

**BALANCE TURÍSTICO Y PREVISIONES  
COMUNITAT VALENCIANA  
2023-2024**

**ACTITUD  
MEDITERRÁNEA**



# Metodología

El presente balance de actividad y previsión ha sido elaborado en base a fuentes públicas - operaciones del INE (Instituto Nacional de Estadística) e IVE (Institut Valencià d'Estadística), como la EOH (Encuesta de Ocupación Hotelera), EGATUR (Encuesta de Gasto) y FAMILITUR, FRONTUR, EUROSTAT, AENA, Aeropuerto de Castellón y Turisme Comunitat Valenciana - y fuentes privadas como EXCELTUR, Biontrend (HOSBEC), Mabrian y otras que nutren el sistema de inteligencia turística de la Comunitat Valenciana - Orange, Forwardkeys, Geoblink y Atribus\*-.

También incluye una recopilación de las principales tendencias a tener en cuenta por parte del sector turístico en 2024, derivadas de informes, estudios y artículos publicados por Hosteltur, Phocuswright, Amadeus y otros.

\*Los datos relativos a menciones, productos y atractivos turísticos corresponden a resultados de búsquedas en español a partir de los términos predeterminados.

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



> ÍNDICE

**\_01 BALANCE 2023**

**\_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES**

**\_03 TENDENCIAS**

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



# \_01 BALANCE 2023

ACTITUD  
MEDITERRÀNEA



## Datos Clave Balance 2023

★ 16,6%

INCREMENTO DE VENTAS vs 2019  
(Encuesta Confianza Empresarial,  
Exceltur)

▲ 7,7%

GASTO TOTAL TURISTAS  
NACIONALES 2023 vs 2022  
(4.193,26 mill en 2022 y 4.515,61  
mill en 2023)

★ 23,7%

CRECIMIENTO REVPAR  
COMUNITAT VALENCIANA  
(57,5€ en 2022 y 63,9€ en 2023)

★ 28,5MM

VIAJEROS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS\*  
(26,6 mill en 2022 y 28,95 mill en  
2023)

★ 23,84%

GASTO TURISTAS EXTRANJEROS  
2023 vs 2022  
(10.103,66 mill en 2022 y 12.511,93  
mill en 2023)

🗨️ 9,2

ÍNDICE SATISFACCIÓN GENERAL  
2023 REDES SOCIALES

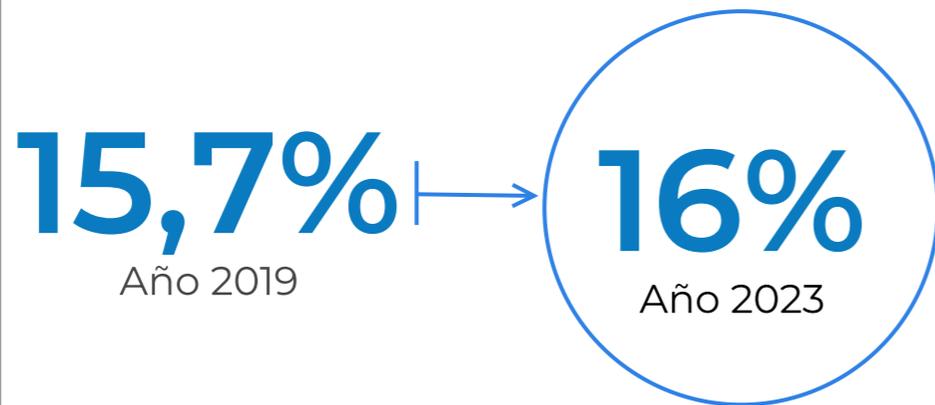
▲ 5,9%

INCREMENTO EMPLEO TURÍSTICO  
(188.708 empleados en 2022 y 199.835  
empleados en 2023)

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA

# El turismo impulsa el crecimiento económico y el empleo

## PIB turístico

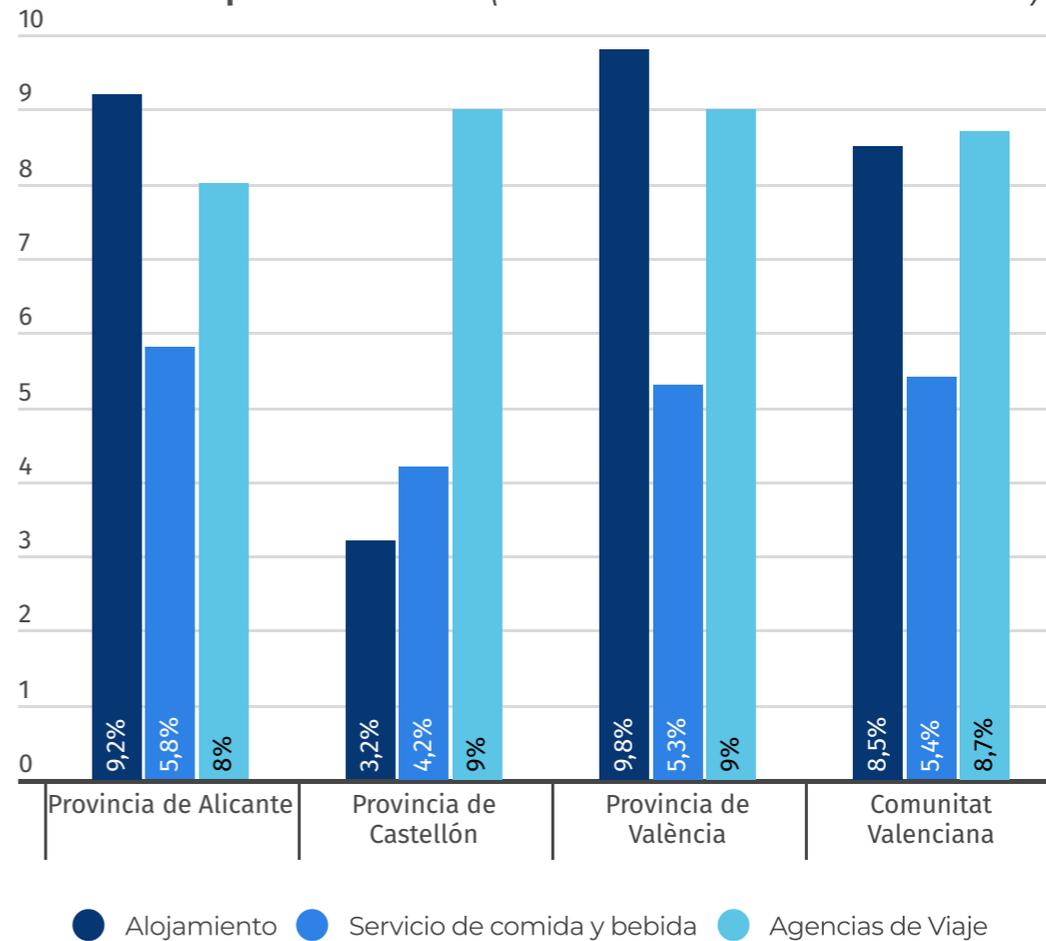


El turismo contribuyó en 2022 al PIB de la CV con un 15,8%\* alcanzándose ya los niveles pre-pandemia (2019, 15,7%).

Considerando los datos tan positivos que la actividad ha cosechado en 2023, tanto en viajeros como en ingresos, todo parece apuntar que la aportación del turismo al PIB de la Comunitat ha estado muy por encima de otras actividades, por lo que con toda seguridad por primera vez se puede haber superado en 2023 el 16% de aportación al PIB.

\* Estimación Estudio IMPACTUR CV, Exceltur

## Evolución 2023-2022 acumulada a noviembre de afiliados a la Seguridad Social por sectores (crecimiento afiliados 2023)



	2022				2023				Variación %			
	Alicante	Castellón	València	CV	Alicante	Castellón	València	CV	Alicante	Castellón	València	CV
<b>Alojamiento</b>	15.745	3.797	7.502	27.043	17.195	3.918	8.238	29.350	9,2	3,2	9,8	8,5
<b>Servicio de comidas y bebidas</b>	66.517	17.763	73.241	157.521	70.370	18.511	77.109	165.990	5,8	4,2	5,3	5,4
<b>Agencias de Viaje</b>	1.483	315	2.338	4.136	1.602	344	2.549	4.495	8	9	9	8,7

