctaciones en vivienda propia, con una 32% del total, y de los hoteles o similares, con el 20,50%. El gasto medio por viaje se situó en 149 €, y a su vez, el gasto medio diario fue 33,80 €

7.-Actividad turística de turistas nacionales en 2012.

Según la Conselleria de Turisme y Familitur, en 2012 la Comunidad Valenciana recibió 16,9 millones de turistas nacionales, lo que supuso un 8,40% más con respecto al 2011. Éstos viajes conllevaron alrededor 642 millones de pernoctaciones, las cuales se concentraron con un 35,20% de la cuota total en viviendas propias, seguidas de las pernoctaciones con viviendas de familiares o amigos, con un 35% del total, y de las pernoctaciones en hoteles o similares, con una cuota del 18,30%, según datos de Familitur (2012).

Como es habitual, el motivo principal que impulso éstos viajes, fue el ocio, recreo y vacaciones, con una cuota del 65% del total. En segundo lugar, se situó las visitas a familiares o amigos, con una cuota del 25,40%, mientras que los motivados por el trabajo o negocios, obtuvieron el 5% de la cuota total. El principal medio de transporte utilizado para la realización de dichos viajes fue el automóvil (87,7%), seguido del tren (5%) y el autobús (4,4%).

La tipología de los viajes, también siguieron la tónica de años anteriores. Los viajes de fin de semana continúan siendo la primera causa de los viajes, con una cuota del 50,60% del total, que supuso un 15,5% más que en el año 2011. Los viajes de vacaciones de verano, con un 18,3%, experimentaron un descenso del 5,8%, aunque aumentaron en número de pernoctaciones (2,8%)

Los principales mercados emisores de turistas nacionales con destino la Comunidad Valenciana, fueron la propia comunidad, con un total de 9 millones de viajes, seguida de la Comunidad de Madrid, con 2,5 millones, y de Castilla-La Mancha, con 1,2 millones de viajes. En su conjunto, según datos de Familitur, los viajes con origen en otras comunidades decrecieron un 2% con respecto al año 2011.

Si no fijamos en el gasto medio, éste se situó en los 139,9 € por viaje, un 6,1% menos que al año anterior. Lo mismo ocurre con el gasto medio por día, también experimentó un descenso del 5,6% con respecto al 2011, situándose en los 31,9 €.

8.-Actividad turística de turistas nacionales en 2013.

En 2013, la Comunidad Valenciana recibió 16,79 millones de viajes, lo que supone un 0,5% menos respecto a 2012. Si lo descomponemos por provincias, las provincias de Valencia y Alicante fueron las que más viajes recibieron de las tres, con 6,9 millones y 6,8 millones del total de viajes. La provincia de Castellón recibió 3,1 millón de viajes, lo que supone un descenso del 1,9% con respecto al año anterior para Valencia y un incremento del 6,7% para Alicante, según datos de la Conselleria de Turisme y Familitur.

Estos viajes supusieron un total de 95,4 millones de pernoctaciones, un 5,4% más que el año 2012. El mayor número de pernoctaciones se concentró en la provincia de Alicante con 43,5 millones, seguida de Valencia, con 32,6 millones, y en último lugar, la provincia de Castellón con 19,6 millones. La mayoría de éstas pernoctaciones se realizaron con viviendas propias o viviendas de familiares o amigos, con un 36,6% y 31,6% de la cuota total respectivamente, lo que supone un incremento del 9,6% y 5,1% respectivamente con respecto al año anterior.

El principal motivo para la realización de los viajes, y como viene siendo habitual, fue el ocio, recreo o vacaciones, con el 63,1% de la cuota total, seguido por la visita a familiares o amigos, trabajo o negocios y los viajes de estudio, con una cuota total del 27,8%, 4,6% y 3% respectivamente, siendo la estancia media de 5,7 noches. Dichos viajes se realizaron, principalmente, en coche, con un total del 87,8%, lo que supone un descenso del 0,4% con respecto al 2012, seguido por los viajes realizados en tren (5,3%) y el autobús (4,4%).

El gasto medio por viaje, en el conjunto de las tres provincias, fue de 151,8 €, siendo de 179,4 € para la provincia de Alicante, de 118 € para Valencia y de 158 € para Castellón. A su vez, el gasto medio diario se situó en los 26,06 €, siendo para Alicante de 28,10 €, Valencia de 24,9 € y Castellón de 25,2 €. En total, el gasto de los turistas residentes en España fue de unos 2,5 millones de euros, representando un descenso 3,2% con respecto al año 2012.

9.-Actividad turística de turistas nacionales en 2014.

