



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Los incentivos públicos al turismo: análisis del programa  
Bono Viaje de la Comunitat Valenciana.

Trabajo Fin de Grado

Grado en Turismo

AUTOR/A: Monzó Gambín, Javier

Tutor/a: Osorio Acosta, Estefania

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDIA

---

GRADO EN TURISMO

---



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

**LOS INCENTIVOS PÚBLICOS AL TURISMO: ANÁLISIS DEL  
PROGRAMA BONO VIAJE DE LA COMUNITAT VALENCIANA.**

*Autor/a: Javier Monzó Gambín*

*Tutor/a: Estefanía Osorio Acosta*

**Lugar, FECHA**

*Gandia, julio de 2024*



## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, Ramón y Loli y a mi hermano, Ramón, por ser los pilares fundamentales de mi vida, un ejemplo a seguir y un apoyo constante cada día, tanto en lo personal, como en lo académico y profesional.

A mis amigos, que más que amigos, son hermanos. A todos y cada uno de ellos, en Valencia y en Gandía. Por darle sentido a la vida, estar siempre ahí y conseguir que cada día sea una nueva aventura que nunca sepamos como acabará.

A mi pareja, Inma, porque a su lado la vida es más bonita y más fácil. Gracias por acompañarme en cada paso y cada decisión, desde hace un tiempo los lunes son menos lunes y el cielo es más azul.

Por último, gracias a mi tutora, Estefanía Osorio, por guiarme a la hora de realizar este trabajo y a Javier Solsona, responsable del Área de Competitividad Turística en Turisme Comunitat Valenciana, por su tiempo para la entrevista y toda la información facilitada.



## RESUMEN

El turismo en la Comunidad Valenciana, tras la crisis provocada por la Covid-19, necesitaba una reactivación urgente para evitar un colapso económico en la región. Las consecuencias de la pandemia no solo redujeron a mínimos los principales indicadores del sector turístico, sino que también dejó a muchos negocios del sector al borde de la quiebra, generando una necesidad vital de intervención por parte de las autoridades. En respuesta a esta situación, los incentivos públicos se convirtieron en una herramienta clave para revitalizar el turismo y apoyar a las empresas locales. Dentro de estas medidas, el programa Bono Viaje de la Comunitat Valenciana destacó como una de las iniciativas más relevantes y efectivas. Este programa no solo buscaba fomentar el turismo interno mediante descuentos y facilidades para los residentes, sino que también tenía como objetivo reactivar la economía regional, proteger el empleo en el sector turístico y generar un flujo de ingresos constante. Analizar el impacto y la eficacia de este programa resulta esencial para entender cómo las políticas públicas pueden contribuir a la recuperación y el desarrollo sostenible del turismo en tiempos de crisis.

**PALABRAS CLAVE:** Bono Viaje Comunitat Valenciana, incentivos públicos, pandemia, turismo.



## **ABSTRACT**

Tourism in the Valencian Community, following the crisis caused by Covid-19, was in urgent need of a revival to avoid economic collapse in the region. The consequences of the pandemic not only reduced the main indicators of the tourism sector to a minimum, but also left many businesses in the sector on the verge of bankruptcy, generating a vital need for intervention by the authorities. In response to this situation, public incentives became a key tool to revitalise tourism and support local businesses. Within these measures, the Bono Viaje de la Comunitat Valenciana programme stood out as one of the most relevant and effective initiatives. This programme not only sought to encourage domestic tourism through discounts and facilities for residents, but also aimed to revive the regional economy, protect employment in the tourism sector and generate a steady flow of income. Analysing the impact and effectiveness of this programme is essential to understand how public policies can contribute to the recovery and sustainable development of tourism in times of crisis.

**KEY WORDS:** Bono Viaje Comunitat Valenciana, public incentives, pandemic, tourism.



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1.    Objetivo principal y objetivos secundarios .....	10
1.2.    Metodología.....	11
1.3.    Límites del trabajo .....	11
2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.....	12
2.1.    Alojamiento.....	12
2.1.1.    Evolución RevPar .....	13
2.1.2.    Evolución ADR.....	14
2.1.3.    Evolución de los viajes según el alojamiento .....	15
2.1.4.    Evolución de las pernoctaciones según el alojamiento.....	15
2.2.    Demanda local.....	17
2.2.1.    Viajes Comunidad Valenciana.....	17
2.2.2.    Pernoctaciones Comunidad Valenciana.....	18
2.3.    Demanda de viajeros nacionales.....	19
2.3.1.    Mercados nacionales emisores.....	21
2.3.2.    Gasto turístico nacional.....	21
2.3.3.    Motivos principales .....	22
2.4.    Demanda extranjera .....	23
2.4.1.    Evolución mercado extranjero.....	23
2.4.2.    Mercados emisores extranjeros .....	24
2.4.3.    Gasto turístico extranjero .....	25
2.4.4.    Motivos principales .....	25
2.5.    Empleo turístico.....	26
2.5.1.    Afiliados .....	26
2.5.2.    Personal empleado.....	28
3. POLÍTICA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....	29
3.1.    Organización y estructura.....	30
3.2.    Planificación estratégica .....	31
3.3.    Las líneas estratégicas y programas .....	32
3.3.1.    LE 1: Gobernanza del turismo.....	32
3.3.2.    LE 2: Vertebración del territorio y los destinos .....	32
3.3.3.    LE 3: Impulso de la competitividad, del capital humano y de la gestión del conocimiento.....	32
3.3.4.    LE 4: Marketing Turístico .....	33



3.3.5.	LE 5: Seguridad y resiliencia turística .....	34
4.	BONO VIAJE COMUNIDAD VALENCIANA .....	35
4.1.	Objetivos .....	35
4.2.	Requisitos y procedimiento administrativo .....	36
4.3.	El bono turístico en otras comunidades autónomas.....	37
4.4.	Impactos del programa .....	38
4.4.1.	Viajes realizados.....	39
4.4.2.	Pernoctaciones .....	39
4.4.3.	Empresas adheridas .....	40
4.4.4.	Importes económicos.....	41
4.4.5.	Retorno económico (ROI) .....	42
5.	CONCLUSIONES .....	43
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	44
6.1.	Referencias legislativas .....	46
7.	ANEXOS.....	47
7.1.	Entrevista .....	47
7.2.	Relación del trabajo con los ODS .....	49



## Índice de gráficos

<i>Gráfico 1: Evolución RevPar Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	14
<i>Gráfico 2: Evolución ADR Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	14
<i>Gráfico 3: Evolución viajes según el alojamiento en la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	15
<i>Gráfico 4: Evolución pernoctaciones Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	16
<i>Gráfico 5: Evolución viajes demanda local Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	18
<i>Gráfico 6: Evolución pernoctaciones demanda local Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	19
<i>Gráfico 7: Evolución viajeros residentes en España a la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	20
<i>Gráfico 8: Viajeros residentes en España por CCAA. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	20
<i>Gráfico 9: Mercados emisores a la Comunidad Valenciana 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme</i>	21
<i>Gráfico 10: Evolución gasto turístico nacional. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	22
<i>Gráfico 11: Motivos principales viajeros nacionales. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	23
<i>Gráfico 12: Evolución mercado extranjero. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	24
<i>Gráfico 13: Mercados emisores extranjeros a la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	24
<i>Gráfico 14: Evolución gasto turístico extranjero. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	25
<i>Gráfico 15: Motivos principales turistas extranjeros. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.</i>	26
<i>Gráfico 16: Afiliados SS sector turístico 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.</i>	27
<i>Gráfico 17: Afiliados a la SS por sector 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.</i>	27
<i>Gráfico 18: Evolución del personal empleado según el alojamiento. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.</i>	28

## Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1: Organigrama Turisme Comunitat Valenciana 2024. Fuente: Turisme Comunitat Valenciana</i>	30
<i>Ilustración 2: Modelos de referencia sobre competitividad. Fuente: Plan Estratégico de Turismo CV 2020-2025</i>	33
<i>Ilustración 3: Ciclo del viaje. Fuente: Plan Estratégico de Turismo CV 2020-2025</i>	34





## Índice de tablas

<i>Tabla 1: Características bonos en diferentes CCAA. Fuente: Elaboración propia.</i>	38
<i>Tabla 2: Reservas BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	38
<i>Tabla 3: Viajes realizados BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	39
<i>Tabla 4: Pernoctaciones BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	40
<i>Tabla 5: Empresas adheridas al BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	41
<i>Tabla 6: Importes económicos del BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	41
<i>Tabla 7: Retorno económico del BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV</i>	42
<i>Tabla 8: Entrevista a Javier Solsona. Fuente: Elaboración propia</i>	49
<i>Tabla 9: Relación del trabajo con los ODS. Fuente: Elaboración propia</i>	50

# 1. INTRODUCCIÓN

La intervención del Estado en la economía es una práctica basada en la necesidad de equilibrar los intereses del mercado con los objetivos más amplios y equitativos de la sociedad, con el fin de garantizar una competencia justa, proteger los derechos de los consumidores y prevenir prácticas empresariales deshonestas, creando así un entorno económico ético y estable.

Según (Pulido Fernández & López Sánchez, 2023) la política turística tiene que formar parte de la estrategia adoptada por un país en relación con su política económica, ya que el turismo también contribuye a la generación de riqueza en el territorio, de tal forma que los objetivos de ambos tipos de políticas, turística y económica, deben ser coincidentes.

La política turística, se entiende como las acciones y medidas que se desarrollan desde los gobiernos e instituciones del sector público. Este tipo de política abarca aspectos como la planificación del turismo, la gestión de los recursos turísticos, la promoción de los destinos o las mejoras de las infraestructuras.

Esta vertiente política funcionará de diferentes maneras según la región en la que se vaya a aplicar, el sistema político, el nivel de desarrollo económico y turístico. Pero, en líneas generales, las políticas turísticas comparten algunos objetivos principales.

- Fomento del desarrollo económico: la política turística busca el crecimiento en la economía a través del turismo.
- Conservación cultural: se debe proporcionar información y formación a los actores de los destinos turísticos, para que se integren productos en los que se manifiesten la cultural local.
- Conservación ambiental: estudiar el impacto ambiental a la hora de instalar nuevas infraestructuras, dependiendo de los diferentes tipos de ecosistemas. Creación y mantenimiento de las áreas protegidas y parques naturales.
- Mejora de la calidad de vida: aumentar la oferta de trabajo, proteger el entorno social y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales. Conseguir que parte de los ingresos obtenidos gracias al turismo, sean destinados a la población receptora.
- Mejoras en infraestructura: mejorar las condiciones competitivas del destino, transporte, comunicaciones, alojamientos...Promover la inversión para garantizar un crecimiento sostenible y beneficios duraderos.

El turismo es uno de los sectores más importantes de la economía en la Comunidad Valenciana, con un impacto directo en su desarrollo. En este contexto, la implementación de incentivos, estrategias y programas en el sector turístico se ha convertido en un factor clave para fomentar el crecimiento y contrarrestar los efectos negativos de situaciones adversas como la crisis sanitaria del COVID-19. En particular, el programa Bono Viaje de la Comunitat Valenciana (en adelante BVCV) surgió como una iniciativa destacada para estimular el turismo interno, ofreciendo ayudas a los residentes que viajan dentro de la región.

El programa BVCV representa un caso de estudio perfecto para analizar la efectividad de los incentivos turísticos. Este programa no solo ha sido un salvavidas para muchas empresas del



sector, sino que también ha buscado estimular el turismo interno, permitiendo a los residentes descubrir su propia región.

Personalmente, considero que las políticas públicas en las que se busca el desarrollo sostenible, ayudar a la población local y reactivar, de manera orgánica, la economía son un factor clave para la sociedad actual. Es por eso por lo que, el análisis del programa BVCV, me parece un tema importante a tratar en este Trabajo Final de Grado para poder comprobar su eficacia y evaluar el impacto real.

Finalmente, la elección de este tema me ha permitido aplicar técnicas y conocimientos aprendidos a lo largo de mi etapa estudiando el Grado de Turismo. Asignaturas como Gestión pública del turismo, para entender las diversas políticas, la intervención y las administraciones; Economía del turismo, para poder realizar con eficacia los análisis económicos; Mercados turísticos, para poder comprender como funciona la actividad turística, los destinos y las empresas...

En definitiva, este proyecto ha sido una oportunidad única para integrar y aplicar los contenidos académicos a un caso práctico, reforzando así mi formación y preparación profesional en el sector turístico.

## 1.1. Objetivo principal y objetivos secundarios

El objetivo principal del trabajo es analizar el impacto social y económico del programa de incentivo BVCV.

A partir del objetivo principal, se derivan los siguientes objetivos secundarios:

- Investigar y documentar las políticas y programas gubernamentales relacionados con el turismo en la Comunidad Valenciana a lo largo de un período determinado (2019 – 2023).
- Analizar el crecimiento y desarrollo del turismo local en la Comunidad Valenciana durante el mismo período, incluyendo indicadores económicos, de empleo y de visitantes.
- Evaluar el grado de satisfacción y percepción de los actores clave en la industria turística y la comunidad local respecto a las estrategias gubernamentales implementadas.



## 1.2. Metodología

Para analizar el programa BVCV y cumplir con los objetivos anteriormente mencionados, se ha adoptado un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque permite obtener una visión completa del impacto de los incentivos públicos en el sector turístico.