Fuente: afiliación a la Seguridad Social

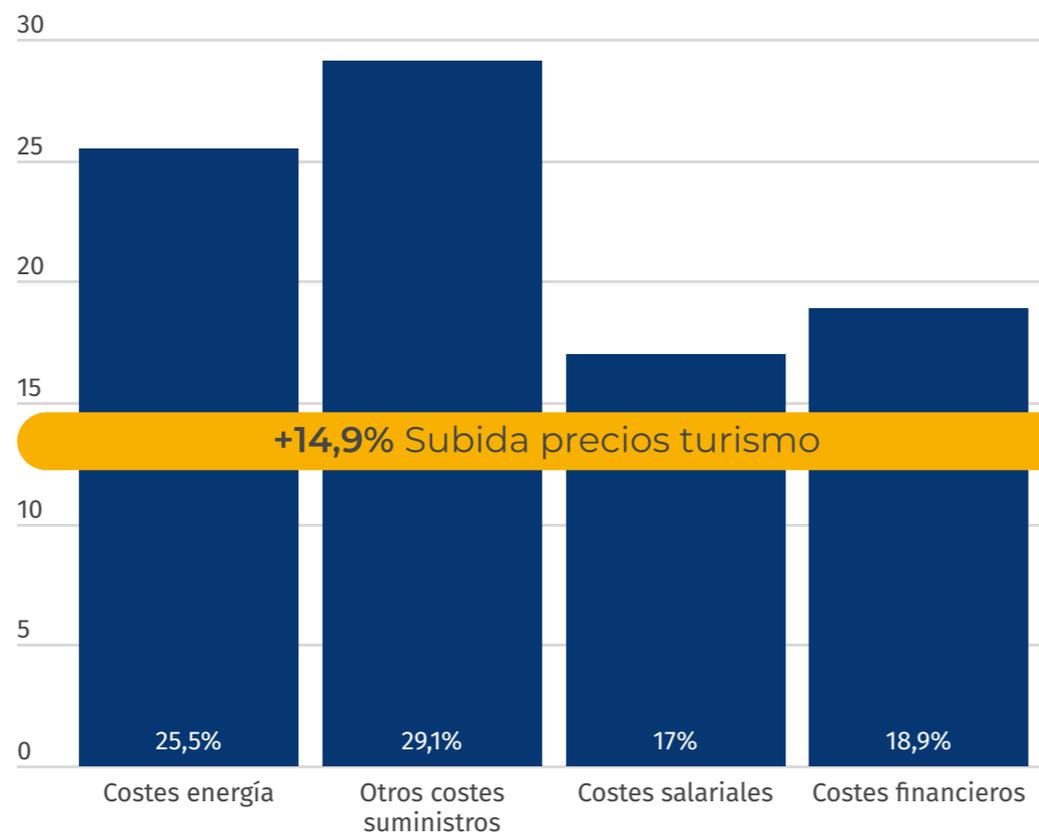
ACTITUD MEDITERRÁNEA



# Resultados Empresariales

Los resultados de las empresas turísticas del conjunto de España crecen por el tirón de las ventas y el esfuerzo en contención de costes, a pesar de un nuevo aumento de éstos en 2023: repuntan los costes financieros (+18,9%) y laborales (+7,3%), mientras se moderan los de suministros (+9,6%) y caen los energéticos (-2,8%)

## Incremento de los costes de las empresas turísticas en los dos últimos años 2023 vs 2021



Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)



Las ventas en la Comunitat Valenciana crecieron en 2023 respecto a 2019, según Exceltur

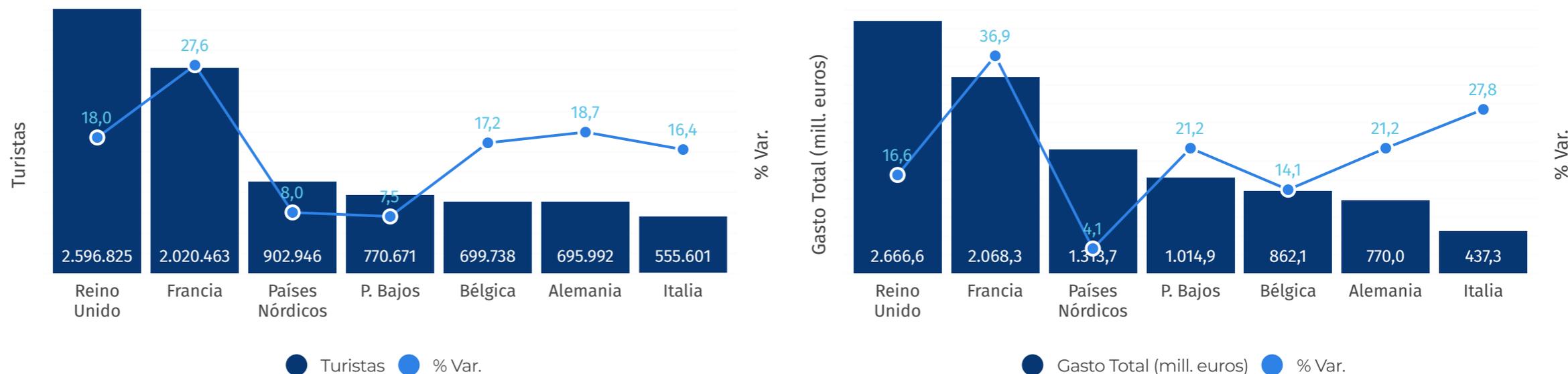


El REVPAR para el mismo período creció según la encuesta EOH del INE

\_01 BALANCE 2023

**+23,4%**  
AUMENTO DEL GASTO TURÍSTICO 2023 VS 2022

**Evolución de los turistas extranjeros en todo tipo de alojamiento, destino Comunitat Valenciana (acumulado noviembre 2023)**



Fuente: Elaboración propia a partir del INE, Frontur-Egatur

**Turistas extranjeros y gasto total, según destino principal**

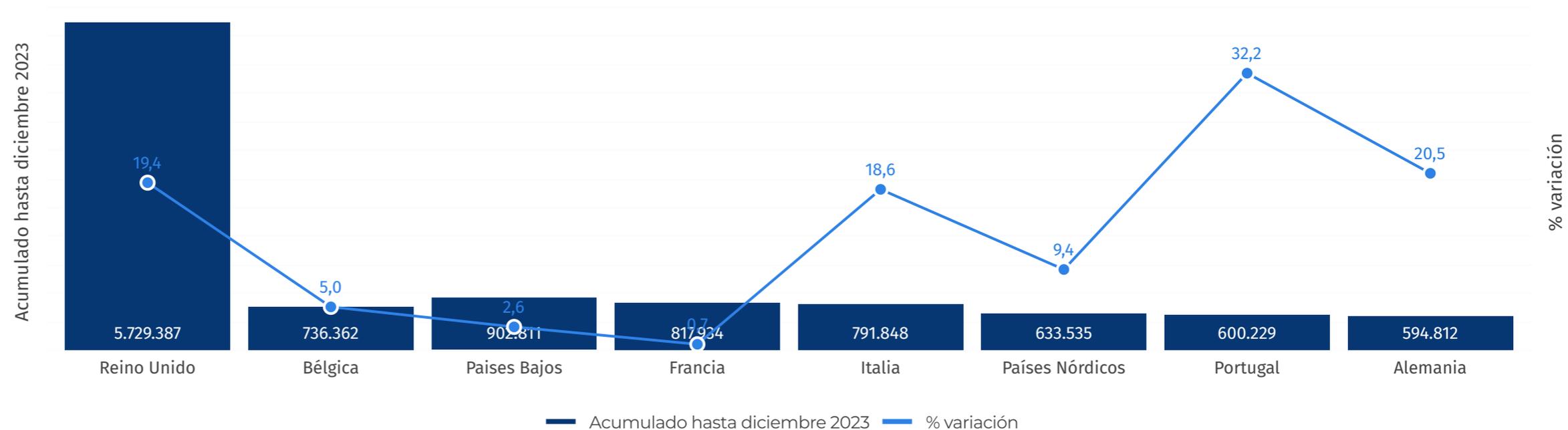
Destino	Turistas	% Variación interanual	Gasto total (mill. Euros)	% Variación interanual
Andalucía	12.200.666	21,9	15.362,0	28,1
Baleares	14.405.322	9,1	17.722,0	16,4
Canarias	13.942.965	13,1	20.334,0	16,5
Cataluña	18.004.010	21,2	20.878,0	26,7
Comunitat Valenciana	10.491.985	21,8	12.575,0	24,5
Madrid	7.841.055	29,6	13.366,0	38,8
España	85.056.528	18,7	108.662,0	24,7

