



MINISTERIO
DE INDUSTRIA,
TURISMO Y
COMERCIO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO



INSTITUTO DE ESTUDIOS
TURÍSTICOS

ESPAÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

TURISMO INTERIOR

AÑO 2003



ÍNDICE

I. NOTA METODOLÓGICA

1.1	INTRODUCCIÓN: UN NUEVO ENFOQUE	P. 2
1.2	METODOLOGÍA	P. 4
1.3	GLOSARIO DE TÉRMINOS	P. 9

II. COMUNIDAD VALENCIANA. TURISMO INTERIOR 2003

2.1	INTRODUCCIÓN	P. 15
2.2	COMPORTAMIENTO Y PERFIL DE LOS TURISTAS	P. 16
2.3	PRECIOS	P. 29

III. TABLAS

I. NOTA METODOLÓGICA

1.1 INTRODUCCIÓN: UN NUEVO ENFOQUE

El informe que a continuación se presenta, pretende ser una fotografía estructural de la Comunidad Valenciana como destino turístico durante el año 2003.

Este tipo de informe, elaborado a partir de las principales fuentes estadísticas del Sistema Español de Estadísticas de Turismo del Instituto de Estudios Turísticos, tiene un marcado carácter innovador si tenemos en cuenta la nueva perspectiva desde la que se aborda, el volumen de información que contiene y la posibilidad de representarlo gráficamente.

Según la Organización Mundial del Turismo (1998), existen tres perspectivas diferentes para abordar el estudio del turismo. Por un lado estaría el estudio del **Turismo Nacional**, que sería todo el turismo realizado por los residentes en España, tanto dentro (turismo interno) como fuera de nuestro país (turismo emisor). Por otro, el estudio del **Turismo Internacional**, que hace referencia tanto al turismo realizado por los residentes en España fuera de nuestras fronteras (turismo emisor) como al de los extranjeros que visitan nuestro país (turismo receptor). Por último, nos encontraríamos con el estudio del **Turismo Interior**, que es el turismo realizado dentro de las fronteras españolas, y en particular en cada una de las Comunidades Autónomas, ya sea por los propios residentes (turismo interno) o por visitantes ajenos al país (turismo receptor).

Hasta el momento, los análisis realizados por el Instituto de Estudios Turísticos, han girado en torno a sus dos principales encuestas, **Familitur** (Estadística de Movimientos Turísticos de los Españoles), desde la que se aborda el estudio del Turismo Nacional, y **Frontur** (Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras), desde la que se aborda el estudio del Turismo Internacional.

Este informe trata de analizar el turismo en los diferentes destinos en España desde una tercera perspectiva no tratada hasta el momento, la del Turismo Interior. Esta nueva forma de análisis permitirá tener una visión global de los diferentes destinos turísticos españoles, analizando las principales características y pautas de

comportamiento del turismo que reciben, tanto de dentro como de fuera de nuestras fronteras.

El objetivo de este informe es, por lo tanto, suministrar la máxima información posible sobre el **turismo interior** (españoles y extranjeros) en la Comunidad Valenciana.

Todo esto ha sido posible gracias al gran volumen de información de la que dispone el Instituto de Estudios Turísticos (IET), proveniente tanto de sus fuentes primarias (Familitur, Frontur y Egatur) como otras fuentes secundarias (INE, Ministerio de Trabajo, etc.). Todas ellas se recopilan, se analizan y se publican en la Web a partir de su base de datos relacional *datatur* (Sistema de Información de Estadísticas Turísticas) que permite capturar y depurar los datos de una forma más eficiente, al tiempo que permite realizar múltiples cruces de variables gracias a su estructura multidimensional.

Este tipo de análisis resulta interesante para recoger información estructural, de carácter anual, que ayude a conocer de cerca el turismo en nuestro país, tanto a nivel nacional como a un nivel regional. Los principales resultados que de él se deriven, pueden ayudar a vislumbrar posibles problemas, reorientar estrategias, potenciar determinadas vertientes del negocio, maximizar inversiones, etc. En resumen, puede ser un instrumento de gran utilidad que sirva de apoyo para la toma de decisiones de los diferentes agentes implicados en el sector turístico.

1.2 METODOLOGÍA

Para la elaboración de este estudio ha sido necesario el compendio y la fusión de las siguientes fuentes estadísticas:

- Movimientos Turísticos en Fronteras (**Frontur**). *Instituto de Estudios Turísticos*
- Movimientos Turísticos de los Españoles (**Familitur**). *Instituto de Estudios Turísticos*
- **Encuestas de Ocupación**. *Instituto Nacional de Estadística*
- **Índice de Precios de Consumo**. *Instituto Nacional de Estadística*

Las estadísticas utilizadas en el presente informe de Turismo Interior son las principales fuentes de información que forman parte del Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo. Desde la óptica de la demanda estas fuentes estadísticas son Familitur y Frontur, elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos. Desde la óptica de la oferta las estadísticas básicas son las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos, responsabilidad del Instituto Nacional de Estadística.

Utilización de las estadísticas

En estas tablas sólo se han incluido variables que, por un lado, estaban recogidas en todas las estadísticas y, por otro, estaban medidas de igual forma, de manera que contuviesen exactamente el mismo tipo de información, es decir, que fuesen totalmente equivalentes. Por ello, se han excluido del análisis variables que, a pesar de su interés por la información que pudieran aportar, no se les ha encontrado su equivalente en otras estadísticas para ser comparadas o sumadas.

La principal diferencia entre las estadísticas elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos (*Frontur y Familitur*) y por el Instituto Nacional de Estadística (*Encuestas de Ocupación*) es que las primeras se dirigen a la demanda mientras que las segundas obtienen la información por el lado de la oferta.

Frontur es una encuesta realizada a los viajeros en fronteras, y cuantifica el número de visitantes extranjeros que entran en España, es decir, mide entradas de personas residentes en el extranjero. Los visitantes se clasifican en turistas y en excursionistas, dependiendo de si pernoctan en España (turistas) o vienen únicamente a pasar el día (visitantes de día o excursionistas). Además, *Frontur* pregunta a los turistas por todos los tipos de alojamiento, tanto de uso particular como colectivo e identifica si son legales o ilegales.

La variable “viajes” de *Familitur* es la equivalente a la variable “turistas” de *Frontur*; efectivamente, el concepto de “viajes” que se utiliza en *Familitur* se refiere a viaje-viajero, es decir, si un individuo efectúa 5 viajes durante el periodo de referencia, será un “viajero”, pero contará como 5 viajes. En *Frontur*, los “turistas” son personas que entran en España y que, además, pernoctan. Al igual que ocurre con los “viajes” de *Familitur*, se puede estar contando varias veces a una misma persona. Tanto los “viajes” de *Familitur* como los “turistas” de *Frontur* miden desplazamientos de personas que pernoctan.

La información de Familitur ofrecida en este estudio se ofrece en dos bases distintas: viajes totales y viajes turísticos.

Los viajes totales incluyen todos los desplazamientos con al menos una pernoctación efectuados fuera del entorno habitual¹. Los viajes turísticos son el resultado de excluir del total de los viajes aquellos viajes recurrentes de corta duración a la segunda residencia (CD2R). Este tipo de viajes de CD2R, que suelen coincidir con los fines de semana, tiene unas características comunes y, por otro lado, muy diferenciadas a las del resto de los viajes que, en algunas ocasiones, no aportan ninguna información a la hora de efectuar determinados análisis.

La mayoría de las tablas que aquí se ofrecen toman como base para ofrecer la información los viajes totales, únicamente se toma como base a los viajes turísticos (es decir, se excluyen los de corta duración a segunda residencia) cuando se efectúa el análisis de la forma de organización. Por las características intrínsecas de los viajes de CD2R, nunca llevan asociado un paquete turístico y no tiene ningún sentido su análisis en este tipo de viajes.

