

IMPACTUR 2009

ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO
DEL TURISMO SOBRE LA ECONOMÍA
Y EL EMPLEO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Índice de contenidos

I.- Resumen Ejecutivo	4
II.- Impacto socio-económico del turismo en la Comunitat Valenciana en el año 2009.....	10
II.1. PIB Turístico	10
II.2. Empleo Turístico.....	12
II.3. Comportamiento de la Demanda Turística y sus componentes	13
ANEXO.- LOS ESTUDIOS IMPACTUR:	22

I.- Resumen Ejecutivo

Principales conclusiones

PIB Turístico

- ✓ El Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 refleja que en ese ejercicio, a pesar de los efectos de la crisis y su impacto sobre la demanda turística, **el turismo se mantiene como un pilar clave de la economía valenciana**. Concretamente, la actividad generada por el turismo en la Comunitat Valenciana en un año tan crítico como el 2009 ascendió a 13.023 millones de euros, que suponen el 12,8% del PIB regional, sólo dos décimas por debajo del peso que ostentaba en el año 2008.
- ✓ Los resultados agregados de IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 revelan como **el sector turístico en esa comunidad acusó en el año 2009 los efectos de la crisis económica internacional, aunque con menor intensidad que el conjunto del sector turístico español**. Según se desprende del presente Estudio, en 2009 el PIB turístico descendió en la Comunitat Valenciana un 5,3%, inferior a la caída del 7,4% nominal sufrida por el PIB turístico del conjunto de destinos españoles, estimada por EXCELTUR¹.
- ✓ **La Comunitat Valenciana se mantiene entre las comunidades autónomas españolas en las que el turismo genera un mayor impacto económico sobre su economía**. A pesar del descenso observado en 2009, los 13.023 millones de euros de actividad económica derivados del turismo se sitúan por encima del impacto económico que el turismo genera en otras regiones españolas en las que también se ha realizado un Estudio IMPACTUR. Este es el caso de Baleares donde el turismo suponía en 2008 11.306 millones de euros, Canarias con 11.820 millones de euros o Galicia con 6.098 millones de euros.

Empleo Turístico

- ✓ **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** evidencia asimismo el destacado papel del turismo en la creación de empleo en la comunidad gracias a las rentas directas que genera la actividad turística y el efecto multiplicador inducido sobre otras ramas de la economía regional. De hecho, el número de puestos de trabajo vinculados al turismo en la Comunitat Valenciana en 2009 ascendía a 257.154, lo que representa el 12,6% del total del empleo de la economía regional.
- ✓ **Sin perjuicio de lo anterior el empleo vinculado a la actividad turística en la Comunitat Valenciana descendió un 11,2% durante el año 2009, lo que supone 33.695 empleos menos que en 2008**. La necesidad de ajustar las capacidades y las plantillas a un menor volumen de demanda entre las empresas turísticas y el efecto que dicha caída de la demanda ha producido sobre las compras del sector a otras ramas de actividad presentes en la comunidad tan o más intensivas en personal, explican esta caída del empleo dependiente de la actividad turística en la Comunitat Valenciana durante ese ejercicio. Concretamente, los puestos de trabajo vinculados a las ramas características² del turismo descendieron un 10,4%, en menor medida que la caída del empleo vinculado al impacto que genera el turismo sobre otras ramas de actividad donde se redujo un 14,4% durante 2009.

¹ Se incluye la estimación realizada por EXCELTUR en la medida en que en el momento de cerrar el documento el INE no ha publicado para el año 2009 los datos de evolución del PIB turístico del conjunto de España contenido en la Cuenta Satélite del Turismo Español.

² Según el INE, por ramas características del turismo se entiende aquellas actividades productivas que, en general, en ausencia de turismo no existirían o verían reducido sensiblemente su nivel de ventas. En este sentido, el documento metodológico elaborado por el INE para la CSTE de España recoge el siguiente listado de **actividades características**: hoteles y similares, alquileres inmobiliarios, restaurantes y similares, servicios de transporte de pasajeros, servicios anexas al transporte de pasajeros, alquiler de bienes de equipo de transportes de pasajeros, agencias de viajes y similares, y servicios culturales y de actividades deportivas y otras actividades de recreo.

Impacto económico del Turismo sobre el conjunto de la economía regional

- ✓ Del total del impacto económico generado por el turismo, los efectos directos sobre las empresas en contacto con el turista (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, etc.) alcanzaron en 2009 los 10.492 millones de euros, lo que representa el 80,6% del total del PIB turístico. Esta actividad directamente relacionada con el turismo mantuvo 206.689 puestos de trabajo en la comunidad en el año 2009.
- ✓ Los efectos indirectos de la actividad turística, esto es, aquellos inducidos sobre otras ramas de actividad proveedoras de bienes y servicios intermedios para el sector turístico, como pueden ser los agricultores, suministradores de alimentos, la construcción, las empresas textiles o las de electricidad, gas y agua, servicios de asesoría a empresas, etc. ascendieron a 2.531 millones de euros en 2009, lo que representa el 19,4% del PIB turístico regional. La capacidad de arrastre del turismo se manifestó en 2009 en la generación de 50.465 empleos en estas ramas de actividad económica no directamente en contacto con el turista.

Componentes del PIB Turístico

- ✓ IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 refleja **la fidelidad que mantuvo la demanda nacional en pleno año de crisis, tanto de los propios valencianos como de los turistas procedentes de otras regiones españolas**, así como el impacto desfavorable que tuvo ésta sobre el gasto turístico de los extranjeros y sobre la inversión de las empresas turísticas en la comunidad, con descensos superiores al 10% en ambos casos respecto a sus niveles de 2008.
- ✓ En concreto, los resultados de IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 reflejan **el incremento del 3,9% del gasto turístico de los españoles no residentes en la Comunidad durante el año 2009 y del 0,4% en los viajes y excursiones de los residentes en sus viajes** por los destinos turísticos de Alicante, Castellón y Valencia. Con todo, el conjunto del impacto económico generado por la demanda española ascendió en 2009 a 7.072 millones de euros, lo que representa casi el 50% del total de la demanda turística de la Comunitat Valenciana.
- ✓ **2009 fue testigo de una intensa caída del consumo turístico de los extranjeros en los destinos de la Comunitat Valenciana**, como atestigua el presente Estudio IMPACTUR. El complejo escenario económico sufrido en algunos de los principales mercados turísticos para los destinos valencianos se plasmó en 2009 en un descenso del 13,1% de su gasto turístico en la Comunitat, hasta alcanzar los 4.365 millones de euros. Este descenso se produjo por la intensa caída en el número de pernoctaciones de los turistas extranjeros, cifrada en el 14,8%, mientras el gasto medio diario en destino se incrementó ligeramente con un avance del 0,9%.
- ✓ De la información que como novedad respecto a las anteriores versiones se incorpora en esta edición IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009, se desprende que la caída del gasto turístico de los extranjeros en los destinos de la Comunitat durante el año 2009 se explica por la fuerte contracción que sufrió el que es con diferencia su principal mercado; el británico. Concretamente, IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 cifra **la caída del consumo turístico de los ingleses durante 2009 en un 22,2%**, hasta alcanzar los 1.059 millones de euros, en línea con lo experimentado en otros destinos españoles como consecuencia del impacto que tuvo la crisis entre la confianza de las familias inglesas y su propensión a viajar al extranjero. La caída del mercado británico se vio acompañada con **un descenso del consumo turístico de los franceses (segundo mercado de la comunidad) del 8,3%, con la excepción de la derrama turística procedente del mercado alemán que se incrementó un 7,7% respecto a 2008**.
- ✓ Los problemas de acceso al crédito y la necesidad de contención de costes provocaron **en 2009 un descenso de la inversión de las empresas turísticas localizadas en la Comunitat Valenciana del 10,7%**. Como ha sucedido en otros destinos españoles y el resto de sectores económicos, la inversión en nuevas instalaciones y equipamientos y en la reforma de los existentes se ha visto especialmente afectada por los condicionantes de la crisis hasta situarse en 2009 en los 1.835 millones de euros, por los 2.056 en los que se cifró en 2008, ya por debajo de los alcanzado en 2007.
- ✓ El sector público de la Comunitat, tanto el gobierno autonómico como las corporaciones locales, ha seguido manteniendo su apuesta por el turismo a través de la financiación de programas y

actividades dirigidas a promover y facilitar la actividad turística o a responder a las necesidades de los turistas, tales como los gastos en marketing y promoción, seguridad, limpieza, servicios asistenciales, etc. A pesar del fuerte descenso en los ingresos, **el gasto público tanto individual como colectivo en acciones directamente vinculadas a turismo, apenas descendió un 1,6%, hasta alcanzar los 1.048 millones de euros, según se desprende de los resultados de IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009.** No obstante, el porcentaje de este gasto sobre el total del gasto público total de la región todavía se sitúa en niveles por debajo de los deseables, dado el peso que tienen las actividades turísticas en la generación de riqueza de la comunidad.

Impuestos vinculados al Turismo

- ✓ En otro ámbito de capital importancia, la actividad turística aportó en 2009 el 11,9% del total de la recaudación tributaria que se obtiene en la Comunitat Valenciana, que se concretó en la generación de un total de 1.728 millones de euros en ingresos para las administraciones públicas, entre impuestos directos e indirectos en el conjunto de la región. En este sentido, 2009 ha sido testigo, sin embargo, de un notable descenso de los ingresos fiscales, especialmente en el IRPF y en el Impuesto sobre Sociedades, debido a la reducción de las rentas generadas por el sector turístico, tanto por el menor empleo como por la caída de los márgenes y resultados de las empresas turísticas.