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, Frontur-Egatur

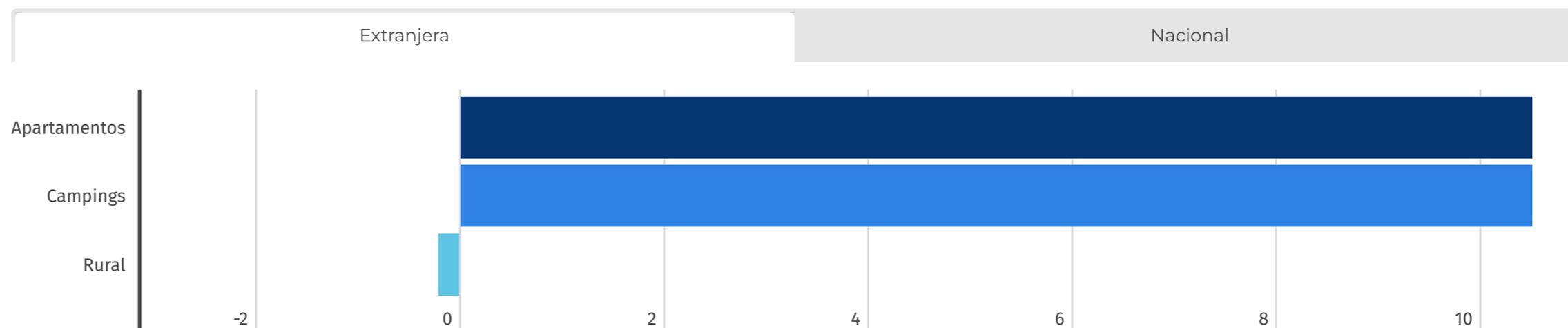
\_01 BALANCE 2023

**+15,6%**  
 EVOLUCIÓN PERNOCTACIONES  
 EXTRANJEROS CV  
 2023 VS 2022

Evolución de las pernoctaciones hoteleras según país de origen

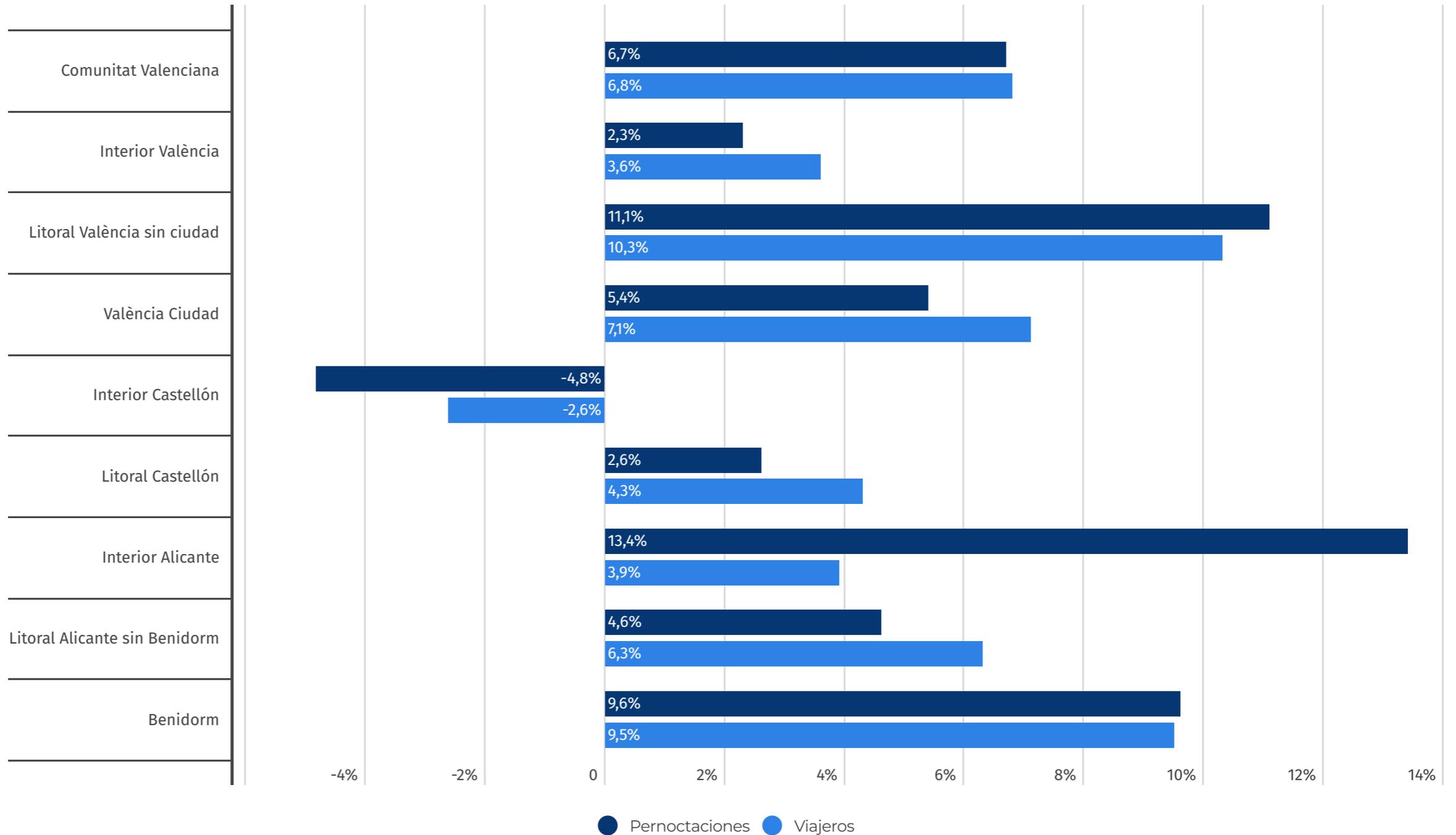


Evolución de las pernoctaciones extrahoteleras por modalidad y origen (acumulado diciembre)



\_01 BALANCE 2023

Evolución demanda hotelera por zonas (acumulado diciembre)



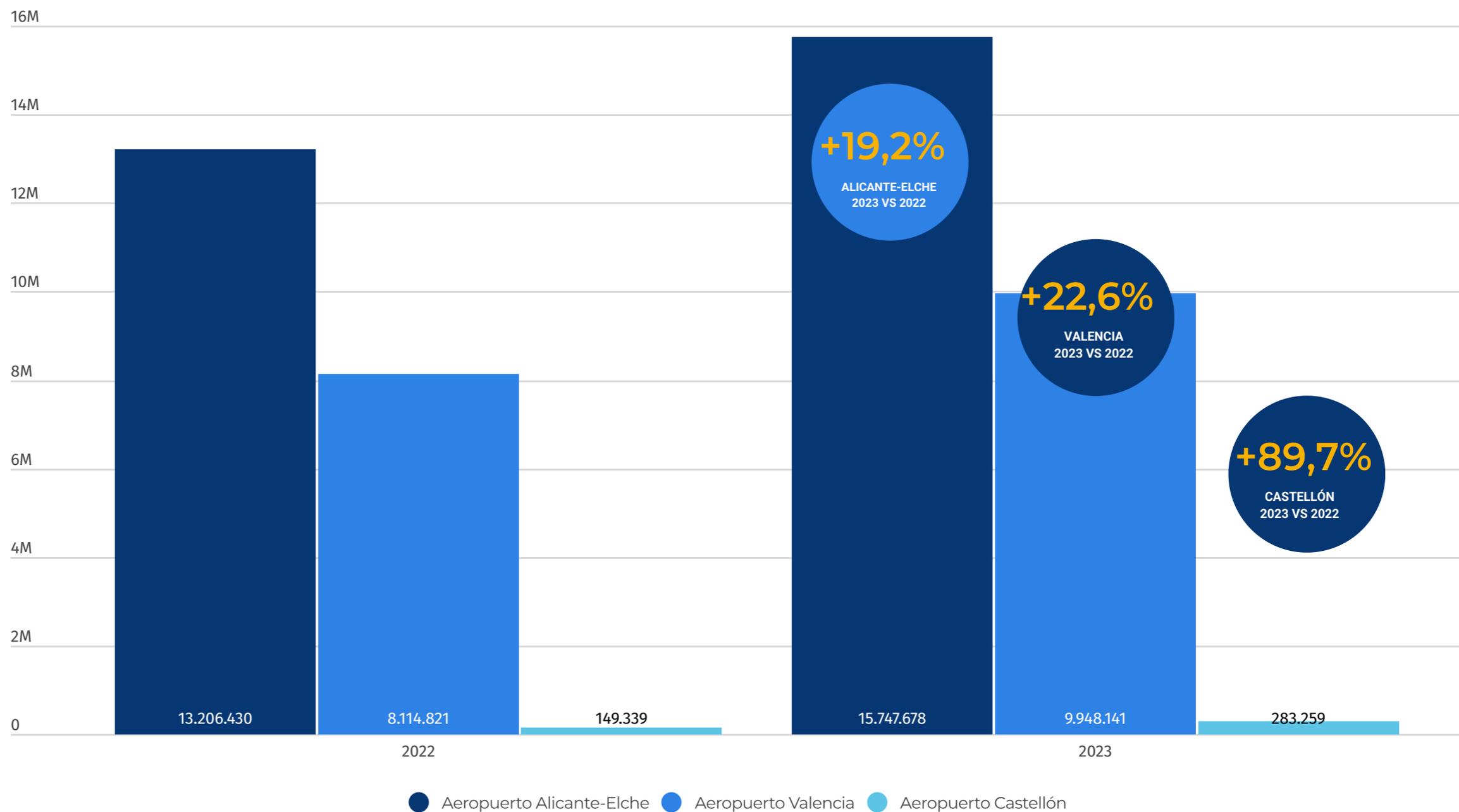
ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



