

EL SECTOR TURÍSTICO: CONTEXTO SECTORIAL DE TU PLAN DE NEGOCIO

Reseñamos a continuación, algunos datos que consideramos relevantes para enmarcar tu negocio en el contexto general del sector y que te permitirán conocer:

- **LOS ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR TURÍSTICO Y SU INCIDENCIA EN LA COMUNITAT VALENCIANA.**
- **LOS MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA COMUNITAT VALENCIANA Y LA PROVINCIA DE ALICANTE.**
- **MOTIVACIONES PARA VIAJAR DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL.**

1. Contexto económico nacional e internacional del sector turístico: algunos datos generales

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), podemos definir el turismo como aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos.

El sector turístico español ha disfrutado en 2016 de una combinación excepcional de factores que le han permitido alcanzar unos registros, tanto en volumen como en crecimiento, nunca vistos en los últimos quince años. El PIB turístico ha acelerado su crecimiento hasta el 4,9% en 2016, lo que supone un incremento de 6.414 millones de euros hasta alcanzar los 125 mil millones de euros, un 11,2% del PIB de la economía española. Generó 80.688 nuevos empleos en 2016, el 15,1% de todos los nuevos puestos de trabajo creados en España en este año, según datos de la Seguridad Social.

El inusual crecimiento de la demanda extranjera hacia España, motivado por el desplome de turistas en los países competidores del Mediterráneo y nuestras ventajas competitivas respecto a otros destinos: seguridad, infraestructuras modernas, establecimientos renovados, calidad de la oferta, etc., se ha materializado en un aumento estimado de la llegada de turistas del 10,1%, y de los ingresos por turismo del 6,8% en 2016, según datos del Banco de España.

Por otro lado, el temido efecto del Brexit sobre las llegadas de británicos a España, ha sido nulo hasta el momento y los indicadores turísticos del mercado británico hacia España (llegadas de turistas, pernoctaciones en hoteles y gasto), acabaron en el año 2016 en valores máximos respecto a los últimos quince años. Del mismo modo, todos los mercados exteriores han registrado un sustancial crecimiento de sus viajes y gasto turístico en España, partiendo de los altos niveles del año 2015.

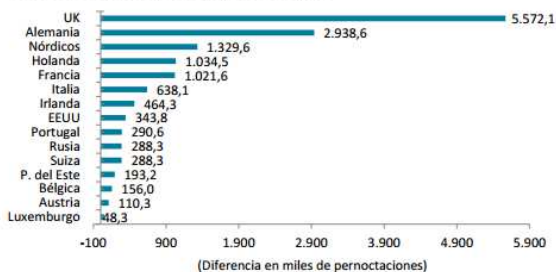
Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Enero - noviembre 2016/2015
(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Enero - noviembre 2016/2015
(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

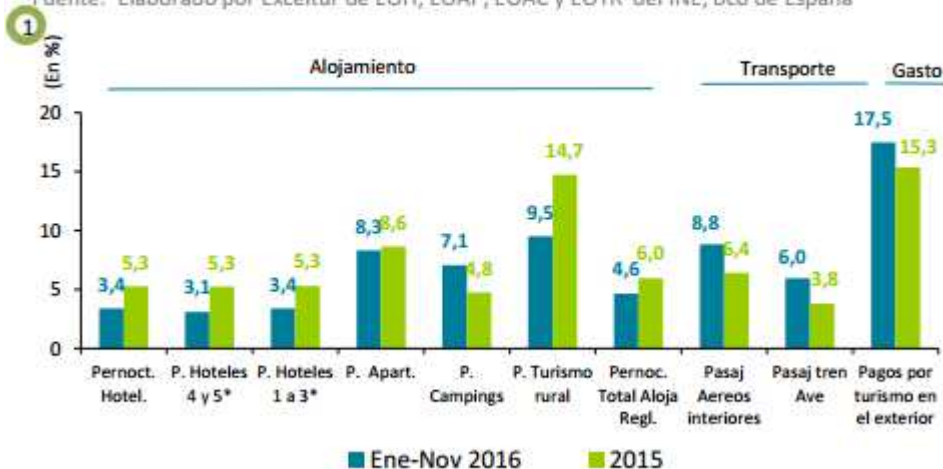
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



El mercado español mantiene su senda estable de recuperación en consonancia con el crecimiento del consumo de las familias, pero a ritmos algo menores que en 2015. En buena parte de los destinos vacacionales de sol y playa, el desbordante incremento de la demanda extranjera, ha limitado el acceso de los operadores españoles a su oferta de alojamientos reglados en temporada alta, lo que ha reducido el crecimiento de la demanda interna.

Indicadores de demanda NACIONAL.Comparativa % VarEne-nov 2016 vs %Var 2015
(Tasa de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



(*) Datos de pagos por turismo y transporte de pasajeros están hasta el mes de octubre

También sube la actividad del business travel en España, en un mercado caracterizado por la búsqueda de una mayor eficiencia en costes operativos. El impacto económico de los viajes de negocios en España se ha incrementado notablemente durante 2016, gracias a un aumento en los presupuestos de las empresas, tanto de los viajeros de negocios españoles (+14,6%) como de los extranjeros (+6,1%), en un contexto de dinamismo y confianza en la economía española, constatado por el 3,3% de crecimiento de su PIB.

Indicadores del business travel en España. Viajero español y extranjero (*). Var% 2016/2015

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos publicados en la ETR, Frontur, Egatur



(*) Los datos de la demanda extranjera son del periodo Ene-Nov y los de la española Ene-Sep

Los datos del REVPAR (indicador reflejo del ingreso por habitación disponible en una zona) del INE acumulados hasta el mes de noviembre, reflejan el fuerte tirón de los destinos de la costa española con un incremento acumulado del 12,6%, frente al positivo, pero más moderado aumento del 7,5% en los establecimientos situados en las ciudades. En éstas, destaca la evolución de Zaragoza (+18,0%), las levantinas (Alicante +17,0% y Valencia +10,0%), las vascas (San Sebastian +11,8% y Bilbao +10,7%), las gallegas (La Coruña +14,7% y Santiago +13,5%) y las andaluzas (Sevilla +14,5%, Málaga +11,7%, Córdoba +11,0% y Granada +10,9%).