Impacto económico del turismo en la Comunitat Valenciana. Año 2009

12,8% del total del **PIB** en la Comunitat Valenciana
13.023 millones de €

12,6% del total del **EMPLEO** en la Comunitat Valenciana
257.154 puestos de trabajo

6,8% del total de la **INVERSIÓN** en la Comunitat Valenciana
1.835 millones de € de Formación Bruta de Capital (Inversión)

5,4% del total del **GASTO PÚBLICO** en la Comunitat Valenciana
1.048 millones de € de gasto público

Evolución 2004-2009

Principales indicadores IMPACTUR

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PIB TURÍSTICO (millones de euros corrientes)	10.930	11.638	12.661	13.478	13.755	13.023
<i>Tasa de variación interanual</i>		6,5	8,8	6,5	2,1	-5,3
Aportación del Turismo al PIB de la Comunitat Valenciana	13,4%	13,2%	13,2%	13,1%	13,0%	12,8%
EMPLEO TURÍSTICO (miles de personas)	258.439	274.671	295.429	303.996	289.600	257.154
<i>Tasa de variación interanual</i>		6,3	7,6	2,9	-4,7	-11,2
Aportación del Turismo al Empleo de la Comunitat Valenciana	12,6%	12,9%	13,2%	13,3%	12,8%	12,6%

Comparación del impacto del turismo en la Comunitat Valenciana con otras comunidades que disponen de estudios IMPACTUR y con el conjunto de España. Año 2009*

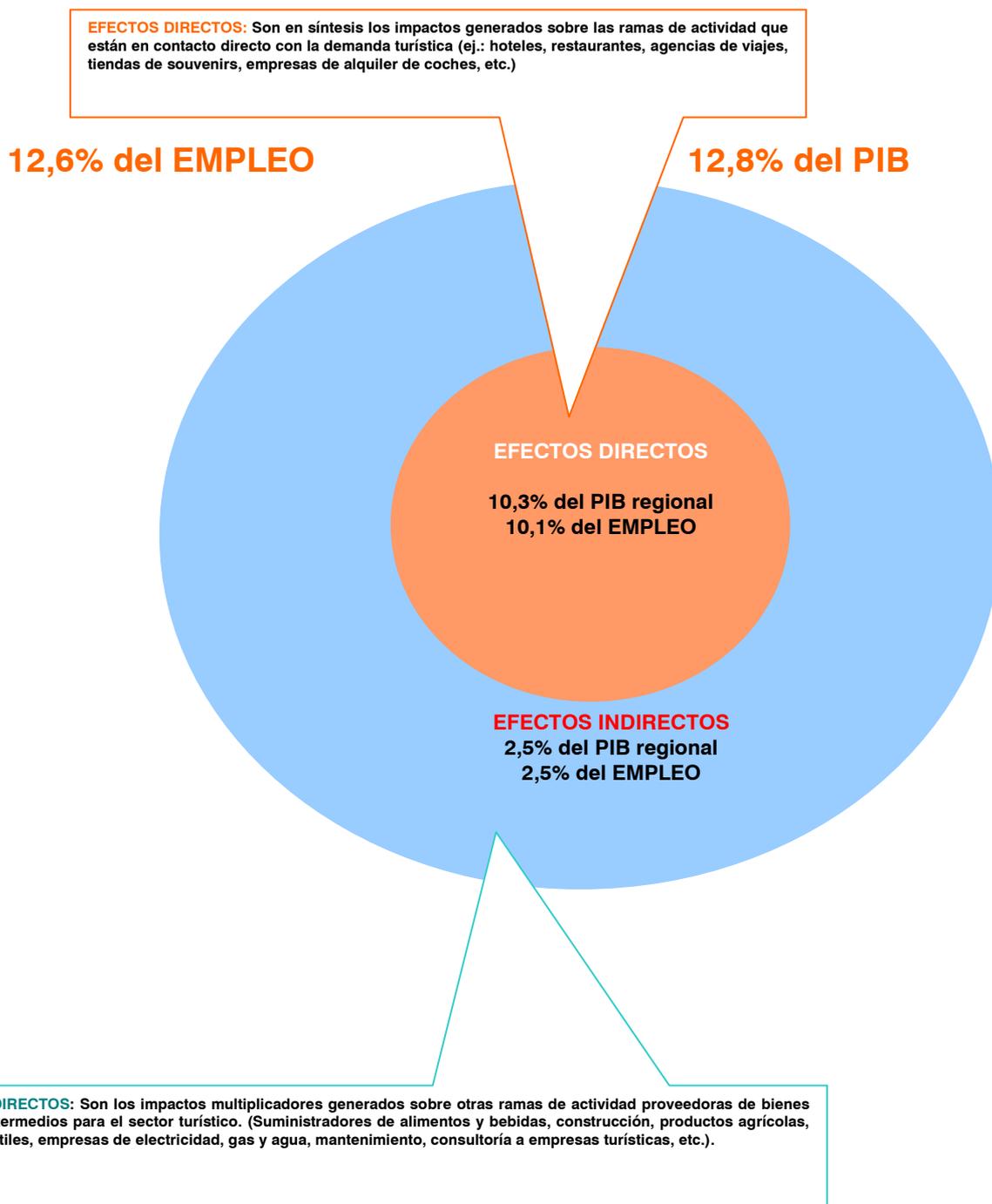
	Comunitat Valenciana	Andalucía	Canarias	Comunidad de Madrid	Galicia	Illes Balears	España
PIB	12,8%	12,5%	27,2%	6,3%	10,4%	42,6%	10,5%
EMPLEO (**)	12,6%	11,9%	32,9%	5,9%	10,2%	29,4%	7,5%
GASTO PÚBLICO	5,4%	2,9%	9,4%	1,8%	3,7%	12,9%	1,1%
IMPUESTOS	11,9%	12,5%	27,1%	6,4%	9,9%	39,6%	

* Datos para España PIB relativo a 2008, gasto público y empleo para 2006, según figuran en la CSTE (Cuenta Satélite del Turismo Español publicada por el INE). Datos para Andalucía y Comunidad de Madrid relativos a 2007 (Estudios IMPACTUR). Canarias, Galicia e Illes Balears relativos a 2008

** Diferencias observadas entre comunidades se explican en un elevado porcentaje a los diferentes niveles de estacionalidad dado que los datos de empleo en los Estudios IMPACTUR están contabilizados en puestos de trabajos equivalentes al año.

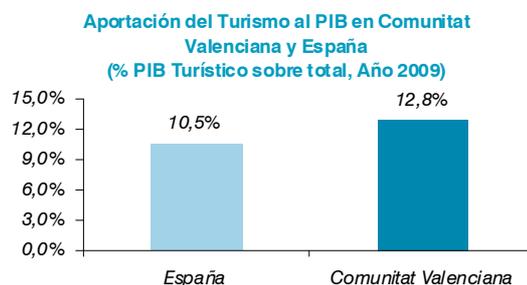
EFECTOS DIRECTOS E INDIRECTOS SOBRE LA ECONOMÍA VALENCIANA

Los indicadores derivados del **Estudio de Impacto Económico del Turismo, IMPACTUR** resultan imprescindibles para medir los principales efectos directos e indirectos del sector turístico sobre la economía de la Comunitat Valenciana en clave de generación de PIB, empleo, inversión de capital, impuestos... así como los efectos multiplicadores sobre los demás sectores.



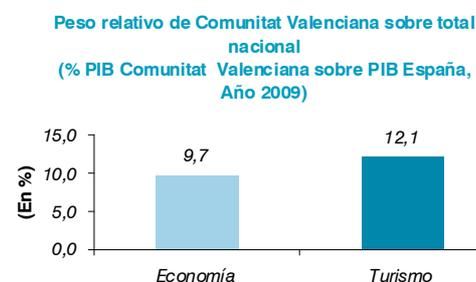
II.- Impacto socio-económico del turismo en la Comunitat Valenciana en el año 2009

Los resultados del Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** corroboran el papel determinante que mantiene el turismo en la estructura económica de la comunidad, a pesar de los efectos de la crisis sufridos en 2009. En concreto, el impacto económico generado por las diversas actividades turísticas que resulta de agregar sus efectos directos e indirectos ascendió a 13.023 millones de euros en 2009, lo que supone el 12,8% del total del PIB de la comunidad, por encima del 10,5% que en el año 2008 el PIB Turístico español suponía en el total de su economía, según el INE.



Fuente: CSTE, CRE (INE), Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

El turismo valenciano no sólo desempeña un papel clave en la economía de la Comunitat, sino supone uno de los pilares del conjunto del sector turístico español. En 2009, según los resultados del Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** el peso del valor añadido generado por las actividades turísticas en la Comunitat Valenciana suponía el 12,1% del total del PIB turístico español, notablemente por encima del 9,7% que supone el peso del conjunto de la economía valenciana sobre el total de la española.



Fuente: CSTE, CRE (INE), Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

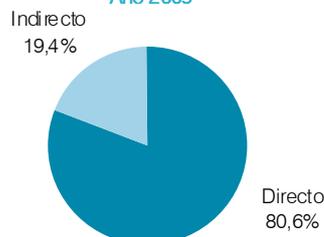
La capacidad de dinamización económica y de generación de renta de las actividades turísticas en la Comunitat Valenciana se manifiesta con especial intensidad en el mercado de trabajo, donde el turismo continúa desempeñando un muy relevante papel en la creación de empleo en la comunidad, a pesar de la caída sufrida en un año tan crítico como 2009. El Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** revela que el número de puestos de trabajo relacionados directa e indirectamente con la actividad turística ascendía en 2009 a 257.154, lo que representa el 12,6% del total del empleo de toda la comunidad en ese mismo periodo.

II.1. PIB Turístico

La relevancia que ostenta el turismo en el sistema productivo de la Comunitat Valenciana se explica tanto por su efecto directo sobre las ramas de actividad directamente en contacto con el turista, como, muy especialmente, por su efecto arrastre sobre otros sectores de actividad presentes en la región.

En concreto, del total del impacto económico del turismo en la comunidad, un 80,6% se concentró en las empresas relacionadas directamente con la actividad turística, lo que representa el 10,3% del PIB valenciano. El 19,4% restante (equivalente al 2,5% del PIB de la Comunitat) supuso la generación de valor añadido inducido sobre otros sectores claves de la economía valenciana, siendo los más beneficiados; la construcción y su industria auxiliar de materiales, el sector financiero y de servicios a empresas, el comercio, los

PIB Turístico Comunitat Valenciana
Efectos Directos e Indirectos
Año 2009



Fuente: Estudio IMPACTUR Com. Valenciana 2009

transportistas y los suministradores de bebidas, entre los más destacados.

El turismo valenciano sufrió en 2009 las consecuencias del desfavorable contexto económico, materializado en una caída de la renta de las familias de sus principales mercados de turistas y del acceso al crédito. El Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** constata que dichas circunstancias adversas provocaron en 2009 una caída del PIB turístico valenciano del 5,3% en términos nominales. La caída del gasto turístico de los extranjeros, y muy especialmente de los ingleses, junto con la contracción de la inversión empresarial, provocaron este descenso del PIB turístico en 2009, que no pudo compensarse por el mejor comportamiento del conjunto del gasto de la demanda española, que se incrementó un 1,8% en ese mismo año.