\_01 BALANCE 2023

2023  
26 millones de pasajeros  
(entrada y salida)  
en la CV  
**+21%**

### Pasajeros y operaciones en los aeropuertos Comunitat Valenciana 2023 vs 2022



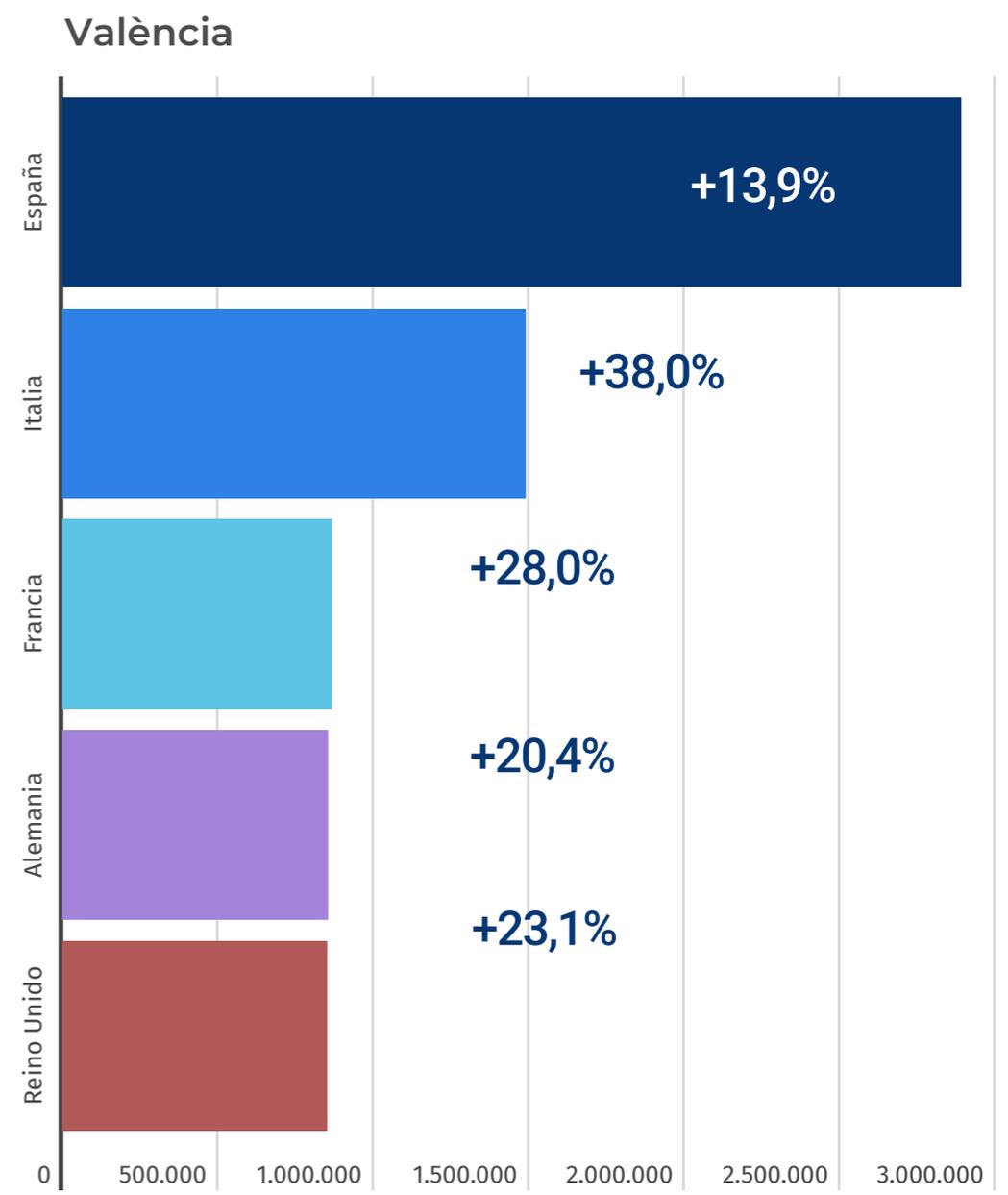
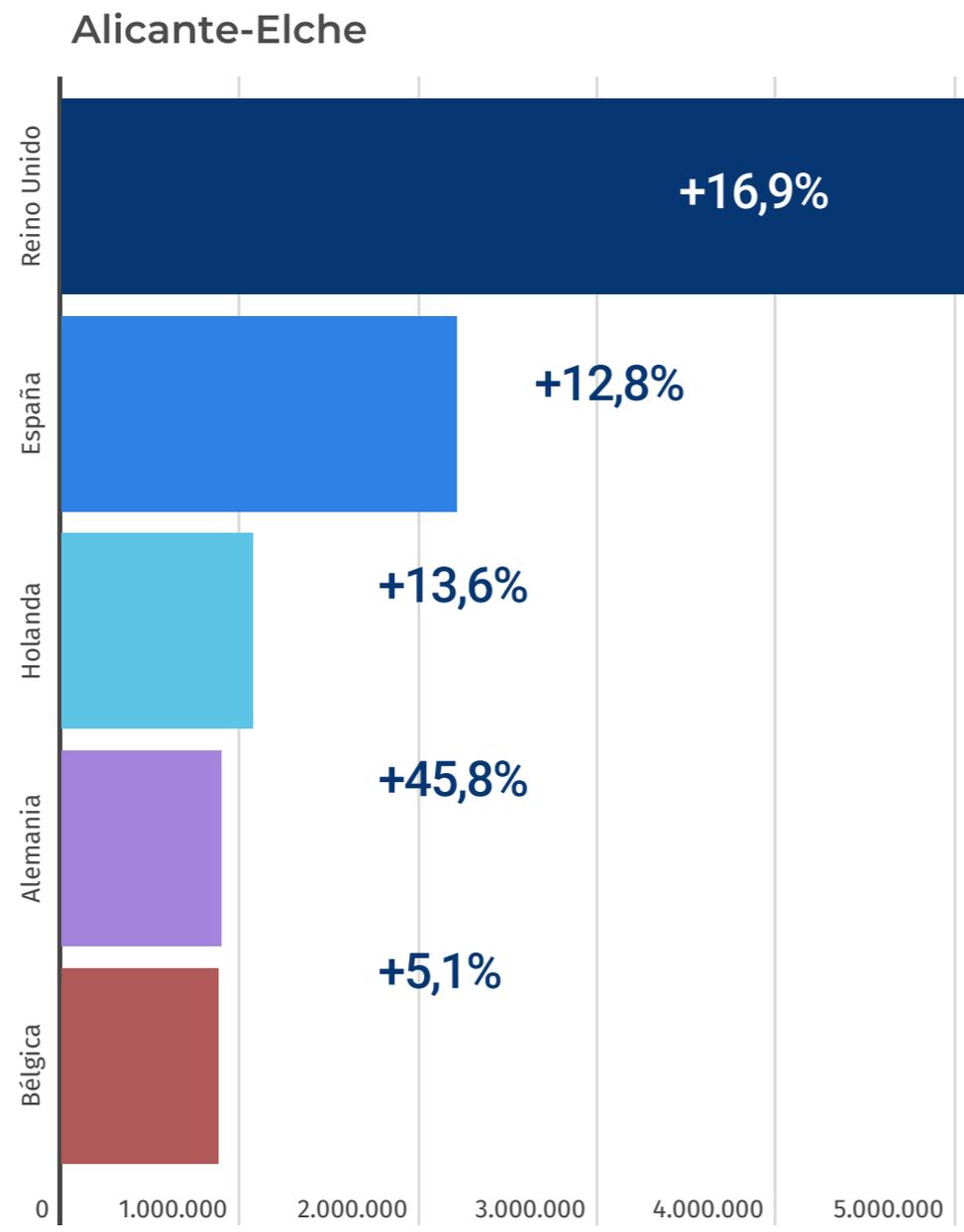
Fuente: Aena y Aeropuerto de Castellón