La recopilación de datos se realizó en varias etapas. Primero, se ha llevado a cabo una búsqueda exhaustiva de información en las bases de datos del INE, Estadístiques Turisme GVA, Familitur y Egatur, seleccionando los datos más relevantes, para el análisis estadístico de la evolución del turismo en la Comunidad Valenciana.

Luego, se han analizado documentos oficiales de la Generalitat Valenciana, incluyendo decretos y planes de acción, para comprender tanto el funcionamiento y la gestión de la política turística de la región, como el programa.

Finalmente, se ha realizado un análisis cuantitativo para evaluar el impacto del programa en el turismo de la Comunidad Valenciana. Los datos utilizados para este análisis fueron facilitados por el equipo del Área de Competitividad Turística de Turisme Comunitat Valenciana.

También se ha realizado una entrevista individual al responsable del Área de Competitividad Turística, en la que se responden preguntas de sumo interés y se facilita información muy valiosa para entender en profundidad el programa.

## 1.3. Límites del trabajo

Las principales limitaciones del trabajo se han dado a la hora de buscar información relacionada con el programa BVCV. Si bien es cierto que se puede encontrar información relacionada con el funcionamiento y los decretos de la Generalitat, en los que se exponen los motivos y causas de este, no existe posibilidad de encontrar datos oficiales sobre el uso del programa. Los datos utilizados en este trabajo, para el análisis del BVCV, fueron proporcionados tras una petición al órgano correspondiente.

De la misma manera, no ha sido posible llevar a término con éxito el último objetivo secundario planteado en la investigación, relativo a la medición de la satisfacción con el programa de los actores clave y la comunidad local. Estos últimos porque si bien están publicados los listados nominativos de las personas que han sido subvencionadas con el BTCV en las diferentes etapas, no ha sido posible, por la Ley de Protección de Datos, acceder directamente a los mismos.



## 2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El turismo, actualmente, se encuentra en un buen momento. Tanto los indicadores nacionales, como regionales son más que positivos. Las tasas de ocupación hotelera han alcanzado niveles históricos, y la llegada de turistas internacionales ha superado todas las expectativas. Además, se observa un notable incremento en el turismo de la región, con más personas optando por explorar destinos locales.

En el año 2019 la situación en la actividad turística era bastante similar. Sin embargo, la crisis de la pandemia paralizó totalmente la actividad, llevando a una disminución significativa todos los indicadores mencionados.

En 2021, aunque las restricciones de movilidad comenzaron a relajarse, la recuperación fue lenta y desigual. Algunos segmentos del turismo empezaron a mostrar signos de recuperación, especialmente durante los meses de verano, pero los niveles de actividad aún estaban lejos de los observados en 2019.

El año 2022 el turismo interno y de proximidad se incrementó notablemente, y la ocupación hotelera empezó a recuperarse, aunque el turismo internacional todavía no alcanzaba sus niveles prepandémicos.

En 2023, la actividad turística mostró una recuperación más robusta. Los indicadores de ocupación hotelera, número de visitantes y gasto medio por turista empezaron a acercarse a los niveles de 2019. Además, se observó un cambio en los patrones de viaje, con una mayor demanda de turismo sostenible y de experiencias locales.

A continuación, se ofrecerá un análisis más detallado de la evolución de los principales indicadores turísticos en la Comunidad Valenciana durante el período 2019-2023 para comprender cómo la pandemia afectó al sector y cómo ha sido el proceso de recuperación hasta el momento actual.

### 2.1. Alojamiento

El alojamiento turístico desempeña un papel fundamental en el sector. Es una fuente importante de empleo directo e indirecto y contribuye de manera significativa al PIB regional, impulsando la economía local a través del gasto de los turistas en otros servicios y productos.

Este sector, fue uno de los mayores afectados por la paralización de la actividad turística en el año 2020. Que se cerraran los establecimientos turísticos no solo implicaba la imposibilidad de llegadas de viajeros, también implicaba una disminución de empleo bastante significativa y la reducción de ingresos, no solo en los alojamientos, sino también en los servicios complementarios.

Gracias a la intervención y a la implementación de diferentes ayudas, programas y financiación, como el Plan Resistir Plus, en el cual se daban subvenciones extraordinarias para la solvencia



empresarial; el propio programa BVCV; las líneas de crédito del Instituto Valenciano de Finanzas, el cual ofrecía líneas de crédito con condiciones favorables, se ha conseguido estos últimos años reactivar la demanda, evitar el cierre de numerosas empresas, reactivar el turismo interno...

Indicadores como el RevPar (ingreso por habitación disponible), el ADR (ingreso medio por habitación ocupada) o las pernoctaciones, son clave para realizar un análisis de la evolución del alojamiento.

### 2.1.1. Evolución RevPar

Entre 2019 y 2023, la economía española y la de la Comunidad Valenciana experimentaron variaciones significativas, influenciadas en gran medida por la pandemia de COVID-19 y la posterior recuperación. En 2020, la economía española sufrió una contracción del PIB del 10,8%, una de las mayores caídas en Europa, con un impacto profundo en la Comunidad Valenciana, donde el turismo es una industria clave.

El sector turístico, crucial para la economía valenciana, mostró signos de recuperación destacables, reflejados en el aumento del RevPar.

En 2019, la Comunidad Valenciana mostraba una situación positiva en términos de rentabilidad hotelera a través del RevPar, situándose en 52'7€. Se estaba siguiendo una tendencia positiva respecto a los años anteriores, tendencia la cual disminuyó significativamente en el año 2020, por debajo de los 30€.

Durante el último año, hubo un aumento de precios, generalizado, en el sector hotelero, lo que tuvo un impacto positivo en el RevPAR. Este indicador clave para evaluar la salud financiera de la industria hotelera mostró un aumento del 12.8% en comparación con el año anterior, alcanzando los 65' 00€ frente a los 57' 5€ del año 2022. La subida en los costes energéticos, materia prima y mano de obra han influido en los incrementos.

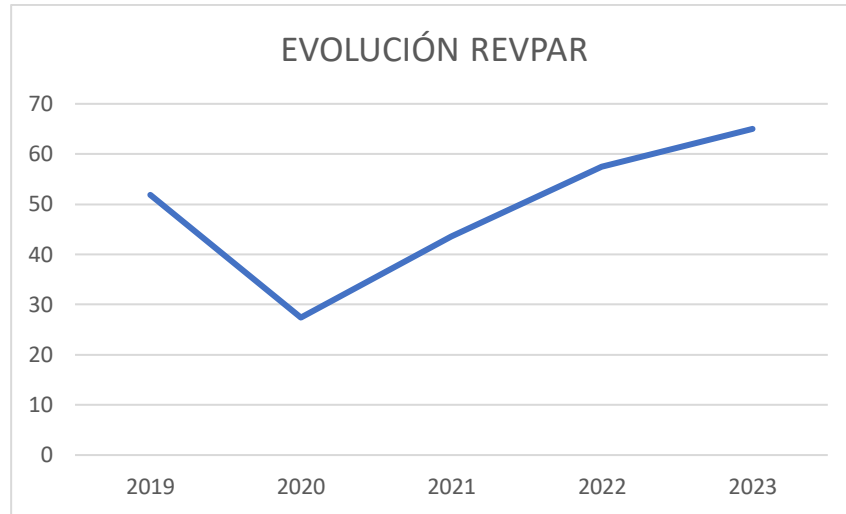


Gráfico 1: Evolución RevPar Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

### 2.1.2. Evolución ADR

El ingreso medio por habitación ocupada (ADR), también está alcanzando sus cifras más altas actualmente, en el año 2023 el precio medio fue de 90'95€, se incrementó un 23'5% respecto al 2019, en el que la cifra era de 73'67€. A lo largo de los meses estas cifras también varían bastante, los precios más altos, generalmente, se encuentran en la época de verano, en agosto del último año el ADR estaba en 130'33€.

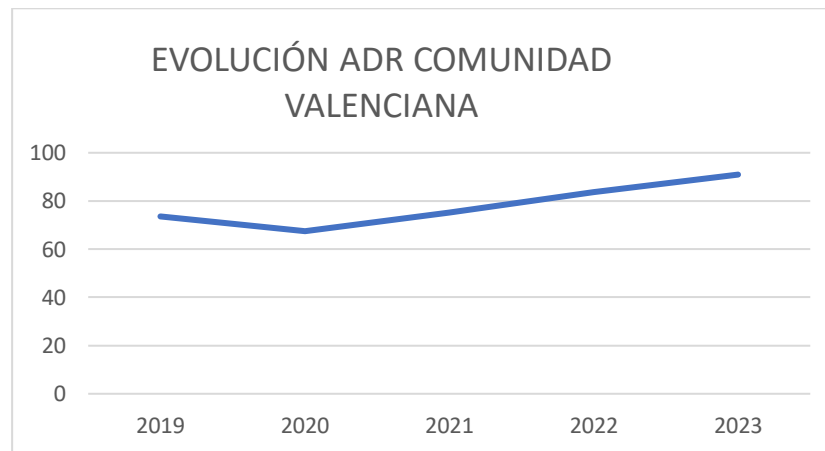


Gráfico 2: Evolución ADR Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

### 2.1.3. Evolución de los viajes según el alojamiento

El sector hotelero es, sin duda, el más demandado por los viajeros dentro de la Comunidad Valenciana, en el año 2023 el 13'17% del total de los viajes escogieron los hoteles como alojamiento. Los apartamentos turísticos son el segundo sector que más demanda tiene, ocupando el 6'57% de los viajes. Estos dos tipos de alojamientos han logrado una recuperación clara y una tendencia positiva después del 2020. Por otro lado, el sector de camping y casas rurales han tenido variaciones positivas y negativas intermitentes a lo largo de estos años.

Hay que destacar el crecimiento de las casas rurales entre 2019 y 2020, el único tipo de alojamiento que tuvo crecimiento en este periodo. Esto se debe, en gran parte, a las medidas y restricciones aplicadas en la pandemia, como el distanciamiento, la reducción de movilidad y el cierre de muchos establecimientos hoteleros.

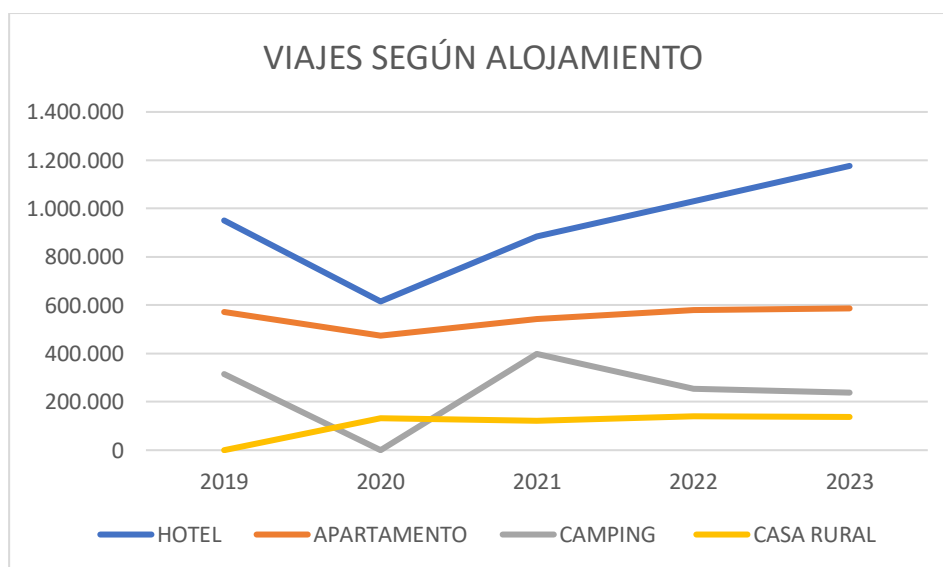


Gráfico 3: Evolución viajes según el alojamiento en la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

### 2.1.4. Evolución de las pernoctaciones según el alojamiento

Las pernoctaciones en empresas de alojamiento turístico, en la que entran hoteles, apartamentos, campings y casas rurales, llegaron a un total de 51'6 millones en 2023. Respecto del año anterior, es un aumento del 24%. Los hoteles acumulan el 56'4% del total de las pernoctaciones. Los apartamentos turísticos y los campings también están siguiendo una tendencia positiva, en cambio las casas rurales han sufrido una variación del -1'78%.

En el año 2019, las pernoctaciones en hoteles fueron 29'8 millones, sufriendo una caída de 20 millones en el 2020. En el año 2023, todavía no se llega a los niveles prepandémicos pero la recuperación es bastante notable, siendo la cifra de 20'1 millones.



Las pernoctaciones en campings y apartamentos turísticos en 2019 fueron de 8'9 y 10'6 millones respectivamente. Los campings en 2023 han tenido un crecimiento del 12'3% respecto al 2019, llegando casi a los 10 millones. El crecimiento de los apartamentos turísticos, entre 2023 y 2019, ha sido del 14'60%, acumularon un total de 12'2 millones de pernoctaciones.

Las cifras de pernoctaciones en las casas rurales han sido las más inestables, en 2019 llegaron a las 465 mil, en el año de la pandemia descendieron a 280 mil. En 2021 y 2022 hubo una pequeña recuperación, siendo el total de las pernoctaciones de 324 mil y 366 mil respectivamente. En el año 2023 han vuelto a descender a las 365 mil pernoctaciones.