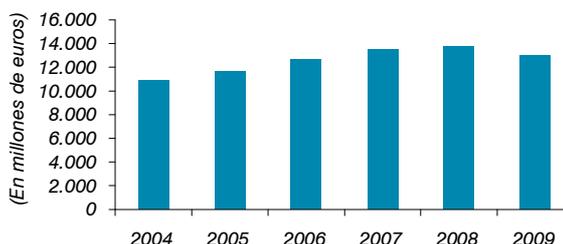
La caída sufrida por el turismo en la Comunitat Valenciana fue, no obstante, de menor intensidad a la contracción que experimentó el PIB del conjunto del sector turístico español en 2009. Concretamente, y a falta de que el INE publique la Cuenta Satélite del Turismo de España para el año 2009, las estimaciones realizadas por EXCELTUR sitúan la caída del PIB turístico nominal en España durante 2009 en el 7,4%, 2,1 puntos superior a la sufrida por el PIB turístico en la comunidad.

Con estos condicionantes, los resultados de **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** reflejan un ligero descenso del peso relativo del PIB turístico sobre el total de la economía en ese mismo año respecto a los niveles observados en 2008. La menor intensidad con la que se ha manifestado la crisis sobre el conjunto de la economía valenciana, según se desprende de la Contabilidad Regional de España, que sitúa la contracción nominal del conjunto del PIB de la Comunitat en el 3,7%, explica el descenso que ha registrado el peso del sector turístico, desde el 13,0% que ostentaba en el año 2008 al 12,8% con que cerró en el año 2009.

Se trata de una tendencia que ha venido experimentando el conjunto del sector turístico español y otras comunidades autónomas especializadas en el producto de sol y playa en los últimos años, con una intensidad superior a la registrada por la Comunitat Valenciana. Ciñéndonos al período 2002-2008, para el que se dispone de información homogénea de todos los Estudios IMPACTUR y de la Cuenta Satélite del INE, se aprecia como el peso del sector turístico ha descendido como consecuencia del menor dinamismo de la actividad turística respecto al crecimiento del total de la economía.

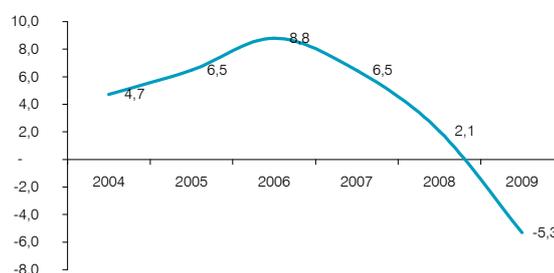
Concretamente, en el conjunto de España el turismo ha pasado de suponer el 11,1% del PIB en 2002 al 10,5% en 2008, mientras en Canarias el descenso ha sido de casi nueve puntos y en

**PIB Turístico de la Comunitat Valenciana
Años 2004-2009**



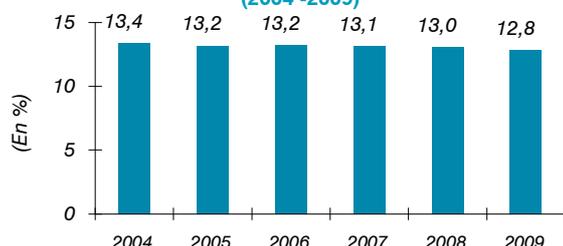
Fuente: Estudio IMPACTUR Com. Valenciana 2009

**Evolución temporal del PIB Turístico en la Comunitat Valenciana
(2004-2009. Tasa de variación interanual)**



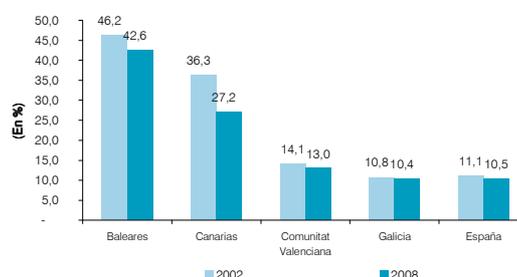
Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

**Aportación del turismo al PIB
de la Com. Valenciana
(2004 -2009)**



Fuente: Estudio IMPACTUR Com. Valenciana 2009

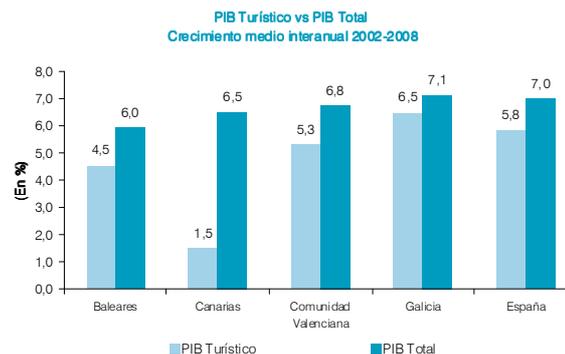
**Participación del PIB Turístico sobre el total de la Economía
Año 2002 vs Año 2008**



Fuente: Estudios IMPACTUR (Excelltur), CRE y CSTE (INE)

Baleares de más de tres puntos en el mismo período, respecto a la reducción de la presencia del turismo en la Comunitat Valenciana en este período cifrada en 1,1 puntos, pasando del 14,1% en 2002 al 13,0% de 2009.

Los 13.023 millones de euros de actividad económica generada en 2009 por el turismo en la Comunitat Valenciana están, sin embargo, por encima en valores absolutos de la actividad económica inducida por el turismo en otras comunidades autónomas con una intensa especialización turística, según se desprende de los Estudios de Impacto Económico del Turismo (IMPACTUR) realizados conjuntamente por EXCELTUR con otros gobiernos autonómicos españoles.



Fuente: Estudios IMPACTUR (ExceTur), CRE y CSTE (INE)

PIB Turístico: comparación de los resultados para diversos destinos miles de euros, % sobre total PIB

Año 2008	PIB Turístico	% sobre total PIB
Andalucía	18.335	12,5
Comunidad Valenciana	13.755	13,0
Comunidad de Madrid	12.230	6,3
Canarias	12.583	29,1
Baleares	11.306	42,6
Galicia	6.009	10,7
España	113.930	10,5

Fuente: Estudios IMPACTUR (ExceTur), CSTE (INE)

(*) Datos para Andalucía y Comunidad de Madrid relativos a 2007.

II.2. Empleo Turístico

Las actividades relacionadas con el turismo generaron en la Comunitat Valenciana 257.154 puestos de trabajo en 2009, lo que representa el 12,6% del empleo total de la Comunidad Autónoma, según se desprende del Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**.

No obstante, de nuevo el efecto provocado por la caída de la demanda turística en 2009 y la consecuente necesidad de ajustar las plantillas y las capacidades operativas, indujo una reducción en el número de empleos vinculados a la actividad turística del 11,2%, respecto a los niveles de 2008.

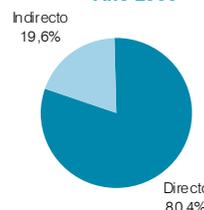
A pesar de ello, el turismo ha seguido manteniendo sus señas de identidad como sector intensivo en la creación de empleo, no sólo en las ramas directamente relacionadas con la demanda turística, sino sobre el conjunto del tejido productivo de la región, por su capacidad de arrastre de otras actividades. Este hecho se concreta en que en 2009 por cada 100 empleos de ramas directamente relacionadas con el sector turístico, se mantuvieron 24 puestos de trabajo adicionales en otros sectores de la economía valenciana.

En este sentido, del total de empleo vinculado al turismo en la Comunitat Valenciana en 2009, el 80,4% (206.689 puestos de trabajo) permanecieron en



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Empleo vinculado al Turismo en Comunitat Valenciana Efectos Directos e Indirectos Año 2009



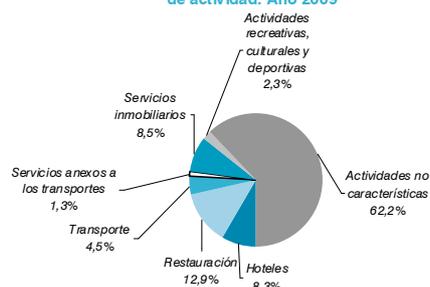
Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

sectores directamente relacionados con la demanda turística, mientras los efectos arrastre explicaron 50.465 empleos en otros sectores de actividad, lo que representa el 19,6% del empleo dependiente de la actividad turística en 2009.

Del total de empleo vinculado a la actividad turística en la Comunitat Valenciana en 2009, el 37,8% se generó en las ramas características del turismo. La mayor parte del empleo se concentró en los restaurantes (33.085) y hoteles (21.359), absorbiendo entre las dos el 21,2% del total del empleo turístico.

Los resultados de **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** revelan asimismo la capacidad de generación de empleo en otras ramas no directamente relacionadas con los turistas. Así por ejemplo, la demanda de servicios turísticos en la comunidad generó 22.238 empleos en el sector del comercio minorista valenciano, 6.322 en la construcción, 21.770 en servicios inmobiliarios y 8.362 en las distintas ramas de servicios a empresas (empresas de publicidad, informática, consultoría, asesoramiento en temas jurídicos y contables, etc.)

Empleo Turístico en la Comunitat Valenciana por ramas de actividad. Año 2009



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

II.3. Comportamiento de la Demanda Turística y sus componentes

La Demanda Turística³ de la Comunitat Valenciana, integrada por el Consumo Turístico Nacional y Extranjero, la Formación Bruta de Capital (Inversión) y el Consumo Turístico de las Administraciones Públicas, experimentó un descenso interanual del 5,1% del año 2009 respecto al año 2008, alcanzando los 14.320 millones de euros, según los resultados de **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**.

Se trata de un descenso inferior al registrado por el PIB, debido a la caída de las importaciones de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las actividades turísticas.