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



\_01 BALANCE 2023

Top 5 nacionalidades y crecimiento 2023 vs 2022 en los aeropuertos

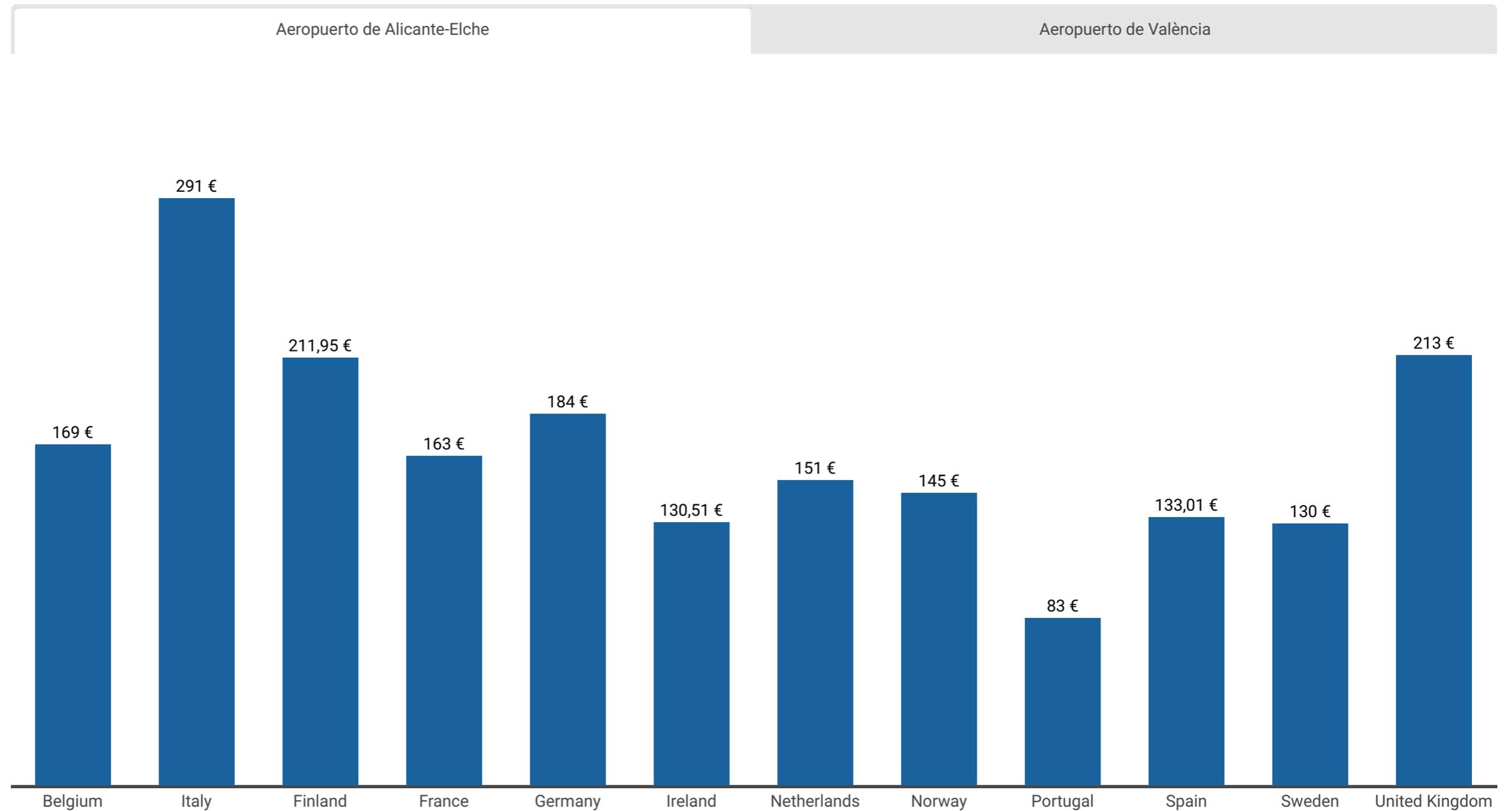


Fuente: Aena



\_01 BALANCE 2023

### Tarifa media de principales países origen para aeropuertos Alicante-Elche y València



Fuente: Forwardkeys

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



\_01 BALANCE 2023

9,2

ÍNDICE SATISFACCIÓN  
GENERAL 2023  
REDES SOCIALES

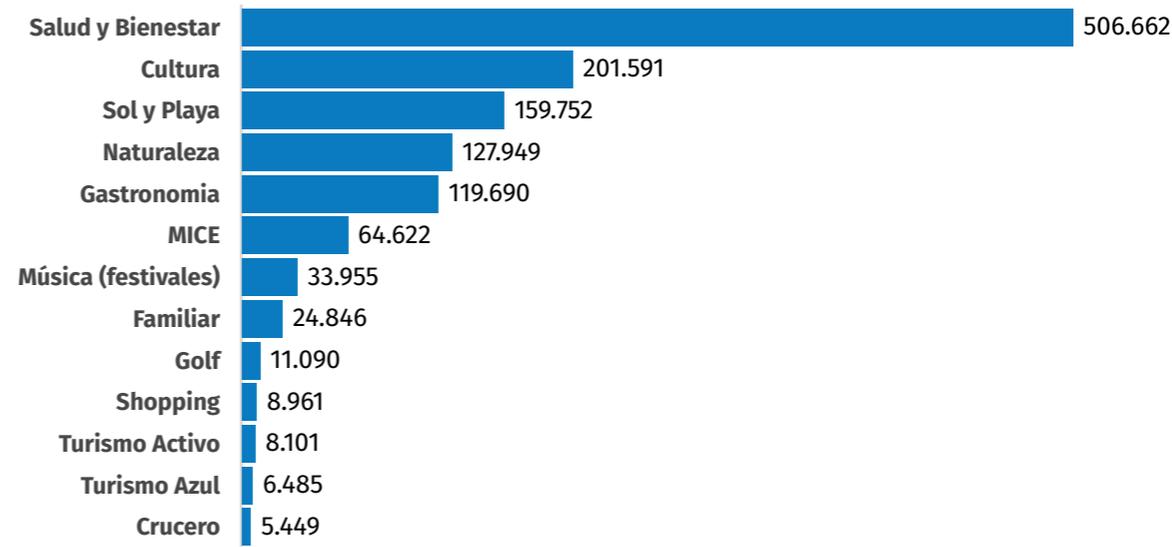


### Menciones CV



Fuente: Atribus.

### Productos Turísticos (Menciones por producto)



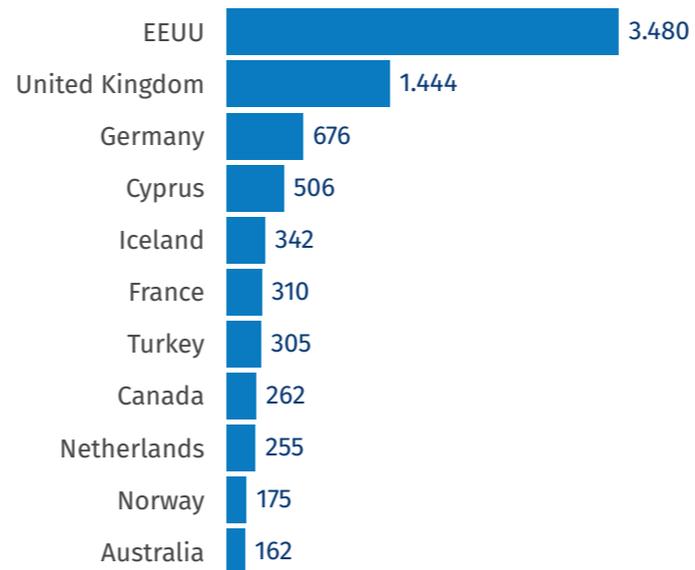
Fuente: Atribus.

### Top 20 Atractivos Turísticos

Atractivo	Cantidad de menciones
Las Fallas	6.585
Castillo de Guadalest	5.589
Parque Natural del Peñón de Ifach	4.006
Castillo de Peñíscola	3.851
Ciudad de las Artes y las Ciencias	3.221
Albufera	3.176
Aqualandia – Mundomar	2.399
Playa de Gandía	2.387
Isla de Tabarca	2.218
Terra Mitica	2.172

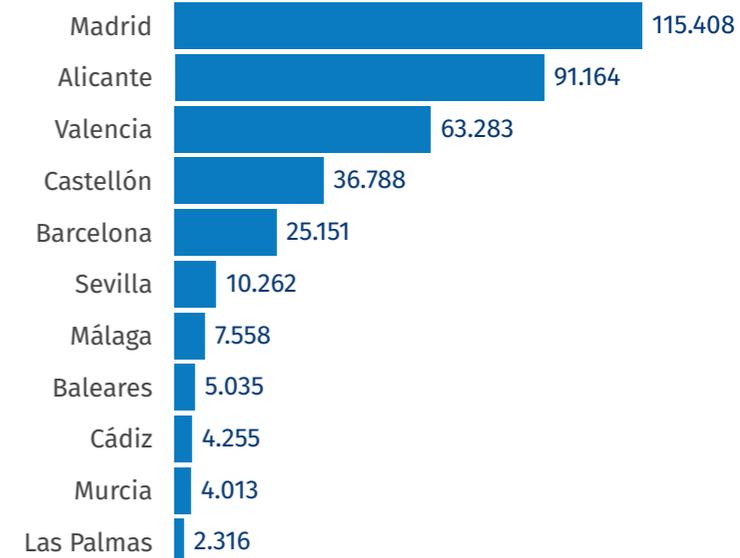
Fuente: Atribus.

### Top 10 Internacional



Fuente: Atribus.

### Top 10 Nacional



Fuente: Atribus.

# \_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA

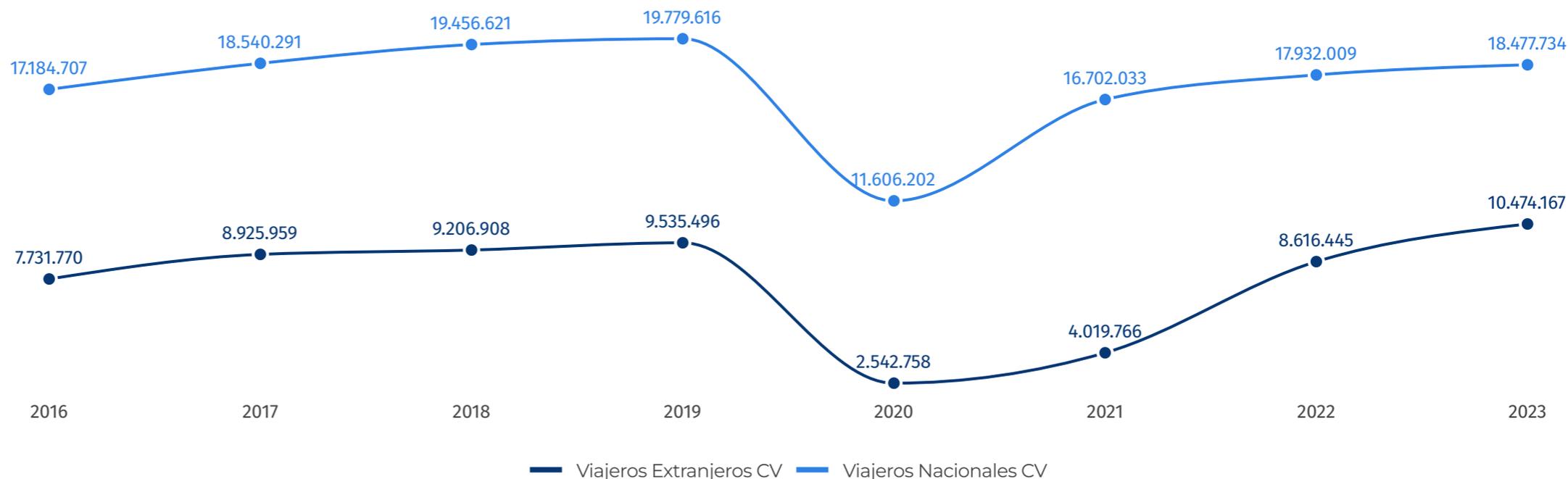


## \_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

**28,5MM**

VIAJEROS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2023

### Evolución turistas extranjeros y nacionales CV



Fuente: Turisme Comunitat Valenciana a partir del INE.

### Evolución turistas extranjeros CV

Año	Turistas	% var	Pernoctaciones	% var
2016	7.731.770	-	81.701.124	-
2017	8.925.959	15,4	89.148.596	9,12
2018	9.206.908	3,1	91.446.545	2,58
2019	9.535.496	3,6	88.495.517	-3,23
2020	2.542.758	-73,3	26.041.633	-70,57
2021	4.019.766	58,1	44.943.393	72,58
2022	8.616.445	114,4	85.204.346	89,58