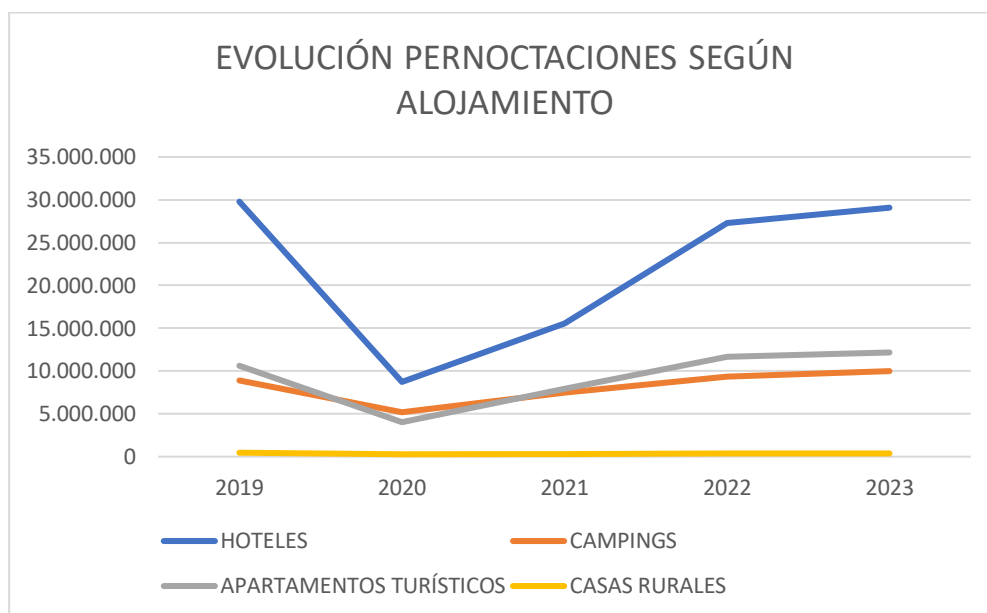


Gráfico 4: Evolución pernoctaciones Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

La oferta en alojamiento turístico es bastante amplia por toda la región. Alrededor de 1031 establecimientos hoteleros estuvieron abiertos a lo largo del año, siendo la provincia de Valencia donde más oferta podemos encontrar, seguido de la Costa Blanca. Las plazas aumentaron un 0'8% respecto del año 2019. La ocupación fue del 67'1% y una estancia media de 3 días.

En cuanto a los apartamentos turísticos, la cifra de establecimientos abiertos durante el año aumenta hasta los 27880, un 7'6% más que en 2019. Solo en la Costa Blanca, hubo un total de 18801 apartamentos abiertos, la provincia de Castellón fue la segunda zona de la comunidad donde más oferta de este tipo hubo, con un total de 4633 establecimientos. La ocupación fue del 39'7% y la estancia media de 5'8 días.

Los campings, ofrecieron 23950 parcelas, repartidas en 127 establecimientos aproximadamente. La zona de Costa Blanca y la provincia de Valencia albergan el mayor número de establecimientos abiertos a lo largo del año, 43 y 38 respectivamente. La ocupación fue del 62'7% y la estancia media de 8'5 días.



## 2.2. Demanda local

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define la demanda turística como "el conjunto de bienes y servicios turísticos que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios durante un periodo de tiempo determinado"

En el caso de la demanda local, está representada por los propios residentes de la Comunidad Valenciana. Este tipo de demanda no solo es crucial para mantener la estabilidad económica del sector turístico durante períodos de crisis, como demostró la pandemia de COVID-19, sino que también contribuye a desestacionalizar el turismo, promoviendo una distribución más equilibrada de la actividad turística a lo largo del año. Además, el gasto de los turistas locales en alojamiento, restauración, ocio y compras impulsa la economía regional, genera empleo y apoya a las pequeñas y medianas empresas.

### 2.2.1. Viajes Comunidad Valenciana

El turismo de los residentes en la propia comunidad no ha logrado estabilizarse del todo después de la paralización del sector en el año 2020. En el año 2019 la cifra de turistas que realizaron un viaje dentro de la Comunidad Valenciana fue de 10'1 millones, cifra que todavía no se ha vuelto alcanzar. En el año 2021 hubo una recuperación bastante significativa, alcanzando los 9'4 millones, recuperación que se mantuvo hasta 2022 en la que se llegó a los 9'41 millones de viajeros. En el año 2023 la cifra descendió a los 8'9 millones, una variación negativa del 5'04 respecto al año anterior y del 11'55% en comparación con 2019.

La intensificación de la demanda turística interna tras la pandemia se debió a las restricciones de viaje internacional, preocupaciones de salud, apoyo a la economía local, redescubrimiento de destinos nacionales y la facilidad de viajar localmente. Sin embargo, con la reapertura de fronteras, ha disminuido el interés en el turismo interno debido a la recuperación de la confianza en los viajes internacionales



Gráfico 5: Evolución viajes demanda local Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

### 2.2.2. Pernoctaciones Comunidad Valenciana

Las pernoctaciones de los viajeros locales, en la Comunidad Valenciana, son de vital importancia para tener una visión clara de la situación actual de la actividad turística. Al poder comparar las cifras antes y después de la implementación del programa BVCV, se pueden identificar las tendencias y aplicar las estrategias convenientes.

Las pernoctaciones, pese a estar directamente relacionadas con los viajes, han sufrido una mayor inestabilidad. En 2019 la cifra fue de 31'9 millones, al año siguiente descendió hasta las 27'6 millones, una variación negativa del 13'27%. En el año 2021, se registró un crecimiento importante, llegando a las 32'2 millones, superando incluso los números del año 2019. A pesar de que en el año 2022 el número de viajes aumentó en comparación con el año anterior, las pernoctaciones descendieron un 5'7%. En el año 2023 la bajada continuó y el número de pernoctaciones estuvo por debajo de las cifras de 2020.

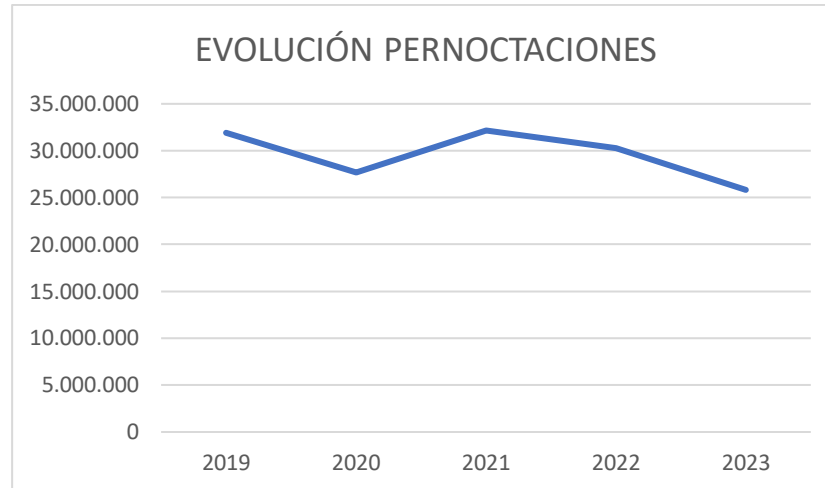


Gráfico 6: Evolución pernoctaciones demanda local Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

### 2.3. Demanda de viajeros nacionales

Aunque el programa BVCV es exclusivo para residentes de la región, la demanda turística nacional sigue siendo relevante para proporcionar un contexto amplio sobre tendencias y comportamientos en España, evaluar la competitividad del programa, y adaptar estrategias turísticas. Las tendencias nacionales influyen en las políticas locales y ayudan a comprender mejor las expectativas y niveles de satisfacción de los turistas, permitiendo mejoras en la oferta turística interna.

El turismo nacional en la Comunidad Valenciana tiene una tendencia positiva. En el año 2019 se llegó al punto más alto con 19'8 millones, tras la pandemia, en 2020, los números bajaron hasta casi un 41%. A partir de 2021, se empezó a registrar un repunte en el número de visitantes, hasta alcanzar los 16'7 millones. Para 2022 y 2023, la cifra continúa aumentando, llegando a 17.9 millones y 18.4 millones respectivamente, lo que indica una progresiva reactivación del turismo en la Comunidad Valenciana.

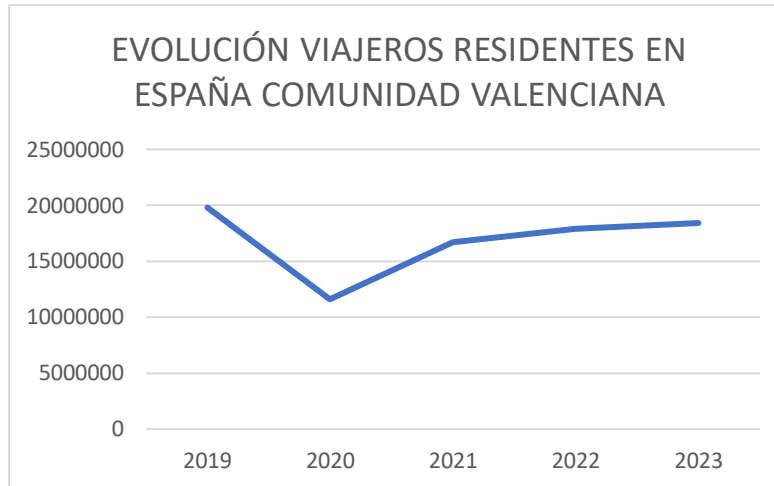


Gráfico 7: Evolución viajeros residentes en España a la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

En este último año, la Comunidad Valenciana ha sido una de las comunidades autónomas que más turistas residentes en España recibió, con un total de 18.477.734 de viajes, lo que supone un 9 '9% del total. Solo por delante se encuentran Andalucía y Cataluña, en ese orden.

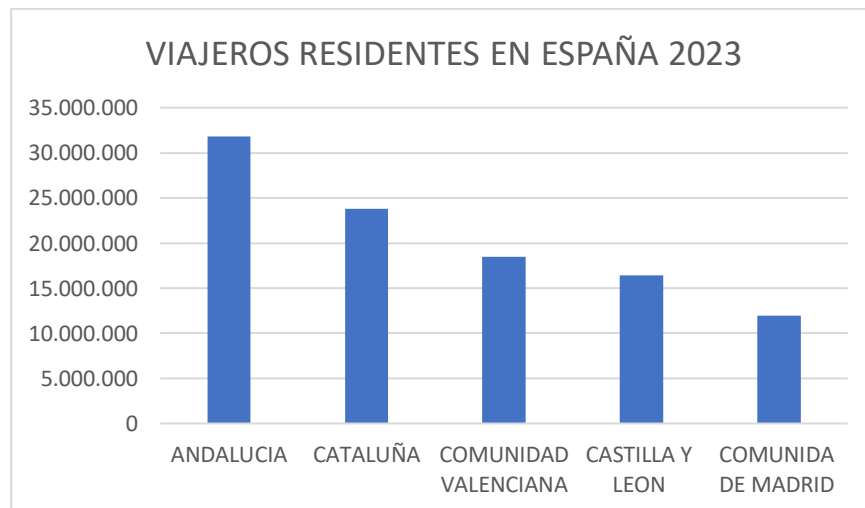


Gráfico 8: Viajeros residentes en España por CCAA. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme

### 2.3.1. Mercados nacionales emisores

El principal mercado emisor, hacia la Comunidad Valenciana, es la Comunidad de Madrid, en el año 2023 los turistas madrileños realizaron un total de 3.233.464 viajes a nuestra región, un 17'5% del total de los viajes de residentes. Las otras comunidades que más viajeros envían a la comunidad son Cataluña con 1'4 millones, Castilla la Mancha con 1'3 y la Región de Murcia con 736000.



Gráfico 9: Mercados emisores a la Comunidad Valenciana 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadísticas Turisme

### 2.3.2. Gasto turístico nacional

Respecto al gasto turístico, el crecimiento ha sido mucho más significativo en comparación con el número de viajeros. Como se comentaba anteriormente, la cifra más alta de viajeros nacionales fue en 2019, en cambio, la cifra más alta del gasto turístico es en 2023, con un total de 4'5 millones de euros, representando un 7'7% del total. El gasto medio por persona fue de 244€, es una variación del 4'51% en comparación al año anterior. Este incremento, principalmente, se debe a la subida de precios generalizada tras la crisis de la pandemia, la guerra de Rusia y Ucrania que está provocando un aumento de la inflación.