Para 2017, las estimaciones de los expertos indican que el PIB turístico español crecerá en torno al 3,2% y seguirá siendo uno de los principales motores del crecimiento de la economía española y de la creación de empleo.

El análisis del contexto sectorial arroja las siguientes conclusiones básicas:

- **La Comunitat Valenciana es el tercer destino turístico de España en número de viajeros y de pernoctaciones, teniendo en cuenta tanto el turismo nacional como extranjero, por detrás de Andalucía y Cataluña. En 2015 el número de turistas extranjeros con destino en la Comunitat Valenciana creció un 4,3%, alcanzando un nuevo máximo histórico. El número de viajes de los residentes creció un 5,6%.**

2. El sector turístico en nuestro ámbito

- *¿Qué actividades incluye el sector turístico?*
- *¿Cómo ha evolucionado el sector en los últimos años?*
- *¿Cuál es la situación actual del sector turístico en los Municipios de Guardamar, Torrevieja y Pilar de la Horadada?*

Llegada de Turistas Nacionales a la Comunidad Valenciana y Provincia de Alicante

En el año 2015 la Comunitat Valenciana fue el destino de **16.264.138 millones de viajes de residentes en España**, que permanecieron una media de 5,1 días, siendo esta cifra superior a la estancia media en el conjunto de España (3,9 días). El 38,4% de los viajes fueron realizados en fin de semana y un 23,5% corresponden a la tipología de vacaciones de verano.

La **demanda nacional** representó un 71,5% de los turistas totales con destino en la Comunitat Valenciana y realizaron un 53,8% de las pernoctaciones totales. Los propios residentes en la Comunitat Valenciana fueron el primer mercado de origen, realizando un 45,7% del total de viajes, seguidos a más distancia de los viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid (21,1%), Castilla y León (7%), Catalunya (6,9%) y Murcia (4,7%). Si consideramos el motivo del viaje, el apartado ocio, recreo y vacaciones representó el 62,7% del total, la visita de familiares o amigos concentró el 28,5% de los viajes, los realizados por motivo de trabajo o negocios representaron el 6,5% y por último los viajes por otros motivos supusieron el 2,3%.

La **provincia de Alicante** fue el destino de 6,3 millones de viajes de residentes en España, que permanecieron una media de 6,1 días. De este total, un 33,5% tuvo como destino Benidorm. Considerando la tipología del viaje, los viajes de fin de semana representaron un 33,6% y los viajes de vacaciones de verano un 26,7% del total. La Comunitat Valenciana (35,3%) y Madrid (27,4%) son los principales emisores nacionales. La motivación principal (64,4%) fueron los viajes de ocio, recreo y vacaciones, seguida de la visita a familiares o amigos (23,1%). Las pernoctaciones se distribuyen entre los establecimientos hoteleros (21,9%), la vivienda propia (25,7%) y el de familiares y amigos (38,2%). El gasto por viaje fue de 226 euros y el gasto medio diario se estimó en 37,4 euros.

Actividades realizadas por los viajeros residentes en España que visitaron la Comunitat Valenciana (en %)

Fuente: ITE. Familitur.



Llegada de Turistas Extranjeros a la Comunidad Valenciana y a la Provincia de Alicante

En el año 2015 la Comunitat Valenciana ha recibido **6.493.965 millones de turistas extranjeros**, que han permanecido una media de 11,1 días, siendo dentro del grupo de principales comunidades receptoras de turistas extranjeros, la que posee una mayor estancia media de los turistas (la registrada para el conjunto de España fue en 2015 de 8,8 días). El Reino Unido es el principal mercado de origen, con una cuota del 32,3%, seguido a cierta distancia del mercado francés, el conjunto de nórdicos y el alemán. Entre los motivos del viaje, el ocio y las vacaciones constituyen la principal motivación para la mayoría de los turistas extranjeros que visitan la Comunitat -el 89,7%-.

Los viajes por motivo de trabajo y negocios concentran al 5,2% de los turistas extranjeros, y el 3% viajan a la Comunitat por otros motivos.

Entre las actividades más habituales realizadas en los viajes a la Comunitat Valenciana de los turistas extranjeros, destacan las relacionadas con el ocio (compras, discotecas, parques temáticos) y la cultura (visitas y actividades culturales, actividades gastronómicas) y el deporte (deportes náuticos, golf, senderismo).

La provincia de Alicante recibió **4.679.774 turistas residentes en el extranjero** que permanecieron una media de 11,2 días. De este total, un 23,9% tuvo como destino principal la ciudad de Benidorm.