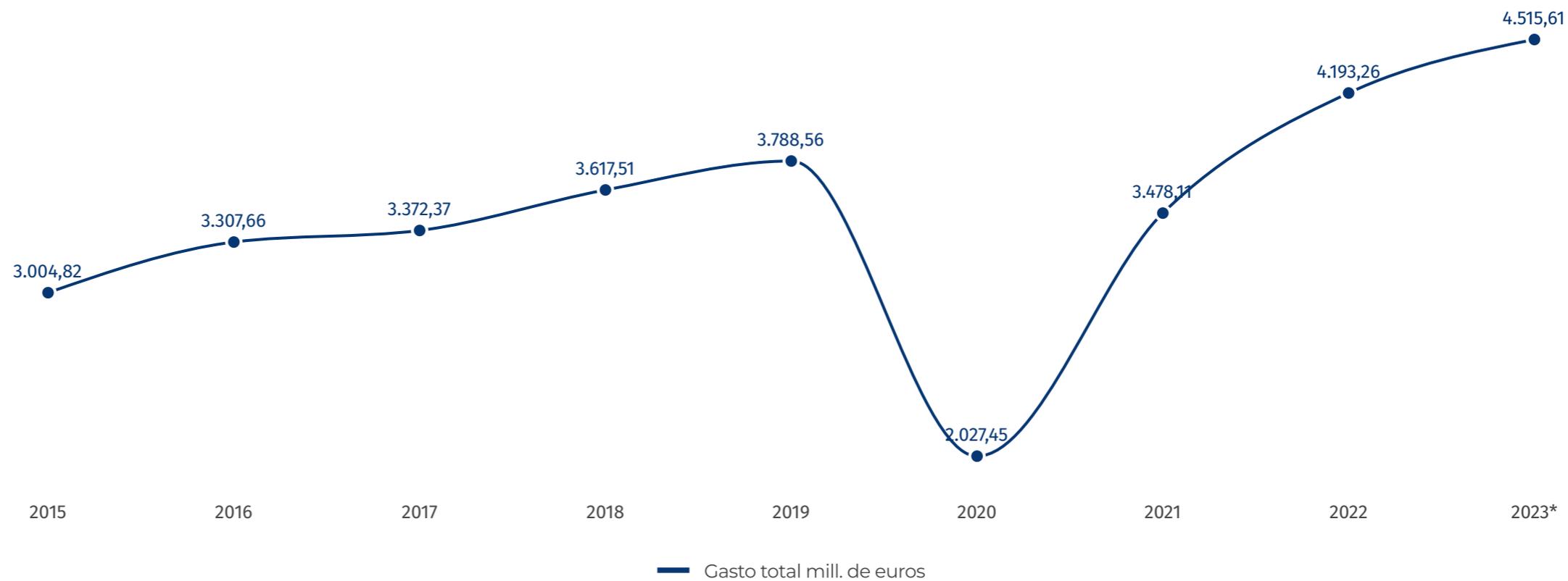
Fuente: Turisme Comunitat Valenciana a partir del INE.

### Evolución turistas nacionales CV

Año	Viajeros	% var	Pernoctaciones	%var
2016	17.184.707	10,8	84.170.054	3,21
2017	18.540.291	7,9	86.799.372	3,12
2018	19.456.621	4,9	85.904.685	-1,03
2019	19.779.616	1,7	89.493.557	4,18
2020	11.606.202	-41,3	60.771.823	-32,09
2021	16.702.033	43,9	81.946.838	34,84
2022	17.932.009	7,4	84.030.696	2,54

Fuente: Turisme Comunitat Valenciana a partir del INE.

## Evolución del gasto de los turistas nacionales que visitan la Comunitat Valenciana



Año	Gasto total mill. de euros	%var
2015	3.004,82	0,00
2016	3.307,66	10,08
2017	3.372,37	1,96
2018	3.617,51	7,27
2019	3.788,56	4,73
2020	2.027,45	-46,49
2021	3.478,11	71,55
2022	4.193,26	20,56

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ETR (Familitur) del INE.

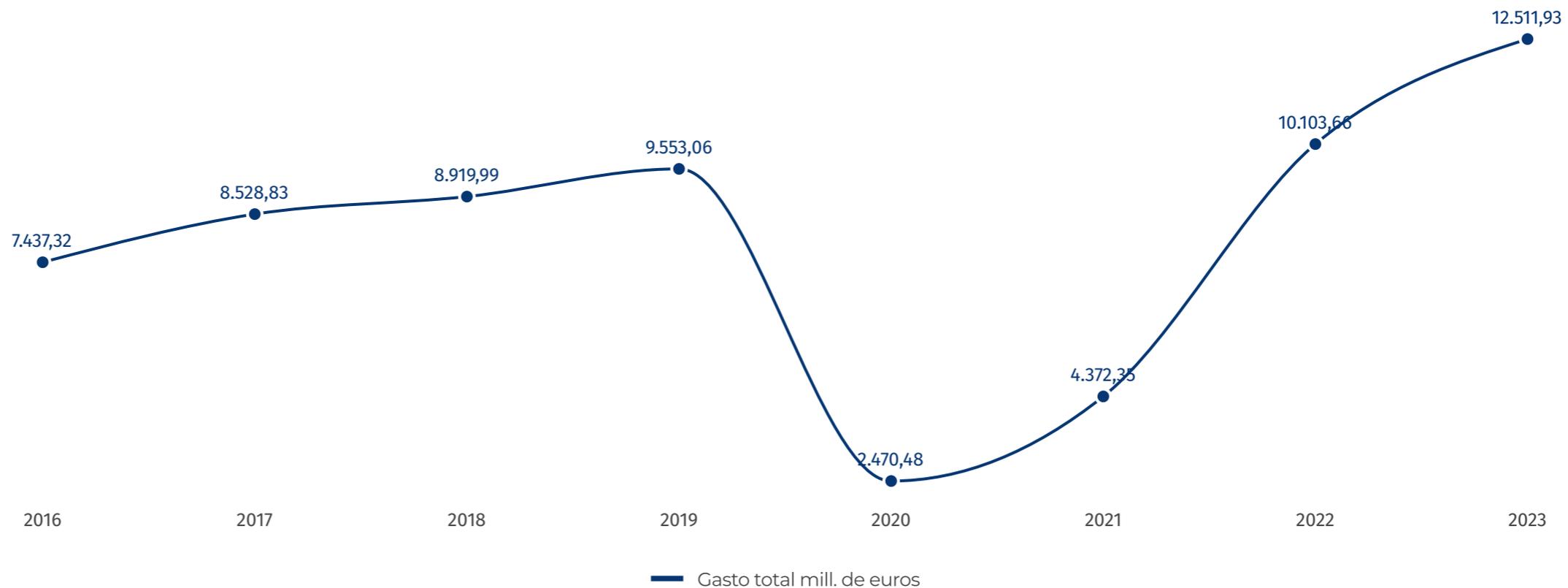
ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



## \_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

**+23,4%**  
 GASTO TURISTAS  
 EXTRANJEROS CV  
 2023 VS 2022

### Evolución del gasto de los turistas extranjeros que visitan la Comunitat Valenciana



Año	Gasto total mill. de euros	%var
2016	7.437,32	0
2017	8.528,83	14,68
2018	8.919,99	4,59
2019	9.553,06	7,10
2020	2.470,48	-74,14
2021	4.372,35	76,98
2022	10.103,66	131,08
2023	12.511,93	23,81

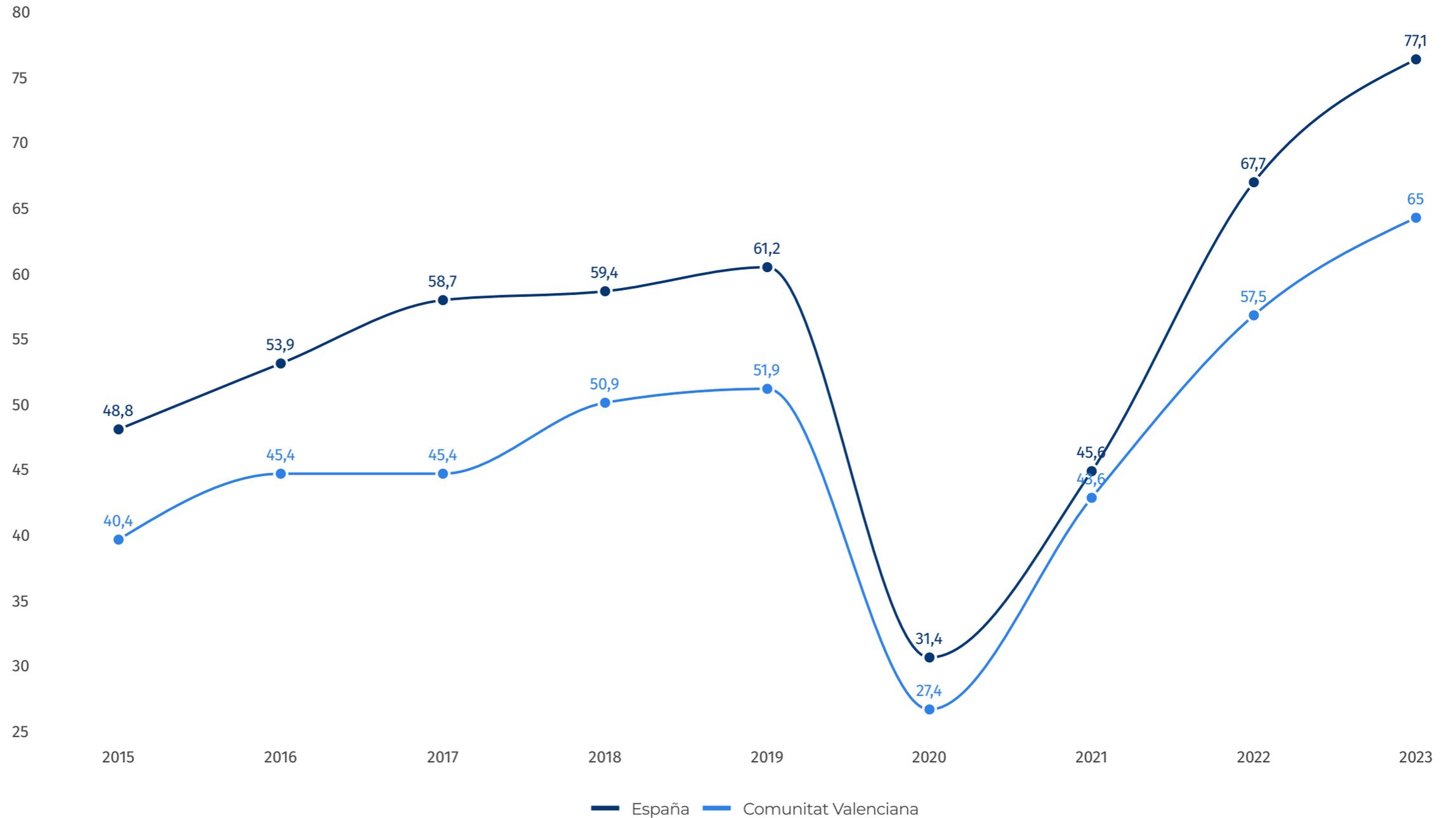
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Frontur-Egatur del INE.