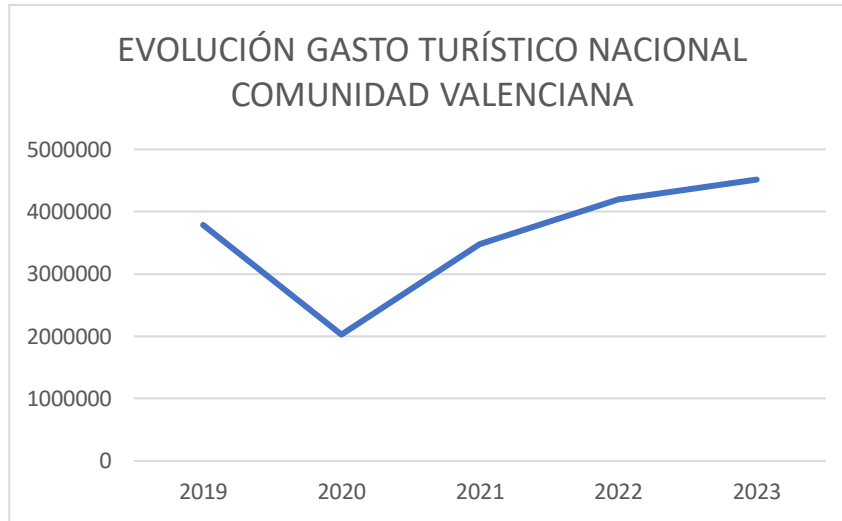


Gráfico 10: Evolución gasto turístico nacional. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

Si nos paramos a comparar los gráficos de la evolución del RevPar y el gasto turístico, podemos comprobar que existe una relación bastante estrecha. Ambas variables muestran similitudes significativas en su evolución a lo largo de estos años, lo que sugiere una correlación entre el desempeño económico del sector hotelero y el gasto total de los turistas en la región.

Es entendible que el RevPar, al ser un indicador clave de la rentabilidad del sector hotelero, refleje de manera directa los patrones de gasto de los visitantes en alojamiento. Por otro lado, el gasto turístico nacional abarca también otro tipo de actividades, incluyendo alimentación, transporte y ocio, lo que lo convierte en un indicador integral del impacto económico del turismo en la región.

### 2.3.3. Motivos principales

El motivo principal de los viajes es el denominado “ocio, recreo y vacaciones”, se realizaron un total de 10.579.510 viajes con este motivo, representando el 57’2% del total. Las visitas a familiares y amigos y los viajes de negocios son, los otros motivos principales, por los que los turistas vienen a la Comunidad Valenciana. En comparación con el año 2019, el único segmento en el que podemos observar un pequeño crecimiento es en los viajes de negocios, con un aumento del 11’90%.

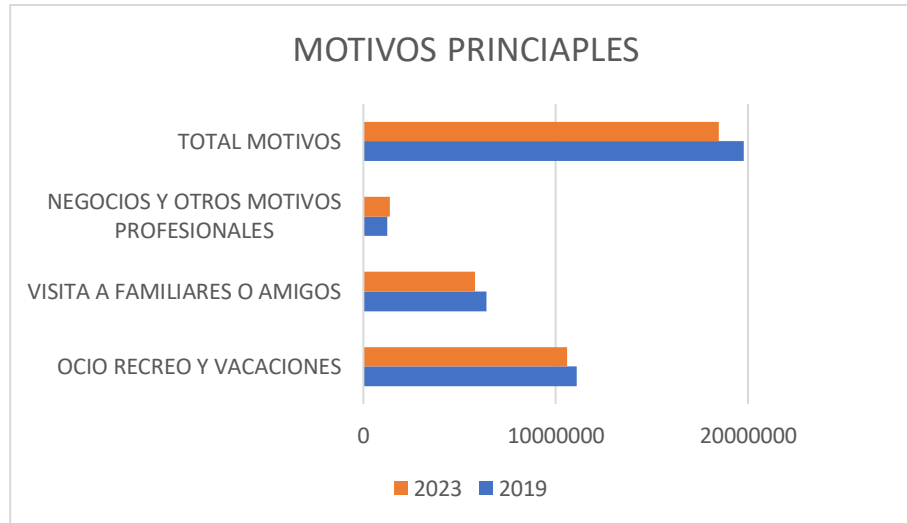


Gráfico 11: Motivos principales viajeros nacionales. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadísticas Turisme.

## 2.4. Demanda extranjera

La demanda turística extranjera, como la nacional, es de vital importancia en el sector. Este mercado fue, sin ninguna duda, uno de los mayores afectados tras la paralización de la actividad turística, debido al cierre de fronteras y las restricciones a la hora de viajar. Indicadores como el gasto turístico de los turistas extranjeros son claves a la hora de analizar el peso que tiene este tipo de turismo en la comunidad.

Es por eso por lo que programas como el BVCV ayudaron mucho a la hora de frenar el impacto negativo, ya no solo en el turismo, si no en la economía de la Comunidad Valenciana.

### 2.4.1. Evolución mercado extranjero

Los viajes provenientes de turistas extranjeros, en 2019, no llegaron a los 10 millones. En el año 2023, la cifra ha sido de 10.474.166 viajes, un 21'56% más que en 2022 y un 9'84% más que en 2019. Esto nos indica una recuperación del mercado emisor extranjero, que tras la pandemia se vio claramente afectado y no ha sido hasta este último año en el que, no solo se han igualado los niveles, sino que se han superado.



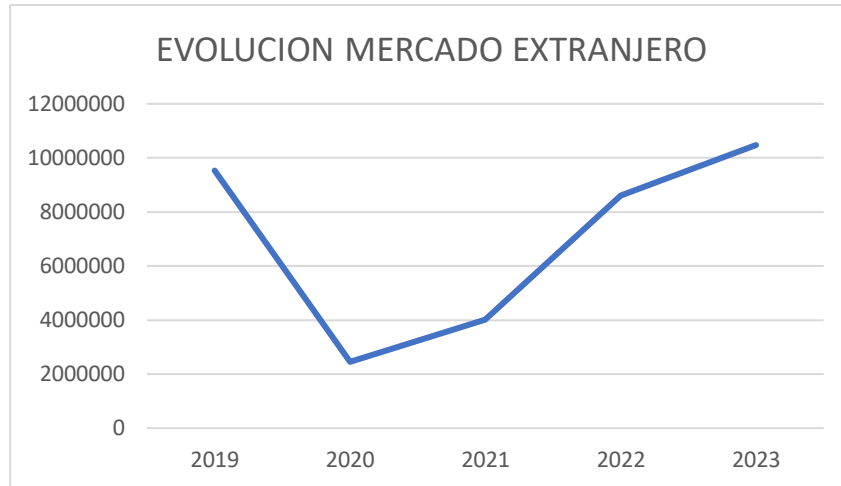


Gráfico 12: Evolución mercado extranjero. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

#### 2.4.2. Mercados emisores extranjeros

Reino Unido es el principal emisor de turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana, con un total de 2.654.884 turistas durante 2023, un aumento del 20'63% en comparación con el año anterior. La lista la continúan Francia con casi 2 millones de turistas y Países Bajos, Alemania y Bélgica que se quedan cerca del millón.

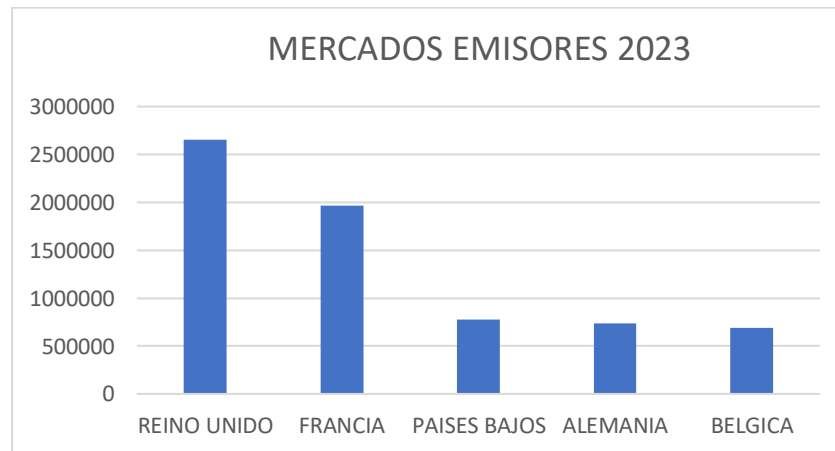


Gráfico 13: Mercados emisores extranjeros a la Comunidad Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

### 2.4.3. Gasto turístico extranjero

El gasto turístico registra máximos históricos en el último año, llegando a un total de 12'5 millones de euros, en 2019 el gasto fue 9.5 millones, esto supone un aumento del 31'6%. En el año 2020, consecuencia de la pandemia, las cifras descendieron hasta los 2'5 millones. En 2023 el gasto medio diario fue de 1195€, un 1'9% más que el año anterior.

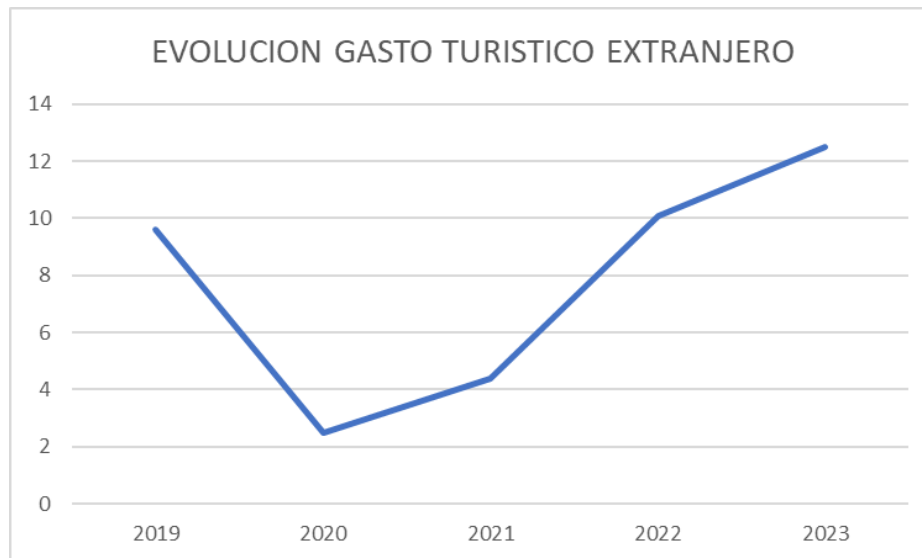


Gráfico 14: Evolución gasto turístico extranjero. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

### 2.4.4. Motivos principales

Como los turistas nacionales, el motivo principal de los visitantes extranjeros es el de “ocio, recreo y vacaciones”, se realizaron un total de 8.893.673 viajes con este motivo, representando el 84'9% del total de los viajes, en comparación con el año 2019, es un aumento del 7'12%. Los viajes de negocios con un total de 400.817 solo supusieron el 3'8% del total, la diferencia respecto al año 2019 es del -19'70%, uno de los pocos niveles que no han mejorado.

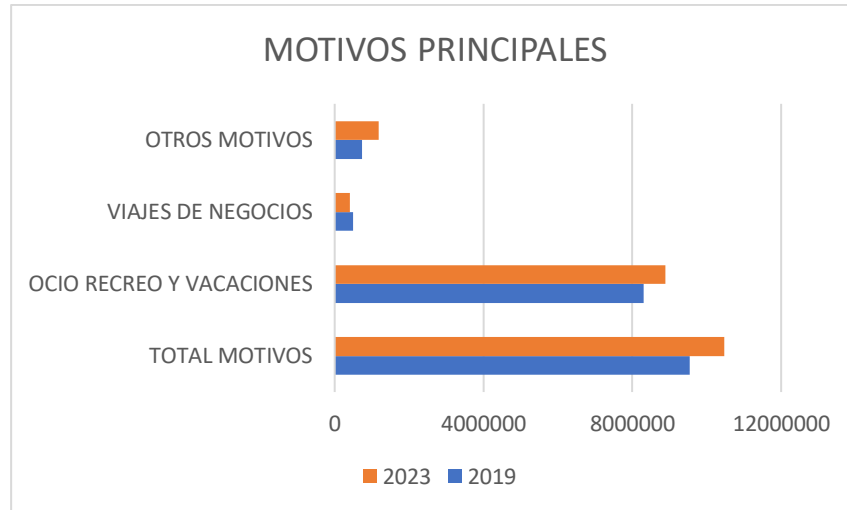


Gráfico 15: Motivos principales turistas extranjeros. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Estadístiques Turisme.

## 2.5. Empleo turístico

El empleo turístico desempeña un papel crucial en el desarrollo económico y social de la Comunidad Valenciana, siendo uno de los sectores que mayor impacto tiene en la generación de puestos de trabajo y en la dinamización de la economía local.

El análisis de este indicador turístico es de vital importancia para poder comprender como los incentivos públicos han influido en el crecimiento y sostenimiento de empleos en el sector. Los datos se han obtenido a través de los informes de Estadístiques Turisme.

El programa BVCV al incentivar el turismo interno, contribuye a la recuperación y fortalecimiento de la economía local, lo que puede ayudar a las empresas turísticas a mantener sus plantillas y evitar despidos.

En general, el año 2023 ha sido positivo para el empleo turístico, a lo largo del año se ha conseguido un crecimiento en las principales variables, aunque, sí que es cierto que, en ciertos momentos, no se han llegado a recuperar algunos de los niveles previos a la crisis provocada por la pandemia.

### 2.5.1. Afiliados

Durante los cuatros trimestres del 2023, los afiliados a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes han aumentado en comparación con años anteriores. En el primer trimestre, el aumento, en comparación con el 2019 fue del 10'3% y en el último trimestre del 8'9%. Los

trimestres 2 y 3, con 206 mil y 209 mil aproximadamente, son los trimestres con mayor número de afiliados, coincidiendo con los meses de temporada alta en el sector turístico.