Comunitat Valenciana Estructura de la Demanda Turística. Año 2009



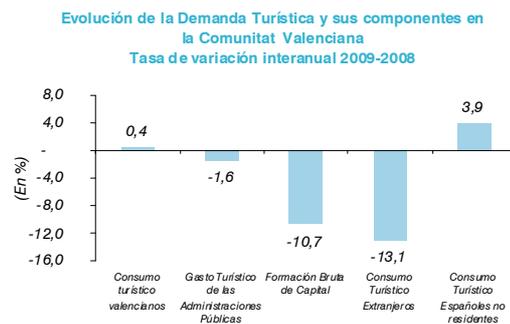
Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 (ExceTur)

³ Dentro de la Demanda Turística también se incluyen las importaciones de aquellos bienes o servicios necesarios para cubrir el consumo turístico en la Comunidad y que no son producidos por empresas localizadas en la región. Para el cálculo del PIB Turístico, se resta a la Demanda Turística las importaciones de bienes y servicios relacionadas con la actividad turística.

La caída de la demanda turística en la Comunitat Valenciana durante el año ha tenido como principal protagonista el notable descenso del consumo turístico de los extranjeros y la contracción de la inversión de las empresas turísticas valencianas. Los efectos de la crisis, traducida en una menor renta disponible de las familias de los principales mercados de origen de los turistas a la comunidad, y muy especialmente en el caso de los ingleses, principal mercado extranjero se ha dejado notar en un descenso del 13,1% en el gasto turístico de los extranjeros en los destinos de las tres provincias valencianas.

Por su parte, la caída de los márgenes y resultados de las empresas y las dificultades de acceso al crédito han impedido mantener el ritmo inversor de los años precedentes, registrando un descenso del 10,7% en 2009, respecto a los registros de 2008.

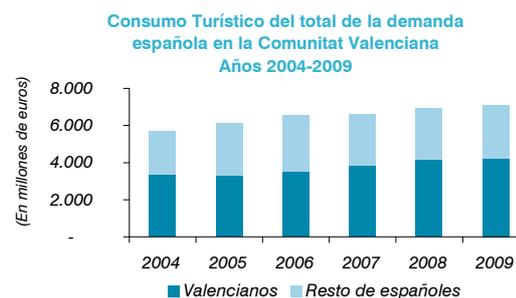
El efecto sobre la demanda turística de la caída de estos dos componentes pudiera haber sido mayor en 2009, si el mercado nacional no hubiera mostrado su fidelidad a los destinos de la comunidad. La vinculación de muchos españoles a los destinos de Alicante, Castellón y Valencia, en algunos casos por la propiedad de segundas residencias, y muy especialmente por su cercanía a los mayores mercados emisores de turistas nacionales han favorecido a la Comunitat Valenciana en 2009, con un crecimiento en términos de consumo turístico del 3,9%. No en vano, en 2009 uno de los rasgos que ha caracterizado a la demanda española ha sido el predominio de los viajes de proximidad y el uso de las viviendas propias o de familiares y amigos.



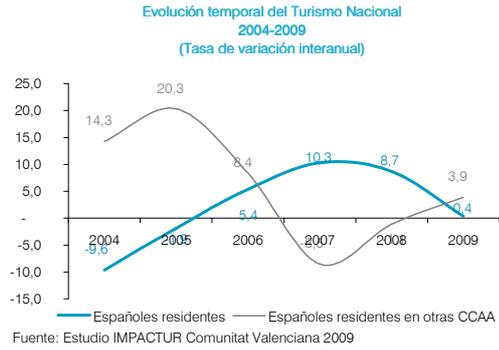
II.3.1 Consumo Turístico Nacional

La relevancia del consumo turístico tanto de los valencianos como de los españoles procedentes de otras comunidades caracteriza y condiciona el desempeño de la actividad turística en la Comunitat Valenciana. En este sentido y en un marco de contención del gasto turístico ante la explosión de la crisis económica internacional, la tendencia a primar el viaje de proximidad con menor gasto asociado de desplazamiento se ha observado en el conjunto de España, lo que ha favorecido, como se acaba de mencionar, a los destinos de la Comunitat Valenciana.

Concretamente, el consumo turístico de los españoles no residentes se incrementó en 2009 un 3,9%, siendo la partida más dinámica, mientras el gasto de los residentes en sus viajes y excursiones a los destinos de Alicante, Castellón y Valencia también crecieron, si bien a una tasa más moderada del 0,4%.



Con este aumento, el impacto económico dependiente de los turistas españoles ascendió hasta los 7.072 millones de euros, lo que supone casi el 50% de toda la demanda turística de la Comunitat en 2009.



II.3.1.1 Consumo Turístico de los residentes valencianos

El gasto asociado a los flujos turísticos de los residentes de la comunidad valenciana dentro de su propia comunidad, muy asociados a los viajes de corta duración y para el disfrute de una segunda residencia y al elevado número de excursiones turísticas de los mismos por las provincias de Alicante, Castellón y Valencia ascendió en el año 2009 a 4.207 millones de euros, situándose prácticamente al mismo nivel del impacto económico derivado del turismo extranjero en la comunidad.



Como se ha mencionado este volumen de actividad económica se ha alcanzado gracias al crecimiento del 0,4% registrado en 2009, fruto de una mayor preferencia por los viajes a destinos de la comunidad respecto al fuerte descenso en el gasto en viajes que han realizado los valencianos a destinos del resto de España y del extranjero en 2009, como consecuencia de la crisis. Concretamente, el gasto turístico a destinos fuera de España se redujo en 2009 un 10,2% interanual, siendo la caída del 11,9% en los viajes al resto de España y del 6,3% al extranjero, según **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**.



Aclaración metodológica

A pesar de que en el curso de la realización de este Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**, se ha analizado el gasto realizado por los funcionarios y empleados de las diversas Administraciones Públicas y las empresas residentes en la Comunitat Valenciana durante sus **viajes profesionales por la comunidad** (Viajes de negocios de empresas y residentes fuera de su entorno habitual), se han eliminado a los efectos del cálculo del PIB turístico, al objeto de mantener la consistencia metodológica y comparabilidad con la Cuenta Satélite del INE, que no los contempla al considerarlos en términos de Contabilidad Nacional consumos intermedios de los mismos agentes económicos para el desempeño de su actividad.

Sin perjuicio de lo anterior y con carácter meramente informativo, según los cálculos realizados en este Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**, los viajes de negocios de empresas y residentes en la Comunitat Valenciana fuera de su entorno habitual ascendían a 111 millones de euros, lo que supone un 0,09 % en términos de PIB.

II.3.2 Consumo Turístico de los españoles no residentes

Tal como anteriormente se ha apuntado, el estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** pone de manifiesto una recuperación del gasto turístico de los españoles en la Comunitat Valenciana, tras el descenso registrado en 2008. Las ventajas derivadas de la proximidad a los principales mercados de origen de turistas españoles (Madrid, Cataluña y País Vasco, principalmente) en un momento en que los españoles han reducido sus presupuestos de viajes, primando los destinos más cercanos y con un menor coste de transporte, unido al atractivo y vinculación al destino que mantiene la demanda española, han permitido que el gasto turístico de los españoles en los destinos de la Comunitat Valenciana se incrementara en 2009 un 3,9%, hasta alcanzar los 2.865 millones de euros.

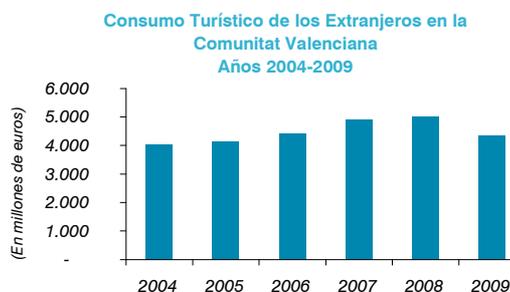


Fuente: Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**

Detrás de este incremento se identifica un crecimiento de las pernoctaciones de los españoles tanto en la oferta residencial (un 1,8%), como sobre todo en los hoteles localizados en los destinos de Alicante, Castellón y Valencia, nada menos que un 8,9% en 2009 respecto a los valores que registró en 2008. La mayor afluencia, sin embargo, no se ha visto acompañada de un incremento en el gasto medio diario, que se reduce en 2009 un 0,9%, hasta alcanzar los 37,21€, según Familitur. Y es que los españoles a pesar de una mayor afluencia, han reducido en 2009 sus niveles de gasto en destino en la comunidad, lo que ha afectado especialmente a todas aquellas actividades conexas al turismo como el comercio, la restauración y el ocio.

II.3.3 Consumo Turístico de los extranjeros

El gasto turístico de los extranjeros en sus viajes y excursiones en los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana, que durante los últimos años habían venido creciendo continuamente fruto del esfuerzo por la diversificación de la oferta y el posicionamiento en nuevos productos, a través de una apuesta por la celebración de grandes eventos de reconocimiento internacional, se ha visto reducido notablemente en 2009, según el Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**.



Fuente: Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**

El negativo impacto que ha ejercido la crisis sobre la renta disponible de las familias europeas y sus decisiones de viajar al extranjero, especialmente intensa en el caso del mercado británico, el más relevante para los destinos de la Comunitat, ha provocado un descenso del consumo turístico de los extranjeros del 13,1% en los destinos de Alicante, Castellón y Valencia durante 2009, hasta alcanzar los 4.365 millones de euros, lo que supone situarse por debajo de los niveles del año 2006.



Fuente: Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**

A pesar de que el gasto medio diario de los turistas extranjeros incluso se situó en 2009 algo por encima de los valores de 2008 (+0,9%), la fuerte caída de los indicadores de volumen explican la

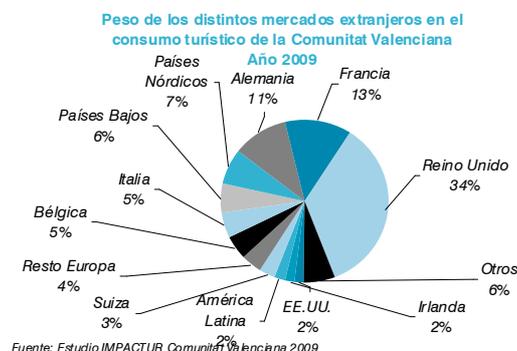
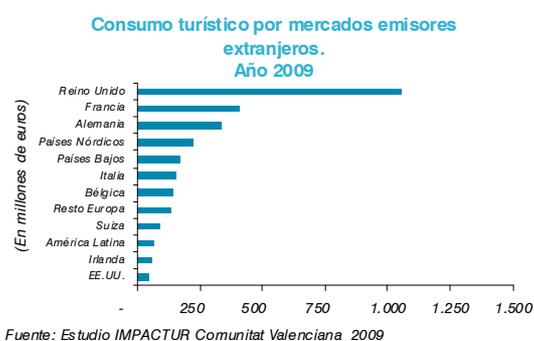
reducción registrada en 2009 por parte de su consumo turístico en los destinos de la comunidad. Concretamente, el total de pernoctaciones de los extranjeros se redujo un 14,8%, extendiéndose por todas las tipologías alojativas, tanto las hoteleras como las residenciales.