En 2014, la Comunidad Valenciana ha consolidado la recuperación de su demanda turística con un total de 22,9 millones de turistas, donde 16,6 millones fueron turistas nacionales. A pesar de estos datos, ésta cuota representa un 1,1% menos con respecto al 2013. Dentro de la comunidad, la provincia más visitada fue Valencia, con 6,8 millones de turistas, seguida de Alicante con 6,6 millones, y Castellón, con 3,2 millones.

El ocio, recreo y vacaciones continúa siendo el principal motivo por el que los turistas nacionales eligen para visitar la Comunidad Valenciana, aumentado en 2014 un 6,7% con respecto al año anterior, seguido por los viajes para visitar a familiares y amigos y los viajes por trabajo/negocios. Éstos viajes supusieron un total de 86,8 millones de pernoctaciones en alojamientos valencianos, un 9.2% menos que en 2013, siendo los principales tipos de alojamiento, la vivienda propia, vivienda de familiares y amigos y la vivienda de alquiler, tal como muestra la tabla 2.

Tabla 2: Gasto medio diario y estancia media en la Comunitat Valenciana, según alojamiento.

	Gasto medio diario	% variación	Estancia media	% variación
Total alojamiento	29,9	11,1	5,2	-8,2
Hoteles	63,1	8,7	4,8	-2,8
Vivienda propia/multipropiedad	16,2	4,9	5,3	-12
Vivienda familiares y amigos	25,6	29,4	4,5	-12,1
Vivienda alquilada	33,3	-2,8	9,7	-0,7
Campings	29,3	-22,7	5,8	51,8

Fuente: elaboración propia, a través de datos de Familitur

El gasto total, en 2014, de los turistas nacionales que visitaron nuestra comunidad fue de 2.594 millones de euros, un 0,8% más con respecto al año anterior. Tal como se puede ver en la Tabla 2, el gasto medio diario por alojamiento de los turistas se incrementó un 11,1%, a pesar del descenso de la estancia media. Como reflejan éstos datos, los hoteles fueron el principal tipo de alojamiento elegido por los turistas nacionales, seguido de la vivienda alquilada y los campings, siendo éste último el que mayor % de variación ha experimentado con respecto al año anterior (51,8%).

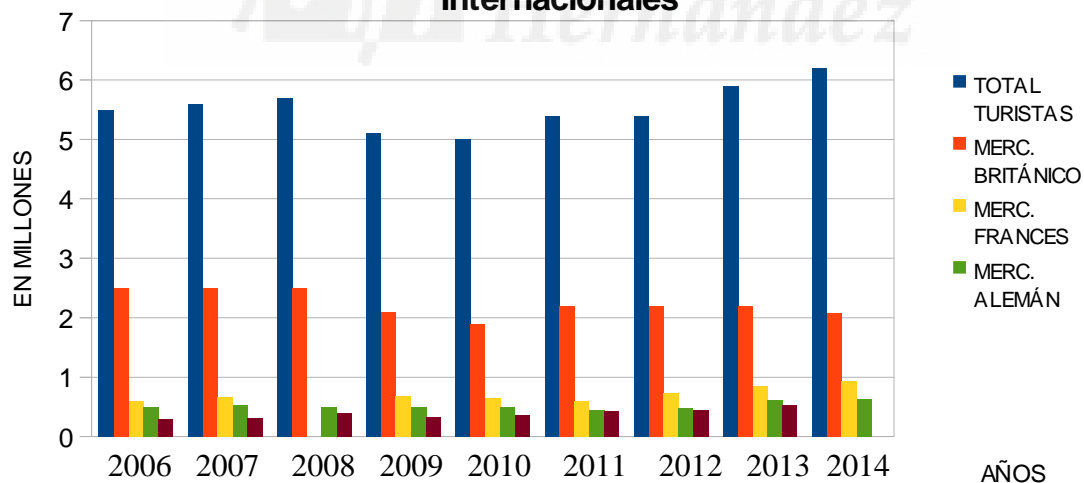
V.b- TURISMO INTERNACIONAL (2006-2014).

En éste apartado, se muestra el impacto del consumo turístico de los turistas internacionales en la Comunidad Valenciana. De igual modo que en el punto de turismo nacional, se han utilizado las mismas fuentes de información para su desarrollo.

Como puede observarse en la gráfica 7, durante el período de 2006 a 2014, el principal mercado emisor de turistas con destino la Comunidad Valenciana fue el mercado británico con casi 2 millones de turistas durante el período seguido del mercado francés, con casi un millón de turistas, y del mercado germano. Este hecho situó a nuestra comunidad como la quinta CC.AA. que más turistas internacionales recibió, por detrás de Canarias, Baleares, Cataluña y Andalucía. Estas cinco comunidades representaron casi el 90% de los viajes internacionales realizados al territorio español.