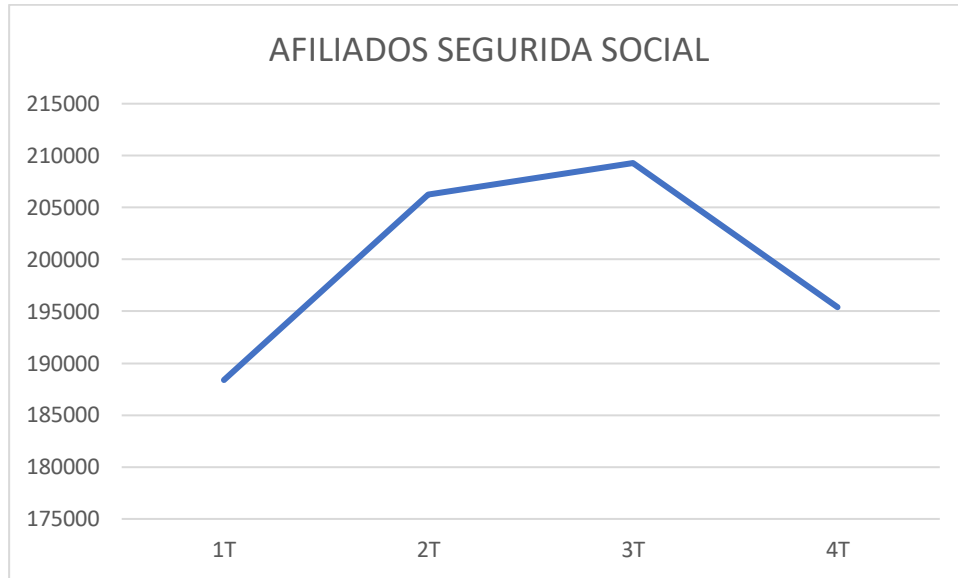


Gráfico 16: Afiliados SS sector turístico 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.

El sector con mayor número de afiliados, durante los cuatro trimestres, es el de servicios de comidas y bebidas, de media a lo largo del año fueron 165.990 afiliados a la Seguridad Social. Este sector, en el primer trimestre, experimentó un aumento del 9'6% respecto al 2019. El alojamiento es el segundo sector del turismo con mayor número de afiliados, con una media al año de 29.351. El mayor aumento respecto al 2019, se vio en el primer trimestre, con una diferencia positiva del 16'5%. Por último, las agencias de viajes han tenido una media de 4.495 afiliados durante el 2023. En el segundo trimestre hubo un aumento del 5% respecto al 2019.

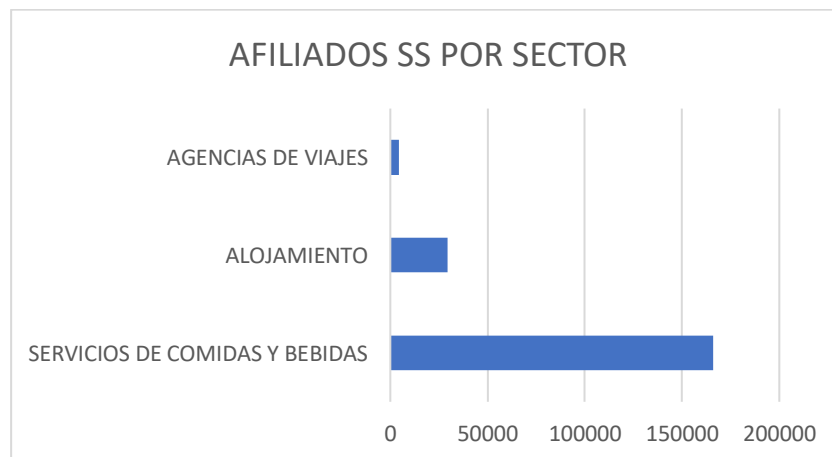


Gráfico 17: Afiliados a la SS por sector 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.

## 2.5.2. Personal empleado

En cuanto al personal empleado en los diferentes tipos de alojamiento turístico, podemos observar un crecimiento notable en líneas generales. En el año 2020, la mayor caída la sufrieron los hoteles, con una variación negativa del 51'9%. En el año 2021, la mayor recuperación fue por parte de los campings, con un crecimiento del 51'5%. En el 2022, hoteles, apartamentos y campings ya habían recuperado los niveles anteriores a la pandemia. En este último año, 2023, los campings y los alojamientos rurales han vuelto a descender, sufriendo una variación negativa del 5'9% y 7'43% respectivamente.

El total de empleados en todos los alojamientos se ha recuperado con creces en el año 2023 fueron un total de 22.534 empleados, un crecimiento del 3'18%.

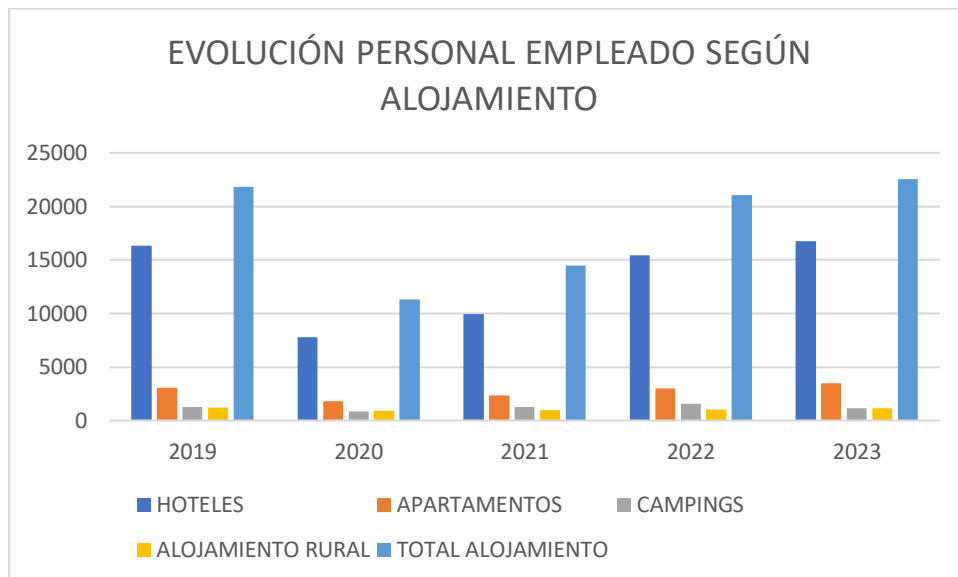


Gráfico 18: Evolución del personal empleado según el alojamiento. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Estadístiques Turisme.



### 3. POLÍTICA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Turisme Comunitat Valenciana, antes Agència Valenciana del Turisme (1995 – 2018), es el organismo responsable de la política turística en la Comunidad Valenciana. Según (Generalitat, 2020) se define como un organismo público con personalidad jurídica propia y plena capacidad de actuación. Su creación responde a la necesidad de coordinar de manera eficaz todas las actividades turísticas bajo una entidad centralizada que facilite la planificación, promoción e innovación en el sector turístico.

La política turística de la Comunidad Valenciana tiene como objetivo principal impulsar la competitividad y sostenibilidad del turismo en la región. Para ello, se enfoca en mejorar la calidad turística implementando estándares rigurosos que aseguren experiencias satisfactorias para los visitantes, un factor crucial para mantener la competitividad en un mercado global exigente.

Además, se prioriza la promoción y el posicionamiento de la región mediante campañas nacionales e internacionales, destacando sus atractivos culturales, naturales y gastronómicos para diversificar los mercados y atraer a un público variado. También se fomenta la innovación y tecnología en el sector, promoviendo la digitalización, el uso de big data y otras soluciones tecnológicas para mejorar tanto la experiencia de los turistas como la gestión del turismo.

La sostenibilidad es un eje fundamental de esta política, promoviendo prácticas turísticas responsables que minimicen el impacto ambiental y contribuyan a la conservación del patrimonio natural y cultural. Asimismo, se busca mejorar la coordinación entre administraciones públicas y entidades privadas a través de plataformas y mecanismos de colaboración.

Una de sus principales funciones y con más relación al BVCV es la otorgación de subvenciones o cualquier otro tipo de apoyo financiero que promueva las inversiones y actividades vinculadas a los objetivos de este organismo, así como el impulso de la calidad, la formación, la innovación y la modernización en el sector turístico valenciano, y las medidas destinadas a mejorar la seguridad y la protección de los usuarios turísticos. A través del portal de Turisme Comunitat Valenciana (<https://formulariosturisme.gva.es/formulariosweb/ayudas>) podemos estar al tanto de todas las convocatorias de ayudas relacionadas con el sector.

Otras de las funciones son elaborar programas que adapten el producto turístico a la demanda, promoviendo el bienestar de residentes y turistas, el desarrollo local, la diversificación, la desestacionalización, la colaboración con agentes sociales y el empleo en el sector. Difundir información útil entre los agentes turísticos, promover la formación a través de los Centros de Desarrollo Turístico, realizar estudios y actividades para mejorar el conocimiento del sector, y coordinar actividades de promoción del turismo en la Comunitat Valenciana. Además, apoyar la cooperación con entidades públicas y privadas y establecer mecanismos de colaboración con otras administraciones a nivel local, autonómico, estatal e internacional.

### 3.1. Organización y estructura

Turisme Comunitat Valenciana cuenta con una estructura organizativa bien definida que abarca desde la planificación estratégica y la promoción turística hasta la gestión de recursos y la formación de profesionales del sector.

La estructura está constituida por el Comité Estratégico de Gestión, el Comité de dirección, la Presidencia, la Vicepresidencia, la Dirección y la Secretaría General.

La Secretaría General está dividida en seis áreas: Financiera y Administrativa, Marketing y Producto, Competitividad Turística y Formación e Innovación turística.

El programa BVCV depende directamente del Área de Competitividad Turística, la cual cuenta con los departamentos de Planificación y Gestión turística, Infraestructuras Turísticas y el Servicio de ayudas.

Según (Valenciana, 2018), al Área de Competitividad Turística se le atribuyen las funciones establecidas en el número 4 del artículo 10 del Reglamento de la AVT, además de las de Coordinación del resto de Áreas y Servicios en todo lo relacionado con las directrices de la Presidencia de la Agencia en materia de imagen reputacional, tanto de la entidad como del sector turístico en general, así como por lo que se refiere a los marcos referenciales del nuevo modelo turístico. Se le adscriben el servicio de Planificación y Estrategia Turística, el Servicio de Infraestructuras Turísticas y la gestión administrativa de apoyo a proyectos internacionales

ORGANIGRAMA DE TURISME COMUNITAT VALENCIANA 2024

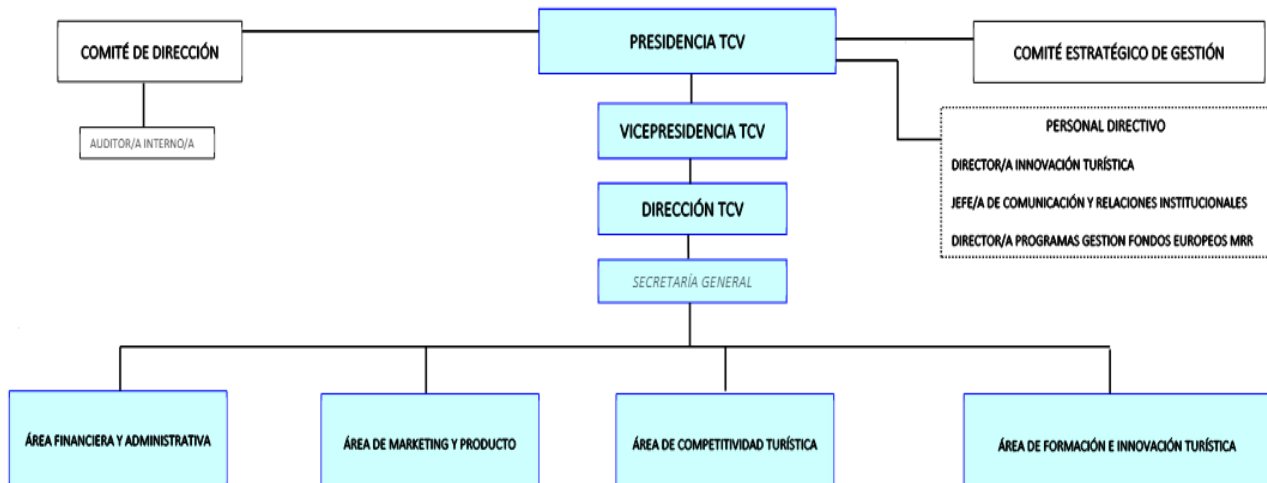


Ilustración 1: Organigrama Turisme Comunitat Valenciana 2024. Fuente: Turisme Comunitat Valenciana



## 3.2. Planificación estratégica

La visión de Turisme Comunitat Valenciana para el futuro es convertirse en un destino turístico genuino, seguro, destacado por su hospitalidad, su estilo de vida mediterráneo y sus valores éticos. Se busca gestionarlo de manera colaborativa y corresponsable, con la intención de convertirse en un territorio inteligente (inclusivo, innovador y sostenible) y mejorar continuamente para asegurar su competitividad. (Valenciana T. C., 2020)

Para alcanzar esta visión, la estrategia turística (2020 -2025), se basa en seis pilares fundamentales, que servirán para guiar el desarrollo de las líneas y programas del plan estratégico. Estos pilares son: sostenibilidad, hospitalidad, cohesión territorial, capital humano, responsabilidad y seguridad.