Análisis del consumo turístico por mercados extranjeros

Como novedad respecto a los Estudios IMPACTUR Comunitat Valenciana elaborados con antelación, en esta edición relativa a los resultados registrados en el año 2009 se incorpora una desagregación del impacto económico derivado del turismo extranjero por países emisores, para aquellos que tienen un mayor peso en la estructura de demanda de la Comunitat y la información disponible lo permite. En un momento especialmente relevante donde disponer de la mejor información es clave para la mejor toma de decisiones, hemos considerado oportuno hacer el esfuerzo de integrar esta valiosa información que permita conocer qué mercados son los que hacen una mayor contribución económica a la Comunitat y cómo han evolucionado en los últimos años, con el objetivo de poder orientar las futuras acciones de marketing y promoción de los diversos agentes públicos y privados con intereses turísticos en la región.

Para ello, se ha trabajado con la información pormenorizada por mercados emisores que para la Comunitat Valenciana ofrece la Encuesta Egatur elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos⁴. Del volumen de pernoctaciones y del gasto que realizan y que ofrece la citada encuesta se han realizado los cálculos pertinentes respecto a qué porcentaje llega de cada mercado a los destinos valencianos para ofrecer el impacto económico final y poder derivar las siguientes conclusiones:

El mercado inglés es con diferencia el que genera un mayor impacto económico en la Comunitat Valenciana. A pesar de la fuerte caída experimentada en 2009, los 1.059 millones de euros de consumo turístico que generaron los ingleses en los destinos valencianos le sitúan como el mercado más importante, representando el 34,3% del total del consumo turístico extranjero, el 8,0% del PIB turístico valenciano y el 1,0% del total del PIB de la Comunitat.

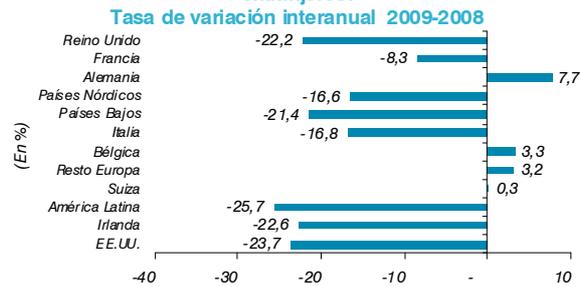


Tras el inglés se sitúa el mercado francés con un consumo turístico en 2009 de 409 millones de euros (13% del consumo turístico extranjero), el alemán con 334 millones de euros (11%) y el que representa los mercados nórdicos con 222 millones (7%). De hecho, entre estos tres mercados más el británico suponen el 65,6% del total del consumo turístico de los extranjeros en los destinos de la Comunitat Valenciana.

El comportamiento de estos mercados en la Comunitat Valenciana durante el año 2009 ha reflejado la distinta manifestación de la crisis por países emisores. Así, mientras el consumo turístico de los británicos, muy afectado por el efecto de los condicionantes económicos sobre su renta disponible y su propensión a viajar al extranjero, sufrió un fuerte descenso (del -22,2%) en 2009, similar al de los países nórdicos (-16,6%) y superior al de Francia (-8,3%), de los principales mercados sólo el alemán registro un positivo crecimiento en 2009 de su gasto turístico en la Comunitat de intensidad notable (+7,7%).

⁴ En las cifras que aporta este apartado por mercados no se incluye la imputación por el uso de segundas residencias, que sí recoge la magnitud Consumo turístico de los extranjeros. En este último caso se incluye en la medida en que es una exigencia contable para el cálculo del PIB, tal y como establece el manual metodológico de la Cuenta Satélite del Turismo de la OMT en congruencia con el Sistema Europeo de Cuentas.

Consumo turístico por mercados emisores extranjeros.



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Desde una óptica de más largo plazo que permita disponer de una mejor perspectiva temporal para el análisis de las tendencias por mercados, el devenir de las cifras por países emisores de turistas a la Comunitat Valenciana, refleja, en general, un incremento en la mayor parte de mercados, especialmente en aquellos en los que la Comunitat estaba menos posicionada a inicios de la década. Concretamente, en los últimos cinco años que van de 2004 a 2009, se ha producido un crecimiento sustancial en los mercados del Este (un 20,3% de media anual), en el mercado italiano (un 12,7%), en el suizo (7,1%) y en el francés (un 6,7%), que supone el mayor aumento agregado en términos económicos con 113 millones de euros adicionales en 2009 a los que generaba este mercado en 2004.

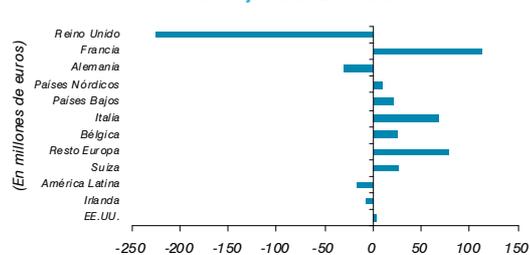
El notable aumento del impacto económico procedente de los turistas de estos países contrasta con la caída experimentada en los dos mercados extranjeros tradicionales de la Comunitat: el británico y, en menor medida, el alemán. En 2009 el mercado británico generaba 1.059 millones de euros, 220 millones de euros menos que los que aportaron este mercado a la economía valenciana en el año 2004, si bien este descenso se explica en su totalidad por la caída registrada en el año 2009, tras haber venido creciendo hasta el año 2008. Caso distinto es el del impacto económico procedente del mercado alemán que, si bien se incrementó en 2009, desde el año 2004 ha venido descendiendo paulatinamente. Se trata, no obstante, de una pérdida que se ha visto compensada por el crecimiento del mercado francés, que, a ritmos anuales del 6,7%, ha desbancado al alemán como el segundo mercado extranjero más importante para la Comunitat Valenciana.

Consumo turístico por mercados emisores extranjeros.



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

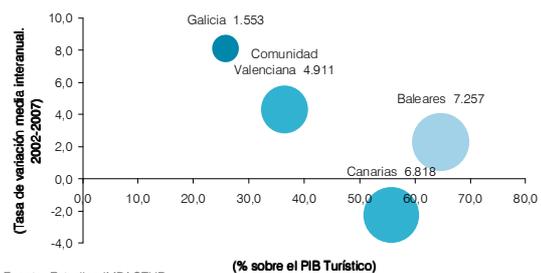
Variación del consumo turístico por mercados emisores extranjeros de 2004 a 2009



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

A pesar de la caída en 2009, la evolución del gasto turístico de los extranjeros durante el período 2002-2008 en la Comunitat Valenciana, la sitúa por encima de comunidades como Baleares y Canarias, y muy cerca del crecimiento registrado en el conjunto de España. Concretamente, en estos años el gasto de los extranjeros en la Comunitat se ha elevado un 4,3% anual, mientras en España lo ha hecho a tasas del 4,5%, y en Baleares y Canarias a ritmos del 2,3% y -2,2% anual, respectivamente.

Evolución del Consumo Turístico de los Extranjeros en función de su peso y tamaño. Años 2002-2008



Fuente: Estudios IMPACTUR

II.3.4 Formación Bruta de Capital (Inversión)

IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 cifra el volumen de inversión de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana en 1.835 millones de euros durante el año 2009, confirmando aún a pesar de la crisis la confianza de los empresarios del sector por el futuro turístico de la región. No obstante, los efectos de la crisis económica y financiera, materializados en las dificultades de acceso al crédito por parte de unas empresas necesitadas de aplicar recortas en sus costes y gastos para limitar el impacto sobre sus resultados de la caída en la facturación, provocaron un descenso de la inversión turística en la Comunitat del 10,7% en 2009, respecto a las cifras de 2008 que ya se vieron afectadas por este contexto macroeconómico desfavorable.



Fuente: Estudio **IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009**

Aclaración metodológica

Sí bien la delimitación de la Formación Bruta de Capital según los Estudios IMPACTUR se restringe a las ramas de actividad características del turismo, siguiendo la delimitación introducida por el INE en la CSTE, la estructura de información de estos Estudios nos proporciona igualmente datos sobre la inversión en otras ramas de actividad, que si bien no se han incluido para el cómputo total del PIB Turístico de la Comunitat Valenciana, requieren cuando menos de una mención especial debido a la relación sobre las actividades turísticas en la región.

En este contexto, la inversión en la adquisición de activos de carácter duradero por parte de los agentes económicos no estrictamente turísticos residentes en la Comunitat Valenciana y vinculados a la actividad turística (Formación Bruta de Capital en Ramas no Características) en el año 2009 era de 1.377 millones de euros.

Si a diferencia de como el INE lo computa para España y al igual que ocurre en otros países, se decidiera añadir esta rúbrica para el cálculo total de Formación Bruta de Capital, el peso del PIB Turístico de la Comunitat Valenciana crecería 1,4 puntos porcentuales y pasaría del 12,8% que ahora estimamos para el año 2009 al 14,2%.

No obstante, en este Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 se ha eliminado esta cuantía para garantizar la comparabilidad con los indicadores resultantes de la Cuenta Satélite del Turismo Español (CSTE) del INE, que no las incluye por circunscribir la delimitación de la inversión turística sólo a la realizada por las ramas de actividad que describe como características.

Así mismo en este cálculo de la inversión de ramas no características del turismo no se computan las importantes inversiones realizadas por la Administración Central, como por ejemplo la ampliación del aeropuerto y el puerto de Valencia y otras infraestructuras de transporte y comunicación que en la Comunitat Valenciana han supuesto un fuerte impulso a la actividad económica regional y que tienen una estrecha vinculación al turismo.