También, se puede contemplar cómo se produce un descenso en la recepción de turistas durante los años 2009 y 2010 debido a la crisis financiera y económica y a la devaluación de la libra, lo que conllevó un descenso en la llegada de turistas británicos.

Gráfica 7: Principales Mercados Emisores Internacionales

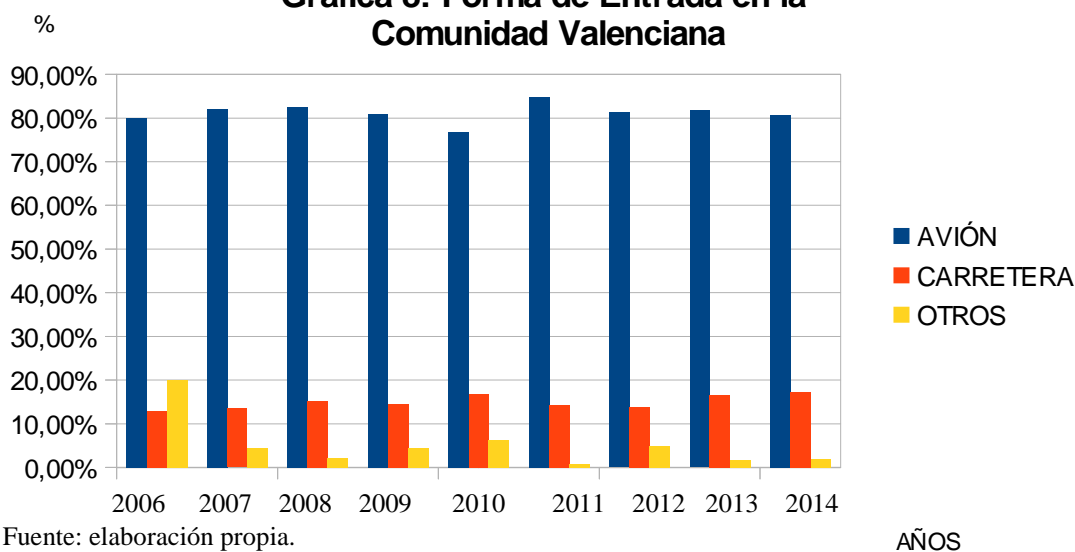


Fuente: elaboración propia.

Respecto a la forma de entrada a nuestra comunidad, ésta se realizó a través del transporte aéreo, tal como muestra la gráfica 8, representando durante todo el periodo

objeto de estudio el 80% del total, seguido por las entradas realizadas a través de las carreteras, aunque con unos porcentajes casi insignificantes.

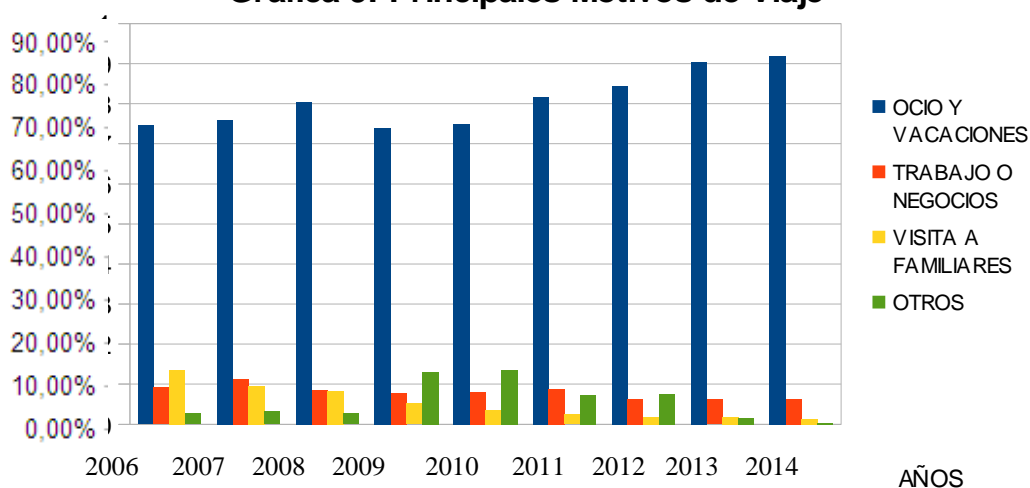
Gráfica 8: Forma de Entrada en la Comunidad Valenciana



Fuente: elaboración propia.