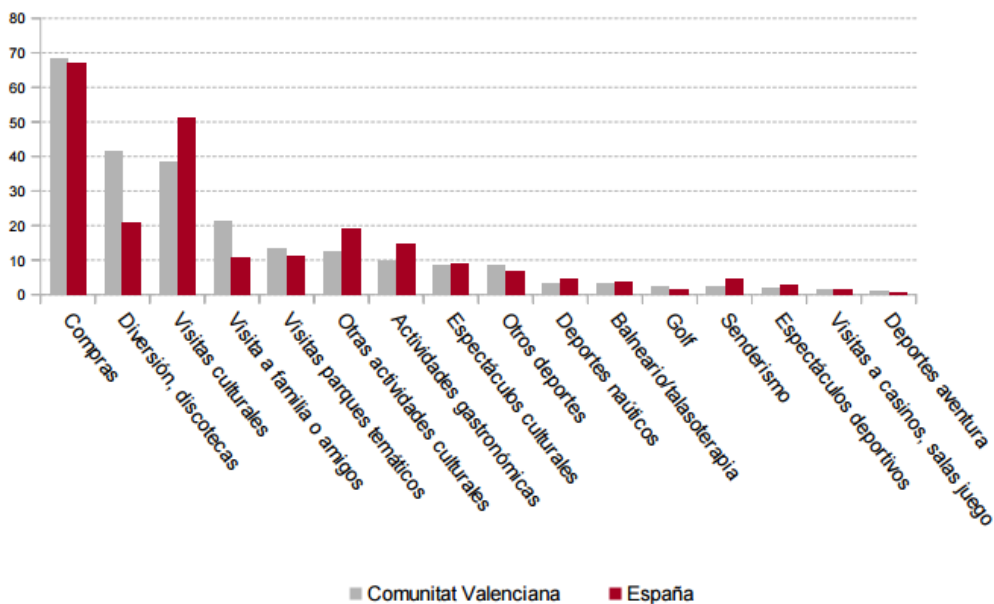
La motivación principal en el 94,7% de los viajes fue el ocio, recreo y vacaciones; el disfrute del campo y especialmente la playa fue la motivación principal para el 58,8% de los viajes de ocio. El gasto por viaje fue de 866 euros y el gasto medio diario se estimó en 77,6 euros.

Un 79% de las pernoctaciones tuvieron lugar en vivienda propia, alquilada o de familiares y amigos. La vivienda propia concentró el mayor número de

pernoctaciones (31,8%). Un 26,8% de las pernoctaciones se realizaron en viviendas de familiares o amigos. Un 87,1% viajó en avión y un 11,2% accedió por carretera. El Reino Unido fue el principal emisor (41,8%), seguido por Francia (9,6%), Alemania (6,9%) y Holanda (6,5%); el conjunto de los Países Nórdicos concentró una cuota del 13%. El emisor irlandés realizó la estancia media más corta (8,6 días) y el ruso el mayor gasto medio diario (124,7 euros) al tiempo que su estancia (14,4 días) superó la media de la provincia.

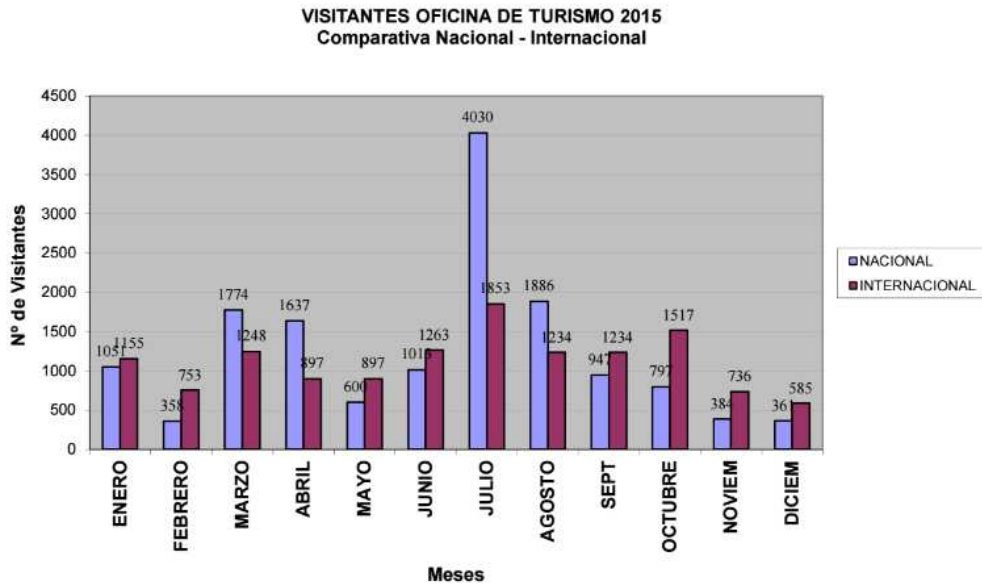
Actividades realizadas por los turistas extranjeros que visitaron España y la Comunitat Valenciana (en %). Datos año 2014