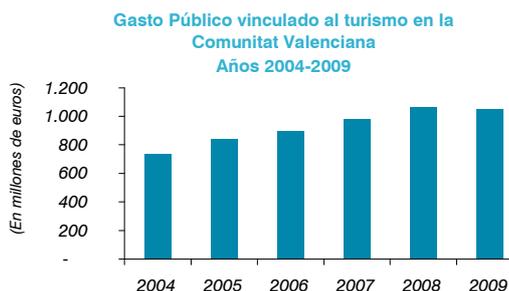
II.3.5 Gasto Público

El gasto público vinculado con la actividad turística en la Comunitat Valenciana, resultado de agregar el consumo colectivo e individual de la Generalitat Valenciana y de las entidades locales de las provincias de Alicante, Castellón y Valencia, se elevó en el año 2009 a 1.048 millones de euros, en niveles muy similares a los registrados el año 2008.

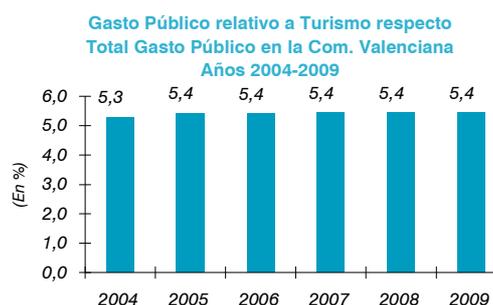
Se trata de una evolución positiva del gasto público en turismo en pleno año de impacto de la crisis y recorte del gasto público. No obstante, los gastos públicos relacionados con las actividades turísticas han venido registrando un crecimiento continuo desde el año 2004, que refleja la apuesta de las administraciones públicas por obtener una mayor rentabilidad socioeconómica de las actividades turísticas en la región.

Concretamente, desde el año 2003 el gasto público vinculado al turismo realizado por las diversas administraciones públicas de la comunidad creció a un ritmo medio anual del 8,6% frente al 6,6% medio del total de gasto público en la Comunitat Valenciana. Esto ha permitido incrementar el porcentaje del gasto turístico sobre el total del gasto público de la comunidad, del 4,9% que ostentaba en el año 2003, al 5,4% que mantuvo en 2009.

Los resultados de IMPACTUR **Comunitat Valenciana 2009** cifran en 626 millones de euros el montante resultado de agregar el conjunto de gastos destinados a la modernización y adecuación del sector turístico de la comunidad en conceptos asociados a los turistas que pudieran ser los servicios culturales, recreativos o personales (**gasto individual**). Del estudio se deriva que los gastos de gestión de la política turística más difícilmente individualizables, como ordenación, promoción o apoyo a la comercialización de productos turísticos (**gasto colectivo**) realizados por las Administraciones Públicas en la comunidad incluso crecieron un 3,7% en 2009 respecto a los registrados en 2008, alcanzando los 422 millones de euros.

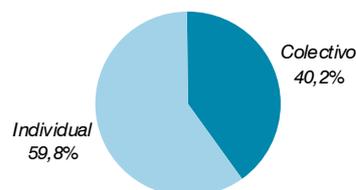


Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Estructura Gasto Público vinculado al Turismo en la Comunitat Valenciana Año 2009



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Aclaración metodológica

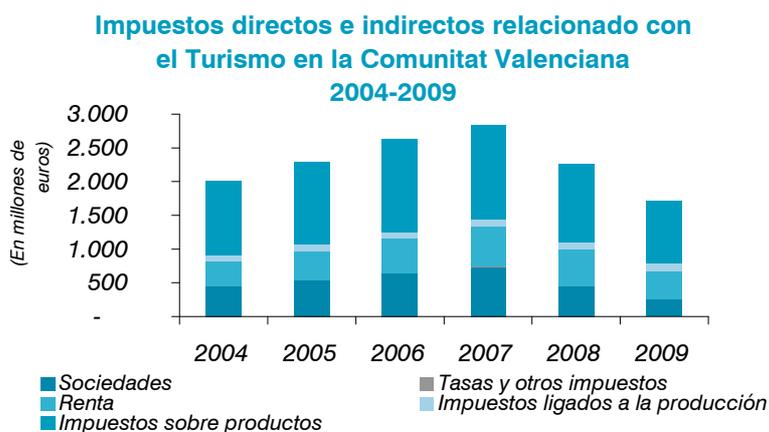
Sí bien se puede creer que en el concepto de gasto público se encuentran recogidos todos los gastos tanto corrientes como de inversión que realizan las administraciones públicas en el territorio de la Comunitat Valenciana y que responden a la mejora de las condiciones para el desarrollo turístico de la región, **en este concepto no se incluyen las inversiones sino sólo se introducen los gastos corrientes** en que ha incurrido el sector público valenciano para responder a tal fin, tal y como establece el Sistema Europeo de Cuentas que rige la elaboración de las Cuentas Regionales y sirve de base para las Cuentas Satélite del Turismo y los Estudios IMPACTUR.

Los gastos de inversión en los que incurren las administraciones públicas y que entre otros objetivos tienen una lógica de apoyar el desarrollo turístico como son los aeropuertos, puertos, carreteras etc. deberían recogerse en la rúbrica de Formación Bruta de Capital Turística. No obstante, en la medida en que la Formación Bruta de Capital según la delimitación introducida por el INE en la CSTE se restringe a las ramas de actividad características del turismo, esa notable inversión

pública tampoco se toma en cuenta en los Estudios IMPACTUR para poder comparar los resultados obtenidos con los de la CSTE del INE.

II.7. Impuestos vinculados a la Actividad Turística

IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009 igualmente revela que los impuestos recaudados y vinculados a la actividad turística en el año 2009 ascendieron a 1.728 millones de euros, lo que representa el 11,9% de los impuestos recaudados en la Comunidad Autónoma. De ese total de impuestos, 1.041 millones correspondían a impuestos ligados a la producción y los productos y servicios conexos, mientras la recaudación dependiente de otra serie de figuras impositivas como los impuestos directos (renta de las personas físicas de los empleados dependientes del sector y sociedades) y tasas y otros ingresos suponían 687 millones de euros.



Fuente: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Los datos del año 2009 derivados del Estudio Comunitat Valenciana 2009 ponen de manifiesto el notable impacto de la caída de la demanda turística sobre la capacidad de generación de ingresos tributarios para las administraciones públicas de la región. Concretamente, en 2009 los ingresos públicos vinculados a las actividades turísticas descendieron un 23,8%, principalmente por la fuerte caída de los beneficios empresariales (los ingresos procedentes del impuesto de sociedades de empresas turísticas se redujeron un 41%) y por el efecto de la destrucción de empleo en términos de ingresos por IRPF (-23,7%).

ANEXO.- LOS ESTUDIOS IMPACTUR:

Definiciones y conceptos metodológicos

a.- Qué son y qué representan los Estudios IMPACTUR en el contexto de las Cuentas Satélite del Turismo.

Durante varios años diversos países y regiones han estimado el impacto económico de las actividades turísticas siguiendo distintos sistemas de medición que empleaban diferentes definiciones y metodologías. En la mayor parte de los casos, la diversidad de aproximaciones ha impedido la realización de comparaciones rigurosas entre todas ellas, lo que ha dificultado la extracción de conclusiones sobre el impacto económico de las actividades turísticas y su relación con el resto de la economía. De ahí la equívoca y difusa percepción que en general tiene la opinión pública sobre los notables efectos directos e inducidos que provoca el turismo, y por tanto el bajo reconocimiento y prioridades políticas de las que en términos prácticos se ha favorecido este sector, muy asimétricas en relación con su notable aportación a la economía.

En este contexto, durante la última década se han dado pasos significativos por parte de diversas instituciones públicas internacionales (OCDE, Eurostat y la Organización Mundial del Turismo, OMT) y empresariales (World Travel & Tourism Council, WTTC) de cara a consensuar una estructura conceptual y un sistema metodológico que permita delimitar y medir de forma comparada el impacto económico de la actividad turística en un territorio determinado. Como resultado de todos esos trabajos previos, en el mes de marzo del año 2000 la Comisión de Estadísticas de Naciones Unidas finalmente aprobó el documento “*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*” (*Cuenta Satélite del Turismo: Referencias Metodológicas, CSTRM*), que fue revisado en 2008 y que constituye el marco general para el desarrollo de esos instrumentos de medición, que han venido en denominarse como Cuentas Satélite de Turismo y que se han realizado en diversos lugares del mundo, facilitando un enorme avance en términos de comparabilidad y homogeneidad de las mismas.

Siguiendo estos principios, el Instituto Nacional de Estadística (INE) elaboró y presentó en el mes de mayo del año 2002 la primera Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) donde se exponían las primeras estimaciones sobre el impacto del turismo en las principales macromagnitudes que conforman el sistema de cuentas nacionales español, dando respuesta al elevado interés de Administraciones Públicas y empresas privadas por conocer objetivamente la aportación del turismo a nuestra economía y de esa manera ayudar a elevar su reconocimiento socioeconómico entre la sociedad española. Gracias al excelente trabajo realizado en su día por el INE y sus sucesivas actualizaciones, hoy conocemos que en el año 2008 las actividades turísticas representaban el 10,5% del Producto Interior Bruto (PIB) español (113.930 millones de euros) y el 7,5% del empleo (1,6 millones de puestos de trabajo).

No obstante, dada la descentralización de competencias turísticas en nuestro país y el trascendental papel que en distintos territorios españoles ha ejercido el turismo como principal motor del desarrollo y de su generación de riqueza en los últimos años, tan o más importante que conocer el impacto socio-económico del turismo a escala nacional resulta el conocer los efectos que produce a nivel de las diversas comunidades autónomas, algunas de ellas con un fuerte especialización en este sector.

En este sentido, el INE, en su documento sobre “La Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE): Metodología y Primeras Estimaciones 1996-1999” publicado en septiembre de 2002, ya sugería, a partir de los primeros resultados obtenidos, un calendario de trabajos a realizar en esa dirección y entre los que se apuntaba la posibilidad de realizar durante el cuarto trimestre del año 2003 unas primeras estimaciones más desagregadas, producto de la entonces prevista regionalización de la CSTE.

A la vista de lo anterior, y dado el enorme interés, tanto por parte de las diferentes administraciones turísticas como por las propias empresas privadas, a favor de disponer de un primer cálculo del impacto del turismo sobre las diversas regiones turísticas españolas, EXCELTUR decidió a mediados de 2004 promover y cofinanciar la realización, puesta en marcha y actualización de los Estudios de Impacto Económico del Turismo (Estudios IMPACTUR) para comunidades españolas. El primero de ellos se realizó para las Islas Canarias, seguido posteriormente por Galicia, Comunidad Valenciana, Andalucía, Baleares y Comunidad de Madrid.