ACTITUD  
 MEDITERRÁNEA



## \_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

### Evolución REVPAR hotelero en España y Comunitat Valenciana



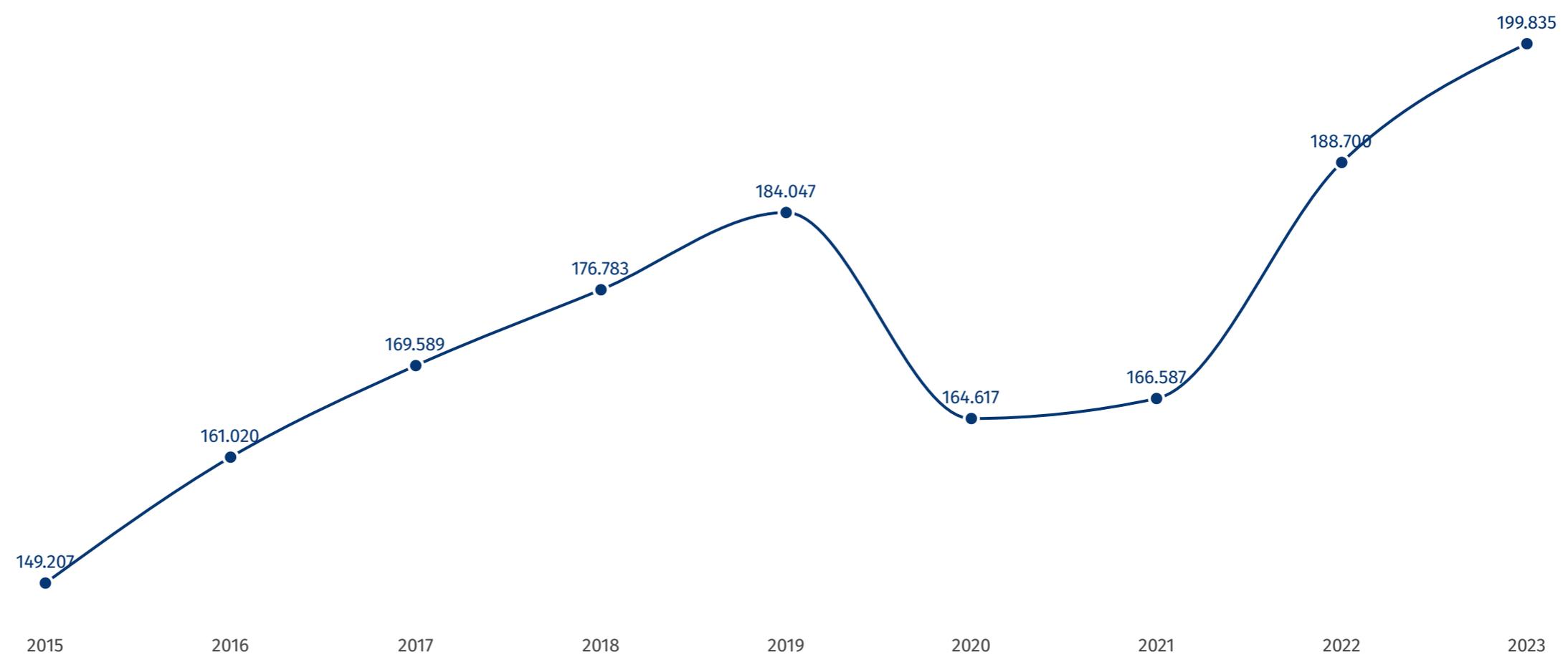
Fuente: Turisme Comunitat Valenciana a partir del INE.

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



# Buen ritmo de creación de empleo, manteniéndose las perspectivas para 2024

Evolución del empleo turístico en la Comunitat Valenciana



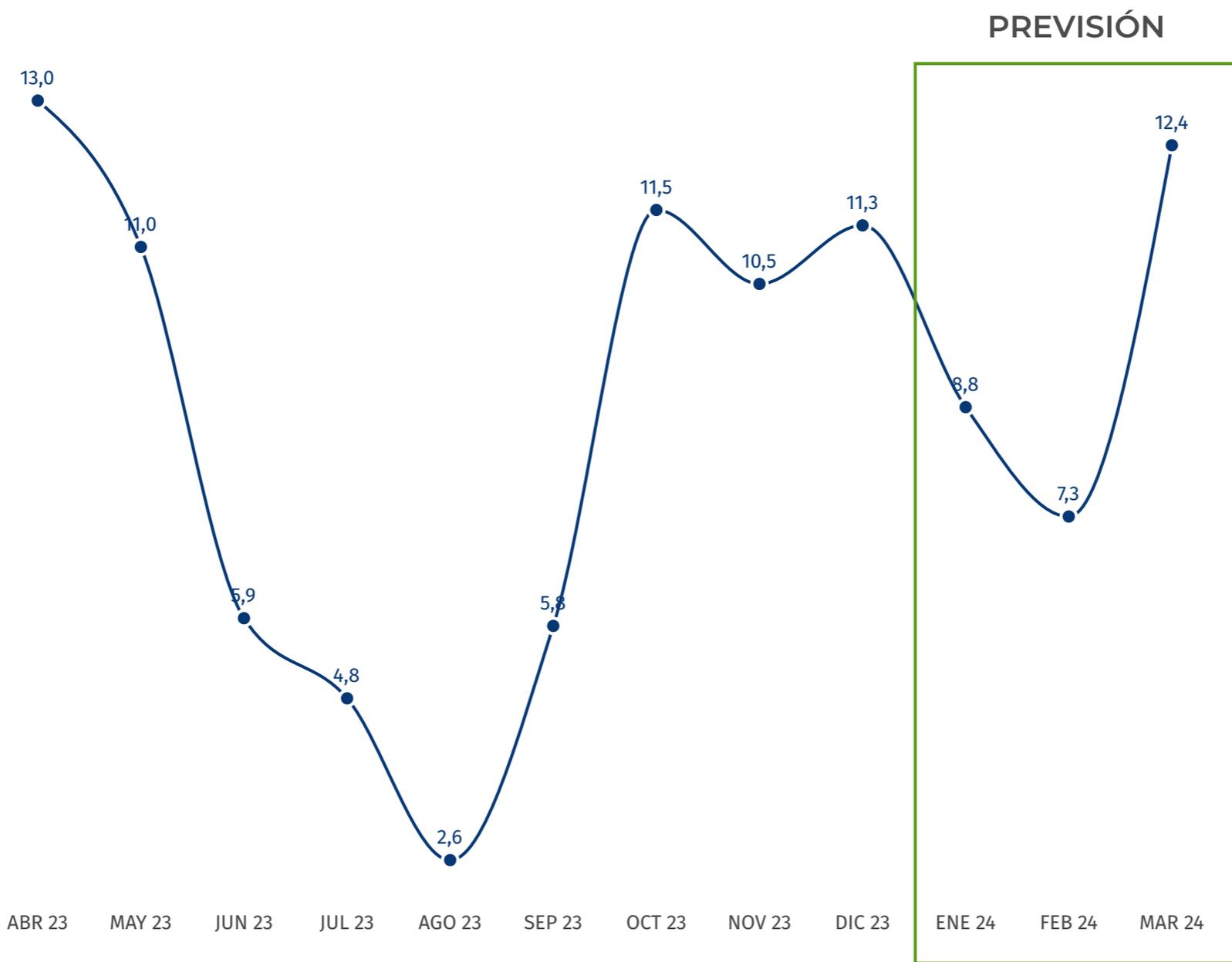
— Afiliados a la seguridad social Comunitat Valenciana (CNAE 55, 56 y 79)

ACTITUD MEDITERRÁNEA



## \_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

### Ventas de las empresas turísticas españolas. Niveles de facturación total sector turístico



Los buenos resultados obtenidos a lo largo de 2023 podrían prorrogarse en 2024. El informe de Exceltur "Expectativas 2024", apunta a un primer trimestre en el que las ventas podrían incrementarse en un 9,7% respecto al mismo periodo del año anterior.