¹ Definición de “viaje” según la Directiva 95/57/EC sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo

La Encuesta de Ocupación Hotelera mide entradas en hoteles, es decir, el número de viajeros (españoles y extranjeros) que se alojan en hoteles, y que por tanto pernoctan en ellos. La información la facilitan los propios hoteles y no los turistas como en el caso de Frontur y Familitur. Conviene puntualizar que si un viajero se aloja en dos hoteles diferentes, a efectos de la encuesta contará como dos viajeros. El marco de la encuesta son los hoteles, es decir, no se contempla ningún otro medio de alojamiento.

Por lo tanto, los “viajeros” de la Encuesta de Ocupación Hotelera se asimilan a los “turistas” de Frontur (alojados en hoteles) y a los “viajes” de Familitur (con estancia en hoteles).

Variables

De esta forma, las **variables incluidas** en el estudio para su consiguiente análisis han sido las siguientes:

- origen
- destino
- sexo
- edad
- motivo del viaje
- transporte utilizado
- tipo de alojamiento
- organización del viaje
- turistas
- pernoctaciones
- estancia media
- alojamientos turísticos
- plazas
- IPC

Tabulación e Indicadores

La elección del cruce de unas variables por otras², viene determinado por la información de interés que pueda aportar a nuestro estudio, dando como resultado el siguiente **plan de tabulación**:

- 1- número de **turistas** con destino a Andalucía por lugar de **origen**.
- 2- número de **turistas** con destino a Andalucía por **temporada**.
- 3- número de **turistas** con destino a Andalucía por **mes**.
- 4- número de **turistas** con destino a Andalucía, según el medio de **transporte** utilizado para acceder al destino.
- 5- número de **turistas** con destino a Andalucía según **motivo del viaje**.
- 6- número de **turistas** con destino a Andalucía, según la **organización del viaje**.
- 7- número de **turistas** con destino a Andalucía, número de **pernoctaciones** y **estancia media**, según **tipo de alojamiento** (Frontur, Familitur).
- 8- número de **turistas** con destino a Andalucía, **número de pernoctaciones** y **estancia media**, según **tipo de alojamiento** (INE).
- 9- oferta de **alojamientos** turísticos en Andalucía, **plazas ofertadas** y **grado de ocupación**, según **tipo de alojamiento**.
- 10- número de **turistas** con destino a Andalucía según **sexo** y **edad**.
- 11- Índice de **Precios de Consumo** en Andalucía por **rúbricas** (Turismo y Hostelería) y por **subgrupos**.

² Además, en todas las tablas los datos están cruzados por la variable *origen*, en función de si los turistas son nacionales o extranjeros

En cada una de estas tablas, se incluyen los siguientes **indicadores**:

	absolutos	%	% Total Transporte	% sobre Origen	% Total Nacional
COCHE	17.930.760	100,0	67,4		15,3
Nacionales	16.804.682	93,7	63,1	87,6	15,8
Extranjeros	1.126.078	6,3	4,2	15,1	10,5
TOTAL	26.620.085	100,0	100,0		15,4
Nacionales	19.183.228	72,1	72,1	100,0	15,9
Extranjeros	7.436.856	27,9	27,9	100,0	14,3

Absolutos: número de elementos en cada categoría.

ejemplo: 17.930.760 de turistas accedieron al destino turístico en coche.

%: recoge el peso del origen (si son turistas nacionales o extranjeros) en cada categoría de la variable

ejemplo: del total de turistas que acceden al lugar de destino en coche, el 93,7% son nacionales y el 6,3% extranjeros.

% Total (variable): representa el peso de cada categoría sobre el total de categorías de la variable.

ejemplo: del total de turistas un 67,4% eligen el coche como medio de transporte para acceder al destino.

% sobre Origen: cuantifica el peso de cada categoría sobre el total de origen.

Ejemplo: del total de turistas nacionales, un 87,6% accedieron al destino en coche, mientras que este medio de transporte tan sólo fue elegido por un 15,1% de los extranjeros.

% sobre Total Nacional: peso de la categoría sobre el total nacional.

ejemplo: del total de turistas que acceden a España en coche, el 15,3% lo hacen con destino a Andalucía.

1.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)

Organismo elaborador: Instituto de Estudios Turísticos

- **Turista**

Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo – OMT/Naciones Unidas – 1993).

- **Paquete turístico**

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

Organismo elaborador: Instituto de Estudios Turísticos

- **Viaje**

Se considera viaje a los desplazamientos fuera del entorno habitual con al menos una pernoctación, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Quedan excluidos los viajes en el mismo día, los desplazamientos al lugar de trabajo y aquellos viajes que supongan una residencia superior a 12 meses consecutivos. Se excluyen de esta definición aquellos viajes realizados por personas para las que viajar es parte de su trabajo cotidiano (la tripulación de aviones, conductores, representantes, etc.). (Directiva 95/57/CE del Consejo de 23 de noviembre de 1995 sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo).

- **Viajes turísticos**

Se consideran los viajes de larga duración a segunda residencia y el resto de los viajes, tanto de corta como de larga duración, en los que el tipo de alojamiento utilizado no ha sido la segunda residencia.

- **Pernoctación**

Una pernoctación corresponde a cada una de las noches que un viajero permanece o está registrado en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento turístico privado, siendo innecesaria su presencia física.

- **Estancia media**

Número medio de pernoctaciones en cada viaje.

- **Tipos de alojamiento**

Se consideran como **hoteles o similares** los hoteles de todas las categorías, los hostales, las pensiones y los complejos turísticos.

Se entiende como **vivienda gratuita** aquélla por la que no se paga renta, por lo que se incluyen bajo este nombre las viviendas de familiares o amigos, las viviendas en propiedad y las viviendas en multipropiedad (régimen de tiempo compartido).

La **vivienda alquilada** incluye tanto la alquilada a través de una agencia como aquella que se alquila directamente a los particulares.

Dentro de **otros alojamientos** se incluye el camping o caravana, los alojamientos especializados y las casas rurales.

- **Temporadas**

La información sobre temporadas que se ofrecen en las tablas obedecen a las temporadas turísticas que se utilizan normalmente en los análisis del Instituto de Estudios Turísticos.

La temporada de **primavera** incluye los viajes de febrero, marzo, abril y mayo, lo que quiere decir que siempre incluye los viajes efectuados durante la Semana Santa.

La temporada de **verano** incluye los viajes efectuados en junio, julio, agosto y septiembre.

La temporada de **invierno** recoge todos los viajes realizados en octubre, noviembre, diciembre y enero, de tal modo que incluye todos los viajes efectuados durante las Navidades.

Encuestas de Ocupación

Organismo elaborador: Instituto Nacional de Estadística

A continuación se ofrecen las definiciones comunes a todas las encuestas de Ocupación elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), Encuesta de Ocupación en Acampamentos (EOAC), Encuesta de Ocupación en Apartamentos (EOAP), Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). Posteriormente se ofrecen las definiciones específicas de cada una de ellas.

- **Viajeros**

Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

- **Pernoctaciones**

Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento.

- **Estancia media**

Aproximación al número medio de días que los viajeros permanecen en los establecimientos turísticos. Se obtiene como cociente entre el número de pernoctaciones y el de viajeros.

- **Grado de ocupación por plazas**

Relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas incluyendo las camas supletorias por los días a que se refieren las pernoctaciones.

Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)

- Establecimientos hoteleros:

Son todos los establecimientos hoteleros inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma.

Son establecimientos hoteleros aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel-apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión,...).

Encuesta de Ocupación en Acampamentos (EOAC)

- Camping

Son todos los establecimientos de acampamentos inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma.

