



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 62

OCTUBRE 2017

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL
TERCER TRIMESTRE (VERANO) Y
EXPECTATIVAS PARA EL CIERRE DE
2017



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
TERCER TRIMESTRE
(VERANO) DE 2017

El verano de 2017 cierra con incrementos positivos y notables tanto de la actividad turística como de los resultados empresariales frente al que ya fue un muy buen verano de 2016.

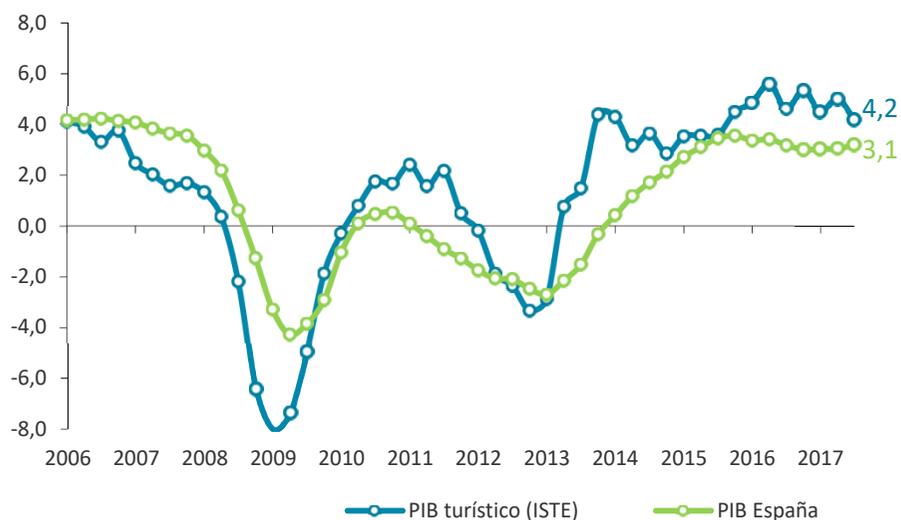
A pesar de los sucesivos acontecimientos que han marcado el verano turístico en España (brotes de contestación social en algunos destinos debido al aumento de la presión turística, los atentados del 17-A en Barcelona, huelgas de AENA en el Prat, la recuperación de la demanda en países competidores del Mediterráneo y la reciente inestabilidad en Cataluña por el 1-0), el sector turístico cierra el tercer trimestre con un nuevo aumento del PIB turístico del 4,2% interanual y una mejora de los resultados en el 63,9% de las empresas turísticas españolas, respecto a los niveles del tercer trimestre de 2016.

La fortaleza de la demanda turística hacia España, especialmente la extranjera, se ha traducido en una mejora generalizada de los resultados para el 63,9% de las empresas, fundamentalmente gracias a la mejora de los precios (sube en el 54,2% de los casos, extendiéndose a todos los sectores salvo los relacionados con el transporte).

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

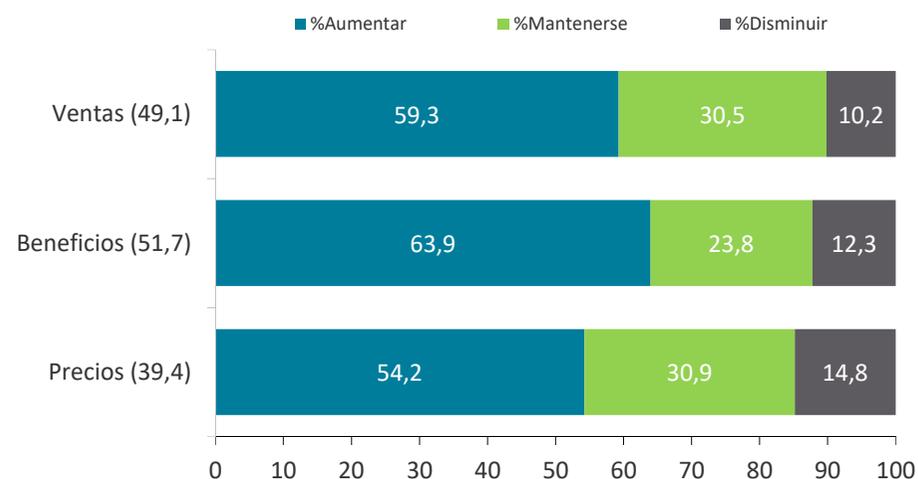
Tasa de variación interanual trimestral

Fuente: Exceltur, CNTR (INE) y Consensus Forecast (sep17)



Balance empresarial del conjunto del sector turístico español TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Se han mantenido los ritmos de creación de empleo dentro de las empresas del sector: +4,6% en Septiembre (76.091 personas más) y por encima del resto de sectores de la economía española (+3,8%).

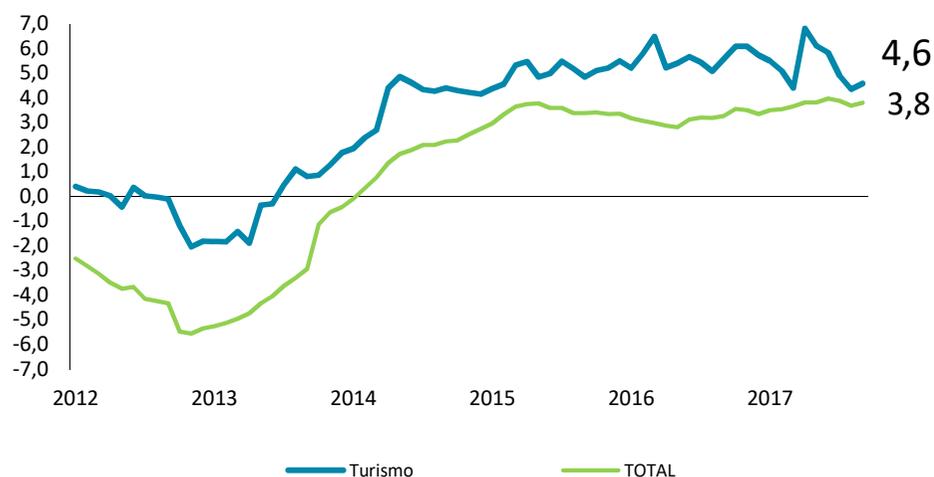
① El positivo desempeño de la actividad turística ha permitido extender en el tiempo el aumento del empleo turístico, de forma que al finalizar el mes de septiembre había **76.091 afiliados más trabajando en el sector turístico que el mismo mes de 2016**.

② Con estos registros, el sector turístico vuelve a situarse como el sector con mayor capacidad de generación de empleo entre los grandes sectores intensivos en personal de la economía española. El aumento de 76.091 nuevos afiliados a la Seguridad Social de las ramas turísticas en septiembre de 2017 se sitúa un mes más y por cuarto año consecutivo, por encima del de otros sectores clave, como la construcción, la industria y el comercio.

Comparación de la evolución del empleo en turismo y del empleo total 2012-2017. TV interanual.

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

①



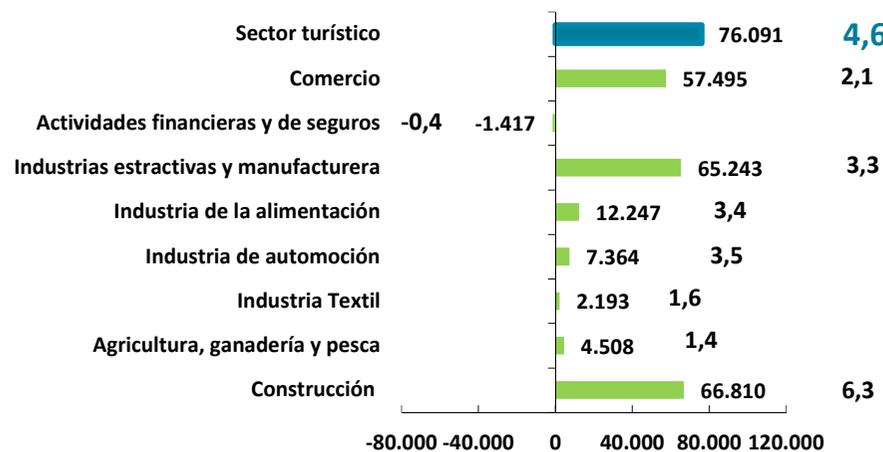
Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad

Septiembre 2017 vs Septiembre 2016

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

②



La demanda extranjera explica la mayor parte del aumento de la actividad turística en España, producto de un mayor crecimiento de ingresos vs afluencia.

El verano ha asistido a un positivo mayor aumento de los ingresos de los turistas extranjeros (+11,7% en julio y agosto), frente a los datos de volumen de turistas, que se desaceleran notablemente (+7,0% en el mismo periodo), especialmente en su impacto sobre la oferta alojativa reglada (+2,7% suben las pernoctaciones en alojamientos reglados). Esta realidad se explica por:

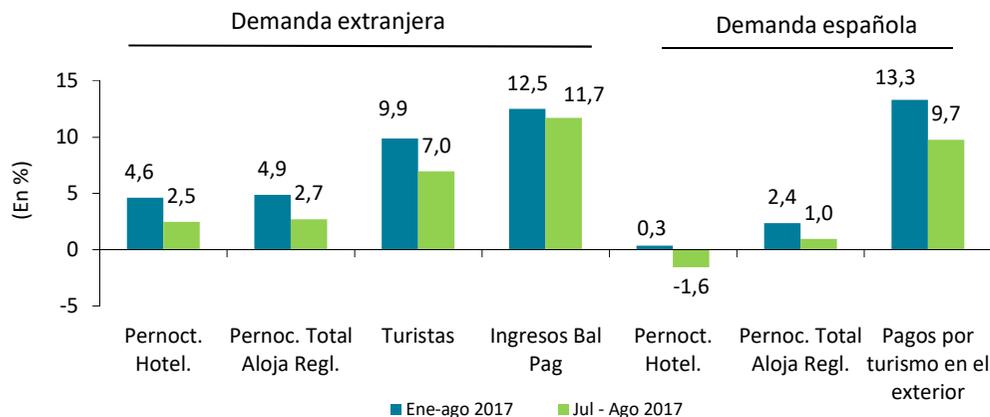
- 1 El crecimiento de los precios por la renovación de parte de la oferta en algunos destinos *de mayor presencia de demanda extranjera* y las situaciones de plena ocupación en los eslabones de la cadena de valor turística donde la capacidad de incorporar mayor oferta es limitada (alojamientos reglados o recursos de ocio, principalmente).
- 2 Su reflejo en el notable aumento de *su gasto medio diario en destino (Según EGATUR, un +6,1% en julio y agosto, tras eliminar el gasto en transporte), que supera la nueva caída de la estancia media (del -1,0%)*. En el verano de 2017 los turistas extranjeros han permanecido en España menos días, tendencia que se viene produciendo desde 2014, con *un descenso acumulado de 1,3 días hasta los 8,4 días*, pero, sin embargo, han empezado de forma positiva a incrementar su gasto medio diario.

Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera.

Comparativa enero-agosto vs julio-agosto 2017/2016

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, Balanza de pagos (**), EOH (*), EOAP, EOAC, EOTR

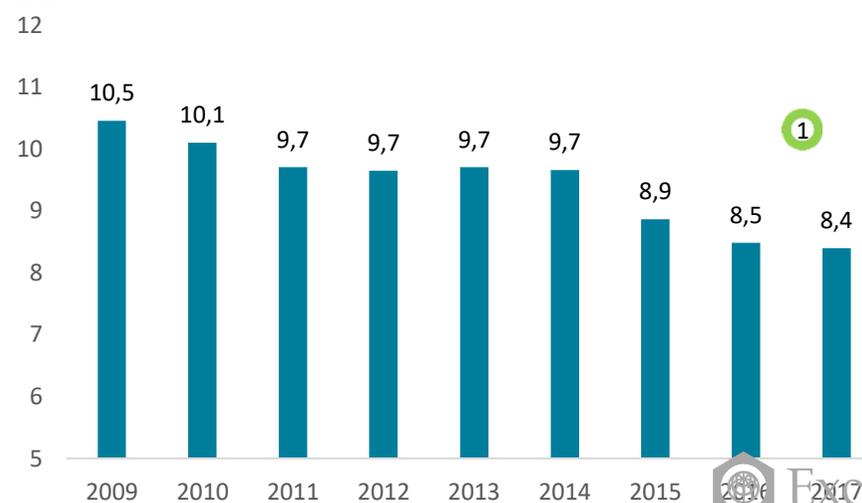


(*) Datos para alojamientos hoteleros actualizados hasta el mes de agosto

(**) Datos de ingresos de extranjeros estimados para agosto. Los pagos en el exterior hasta el mes de julio

Estancia media de los turistas extranjeros en España durante julio-agosto. 2009-2017

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos de Egatur del INE



3

La traslación de demanda hacia el alquiler de viviendas, que vuelve a subir muy por encima (+13,9% en términos de llegadas de turistas en el acumulado de julio y agosto) de los alojamientos reglados (+3,7%).