Las entradas mediante el transporte aéreo se realizaron, en la gran mayoría, a través del aeropuerto de El Alter. Las compañías de bajo coste fueron las más empleadas con el 76,3% de los viajes recibidos. El aeropuerto de El Alter continúa siendo el principal aeropuerto de la comunidad. Este dato está asociado a que la provincia de Alicante es la más visitada de las tres provincias valencianas.

Gráfica 9: Principales Motivos de Viaje



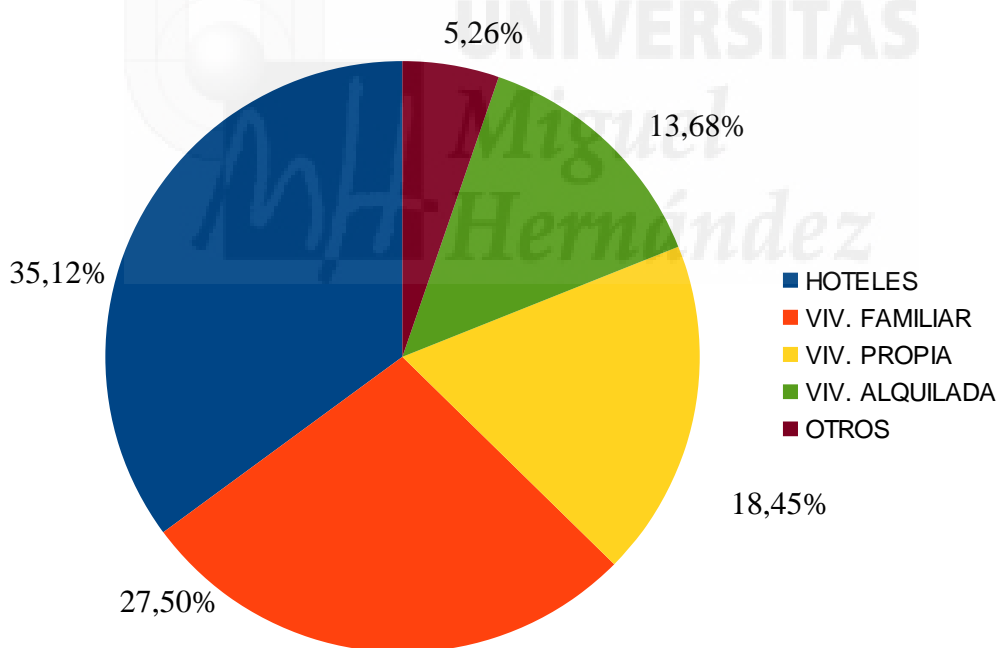
Fuente: elaboración propia.

El principal motivo que impulsó a la realización de los viajes, por parte de los turistas internacionales, fue el de ocio y vacaciones, como muestra la gráfica 9, con una

trayectoria creciente durante todo el periodo y con una gran diferencia con respecto al segundo motivo para la realización de los viajes, que se trata de los viajes por trabajo o negocios, que se sitúan entre el 5% y 10% del total, durante todo el periodo de 2006 a 2014. Trayectoria diferente, con respecto al ocio y vacaciones, ha sufrido la visita de familiares, que ha experimentado una trayectoria decreciente durante todo el periodo.

A su vez, estos turistas internacionales, realizaron un promedio de 65 millones de pernотaciones durante los años de 2006 a 2014, donde el alojamiento en establecimientos hoteleros ocupa la primera posición, seguido del alojamiento en vivienda de familiares o amigos, el alojamiento en vivienda propia, en vivienda alquilada y en último lugar, por otros tipos de alojamiento, como puede ser campings, parkings de caravanas, etc, tal como muestra la gráfica 10.

Gráfica 10: Tipo de Alojamiento



Fuente: elaboración propia.