Se entiende por Acampamentos de Turismo, también denominados "Campings", aquellos espacios de terreno debidamente delimitados, dotados y acondicionados, destinados a facilitar a las personas, de modo habitual y mediante el pago de un precio estipulado, un lugar para hacer vida al aire libre durante tiempo limitado con fines vacacionales o turísticos y utilizando como residencia, albergues móviles, caravanas, tiendas de campaña u otros elementos similares fácilmente transportables.

- Capacidad de un acampamento

En acampamentos o campings, el número de plazas corresponde a su capacidad autorizada en personas.

- Grado de ocupación por parcela

Es la relación, en porcentaje, entre la media diaria de parcelas ocupadas en el mes y las disponibles en el camping en el mismo período.

Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos (EOAT)

- Apartamentos

Son todos los establecimientos de apartamentos turísticos y empresas explotadoras de apartamentos turísticos, inscritos como tales en las correspondientes Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma de acuerdo con las definiciones que de dichos alojamientos figuran en las distintas normativas autonómicas. Se entiende por establecimiento de apartamentos turísticos toda unidad productora cuya actividad exclusiva o principal es la de alojamiento de turistas, distribuidos en unidades amuebladas (apartamentos, chalets, villas, bungalows..). Se considera apartamento turístico (unidad) al inmueble cuyo uso se cede en alquiler de modo habitual para hospedaje ocasional.

- Plazas de un establecimiento o empresas explotadora de apartamentos turísticos

El número de plazas equivale al número de camas fijas; no se incluyen, por tanto las supletorias, y las de matrimonio darán lugar a dos plazas.

- Grado de ocupación por apartamentos

Es la relación, en porcentaje, entre el total de los apartamentos ocupados y el producto de los apartamentos disponibles por los días a los que hace referencia la encuesta.

Encuesta de Ocupación en Turismo Rural (EOTR)

- Alojamientos rurales

Se consideran alojamientos rurales, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma. Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas:

a) están situados en un medio rural,

b) son edificaciones con una tipología arquitectónica propia de la zona o están situados en fincas que mantienen activas explotaciones agropecuarias (agroturismo), y

c) ofrecen un número de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes limitado, además de reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas.

- **Grado de ocupación por habitaciones**

Relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el número total de habitaciones de la muestra en el mismo periodo.

Índice de Precios de Consumo

Organismo elaborador: Instituto Nacional de Estadística

Descripción de la rúbrica 56 Turismo y Hostelería:

La ponderación de esta rúbrica a nivel nacional es de un 116,462 por mil.

Comprende las siguientes subclases del IPC:

830.A Restaurantes, bares y cafeterías (104,255 ‰). Incluye los servicios de restaurantes, bares, cafeterías, comedor escolar y comidas en el centro de trabajo.

831.A Hoteles y Otros alojamientos. (5,314 ‰) incluye las estancias en hoteles, hostales, camping y otros alojamientos. Gastos de alojamiento y alimentación en Colegios Mayores, Menores, Residencias Universitarias, etc. Asimismo incluye el alquiler de chalets, apartamentos, bungalows, etc., por periodos inferiores a tres meses.

840.A Servicios Turísticos. (6,893 ‰). contiene los viajes organizados todo incluido.

II. TURISMO INTERIOR COMUNIDAD VALENCIANA

2.1 INTRODUCCIÓN

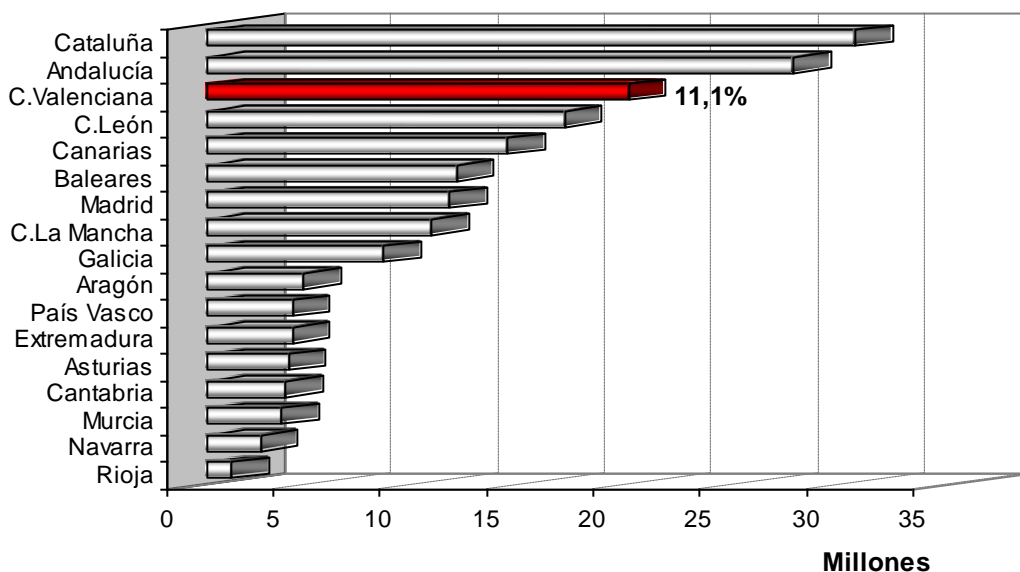
Durante el año 2003 la Comunidad Valenciana, con un total de 19,8 millones de turistas, es el tercer destino turístico de España, recibiendo el 11,1% de los turistas españoles y extranjeros. El turismo que recibe la Comunidad tiene un marcado carácter nacional ya que el 74,9% de los turistas que recibe residen en España. En cuanto a los extranjeros, los turistas procedentes del Reino Unido constituyen el segundo mercado emisor más importante para la Comunidad Valenciana después de la propia Comunidad. La Comunidad Valenciana recibe al grueso de los turistas a lo largo de la temporada de verano, especialmente durante el mes de agosto. El disfrute de vacaciones y la práctica de actividades de ocio es el principal motivo por el que los turistas viajan a la Comunidad Valenciana, eligiendo en su mayoría (73,0%) el coche como medio de transporte para acceder al destino.

La Comunidad Valenciana es la quinta Comunidad que más plazas regladas oferta para el alojamiento turístico, ofreciendo el 10,6% del total de plazas disponibles a nivel nacional y siendo éstas en su mayoría plazas hoteleras (no hay datos sobre las plazas en alojamientos no reglados). Sin embargo, el alojamiento turístico más demandado por los turistas que viajan a la Comunidad es la vivienda gratuita, elegida en un 69,9% de los casos. La estancia media de los turistas que se alojaron en la Comunidad lo hicieron una media de 7,6 noches.

2.2 COMPORTAMIENTO Y PERFIL DE LOS TURISTAS

Durante el año 2003 la Comunidad Valenciana recibe un total de **19,8 millones** de **turistas**. Este volumen de turistas sitúa a la Comunidad como el **tercer** destino turístico en España, representando el **11,1%** del total de turismo interior que recibe España.

Volumen Turismo Interior (españoles y extranjeros) por Comunidades Autónomas.



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.