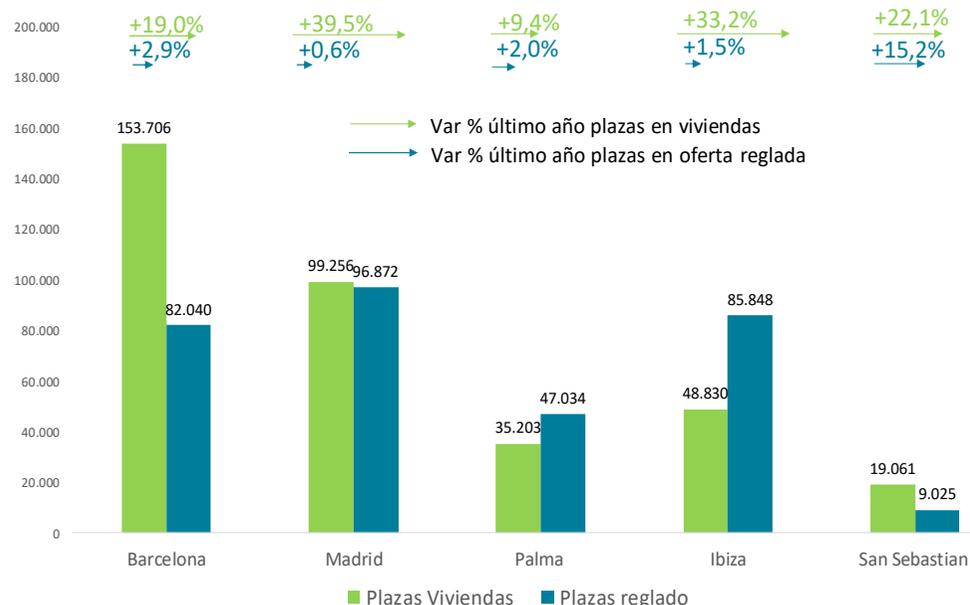
La conversión descontrolada e impune de viviendas en alojamientos turísticos está introduciendo una sobrecapacidad en los destinos que explica en muchos casos los episodios de rechazo al turismo a los que hemos asistido este verano en varios de los puntos de la geografía española de mayor éxito turístico (Barcelona, Ibiza, Palma de Mallorca, San Sebastian y Madrid).

La situación requiere sin más dilación de un gran acuerdo nacional liderado desde el Gobierno, que coordine, por un lado, la legislación y actuaciones de las CC.AA. y el mas riguroso control posterior y, por otro, impulse una acción firme en Bruselas para procurar, como país líder turístico, que finalmente se sancionen directivas claras que obliguen a la corresponsabilidad de las plataformas en velar por el cumplimiento de las leyes.

4

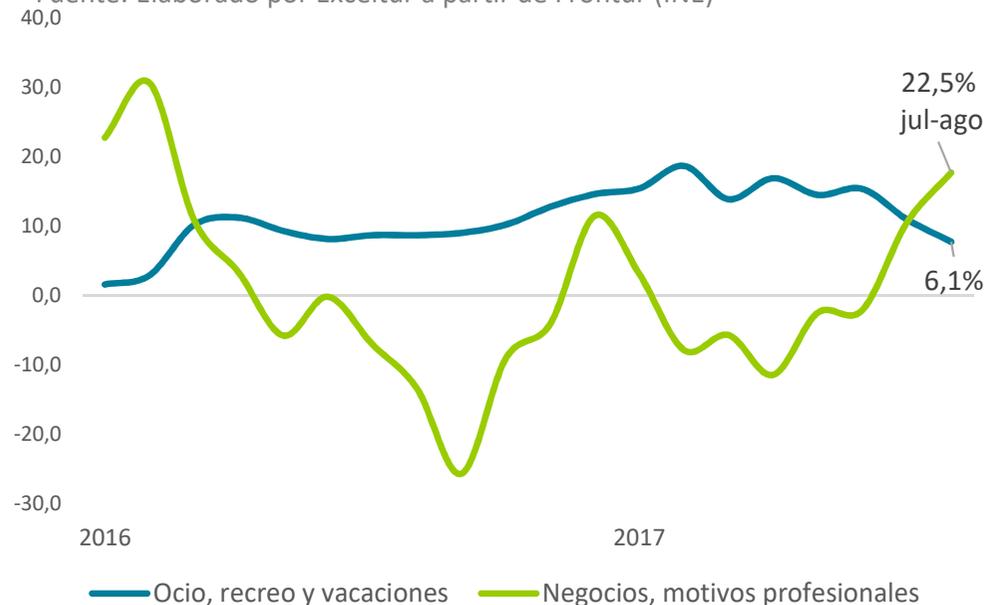
La fuerte aceleración de los viajes de negocios que eleva su crecimiento al 22,5% en los meses de julio-agosto de 2017, acorde con el buen desempeño del conjunto de la economía española y el fuerte impulso de las exportaciones. El mayor gasto promedio diario (202€) de este importante perfil de demanda, ayuda a explicar el mejor comportamiento de los ingresos.

Oferta alojativa turística en los destinos con mayor contestación turística en el verano de 2017. Fuente EXCELTUR a partir de datos de Airdna, Plataformas e INE



Llegada de turistas extranjeros por motivos: ocio vs negocio (TV trimestral interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (INE)



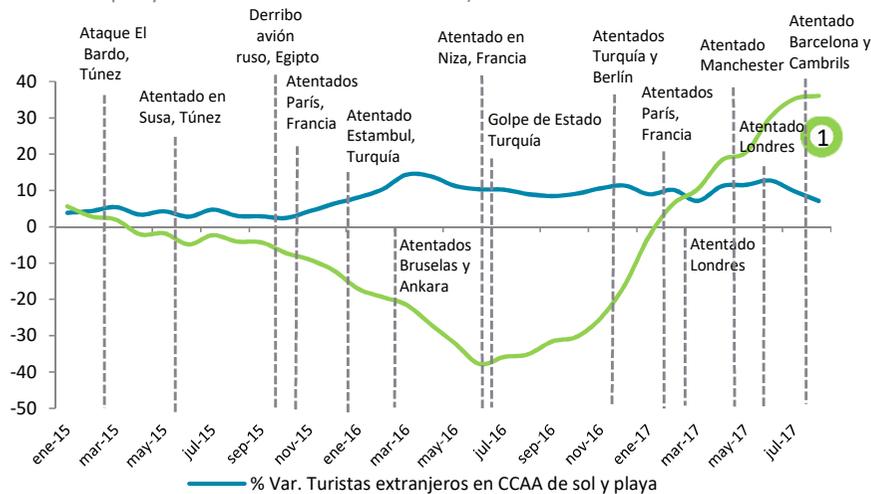
5

La notable recuperación de los principales destinos del mediterráneo oriental competidores en el segmento del sol y playa (principalmente Turquía), tras unos meses sin episodios terroristas. Las cifras de crecimiento interanual de Turquía en julio y agosto (+46,4%) y Egipto (+47,6% en julio), se encuentran detrás de la caída de la llegada de turistas extranjeros a España con paquete turístico (en el acumulado julio y agosto descienden un -4,2%), *así como la ligera desaceleración hasta el +5,7% de la llegada de turistas a las 5 CCAA del sol y playa español.*

En estos meses de verano (julio y agosto), Turquía y Egipto han recuperado 3,5 millones de turistas extranjeros, la mayor parte procedentes de países asiáticos *de su entorno* y del este de Europa, si bien se empieza a apreciar una recuperación de los turistas de países clave para España: los turistas alemanes a Turquía crecen un +3,9% en agosto, los franceses un +15,5% y los italianos un +8,1%.

La inestabilidad geopolítica en los países competidores(*) y sus efectos sobre el sector turístico español

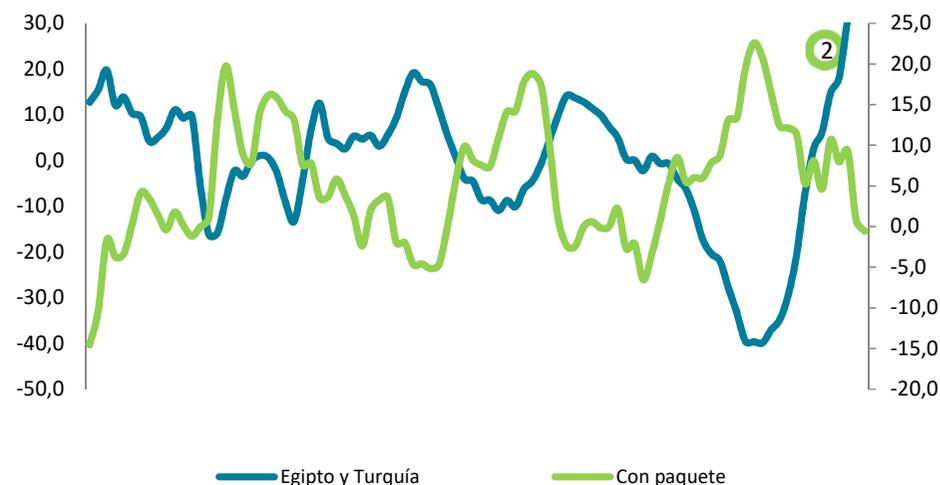
Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (Turespaña e INE, OMT, CAMPAS, Banco Central de Turquía y Ministerio de Turismo de Túnez)



(*) 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.

Comparativa de llegada de turistas extranjeros con paquete turístico respecto a la llegada de turistas extranjeros a Egipto y Turquía (TV interanual trimestral en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (IET) y Gobierno de Egipto



El verano es testigo de una fuerte recuperación de la demanda rusa y los países del Este, así como el buen comportamiento de los mercados de larga distancia, los nórdicos, países bajos y, en menor medida, de Alemania.

El mercado británico comienza a sufrir los efectos de la depreciación de la libra y el francés y el italiano la recuperación de los destinos del mediterráneo oriental.

La notable depreciación de la libra ha comenzado a afectar al mercado británico hacia España, al igual que al resto de países destino de sus vacaciones. Los británicos han reducido sus viajes al exterior y eso se ha traducido en España en un descenso del -4,5% en sus pernoctaciones en hoteles y del -1,1% en sus pernoctaciones totales durante los meses de julio y agosto.

La demanda turística del mercado francés (-6,1%) e italiano (-0,1%) descienden también en estos meses de julio y agosto de 2017, muy vinculado a la recuperación de Turquía y Egipto y sus mercados tradicionales del norte de África.

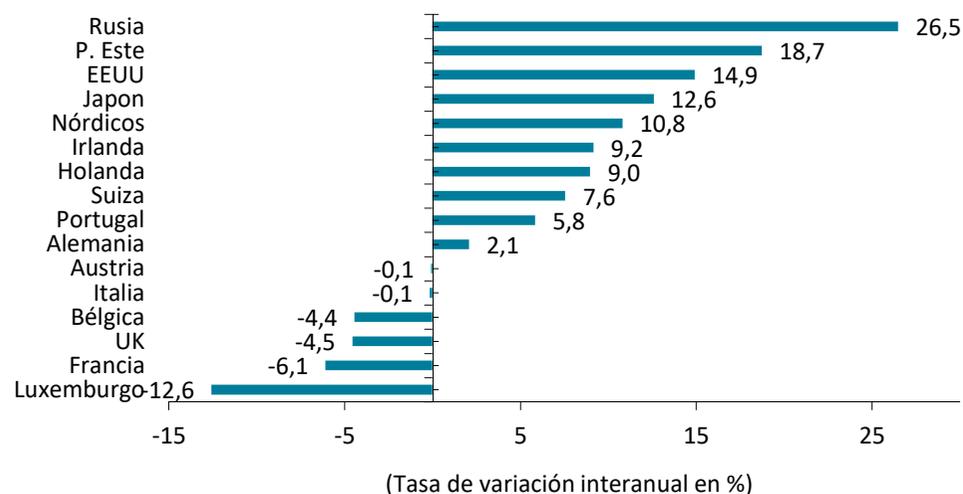
El descenso de estos mercados clave para España se ha visto compensado por la fuerte recuperación del mercado ruso (+26,5%) y del resto de países del Este (+18,7%), así como del notable aumento hasta agosto de los mercados de larga distancia (EE.UU. +14,9% y Japón +12,6%) y el buen comportamiento de los nórdicos (+10,8%), Holanda (+9,0%) y, en menor medida, Alemania (+2,1%).