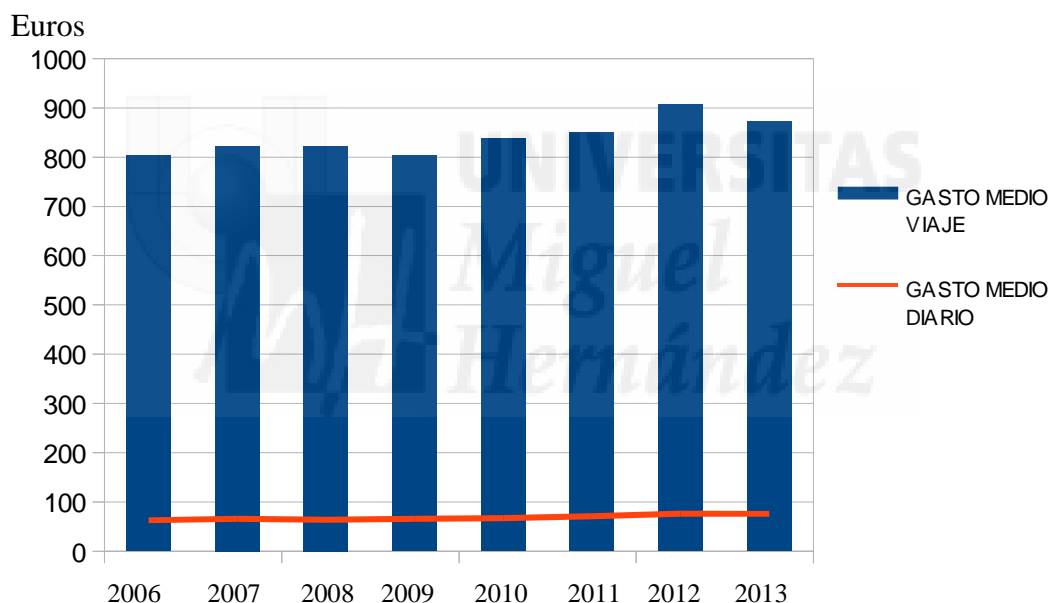
El gasto total medio realizado por los turistas internacionales alcanzó la cifra de 4.525 millones de euros, hecho que sitúa al sector turístico en la Comunidad Valenciana como uno de los principales motores económicos de la economía autonómica. Dentro de este gasto, y como muestra la gráfica 11, podemos observar como el gasto medio por viaje ha llevado durante todo el periodo objeto de estudio, una senda ascendente hasta

situarse entorno a los 875 euros por viaje. Al mismo tiempo, el gasto medio diario realizado por los turistas internacionales, también siguió una senda ascendente hasta situarse entorno a los 75 euros por día.

Las principales partidas donde los turistas internacionales suelen gastar su dinero son el transporte, el alojamiento, la restauración y las excursiones.

Cabe destacar el mercado ruso, el cual experimentó un incremento del 43,8% con respecto al año anterior. Aunque continúa siendo un mercado reducido, fue el que mayor gasto medio realizó con 120 euros diarios.

Gráfica 11: Tipo de Gasto Turístico



Fuente: elaboración propia.

VI.- OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.

Tras analizar cuál es el tipo de demanda turística, en este punto se va mostrar cual es la oferta turística que ofrece la Comunidad Valenciana para satisfacer dicha demanda y así alcanzar el grado de fidelidad que dispone nuestra comunidad entre la misma.

Según García Reche y Monfort (1999), desde un punto de vista geográfico, la comunidad valenciana tiene una extensión de 23255 km cuadrados en los cuales

podemos destacar los 451 kilómetros lineales de costa que presenta. En cada una de las tres comunidades, el flujo de turistas tanto a la costa como al interior es constante, aunque podemos destacar que el destino preferido por los turistas es el que está vinculado a las zonas litorales.

En 2014, la Comunidad Valenciana disponía de un total de 276.960 plazas de alojamiento regladas, lo que la sitúa como la cuarta comunidad a nivel nacional en cantidad de alojamientos. Los hoteles que han ofrecido sus servicios, son considerados pequeñas o medianas empresas, tanto por el número de plazas hoteleras, como por el volumen de negocio asociado, como indica Camisón (1998), Camisón y otros (2004) y García Reche y Monfort (1999).

Según Aznar y Nicolini (2006), por localización territorial, podemos destacar que Benidorm es el lugar donde más establecimientos pertenecen a cadenas, mientras que, en la Costa Blanca, Costa Azahar y Costa de Valencia, abundan los hoteles de pequeña dimensión y gestión y propiedad independiente. Los principales hoteles de las zonas de turismo de sol y playa tienen de tres o menos estrellas.

Respecto al turismo activo y de naturaleza, es preciso mencionar que está en fase de expansión y que la Comunidad Valenciana cuenta con un total de 187 empresas dedicadas al sector. La mayor parte de estas actividades se concentran en la provincia de Alicante, con el 52% del total de las empresas. Entre estas actividades se encuentran el senderismo, paintball, bicicleta de montaña, espeleología, barranquismo, buceo, etc.

La Comunidad Valenciana dispone de 249 playas, 1 estación náutica, 22 parques naturales, 10 centros de la Red BTT, 39 instalaciones portuarias deportivas, 51 centros de buceo, 22 de hípica, 10 itinerarios ecuestres, 545 senderos y 16 zonas de escalada, lo que facilita la práctica de este tipo de actividades y turismo.