Fuente: ITE. Egatur

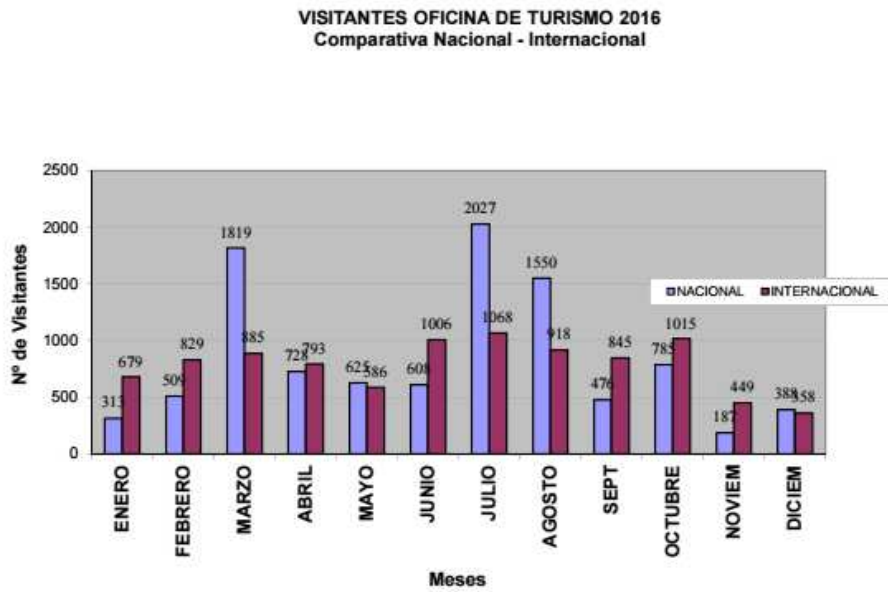


Llegada de Turistas a Guardamar del Segura, Torrevieja y Pilar de la Horadada

1. Guardamar



visitantes Nacionales y Extranjeros, Guardamar 2015



Visitantes Nacionales y Extranjeros en 2016

Por lo que respecta a la procedencia de los turistas que llegan a Guardamar, podemos observar que dependiendo de la época de año, existe una diferencia acusada entre la llegada de turistas nacionales e internacionales, siendo Julio (mes que coincide con las fiestas en Honor a Sant Jaume) el mes con mayor porcentaje de turistas procedentes a nivel nacional. Hay que destacar que durante todo el año, existe un público potencial tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Año	EN	FE	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOT	%
2015		B	AR	B	AY	U	U	G	E	CT	O	IC	AL	
			R	R		N	L	O	P		V			
Rutas	48	33	61	53	29	47	45	50	58	52	39	36	541	1.11
Visitas	31	39	77	53	45	68	75	79	56	31	36	14	607	1.25
Guiadas														
Parques Naturales	6	6	16	9	10	2	15	24	16	6	14	6	130	0.27
Gastronomía	14	13	8	30	47	52	25	50	48	76	37	3	142	2.93
										5	3		8	
Fiestas	856	189	11	52	12	95	41	15	21	33	79	43	918	18.8
			37	7	8	9	69	6	9	3		5	7	6
Artesanía	2	2	8	0	0	0	2	13	8	5	0	4	44	0.09
Ocio	4	0	53	68	11	32	77	81	25	77	34	15	254	5.22
					0	7	5	8	9				0	
Actividades Culturales	830	146	34	20	12	29	73	50	23	14	20	16	392	8.06
			8	3	2	6	4	1	7	2	3	3	5	

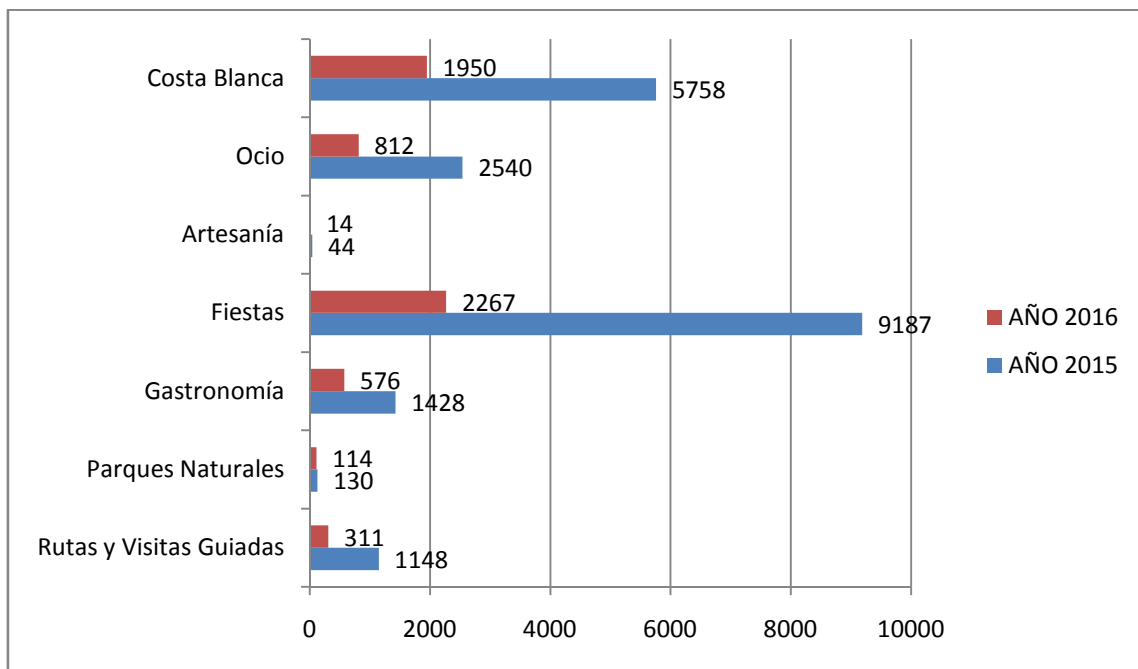
Costa Blanca	367	139	56 2	52 1	30 7	60 8	12 57	69 2	55 8	27 3	29 1	18 3	575 8	11.8 2
Casa Ing Mira	12	15	71	10 6	17	29	54	78	78	34	9	9	512	1.05

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

Año 2016	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DI C	TOTAL	%
Rutas y Visitas Guiadas	23	32	56	43	38	12	22	15	18	24	11	17	311	1.82
Parques Naturales	7	7	7	4	6	1	19	17	14	21	7	4	114	0.67
Gastronomía	6	14	25	26	24	49	20	12	26	30 9	42	23	576	3.36
Fiestas	49	79	57 8	38	39	23 0	96 3	29	44	93	7	11 8	2267	13.24
Artesanía	1	4	0	1	0	1	2	3	0	1	0	1	14	0.08
Ocio	14	47	86	95	43	92	15 1	17 8	55	35	11	5	812	4.74
Costa Blanca	83	13 4	31 2	28 5	21 5	21 1	18 9	20 2	11 8	14 0	38	23	1950	11.39

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

En este gráfico, extraído de las estadísticas de mostrador de la Oficina de Turismo de Guardamar del Segura, mostramos cuales son las necesidades más frecuentes que muestran los turistas. En el caso del año 2016, las Rutas y Visitas Guiadas se han comprimido en un mismo apartado.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

2. Torrevieja

En las siguientes tablas te mostramos cuales han sido las necesidades o la demanda, por parte de los turistas que se han acercado hasta las oficinas de turismo de Torrevieja (Tabla 1) y La Mata (Tabla 2).