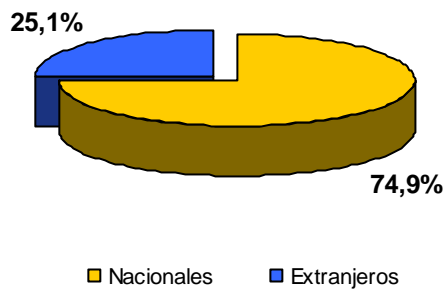
(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET

Base: Viajes Totales

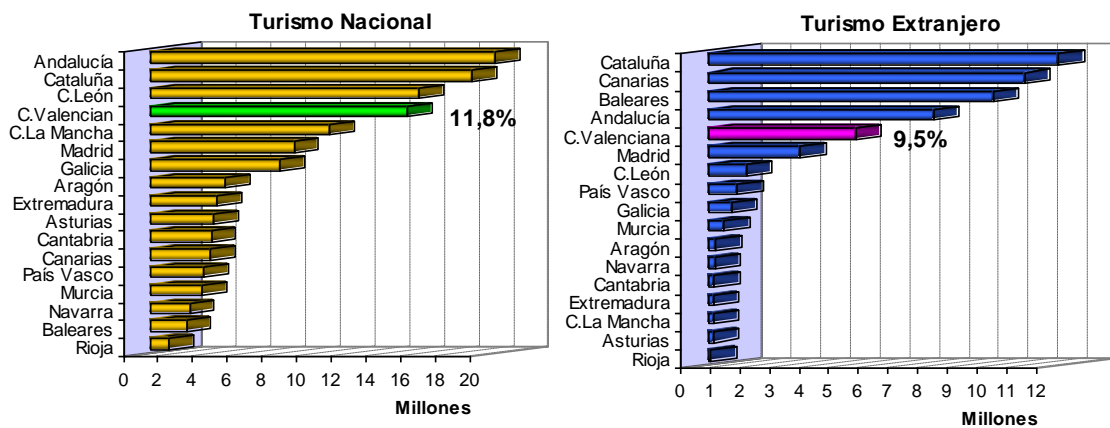
De los 19,8 millones que recibe la Comunidad Valenciana, **14,8 millones** son turistas nacionales, es decir, el **74,9%** de los turistas residen en nuestro país. Con estas cifras la Comunidad Valenciana se sitúa durante este año como la cuarta Comunidad Autónoma que mayor volumen de turistas españoles recibe, albergando el **11,8%** de los turistas nacionales.

El **25,1%** de los turistas que viajan a la Comunidad proceden de países **extranjeros**, lo que supone un total de **5 millones** de turistas. Así, durante el año 2003 la Comunidad Valenciana se sitúa como la quinta comunidad receptora de extranjeros (por debajo de Cataluña, Canarias, Baleares y Andalucía y por encima de otras comunidades como Madrid o Castilla y León), albergando al **9,5%** de los turistas extranjeros que recibe España.

**Turistas Nacionales y Extranjeros con destino a Comunidad Valenciana.
Año 2003**



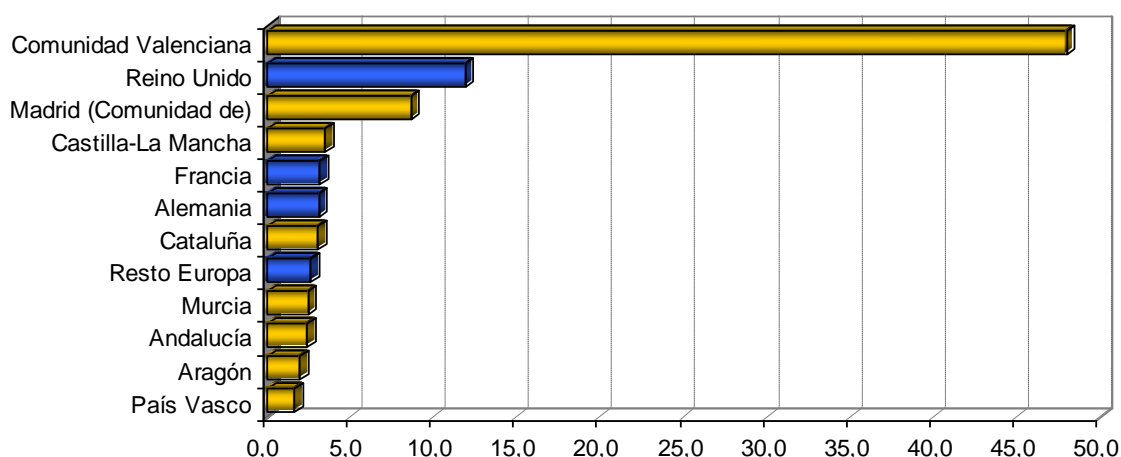
Ranking Comunidades Autónomas. Año 2003



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
Base: Viajes Totales

De los 19,8 millones de turistas que recibe la Comunidad Valenciana durante el año 2003, **9,5 millones** proceden de la propia Comunidad, es decir, son los propios **valencianos** los que se constituyen como principal **mercado** de la Comunidad Valenciana, representando el **48,0%**. El segundo mercado, y a una gran distancia, lo constituye el **Reino Unido**, proporcionando el **11,9%** de los turistas de la Comunidad. El resto de turistas provienen de Madrid (8,6%), Castilla- La Mancha (3,5%) o Francia (3,1%).

Principales mercados emisores. Destino Comunidad Valenciana Año 2003

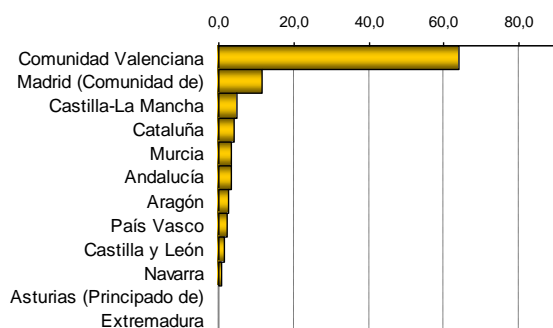


Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

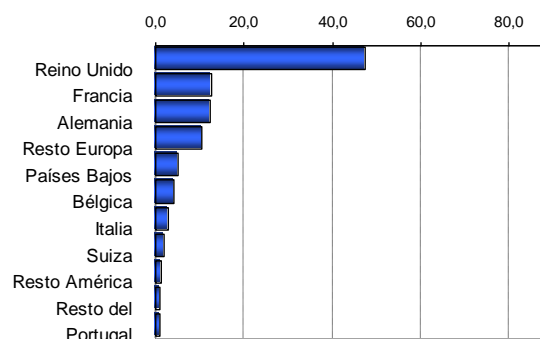
El **mercado nacional** que más turistas emite a la Comunidad Valenciana es la propia Comunidad de la que proceden el **64,1%** de los turistas nacionales que recibe la Comunidad. El resto de españoles proceden de diferentes Comunidades autónomas como Madrid (11,5%), Castilla- La Mancha (4,7%) y Cataluña (4,1%).

En cuanto al turismo **extranjero** el Reino Unido es el país que más turistas extranjeros emite a la Comunidad Valenciana, ya que de este país proceden el 47,3% de los turistas extranjeros. El segundo mercado emisor de turistas extranjeros con destino a la Comunidad lo constituye Francia con un 12,5%, a éste le sigue Alemania con un peso del 12,3%.