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Julio - Agosto 2017/2016

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

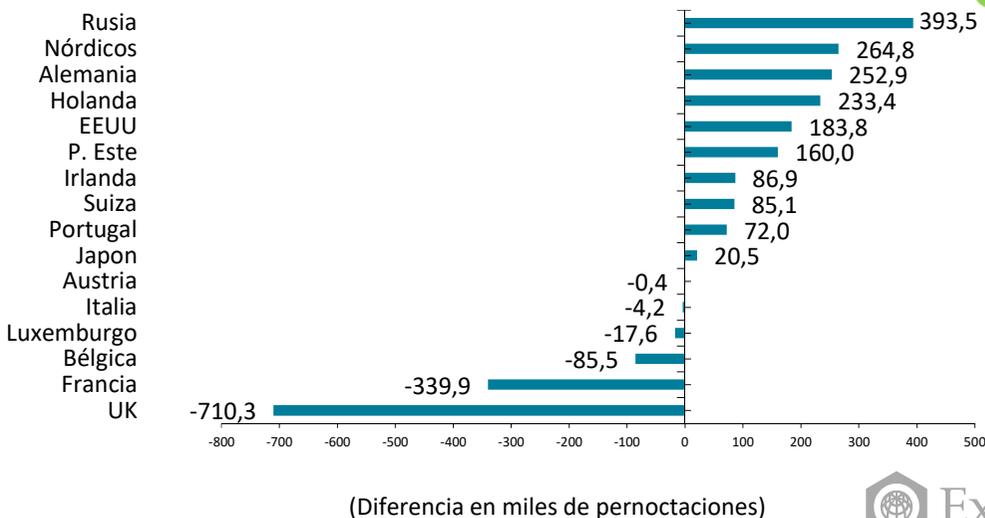


Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Julio - Agosto 2017/2016

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



El consumo turístico de los hogares españoles se ralentiza notablemente dentro de España, mientras mantiene su pujanza en sus viajes al exterior.

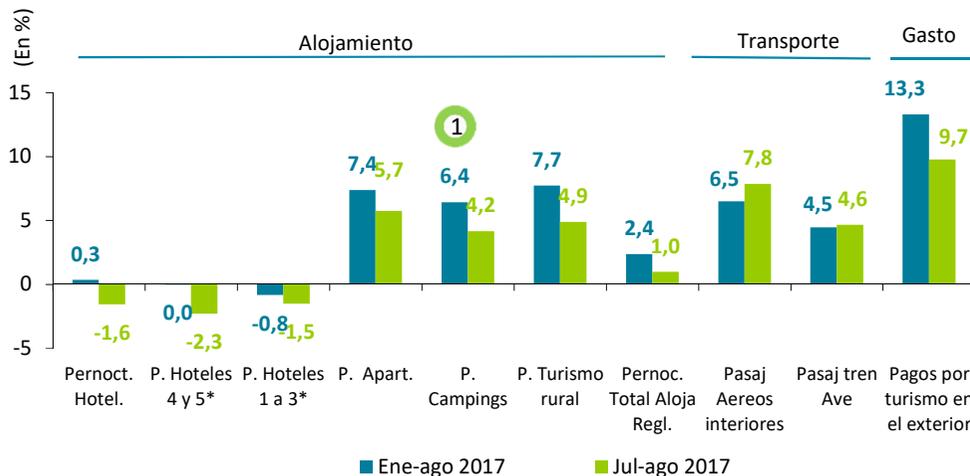
Acorde con la tendencia observada en otros sectores de actividad por el menor aumento de la renta disponible, el verano ha asistido a una desaceleración en el consumo de los españoles, que se ha trasladado a una caída de la demanda a hoteles en julio y agosto (-1,6%) y una ralentización en el resto de servicios.

La fuerte presión de la demanda extranjera asegurándose unos mayores cupos de plazas y la consecuente subida de precios en algunos servicios turísticos, junto a la mencionada menor pujanza de la renta disponible han concentrado el consumo interior de los turistas españoles hacia los productos turísticos de menor precio: los apartamentos suben un +5,7%, el turismo rural un +4,9% y el camping un +4,2%, al igual que el uso de alojamientos gratuitos (vivienda propia y de familiares y amigos) un +7,7%.

Se mantiene, sin embargo, la pujanza de los viajes de los españoles a destinos del exterior. La información sobre los pagos fuera de España del mes de julio reflejan un notable incremento del +9,7%, que es consecuente con la información transmitida por las agencias de viajes, que declaran un notable aumento de los viajes de los españoles durante el tercer trimestre a ciudades europeas, a Norte América, Caribe y destinos exteriores del Mediterráneo, además de un fuerte crecimiento de los cruceros.

Indicadores de demanda NACIONAL. Comparativa %Var Ene-Ago vs %Var Jul-Ago 2017 (Tasa de variación interanual en %)

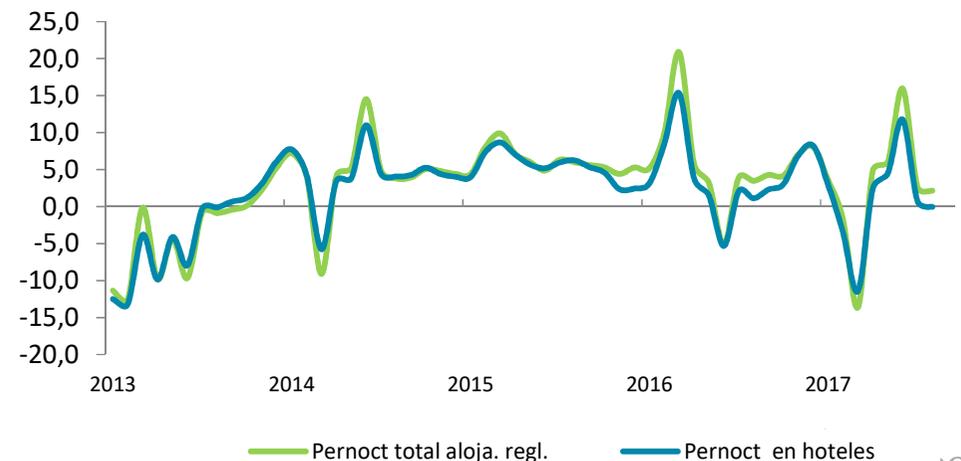
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



(*) Datos de pagos por turismo hasta el mes de julio

Indicadores de Demanda Española por España (2011-2017) (Tasa de variación interanual trimestral)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Encuestas de ocupación del INE



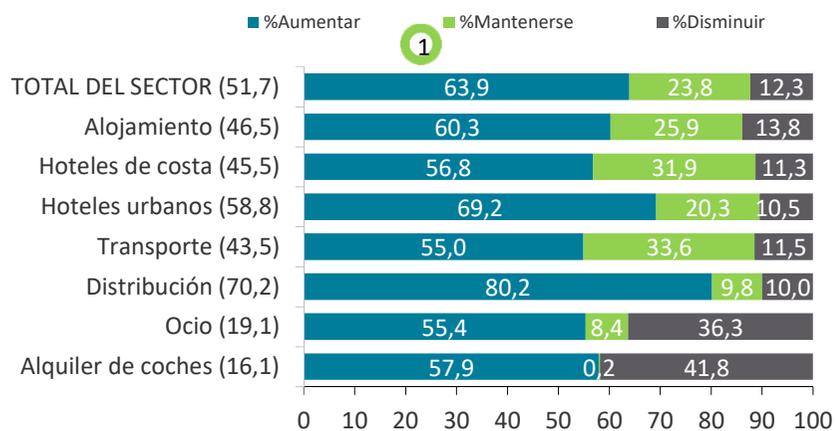
Las empresas turísticas cierran un verano con una generalizada mejora de los resultados respecto al ya positivo verano de 2017, gracias a la subida de precios en la mayor parte de subsectores, salvo en el transporte.

En un contexto de fuerte presión de la demanda y en niveles próximos a los máximos de uso de la capacidad instalada (en el sector del alojamiento y del ocio, principalmente) el 63,9% ¹ de las empresas turísticas españolas mejoraron sus resultados en el tercer trimestre de 2017, respecto al mismo período de 2016, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR. El principal factor de la mejora de resultados ha sido el crecimiento de los precios que suben en el 54,2% de las empresas, como resultado de las inversiones en mejora del producto y la fortaleza de la demanda.

Tan sólo en los sectores como el rent-a-car y, sobre todo, las compañías aéreas, la mejora de resultados se ha visto limitada por la presión a la baja de los precios, a pesar del aumento de la demanda.

Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

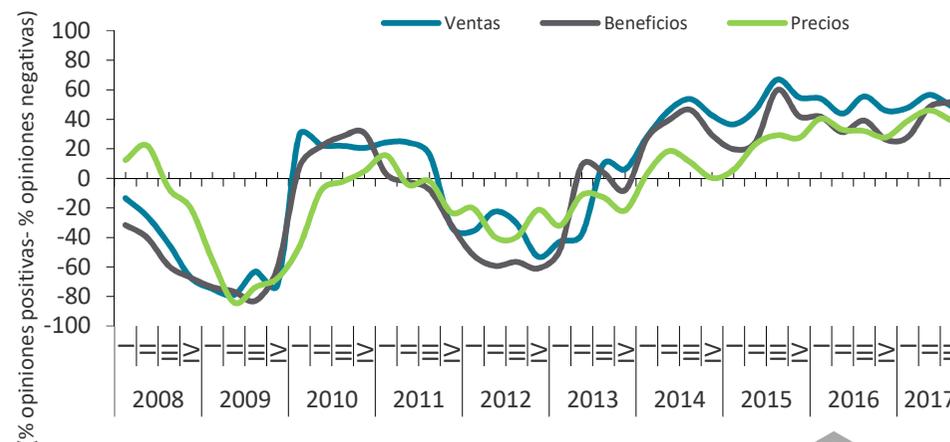


Los () se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

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

Itr 2008-III Tr 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, en menor medida los de costa y las empresas de ocio y entretenimiento registran el mejor desempeño durante los meses de verano, con una mejora generalizada e intensa de sus resultados.

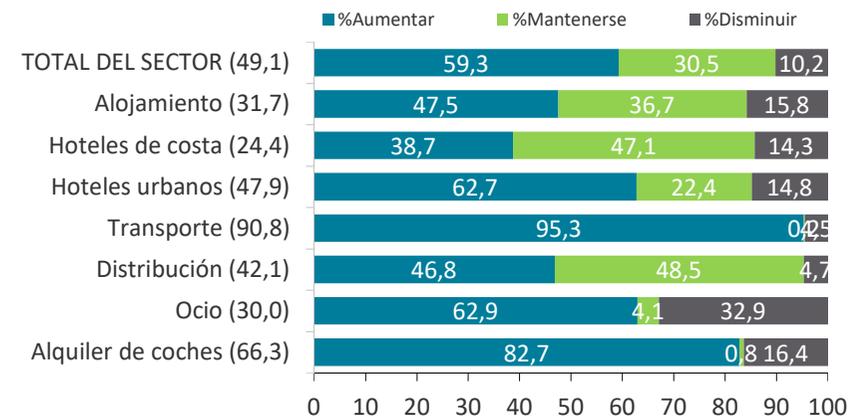
El incremento de las conexiones aéreas en las grandes ciudades y la fortaleza de la demanda extranjera permite a **los hoteles urbanos** registrar una generalizada y notable mejora de resultados en el período julio-septiembre de 2017. El 69,2% mejora sus resultados, gracias a un incremento medio del REVPAR del +11,5%, impulsado por una recuperación de tarifas del +9,8%, según el INE. Se trata de un contexto del que se beneficia especialmente Madrid, (+20,1% en REVPAR en el período junio-agosto), Barcelona (+13,6%) hasta el atentado del 17-A y la inestabilidad generada por el 1-O y ciudades costeras como Málaga (+18,0% en REVPAR), Valencia (+15,1), Santander (+13,5%) o Coruña (+8,2%).

Los **hoteles de la costa** mejoran sus resultados de forma generalizada (el 56,8% en España), por incremento de sus precios al encontrarse de hecho en niveles de plena ocupación por encima del 90% en los principales destinos españoles. Así, sus ingresos por habitación disponible (REVPAR) reducen sus ritmos de crecimiento al +6,0% en el período junio-agosto, hasta alcanzar un valor medio de 91,9€, su nivel máximo en los meses de verano. Las perspectivas, sin embargo, muestran una cierta ralentización de la demanda, que coincide con la recuperación de los destinos del Mediterráneo Oriental.