MOTIVACIÓN	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL DEMANDA
Rutas y Visitas	123	330	453
Parques Naturales	222	604	826
Fiestas	505	798	1303
Gastronomía	108	461	569
Actividades Culturales	1546	2549	4095
Artesanía	7	10	17
Ocio	544	1722	2266
Costa Blanca	365	1244	1609

Tabla 1. Torrevieja

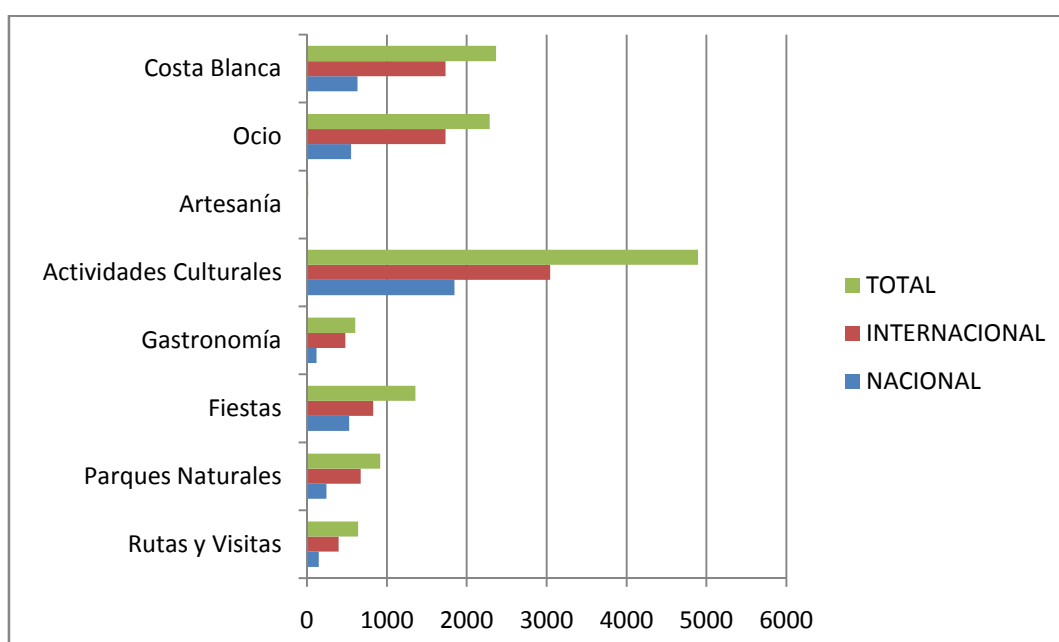
MOTIVACIÓN	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL DEMANDA
Rutas y Visitas	25	68	93
Parques Naturales	21	70	91
Fiestas	23	32	55
Gastronomía	13	21	34
Actividades Culturales	302	496	798
Artesanía	0	0	0
Ocio	9	11	20
Costa Blanca	268	492	760

Tabla 2. La Mata

Vamos a englobar los datos de las estadísticas del año 2.016 de La Mata y Torrevieja. Sumamos las demandas de las dos oficinas para saber cuáles son las motivaciones y/o necesidades de los turistas (que son nuestros clientes potenciales).

MOTIVACIÓN	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL DEMANDA
Rutas y Visitas	148	398	639
Parques Naturales	243	674	917
Fiestas	528	830	1358
Gastronomía	121	482	603
Actividades Culturales	1848	3045	4893
Artesanía	7	10	17
Ocio	553	1733	2286
Costa Blanca	633	1736	2369

Tabla 3. Total Motivación La Mata y Torrevieja

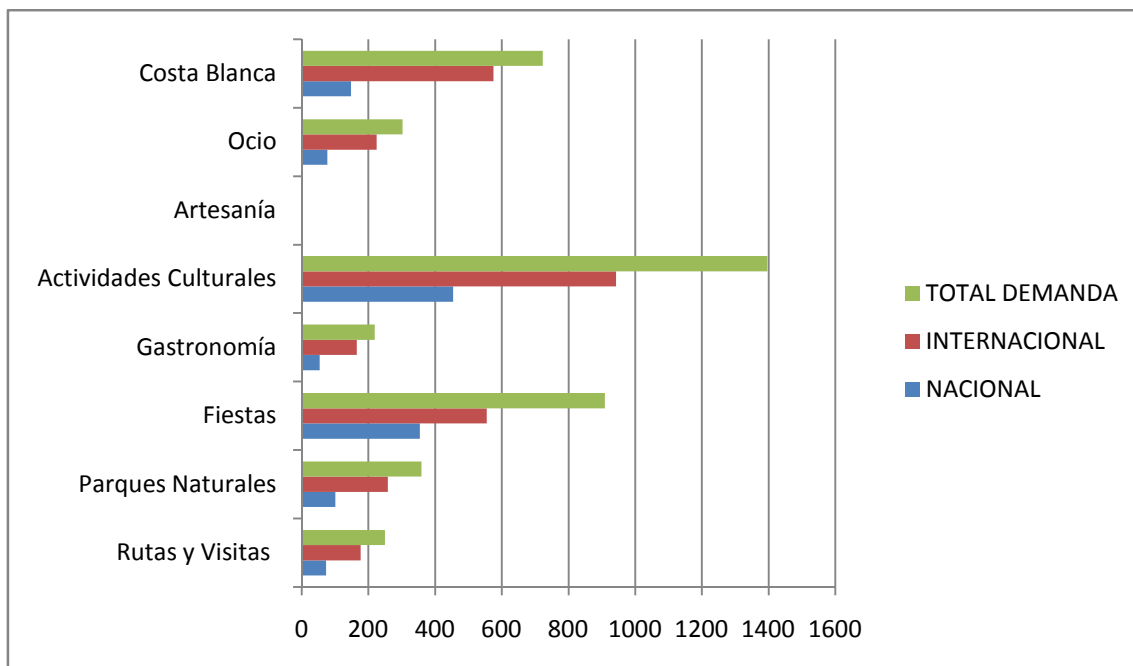


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

En el siguiente cuadro, podemos observar la motivación de los turistas de Torrevieja desde enero hasta mayo de 2017.