En 2013, los puertos valencianos recibieron 258 cruceros, lo que sitúa a la Comunidad Valenciana en la tercera posición, junto con Málaga y Cádiz, por detrás de Barcelona y Baleares. Este hecho se debe a su buena ubicación entre los puertos de Barcelona y Baleares, sus buenas conexiones con emisores internacionales, su conectividad con

Madrid a través de la línea del AVE y que sus tres puertos son miembros de la MedCruise, la Asociación de Puertos de Cruceros del Mediterráneo.

También es de destacar que la Comunidad Valenciana dispone de 1.200 recursos catalogados como Bienes de Interés Cultural (BIC), siendo la quinta comunidad en España, entre monumentos, conjuntos históricos-artísticos y zonas arqueológicas. También cuenta con 6 Patrimonios de la Humanidad, 224 museos, 45 fiestas de interés turístico y casi 11.000 eventos musicales y artes escénicas al año y 13 escuelas de español asociadas a FEDELE.

Además, la Comunidad Valenciana es sede de una gran número de eventos deportivos repartidos por toda la geografía valenciana, entre los que cabe destacar, la Media Maratón Internacional de Santa Pola, la Media Maratón de Valencia, la Maratón Divina Pastora de Valencia, la Maratón Internacional Ciudad de Castellón, el Valencia OPEN 500, el Gran Premio de Motociclismo de la Comunitat Valenciana en Cheste (segundo circuito nacional con mayor número de afluencia de espectadores) y la salida de la Volvo Ocean's Race, en la ciudad de Alicante.

Dispone también de casi 30 campos de golf y 6 pitch&putt, representando el 80% del total de campos de golf nacionales. Es de remarcar, que nuestra comunidad tiene una serie de ventajas o factores atractivos con respecto al resto de comunidades, como es la climatología, la fácil accesibilidad, buena relación calidad/precio, la tranquilidad, el entorno natural y la gran variedad de restaurantes.

Respecto al turismo de negocios y trabajo, la Comunidad Valenciana cuenta con una oferta de 6 centros de congresos, 2 recintos feriales, 2 convention bureau y un gran número de edificios para reuniones.

También dispone de 7 balnearios, 3 establecimientos de talasoterapia y 32 establecimientos especializados, a los que hay que sumar los 8 hospitales privados asociados a la "*Mediterranean Health Care*".

VII.- CONCLUSIONES.

Tras los puntos analizados, se puede considerar que el turismo constituye una pieza importante en el motor económico de la Comunidad Valenciana y tiene un gran peso en su estructura económica, de la cual, dependen un gran número de empleos, tanto directos como indirectos. A través de los datos a los que he tenido acceso he podido observar como el turismo, y más exactamente la demanda turística, constituye una variable muy sensible a las variaciones experimentadas durante un ciclo económico y como, en épocas de recesión o crisis las economías en las que el turismo tiene un peso tan importante en su estructura, son las más susceptibles a dichas variaciones, lo que se denomina “efecto arrastre” y sufrir las consecuencias, tanto positivas como negativas.

También he observado, como las administraciones públicas, tanto autonómicas como estatales, desempeñan un papel importante y como sus acciones repercuten en la actividad turística de la Comunidad Valenciana. Estas acciones han ido dirigidas a la modernización y especialización de la oferta turística a lo largo de las últimas décadas, con el objetivo de atraer a nuestra comunidad un turismo de mayor poder adquisitivo, a la vez que obtener una ventaja competitiva con respecto a otras comunidades turísticas.

A su vez, se ha puesto de relevancia la gran variedad de alternativas turísticas que ofrece la Comunidad Valenciana, desde un turismo con grandes eventos deportivos con repercusión mundial, de eventos musicales y de eventos de interés turístico internacional, hasta una oferta turística más relajada, a través de balnearios, establecimientos culturales, etc., con la intencionalidad de alcanzar la mayor demanda turística posible.

VIII.- ANEXOS.

Cuenta satélite del turismo de España. Serie contable 1995-2003

Aportación del turismo al PIB de la economía española por valor absoluto/porcentaje, tipo de indicador y años.