El 55,4% de las **empresas e instituciones relacionadas con la cultura, el ocio y entretenimiento** registran una mejora de sus resultados en el tercer trimestre de 2017, respecto a un verano de 2016 que ya fue positivo. Acorde con la positiva dinámica de los destinos urbanos y el aumento del gasto en destino, los museos y monumentos son los que transmiten una mejora más generalizada de sus resultados (el 61,1% los ha mejorado en este tercer trimestre), gracias al aumento de las ventas, que se registra en el 74,2% de los mismos, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR. Los parques de ocio situados en zonas de mayor presencia de turismo extranjero mejoran igualmente resultados al igual que los campos de golf, aunque de forma más moderada.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS TERCER trimestre de 2017

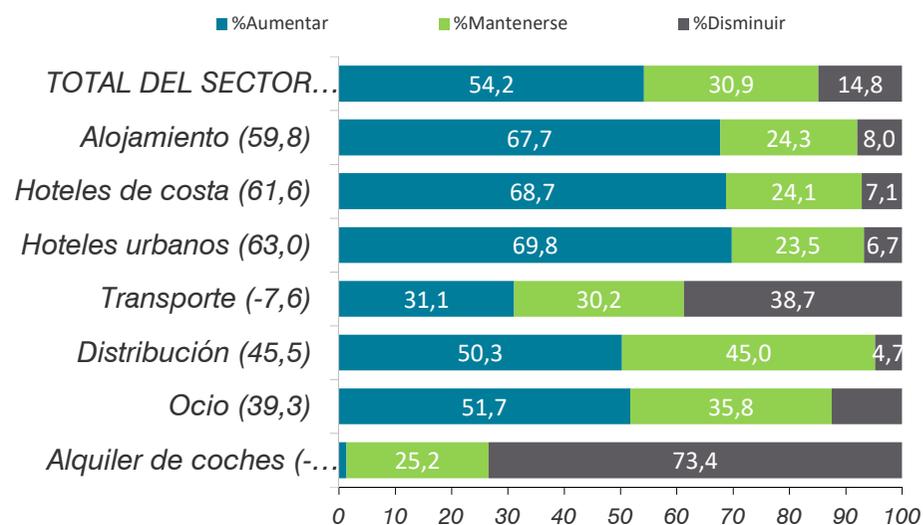
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los precios

TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Las **agencias de viajes** mejoran sus resultados gracias a las ventas de mayor margen, principalmente centrados en los destinos extranjeros y el control de costes. El 80,2% ha incrementado sus resultados este tercer trimestre del año en relación con el mismo período de 2016, mientras el volumen de ventas se ha incrementado tan sólo en el 46,8% de las agencias. Al igual que sucediera en 2016, las agencias españolas han dispuesto de un menor volumen de oferta *para la demanda interna* en algunos destinos españoles, debido a la presión sobrevenida de la demanda extranjera, lo que ha impulsado la venta de destinos del exterior y de cruceros, el producto con mayor crecimiento junto con el Caribe.

El aumento de la demanda impulsa las ventas de las empresas de **alquiler de coches**, mientras su traslación a resultados se ve mermada por la caída de precios derivada de un fuerte aumento de la flota introducida en el mercado. Concretamente, el 82,4% de las empresas de alquiler han registrado en los meses punta de verano (jul-sep) un incremento en las ventas, mientras la mejora de resultados se ha limitado al 57,9%. Según *la Encuesta de Confianza de EXCELTUR*, la fuerte competencia existente en el mercado durante este verano ha provocado una generalizada bajada de precios que se ha extendido al 73,4% de las compañías, con un 31,6% que las caracteriza de fuerte intensidad.

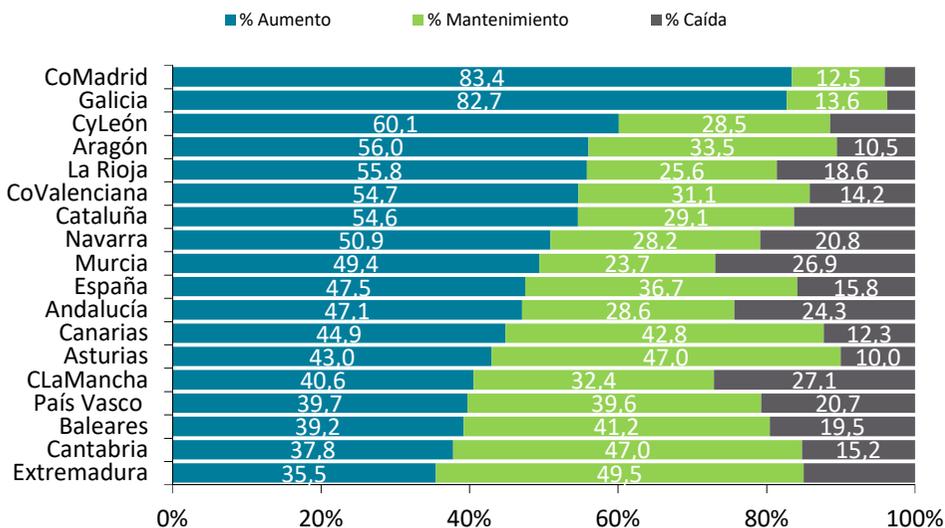
Las **compañías de transporte terrestre/ferroviario y especialmente las aéreas**, experimentan un generalizado incremento en sus ventas en España (el 95,2% de las compañías se beneficia de esta tendencia), acorde con el notable aumento de los viajeros (+6,8% los aéreos en julio y agosto), a pesar de los desafortunados conflictos vividos en el aeropuerto de Barcelona. El fuerte aumento de la demanda, la recuperación de precios (suben el +4,5% de media en julio y agosto, según el IPC del INE) y la positiva evolución de los costes del carburante han permitido al 55,0% de los operadores mejorar sus resultados.

Madrid, Galicia, Cantabria, Navarra y Cataluña, hasta los acontecimientos del 1-O, registran los mayores crecimientos en los ratios de rentabilidad turística que lidera Baleares.

- **Baleares** lidera con 103,1€ medios de REVPAR los resultados turísticos de 2017, gracias a un crecimiento del +7,2% en el período de junio-agosto de 2017 respecto a los valores de 2016. Con unos niveles de plena ocupación por encima del 90% en la oferta reglada, la mejora de ingresos se ha producido gracias a un aumento de las tarifas del +8,0%, mientras la demanda apenas ha crecido +1,0%, trasladándose parte de la misma a la oferta de viviendas, que crece de manera exponencial provocando buena parte de los brotes de contestación social en relación con la presión turística que se han producido durante el verano. En este contexto, el 53,2% de las empresas consiguen mejorar los excelentes resultados de 2016.
- Hasta la celebración del 1-O y tras un impacto limitado de los atentados del 17-A en **Cataluña** (afectó al 41,9% de empresas con una caída mayoritaria inferior al 5% en el 77,4% de los casos y con el 76,2% de los mismos que manifestaban una plena recuperación en septiembre), el devenir del turismo ha sido muy positivo. En el acumulado junio-agosto el REVPAR crece un +14,9% (en Barcelona un +10,6% en agosto). De hecho, el 68,4% declaraba a cierre de la Encuesta de Clima Turístico empresarial de EXCELTUR el pasado 29 de septiembre haber mejorado sus resultados respecto al tercer trimestre de 2016.

Opinión empresarial sobre las VENTAS. SECTOR ALOJAMIENTO. III Trimestre 2017

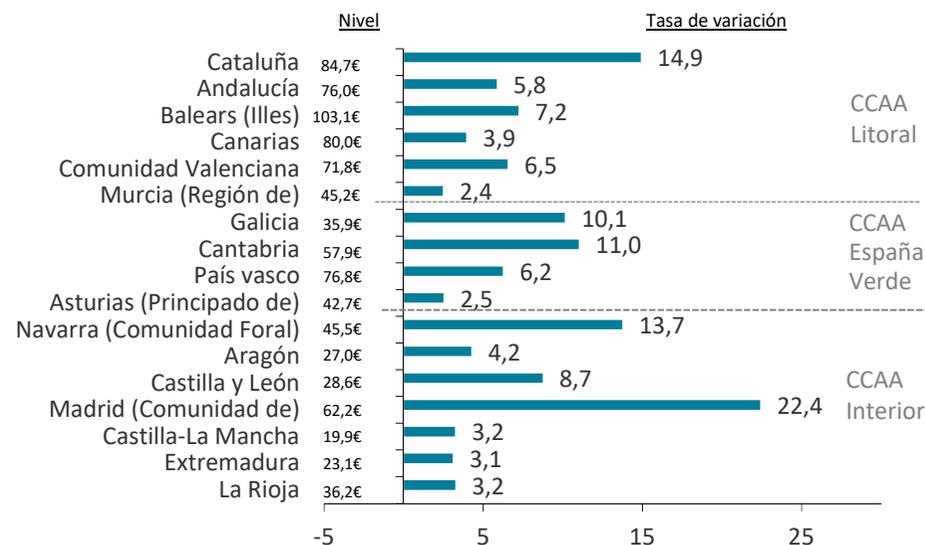
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Ingresos por Habitación Disponible (RevPar) por CCAA. Junio - Agosto 2017/2016

(Nivel en € y tasa de variación interanual en %)

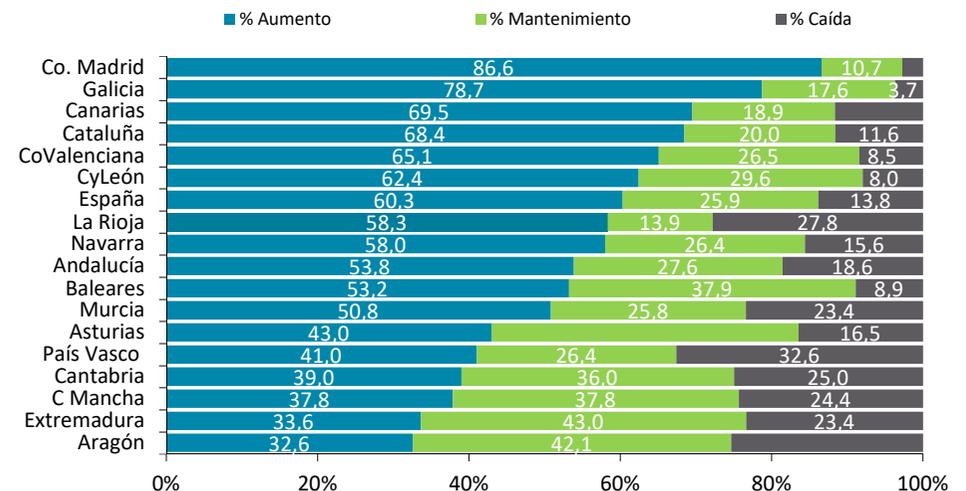
Fuente: Exceltur a partir de EOH (INE)



- *El resto de destinos de sol y playa español registran, en general, un buen verano de 2017 con mejoras en ingresos y resultados, si bien más moderados que en 2016 y el inicio del año. Este es el caso de **Canarias** (el REVPAR sube 3,9% hasta los 80,0€ y el 69,5% de los empresarios mejora sus resultados), **la Co. Valenciana** (+6,5% en REVPAR, con el 65,1% de empresas que incrementa resultados) y **Andalucía** (+5,8% en REVPAR y el 53,8% mejorando resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.*
- **Madrid** intensifica de forma notable el crecimiento que venía experimentando en todos sus indicadores turísticos, hasta registrar en el verano de 2017 los mayores crecimientos de todas las CC.AA. Sin ser los meses de mayor actividad y explicado en su totalidad por el aumento de la demanda extranjera impulsada por el aumento de la conectividad aérea, el REVPAR de los hoteles madrileños se incrementa un +22,4%, según el INE, lo que explica que el 86,6% de los empresarios madrileños experimenten un aumento de sus resultados en el tercer trimestre de 2017, respecto al mismo período de 2016, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.
- **Galicia**, favorecida por una condiciones climatológicas excepcionales frente a un clima poco benigno en el resto de comunidades de la España Verde, cierra el verano con un aumento de los ingresos del +10,1%, que ha permitido que el 78,7% de los empresarios turísticos mejoren sus resultados en acumulado julio-Septiembre de 2017 en relación con el mismo trimestre de 2016. **Cantabria**, impulsada por la inauguración del Centro Botín en junio, que ha favorecido un fuerte aumento en los precios (+9,0%), registra un crecimiento de los ingresos del +11,0%, muy concentrado en la ciudad de Santander. **Asturias** (+2,5 en ingresos) y el **País Vasco** cierran el verano en positivo, gracias a un mejor comportamiento de la demanda extranjera que la nacional (el 43,0% y el 41,0% de sus empresas, respectivamente, mejoran sus resultados durante el tercer trimestre de 2017).
- De los destinos de interior con niveles de REVPAR muy reducidos en estos meses, destaca el crecimiento de **Navarra**, que registra un aumento del +13,7% y, en menor medida, **Castilla y León** (+8,7%), en ambos casos impulsados por el fuerte crecimiento de la demanda extranjera y una recuperación de precios.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. SECTOR ALOJAMIENTO. III Trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Los atentados del 17-A han tenido a corto plazo un impacto limitado sobre el turismo concentrado en Barcelona, mientras pudiera esperarse algún posible efecto a finales del 4T sobre las reservas de ocio hacia la ciudad, en los mercados de larga distancia.