MOTIVACIÓN	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL DEMANDA
Rutas y Visitas	73	177	250
Parques Naturales	101	258	359
Fiestas	354	555	909
Gastronomía	54	165	219
Actividades Culturales	454	943	1397
Artesanía	0	1	1
Ocio	77	225	302
Costa Blanca	148	575	723

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

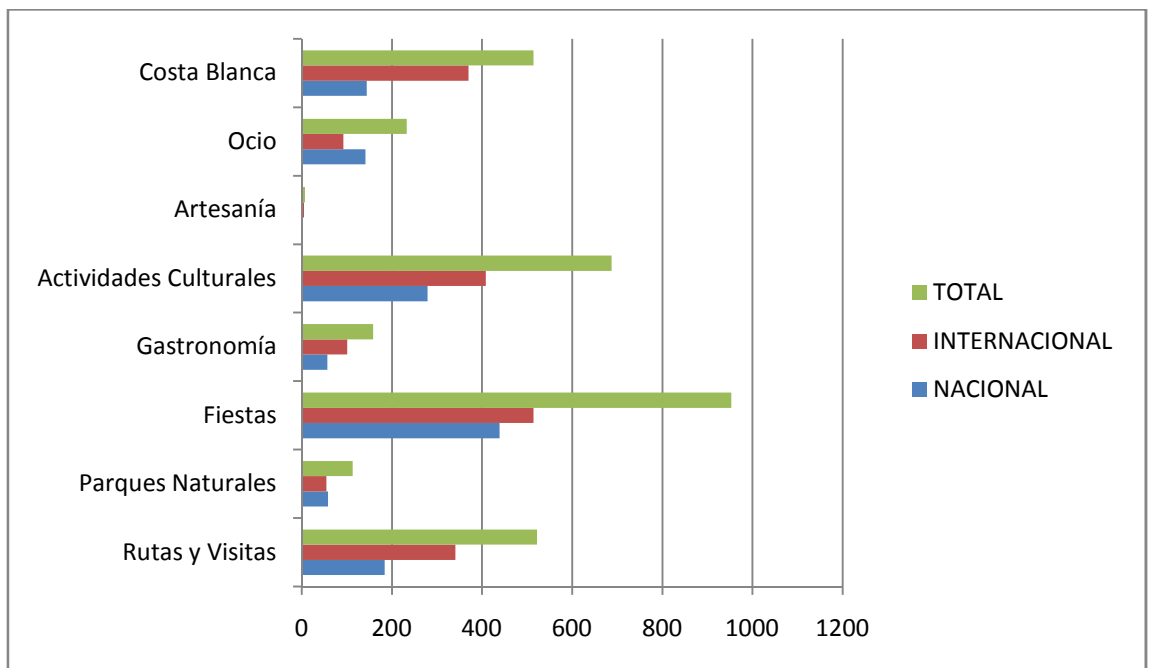
3. Pilar de la Horadada

En el siguiente cuadro, podemos observar la motivación de los turistas de Pilar de la Horadada durante el año 2016.

MOTIVACIÓN	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL DEMANDA
Rutas y Visitas	184	341	522
Parques Naturales	58	55	113
Fiestas	439	514	953
Gastronomía	57	101	158
Actividades	279	408	687

Culturales			
Artesanía	2	5	7
Ocio	141	92	233
Costa Blanca	144	370	514

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

4. Comparativa entre los tres municipios

En el primer cuadro podemos observar un resumen de los turistas que pasaron por las oficinas de turismo de los municipios. Como se puede observar, el municipio con más número de turistas fue Torrevieja (a los que hay que sumar el número de turistas recibidos por la pedanía de La Mata), seguido de Guardamar del Segura y de Pilar de la Horadada. Siendo Torrevieja el municipio que más demanda internacional tiene.

PROCEDENCIA	LA MATA	TORREVIEJA	PILAR DE LA HORADADA	GUARDAMAR DEL SEGURA
NACIONAL	1.725	10.319	3.940	10.015
INTERNACIONAL	3.093	31.950	5.379	9.431
TOTAL	4.818	42.269	9.319	19.446

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

En este cuadro, lo que te mostramos es la motivación del total de los turistas que recibieron las oficinas de turismo de los tres municipios. Como se puede observar, hemos escogido las motivaciones que están más vinculadas al tipo de actividad empresarial que vas a crear.

MOTIVACIÓN DE LOS TURISTAS	GUARDAMAR DEL SEGURA 2016	TORREVIEJA Y LA MATA 2016	PILAR DE LA HORADADA 2016	TOTAL
Rutas y Visitas	311	639	522	1.472
Parques		917	113	

Naturales	114			1.144
Fiestas	2.267	1.358	953	4.578
Gastronomía	576	603	158	1.337
Actividades Culturales	3.925 (Durante el año 2015)	4.893	687	9.505
Artesanía	14	17	7	38
Ocio	812	2.286	233	3.331
Costa Blanca	1.950	2.369	514	4.833