	1995	1996	1997	1998	1999(P)	2000(P)	2001(P)	2002(P)	2003(P)
Millones de euros: PRECIOS CORRIENTES									
Turismo receptor	21.009,2	23.422,9	26.455,2	29.792,5	33.709,0	37.851,6	41.335,7	40.614,9	41.876,1
Otros componentes del turismo	24.117,3	26.008,4	27.812,3	30.076,1	32.642,9	35.440,9	37.762,5	40.500,8	43.323,3
Total	45.126,5	49.431,3	54.267,5	59.868,6	66.351,9	73.292,5	79.098,2	81.115,7	85.199,4
Porcentaje sobre el PIB: PRECIOS CORRIENTES									
Turismo receptor	4,8	5,0	5,4	5,6	6,0	6,2	6,3	5,8	5,6
Otros componentes del turismo	5,5	5,7	5,6	5,7	5,7	5,8	5,8	5,8	5,8
Total	10,3	10,7	11,0	11,3	11,7	12,0	12,1	11,6	11,4
Millones de euros: PRECIOS CONSTANTES									
Turismo receptor	21.009,2	22.455,0	24.672,4	26.891,5	29.263,4	31.235,0	32.443,8	30.694,8	30.586,0
Otros componentes del turismo	24.117,3	24.986,2	25.771,4	26.798,2	27.936,0	28.620,9	29.184,1	29.797,8	30.712,3
Total	45.126,5	47.441,2	50.443,8	53.689,7	57.199,4	59.855,9	61.627,9	60.492,6	61.298,3
Porcentaje sobre el PIB: PRECIOS CONSTANTES									
Turismo receptor	4,8	5,0	5,3	5,5	5,8	5,9	6,0	5,5	5,4
Otros componentes del turismo	5,5	5,6	5,5	5,5	5,5	5,4	5,4	5,4	5,3
Total	10,3	10,6	10,8	11,0	11,3	11,3	11,4	10,9	10,7

Cuenta satélite del turismo de España. Base 2000. Serie contable 2000-2009

Aportación del turismo al PIB de la economía española: por valor absoluto/porcentaje/índice, tipo de indicador y periodo.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(P)	2009(A)
Precios corrientes: Millones de euros										
Turismo receptor	36.414,5	38.572,6	38.260,8	39.682,7	41.432,1	44.154,5	47.121,7	49.230,1	49.937,3	43.965,6
Otros componentes del turismo	36.573,8	39.499,3	42.750,7	46.369,8	49.963,6	54.235,9	59.706,9	63.982,1	64.799,5	61.428,4
Total	72.988,3	78.071,9	81.011,5	86.052,5	91.395,7	98.390,4	106.828,6	113.212,2	114.736,8	105.394,0
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB										
Turismo receptor	5,8	5,7	5,2	5,1	4,9	4,9	4,8	4,7	4,6	4,2
Otros componentes del turismo	5,8	5,8	5,9	5,9	5,9	6,0	6,1	6,1	6,0	5,8
Total	11,6	11,5	11,1	11,0	10,9	10,8	10,9	10,8	10,5	10,0
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2000 = 100)										
Turismo receptor	100,0	100,5	95,3	95,4	95,7	98,0	99,9	100,4	97,0	84,5
Otros componentes del turismo	100,0	102,8	104,8	108,9	111,6	115,5	121,0	124,9	122,5	116,7
Total	100,0	101,7	100,0	102,2	103,7	106,8	110,5	112,8	109,9	100,8

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES INTERNACIONALES

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL TURISTAS	5,5	5,6	5,7	5,1	5	5,4	5,4	5,9	6,2
MERC. BRITÁNICO	2,5	2,5	2,5	2,1	1,9	2,2	2,2	2,2	2,08
MERC. FRANCÉS	0,6	0,67	0,66	0,69	0,65	0,6	0,73	0,85	0,94
MERC. ALEMÁN	0,5	0,53	0,49	0,5	0,5	0,44	0,48	0,61	0,63
MERC. NÓDICO	0,29	0,31	0,39	0,33	0,36	0,43	0,44	0,52	.0,53

PRINCIPAL FORMA DE ENTRADA A LA COMUNIDAD VALENCIANA

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
AVIÓN	80,00%	82,00%	82,60%	81,00%	76,90%	84,80%	81,30%	81,70%	80,70%
CARRETERA	13,00%	13,50%	15,20%	14,60%	16,90%	14,40%	13,80%	16,50%	17,30%
OTROS	20,00%	4,50%	2,20%	4,40%	6,20%	0,80%	4,90%	1,80%	2,00%

PRINCIPALES MOTIVOS PARA LA REALIZACIÓN DEL VIAJE

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OCIO/VACACIONES	74,60%	76,00%	80,50%	73,90%	74,90%	81,60%	84,33%	90,49%	91,93%
TRABAJO/NEGOCIOS	9,20%	11,20%	8,50%	7,90%	8,16%	8,77%	6,24%	6,23%	6,34%
VISITA/FAMILIARES	13,50%	9,60%	8,30%	5,18%	3,47%	2,42%	1,92%	1,73%	1,35%
OTROS	2,70%	3,20%	2,70%	13,02%	13,47%	7,21%	7,51%	1,55%	0,38%