**+9,7%**  
Ventas primer trimestre 2024

**+9,7% IT24 vs IT23**

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA

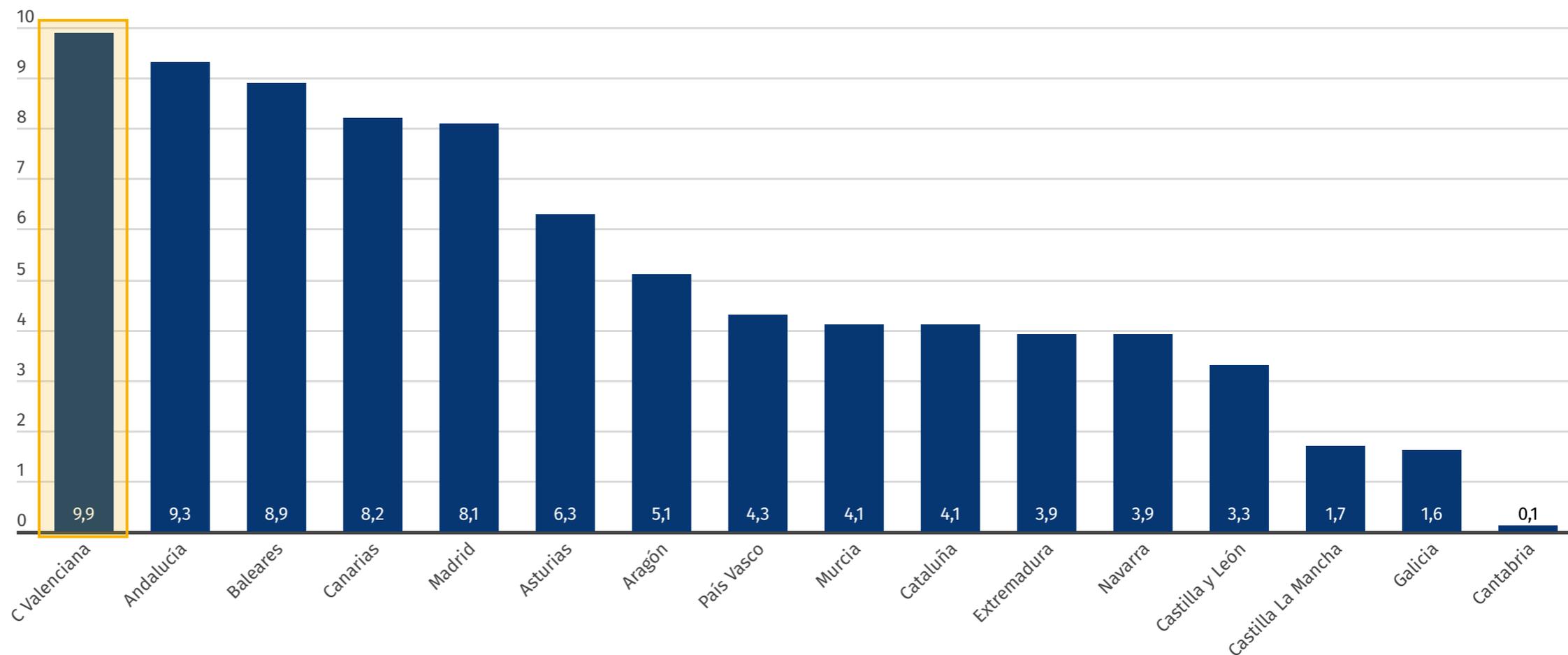


\_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

### Expectativas empresariales para 2024

Las expectativas empresariales para 2024 anticipan otro año de notable mejoría en los destinos de sol y playa, con presencia de demanda vacacional interna y europea, especialmente en el litoral de la Comunitat Valenciana, andaluz y archipiélago balear, impulsados por la mejora de productos y con estados de reservas ya elevados de los principales mercados.

### Previsión facturación 2023 vs 2024



Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2024)

**+10%**  
PREVISIÓN INCREMENTO DE FACTURACIÓN 2024

ACTITUD MEDITERRÁNEA



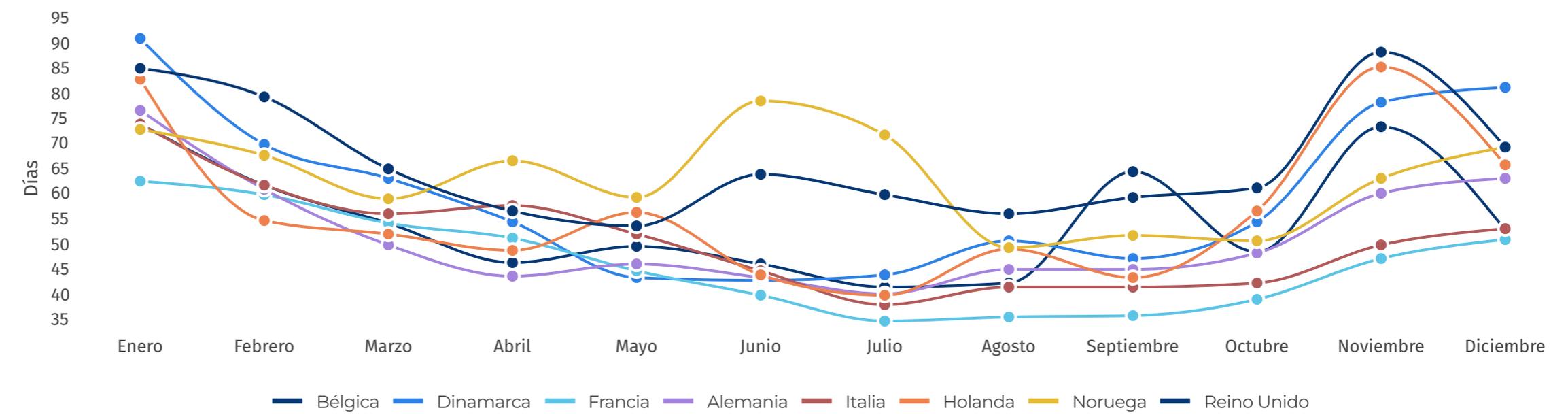
\_02 EVOLUCIÓN Y PREVISIONES



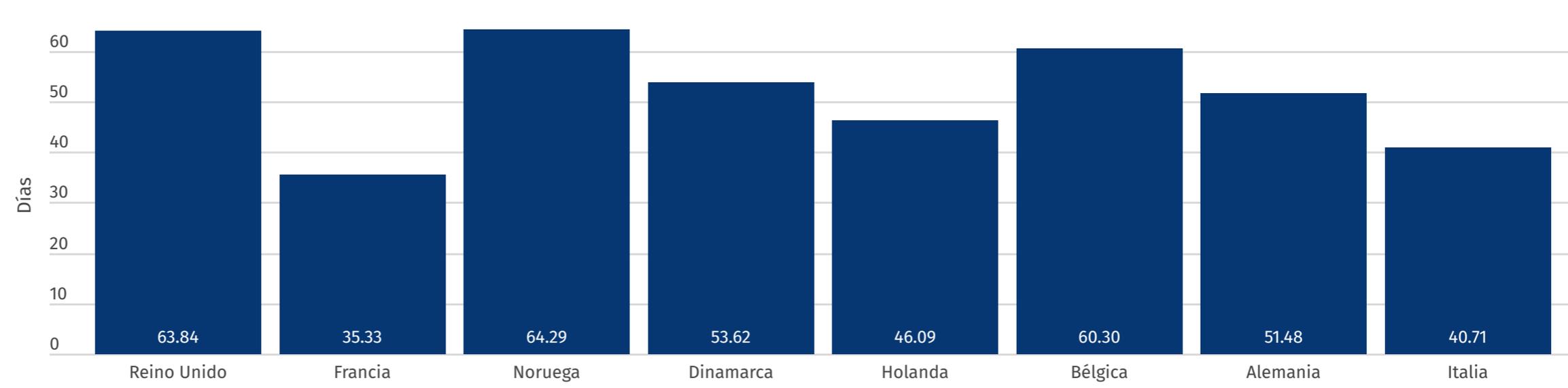
ACTITUD MEDITERRÁNEA



Ventana de Oportunidad (días entre la búsqueda y la contratación según mercado)



Ritmo de Contratación (días entre la contratación y el viaje según mercado)



Fuente: Forwardkeys

■ Días

# \_03 TENDENCIAS

ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



## TENDENCIAS



## Búsqueda de experiencias únicas y memorables

Cada vez más el viaje se focaliza en las experiencias que se van a disfrutar. El viajero desea conocer cosas nuevas, experimentar nuevas sensaciones y proyectarlas.



## Interés por la gastronomía y el producto local

La gastronomía suscita un gran interés, constituyéndose, por una parte, en un elemento de atracción de la demanda en sí mismo; y, por otra parte, enriqueciendo la oferta turística junto al producto local.



## Priorización del gasto en viajes en búsqueda de su bienestar físico y emocional

Los viajeros muestran mayor disposición a invertir en experiencias de lujo y bienestar. Esto incluye viajes a resorts exclusivos, tratamientos de spa, clases de yoga o meditación, etc.: la CV cuenta con una oferta turística de lujo y bienestar cada vez más relevante, con hoteles, resorts y spas de alta calidad.

## TENDENCIAS



## Incremento de la capacidad aérea e irrupción de nuevos operadores ferroviarios

Las previsiones apuntan a un significativo crecimiento de las operaciones y asientos disponibles en vuelos. Al mismo tiempo, la liberalización del sector ferroviario, está incrementando la oferta de billetes de tren a la Comunitat Valenciana.



## Incremento de la sostenibilidad y responsabilidad social en oferta y demanda

Destinos y empresas deben atender específicamente a la dimensión social de la sostenibilidad en aspectos clave como la precariedad laboral, la perspectiva de género o la actitud social ante el turismo. En algunos productos específicos que la oferta cuente con distintivos que garanticen la calidad y el respeto medioambiental, se constituye en un elemento principal a la hora de elegir el destino.

## Gestión del dato y generación de conocimiento turístico

El ecosistema turístico actual destaca por ser un escenario “datificado” en el que empresas y destinos turísticos son conscientes de que la gestión de la información y del conocimiento representa un factor capital para su competitividad.

## TENDENCIAS

 **Adaptación y mitigación del impacto del cambio climático**

La carrera por la mitigación, los efectos del cambio climático y la aceleración de la adaptación del sector turístico ya ha empezado. Los destinos y empresas deberán incrementar sus esfuerzos para no perder competitividad.

 **Aceleración de la inversión en digitalización del ciclo del viaje**

Si bien el sector turístico se caracteriza por una paulatina integración de la tecnología en sus procesos internos y externos, afrontar los retos del mercado exige reforzar la apuesta por la transformación digital con una visión integral de todo el ciclo del viaje.

 **Tecnología e inteligencia artificial (IA)**

Como elemento disruptor en toda la cadena de valor. La tecnología está cambiando la forma en que los viajeros reservan y pagan sus viajes, además cada vez tienen más relevancia a la hora de mejorar la experiencia de viaje. La IA permitirá una mayor personalización y una segmentación de mercado más detallada.

ACTITUD  
MEDITERRÀNEA