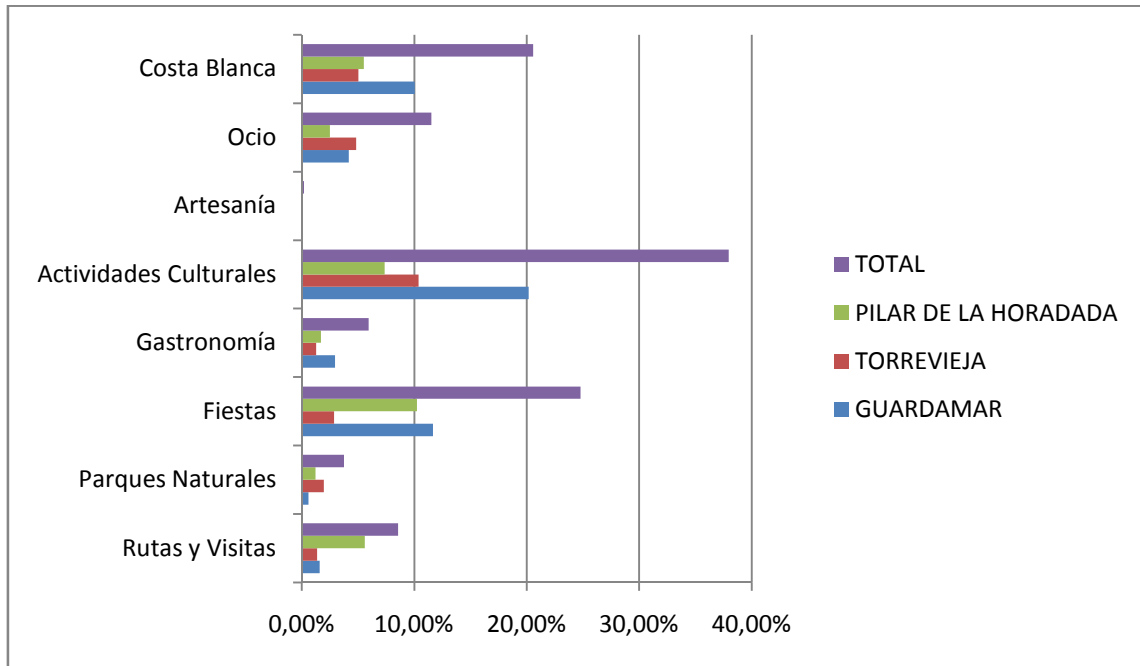
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

En los siguientes gráficos, puedes ver cuál ha sido el porcentaje de demanda total en los municipios, respecto a las motivaciones que están vinculadas a los planes de negocio planteados. Recuerda que tendrás que trabajar confeccionando productos según los sectores de la demanda, ajustando precios y creando rutas que engloben las necesidades de los turistas.

MOTIVACIÓN DE LOS TURISTAS	GUARDAMAR DEL SEGURA 2016	TORREVIEJA Y LA MATA 2016	PILAR DE LA HORADADA 2016
Rutas y Visitas	1,60%	1,36%	5,60%
Parques Naturales	0,59%	1,95%	1,21%
Fiestas	11,66%	2,88%	10,23%
Gastronomía	2,96%	1,28%	1,70%
Actividades Culturales	20,18%	10,39%	7,37%
Artesanía	0,07%	0,04%	0,08%
Ocio	4,18%	4,85%	2,50%

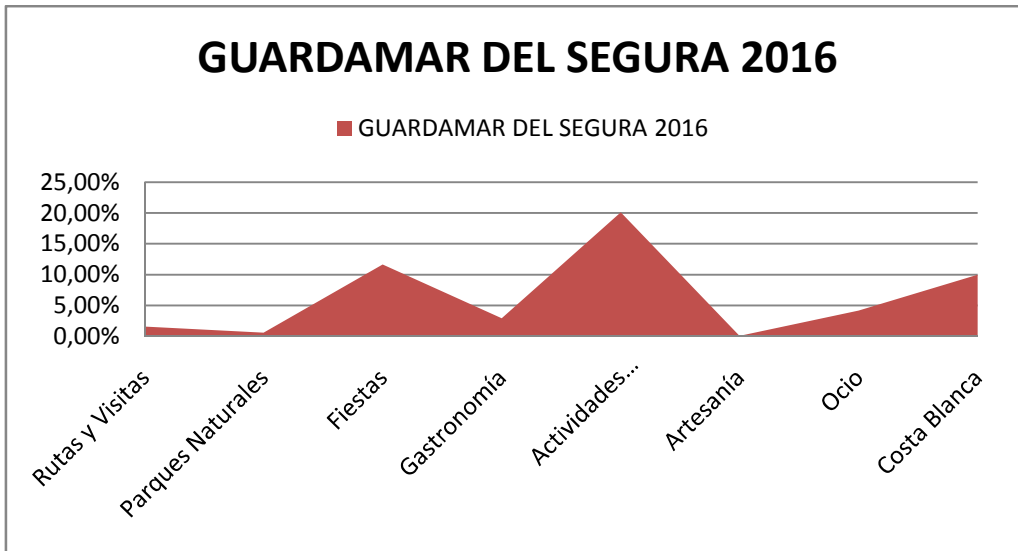
Costa Blanca	10,03%	5,03%	5,52%
---------------------	--------	-------	-------