La sostenibilidad busca que la sociedad se adapte a los cambios del desarrollo humano, construyendo un modelo turístico más resistente y apto para enfrentar situaciones futuras. Cuanto más resistentes sean las estructuras de la actividad turística, mayor será la capacidad de reacción frente a los nuevos cambios.

La hospitalidad se centra en comprender a los visitantes desde el respeto a su cultura, en convivencia con nuestra comunidad.

La vertebración territorial busca cohesionar el turismo valorizando las características particulares de cada área, especialmente en territorios donde la planificación de recursos puede promover un desarrollo sostenible, cultural, social y económico. Esto permitirá mostrar el territorio valenciano como un conjunto donde se pueden vivir experiencias únicas en cada rincón de la región.

El capital humano, uno de los factores más importantes en la competitividad, por ser la representación, en cualquiera de las profesiones, de la Comunidad Valenciana. Representar el enlace directo con los visitantes del territorio valenciano requiere una formación adecuada para asegurar una gestión eficiente del turismo. Esto transmite un mensaje de profesionalidad, rigor, excelencia y hospitalidad.

La responsabilidad implica reconocer que todos tienen un papel en el turismo y que sus decisiones afectan a otras personas, territorios y culturas. Compartir esta responsabilidad en la toma de decisiones es crucial para lograr la sostenibilidad del turismo.

La seguridad es crucial para la competitividad de los destinos turísticos. Implica medidas económicas, políticas y sociales que faciliten el desarrollo y disfrute del turismo, y aborda desafíos globales actuales como la convivencia ciudadana, la emergencia climática y las garantías sanitarias.





### 3.3. Las líneas estratégicas y programas

Las líneas estratégicas del plan son las siguientes.

#### 3.3.1. LE 1: Gobernanza del turismo

La gobernanza turística se define como una práctica de gobierno que se puede medir, que tiene como objetivo dirigir efectivamente el turismo en los diferentes niveles de gobierno, a través de las formas de coordinación, colaboración y/o cooperación, que sean eficaces, transparentes y sujetas a rendición de cuentas, que ayudará a alcanzar los objetivos de interés colectivo que comparten redes de actores involucrados en el sector, con el objetivo de desarrollar soluciones y oportunidades a través de acuerdos basados en el reconocimiento de las interdependencias y responsabilidades compartidas (Pulido Fernández & Pulido Fernández, 2014).

En la gobernanza del turismo intervienen tres principales agentes: el privado, quien produce y provee bienes y servicios para el consumo turístico; el público, quien controla las competencias relacionadas con bienes y servicios para el desarrollo turístico; el civil; formado por la sociedad de la región.

#### 3.3.2. LE 2: Vertebración del territorio y los destinos

La configuración de destinos turísticos bien planificados requiere una región con recursos adaptados, infraestructuras modernas, servicios públicos eficientes e instalaciones y construcciones respetuosas con el entorno. Para lograr esto, es esencial la coordinación y cooperación administrativa en las intervenciones turísticas. Esto conecta el programa actual con el anterior.

Es fundamental, desarrollar un modelo territorial que mejore la competitividad y aproveche las oportunidades en la región valenciana, contribuyendo a la cohesión del turismo en la Comunitat Valenciana.

#### 3.3.3. LE 3: Impulso de la competitividad, del capital humano y de la gestión del conocimiento

La competitividad de un país está relacionada a su participación en el mercado mundial de productos. Un país solo puede ganar competitividad a costa de otros. Por otro lado, la competitividad turística es relativa y puede abordarse desde diferentes puntos dependiendo del enfoque y los factores. Dependiendo del enfoque y los factores que se elijan, condicionará el objetivo que se quiere lograr.

Para lograr una competitividad sostenible, en lo económico, ecológico, social y cultural, la Comunidad Valenciana trabaja en cuatro ámbitos esenciales: las medidas de apoyo a empresas

y destinos turísticos, la regulación de la actividad turística, la formación de los recursos humanos y la innovación y nuevas tecnologías.

Gráfico X. Análisis comparado de los cuatro modelos de referencia sobre competitividad

	1999	2003	2007	2008
	MODELO DE CROUCH Y RITCHIE	MODELO DE DWYER Y KIM	MODELO DEL WEF (2013) <sup>1</sup>	MODELO DE HONG
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	Factores y recursos de soportes.	Recursos turísticos.	Marco regulatorio turístico.	Ventajas comparativas exógenas.
	Recursos y factores de atracción.	Gestión del destino.	Entorno empresarial e infraestructuras turísticas.	Ventajas comparativas endógenas.
	Gestión del destino.	Factores de contingencia.	Recursos humanos, culturales y naturales.	Ventajas competitivas.
	Política, planificación y desarrollo del destino.	Condiciones de la demanda.		Gestión turística.
	Limitadores y amplificadores de la competitividad.			Condiciones del entorno global.
				Condiciones del entorno doméstico.

Fuente: Estudio de la competitividad turística de la Unión Europea a partir del modelo cuantitativo objetivo (2016)

Ilustración 2: Modelos de referencia sobre competitividad. Fuente: Plan Estratégico de Turismo CV 2020-2025

### 3.3.4. LE 4: Marketing Turístico

En la mayoría de los niveles administrativos con competencias en turismo, especialmente a nivel municipal, la comunicación es la función turística principal debido a su fácil implementación ya que no interfiere con otras áreas.

La transformación digital ha cambiado por completo el panorama actual. Es importante dejar de enfocarse en iniciativas turísticas sin un análisis previo de su impacto real. Es de vital importancia conocer el ciclo del viaje para poder segmentar a los visitantes según experiencias, que prácticamente, son más importantes que el destino en sí.

Las administraciones necesitan la implementación de estrategias de comunicación más directas y selectivas para una demanda concreta. Es por eso por lo que, la Comunitat Valenciana, ha estado desarrollando una estrategia de demanda para poder tener una oferta acorde con los nuevos intereses.

Gráfico XI. El Ciclo del viaje



Fuente: Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes. Norma UNE 178502.

Ilustración 3: Ciclo del viaje. Fuente: Plan Estratégico de Turismo CV 2020-2025

### 3.3.5. LE 5: Seguridad y resiliencia turística

La elección de un destino turístico por parte de un visitante viene dada por factores que determinan su atractivo como: el precio, la calidad de los servicios, atractivos culturales y naturales...Actualmente, la seguridad, es un factor cada vez más importante a la hora de tomar la decisión de visitar un destino.

La intención del turista, siempre, será poder disfrutar de su experiencia en las mejores condiciones. Es por eso por lo que, los diferentes agentes del sector turístico deben de estar preparados para poder afrontar situaciones críticas en cuanto a términos de seguridad se refiere.



## 4. BONO VIAJE COMUNIDAD VALENCIANA

En el año 2020, las pérdidas en la actividad turística respecto al 2019, rondaban el 70%, produciendo un impacto negativo sobre el PIB de la comunidad de alrededor 11.4 millones de euros, sumado a la pérdida de miles de puestos de empleo relacionados, directa o indirectamente, con el sector turístico. Por este motivo, desde la GV se consideró que era totalmente necesario implementar medidas complementarias, a las que ya se estaban llevando a cabo, para aumentar el flujo turístico de los residentes de la propia región, de esta manera se protegía tanto a las empresas como al empleo. Había que dar una respuesta urgente a corto plazo para la supervivencia del sector y más tarde su reactivación.

### 4.1. Objetivos

El BVCV es un programa creado en el año 2020 para incentivar la demanda de servicios turísticos internos en la región, especialmente en periodos de estacionalidad y en respuesta a las consecuencias económicas y sociales generadas por la Covid-19 en el sector turístico.

Este bono proporciona ayudas económicas directas (subvenciones) a los ciudadanos que deseen disfrutar de servicios turísticos en la región, con el objetivo de impulsar la actividad económica y el turismo local. Esta subvención implica para el ciudadano una reducción directa en el precio a pagar por el alojamiento escogido ya que la empresa recibirá el importe deducido directamente de Turisme Comunitat Valenciana al presentarles la parte de la factura que ha sido subvencionada.

El programa también contribuye al impulso de las empresas turísticas locales al incentivar la demanda de servicios turísticos en la región. Al fomentar la participación de agencias de viaje y establecimientos de alojamiento, el programa genera un aumento en la actividad económica del sector turístico. Esto se traduce en una mayor ocupación hotelera, un incremento en la contratación de personal en hoteles, restaurantes y empresas de actividades turísticas, así como un estímulo para la contratación de servicios complementarios, lo que en conjunto contribuye a la generación de empleo y al fortalecimiento del tejido empresarial en el ámbito turístico de la Comunitat Valenciana.

El 16 de octubre de 2020 el Decreto 156/2020, del Consell, aprobó las bases reguladoras y la concesión directa de ayudas del programa. El Decreto también recoge criterios de inscripción, requisitos de adhesión de los alojamientos y agencias de viaje, así como requisitos para la solicitud de la ayuda. Este Decreto ha sido objeto de modificaciones posteriores, con el fin de adaptar el programa hasta llegar a la actualidad.

Durante todos los años, uno de los principales objetivos que se ha mantenido, ha sido la desestacionalización, una situación estructural de nuestra región, condicionante total de la estabilidad de las empresas y empleo del sector. Este objetivo, ahora cobra vital importancia ya que está influido también, por la finalización de las medidas de ayudas por parte de la Comisión Europea, con relación a la guerra de Ucrania.



Más tarde, la situación de la situación provocada por la guerra en Ucrania ha derivado también, en un fuerte impacto sobre la economía, influyendo así tanto en la ocupación como en los costes de producción. Esto ha influido en los precios, con una gran variación en la inflación y salarios, afectando de manera directa a la capacidad de gasto de los turistas.

## 4.2. Requisitos y procedimiento administrativo

El proceso de inscripción del programa no ha variado mucho a lo largo de los años. El funcionamiento siempre ha conestado de dos tramos para realizar la solicitud. Lo que sí que ha ido variando en cada año del programa, han sido las ayudas. En el año 2020-2021 las ayudas eran del 70% del precio del alojamiento, hasta los 600€ por persona; en 2022 el descuento fue del 50%-60%, dependiendo si el mínimo de noches era 2 o 5, hasta 400€ y 600€ respectivamente y en 2023 la ayuda era del 60%, hasta los 600€.

Para este año 2024, el programa ofrece una ayuda directa del 50% del coste de los servicios subvencionables. Se abonarán un máximo de 350€ para estancias mínimas de 3 noches.

Podrán ser beneficiarias del bono las personas físicas mayores de edad, residentes en la Comunidad Valenciana y que estén al corriente de sus obligaciones tributarias. Este punto es importante ya que el ciudadano que ha percibido la subvención tributa también por este importe ya que se consideran "ingresos" económicos.

Al estar pensado para los periodos de estacionalidad, cuenta con dos tramos de disfrute, el primer tramo entre el 16 de enero y el 3 de junio (excepto del 21 de marzo a 7 de abril) y el segundo tramo entre el 15 de octubre y el 22 de diciembre. Se ve, por tanto, que se excluyen los periodos de Fiestas locales importantes como Fallas, Hogueras de San Juan, La Magdalena, etc, y de periodos tradicionalmente de mayor afluencia, como es la Semana Santa o Navidad.

Para poder realizar la solicitud y ser beneficiario del bono deberemos seguir los pasos que nos indican en la propia web del programa <https://bonoviajecv24.gva.es> . Por ejemplo, para este año, la inscripción se realiza en dos fases, la solicitud de cita previa, que dio comienzo el día 2 de enero de 2024 y la realización de la inscripción que empezó el 9 de enero de 2024. Todo el procedimiento: la solicitud, como la resolución de las personas beneficiarias, se realiza, telemáticamente, a través de la web.

Tras haber hecho la inscripción, se procede a revisar la documentación y se entra en la lista de espera. Para poder orientarnos, en la web, se nos indica el último número de cita con bono asignado además de poder comprobar el estado de nuestra solicitud.

Finalmente, se asigna el código promocional y en un plazo de máximo 10 días hábiles, deberemos realizar la reserva en una de las empresas adheridas y esperar a la recepción de la resolución y concesión de la ayuda.

Hay que tener en cuenta, que solo podemos ser beneficiarios de la ayuda una vez dentro del periodo de vigencia del programa.



En cuanto a las empresas, forman parte del programa tanto titulares de agencias de viajes como de alojamientos turísticos, ambos inscritos en el Registro de la Comunidad Valenciana. Las primeras como intermediarios para gestionarle los bonos a sus clientes.

En la página web del programa podemos encontrar un mapa con todas las empresas adheridas. (Tabla 7)

### 4.3. El bono turístico en otras comunidades autónomas

Cabe destacar que la Comunidad Valenciana es pionera en la creación de este tipo de programas, en palabras del responsable del departamento Área de Competitividad Turística Turisme CV, Javier Solsona: “Siguen contactando con nosotros, preguntándonos como lo pusimos en marcha, como lo gestionamos”.

El programa BVCV, lanzado por la Generalitat Valenciana, fue pionero en ofrecer ayudas directas para fomentar el turismo interno dentro de la Comunidad Valenciana. Este tipo de iniciativa inspiró a otras comunidades autónomas a crear programas similares con el objetivo de reactivar el sector turístico y ayudar a la economía local.

Todos estos programas compartían el objetivo de reactivar la economía local y apoyar al sector turístico, que había gravemente afectado por la pandemia de COVID-19. Fomentaban el turismo interno, incentivando a los residentes a viajar dentro de su propia comunidad autónoma.