Mercados emisores nacionales Destino Comunidad Valenciana 2003



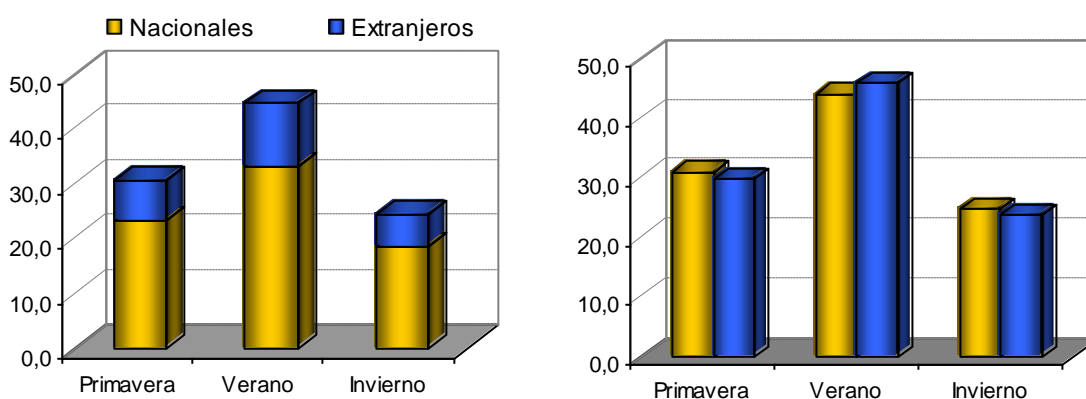
Mercados emisores extranjeros Destino Comunidad Valenciana 2003



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

La **temporada** en la que la Comunidad Valenciana recibe más turistas es el **verano**. Durante esta época del año la Comunidad Valenciana recibe el **44,7%** del total de turistas del año. La segunda temporada más elegida por los turistas para viajar a la Comunidad Valenciana es la primavera, elegida por un 30,7% de los mismos, mientras que durante el invierno llega el 24,5% de los turistas del año. Al respecto, no hay diferencias significativas entre turistas nacionales y extranjeros.

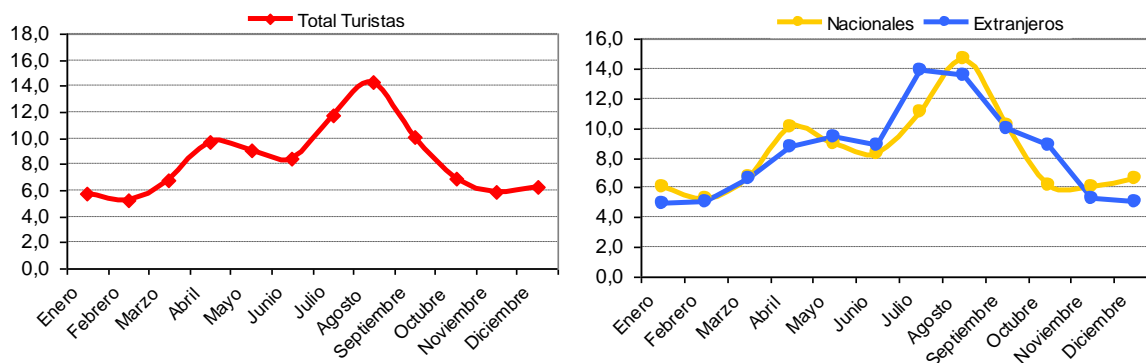
Destino Comunidad Valenciana 2003
Distribución de Turistas por Temporada. Preferencias según Origen.



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

Agosto es el mes en que la Comunidad recibe un mayor volumen de turistas con un total de 2,8 millones (**14,3%**), seguido de Julio (11,8%) y septiembre (10,1%). Durante la temporada de primavera, abril fue el que más turistas registró (9,7%), provocado por el periodo vacacional de la Semana Santa. Los meses que menos turismo recibieron fueron enero (5,7%) y febrero (5,2%).

Distribución de turistas por meses. Preferencias según Origen
Destino Comunidad Valenciana. Año 2003



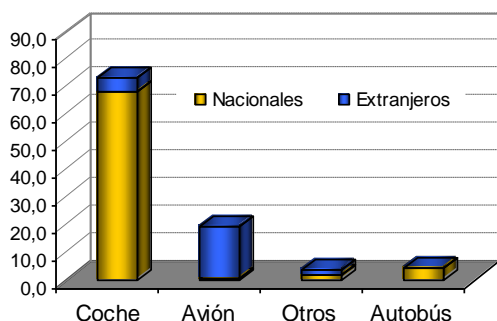
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

El **medio de transporte** más utilizado por los turistas que viajan a la Comunidad Valenciana es el **coche**, elegido por un total de **14,4 millones (73,0%)**. El segundo medio de transporte más utilizado es el **avión** con un **19,1%**, mientras que el autobús y otro tipo de transportes se convierten en opciones minoritarias elegidas por un 4,3% y 3,7% de los turistas respectivamente.

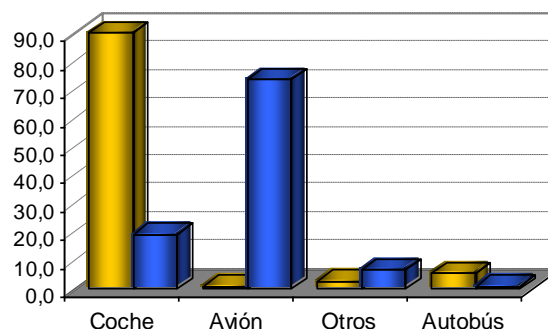
En relación a la elección de uno u otro medio de transporte, se observan diferencias significativas entre los turistas nacionales y los turistas procedentes de países extranjeros. Como se puede ver a continuación, mientras que la elección del coche como principal medio de transporte aparece casi como la única opción entre los turistas nacionales, la mayoría de los turistas extranjeros se decanta por el avión. De esta forma el coche es elegido por el 91,1% de los turistas nacionales y por un 18,9% de los turistas extranjeros. El avión, sin embargo, es monopolio de los turistas extranjeros, ya que es elegido por el 73,7% frente a sólo un 0,8% de los turistas nacionales. La opción del autobús tiene un mayor peso entre los turistas nacionales (5,5%) que entre los turistas extranjeros (0,9%).

Destino Comunidad Valenciana 2003

Turistas según Medio de Transporte



Preferencias según Origen



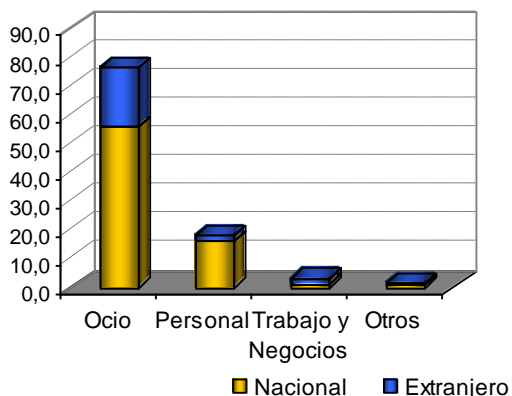
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

El principal **motivo** que lleva a los turistas a viajar a la Comunidad Valenciana es el de disfrute de **ocio** y **vacaciones**, mencionado por el 76,6% de los mismos, a éste le siguen motivos relacionados con temas personales (18,0%), de trabajo (3,3%) y otros (1,5%).

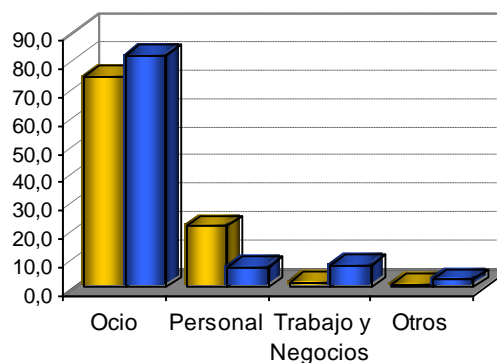
En cuanto al origen de los turistas, existen pequeñas diferencias en lo que respecta a los motivos relacionados con temas personales y de negocios. Mientras que una mayor proporción de turistas nacionales viajan a la Comunidad Valenciana por temas personales (un 14,4% más), el motivo de trabajo y negocios tiene mayor peso entre los turistas extranjeros (un 5,9% más).