Los Estudios IMPACTUR parten de dos pilares en su concepción y desarrollo: los principios metodológicos y los conceptos definidos por la OMT y Naciones Unidas en su documento CSTRM y las orientaciones, información disponible y supuestos aplicados por el INE en el cálculo de la Cuenta Satélite del Turismo Español, CSTE.

De este modo, siguiendo el esquema aprobado y consensuado por Naciones Unidas, los Estudios IMPACTUR siguen la orientación del marco general bajo el que se han elaborado desde entonces las CST de numerosos países y regiones. Por otro lado, al tomar como referencia en todo momento el trabajo y las hipótesis que ha adoptado a su vez el INE para España, se ha pretendido que los resultados estimados en los Estudios IMPACTUR elaborados para las diferentes autonomías, además de entre sí, se puedan comparar con los resultados obtenidos por la CST del INE para España.

El enfoque de los Estudios IMPACTUR de EXCELTUR responde al objetivo de aproximar el impacto económico del turismo sobre las principales variables macroeconómicas regionales (PIB, Empleo, Inversión, Impuestos, Consumo privado, Exportaciones, etc.) a partir del conjunto de información económica y turística disponible en cada territorio, siguiendo, como ya se ha explicado reiteradamente con anterioridad, los mismos principios metodológicos planteados por Naciones Unidas y aplicados por el INE para España, de manera que puedan ser comparables entre sí.

De este modo, la implementación de los Estudios IMPACTUR trata de suplir, con una metodología rigurosa, las notables carencias o desfases en el tiempo que en una buena parte sufren los sistemas de información de muchas regiones turísticas nacionales e internacionales, y por tanto algunas de nuestras comunidades autónomas y cuya corrección comportaría, bien un largo período de tiempo para la elaboración de nuevas fuentes estadísticas *ad hoc*, bien un muy elevado coste de ejecución, que en la mayoría de los casos haría inviable su presupuesto de realización.

Desde esta perspectiva y con el objetivo de avanzar y superar estas carencias de una manera fiable y pragmática, los Estudios IMPACTUR promueven la construcción de un sistema de información turístico que además y entre otros permite identificar las principales “carencias” en cuanto a las fuentes estadísticas necesarias para la realización de una CST. En este sentido, IMPACTUR establece en una primera instancia y con rigor un método de aproximación consensuado que permite cuantificar de manera consistente y homogénea con la CSTE del INE esa información hoy por hoy no accesible y desfasada en el tiempo.

Los principios de los ESTUDIOS IMPACTUR

Tal y como establece Naciones Unidas en su documento CSTRM y aplica el INE para el caso de la CSTE, los Estudios IMPACTUR calculan el impacto económico del turismo con el objetivo de presentar una perspectiva global del impacto que las actividades turísticas tiene sobre el conjunto de variables y decisiones de los diversos agentes económicos de una región, además de favorecer su toma de decisiones.

Esto supone que de los Estudios IMPACTUR se deriva un sistema de conocimiento turístico en el que se incluye:

- Una valiosa información sobre los niveles de consumo relacionados con la actividad turística realizados en la comunidad autónoma.
- El conocimiento y análisis del conjunto de prestadores de servicios que componen la cadena de valor turística, así como el papel desempeñado por el sector público en cuanto a su capacidad para abastecer de servicios y potenciar la experiencia de los turistas.
- Los vínculos existentes entre las diversas ramas características de la actividad turística y el resto de sectores económicos, tales como el sector primario, la industria y la construcción, así como los efectos de la traslación del gasto turístico entre todas ellas.

- Oportunidades bien identificadas para mejorar la productividad y priorizar mejor los incentivos del sector público para lograr estrategias de desarrollo más sostenibles y exitosas a medio plazo.
- Información sobre el empleo generado de cara a la planificación y desarrollo de actuaciones para la mejora de los recursos y el capital humanos.

Desde este punto de vista los Estudios IMPACTUR no se limitan a ser un mero cálculo de cuanto repercute el turismo para una economía regional, sino que se conciben como el primer paso para la construcción de un sistema homogéneo de información e inteligencia turística más extenso y profundo que sirva para apoyar la toma de decisiones tanto del sector público como de las empresas privadas en las diversas Comunidades Autónomas españolas, como en este caso Comunitat Valenciana.

Conceptos fundamentales de los Estudios IMPACTUR

Como anteriormente ya se ha venido señalando, los ejercicios de construcción y actualización de los Estudios IMPACTUR para la Comunitat Valenciana se ha realizado siguiendo la terminología definida por Naciones Unidas y publicada en CSTRM, y se ha apoyado en una muy estrecha colaboración de Excelsior con un equipo de trabajo formado por reconocidos expertos de la Conselleria de Turisme de la Comunitat Valenciana. Ello ha favorecido los necesarios ajustes y consensos para la aplicación del conjunto de clasificaciones y sistema de tablas de presentación propuestos en dicho documento, en consonancia con los principios y supuestos aplicados por el INE en la CSTE, en aras de favorecer su comparabilidad con ésta.

En función de las propias especificidades de la actividad turística, y al igual que se realiza en la mayor parte de CST elaboradas en el mundo, tanto por las distintas instituciones estadísticas oficiales, como en este caso, el **Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009** calcula el impacto económico del turismo desde la perspectiva de la demanda ya que, a diferencia de otras industrias tradicionales (agricultura, acero, etc.), en la turística no se produce un sólo producto o servicio homogéneo, sino más bien una diversa colección de productos (duraderos y no duraderos) y servicios (transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento, inversiones públicas, etc.) que son prestados a los turistas.

La transversalidad de la actividad turística, en la que intervienen diferentes prestadores de servicios que en diferente medida forman parte de una cadena de valor que de manera agregada es la que contribuye a satisfacer las necesidades del turista (*desde los puramente turísticos como los hoteles hasta otros como los constructores de coches o los fabricantes de ropa donde sólo una parte de su facturación puede imputarse a la demanda turística*), junto a una falta de información para extraer efectivamente qué parte de ésta está directamente relacionada con el turismo, imponen la necesidad de calcular su impacto desde los diversos componentes que constituyen el Producto Interior Bruto desde la perspectiva de la demanda (Consumo Individual, Consumo Colectivo, Formación Bruta de Capital, Exportaciones e Importaciones de bienes y servicios).

Hay que decir que este trabajo realizado para la Comunitat Valenciana ha requerido igualmente el construir previamente los componentes del PIB por la vía de la demanda al no disponerse de un cuadro completo de Cuentas Regionales propias, si bien esta se ha podido aproximar a partir de la nueva Tabla Input-Output de la Comunitat Valenciana elaborada por el IVE para el año 2000.

Cabe destacar que una vez más se ha podido contar con el amplio sistema de estadísticas turísticas del que dispone la Generalitat Valenciana, así como del compromiso y la colaboración prestadas por los miembros del equipo de trabajo antes mencionado y que han hecho posible el cálculo de los resultados presentados.

La aproximación realizada para calcular el impacto del turismo en la economía de la comunidad ha seguido la definición previa de la siguiente estructura conceptual y los cálculos consiguientes que figuran resumidos a continuación y que siguen lo realizado en los dos Estudios IMPACTUR ya elaborados para la Comunitat Valenciana con anterioridad.

b.- Conceptos y estructura del Estudio IMPACTUR para Comunitat Valenciana

DEMANDA TURÍSTICA

Se desglosa en los siguientes conceptos: el Consumo Turístico Interior, la Formación Bruta de Capital Turístico y el Consumo colectivo de las Administraciones Públicas. Restándole las correspondientes importaciones, equivale al PIB turístico.

1. CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR

Constituye la partida más importante para poder explicar el impacto socio-económico del turismo en la Comunitat Valenciana. Representa el valor de los bienes y servicios consumidos directamente por los turistas tanto residentes como no residentes en la comunidad, así como los demás gastos que repercuten o benefician a los turistas al ser un elemento imprescindible para el desarrollo de su actividad. El consumo turístico se desglosa a su vez en las siguientes partidas:

A.- CONSUMO TURÍSTICO INTERNO formado, por las siguientes tres conceptos

Formado por el consumo turístico realizado por los agentes residentes en la Comunitat Valenciana (hogares, empresas y Administraciones Públicas).

1. Consumo final de los hogares residentes en la Comunitat Valenciana

Recoge el gasto turístico realizado por la población residente en la Comunitat Valenciana durante sus viajes y excursiones turísticas dentro de los destinos de la comunidad, tanto en servicios turísticos tradicionales (alojamiento, restauración, transporte, ocio, etc.) como en bienes (vestido y calzado, equipamiento del hogar de segundas residencias, etc.).

2. Gasto en viajes de negocio fuera de su entorno habitual realizado tanto por las empresas como por las Administraciones Públicas residentes

Incluye el importe de los bienes y servicios consumidos por las empresas y las Administraciones Públicas valencianas durante sus viajes de negocio dentro de la comunidad. En términos de Contabilidad Nacional se trata de consumos intermedios en los que han de incurrir agentes públicos y privados para el desempeño de su actividad, por lo que, aun cuando se han calculado para el caso de la Comunitat Valenciana, se han eliminado del cálculo de su PIB turístico, por seguir la misma pauta que el INE en relación a la Cuenta Satélite del Turismo español, CSTE.

3. Consumo individual de las Administraciones Públicas

Incorpora los gastos en servicios y equipamientos culturales (museos, monumentos), recreativos (parques naturales) o personales (servicios médicos) en los que incurren las Administraciones Públicas de la Comunitat Valenciana para la satisfacción de las necesidades de los visitantes turísticos a las tres provincias de la comunidad y que pueden ser individualizables.

B.- CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR formado por el Consumo de los no residentes nacionales y el Consumo de los turistas extranjeros

Estos dos conceptos recogen el total del gasto en bienes y servicios que realizan tanto los turistas españoles como extranjeros que viajan a la Comunitat Valenciana. Como se ha visto en el capítulo de resultados y como cabía esperar, se trata de dos de las dos partidas que mayor incidencia tienen en el cálculo del impacto socio-económico del turismo, junto al consumo turístico de los residentes, sobre la economía de comunidad.