La estructura básica de estos programas era similar, ofreciendo descuentos y ayudas directas a los viajeros. Esto podía incluir descuentos en alojamientos, servicios turísticos y paquetes vacacionales. Estos programas estaban diseñados para tener un impacto positivo en la economía local, apoyando tanto a los negocios turísticos, como a los empleados del sector.

El éxito inicial del BVCV sirvió como modelo para otras comunidades. Cada región ha adaptó el concepto a sus propias necesidades y características, pero la idea central de incentivar el turismo interno ha sido la base común.

PROGRAMAS	CARACTERÍSTICAS
‘BONUS TURÍSTIC DE LES ILLES BALEARS’	Para residentes en las Islas Baleares. Descuento de 100€, por persona. Reserva a través de agencias de viajes. Estancia mínima dos noches. <b>Última convocatoria 2023</b>
‘BONO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA’	Para residentes en España. Ayuda del 50%, hasta un máximo de 250€. Reserva a través de agencias de viajes. Estancia mínima dos noches.

'BONO XACOBEO XOVE'	Para menores de 30 años con Carnet joven. Descuento de 200€, la totalidad del viaje debe ser mínimo de 300€ (sin descuento). Contratación del viaje a través de agencias de viajes gallegas.
'BONO LA PALMA'	Para residentes en España. Tarjeta virtual de 250€, a consumir en establecimientos turísticos de La Palma. Inscripción en la web del programa y asignado bajo sorteo.

Tabla 1: Características bonos en diferentes CCAA. Fuente: Elaboración propia.

#### 4.4. Impactos del programa

El programa BVCV, ha generado un impacto económico positivo en el turismo de la región. Gracias a esta estrategia, muchos residentes de la comunidad se han beneficiado de esta ayuda para poder hacer turismo local.

En el año 2021, primer año de creación y puesta en marcha, se generaron un total de 43.234 reservas, en el año 2022 49.592 y en el año 2023 se alcanzaron las 41.743.

En el primer año del programa, el 84'15% de personas a las que se les concedió la ayuda hizo uso de ella finalmente, en el año 2022 el 99'93% y en el 2023 el 94'74%.

El crecimiento en la utilización de las ayudas, evidenciada por el aumento en el número de reservas y el alto porcentaje de beneficiarios que las han utilizado, subraya la relevancia y necesidad de este tipo de programas. La disminución en las reservas de 2023 sugiere la importancia de continuar adaptando las estrategias para mantener el interés y la participación de los residentes. Cambios como el de pasar de 2 noches de estancia mínima a 3 o la posibilidad de volver a viajar al extranjero son algunos de los motivos de la disminución de beneficiados entre el 2022 y 2023.

	TOTAL RESERVAS	BENEFICIADOS DIRECTAMENTE	BENEFICIADOS INDIRECTAMENTE*
2021	43.243	36.390	109.170
2022	49.592	49.559	148.677
2023	41.743	39.565	118.695

Tabla 2: Reservas BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

\*El número de beneficiados indirectamente se ha calculado estimando una media de 3 personas por beneficiado directamente.

#### 4.4.1. Viajes realizados

La Comunidad Valenciana registró en 2021 1'4 millones, aproximadamente, de viajes de residentes de la comunidad a alojamientos de mercado (hoteles, campings, casas rurales...), el peso del BVCV fue del 2'6% con 36.390 viajes realizados. En el año 2022 el total de viajes de mercado fue, alrededor de, 1'4 millones, el impacto del programa creció un poco, suponiendo el 3'48% de los viajes. Por último, en el año 2023, el número de viajes total de mercado continuó creciendo, llegando a la cifra de 1'6 millones, siendo el 2'55% provenientes del programa.

El número de viajes justificados es el total de viajes realizados a través del programa, coincidiendo así con el número total de personas beneficiadas directamente.

	VIAJES DE MERCADO CV	VIAJES JUSTIFICADOS CON BONO
2021	1.404.280	36.390
2022	1.423.304	49.559
2023	1.552.363	39.565

Tabla 3: Viajes realizados BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

#### 4.4.2. Pernoctaciones

Respecto a las pernoctaciones, las pernoctaciones de mercado son las realizadas en hoteles, campings, casas rurales... Las 'pernoctaciones (bono)' son las que realizaron las personas beneficiarias y las 'pernoctaciones (viaje)' es una estimación con una media de 3 personas por viaje a través de la ayuda.

En 2021, las pernoctaciones, contando solo las de las personas que recibieron el bono, supusieron el 3'31% y las pernoctaciones del viaje un 9'9%. En 2022 las pernoctaciones de 'bono' y 'viaje' tuvieron un peso del 3'44% y del 10'31% respectivamente. Por último, en 2023, representaron el 2'11% las 'pernoctaciones (bono)' y el 6'35%.



	<b>PERNOCTACIONES CV</b>	<b>PERNOCTACIONES (BONO)</b>	<b>PERNOCTACIONES (VIAJE)</b>
<b>2021</b>	3.340.489	110.626	331.877
<b>2022</b>	3.849.306	132.323	396.968
<b>2023</b>	3.737.670	79.130	237.390

Tabla 4: Pernoctaciones BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

#### 4.4.3. Empresas adheridas

El número de empresas que forman parte del programa ha ido bajando, generalmente, con los años. La diferencia entre 2021 y 2023 es de 511 empresas. El único tipo de agencia que ha aumentado a lo largo de estos tres años han sido los alojamientos rurales, que pasaron de 171 en 2021 a 201 en 2023. La mayor bajada ha sido por parte de las agencias de viajes con una diferencia de 251 entre el primer y último año.

Las agencias de viajes son el tipo de empresa con mayor número, representando el 37'18% del total de los tres años de programa, seguido de los hoteles con el 30'66% y los alojamientos rurales con el 14'50%.

Lo que implica que, a pesar del crecimiento en la participación de alojamientos rurales, el programa BVCV ha enfrentado desafíos en mantener la colaboración de las agencias de viajes, que constituyen una parte crucial del ecosistema turístico.

La significativa disminución de agencias de viajes, que a lo largo de los tres años han sido las más numerosas, sugiere posibles problemas en la integración y satisfacción de estas empresas con el programa. Los hoteles, aunque también representan una proporción considerable, han mantenido una presencia relativamente estable.

Este descenso en el número total de empresas participantes podría afectar negativamente la diversidad y la calidad de la oferta turística, resaltando la necesidad de revisar y ajustar las estrategias del programa para asegurar un entorno más favorable y atractivo para todas las tipologías de negocios turísticos involucrados.

TIPO	2021	2022	2023*	TOTAL	%
<b>Agencias de Viaje</b>	618	402	367	<b>1.387</b>	37,18%
<b>Alojamientos Rurales</b>	171	169	201	<b>541</b>	14,50%
<b>Bloques Y Conjuntos De Apartamentos Turísticos</b>	31	38	27	<b>96</b>	2,57%
<b>Campings</b>	54	39	33	<b>126</b>	3,38%
<b>Empresas Gestoras De Viviendas Turísticas</b>	231	114	92	<b>437</b>	11,71%
<b>Hoteles</b>	459	352	333	<b>1.144</b>	30,66%
<b>TOTAL</b>	<b>1.564</b>	<b>1.114</b>	<b>1.053</b>	<b>3.731</b>	100,00%

Tabla 5: Empresas adheridas al BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

#### 4.4.4. Importes económicos

El importe medio de cargo al usuario es el precio que, finalmente, la persona beneficiaria pagó por su reserva, habiéndose descontado la ayuda del programa. Como es lógico, en el primer año, el precio final para el usuario fue menor que el resto de los años, ya que la ayuda directa era mayor.

\*Recordemos que en 2021 la ayuda directa era del 70% (hasta 600€), en 2021, dependiendo del mínimo de noches la ayuda era del 50% (hasta 400€) y del 60% (hasta 600€). Finalmente, en 2023, la ayuda era del 60% (hasta 600€).

	AYUDA DIRECTA	IMPORTE MEDIO RESERVA (€)	IMPORTE MEDIO CARGO BONO (€)	IMPORTE MEDIO CARGO AL USUARIO (€)
<b>2021</b>	70%*	602,46	411,54	190,93
<b>2022</b>	50-60%*	528,31	266,39	261,93
<b>2023</b>	60%*	622,22	373,33	248,89

Tabla 6: Importes económicos del BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

#### 4.4.5. Retorno económico (ROI)

Con el retorno económico calculamos las ganancias o beneficios que obtenemos después de hacer una inversión. En este caso la inversión es el importe que aporta el organismo Turisme Comunitat Valenciana para las ayudas. Con este cálculo podemos comprobar rentabilidad y viabilidad de la inversión.

En 2021 la inversión en el programa fue de 14'98 millones de euros y el importe de las reservas justificado fue de 21'92 millones, esto supone un retorno económico del 46'4%. En 2022 el importe de la aportación fue de 13'20 millones y el de las reservas fue de 26'18 millones, se obtuvo un 98'3% de ROI. En el último año, 2023, la inversión fueron 14'77 millones de euros y el importe de reservas 24'62 millones, el ROI que se consiguió fue un 66'7%.

	<b>IMPORTE APORTACIÓN TURISME (€)</b>	<b>IMPORTE ABONADO USUARIOS (€)</b>	<b>IMPORTE RESERVAS JUSTIFICADO (€)</b>
<b>2021</b>	14.975.830,34	6.947.818,78	21.923.649,12
<b>2022</b>	13.201.861,83	12.980.863,87	26.182.725,70
<b>2023</b>	14.770.981,48	9.847.320,99	24.618.302,47

Tabla 7: Retorno económico del BVCV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Área de Competitividad Turística TCV

## 5. CONCLUSIONES

El análisis del turismo en la Comunitat Valenciana durante el período 2019 -2023, la política turística implementada y el impacto del programa Bono Viaje ha permitido extraer varias conclusiones relevantes sobre la evolución y la eficacia de las estrategias públicas para fomentar el turismo en esta región.

Durante el periodo analizado, el sector turístico de la Comunitat Valenciana ha experimentado variaciones significativas. El análisis estadístico de los principales indicadores del sector ha mostrado un crecimiento sostenido en los años previos a la pandemia de COVID-19, seguido por una fuerte caída en 2020 debido a las restricciones de movilidad y medidas sanitarias. Sin embargo, a partir de 2021, se observa una recuperación gradual del turismo. Los datos de 2022 y 2023 indican una tendencia positiva, aunque todavía no se alcanzan los niveles prepandémicos. Esto refleja la resiliencia del sector y la capacidad de adaptación ante circunstancias adversas

La política turística en la Comunitat Valenciana se caracteriza por una organización y estructura bien definidas, con una planificación estratégica clara que se ha adaptado a las necesidades emergentes del sector. Las líneas estratégicas se han centrado en la sostenibilidad, la innovación y la promoción de un turismo de calidad que no solo atraiga a más visitantes, sino que también genere beneficios económicos y sociales sostenibles para la región. La colaboración entre los sectores público y privado ha sido fundamental para la implementación de estas políticas, promoviendo una oferta turística diversificada y de alta calidad.

El programa BVCV ha demostrado ser una herramienta eficaz para revitalizar el sector turístico durante los años de recuperación post-pandemia. El programa, diseñado para fomentar el turismo interno mediante incentivos económicos directos a los residentes, ha tenido un impacto significativo. Los objetivos del programa, que incluyen la reactivación económica del sector turístico y el apoyo a las empresas locales, se han cumplido en gran medida. El análisis de los datos estadísticos muestra que el BVCV ha contribuido a un aumento en las pernoctaciones y en los viajes, lo que ha beneficiado tanto a la economía regional como a la sostenibilidad del empleo en el sector.

El impacto económico del programa BVCV ha sido notable. Los datos indican que el programa ha generado un aumento significativo en la demanda de servicios turísticos, lo que a su vez ha estimulado la economía local. Los beneficios económicos directos e indirectos han sido evidentes en el incremento de la actividad en los servicios de alojamientos. El retorno económico que ha generado el programa ha sido más que notable.

En conclusión, la combinación de una política turística estratégica y la implementación de programas específicos como el BVCV ha permitido a la Comunitat Valenciana no solo enfrentar los desafíos derivados de la pandemia, sino también sentar las bases para un futuro más sólido y sostenible en el sector turístico. La resiliencia y la capacidad de adaptación del sector, apoyadas por políticas públicas efectivas, han sido claves para la recuperación y el crecimiento continuo del turismo en la región. Esta experiencia puede servir de modelo para otras regiones que busquen revitalizar sus sectores turísticos



## 6. BIBLIOGRAFÍA

Andrés y Andreu García Baquero, G. G. (2020). el golpe al turismo y la recuperación de la economía española. Funcas.es. <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2020/08/CIE277art04.pdf>

Arce, O. (2021 5). La economía española: impacto de la pandemia y perspectivas. Bde.es. <https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/21678/1/arce260521.pdf>

Bienvenido al programa de bono viaje 2024 de la comunitat valenciana. (s. f.). Gva.es. Recuperado 2024, de <https://bonoviajecv24.gva.es/>

Bono Turístico La Palma. (2022, enero 27). Hola Islas Canarias. <https://www.holaislascanarias.com/bono-turistico-la-palma/>

#Bonusturístic 2023. (s. f.). Illesbalears.travel. Recuperado 8 de julio de 2024, de <https://bonusturistic.illesbalears.travel/es/>

Cómo funciona el bono viaje cv. (2021, mayo 25). Turisme CV Magazine. <https://www.turismecv.com/2021/05/25/como-funciona-el-bono-viaje-cv/>

de la Region de Murcia, I. de T. (s. f.). Bono Turístico : Web oficial turismo Region de Murcia. [turismoregiondemurcia.es](http://turismoregiondemurcia.es). Recuperado 2024, de [https://www.turismoregiondemurcia.es/es/bono\\_turistico/](https://www.turismoregiondemurcia.es/es/bono_turistico/)

Duro, J. A., & Farré, F. X. (2015). Estacionalidad turística en las provincias españolas: medición y análisis. Cuadernos de Turismo, (36), 157–174. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.230921>

El turismo de la comunitat valenciana 2023-2024. (2024, enero 29). Turisme CV Magazine. <https://www.turismecv.com/2024/01/29/los-datos-en-el-turismo-de-la-comunitat-valenciana/>

EpData. (2024). Evolución del número de turistas extranjeros en Andalucía en lo que va de año [Data set]. EpData - La actualidad informativa en datos estadísticos de Europa Press.