GASTO REALIZADO POR LA DEMANDA INTERNACIONAL

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
GASTO TOTAL	4,3	4,5	4,5	4,1	4,2	4,6	4,8	5,2	4,525
GTO. MEDIO VIAJE	803	823	823,3	804	838	849,6	906,7	872,6	
GTO. MEDIO DIARIO	63	66,17	64,2	66	67	71,3	76,3	76,1	

PRINCIPALES TIPOS DE ALOJAMIENTO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	PROMEDIO
HOTELES		35,00%	37,00%	35,00%	33,80%	34,80%	35,12%
VIV. FAMILIAR			26,00%	27,30%	28,90%	27,80%	27,50%
VIV. PROPIA			19,00%	18,90%	18,10%	17,80%	18,45%

VIV. ALQUILADA
OTROS

13,00%	13,20%	13,30%	15,20%	13,68%
5,00%	5,60%	5,90%	4,40%	5,26%



IX.-BIBLIOGRAFIA

Aznar Márquez, Juana y Nicolini, Rosella. (2006): "El sector turístico en la Comunidad Valenciana: Unos elementos de análisis de la demanda en el marco de la economía geográfica", *Revista de Estudios Regionales*, n. 79, I.S.S.N.: 0213-7585 (2007) pp. 47-54.

Camisón Zornoza, C. (1998): "El sector hotelero en la Comunidad Valenciana: cadenas frente a hotelería independiente". *Revista Valenciana d'Estudis Autonòmics*, vol. 25, pp. 197-216.

Camisón Zornoza, C., Bou, J.C. y Roca, V. (2004): "Influencia del gobierno corporativo en el enfoque de gestión de calidad", *Papeles de Economía Española*, n. 102, pp. 207-220.

Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunidad Valenciana. Exceltur. 2010. Agencia Valenciana del Turismo. p.28. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/impacto_economico/impacto_economico_impactur.html

Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunidad Valenciana. Exceltur. 2009. Agencia Valenciana del Turismo. p.28. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/impacto_economico/impacto_economico_impactur.html

Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunidad Valenciana. Exceltur. 2008. Agencia Valenciana del Turismo. p.29. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/impacto_economico/impacto_economico_impactur.html

Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunidad Valenciana. Exceltur. 2007. Agencia Valenciana del Turismo. p.14. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/impacto_economico/impacto_economico_impactur.html

Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunidad Valenciana. Exceltur. 2006. Agencia Valenciana del Turismo. p.30. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/impacto_economico/impacto_economico_impactur.html

Plan de espacios turísticos de la Comunidad Valenciana. Consellería de Turismo de la Comunidad Valenciana. 2008. p.124. Disponible en

http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/planificacion/Directrices_Generales_webdefinitiva.pdf

García Reche , A. y Monfort , V. (1999): “El turismo en la Comunidad Valenciana”. Noticias de la Unión Europea, n.170, pp.61-86.

Turismo en la Comunidad Valenciana 2014. Generalitat Valenciana. 2014. Agencia Valenciana del Turismo. p. 232. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2013. Generalitat Valenciana. 2013. Agencia Valenciana del Turismo. p. 196. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2012. Generalitat Valenciana. 2012. Agencia Valenciana del Turismo. p. 177. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2011. Generalitat Valenciana. 2011. Agencia Valenciana del Turismo. p. 155. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2010. Generalitat Valenciana. 2010. Agencia Valenciana del Turismo. p. 145. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2009. Generalitat Valenciana. 2009. Agencia Valenciana del Turismo. p. 131. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2008. Generalitat Valenciana. 2008. Agencia Valenciana del Turismo. p. 106. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2007. Generalitat Valenciana. 2007. Agencia Valenciana del Turismo. p. 96. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Turismo en la Comunidad Valenciana 2006. Generalitat Valenciana. 2006. Agencia Valenciana del Turismo. p. 95. Disponible en http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/turismo/turismo_cv.html

Vallejo, Rafael. “*Economía e historia del turismo español del siglo XX*”. *Historia Contemporánea* 25, 2002, 203-232 ISSN 1130-2402, [Nº 25, 2002](#)

Yepes Piqueras, Victor. “*Estrategias y política turística de la Comunidad Valenciana: su incidencia en el litoral*”. *Cuadernos de Turismo*. 2002, 9; pp. 168-170 ISSN: 1139-7861.

TABLA DE EMPLEO

<http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=%2fEPA%2fEstructura%2fAnual%2fActivos+seg%u00fan+comunidad+aut%u00f3noma+por+actividades+de+la+industria+tur%u00edstica.+--+Ref.2384&par=1&idioma=es-ES&anio=2015>