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

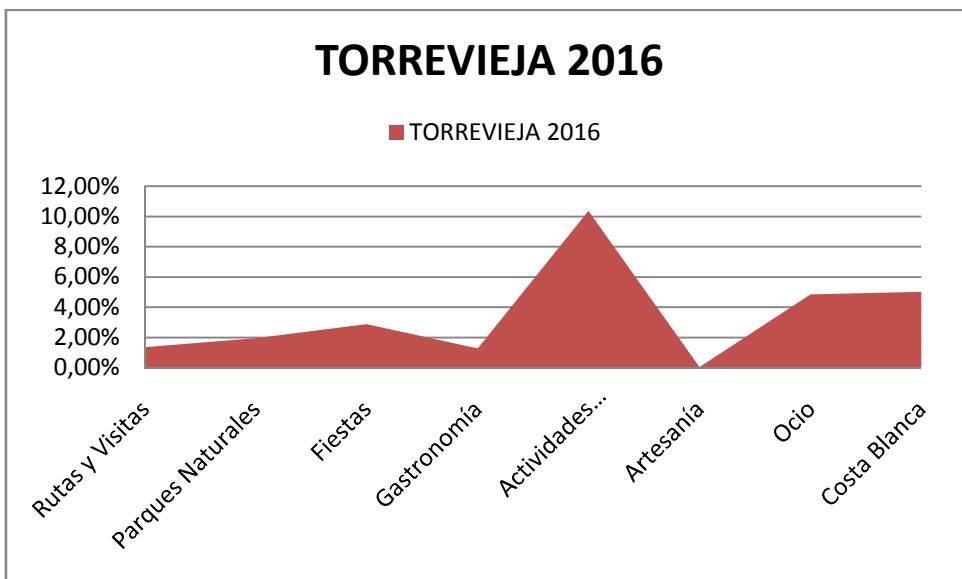


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

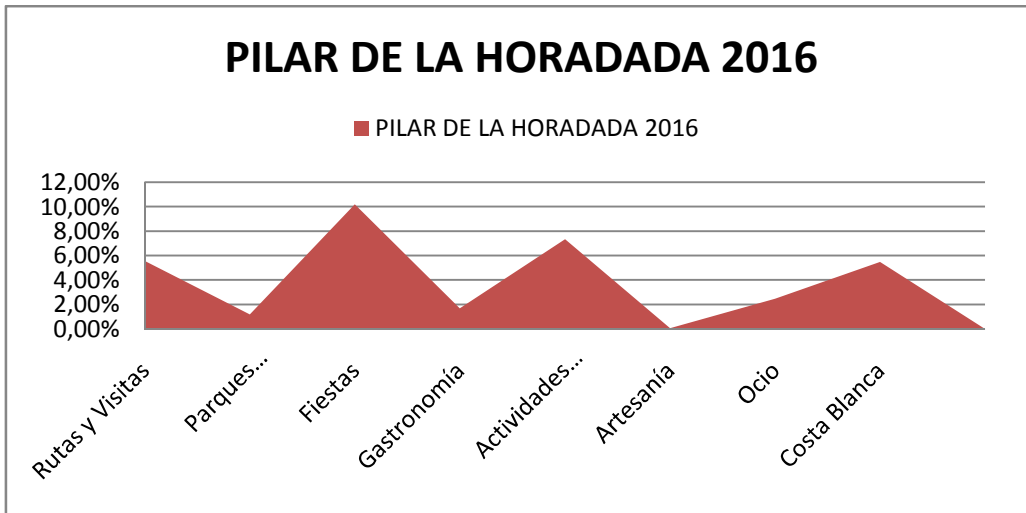
De los datos recopilados se deduce que las principales demandas de los turistas son las actividades culturales y las fiestas, seguidas de preguntas enfocadas a la Costa Blanca, el ocio, las rutas y visitas, la gastronomía, los parques naturales y la artesanía.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas de las Tourist Info.

Normativa Turística y creación de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.

Son empresas de turismo activo aquellas personas físicas o jurídicas que se dediquen de forma profesional, habitual y mediando precio a la organización, prestación o realización de las actividades definidas en el siguiente apartado, siempre que se dirijan al público en general:

- Agencias de viaje
- Establecimientos hoteleros
- Oficinas turísticas
- Alojamiento rural
- Campings
- Empresas de alquiler de apartamentos
- Empresas de Turismo activo
- De Restauración
- De comercialización, intermediación, organización y prestación de cuales quiera servicios turísticos cuando estos no constituyan el objetivo propio de las actividades relacionadas en los puntos anteriores.
- De servicios complementarios

Los tipos de empresas turísticas y profesión:

- Agencias de viaje
- Empresa de turismo activo
- Empresas de turismo complementario
- B&B, pensiones, albergues
- Empresas gestoras/ Explotadores de Viviendas Turísticas
- Campings
- Alojamientos de Interior
- Guía de Turismo/ Montaña
- Áreas de pernocta en tránsito para autocaravanas.
- Conjuntos y bloques de viviendas turísticas.

- Empresas gestoras de viviendas turísticas.
- Establecimiento de restauración (restaurantes y bares)
- Viviendas turísticas

Tendrán la consideración de servicio turístico la prestación, mediante precio, de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Restauración
- Organización, intermediación y comercialización del producto turístico.
- Difusión, asesoramiento e información sobre recursos y manifestaciones históricas, artísticas, culturales o cualesquiera otras de carácter turística de la Comunidad Valenciana.
- Ala delta
- Alpinismo
- Barranquismo
- Benji/Bungee
- Bicicleta de montaña
- Bodyboard
- Buceo
- Busbob
- Canoa
- Charter náutico
- Cicloturismo
- Donutski
- Escafandrismo
- Escalada
- Espeleología
- Esquí náutico
- Esquí alpino
- Esquí de fondo
- Esquí de travesía
- Globo aerostático

- Heliesquí
- Heliexcursión
- Hidrobob
- Hidropedales o patín
- Hidrospeed
- Hidrotrineo
- Kayak o piragüismo
- Kite Surf
- Fly Surf
- Montañismo
- Motos de nieve
- Motos acuáticas
- Mushing
- Orientación
- Paintball
- Paracaidismo
- Parapente
- Parascending
- Puente tibetano
- Quad
- Rafting
- Rápel
- Raquetas de nieve
- Remo
- Rutas a caballo o rutas ecuestres
- Rutas en barco
- Rutas en vehículo todo terreno o 4x4
- Puenting
- Senderismo
- Ski Bus
- Snorkel
- Snowboard

- Submarinismo
- Supervivencia
- Surf
- Talleres de naturaleza
- Tiro con Arco
- Tirolina
- Todo Terreno con motor
- Trekking
- Vela
- Vía ferrata
- Visitas a cuevas
- Vuelo libre
- Vuelo en ultraligero
- Wake board
- Windsur
- Cualesquiera otros directamente relacionados con el turismo y que reglamentariamente se califiquen como tales por el gobierno valenciano.

Son profesiones turísticas las que tengan por objeto la prestación de servicios de asesoramiento, difusión e información sobre los recursos y manifestaciones históricas, culturales, artísticas o cualesquiera otras de carácter turístico de la Comunidad Valenciana, cuando estas se integren dentro del producto turístico y cuyo ejercicio se exija la correspondiente licencia o habilitación.

En la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-7990) deberás darte de alta en el grupo que recoge los Servicios Turísticos.