2. OTROS COMPONENTES DE LA DEMANDA

El impacto del turismo sobre una economía no se limita en exclusiva al consumo turístico que realizan residentes y no residentes durante sus viajes turísticos. Existe un conjunto de gastos e inversiones que sólo se justifican por su finalidad turística y que se han de tener igualmente en cuenta en la medida en que responden a las necesidades de los turistas, debiéndose contabilizar sus efectos turísticos también por la vía de la demanda. Su inclusión permite hablar de un concepto más amplio de demanda turística, tal como así reconoce y calcula también el INE en la Cuenta Satélite del Turismo Español, CSTE.

Estos componentes son:

1. Formación Bruta de Capital (Inversión)

Incluye todos aquellos recursos destinados por las empresas pertenecientes a ramas características a la adquisición (descontadas las cesiones) de activos fijos (equipos, infraestructuras, edificaciones, etc.) que tienen una incidencia en la prestación de servicios a los turistas. En este apartado se recogen, por ejemplo, la inversión en ordenadores realizada por los hoteles y las agencias de viajes de la comunidad o los gastos en renovación de sus establecimientos. En cada caso, para su contabilización como demanda turística se ha tenido que calcular la proporción del total que puede entenderse como de utilización directa por parte de los turistas que llegan a la Comunitat Valenciana o para la prestación de servicios (o provisión de bienes) consumidos por los mismos.

2. Consumo Colectivo de las Administraciones Públicas

Se trata del conjunto de gastos corrientes realizados por las Administraciones Públicas de la Comunitat Valenciana para el desarrollo turístico de la región y cuyo consumo es difícilmente individualizable. En este apartado se introducen, por ejemplo y entre otros, los gastos en promoción turística o en seguridad en zonas turísticas.

IMPACTOS DIRECTOS FRENTE IMPACTOS INDIRECTOS

A través de la utilización de las recientemente publicadas Tablas Input-Output para la Comunitat Valenciana del año 2000 y una vez calculados los importes turísticos de los diferentes componentes de la demanda agregada que permite conocer el PIB generado por el Estudio IMPACTUR, se han diferenciado los efectos directos sobre el PIB y el empleo generado directamente sobre las empresas relacionadas con la actividad turística, así como el conjunto de efectos multiplicadores (efectos indirectos) sobre el resto del tejido productivo valenciano. Estos últimos efectos indirectos se derivan del tirón que ejerce el turismo sobre la compra de bienes y servicios de otras empresas no directamente relacionadas con la demanda turística, pero proveedoras de las empresas que sí están directamente vinculadas con el turismo (Ej: productos agrícolas, suministro energético, servicios de consultoría, etc.).

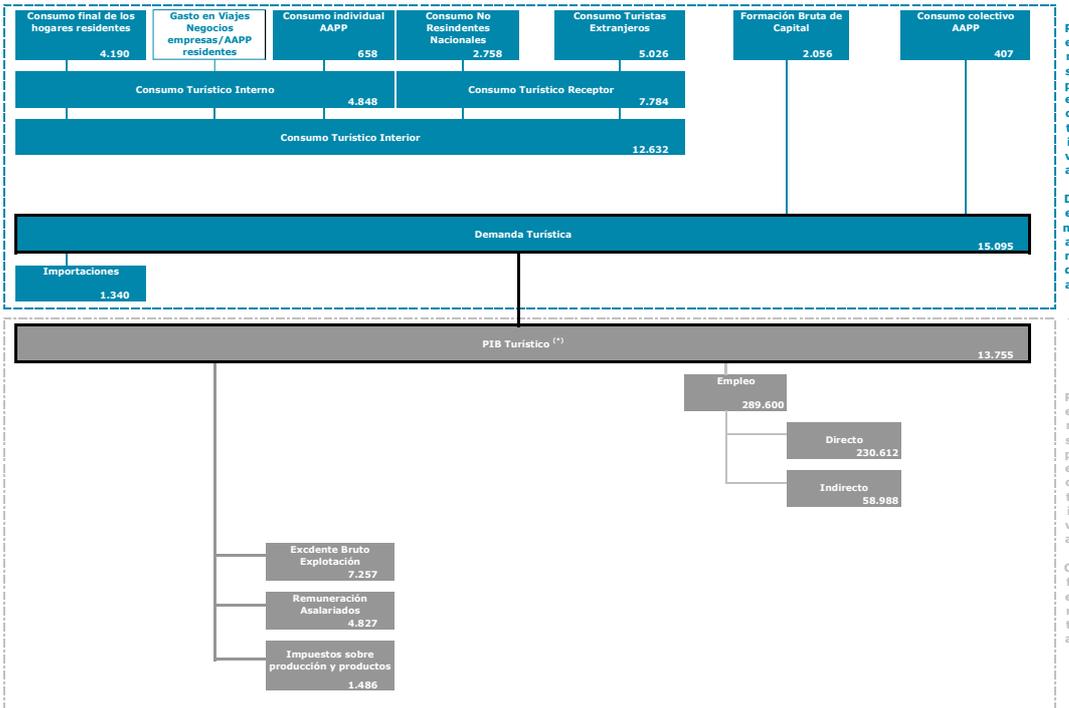
Este Estudio IMPACTUR incorpora, a su vez, un cálculo de la generación de sueldos y salarios: Remuneración de Asalariados en términos de Contabilidad nacional, de los beneficios empresariales (el Excedente Bruto de Explotación) de los impuestos y las subvenciones.

Así mismo, como elemento adicional a los resultados obtenidos, se ha incorporado un cálculo de los impuestos sobre la renta recaudados y derivados del empleo vinculado al sector turístico, así como de los impuestos satisfechos por las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.

ESTRUCTURA IMPACTUR COMUNITAT VALENCIANA

Año 2009

Unidades: millones de euros, % PIB Turístico



Nota: unidades: millones de euros y miles de personas para empleo. Los porcentajes de las cantidades miden el peso relativo respecto al PIB Turístico o el Empleo Turístico.

(*) Viajes de Negocios de las empresas y de las AAPP excluidos en el cálculo del PIB ya que se consideran consumos intermedios.

Evolución de los principales indicadores del Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana 2009

Resultados en millones de euros corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Consumo turístico hogares residentes	3.379	3.316	3.495	3.855	4.190	4.207
<i>t.var.interanual</i>		-1,9	5,4	10,3	8,7	0,4
Consumo turístico individual AAPP	464	530	557	605	658	626
<i>t.var.interanual</i>		14,1	5,3	8,5	8,9	-4,8
Consumo Turístico Interno	3.843	3.846	4.052	4.460	4.848	4.833
<i>t.var.interanual</i>		0,1	5,4	10,1	8,7	-0,3
Consumo turístico no residentes nacionales	2.337	2.812	3.048	2.789	2.758	2.865
<i>t.var.interanual</i>		20,3	8,4	-8,5	-1,1	3,9
Consumo turístico extranjeros	4.025	4.123	4.418	4.911	5.026	4.365
<i>t.var.interanual</i>		2,4	7,1	11,2	2,3	-13,1
Consumo Turístico Receptor	6.362	6.935	7.466	7.700	7.784	7.230
<i>t.var.interanual</i>		9,0	7,7	3,1	1,1	-7,1
Consumo Turístico Interior	10.205	10.781	11.518	12.160	12.632	12.063
<i>t.var.interanual</i>		5,6	6,8	5,6	3,9	-4,5
Formación Bruta de Capital	1.552	1.681	1.987	2.238	2.056	1.835
<i>t.var.interanual</i>		8,3	18,2	12,6	-8,1	-10,7
Gasto Colectivo AAPP	273	313	343	372	407	422
<i>t.var.interanual</i>		14,8	9,6	8,6	9,2	3,7
Demanda Turística	12.030	12.775	13.848	14.770	15.095	14.320
<i>t.var.interanual</i>		6,2	8,4	6,7	2,2	-5,1
Importaciones	1.100	1.137	1.187	1.292	1.340	1.297
<i>t.var.interanual</i>		3,4	4,3	8,8	3,8	-3,2
PIB Turístico	10.930	11.638	12.661	13.478	13.755	13.023
<i>t.var.interanual</i>		6,5	8,8	6,5	2,1	-5,3

Resultados en millones de euros constantes (precios de 2009)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Consumo turístico hogares residentes	4.168	3.936	3.957	4.145	4.278	4.207
<i>t.var.interanual</i>		-5,6	0,5	4,8	3,2	-1,7
Consumo turístico individual AAPP	573	628	631	650	672	626
<i>t.var.interanual</i>		9,8	0,4	3,0	3,4	-6,8
Consumo Turístico Interno	4.740	4.565	4.588	4.796	4.950	4.833
<i>t.var.interanual</i>		-3,7	0,5	4,5	3,2	-2,4
Consumo turístico no residentes nacionales	2.882	3.338	3.451	2.999	2.816	2.865
<i>t.var.interanual</i>		15,8	3,4	-13,1	-6,1	1,7
Consumo turístico extranjeros	4.965	4.894	5.002	5.280	5.131	4.365
<i>t.var.interanual</i>		-1,4	2,2	5,6	-2,8	-14,9
Consumo Turístico Receptor	7.847	8.231	8.453	8.280	7.947	7.230
<i>t.var.interanual</i>		4,9	2,7	-2,1	-4,0	-9,0
Consumo Turístico Interior	12.587	12.796	13.042	13.075	12.898	12.063
<i>t.var.interanual</i>		1,7	1,9	0,3	-1,4	-6,5
Formación Bruta de Capital	1.804	1.872	2.119	2.309	2.067	1.835
<i>t.var.interanual</i>		3,8	13,2	9,0	-10,5	-11,2
Gasto Colectivo AAPP	336	371	388	401	415	422
<i>t.var.interanual</i>		10,5	4,5	3,1	3,7	1,6
Demanda Turística	14.727	15.039	15.549	15.785	15.380	14.320
<i>t.var.interanual</i>		2,1	3,4	1,5	-2,6	-6,9
Importaciones	1.356	1.350	1.344	1.389	1.368	1.297
<i>t.var.interanual</i>		-0,5	-0,5	3,4	-1,5	-5,2
PIB Turístico	13.371	13.689	14.205	14.397	14.012	13.023
<i>t.var.interanual</i>		2,4	3,8	1,3	-2,7	-7,1