De los resultados del cuestionario ad-hoc introducido para valorar los efectos de los atentados del 17-A en la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 29 de septiembre antes de los acontecimientos del 1-O, se constata:

1

Un impacto reducido a corto plazo en Barcelona y una rápida y generalizada recuperación a las dos semanas de los atentados:

- El 47,4% de las empresas vieron afectadas sus ventas tras el atentado,
- El 76,9% de una intensidad por debajo del 5%.
- En septiembre el 74,1% de las empresas afectadas ya había vuelto a la normalidad, con un muy bajo nivel de cancelaciones.

De estos resultados se deriva, que cerrado el mes de septiembre las secuelas del 17-A, se limitaban al 12,3% de las empresas turísticas localizadas en Barcelona.

2

Un efecto sobre el volumen de reservas para el cuarto trimestre: el 42,9% de las empresas percibía en septiembre una reducción de las reservas relativas a turistas individuales de ocio, procedentes principalmente de los mercados de larga distancia: asiáticos y americanos, concentrada en los meses de noviembre y diciembre.

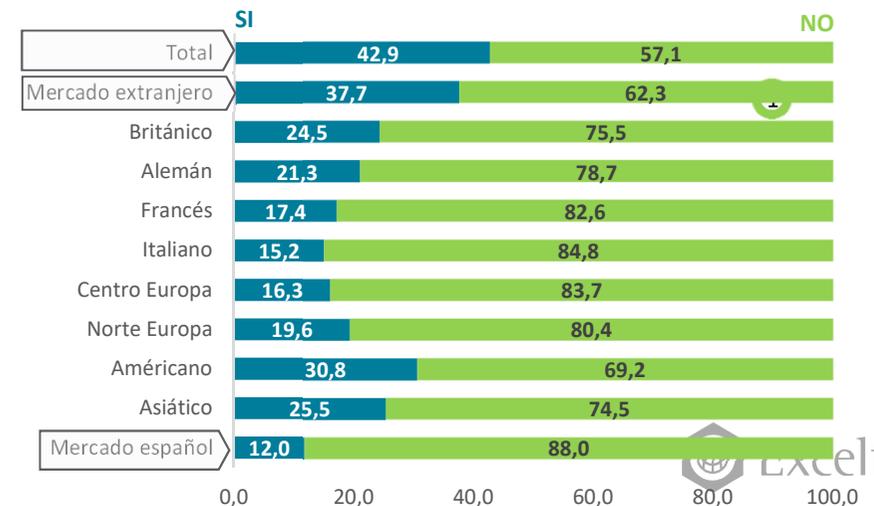
Efecto a corto plazo de los atentados del 17A en Barcelona sobre las ventas del sector de alojamiento

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Impacto previsto de los atentados del 17A en Barcelona sobre las ventas por mercados en alojamientos para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los atentados apenas han afectado al resto del sector turístico español, con un limitado y pasajero impacto sobre los mercados de larga distancia en algunos destinos urbanos como Madrid y las ciudades del País Vasco.

3

Los sucesos del 17-A apenas han afectado a otros destinos españoles. Tan sólo se ha apreciado un primer impacto que merezca la pena reseñar, en los mercados de larga distancia en Madrid y las ciudades vascas, que ha evolucionado a la recuperación a corto plazo.

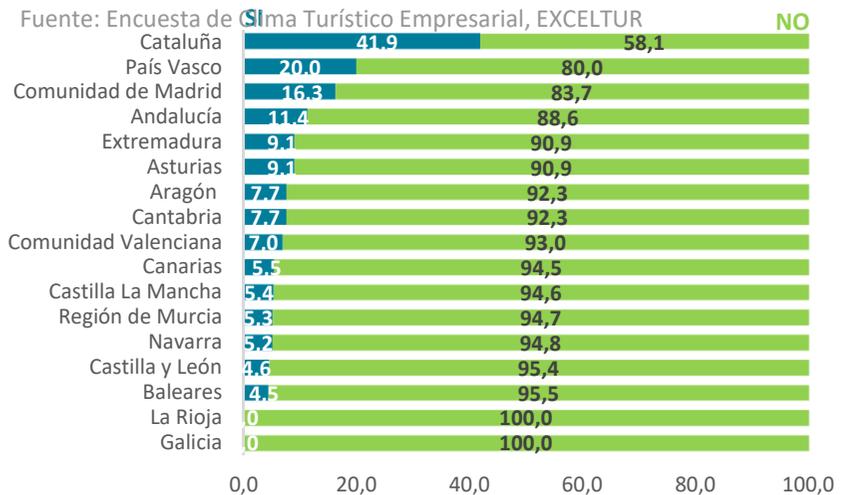
4

El efecto sobre el conjunto del sector turístico español ha sido muy limitado. Incluyendo la valoración de todos los subsectores de la cadena de valor turística (Alojamiento, AA.VV. empresas de transporte y de ocio), el efecto se circunscribió al 13,1% de las empresas, la mayor parte localizadas en Cataluña, y el 82,2% ya había recuperado la normalidad en septiembre.

5

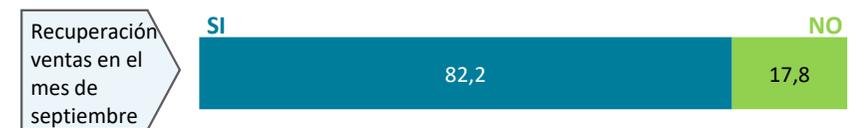
El sector turístico español ha mostrado una mayor capacidad de recuperación frente a otros atentados recientes en otras capitales europeas o respecto a los acontecidos en España, como el 11-M, en buena medida gracias a la imagen internacional de seguridad país y de solidaridad y apoyo de la ciudadanía y los propios operadores turísticos (hoteles, taxistas) tras los atentados.

Impacto de los atentados 17A sobre las ventas en el corto plazo por destinos



Efecto de los atentados del 17A sobre las ventas del conjunto del sector turístico español a corto plazo

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





PERSPECTIVAS
TURISTICAS

PREVISIONES PARA EL
CUARTO TRIMESTRE Y
CIERRE DE AÑO 2017

Se enfría el ritmo de avance de la actividad turística en el IV trimestre de 2017.

Tras el positivo devenir de la actividad turística en España en los tres primeros trimestres de 2017, los últimos meses del año serán previsiblemente testigos de un menor dinamismo del PIB turístico debido principalmente a los siguientes factores:

1

Paulatina vuelta a la normalidad de los destinos turísticos del Mediterráneo Oriental y Norte de África y ciudades europeas, comienzan a recuperar parte de los turistas perdidos en los últimos años de los que se beneficiaron los destinos españoles.

2

Ralentización prevista de la capacidad de consumo turístico del mercado británico en la recta final del año, dentro de una senda de crecimiento positivo aunque de menor intensidad (+1,0% en el IVT de 2017 vs +2,0% medio de los tres primeros trimestres).

3

Caída de la actividad turística en Cataluña tras los acontecimientos del 1-O, que se superpone a unos posibles impactos en Barcelona de los atentados del 17A sobre las ventas a turistas en los últimos meses del año, especialmente en mercados de larga distancia.

Salvo lo que pueda afectar a Cataluña, la demanda turística internacional hacia el resto de España seguirá creciendo en el último trimestre de 2017 en un contexto de fortalecimiento de las economías europeas y elevada conectividad aérea, aunque a ritmos más moderados por la recuperación de los competidores del mediterráneo oriental, unido a posibles impactos del 17-A en mercados lejanos.

1. La recuperación percibida en los destinos turísticos competidores del mercado mediterráneo en los últimos meses, junto al clima de inestabilidad geopolítica interno derivado de los atentados del 17-A y la situación política en Cataluña, sugieren que la redistribución de flujos turísticos hacia algunos destinos de España de la que veníamos favoreciéndonos, se reducirá en los próximos meses.

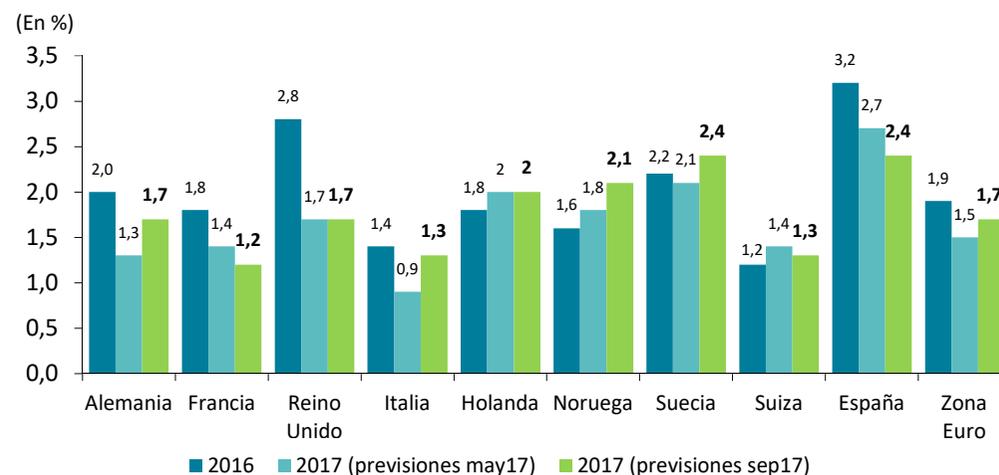
2. En este sentido el devenir de la demanda turística internacional estará más vinculada al escenario de **fortalecimiento de las economías de nuestros principales mercados emisores europeos**, así como a la **apuesta por la conectividad aérea** hacia España desde Europa y emisores de largo radio como Norte América y mercados asiáticos, que a la inestabilidad geopolítica que ha afectado a diversos países y ciudades competidoras.

3. Dentro de los principales mercados emisores, el impacto socio-económico para España de los turistas británicos seguirá levemente condicionado **por el menor menor crecimiento del consumo de sus hogares británicos** (+1,0% en el IVT de 2017 vs +2,0% medio de los tres primeros trimestres).

4. El positivo comportamiento previsto del consumo de los hogares de los **países nórdicos y Holanda** y las evidencias de la recuperación de la economía **rusa** (+2,0% en PIB, según la OCDE en septiembre de 2017), avalan las buenas expectativas para el desempeño turístico de estos mercados en España en los próximos meses, aunque de menor intensidad en el mercado ruso, por la gradual recuperación de los destinos turcos.

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

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

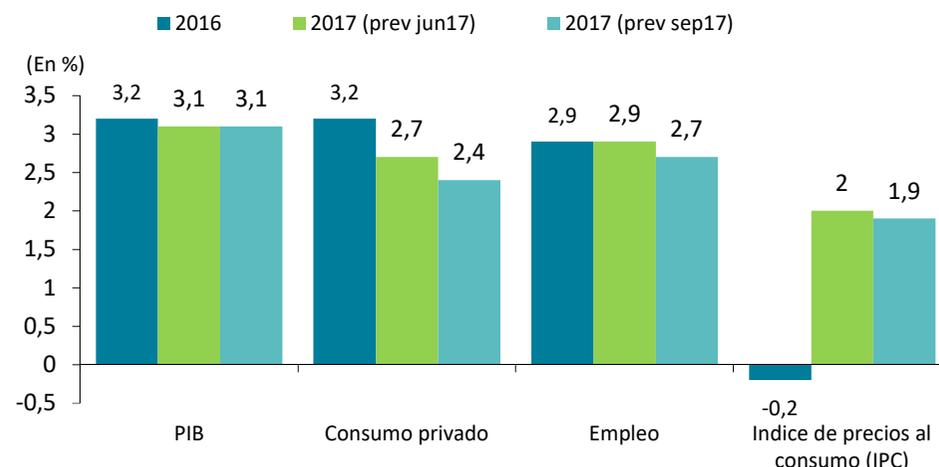


El dinamismo de la demanda nacional se mantendrá en los últimos meses de 2017 en un favorable contexto macroeconómico, aunque en una senda de leve ralentización.

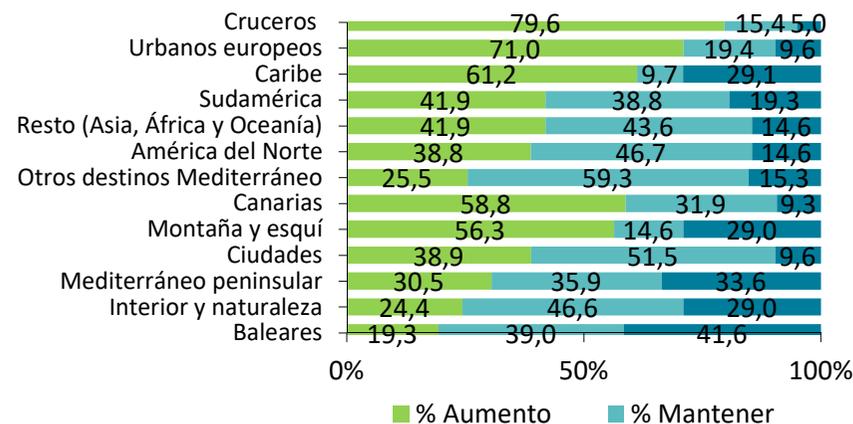
1. Los buenos condicionantes macroeconómicos para empresas y familias españolas esperados para el IV trimestre de 2017 **favorecerán el consumo turístico de los españoles** en unos meses con un calendario laboral propicio para escapadas en puentes y largos fines de semana. La capacidad de gasto turístico de las familias españolas en sus viajes y excursiones dentro y fuera de España seguirán básicamente sustentada en la esperada prolongación de la senda positiva de creación de empleo para los próximos meses y su traslación en términos de renta para las familias en un marco de contenida inflación.
2. Aún manteniéndose el dinamismo de la demanda turística de los españoles, los **ritmos de crecimiento tenderán a una ligera ralentización por la paulatina desaparición de los efectos positivos que sobre las rentas de los hogares tuvo la caída del precio del petróleo y la política fiscal, y la proyectada desaceleración de los ritmos de avance del PIB y empleo** en los próximos meses, según el consenso de analistas económicos.
3. Dentro de España, los grandes grupos de turoperadores y agencias de viajes, esperan un buen comportamiento de las ventas en los destinos y productos tradicionales de la temporada de invierno, viajes relacionados con deportes de montaña y nieve y Canarias. Mientras, la fortaleza del euro, junto a la elevada conectividad aérea seguirán impulsando los desplazamiento turísticos de los turistas españoles a destinos urbanos europeos, Caribe y larga distancia. Así mismo, siguen destacando el incremento de las ventas previstas de cruceros.

Comportamiento previsto de las principales variables macroeconómicas del mercado emisor español. 2016-2017

Fuente: Exceltur a partir de INE y Banco de España (jun,sep17)



Ventas previstas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas para el IV Trimestre de 2017



Mayor cautela dentro de unas generalizadas expectativas positivas entre los empresarios turísticos para el cuarto trimestre de 2017.

Según la Encuesta de Confianza Turística Empresarial cerrada a 29 de septiembre de 2017 (antes del 1-O), el tono de optimismo entre los empresarios turísticos españoles se mantiene aunque con un mayor grado de cautela. El **52,0%** de los empresarios anticipan un nuevo incremento de las **ventas** respecto los buenos niveles del cuarto trimestre de 2016, y el **45,6%** esperan poder trasladar esta mejora en un crecimiento **interanual** de sus **resultados**, aumentos que en la mayoría de los casos serán de leve intensidad.

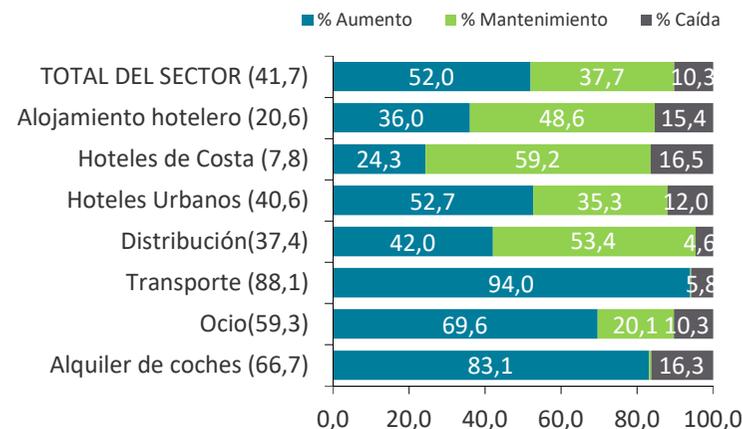
La mayor demanda turística prevista para los últimos meses del año, junto a la mayor capacidad de gasto en destino evidenciada a lo largo de 2017, **beneficiará en el cuarto trimestre a las empresas de transporte de pasajeros, empresas de alquiler de coches y prestadores de servicios de ocio**. El elevado nivel de oferta de conexiones aéreas con España seguirá presionando a la baja los precios, que junto al leve aumento de costes laborales y de suministros, condicionará la traslación de estas mejoras en ventas a los resultados de las compañías aéreas. Por su parte, el 75% de las compañías rent-a-car y parques temáticos mayoría de principales museos y monumentos españoles y campos de golf localizados en destinos con creciente presencia del turismo internacional descuentan mejoras en sus resultados en el cuarto trimestre de 2017.

Los **hoteles urbanos** se verán beneficiados igualmente de esa mayor conectividad internacional y doméstica, además de por el empuje de la actividad MICE y los viajes de negocios. Los **hoteles de costa peninsular y del archipiélago balear** se muestran más cautelosos respecto a sus resultados en el cuarto trimestre de 2017, meses con menor nivel de actividad, condicionados por la moderación de los ritmos de avance de la demanda internacional, debido a la recuperación de los destinos vacacionales del Mediterráneo Oriental.

La leve ralentización prevista del gasto turístico de los españoles también se dejará notar en los principales grupos de agencias de viaje, que en un elevado porcentaje (52,0%) sugieren repetirán los resultados de los últimos meses de 2016, mientras que el 43,1% esperan poder mejorar sus resultados un trimestre más.

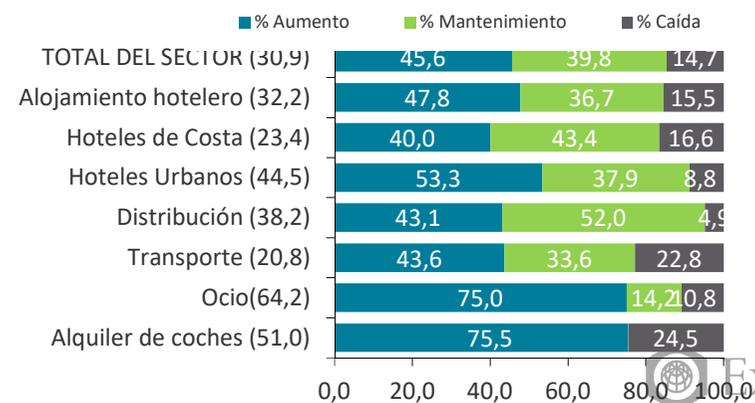
Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el CUARTO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Madrid y Canarias revelan las expectativas empresariales más positivas para los tres últimos meses turísticos de 2017.

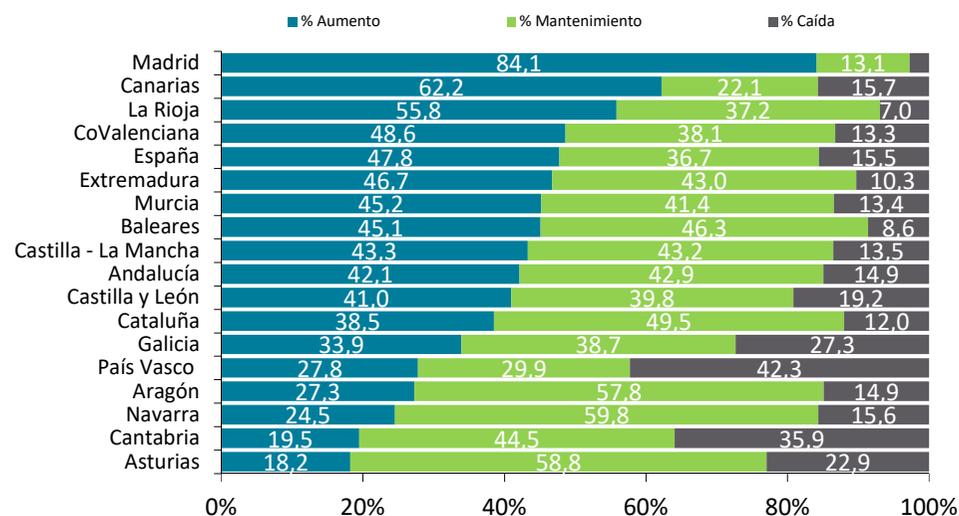
Madrid, entre los destinos urbanos, y Canarias en los vacacionales serán los principales beneficiados del incremento de afluencia turística en los tres últimos meses de 2017 según anticipan sus empresarios (el 84,1% de los establecimientos turísticos madrileños y el 62,2% de los canarios esperan incrementos interanuales en sus resultados empresariales respecto a los del último trimestre de 2016). Los destinos urbanos andaluces, La Rioja y destinos de la Comunidad Valenciana revelan igualmente en un alto porcentaje (superior en los dos primeros y cerca del 50% en los valencianos) buenas expectativas en términos de crecimiento interanuales de los resultados en los tres últimos meses de 2017.

Aunque con un menor consenso que en trimestres anteriores, las expectativas empresariales en Baleares y Murcia, las dos Castillas y Extremadura, en destinos de interior y el conjunto de Andalucía, son en un alto porcentaje positivas. Por su parte, tras el 17-A y anteriormente a los acontecimientos del 1-0, los empresarios turístico catalanes descontaban en un alto porcentaje un cuarto trimestre similar al de 2016.

El Norte de España muestra de manera generalizada una notable cautela respecto a los resultados de los últimos meses del año, predominando aquellos empresarios que anticipan un trimestre similar al del año anterior, en un contexto de paulatina desaceleración del consumo turístico de los españoles y unas condiciones meteorológicas que hasta la fecha están favoreciendo el desplazamiento a zonas de costa del litoral mediterráneo.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos. Sector Alojamiento IV de Trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur





ESCENARIO PREVISTO
PARA EL 4º TRIMESTRE DE
2017 EN CATALUÑA, A RAÍZ
DE LOS SUCESOS DEL 1 DE
OCTUBRE

ESCENARIOS PREVISTOS PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2017 EN CATALUÑA, A RAIZ DEL 1-O

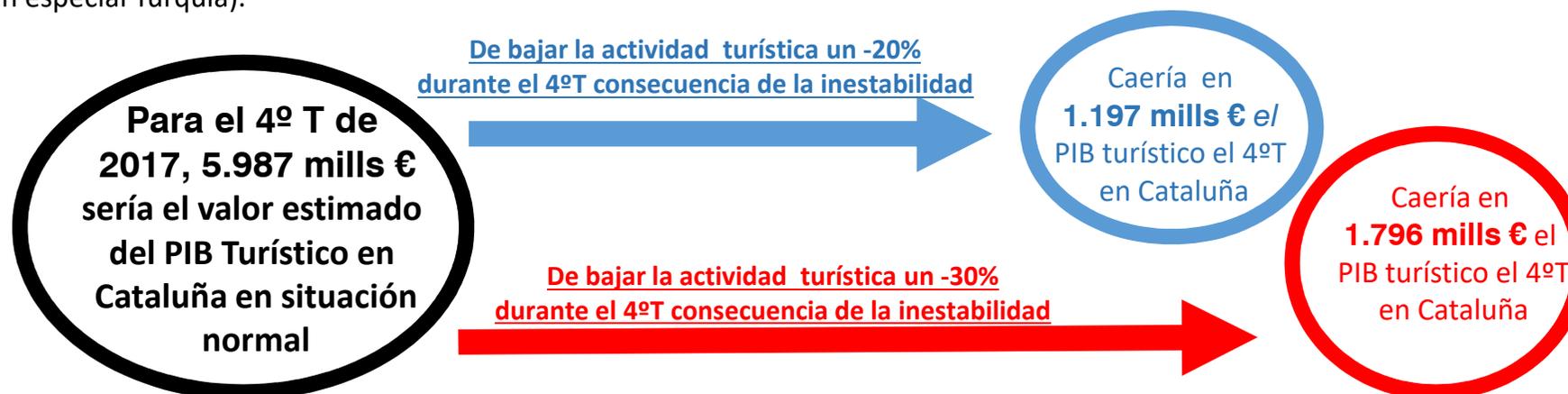
De seguir la actual tendencia de caída del conjunto de actividad turística y reservas de un -20%, que a raíz del 1-O, ya se acusa para el cuarto trimestre en Cataluña, el sector turístico catalán y en especial Barcelona, sufriría un descenso de su volumen de negocio de 1.197 millones de euros, en el escenario mas moderado y de hasta 1.796 Millones de Euros de agravarse la caída de actividad a un -30% .

En el contexto de la notable inestabilidad política existente y las crecientes incertidumbres sobre su evolución, junto a un escenario de posibles nuevos altercados que incidirían sobre la imagen turística y de orden publico en Cataluña, el impacto de lo ya acontecido en los pocos días transcurridos hasta la fecha (incluido el puente), ha provocado caídas del conjunto de actividad turística en torno al -15% y se anticipa un mayor impacto sobre las reservas a futuro así como un parón, por el momento a corto plazo, en diversas inversiones en proyectos turísticos que estaban previstas iniciarse antes de fines de 2017.

De cara a los tres últimos meses de 2017 y al cierre de este informe, las reservas de los operadores turísticos ya registran caídas en Cataluña que en su banda baja giran en torno al -20%, muy especialmente en Barcelona, en plena temporada de congresos y turismo de ocio y de compras. Ello podría presagiar para el 4ºT en un deterioro económico más que impredecible, con efectos inducidos muy negativos sobre el empleo (*405.000 personas en total dependen el 4ºT del sector en Cataluña*) y sobre otros sectores afectos por los efectos arrastre de la principal actividad económica de Cataluña: El turismo

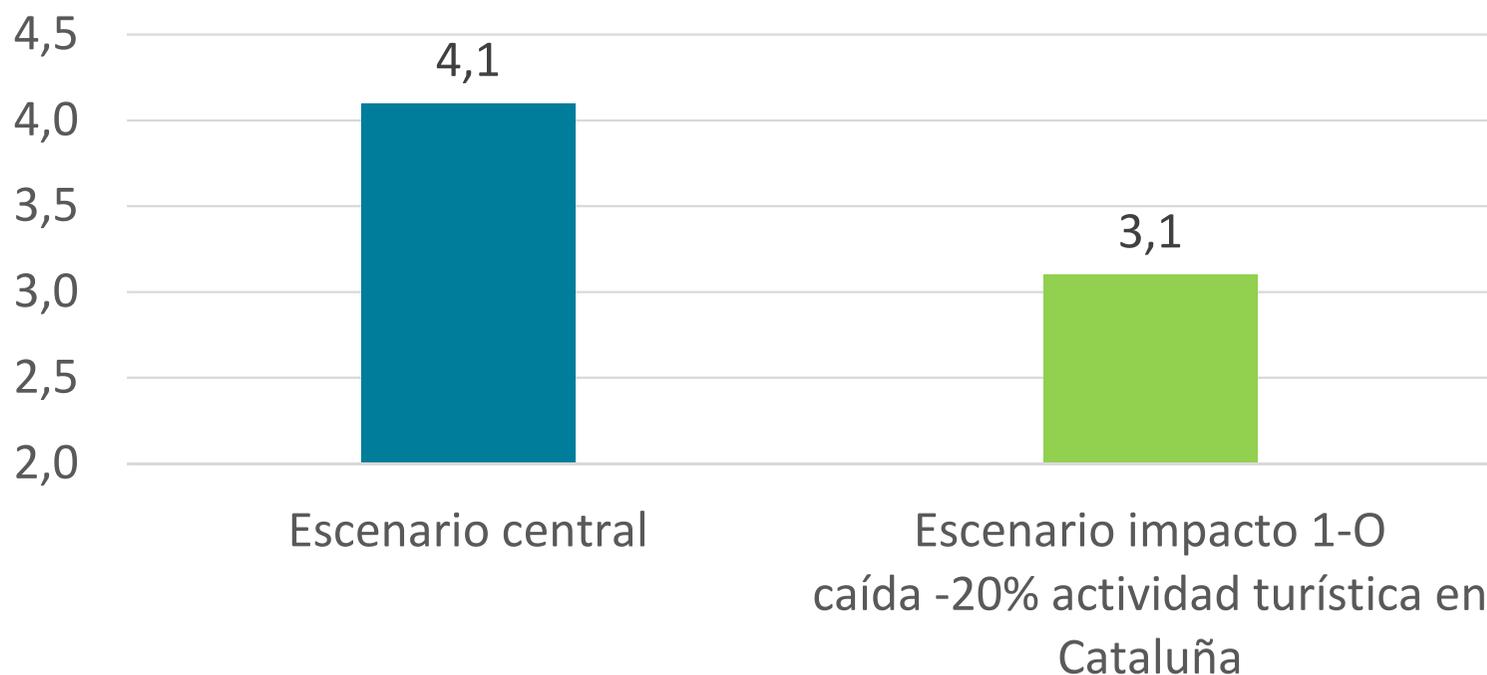
De seguirse en *los últimos meses del 2017* un escenario de volatilidad que reafirmaría los presagios de una progresiva y *mayor* caída de afluencia o gasto turístico, dado que en condiciones normales el valor económico del turismo en el 4ºT en Cataluña se aproximaría a los 6 mil mill. de euros, **el impacto de las inseguridades del 4T, podría oscilar entre los 1.197 millones menos de euros de caer un -20% la actividad, hasta 1.796 millones de caer un -30%.**

Hasta la fecha la situación de inestabilidad en Cataluña no ha afectado a la evolución de las ventas y reservas del resto de destinos turísticos españoles, que siguen creciendo de forma notable, muy en especial Madrid que esta captando el desvío de algunos flujos de turistas y reuniones de Barcelona, aunque a ritmos más moderados acorde con las previsiones macroeconómicas y la recuperación de los principales mercados competidores del Mediterráneo Oriental (en especial Turquía).



Si bien la creciente inestabilidad derivada del 1-O tan sólo afecta por el momento a la demanda turística hacia Cataluña, dado el peso de esta CCAA sobre el conjunto del sector turístico español, de mantenerse a lo largo del 4º trimestre la caída de actividad del 20% que ya presagian las reservas disponibles hasta final de año, especialmente en Barcelona, Cataluña restaría un punto al crecimiento turístico para el conjunto de España en 2017 del +4,1% al +3,1%.

PIB Turístico del total de España para el conjunto de 2017.
Impacto del efecto del 1-O sobre el crecimiento total del PIB español
Tasa de variación interanual en %





OTRAS INCIDENCIAS DEL
VERANO 2017 A SER
TENIDAS EN CUENTA

OTRAS INCIDENCIAS DEL VERANO 2017 A SER TENIDAS EN CUENTA

Si bien algo velado por el impacto de la inestabilidad en Cataluña, no cabe olvidar un aspecto clave que se ha recrudecido en varios puntos de la geografía española de gran éxito turístico este verano (Barcelona, Ibiza, Palma de Mallorca, San Sebastián y Madrid):

La contestación social contra el turismo, mal llamada Turismofobia, que al margen de su instrumentación política y puntual, en este verano por algunos grupos radicales en la órbita catalanista, no deja de precisar una serena y profunda reflexión sobre las razones de su génesis, sus fundamentos sociales y sus posibles y diversas respuestas institucionales. Todo ello requiere de una visión de estado y un enfoque más global, para acertar en la mejor manera de revertir o evitar se extiendan o agraven esas actitudes.

EXCELTUR, sigue creyendo que en el desborde puntual de afluencia que viven algunos destinos y en el crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas que los acogen, y la impunidad legal en la que se desenvuelven, está gran parte de la génesis de un problema social ligado a las externalidades que sufre una ciudadanía que no discrimina entre los actores turísticos que las causan. EXCELTUR abordará este tema como uno de los dos ejes centrales de su IX Foro de Liderazgo Turístico la víspera de FITUR 2018.

De ahí que sentimos una vez más que la situación requiere con la mayor prioridad y celeridad, de un gran acuerdo nacional liderado desde el Gobierno que coordine, por un lado, la legislación y actuaciones de las CCAA, unido al más riguroso control posterior de su cumplimiento y por otro, impulse una acción firme en Bruselas para procurar como país líder turístico que se sancionen directivas claras que obliguen a la corresponsabilidad de las plataformas, en velar por el cumplimiento de las leyes que finalmente les aplique.



PERSPECTIVAS TURISTICAS

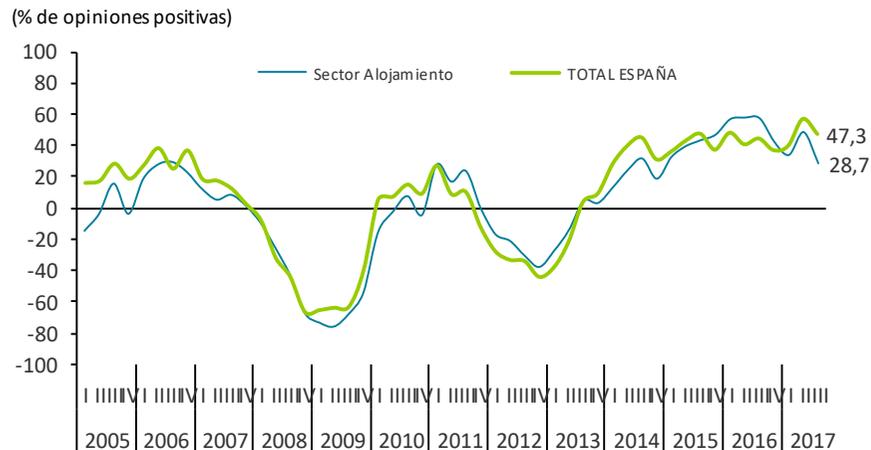
Anexo estadístico.
Resultados detallados por
subsectores.

1. Sector alojamiento hotelero

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

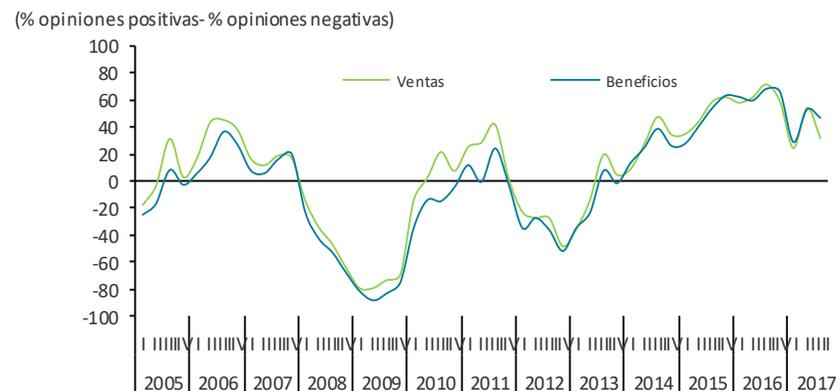
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial (*). Total España. Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

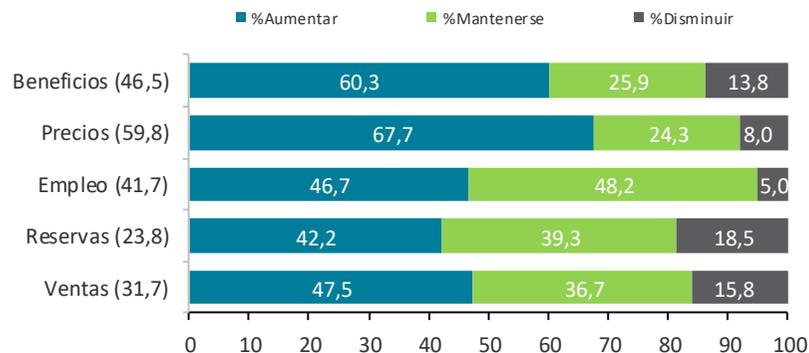


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

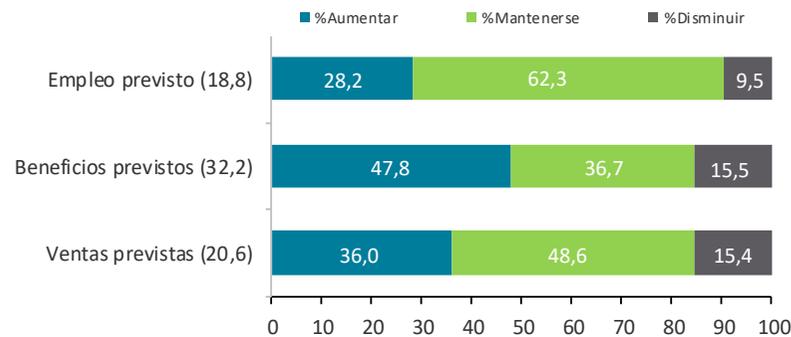
Opinión empresarial de los HOTELES españoles
 TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de los HOTELES españoles.
 Expectativas para el CUARTO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



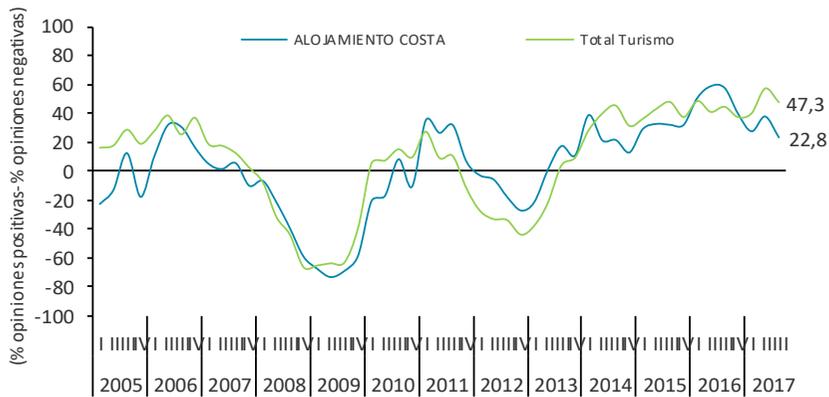
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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.