Destino Comunidad Valenciana 2003

Turistas según Motivo del Viaje



Motivos de Viaje según Origen



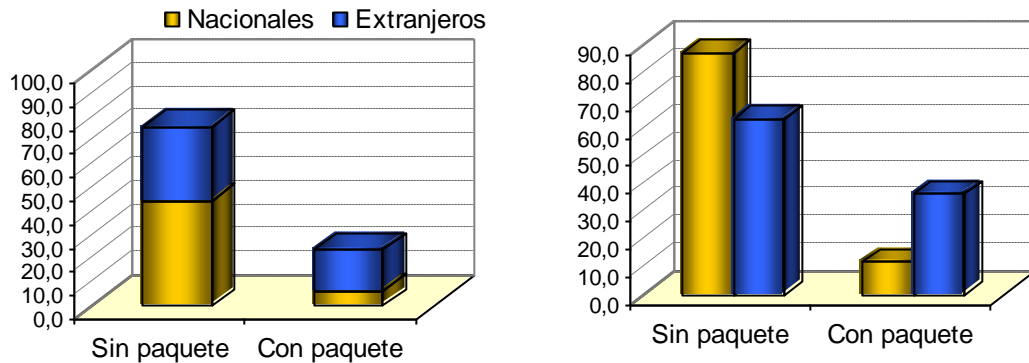
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

En cuanto a la **organización del viaje**, el 75,7% de los turistas que viajan a la Comunidad Valenciana durante el año 2003 lo hacen sin paquete turístico, mientras que el 23,6% de los turistas viajan con reserva completa. De los 2,4 millones de turistas que sí contratan un paquete turístico antes de viajar al destino, el 74,8% son extranjeros. Esto significa que son los turistas extranjeros los que contratan la mayor parte de los paquetes turísticos con destino a la Comunidad Valenciana.

A pesar de que tanto entre turistas nacionales como extranjeros lo más frecuente es viajar a la Comunidad Valenciana sin contratar paquetes turísticos, éstos tienen un mayor peso entre los turistas extranjeros, siendo contratados por un 36,3% de los mismos, mientras que tan sólo un 11,6% de los turistas nacionales viajan a la Comunidad con paquete turístico.

Destino Comunidad Valenciana 2003

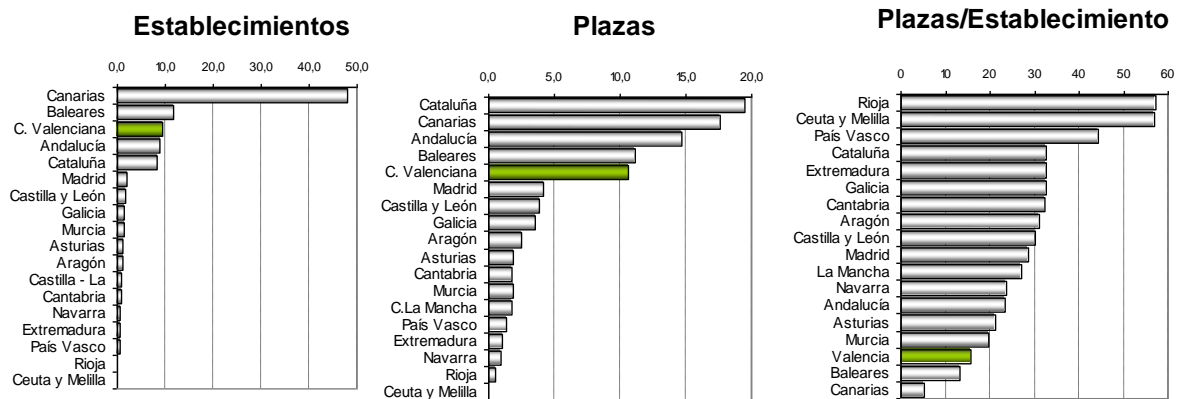
Turistas según la Organización del Viaje Organización del viaje según Origen



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: (*) *Viajes Turísticos*

En lo que respecta a la **oferta de alojamientos turísticos**, según el Instituto Nacional de Estadística, la Comunidad Valenciana ofrece durante el año 2003 un total de **14.171 establecimientos**, representando el 9,5% de la oferta de establecimientos a nivel nacional. Esto sitúa a la Comunidad Valenciana como la tercera Comunidad Autónoma con más establecimientos registrados para el alojamiento turístico, por debajo de Canarias y Baleares, y por encima de comunidades como Andalucía o Cataluña.

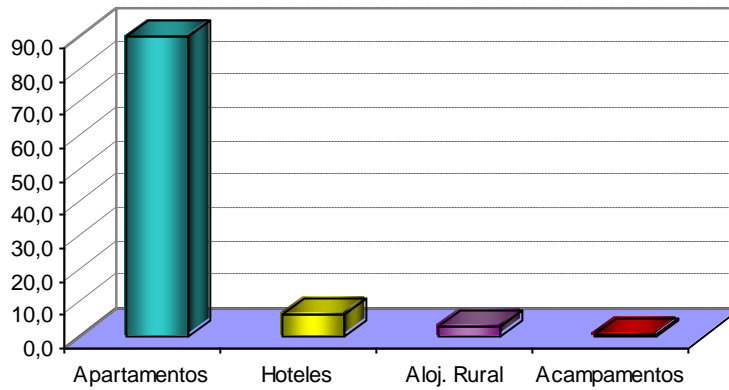
Ranking Oferta Alojamientos sobre el Total Nacional.



Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.
 Instituto Nacional de Estadística (INE).

Los **alojamientos turísticos** que oferta la Comunidad Valenciana tienen la siguiente distribución: de los 14.171 establecimientos el 89,9% son apartamentos (12.742), el 6,4% son hoteles (911), los alojamientos rurales representan el 3,0% (419), y por último los acampamentos son los establecimientos que menos presencia tienen (99).

**Oferta de Alojamientos Turísticos en Com. Valenciana
Año 2003**

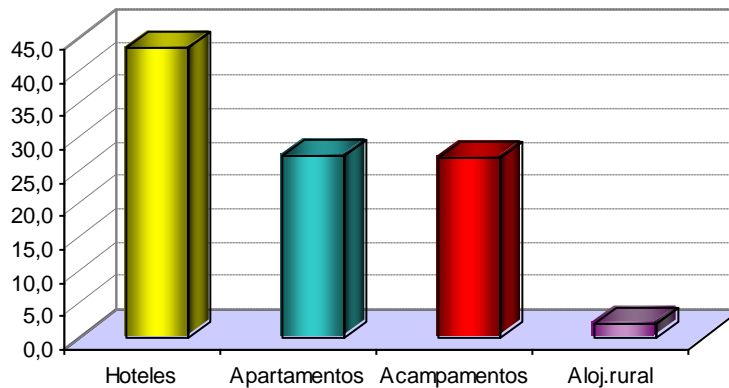


Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.
Instituto Nacional de Estadística (INE).

En cuanto al número de plazas, la Comunidad Valenciana oferta durante el año 2003 un total de 220.642 plazas, representando el 10,6% de la oferta total de plazas a nivel nacional. De esta forma la Comunidad Valenciana se sitúa como la quinta Comunidad Autónoma que más plazas oferta en España.

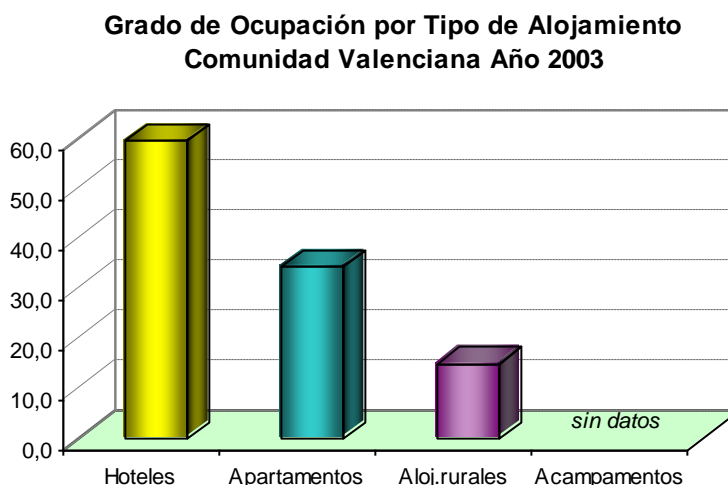
Las plazas que ofrece la Comunidad Valenciana se distribuyen de forma desigual en función del tipo de alojamiento. La mayor oferta de plazas se da en hoteles (96.314) representando el 43,7%, seguido de apartamentos (60.465) y acampamentos (59.564), representando el 27,4% y 27,0% respectivamente. El menor número de plazas ofertadas en la Comunidad se da en los alojamientos rurales (1,9%).