Gamez, M. J. (2015, septiembre 17). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Inicio - Generalitat Valenciana. (s. f.). Gva.es. Recuperado 2024, de <https://dogv.gva.es/es>

Invatur. (s. f.-b). Invatur. Recuperado 2024, de <https://invatur.es/news/balance-turistico-y-previsiones-comunitat-valenciana-2023-2024>

López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2005). Efecto desestacionalizador del turismo rural en las regiones españolas. Idus.us.es. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/51216/efecto%20desestacionalizador%20del%20turismo%20rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Osorio, E., Jaime Pastor, V., Osorio, J., Gallego, J., & Murgui, S. (2009). *Turismo. Planificación y Gestión Estratégica*. Valencia: Universitat Politècnica de València.

Noviembre, A. (s. f.). La evolución de la economía valenciana desde el estallido de la crisis de la covid-19. Gva.es. Recuperado 2024, de



<https://argos.gva.es/documents/354883759/0/Evoluci%C3%B3n+de+la+econom%C3%ADa+valenciana+desde+el+estallido+de+la+COVID-19+%282020.pdf/c852a236-3532-90a3-8363-2d7533ba4267?t=1704884747423>

Plan Estratégico de Turismo 2020-2025 de la Comunitat Valenciana - Generalitat Valenciana. (s. f.). Gva.es. Recuperado 2024, de <https://rendiciocomptes.gva.es/es/pla-estrategic-de-turisme-2020-2025-de-la-comunitat-valenciana>

Pulido Fernandez, J. I., & López Sanchez, Y. (2023). Política económica del turismo.

Pulido Fernández, M. C., & Pulido Fernández, J. I. (2014). ¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos?: Estudio de casos. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(4), 685-705. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.050>

Resultados detallados mensuales. (s. f.). INE. Recuperado 2024, de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=13884>

Turisme Comunitat Valenciana. (s. f.). Gva.es. Recuperado 2024, de <https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estadistiquesdeturisme.html>

Velasco, M. (s. f.). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Ucm.es. Recuperado 2024, de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20\(Pasos\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20(Pasos).pdf)

Viajes, pernoctaciones y duración media por principales características de los viajes. (s. f.). INE. Recuperado 2024, de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=15797>

Vista de La política turística. Una arena de acción autónoma. (s. f.). Revistas.um.es. Recuperado 2024, de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140301/126541>

Xacobeo Xove. (s. f.). Xacobeoxove.com. Recuperado 2024, de <https://xacobeoxove.com/>

(S. f.-a). Gva.es. Recuperado 2024, de [https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios\\_mercado/CV\\_feb\\_2024c.pdf](https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/CV_feb_2024c.pdf)

(S. f.-b). Exceltur.org. Recuperado 2024, de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/01/Impactur-Co.Valenciana-2021-Triptico.pdf>



## 6.1. Referencias legislativas

Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística. DOGV no 8728, 29 de enero de 2020. [https://dogv.gva.es/datos/2020/01/29/pdf/2020\\_683.pdf](https://dogv.gva.es/datos/2020/01/29/pdf/2020_683.pdf)

Decreto 156/2020, de 16 de octubre, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas del programa «Bono Viaje Comunitat Valenciana», para incentivar la demanda de servicios turísticos internos por la Covid-19. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, 8928, de 17 de octubre de 2020.

[https://dogv.gva.es/datos/2020/10/17/pdf/2020\\_8557.pdf](https://dogv.gva.es/datos/2020/10/17/pdf/2020_8557.pdf)

DECRETO 198/2022, de 25 de noviembre, del Consell, por el que se aprueban las bases reguladoras y el procedimiento de concesión directa de las ayudas del programa «Bono Viaje Comunitat Valenciana 2023» para incentivar la demanda de servicios turísticos de la Comunitat Valenciana en periodos de estacionalidad. DOGV no 9482, 1 de diciembre de 2022.

[https://dogv.gva.es/datos/2022/12/01/pdf/2022\\_11279.pdf](https://dogv.gva.es/datos/2022/12/01/pdf/2022_11279.pdf)

## 7. ANEXOS

### 7.1. Entrevista

El pasado día 3 de abril de 2024, tuve la oportunidad de entrevistar, de manera presencial, a Javier Solsona, responsable del Área de Competitividad Turística de Turisme Comunitat Valenciana.

En esta entrevista, abordamos en profundidad el programa BVCV. A lo largo de nuestra conversación, Solsona me brindó información clave sobre los objetivos, resultados y desafíos del programa, proporcionando una visión detallada de cómo esta estrategia está contribuyendo a la reactivación del sector turístico y al fortalecimiento de la economía local.

La entrevista, centrada en temas cruciales del programa, ofrece una perspectiva privilegiada sobre el impacto del Bono Viaje en la Comunidad Valenciana.

#### **¿Cómo surgió la idea de crear el bono?**

En plena pandemia se paralizó el sector turístico, se instrumentaron líneas de ayuda directa, se pagaba dinero a las empresas turísticas por el mero hecho de serlas.

Como eso no era suficiente, se pensaron cuestión que pudiesen beneficiar tanto al sector económico, al sector turístico como a la población en general.

Como también era muy difícil salir de la propia comunidad autónoma, se pensó en ayudar a la gente a desplazarse dentro de la región y que eso revirtiese en el desarrollo económico del sector turístico.

Era una idea que, además, sonaba en otras comunidades, aquí se optó por este sistema, que ha funcionado muy bien. Actualmente, nos siguen contactando para preguntar como lo gestionamos

#### **¿Cuáles son los objetivos principales?**

Al principio era un sistema de incentivo para el sector en general, para reflotar la situación. Actualmente, se ha convertido en un sistema para la desestacionalización de la actividad turística, de hecho, las características del bono han ido cambiando precisamente por eso.

Los periodos en los que se puede ser beneficiario del bono se han acortado a la temporada más baja. Por ejemplo, están excluidos los meses de junio, julio, agosto y la Semana Santa, se han excluido también las Navidades. Todo lo que es temporada media y media alta se ha excluido definitivamente.





### **¿Continuará el programa el año que viene?**

Es una decisión política. De momento lo mantenemos. También, con las ayudas siempre hay que tener cuidado con una cosa, es que Europa siempre te vigila.

Cuando haces ayudas que repercuten sobre la economía de las empresas, vigilan mucho que no estés alterando la competencia. Nosotros, como estamos ahora incentivando la actividad en temporada muy baja, entendemos que no estamos provocando una alteración de la competencia, pero pueden decirnos que este tipo de ayudas hay que dejar de hacerlas. Siempre tenemos esa duda detrás.

En septiembre se elabora un Anteproyecto de Presupuesto, en el que se explica lo que se quiere hacer al año siguiente, en este caso el programa Bono Viaje. En noviembre se envía a las cortes y en diciembre aprueban el presupuesto de la Generalitat.

Será en ese momento cuando se apruebe o no el programa. A priori, entiendo que lo querrán mantener, siempre dependiendo de los resultados.

### **¿A qué se debe el cambio del mínimo de estancias?**

Hemos recibido muchos comentarios al respecto. Muchas familias son beneficiarias, pero claro, con los hijos en el colegio, les resulta muy difícil coger tres días.

Nos damos cuenta de que la gente solicita el bono y luego muchos no pueden ir y los números van corriendo. El año pasado, alrededor de 17.000 personas renunciaron. Lo que pasa es que tenemos que explicar por qué y el bono tiene que estar fundamentado en algo. Antes estaba fundamentado en recuperar la economía, en principio por el tema de la pandemia y luego tuvimos otra exención de Europa a la hora de ayudar a las empresas que era la guerra de Ucrania y Rusia.

En los decretos del 2021 y 2022 del programa, si ves la argumentación, habla de que Europa autoriza a sacar este tipo de ayudas que benefician directamente a las empresas. Ahora, sin embargo, tenemos que hacer argumentaciones que nos permitan hacer frente a ese control que tenemos de las ayudas y claro, esto, para el usuario final, es difícil de entender.

A través de la encuesta que estamos haciendo estamos monitorizando todas las quejas y reclamaciones que nos hacen la gente. Tenemos ya respondidos unas 600 o 700 cuestionarios, así vemos un poco todas las problemáticas que surgen y demás.

### **¿Cree que el programa ha tenido un impacto positivo en la desestacionalización?**

El bono ha impactado, seguro. Lo que pasa es que el bono, sobre todo, se ha notado mucho en la desestacionalización, en los sectores que son más pequeñitos, por ejemplo, de las casas rurales.

¿Qué pasa? Que los hoteles trabajan con volúmenes de demandas enormes. Entonces, el bono creo, que moviliza a unas 120.000 personas al año, porque beneficiarios son unos 35.000, pero viajan unas tres personas, tres y pico de media. Entonces nos vamos como hasta las 100.000 personas que moviliza el bono. Pero claro, en un entorno de viajeros en el que, más o menos, en hoteles se pueden estar alojando 7 millones de personas al año, queda muy dividido.

Donde tiene un impacto importante es, sobre todo, en destinos como el interior, que son destinos con un volumen de oferta más pequeñito, y en zonas litorales que tienen muy poca actividad en temporada baja. Por ejemplo, la costa de Castellón, la costa de Valencia, menos Gandía, que tiene un volumen de oferta más grande. Ahí hay un impacto, se nota más el impacto del bono.

Tabla 8: Entrevista a Javier Solsona. Fuente: Elaboración propia

## 7.2. Relación del trabajo con los ODS

Según (Unidas, 2023) Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años.

Este trabajo puede relacionarse con varios ODS:

- 1. ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico:** El programa BVCV impulsa el empleo al aumentar la demanda en el sector turístico local, generando oportunidades laborales y apoyando el crecimiento económico mediante la inversión en servicios y actividades turísticas dentro de la región.
- 2. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles:** Al fomentar el turismo dentro de la comunidad, el programa contribuye a la sostenibilidad urbana y rural al redistribuir la actividad turística de manera más equilibrada. Esto ayuda a preservar el patrimonio cultural y natural local, promoviendo un desarrollo más sostenible y resiliente de las comunidades locales.
- 3. ODS 12: Producción y consumo responsable:** El BVCV promueve el consumo responsable al incentivar a los residentes a utilizar servicios turísticos locales. Esto fortalece la economía circular al apoyar a empresas locales, reduciendo la dependencia de importaciones y fomentando prácticas turísticas más sostenibles y éticas.
- 4. ODS 13: Acción por el clima:** Al alentar el turismo local, el programa contribuye a la mitigación del cambio climático al reducir las emisiones de carbono asociadas con los

viajes. Esto se logra mediante la disminución de los desplazamientos de larga distancia y la promoción de comportamientos de viaje más respetuosos con el medio ambiente.

- 5. ODS 17: Alianza para lograr los objetivos:** El éxito del BVCV depende de la colaboración entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil. Esta cooperación facilita la implementación efectiva del programa, estableciendo alianzas que promueven el desarrollo sostenible y la innovación en el sector turístico regional.

<b>Objetivos de Desarrollo Sostenibles</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>No Procede</b>
ODS 1. <b>Fin de la pobreza.</b>				
ODS 2. <b>Hambre cero.</b>				
ODS 3. <b>Salud y bienestar.</b>				
ODS 4. <b>Educación de calidad.</b>				
ODS 5. <b>Igualdad de género.</b>				
ODS 6. <b>Agua limpia y saneamiento.</b>				
ODS 7. <b>Energía asequible y no contaminante.</b>				
ODS 8. <b>Trabajo decente y crecimiento económico.</b>	X			
ODS 9. <b>Industria, innovación e infraestructuras.</b>				
ODS 10. <b>Reducción de las desigualdades.</b>				
ODS 11. <b>Ciudades y comunidades sostenibles.</b>	X			
ODS 12. <b>Producción y consumo responsables.</b>	X			
ODS 13. <b>Acción por el clima.</b>		X		
ODS 14. <b>Vida submarina.</b>				
ODS 15. <b>Vida de ecosistemas terrestres.</b>				
ODS 16. <b>Paz, justicia e instituciones sólidas.</b>				
ODS 17. <b>Alianzas para lograr objetivos.</b>	X			

Tabla 9: Relación del trabajo con los ODS. Fuente: Elaboración propia



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA