



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

# Nº 61

JULIO 2017

---

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE Y  
EXPECTATIVAS PARA EL VERANO DE  
2017



---

PERSPECTIVAS  
TURÍSTICAS

---

BALANCE EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE DE  
2017

## La actividad turística vuelve a acelerarse en el 2º trimestre de 2017 al 4,6% y apunta otro verano extraordinario, donde el mayor reto se plantea en términos de gestionar la congestión y su relación con la capacidad de carga de los recursos y la acogida de los residentes

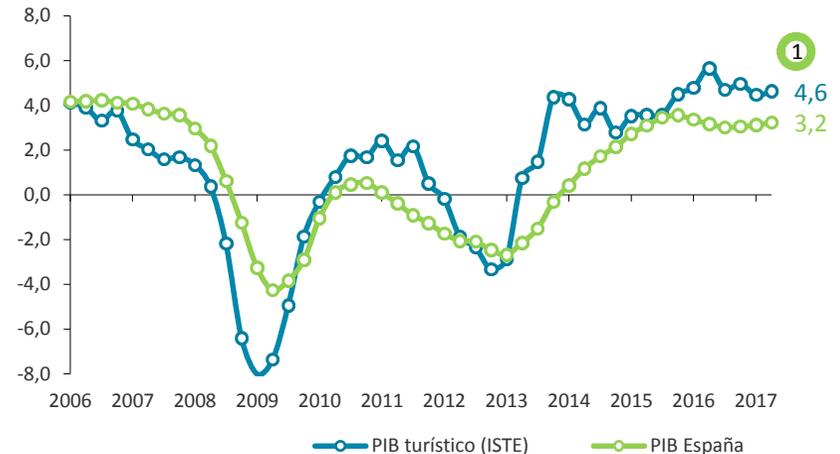
Los meses de primavera han sido testigos de una nueva aceleración en el crecimiento de la actividad turística en España sobre unos niveles que ya fueron extraordinarios en el mismo periodo de 2016.

El mantenimiento de la oleada de turistas extranjeros junto a la aceleración de la demanda interna, espoleada por la celebración de la Semana Santa en abril y la fortaleza de la economía española, han llevado al PIB turístico a registrar un crecimiento del +4,6% en el segundo trimestre de 2017, según las estimaciones de EXCELTUR.

**Crecimiento trimestral del PIB turístico comparado con el PIB general de la economía española. 2006-2017**

Tasa de variación interanual trimestral

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de INE y AFI



Las previsiones sobre el mantenimiento de estos ritmos de crecimiento en los meses de temporada punta de verano impone el reto de abrir una profunda reflexión en algunos destinos españoles sobre la idoneidad de un modelo basado principalmente en una mayor afluencia de turistas, mayormente acogidos y espoleados por el crecimiento descontrolado de las viviendas en alquiler turístico, con una creciente contestación de la sociedad local y una superación de la capacidad de acogida de recursos e infraestructuras.

## Las oleadas de demanda extranjera se mantienen como el principal baluarte del incremento de la actividad turística en los meses de primavera

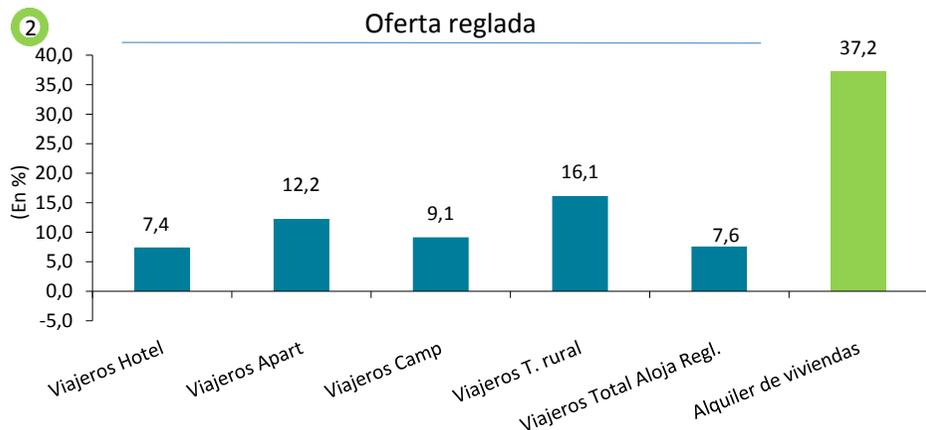
1 Todos los indicadores agregados de demanda extranjera se mantienen en crecimientos de dos dígitos similares a los del inicio del año (turistas +11,8% y gasto +13,1% en marzo-mayo de 2017 respecto al mismo periodo de 2016). Su análisis muestra una serie de pautas de comportamiento relevantes:

- El **notable descenso de la estancia media** en España (-2,3% en marzo-mayo), que explica que el impacto económico del aumento de la afluencia sea notablemente más limitado. Se trata de una tendencia que se viene produciendo de forma continua desde mediados de 2014, coincidiendo con el abaratamiento del transporte.

### Demanda EXTRANJERA por tipologías de alojamientos. Mar-May

(Tasa de variación interanual en %)

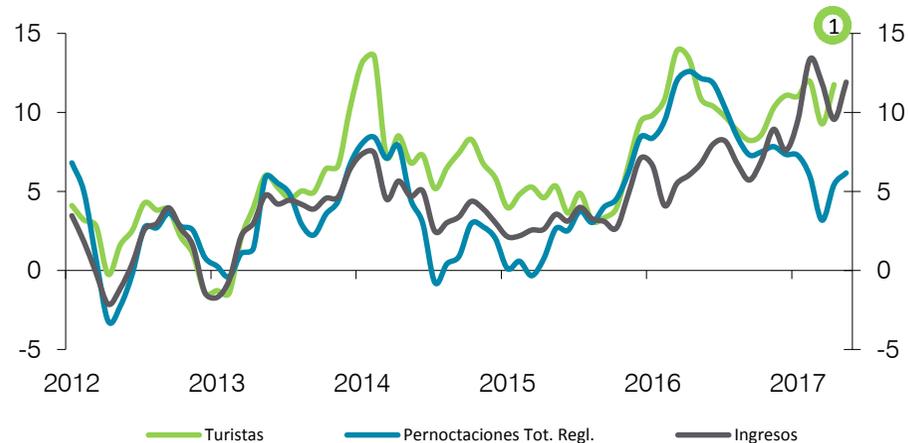
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR y Frontur (INE)



### Evolución de los Indicadores de demanda EXTRANJERA (\*) 2011-2017

(Tasa de variación interanual trimestral)

Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, Enc de Ocup y Balanza de Pagos



(\*) Datos hasta enero de ingresos del Banco de España

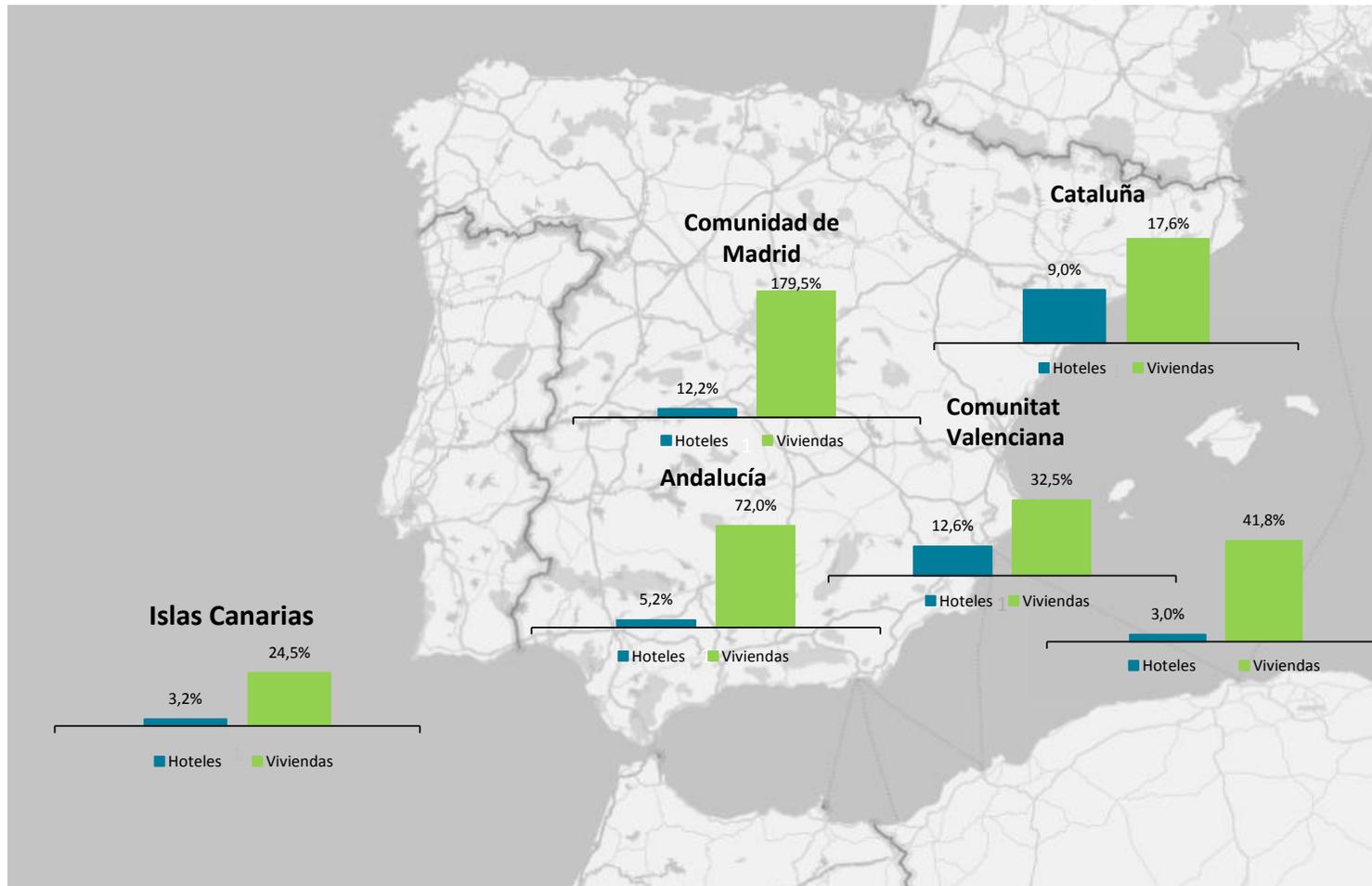
- El **fuerte crecimiento del alquiler de viviendas (+37,2%)** y las tipologías alojativas regladas de menor precio (apartamentos +12,2%, turismo rural +16,6%) frente a la demanda hotelera (+7,4%). En las principales regiones turísticas españolas el crecimiento del uso de la vivienda turística es el principal causante de los problemas de congestión percibida. En dichas CC.AA. el aumento de los turistas extranjeros que usan viviendas fue muy superior a la del resto de oferta reglada *en este trimestre y el período enero-mayo* de 2017 (ver mapa página siguiente).

2

## Crecimiento de la llegada de turistas extranjeros por tipologías alojativas de pago (Hoteles y similares vs Viviendas en alquiler)

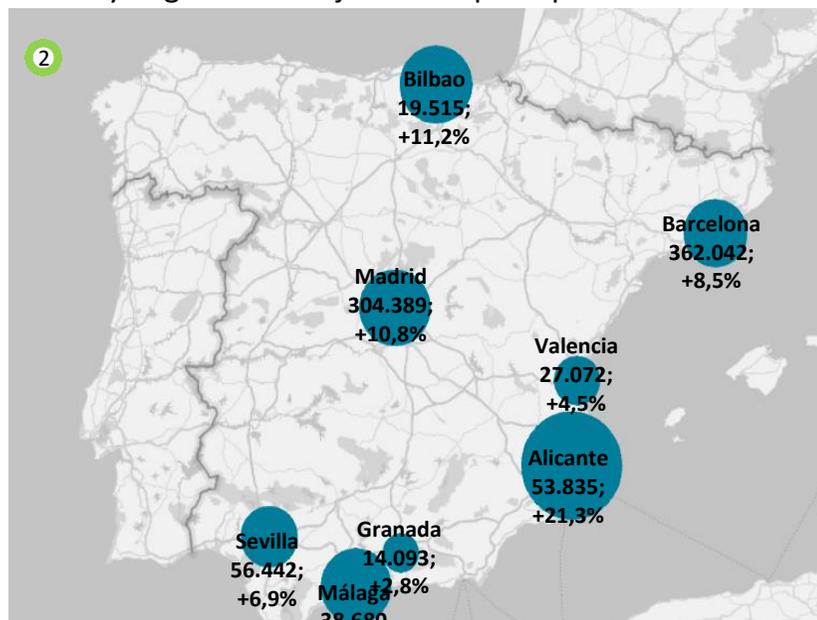
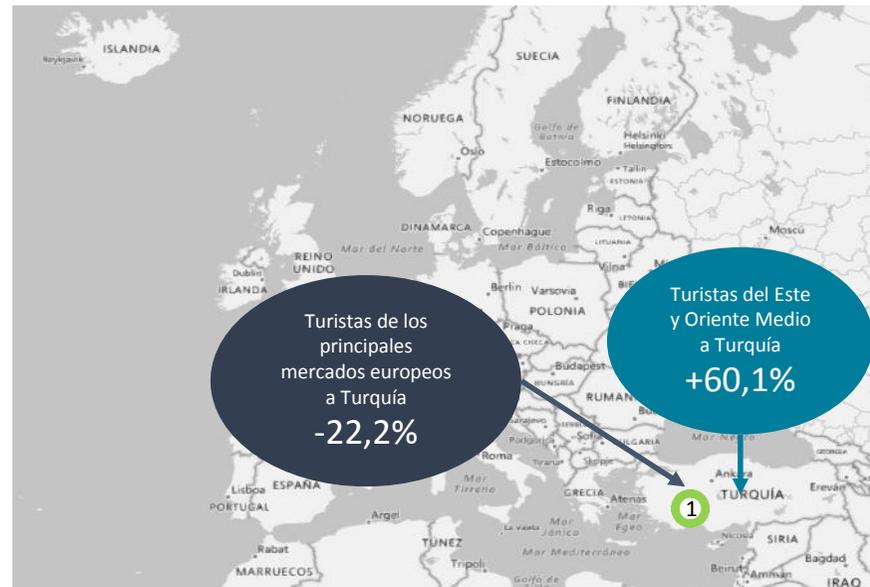
T.V. Ene-may 2017/2016

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, INE



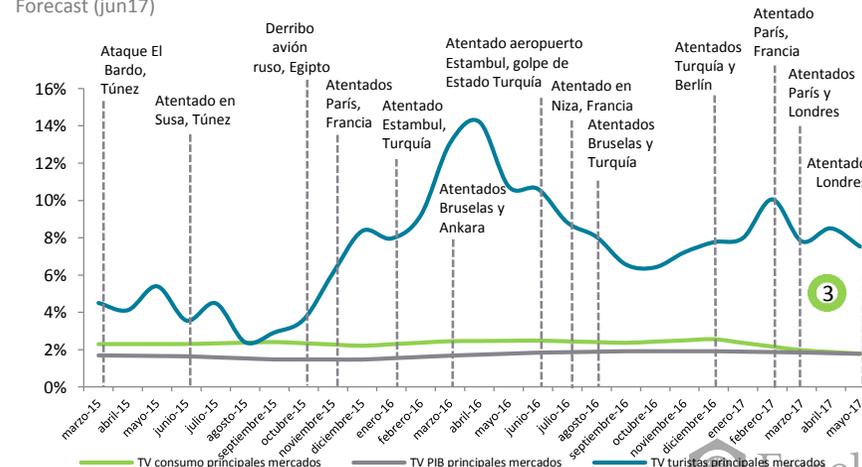
- La gran incidencia del aún adverso contexto geopolítico que aviva la demanda de los mercados tradicionales europeos hacia España y que en estos meses ha favorecido además a las principales ciudades españolas. Esta realidad se desprende de los siguientes datos:

1. La nueva caída de la demanda europea en los principales destinos competidores del mediterráneo, a pesar de su recuperación en valores absolutos; 1,3 mills de turistas han ganado Turquía + Egipto hasta mayo, si bien proceden en su totalidad de sus mercados de proximidad y del este de Europa, mientras los turistas europeos continúan cayendo. ①
2. La sucesión de episodios de inestabilidad en las principales ciudades europeas (Londres, París, Bruselas, Manchester), que ha favorecido la demanda extranjera hacia los destinos urbanos españoles. ②
3. El moderado crecimiento económico en los principales mercados emisores europeos (cerca del 2,0%), insuficiente para justificar la fuerte intensidad de la afluencia y el gasto extranjero en España por encima del 10%. ③



**Desempeño macroeconómico de los principales mercados emisores y su comparación con la llegada de turistas a España**

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (Turespaña e INE), Eurostat, Consensus Forecast (jun17)



(\*) Los principales mercados son Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda. Se estima el comportamiento en marzo y abril de Egipto a partir de la variación presentada en el acumulado diciembre-febrero 2017/2016 y en Túnez en el acumulado octubre-diciembre 2017/2016 para el periodo enero-abril.

- **La positiva evolución de los ingresos por turista.** Los meses de primavera han mantenido la tímida pero positiva tendencia de crecimiento <sup>1</sup> del ingreso nominal por turista extranjero (+0,8% en abril-mayo y +0,3% enero-abril, según el Banco de España) iniciada en 2017, si bien los ingresos en términos reales (descontada una inflación turística que se ha intensificado levemente en abril y mayo) siguen cayendo (-1,5%).

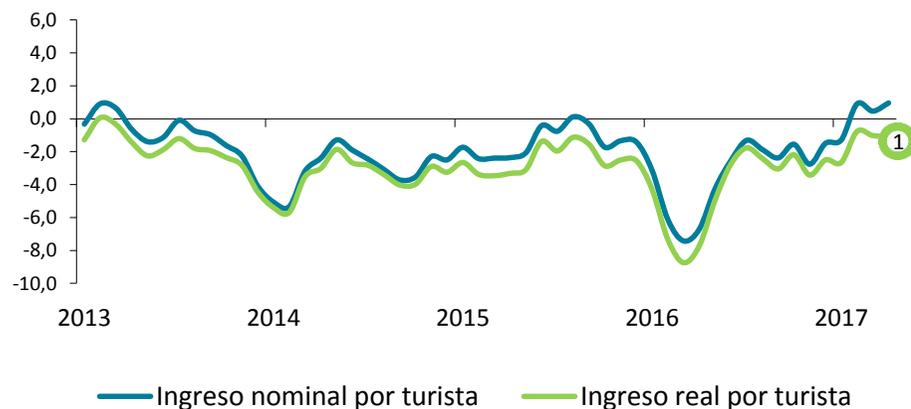
Los extraordinarios datos de Egatur de mayo (+12,7% en gasto sin transporte, frente al +11,9% en turistas) confirman el mantenimiento de esta positiva tendencia, que tiene en el turista de alojamientos reglados su principal impulsor (+2,7% sube su gasto en destino por turista), mientras que los datos oficiales muestran que el cliente que alquila una vivienda reduce su impacto en destino (su gasto por turista se reduce el -4,5% hasta mayo).

La mejora del ingreso agregada viene de la mano de un aumento del gasto medio diario sin transporte (+4,2% en marzo-mayo), que compensa el efecto de la menor estancia media de los turistas en los destinos españoles.

**Ingresos por turista extranjero nominales 2013-2017**

(Tasas de variación interanual trimestral en %).

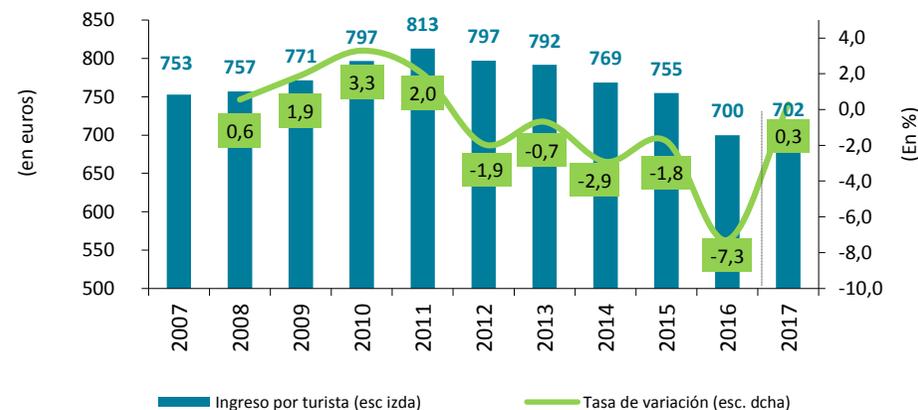
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.



**Ingreso medio nominal por turista extranjero. Enero-Abril 2007-2017**

(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.



## Reino Unido encabeza el incremento de la demanda turística tanto en afluencia como en gasto, seguido por los países nórdicos y el mercado norteamericano y los asiáticos, a la vez que se consolida la recuperación del mercado ruso

La amenaza del Brexit sigue sin afectar a la demanda de turistas del **Reino Unido** a España (de marzo a mayo la llegada de turistas crece un +14,0%, las pernoctaciones en hoteles un +4,5% y su gasto un +19,6%).

El **mercado ruso** consolida su recuperación (+7,0% en pernoctaciones hoteleras) a pesar de la recuperación de sus viajes a Turquía +571%), reflejando su mejoría económica.

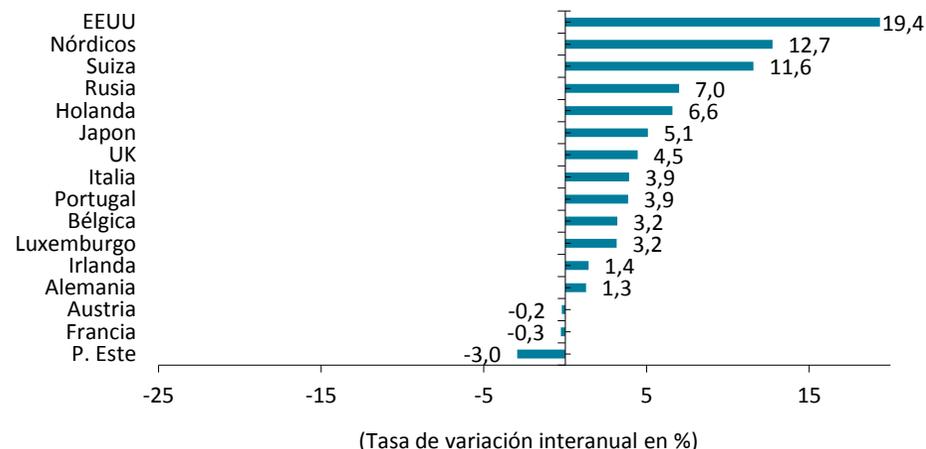
Los mercados de larga distancia, con **Estados Unidos (+19,4%)** y **los asiáticos (+34,6%** de Japón, Corea, China e India en turistas) a la cabeza, crecen de manera notable, favorecidos por la multiplicación de conexiones aéreas, la debilidad del euro y las inseguridades por alertas terroristas en las grandes capitales europeas.

### Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Marzo - mayo 2017/2016

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

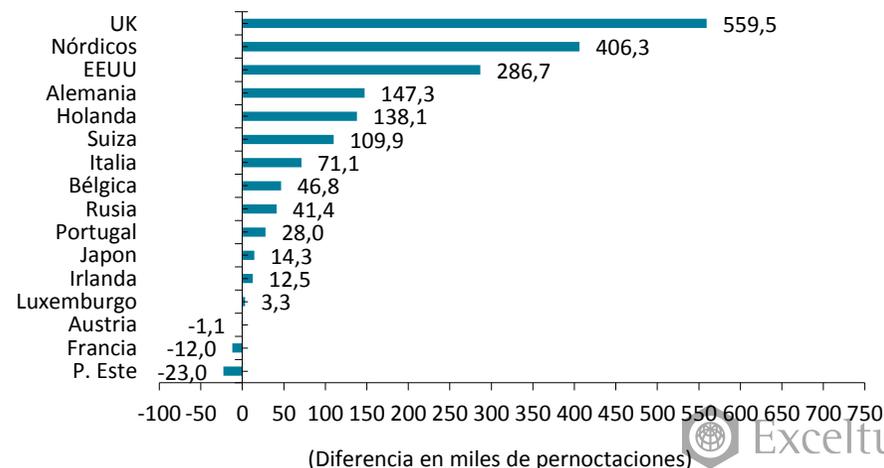


### Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Marzo - mayo 2017/2016

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



## Se recupera el consumo turístico de los españoles, especialmente en los viajes al exterior y dentro de España en los productos de menor gasto

La buena marcha de la economía española y su traslación en la generación de renta a través de la creación de empleo y la contención de los precios de la energía han impulsado el consumo de los españoles en los meses de primavera y con ello su gasto turístico. Todos los indicadores del consumo turístico de los españoles intensifican su crecimiento en el período marzo-mayo, impulsados por la celebración de la Semana Santa en el mes de abril y las favorables condiciones meteorológicas. Los rasgos más relevantes se resumen en:

- El fuerte aumento de las fórmulas alojativas de menor gasto asociado (turismo rural +13,2%, apartamentos +11,8%, campings +9,9%) ①
- El notable repunte del gasto de viajes al exterior (+17,1%) y de los productos de interior más posicionados en los perfiles de turistas de mayor capacidad de gasto (hoteles de 4 y 5 estrellas +5,5%).
- El incremento de los viajes de negocio y resto de motivos profesionales (con datos hasta marzo los viajes de los españoles aumentaron un +14,3%, sus pernoctaciones un +11,4% y el gasto un +10,1%, según la ETR del INE)

### Indicadores de demanda NACIONAL.Comparativa %Var Ene-may vs %Var Mar-may 2016 (Tasa de variación interanual en %)

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

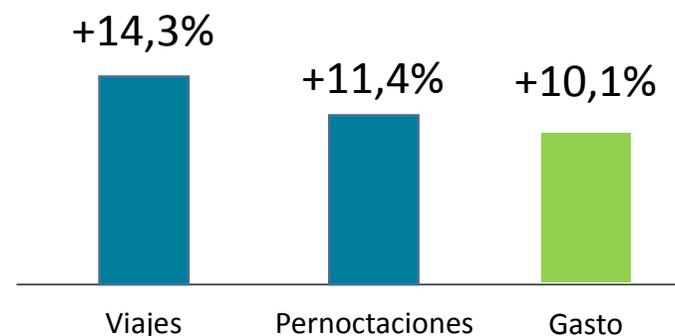


(\*) Datos de pagos por turismo hasta el mes de abril

### Indicadores de los viajes de negocios de los españoles por España

Tasa de variación Ene-mar 2017/2016

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de la ETR del INE



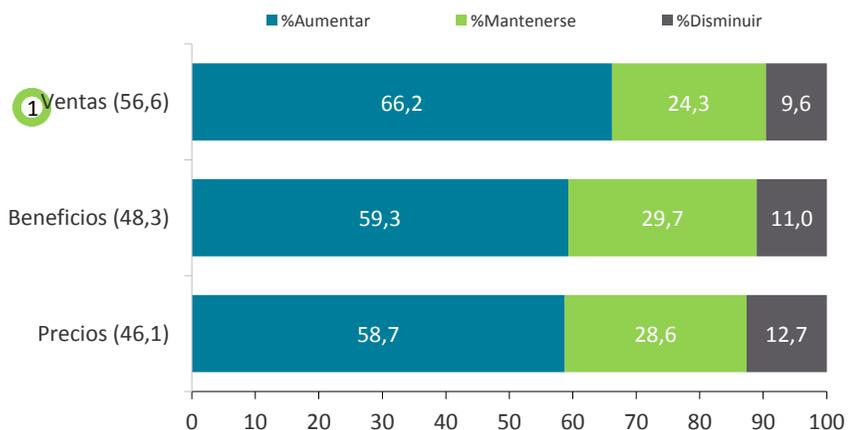


## Las empresas turísticas españolas incrementan de manera generalizada sus resultados en el IIT de 2017, situando sus niveles de confianza en valores máximos

- 1 El balance empresarial es muy positivo en este segundo trimestre del año extendiéndose a la práctica totalidad de subsectores de la cadena de valor turística, gracias a la generalizada recuperación de los precios (en el 58,7% de las empresas). En el segundo trimestre del año, el 66,2% de las empresas turísticas españolas incrementaron sus ventas y el 59,3% mejoraron sus resultados respecto a lo que ya fue un muy buen segundo trimestre de 2016, según los datos de la Encuesta de Confianza de Empresarial de EXCELTUR cerrada el 4 de julio.
- 2 A pesar de la mejora de resultados, sus niveles aun se sitúan en muchos casos por debajo de los valores previos a la crisis, por el notable aumento de los costes.

### Balance empresarial del conjunto del sector turístico español SEGUNDO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

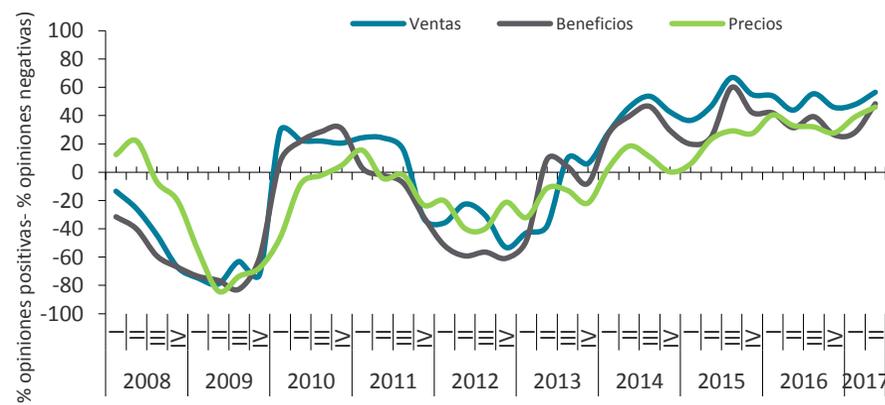


Entre paréntesis la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Evolución de la opinión empresarial sobre los principales indicadores de negocio del conjunto del sector turístico español

Itr 2008-IITr 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los valores se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## Los hoteles urbanos y las empresas de ocio y entretenimiento, registran la mayor y más intensa mejoría de los resultados empresariales en el 2ºTr 2017.

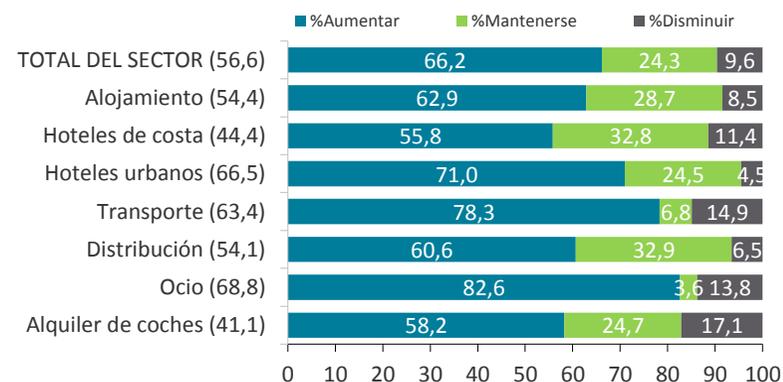
Los **hoteles urbanos** registran el mejor balance empresarial del segundo trimestre de 2017, gracias al fuerte aumento de la demanda vacacional (principalmente extranjera), el incremento de los viajes de negocio y su traslación a una mejora de precios. Los ingresos por habitación disponible (REVPAR) crecen un +12,4% en el acumulado marzo-mayo (un 8,5% los precios), según el INE, lo que se ha traducido en que el 71,0% de los empresarios hayan incrementado sus ventas y el 62,6% sus resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

La notable afluencia en las ciudades y también en los destinos vacacionales, junto al buen tiempo y la recuperación del gasto de los españoles ha impulsado las ventas y los resultados de las **actividades relacionadas con la cultura, el ocio y el entretenimiento**. Con estos determinantes, el 71,2% de empresas e instituciones de ocio mejoran sus resultados en este segundo trimestre del año (un 21,3% de forma intensa), gracias a la mejora de ventas en el 82,6% de los casos (un 29,3% de intensidad fuerte), destacando el tirón de los parques de ocio y, en menor medida, los museos y monumentos, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

Las **agencias de viajes** han notado una notable activación de sus ventas (en el 60,6% de las agencias se incrementa respecto a 2016) por la recuperación de la demanda española (un 63,1% mejora resultados), coincidiendo con la celebración de la Semana Santa y la anticipación de los viajes de verano. Los productos de mejor comportamiento han sido los cruceros, y en menor medida las escapadas a destinos urbanos europeos, así como los viajes al Caribe y dentro de España a Baleares y la costa mediterránea, concentrados en la Semana Santa.

### Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS SEGUNDO trimestre de 2017

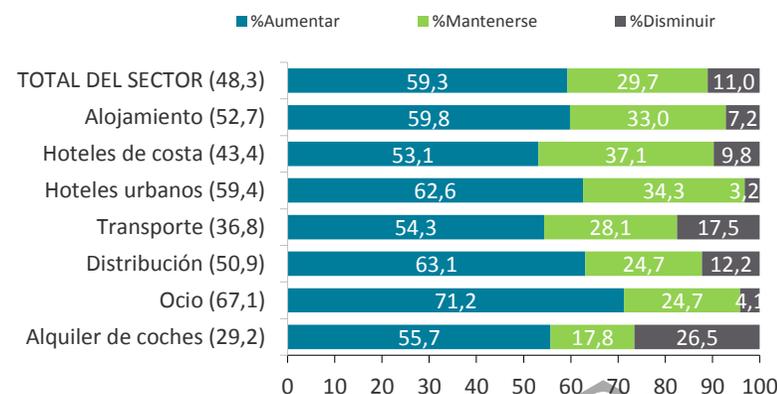
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

### Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS SEGUNDO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

Los **hoteles vacacionales** mantienen el fuerte aumento de los ingresos (+10,8%) principalmente debido a la mejora de precios (+8,8%), mientras los niveles de ocupación apenas se han incrementado (+1,8%). En este contexto, previo al verano, el 53,1% de los establecimientos abiertos de abril a junio han mejorado sus resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

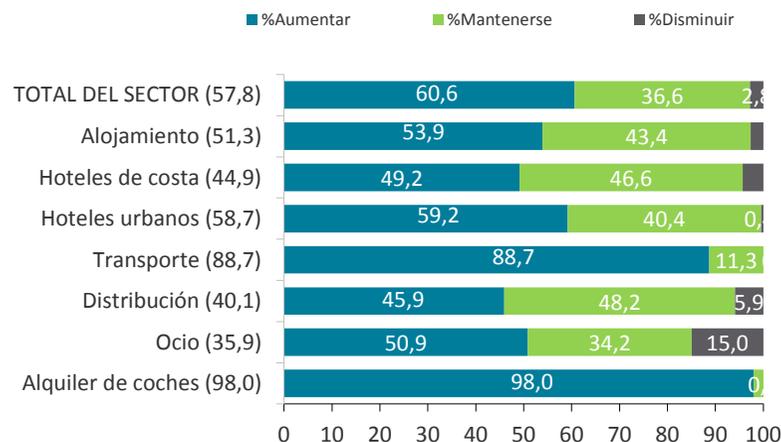
Las **compañías de transporte** han experimentado un notable aumento en sus ventas gracias al fuerte incremento de la demanda, con una mejora en sus resultados en el 54,3%, de los casos, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR. A pesar del intenso aumento de la oferta, muy especialmente en el transporte aéreo y en el alquiler de coches, las estrategias de optimización de la flota y la contención del carburante han favorecido la mejora de resultados, a pesar del fuerte aumento de los costes relacionados con el uso de las infraestructuras derivado de la entrada de en vigor de las nuevas concesiones impulsadas por AENA.

El incremento de la actividad se ha trasladado con intensidad en **la generación de empleo**. El 60,6% de los empresarios de todos los subsectores relacionados con la cadena de valor turística manifiestan haber incrementado sus plantillas en estos meses de abril a junio. Esta realidad se corrobora con la intensificación de los ritmos de creación de empleo que refleja la afiliación a la Seguridad Social en las ramas turísticas. Concretamente, en junio el número de empleados en dichas ramas turísticas se había incrementado en 95.807 nuevos afiliados respecto a los niveles de 2016 (+5,8%).

**Opinión empresarial sobre la evolución del empleo**

**SEGUNDO trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

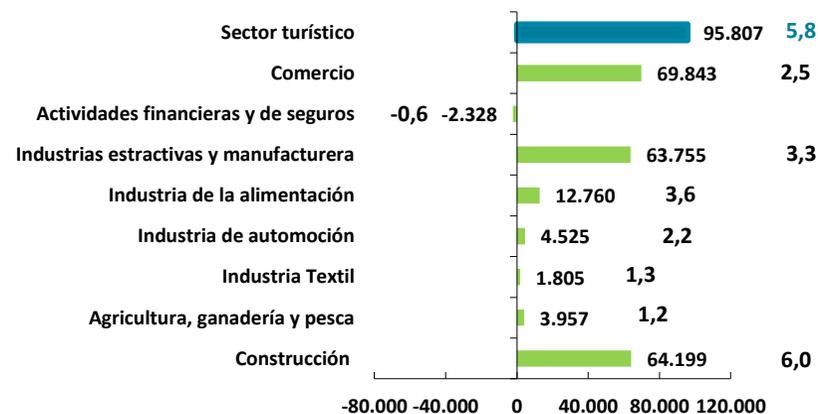


**Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad**

**Junio 2017 vs junio 2016**

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



(Diferencia en el número de Afiliados a la Seguridad Social)

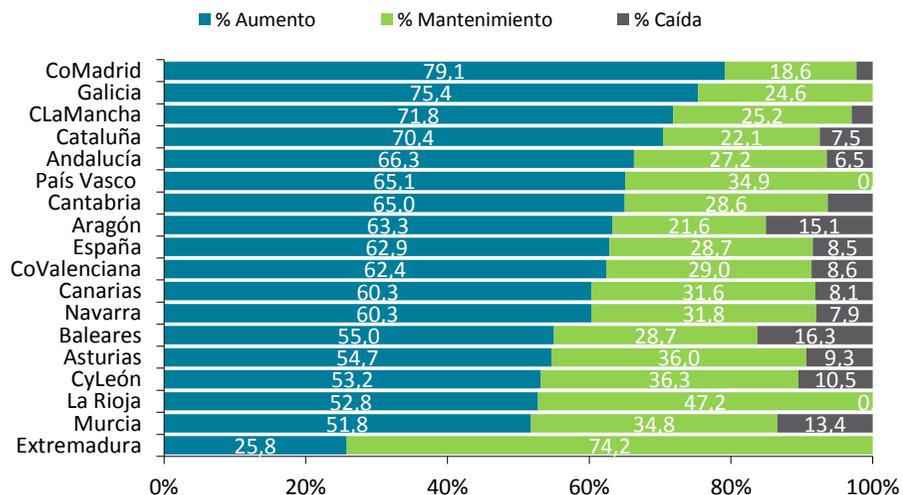
# Canarias, las comunidades del Norte (Galicia, Cantabria y Navarra), Madrid y la Co. Valenciana lideran la mejora de resultados en España en el 2º Tr de 2017, dentro de un contexto muy positivo

- Los destinos de **Canarias** presentan el mejor balance en resultados durante el segundo trimestre de 2017 (un 69,2% manifiestan haberlos incrementado respecto al 2ºtr de 2016) gracias a un aumento del Revpar del +8,9% que lo sitúa en los valores máximos (79,8€), impulsado por un aumento de la conectividad y el favorable contexto geopolítico. Dentro de las zonas de costa, el balance es también positivo en la **Co. Valenciana** (principalmente en las ciudades de **Valencia** +14,7% y **Alicante** +13,0%) y en la **Costa Dorada** (+21,6%) y en la **Costa Brava** (+20,9%).
- **Las ciudades gallegas (Santiago +21,5%, Pontevedra +72,6%, Lugo, +48,0%, Vigo +15,2 y Coruña +5,2%), Navarra (+19,7%) y los destinos cántabros** mejoran sus ventas y se traslada a un generalizado aumento de los resultados (afecta al 69,0% y al 65,0% de las empresas, respectivamente) gracias a un fuerte aumento de los ingresos; el Revpar se incrementa en la primavera un +16,7% en Galicia y un +16,3% en Cantabria, según el INE.
- **Madrid** consolida su recuperación gracias a un aumento de los ingresos del +13,3€ que se traduce en una mejora de resultados en el 62,8% de las empresas turísticas, con un favorable desempeño en las principales ciudades de posicionamiento en demanda extranjera: **Sevilla** (+23,6%), **Málaga** (+21,0%), **Palma de Mallorca** (+18,8%), **Las Palmas** (+23,3%). **Barcelona** registra un aumento de los ingresos del +17,1% en esta primavera, si bien impulsado por el efecto de la celebración en marzo del World Mobile Congress (sin el mismo, el aumento es del +9,1%, inferior a la media de España)

## Opinión empresarial sobre las VENTAS. SECTOR ALOJAMIENTO.

### II Trimestre 2017

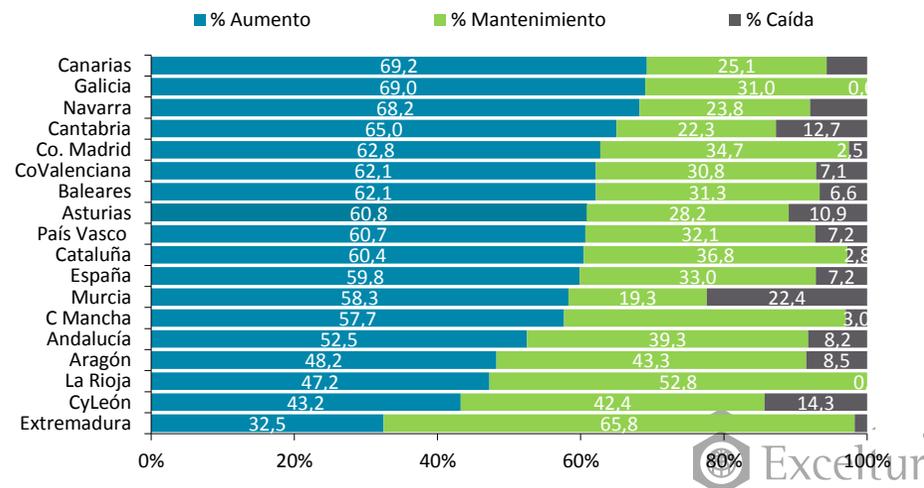
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



## Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. SECTOR ALOJAMIENTO.

### II Trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur





---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

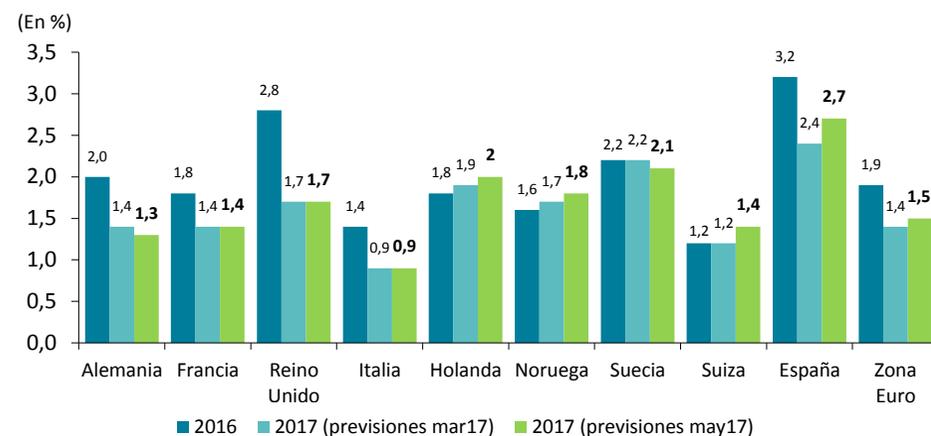
PREVISIONES PARA EL  
TERCER TRIMESTRE  
(VERANO) DE 2017 Y EL  
CONJUNTO DEL AÑO

## La pujanza de la demanda extranjera hacia España se prolongará en el verano de 2017 en un escenario de crecimiento del consumo privado de los principales emisores hacia España y todavía marcada inestabilidad geopolítica en terceros países competidores.

- Superadas parte de las incertidumbres políticas vinculadas a los procesos electorales en el área euro, el consenso de analistas sugiere la consolidación de la recuperación de la **actividad económica en la eurozona y del consumo de las familias en los principales mercados emisores europeos en 2017**.
- Si bien las expectativas para **Reino Unido** siguen siendo favorables, el ritmo de avance de su capacidad de gasto turístico en España podrá verse condicionado por los menores ritmos de crecimiento del consumo privado descontado para la economía británica (1,7% en 2017 vs 2,8% en 2016)
- La recuperación descontada para la economía **rusa** (1,6% en PIB, 2,7% en consumo privado según la OCDE en junio de 2017), junto a la mejor evolución esperada del consumo de los hogares de los **países nórdicos y Suiza** favorecerán una posible prolongación del dinamismo observado en el gasto turístico de estos mercados emisores en España en 2017.
- El comportamiento reciente de la demanda turística desde nuestros principales mercados emisores a Turquía en los primeros cinco meses de 2017, junto a los diversos atentados en ciudades europeas en esta primera mitad de 2017, sugieren que la inestabilidad geopolítica seguirá condicionando los flujos turísticos de los destinos y mercados emisores afectados hacia destinos más seguros, como es el caso de España.

### Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2016-2017

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (may 17) y Banco de España (jun 17)  
Tasa de variación interanual

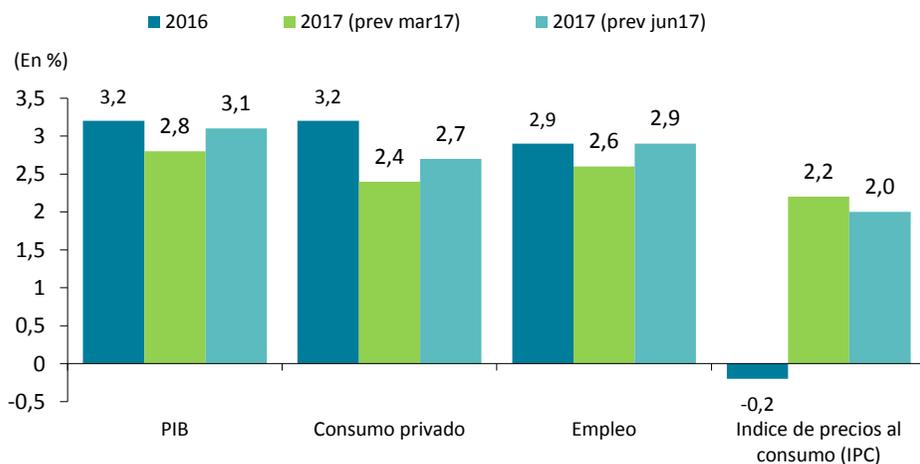


## El recuperado dinamismo de la demanda nacional se mantendrán en el tercer trimestre de 2017 en un mejor contexto macroeconómico

1. Mejoran los condicionantes macroeconómicos para empresas y familias españolas que **reforzarán el consumo turístico de los españoles** dentro y fuera de España en los próximos meses. Los crecimientos previstos del empleo, junto a una menor inflación por el menor crecimiento de los precios del petróleo, han elevado los niveles de confianza de las familias españolas y temporalmente su capacidad de renta, que favorecerán un mayor nivel de consumo turístico en el verano de 2017.
2. El escenario más estable y de menores niveles del precio del petróleo en el ecuador del año 2017 respecto a las previsiones del primer trimestre (un 9% por debajo) inyectará mayor capacidad de compra a los hogares europeos, por la menor inflación del componente energético, y posibilitará una reducción en los costes de sus desplazamientos turísticos. En paralelo, y en clave empresarial, los costes de suministros para las compañías de transporte de pasajeros se verán igualmente aminorados a los proyectados en escenarios anteriores.

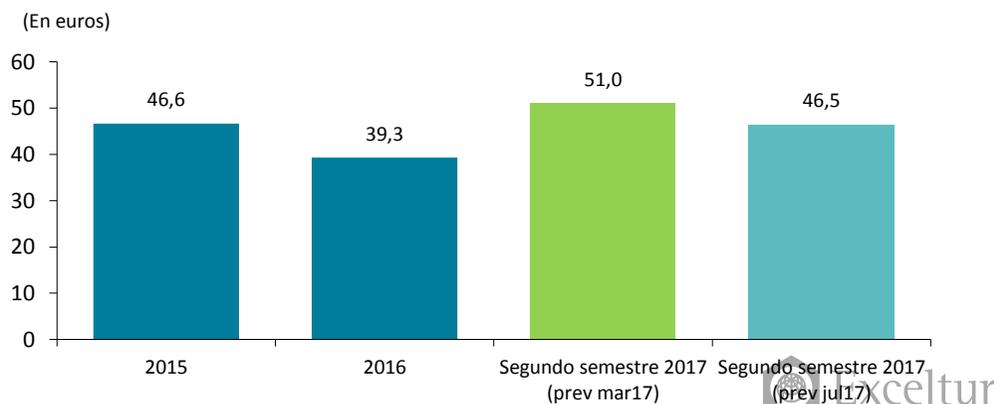
### Comportamiento previsto de las principales variables macroeconómicas del mercado emisor español. 2015-2017

Fuente: Exceltur a partir de INE y Banco de España (jun17)



### Comportamiento previsto del precio del barril de petróleo en euros

Fuente: AFI a partir de EIA - Energy Information Administration, United States; Reuters  
Unidades: euros



## Elevado y generalizado optimismo entre los empresarios turísticos respecto a los resultados del tercer trimestre de 2017

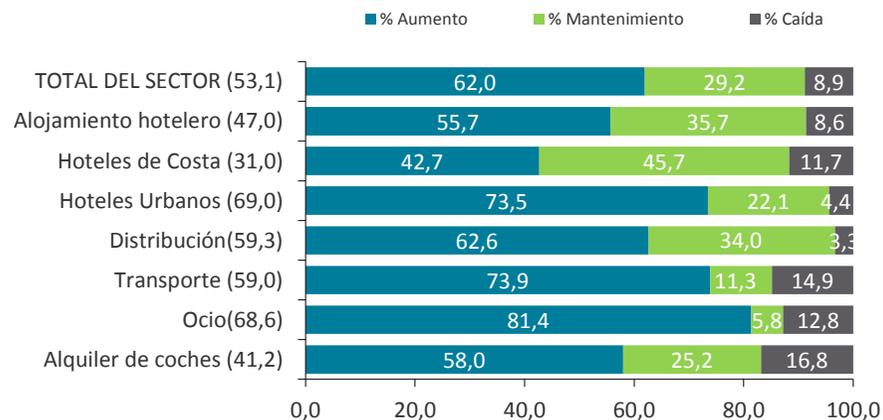
Las expectativas empresariales de cara al trimestre de verano de 2017 son muy positivas; el **62,0%** de los empresarios descuentan aumentar sus **ventas** respecto a los ya muy favorables registros del verano de 2016, y el **63,1%** anticipan una **mejora interanual** de sus **resultados**, con una **expectativas de mayor creación de empleo, según el 46,7% de los empresarios turísticos.**

Los hoteles vacacionales de costa y, especialmente, los urbanos, con mayor recorrido de mejora en los meses estivales, junto a los **grandes grupos de agencias de viajes** y las **empresas prestadoras de servicios de ocio**, especialmente la mayoría de museos y monumentos de las principales ciudades españolas, parques de ocio y campos de golf localizados en zonas vacacionales, son los más favorecidos por el escenario turístico previsto para este verano.

Las principales **empresas de alquiler de coches** descuentan un muy positivo devenir en sus principales indicadores de negocio en un contexto de fuerte demanda en los destinos vacacionales y especialmente en las islas. Mientras, las empresas de **transporte de pasajeros** muestran más cautela respecto a la intensidad de la mejoría generalizada prevista en resultados, por la presión a la baja de los precios en un escenario de fuerte aumento de conexiones hacia España por las expectativas de crecimiento de la demanda y el reducido riesgo de operación de los aviones como consecuencia de la debilidad del precio del carburante.

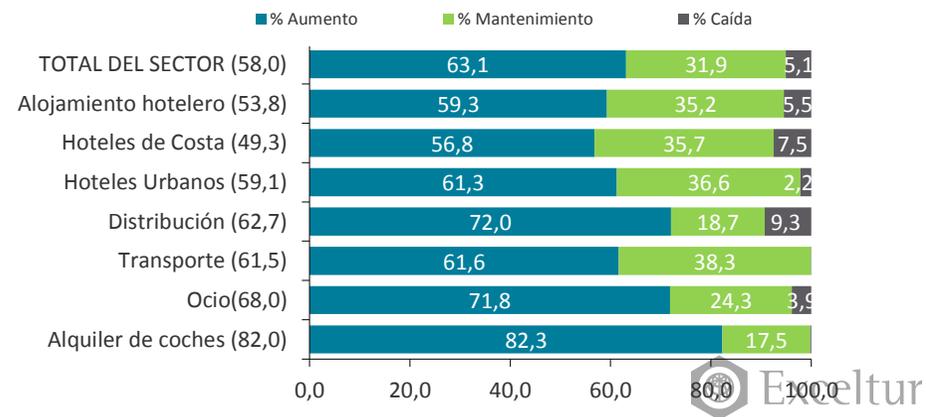
### Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS PREVISTOS para el TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## Baleares, la España Verde, junto a Barcelona y Madrid a la cabeza de las positivas expectativas empresariales para el verano de 2017

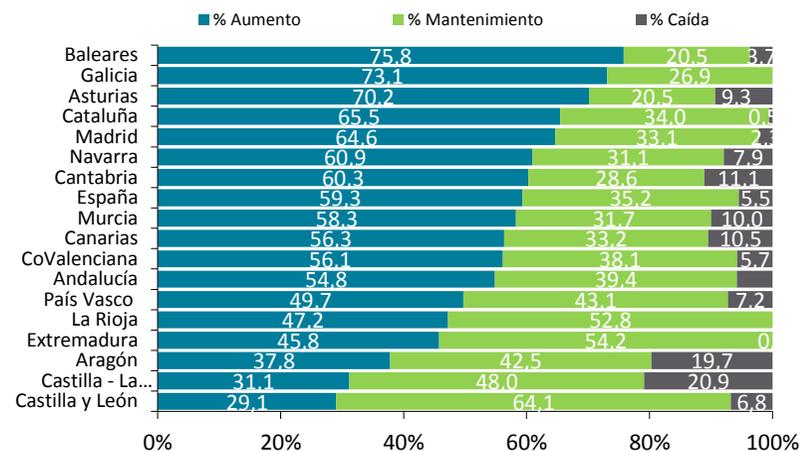
La mayor afluencia prevista de demanda extranjera seguirá beneficiando a los principales destinos urbanos y se extenderá en el conjunto de destinos españoles con todavía recorrido de crecimiento. Por su parte, los destinos insulares y destinos más internacionalizados del litoral mediterráneo que ya en el verano de 2016 alcanzaron grados de ocupación casi máximos revelan expectativas de mejoras en resultados asociados al crecimiento de precios. Por su parte, la fortaleza esperada para el turista nacional, favorecerá un mejor desempeño empresarial en destinos vacacionales con menor presencia de turistas extranjeros y destinos de interior.

**Baleares** lidera la expectativas empresariales dentro de los destinos vacacionales con un 75,8% de sus empresarios que anticipan mejoras en sus resultados respecto al ya excepcional verano de 2016 vía ganancia en precios. **Asturias, Cantabria y Galicia** destacan entre los más optimistas respecto al desempeño para el tercer trimestre de 2017 gracias al incremento esperado de la demanda nacional y extranjera en un contexto de recuperación de tarifas. Los gestores de establecimientos turísticos en **Canarias, litoral mediterráneo y andaluz**, esperan en mayoría superar los favorables resultados empresariales de los meses del verano de 2016, en el caso de las islas impulsados por la mayor conectividad aérea programada y el prolongado tirón de la demanda extranjera.

En lo que se refiere al turismo urbano, **Madrid y Barcelona** siguen liderando las perspectivas empresariales para el verano de 2017, muy vinculado al intenso avance del turismo extranjero favorecido a la mayor conectividad aérea. El 70,9% de los profesionales turísticos barceloneses y el 64,6% de los madrileños revelan unas expectativas de mejoras de resultados empresariales en el tercer trimestre de 2017. El clima de optimismo es compartido por los profesionales turísticos de **Valencia** y destinos urbanos **andaluces** que en un porcentaje próximo al 60% descuentan mejoras en sus resultados en el verano de 2017.

Las buenas perspectivas son compartidas por destinos de interior como **Navarra** mientras que en otros destinos con relevante presencia de turistas nacionales, es mayoritaria la previsión de mantener o mejorar los resultados obtenido en el excelente verano de 2016. Este es el caso de destinos de interior como **La Rioja, Extremadura, Aragón, Castilla y León y Castilla y La Mancha**.

### Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos. Sector Alojamiento



# El PIB Turístico alcanzará un crecimiento interanual del 4,1% a cierre de 2017

A partir del notable dinamismo evidenciado por la actividad turística en el primer semestre del año 2017, el favorable escenario macroeconómico para la segunda mitad del año, junto a las reiteradas dificultades observadas de los competidores, principalmente Turquía, para recuperar la normalidad en su mercado turístico desde los mercados emisores europeos y las buenas expectativas empresariales para el tercer trimestre, revisamos de nuevo al alza la estimación de **crecimiento del PIB Turístico hasta el 4,1% para el conjunto de 2017**.

Esta revisión de 0,6 p.p. frente al 3,5% que descontábamos en nuestro escenario central en el mes de abril se debe al intenso ritmo de avance de la demanda extranjera, superior al previsto, la revisión del crecimiento económico global y en nuestros principales mercados emisores.

## Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2017

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE, Banco de España (jun17)



## Sigue la locomotora turística

El turismo crecerá 1 punto por encima del crecimiento estimado por el Banco de España en el mes de junio para la economía española en 2017 (+3,1%). Se encadenan 8 años de crecimiento de la actividad turística por encima de la media del conjunto de la economía española, cuatro años con incrementos por encima del 3,5%.

# Reflexiones ante los nuevos retos de sostenibilidad del sector turístico español

**1.- Ante las señales de contestación social en algunos de los destinos vacacionales y urbanos más exitosos, sugerimos abordar una profunda reflexión público-privada de cara al futuro sobre los límites de capacidad y sostenibilidad de los modelos y estrategias turísticas vigentes.** Un crecimiento que no puede ampararse en normativas reactivas y precipitadas:

- Que no procuren la mayor derrama socioeconómica y extensión posible de las temporadas tradicionales o la creación de nueva oferta para segmentos/clientes de más valor, versus una mayor afluencia indiferenciada en épocas punta.
- Que no discriminen favorablemente a los actores/perfil de clientes que mayor contribución en clave de empleo y efectos multiplicadores generen en los destinos y se trate de controlar el fenómeno, con reglas idénticas para todos.
- Que no respondan con visión transversal y de largo plazo a aquellos posicionamientos turísticos diferenciales y más deseados a futuro por la opinión pública de cada destino/región, consensuados entre los diversos actores sociales y los turísticos que acaten las leyes competentes del sector, logrando la mayor empatía ciudadana.

**2.-Ante el aluvión turístico previsto para este verano, hacemos una llamada a la responsabilidad de los actores públicos, privados y medios de comunicación que inciden sobre algunas lecturas desfavorables (turismofobia) que afectan puntualmente la imagen del sector turístico en general y por ende del reglado que cumple toda la legislación vigente.**

La situación exige el más riguroso de los análisis: La primera causa de congestión/ turistificación /gentrificación acusada por la ciudadanía, en destinos vacacionales y urbanos de éxito es el desbordante, irregular y aún descontrolado crecimiento de oferta de viviendas turísticas distribuidas por plataformas, que en apenas 6 años superan toda la oferta reglada existente en España:

Por ello aplaudimos como avance en la dirección correcta que asegure un mayor control y evite la economía sumergida:

- El reciente proyecto de Real Decreto del Ministerio de Hacienda exigiendo la colaboración e información para identificar todos los alquileres de viviendas turísticas sujetas a tributación. Siendo una medida positiva, está aún lejana de otra similar del Parlamento Italiano con un impuesto del 21% a los pisos y la obligación a las plataformas de retenerlo.
- Las iniciativas en curso para que el Ministerio del Interior tenga a efectos de seguridad nacional, una información y control diario de las personas alojadas en los pisos, similar a la de alojamientos reglados.

Asimismo, confiamos se pueda terminar de implantar una estrategia transversal de país con la mayor coordinación y consenso de las CCAA, Municipios y Partidos Políticos ante las externalidades sociales y sobre el modelo turístico español, creadas por la irrupción irregular de las viviendas turísticas. Ello involucra, a su vez, al Ministerio de Fomento (reforma de la LAU) y la SE de Agenda Digital (garantizando la no neutralidad de las plataformas ante el cumplimiento de la legalidad turística vigente).

**3.-Ante el reciente acuerdo sobre el techo de gasto e inicio de negociaciones para el presupuesto 2018, confiamos que en el mismo se tengan más en cuenta los efectos arrastre del turismo español sobre la economía y generación de empleo.**

Por ello sentimos de capital importancia recuperar las políticas y dotaciones perdidas en años anteriores para:

- Asegurar las inversiones precisas en las infraestructuras y dotación de servicios (movilidad, policía, controles de fronteras) que den respuesta a las puntas de demanda que seguirá acusando el sector.
- Enfocar una mayor y más especializada promoción turística hacia los segmentos de clientes que dejen más valor añadido para reposicionar el crecimiento por calidad y más derrama de gasto, que por más afluencia indiferenciada.
- En el actual momento de bonanza, brindar los mayores incentivos, estímulos y legislación “ad hoc” a nivel central de las CCAA y municipios, para seguir promoviendo la mayor inversión privada en la reconversión de destinos pioneros



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

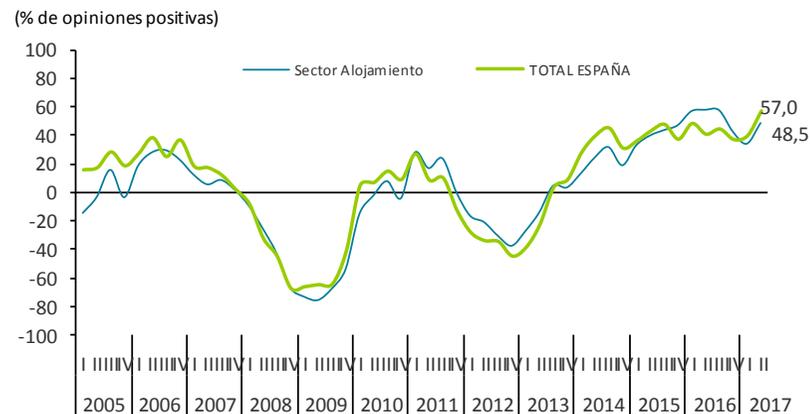
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
subsectores.

# 1. Sector alojamiento hotelero

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

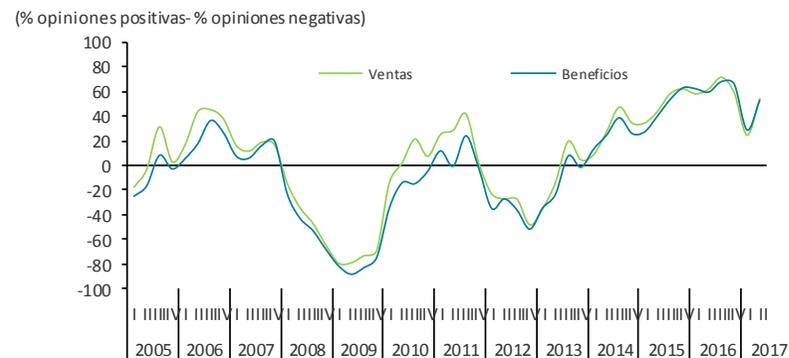
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial (\*). Total España. Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



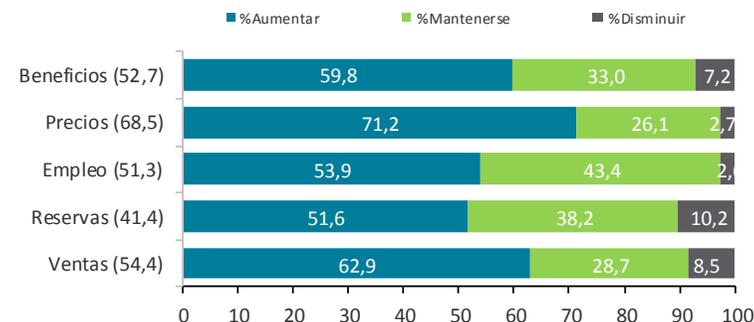
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

Opinión empresarial de los HOTELES españoles

SEGUNDO trimestre de 2017

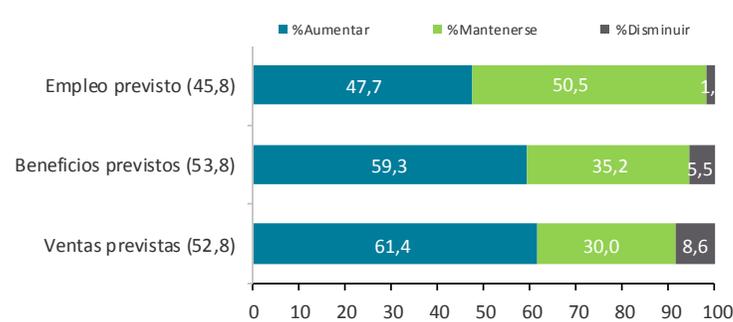
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de los HOTELES españoles.

Expectativas para el TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

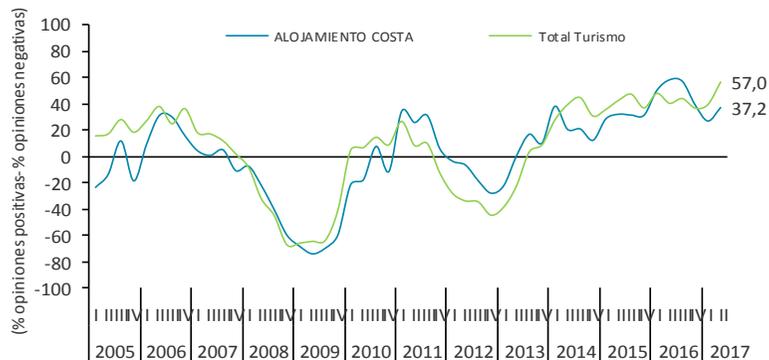
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.  
 (\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 1.a. Hoteles costa

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

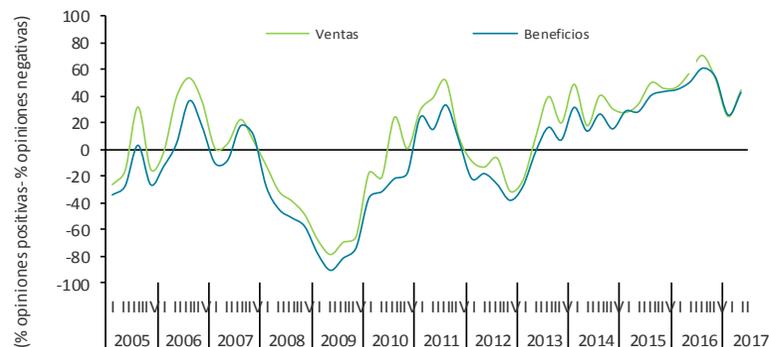
**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial (\*). Alojamiento hotelero. Hoteles de Costa.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

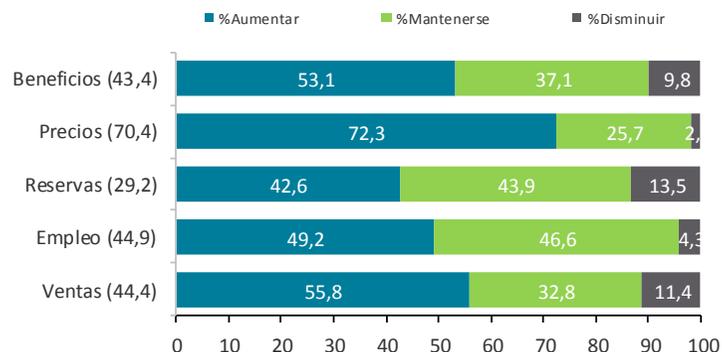


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles SEGUNDO trimestre de 2017**

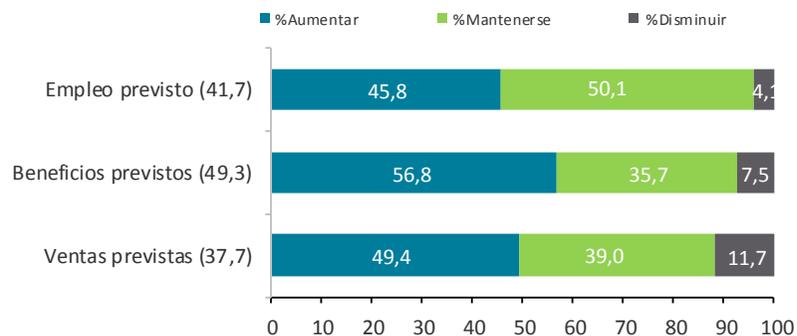
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

**Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles sobre las previsiones para el TERCER trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

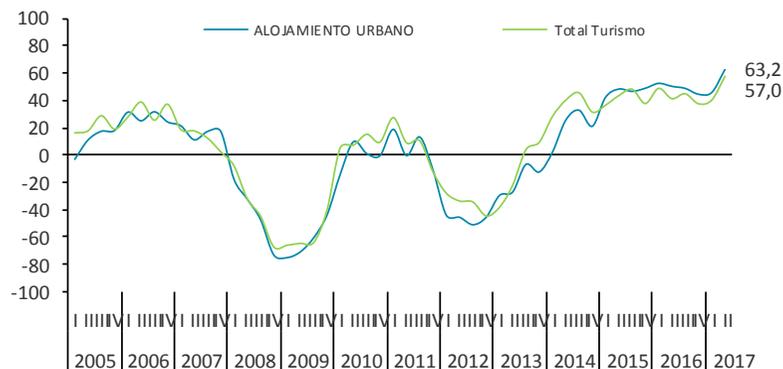
# 1. b. Hoteles urbanos

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

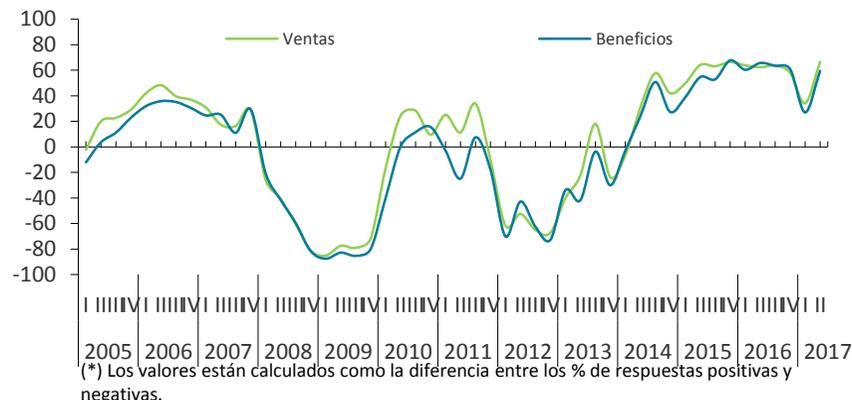
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



**Opinión empresarial (\*) Alojamiento hotelero. Hoteles Urbanos.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

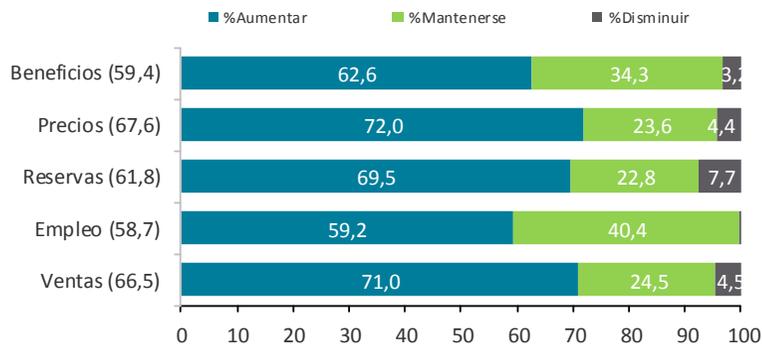


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles  
 SEGUNDO trimestre de 2017**

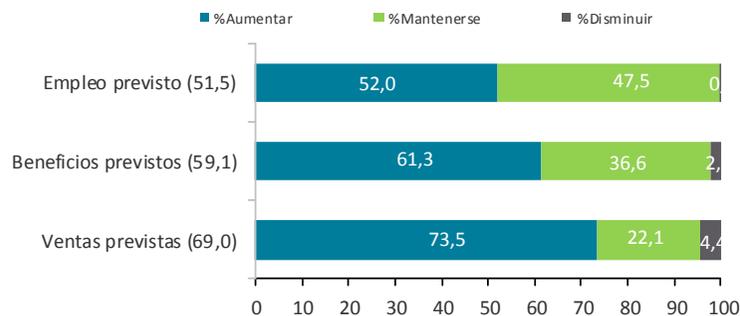
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.  
 Expectativas para el TERCER Trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

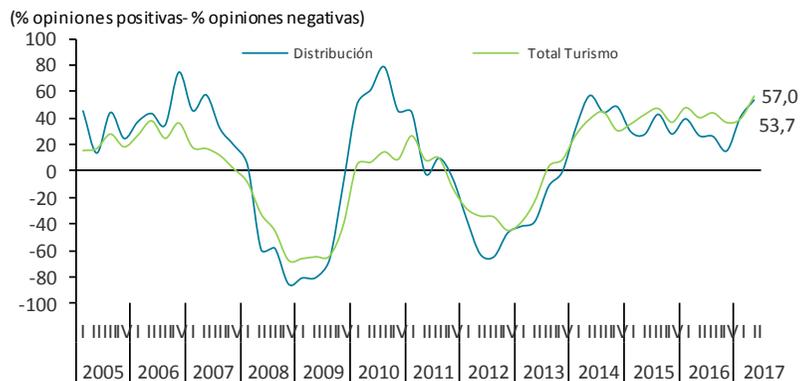
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

## 2. Grandes grupos de Agencias de viajes y Touroperadores

### A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.

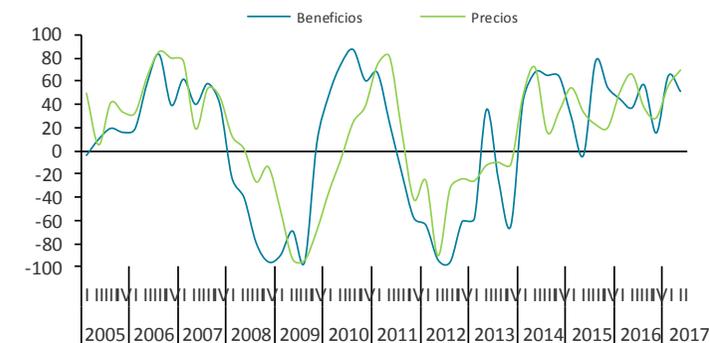
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial (\*) AA.VV y Touroperadores españoles

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)

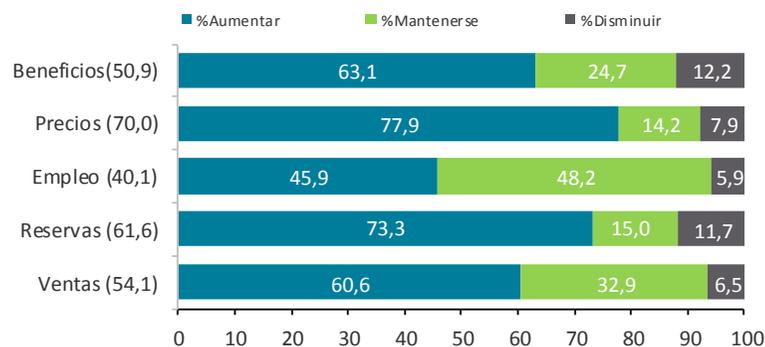


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

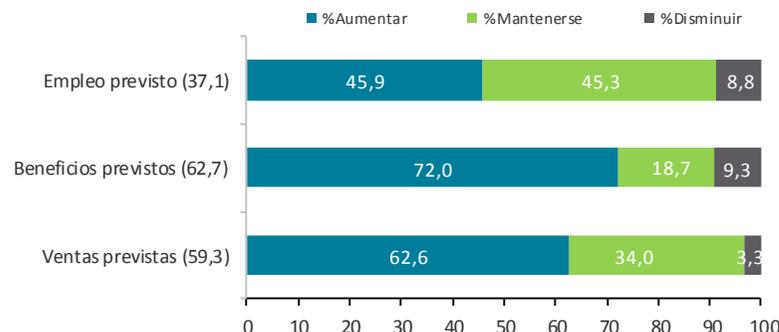
Opinión empresarial (\*) de las AA.VV. y Touroperadores españoles  
 SEGUNDO trimestre de 2017.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opiniones empresariales (\*) de AA.VV. y Touroperadores españoles  
 Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

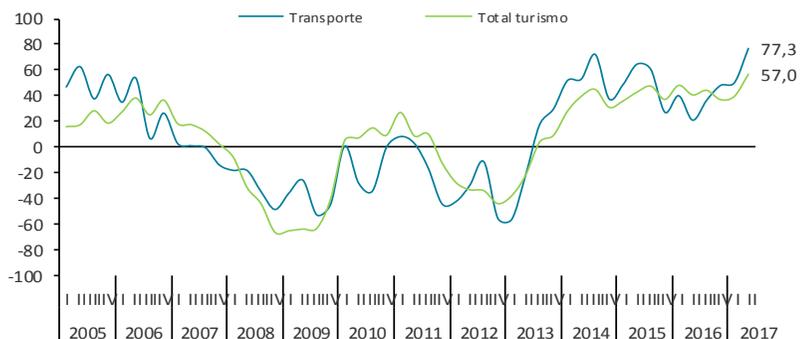
# 3. Empresas de Transporte de pasajeros

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas españolas de transporte**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

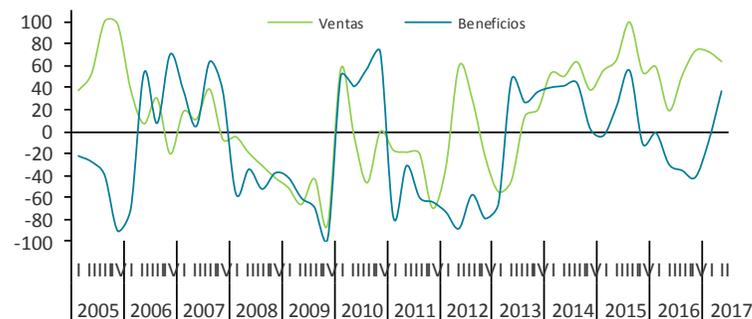
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



**Opinión empresarial (\*) Empresas españolas de transporte**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

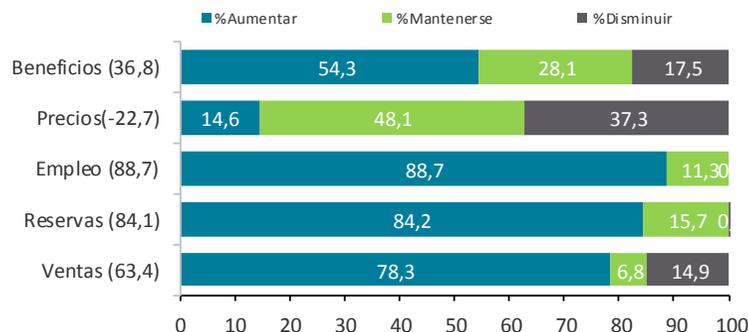


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE  
 SEGUNDO trimestre de 2017**

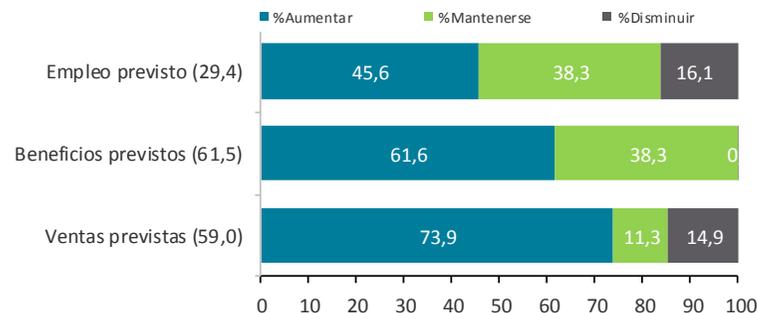
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

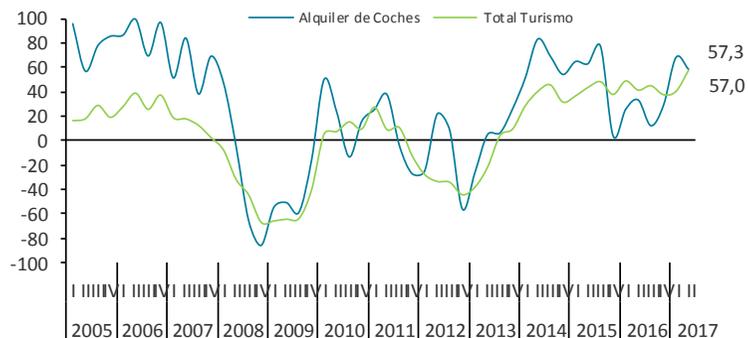
### 3. a. Empresas de alquiler de coches

#### A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas de alquiler de coches.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

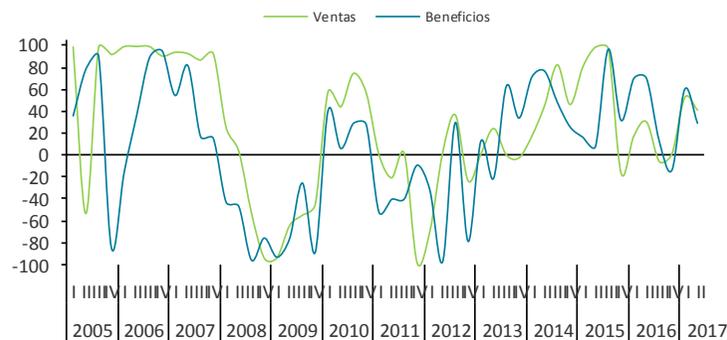
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



**Opinión empresarial (\*). Empresas alquiler de coches.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



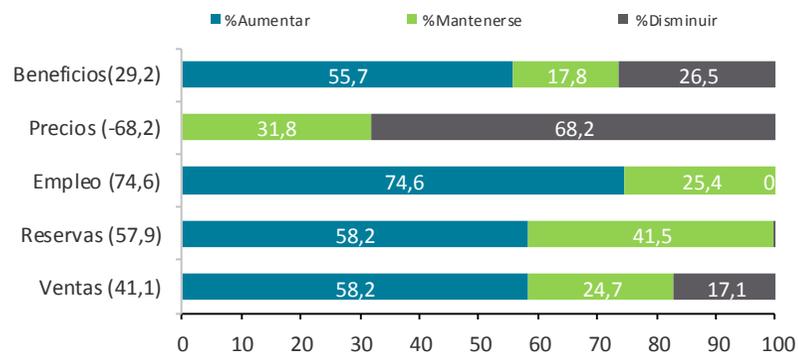
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

#### B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches**

**SEGUNDO Trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR

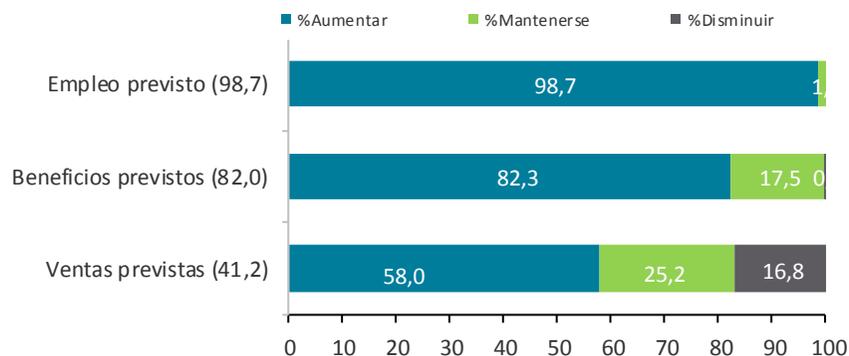


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches**

**Expectativas para el TERCER Trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

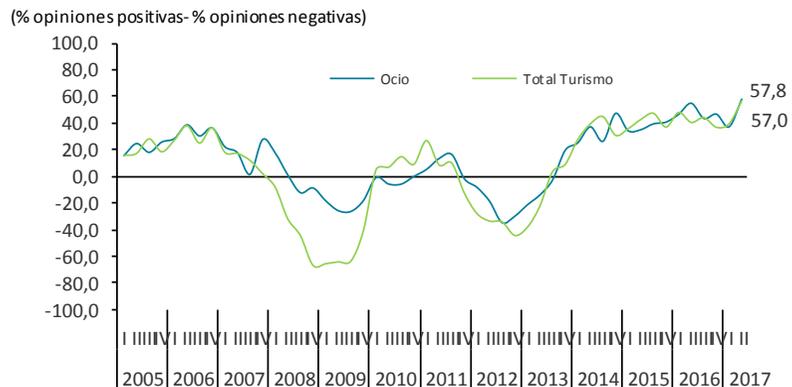
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 4. Empresas y equipamientos de ocio

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

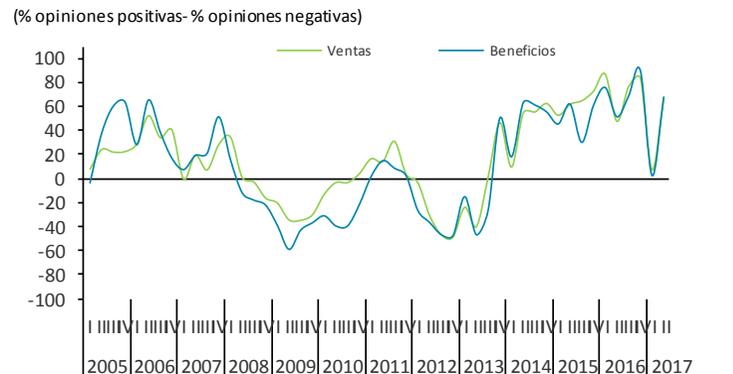
**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial (\*). Empresas y equipamientos de ocio.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

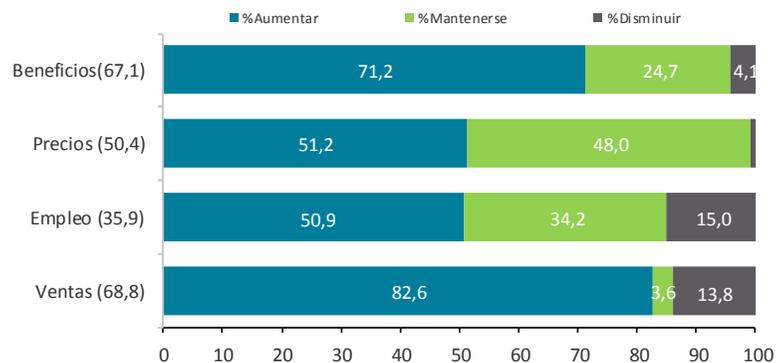


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO  
 SEGUNDO trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

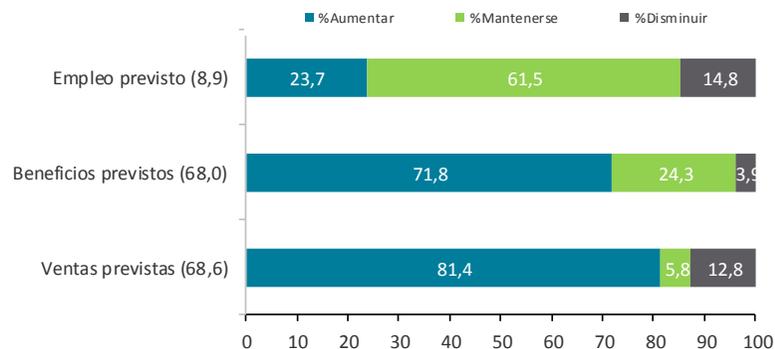


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

**Opinión empresarial de las Empresas y equipamientos de ocio.  
 Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

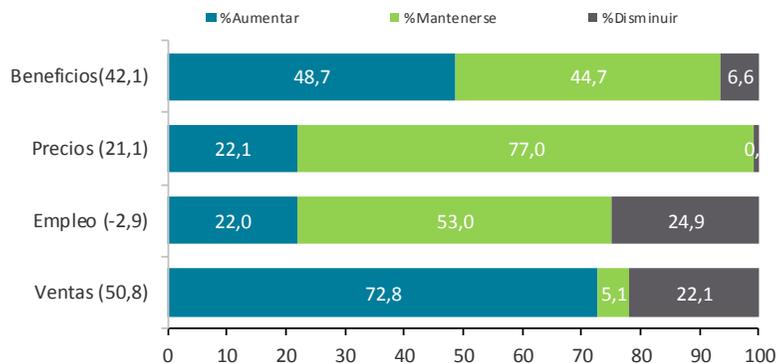


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## 4.a. Museos y monumentos

### Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. SEGUNDO trimestre de 2017.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

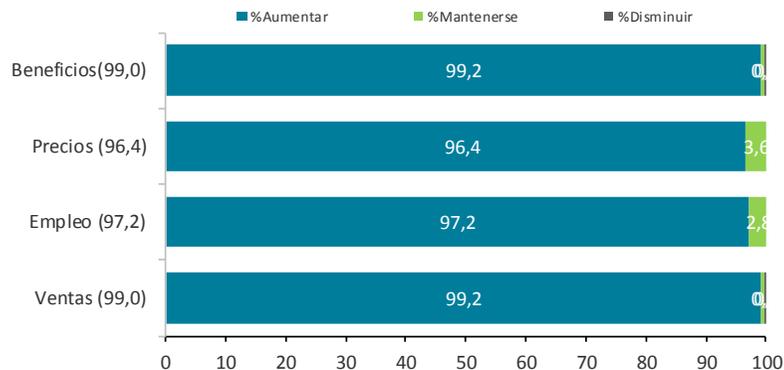


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## 4.b. Parques de ocio

### Opiniones empresariales de los Parques de ocio. SEGUNDO trimestre de 2017.

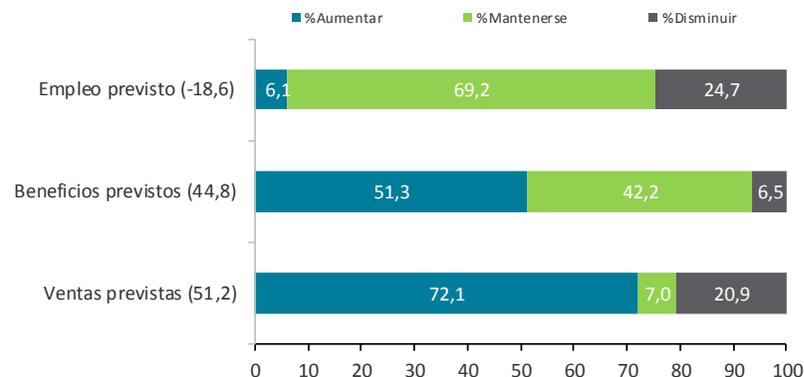
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017

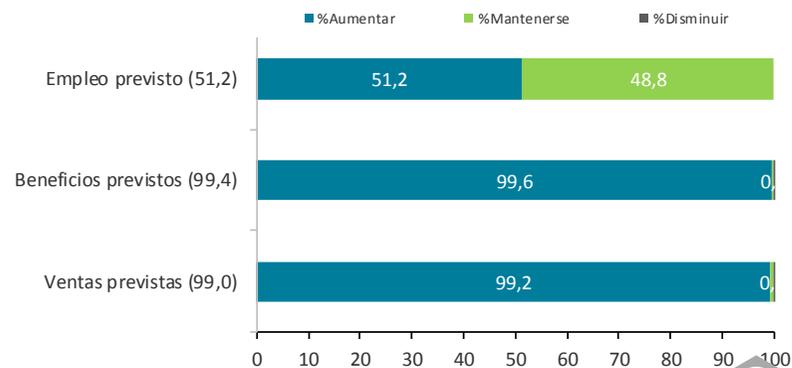
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales de los Parques de ocio. Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

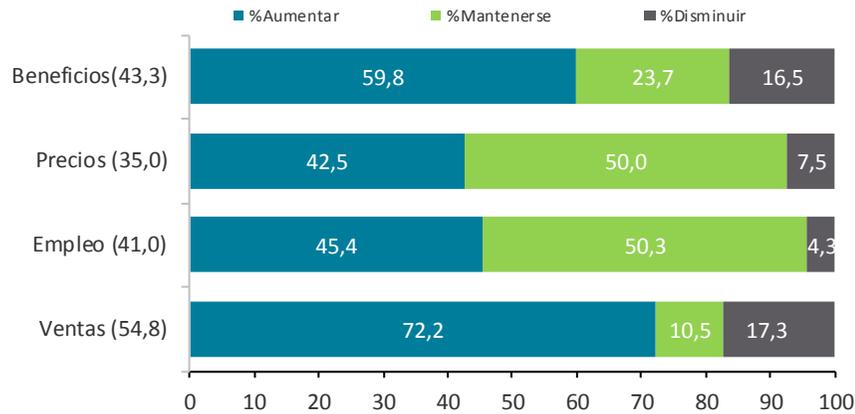


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## 4.c. Campos de golf

### Opiniones empresariales de los Campos de golf. SEGUNDO trimestre de 2017.

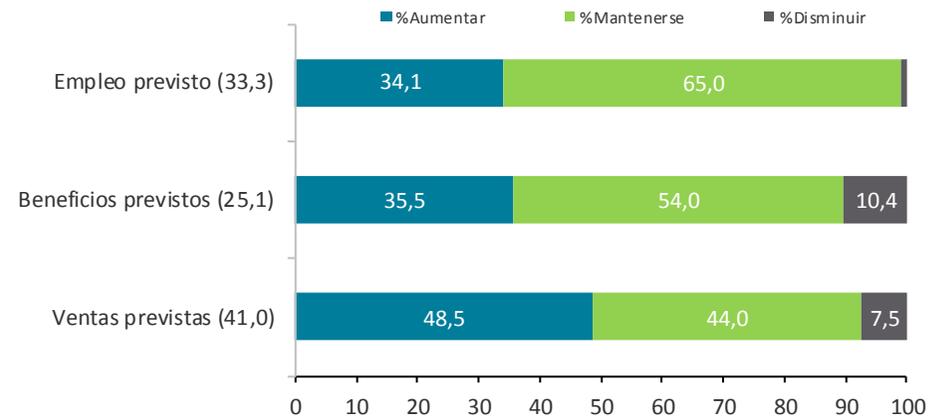
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales de los Campos de golf. Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2017.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

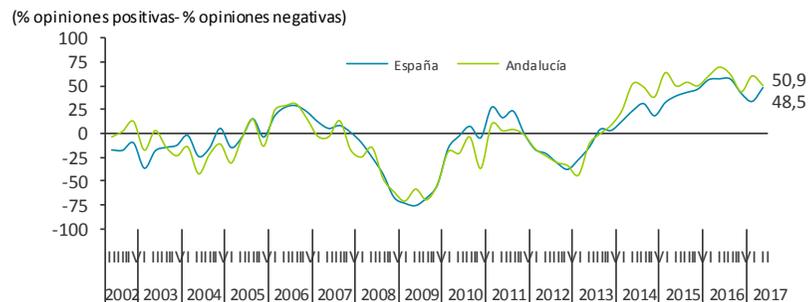
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
comunidad autónoma.

# 1. Andalucía

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Andalucía.

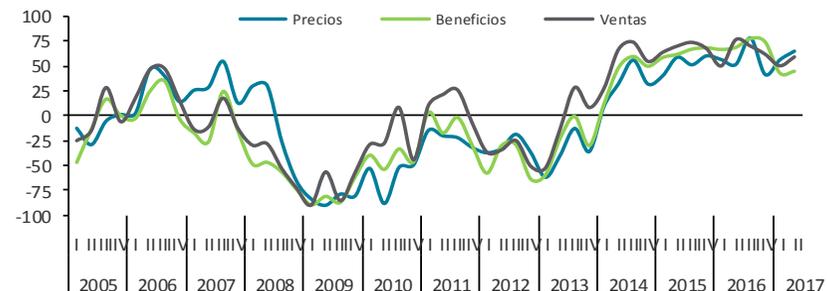
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial en Andalucía (\*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



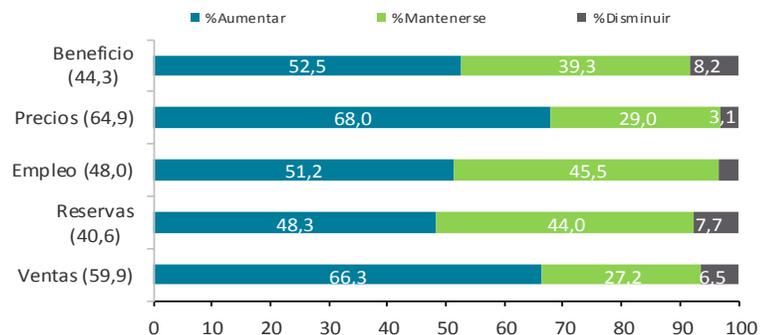
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

### Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento.

#### SEGUNDO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

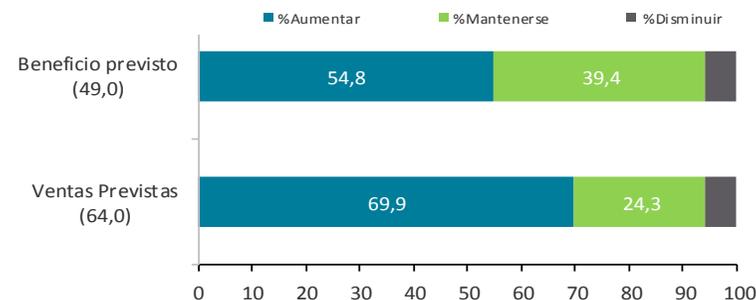


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento.

#### Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

## 2. Aragón

### A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

#### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

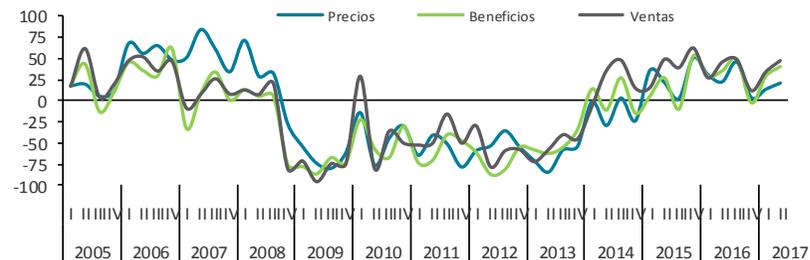
(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



#### Opinión empresarial en Aragón (\*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



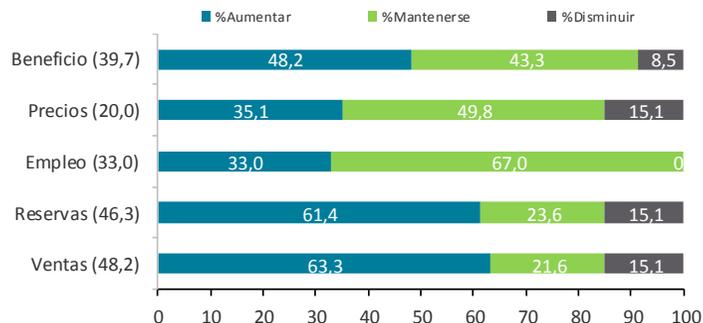
(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

#### Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento.

##### SEGUNDO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

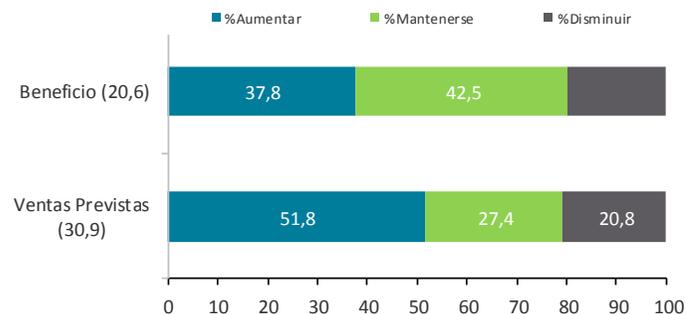


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

#### Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento.

##### Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 3. Asturias

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

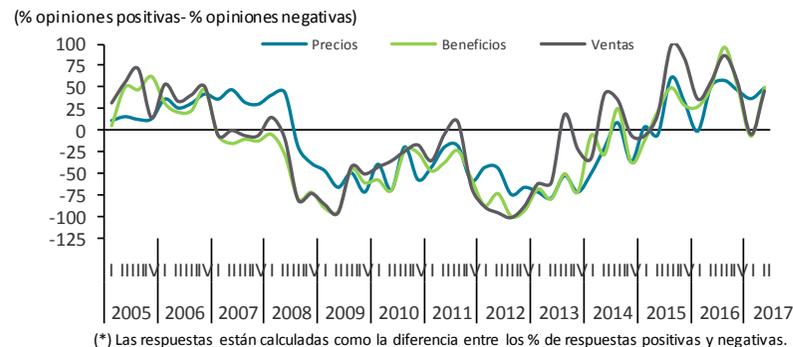
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Asturias.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Asturias (\*). Alojamiento hotelero**

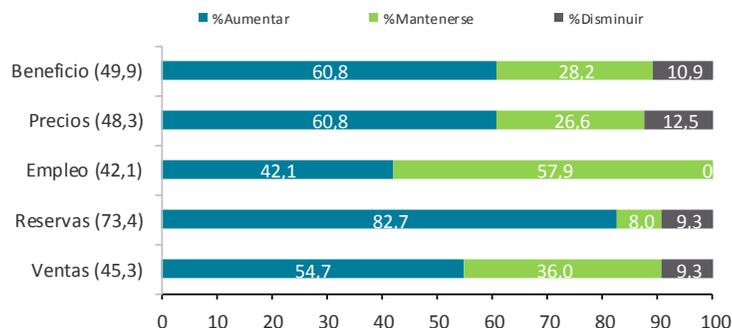
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Asturias. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017**

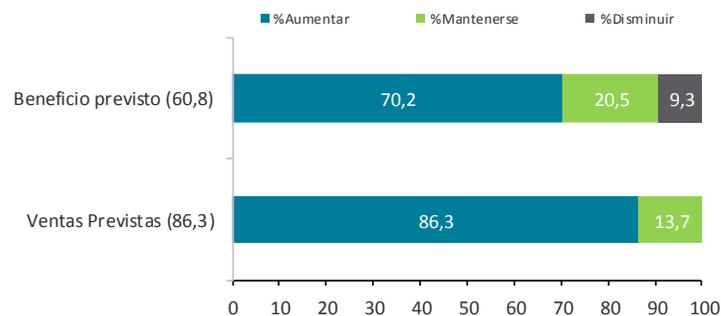
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Asturias. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

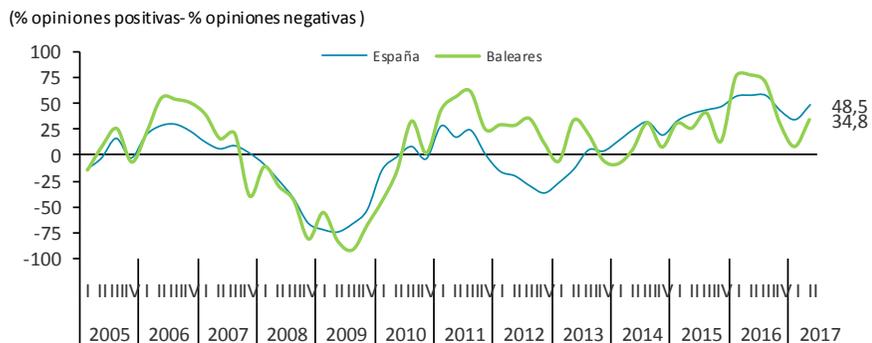
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 4. Baleares

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Baleares.

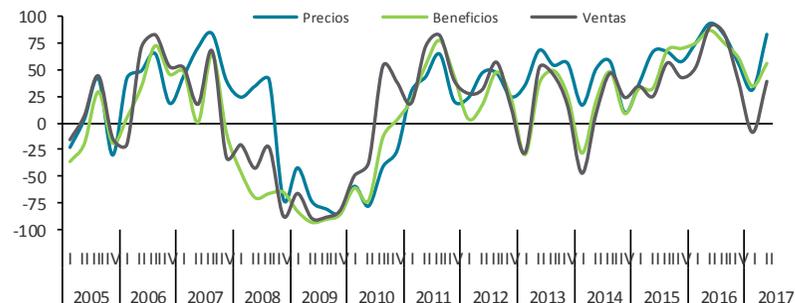
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



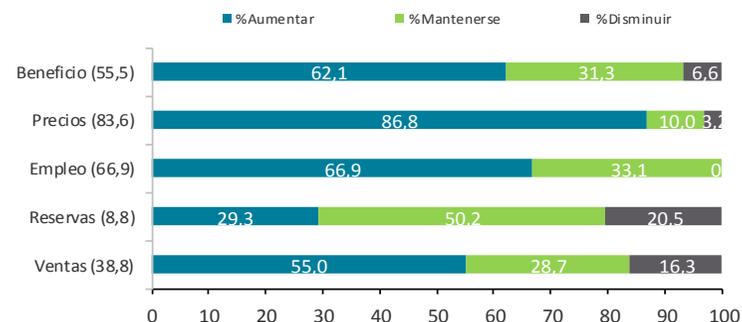
(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

### Opiniones empresariales en Baleares. Alojamiento.

#### SEGUNDO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

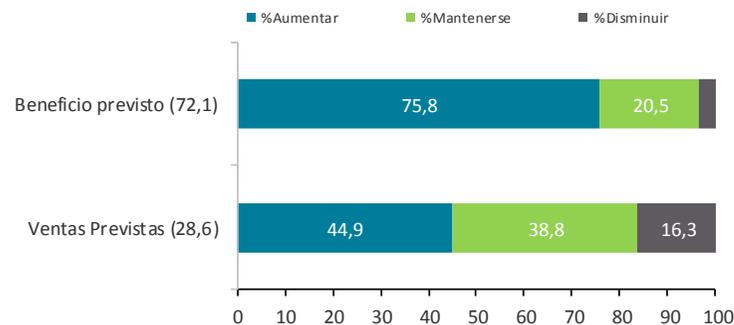


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales en Baleares. Alojamiento.

#### Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

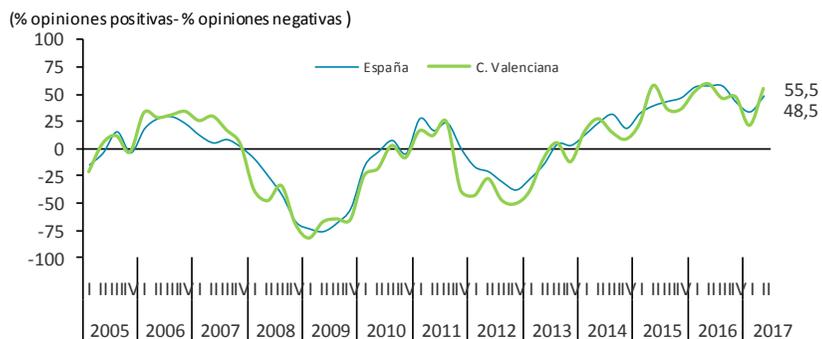
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 5. Comunidad Valenciana

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

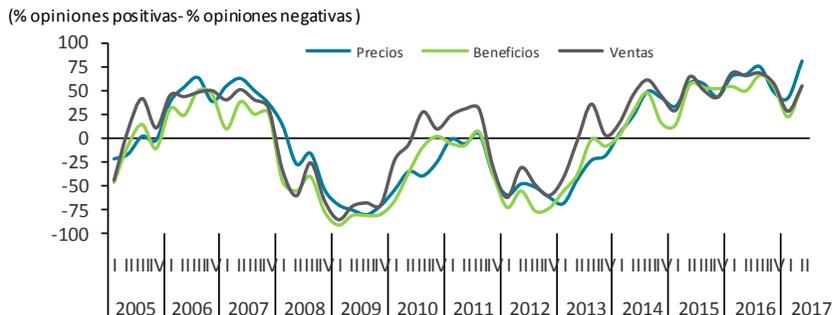
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (\*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

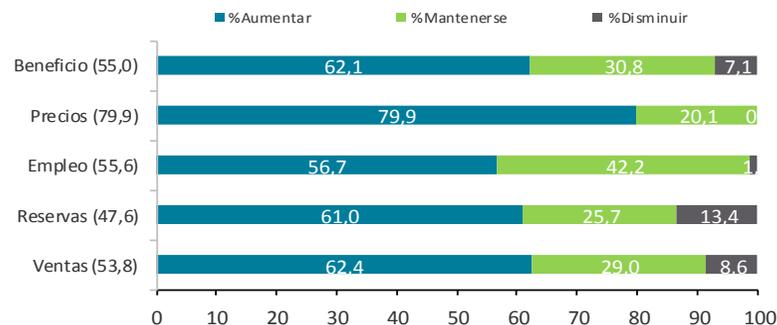


(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre el % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

### Opiniones empresariales en la Comunidad Valenciana. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017

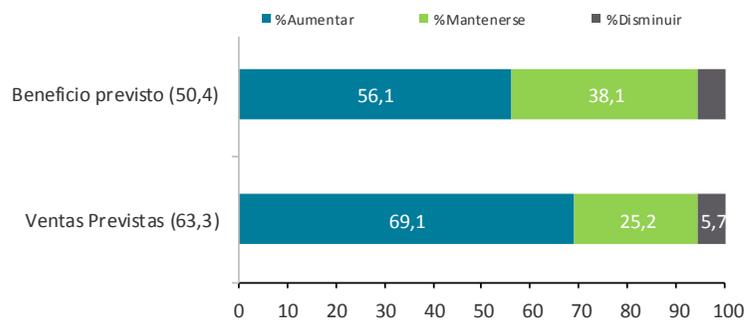
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales en Comunidad Valenciana. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

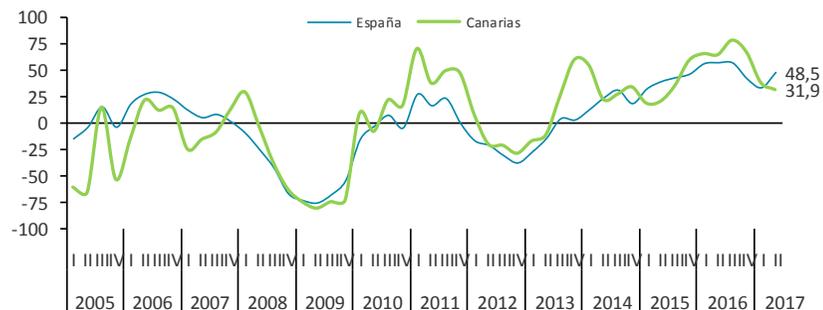
# 6. Canarias

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Canarias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

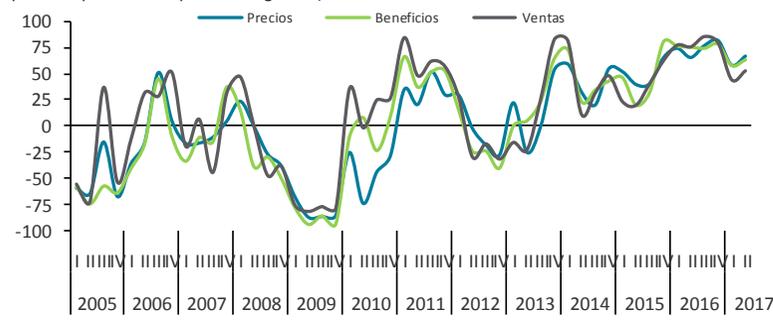
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



### Opinión empresarial en Canarias (\*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



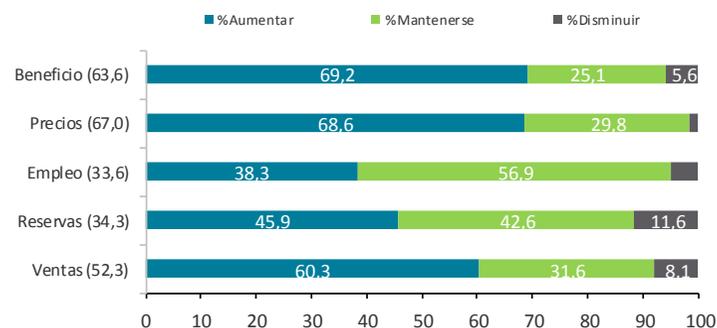
(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

### Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento.

#### SEGUNDO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

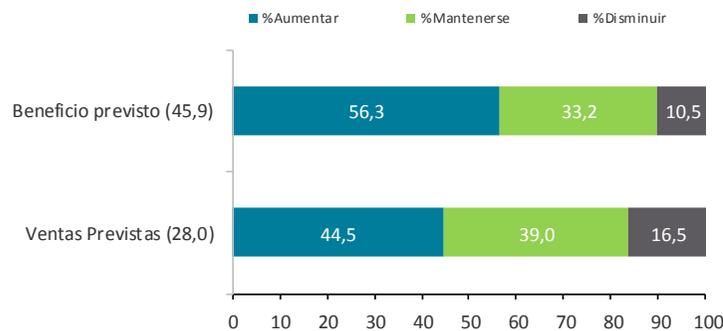


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento.

#### Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

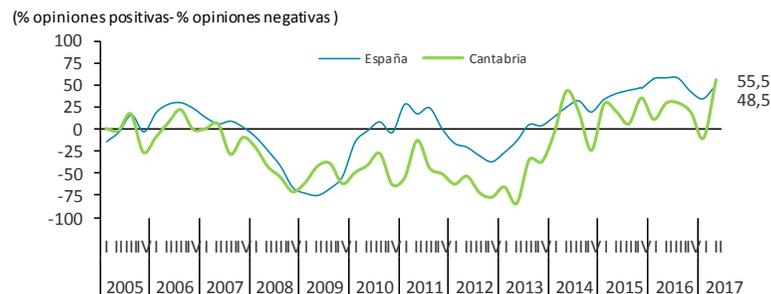
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 7. Cantabria

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

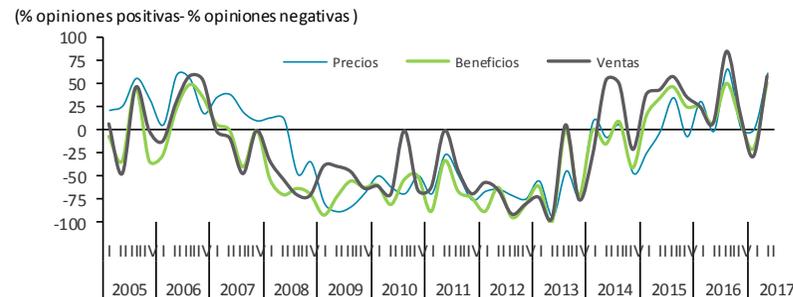
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Cantabria (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

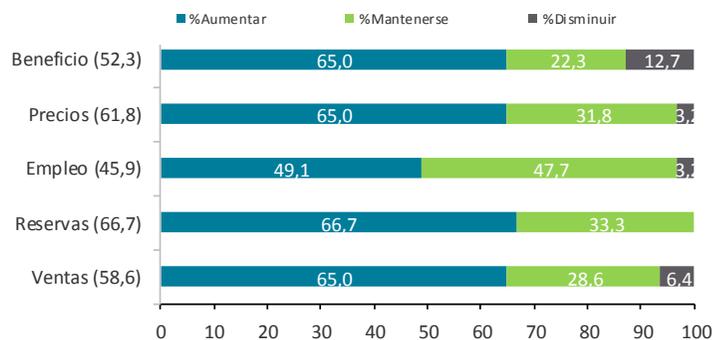


(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017**

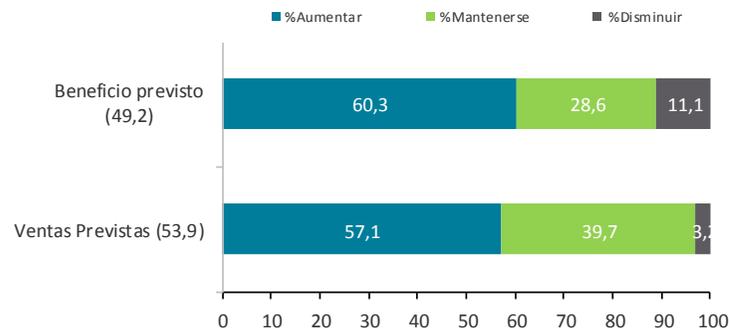
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

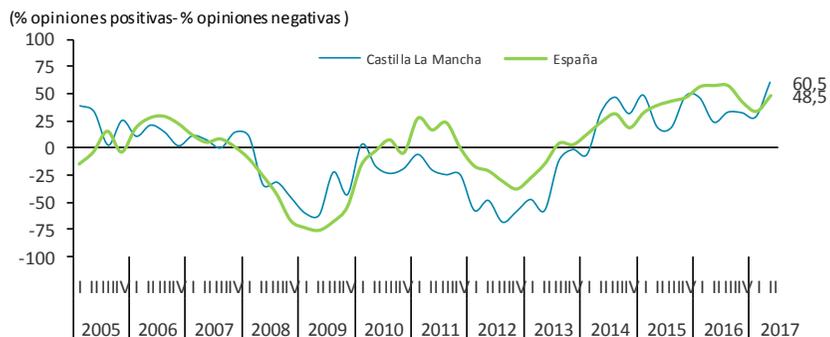
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 8. Castilla La Mancha

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

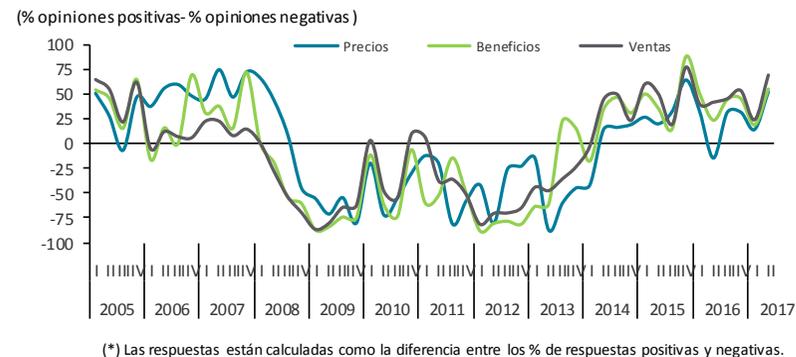
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Castilla La Mancha.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial en Castilla La Mancha (\*). Alojamiento hotelero

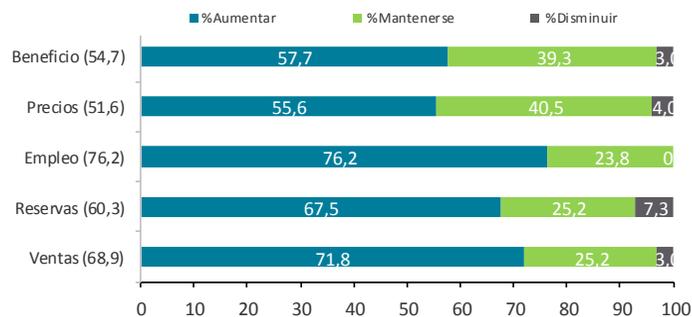
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

### Opiniones empresariales en Castilla La Mancha. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017

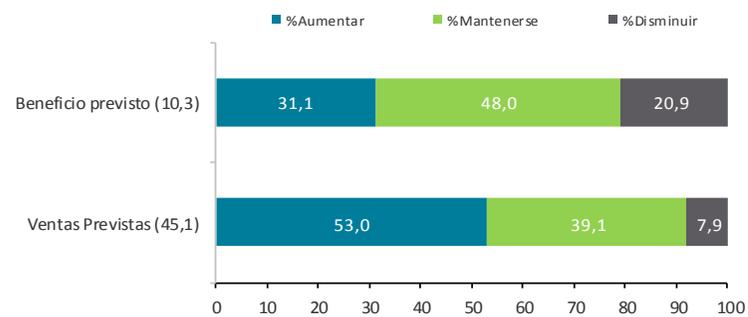
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opiniones empresariales en Castilla La Mancha. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

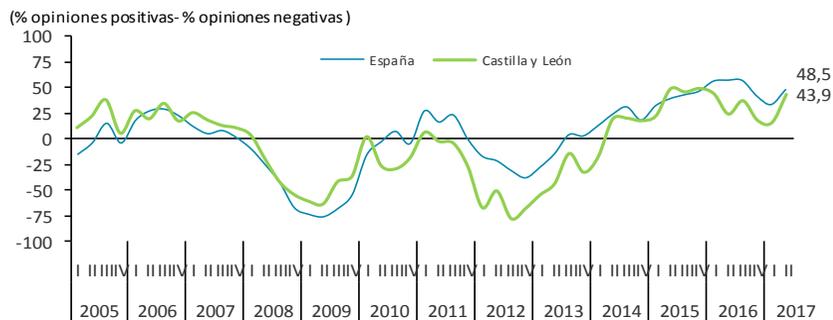
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 9. Castilla y León

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

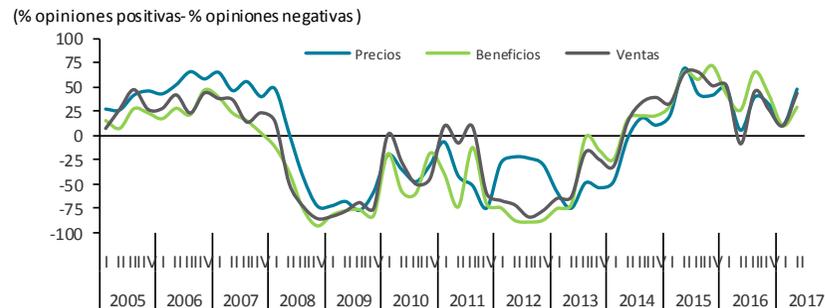
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Castilla y León (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

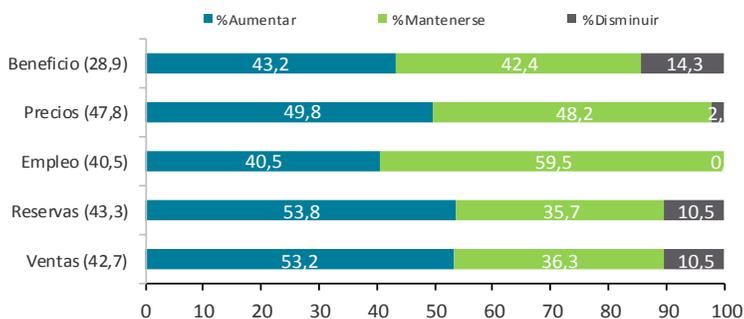


(\* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Castilla y León. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017**

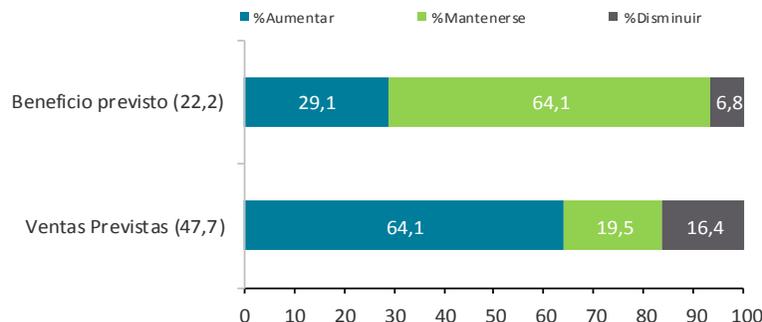
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Castilla y León. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

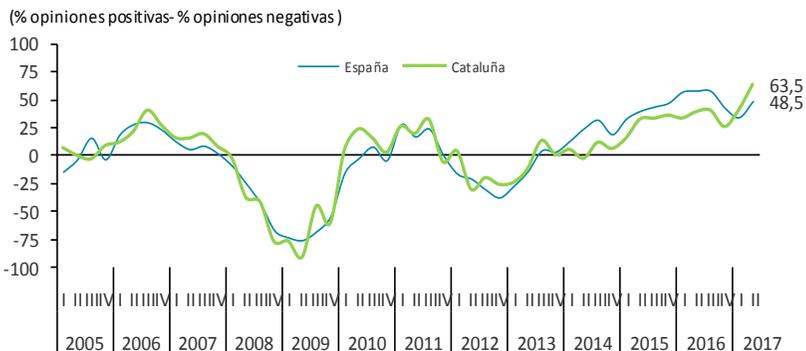
(\* El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 10. Cataluña

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

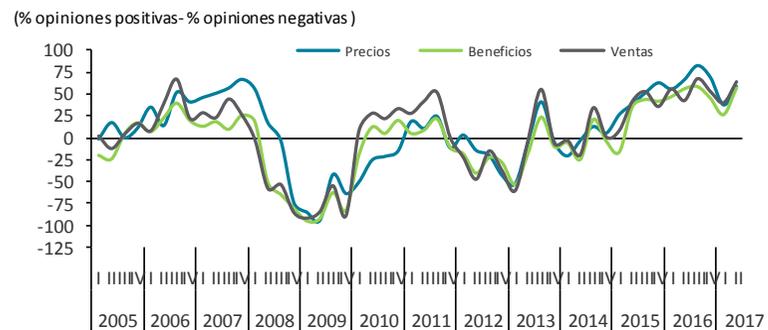
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

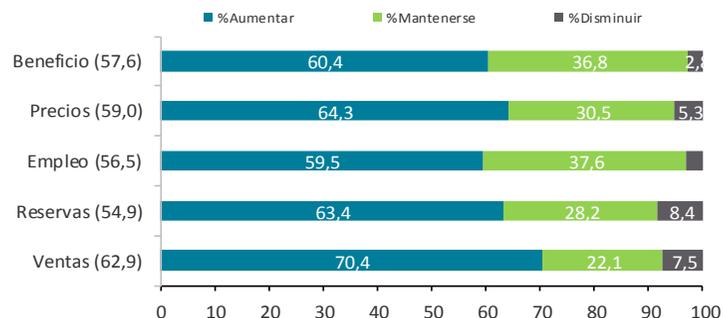


(\*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento. PSEGUNDO trimestre 2017**

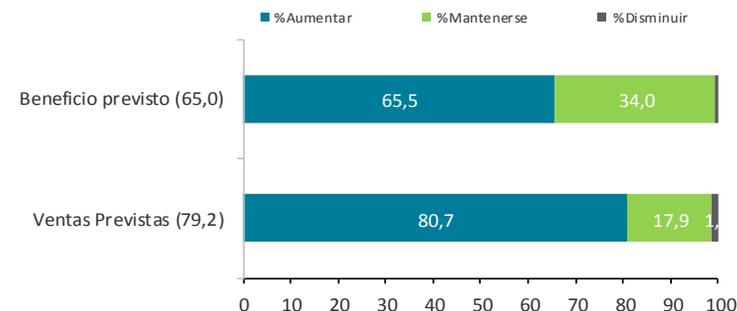
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

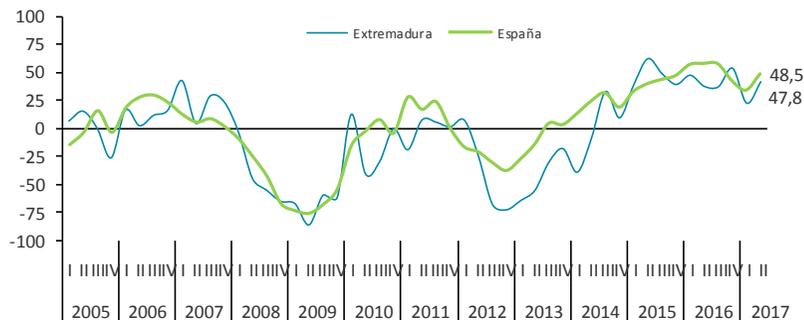
# 11. Extremadura

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

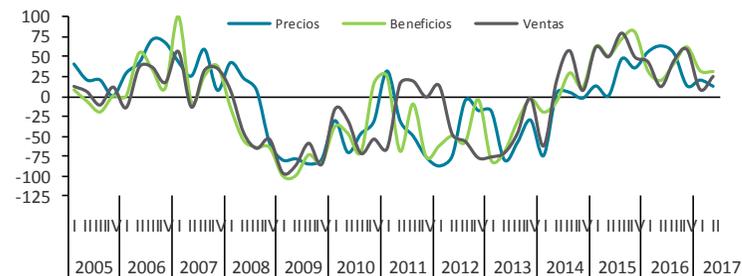
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



**Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



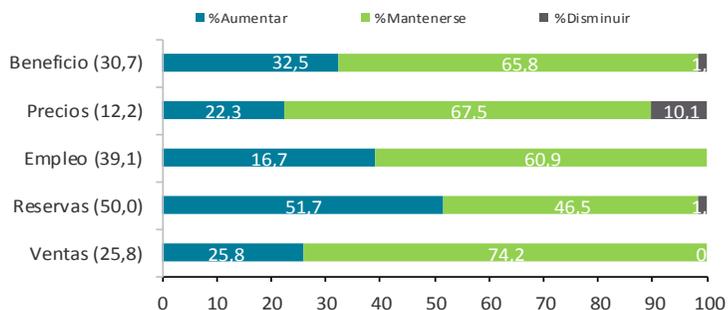
(\* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

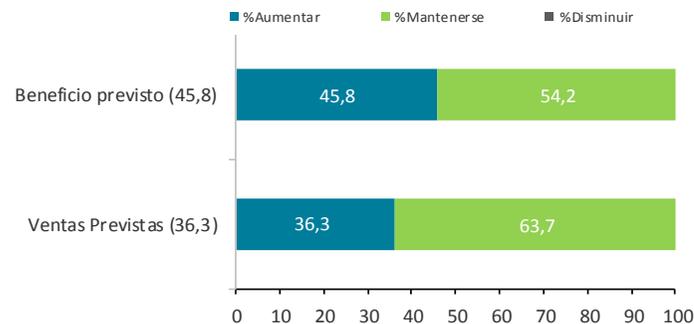


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

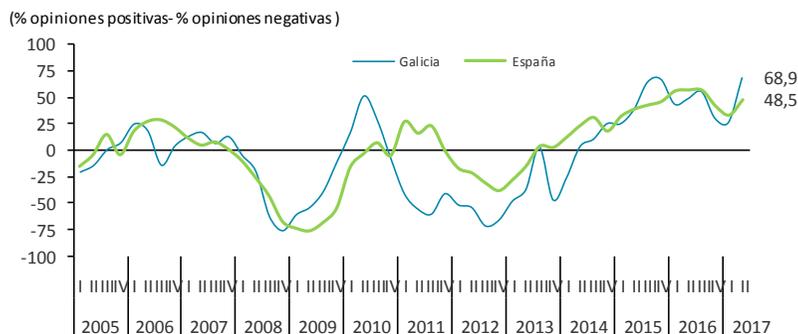
(\* ) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 12. Galicia

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

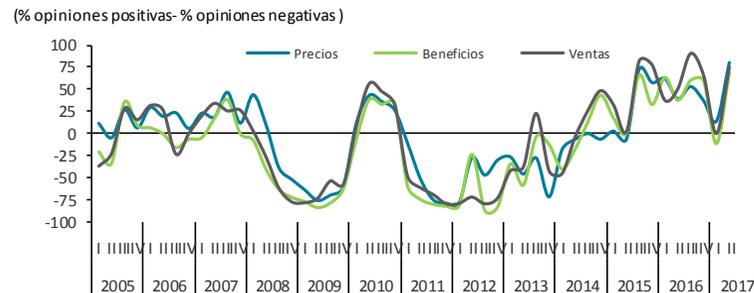
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Galicia.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



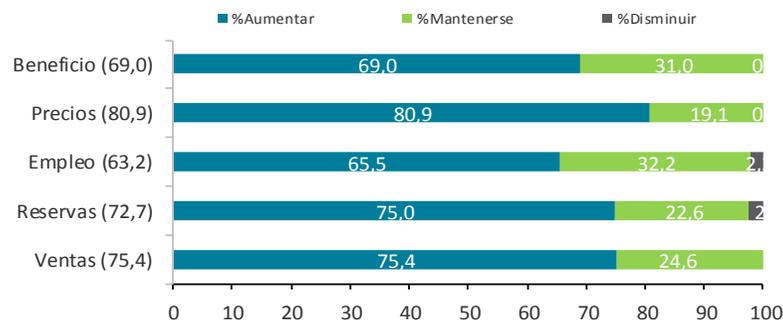
(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Galicia. Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

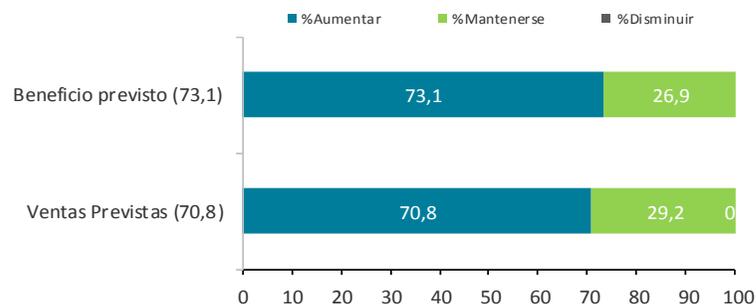


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Galicia. Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

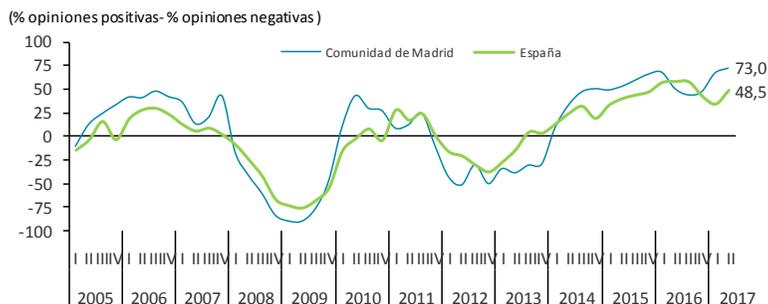
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 13. Comunidad de Madrid

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.**

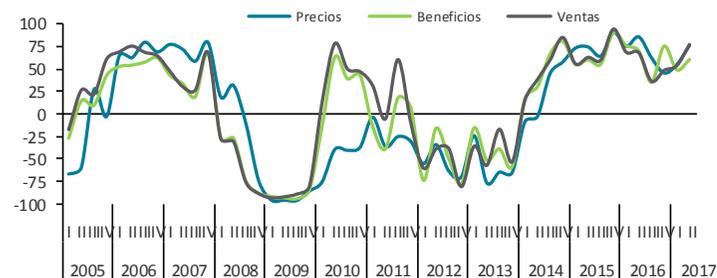
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Comunidad de Madrid (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)

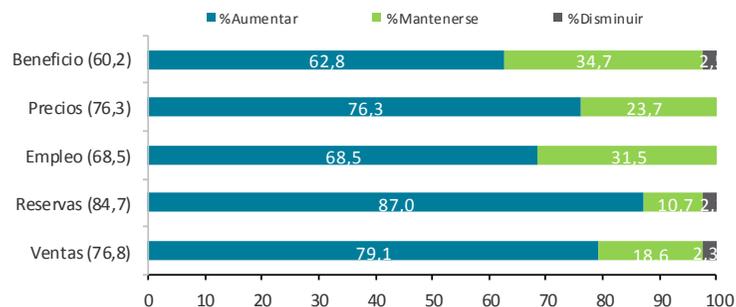


(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en la Comunidad de Madrid. Alojamiento. SEGUNDO trimestre de 2017**

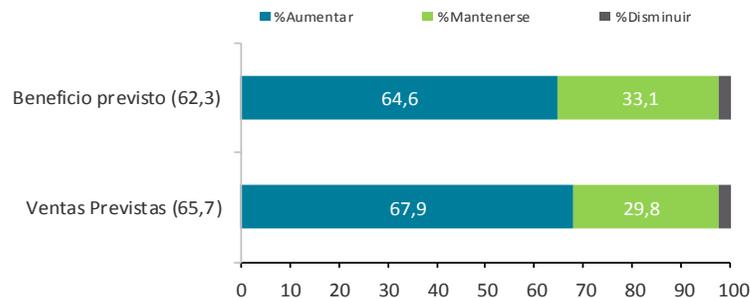
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en la Comunidad de Madrid. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 14. La Rioja

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

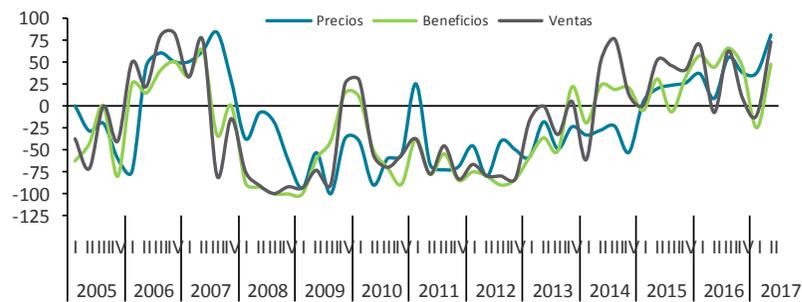
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



**Opinión empresarial en La Rioja (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

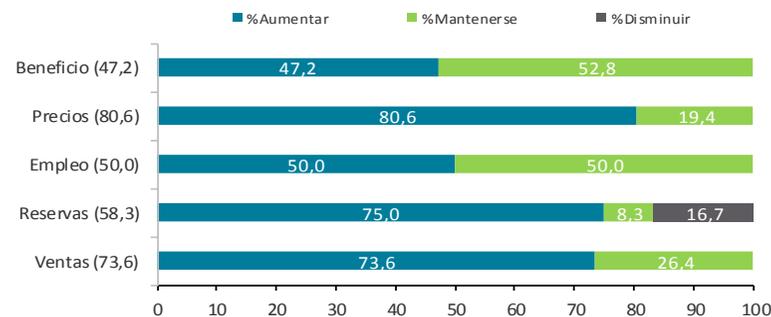


(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en La Rioja. Alojamiento. SEGUNDO trimestre de 2017**

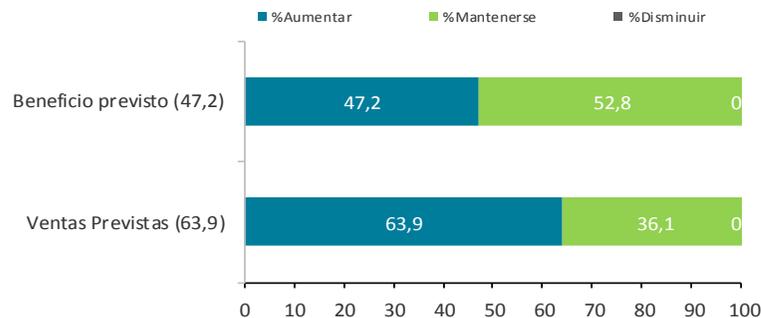
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en La Rioja. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

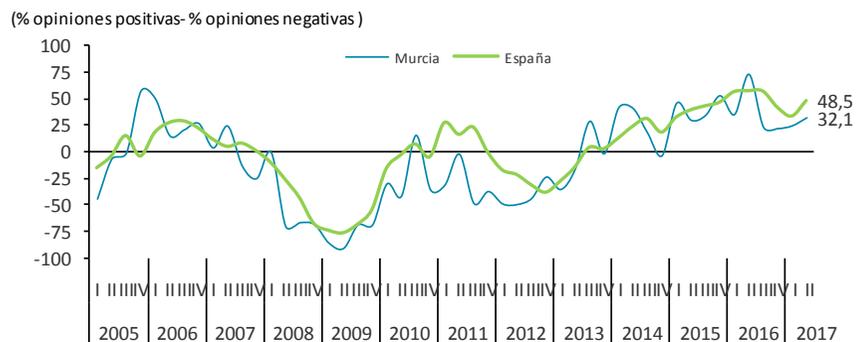
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 15. Murcia

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

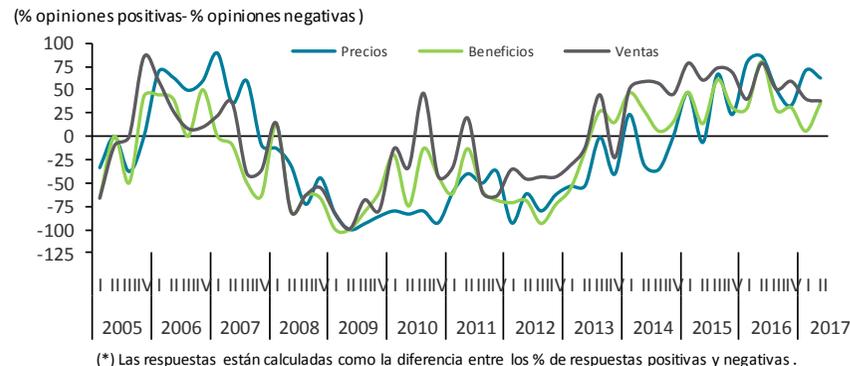
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Murcia.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Murcia (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

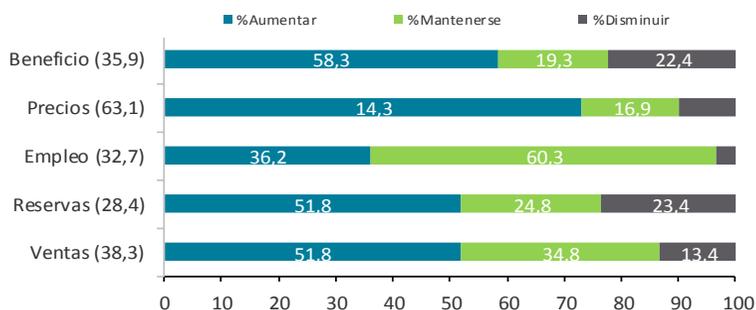


## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Murcia. Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

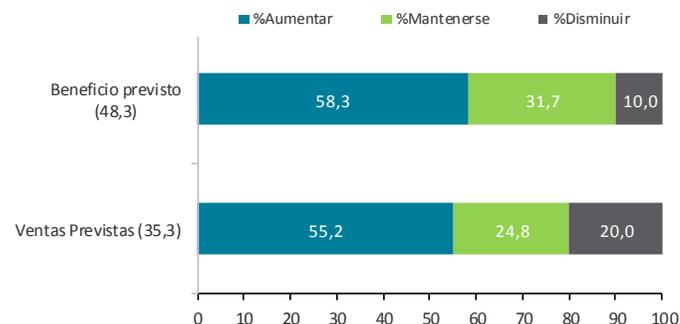


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Murcia. Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

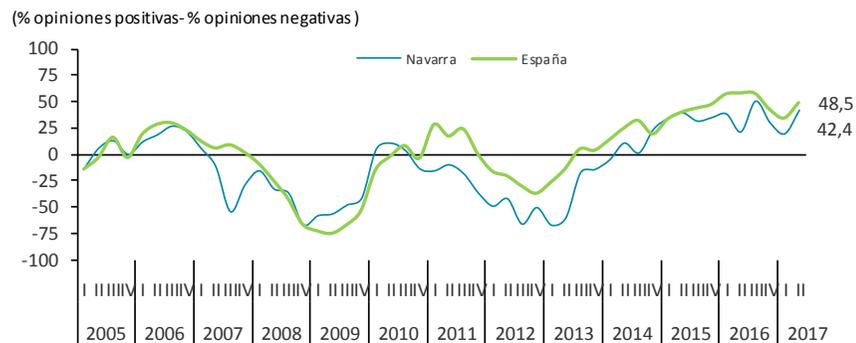
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 16. Navarra

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

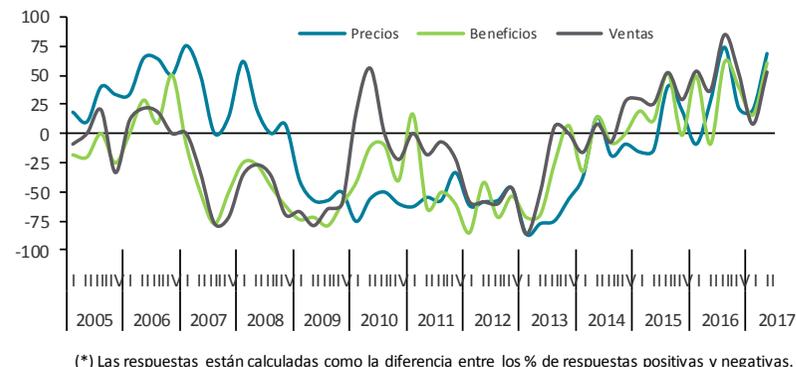
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Navarra.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Navarra (\*). Alojamiento hotelero**

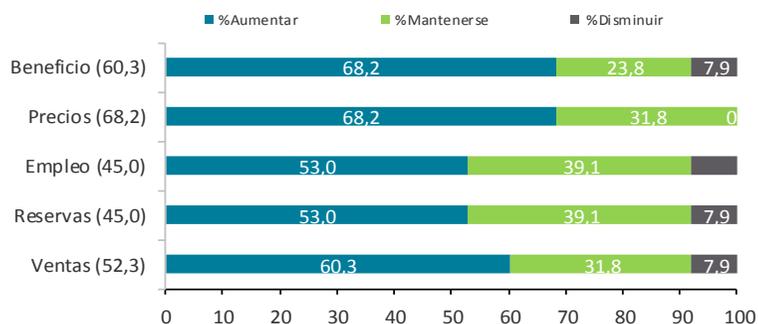
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en Navarra. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2017**

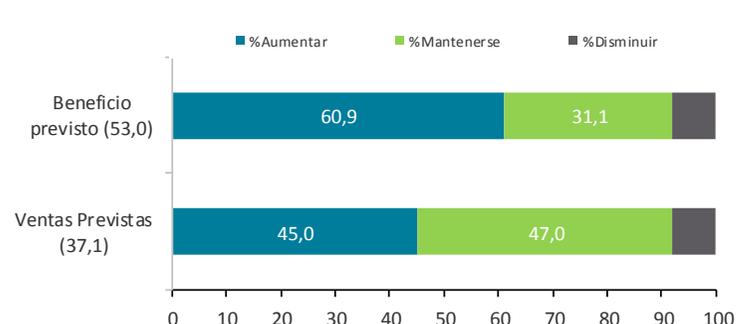
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en Navarra. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 17. País Vasco

## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

**Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). País Vasco.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

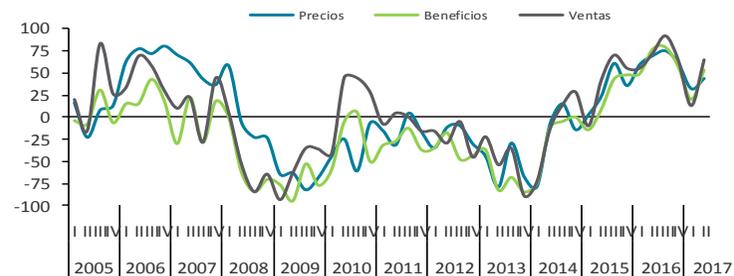
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



**Opinión empresarial en País Vasco (\*). Alojamiento hotelero**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



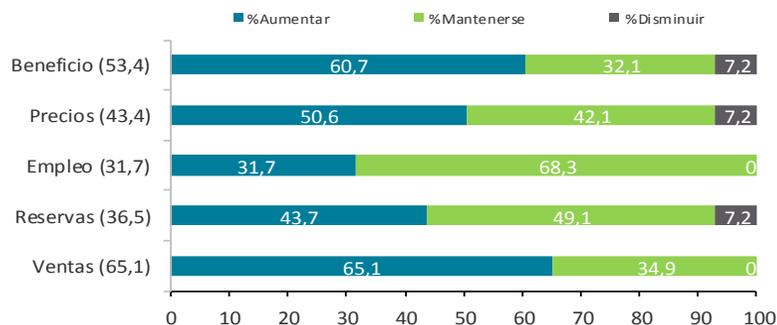
(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre de 2017 y previsiones para el III Trimestre de 2017

**Opiniones empresariales en País Vasco. Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

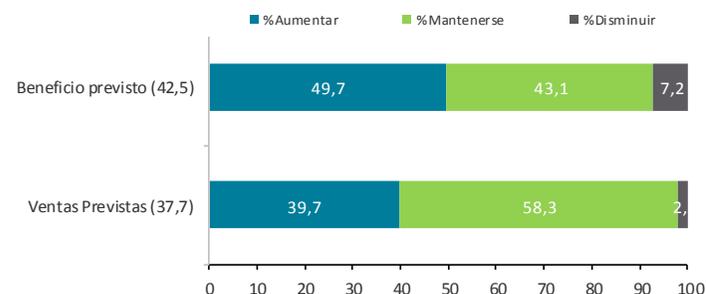


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opiniones empresariales en País Vasco. Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el III trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.



---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

Nº 61  
Julio 2017

---

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE Y  
EXPECTATIVAS PARA EL VERANO DE  
2017