**Oferta de Plazas por Tipo de Alojamiento
Comunidad Valenciana Año 2003**



Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.
Instituto Nacional de Estadística (INE).

El **grado de ocupación** de los alojamientos turísticos en la Comunidad Valenciana durante el año 2003 varió en función del tipo de alojamiento. Los hoteles fueron los establecimientos que mayor nivel de ocupación registraron con un 59,7% de las plazas ocupadas. Los apartamentos registraron un nivel de ocupación del 34,2%, mientras que en los alojamientos rurales se ocuparon el 15,0% de las plazas.

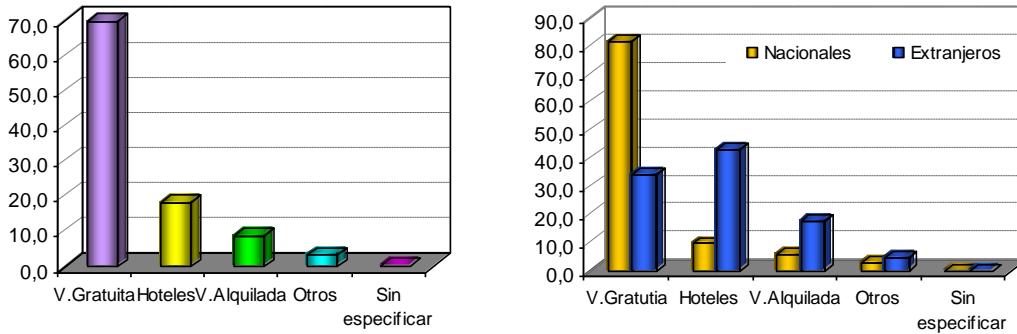


Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.
Instituto Nacional de Estadística (INE).

En lo que respecta a la **demanda de alojamientos turísticos** por parte de los turistas, la **vivienda gratuita** es el alojamiento más popular entre los turistas que viajan a la Comunidad Valenciana elegida por un **69,9%**. El siguiente alojamiento más demandado, por un total de 3,6 millones de turistas, son los hoteles, concentrándose en ellos el 18,1% de los turistas que se alojan en la Comunidad. En menor proporción los turistas eligen alojarse en viviendas alquiladas (8,7%) y otro tipo de alojamiento (3,3%). Al respecto, se puede observar cómo en la elección de uno u otro tipo de alojamiento influye directamente el origen de los turistas. El 81,8% del turismo nacional, procedente de dentro de España, se concentra en viviendas gratuitas proporcionadas por familiares o amigos, sin embargo el turismo extranjero tiende a repartirse algo más entre los diferentes tipos de alojamientos. El alojamiento preferido de los turistas extranjeros son los hoteles, elegidos por un 43,2% de éstos (elegido por tan sólo un 9,7% de los turistas españoles) y, al contrario que en el caso de los turistas nacionales, la vivienda gratuita no tiene tanto peso, a pesar de que ésta sea la segunda opción más elegida por los turistas extranjeros (34,4%). Sin embargo a la hora de alquilar una casa las proporciones se acercan algo más con un 5,8% en el caso de los españoles y un 17,6% en el caso de los extranjeros.

Destino Com. Valenciana 2003

Número de Turistas según Tipo de Alojamiento Preferencias según Origen de los turistas

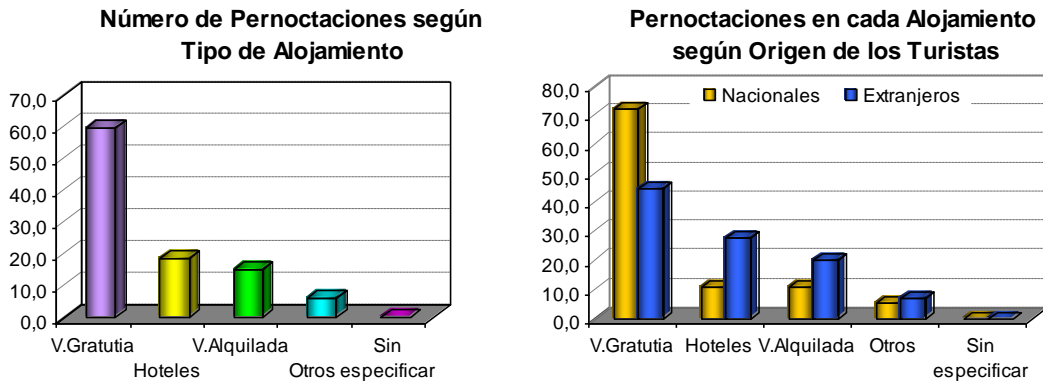


Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

Los 19,8 millones de turistas que se alojaron en la Comunidad Valenciana durante el año 2003 generaron un total de **149,4 millones de pernотaciones**, de las cuales 82,2 millones las generaron los turistas nacionales (55,0%) y 67,2 millones fueron generadas por los turistas extranjeros (45,0%). Si tenemos en cuenta que durante el año 2003 llegaron a la Comunidad Valenciana 9,8 millones más de turistas nacionales que de extranjeros y que los turistas nacionales generan sólo 14,9 millones más de pernотaciones (cuando la estancia media en la Comunidad Valenciana se sitúa en 7,6 días), se llega a la conclusión de que la estancia media de los turistas extranjeros es superior a la de los turistas nacionales.

Las pernотaciones se distribuyen en los diferentes alojamientos de la siguiente manera: en la vivienda gratuita fue donde mayor número de pernотaciones se registraron (60,0%), el 18,7% de estas se registraron en los hoteles y el 15,1% en la vivienda alquilada. El resto se repartieron entre otro tipo de alojamientos (6,1%). Al respecto se observan diferencias entre los turistas nacionales y extranjeros. Mientras que las pernотaciones generadas por los turistas nacionales se concentran en la vivienda gratuita (72,6%), las pernотaciones generadas por los turistas extranjeros se reparten entre vivienda gratuita (44,7%), hoteles o similares (28,0%), la vivienda alquilada (20,1%) y en otro tipo de alojamientos (7,1%).

Destino Comunidad Valenciana 2003



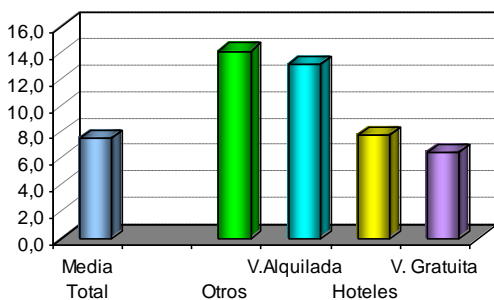
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

La **estancia media** de los turistas que viajaron a la Comunidad Valenciana durante el año 2003 fue de **7,6 noches** (1,6 noches por encima de la media a nivel nacional). La estancia más larga se dio en la vivienda alquilada y en otro tipo de alojamientos, con una media de 13,1 y 14,2 noches respectivamente. Los hoteles registraron una estancia media de 7,8 noches. La estancia media más baja se registró en la vivienda gratuita con una media de 6,5 noches. Como se comentó anteriormente, la estancia media de los turistas extranjeros está por encima de la estancia media de los turistas nacionales (más del doble en la media total).

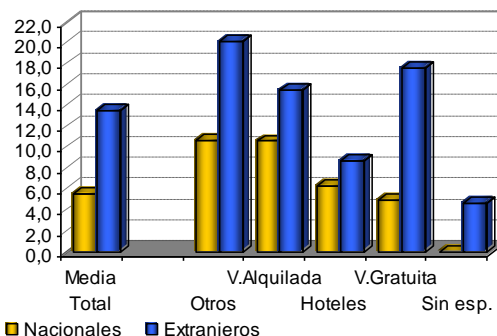
La estancia media de los turistas extranjeros fue de 13,6 noches, mientras que la de los turistas nacionales que se alojaron en la Comunidad fue de 5,6 noches, lo que supone una diferencia de 8 noches. La diferencia más grande entre unos y otros se da en la vivienda gratuita y otro tipo de alojamientos donde la estancia media de los turistas extranjeros supera en 12,7 y 9,5 noches respectivamente a la registrada para los turistas nacionales en ese tipo de alojamiento. La diferencia más pequeña se da en la media registrada en los hoteles, donde los turistas extranjeros se hospedaron una media de 2,4 noches más que los turistas nacionales.

Destino Comunidad Valenciana 2003

Estancia Media en cada tipo de Alojamiento



Estancia Media según Origen de los Turistas



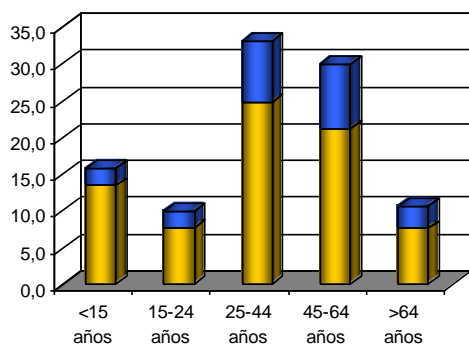
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

En cuanto a las **características** de los turistas que viajaron a la Comunidad Valenciana, el 33,2% tiene edades comprendidas entre 25 y 44 años, siendo este grupo de edad el más numeroso. Los turistas con edades comprendidas entre 45 y 64 años también tienen un peso importante en el turismo interior de la Comunidad representando el 30,0% del mismo.

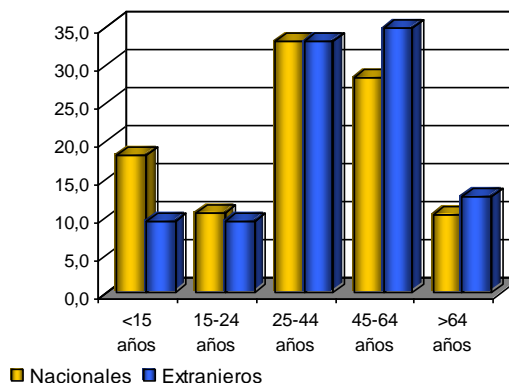
En lo que respecta a las diferencias entre turistas nacionales y extranjeros, entre los nacionales existe una mayor proporción de turistas jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y 24 años, representando un 18,0% frente a un 9,3% que representa este grupo de edad entre los turistas extranjeros. Por el contrario, entre los turistas extranjeros se registran más turistas mayores de 45 años (47,4%) que entre los turistas nacionales (38,5%).

Destino C. Valenciana. Año 2003

Distribución de los Turistas por Edades.

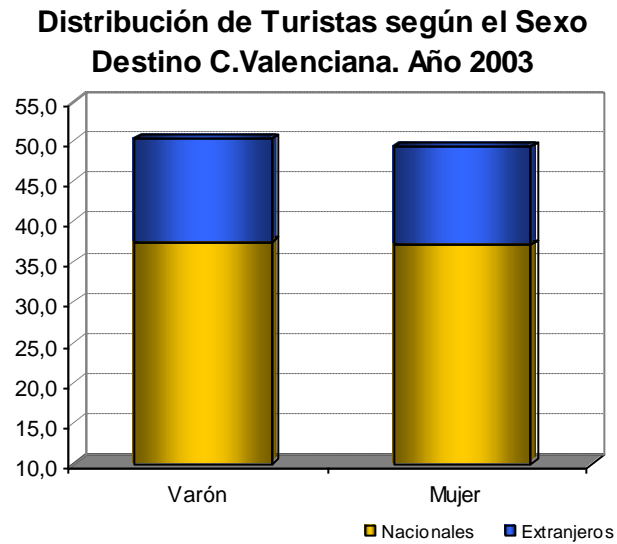


Distribución de los Turistas por Edades según Origen.



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
 Base: Viajes Totales

En lo que se refiere al **sexo** de los turistas, la distribución está muy igualada con un pequeño predominio del género masculino. No se observan diferencias significativas entre el turismo nacional y el extranjero.



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.
(2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET
Base: Viajes Totales

2.3 PRECIOS

La **variación interanual** del Índice General de Precios (**IPC**) para el 2003 en la Comunidad Valenciana es de **2.5%**, sólo un 0.1% por debajo de la variación registrada a nivel nacional (2.6%). La tasa de variación interanual general es inferior a la registrada para la rúbrica y los diferentes subgrupos (excepto en el viaje organizado).

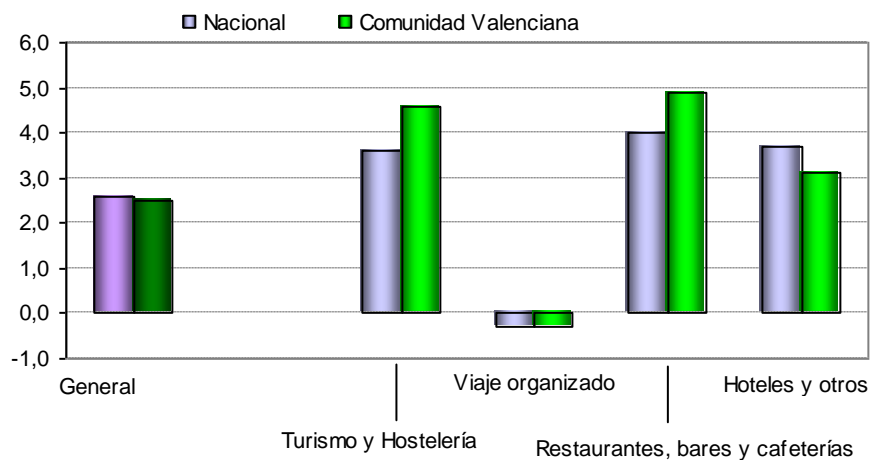
La variación interanual del IPC para la rúbrica de **Turismo y hostelería** en la Comunidad Valenciana se sitúa en un **4.6%**, variación superior a la registrada para la misma rúbrica a nivel nacional (+1.0) y considerablemente mayor que la tasa de variación general para la Comunidad (+2.1%).

Dentro de esta rúbrica, el **viaje organizado** es el único subgrupo que presenta una tasa de variación negativa, con una variación del -0.3% con respecto el año anterior.

El IPC para **restaurantes, bares y cafeterías** creció con respecto al año anterior un 4.9%, 2.4 puntos más que el crecimiento registrado para el IPC general en la Comunidad Valenciana.

El subgrupo de **hoteles y otros alojamientos** en la Comunidad Valenciana tuvo una tasa de variación interanual del IPC del 3.1%. Esta tasa estaría 0.6 puntos por encima de la registrada para el IPC general en la Comunidad.

% Variación Interanual IPC: General, Rúbrica y Subgrupos. Año 2003



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