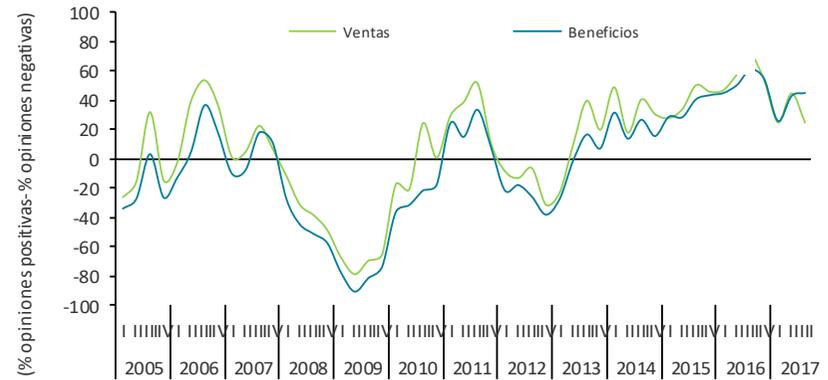
1.a. Hoteles costa

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

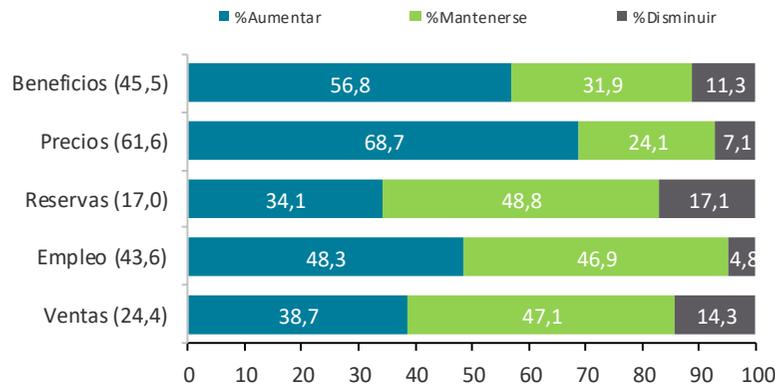


(* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles
TERCER trimestre de 2017

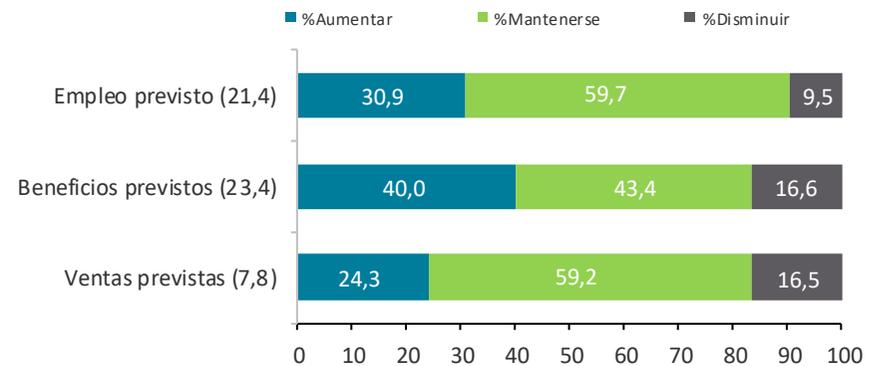
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 CUARTO 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.

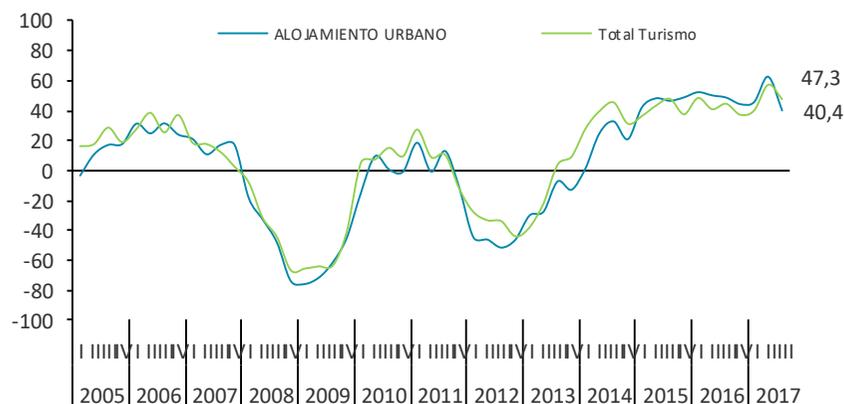
1. b. Hoteles urbanos

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

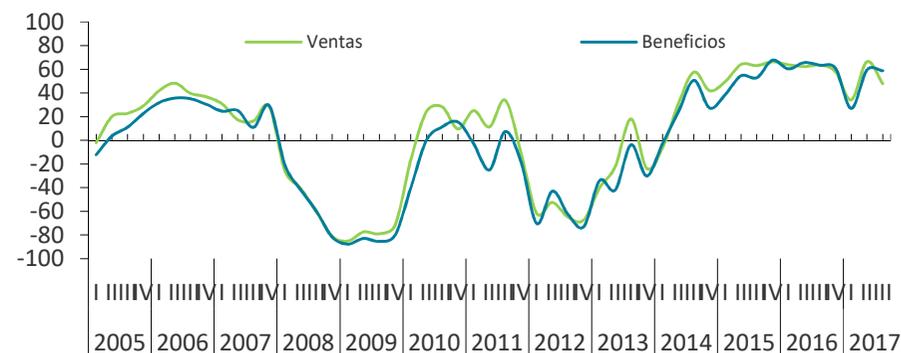
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero. Hoteles Urbanos.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



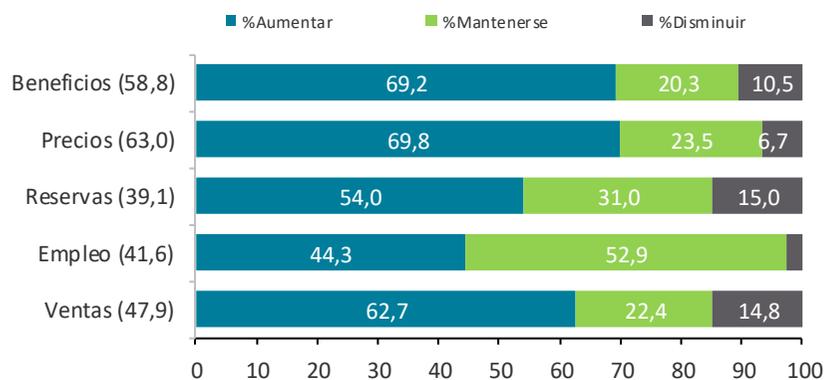
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles

TERCER trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR

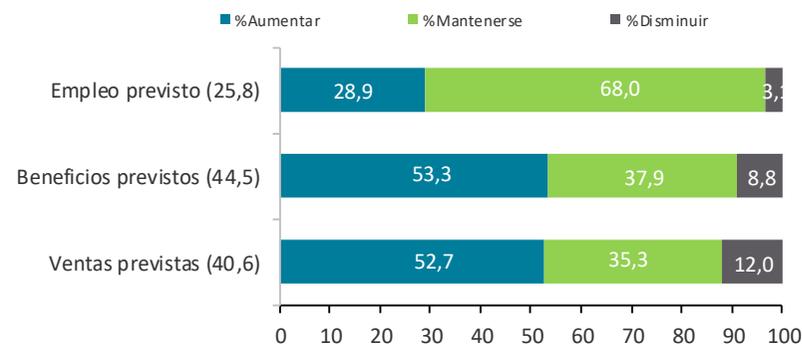


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.

Expectativas para el CUARTO Trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

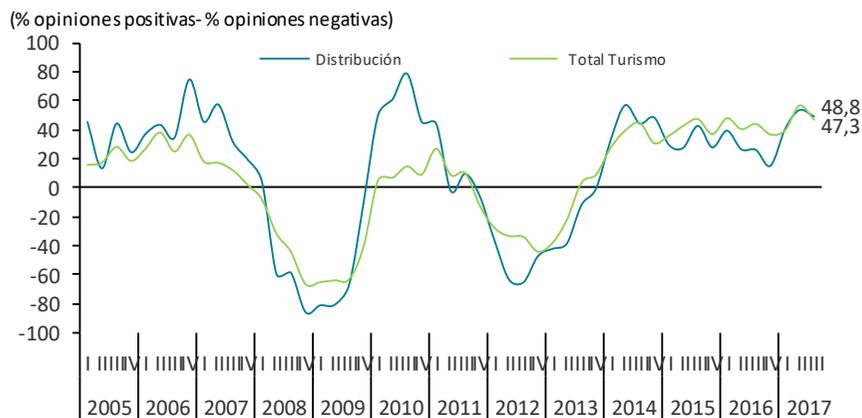
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta 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

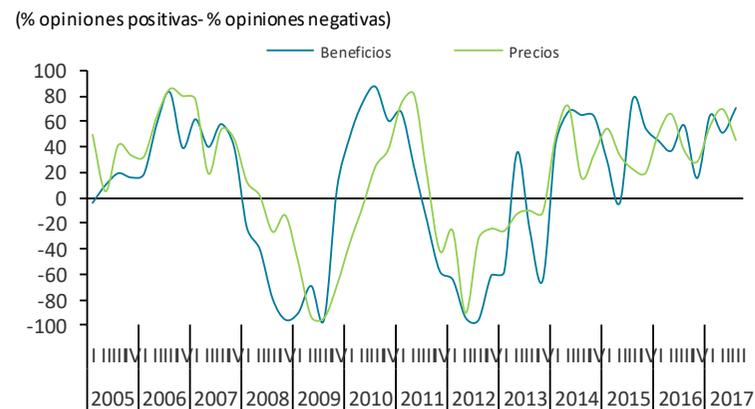
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial (*) AA.VV y Touroperadores españoles

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

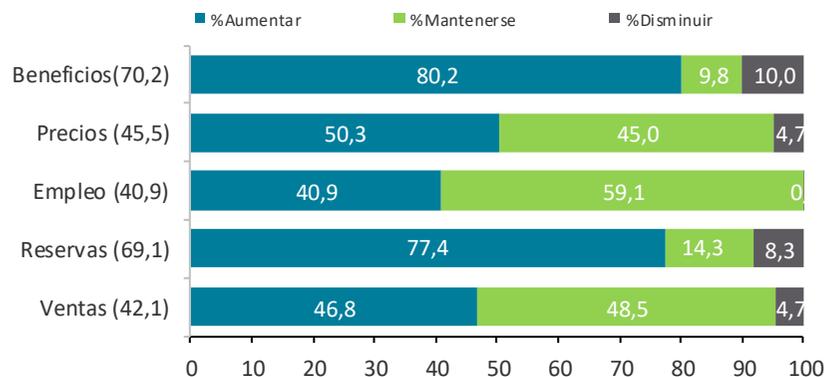


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

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

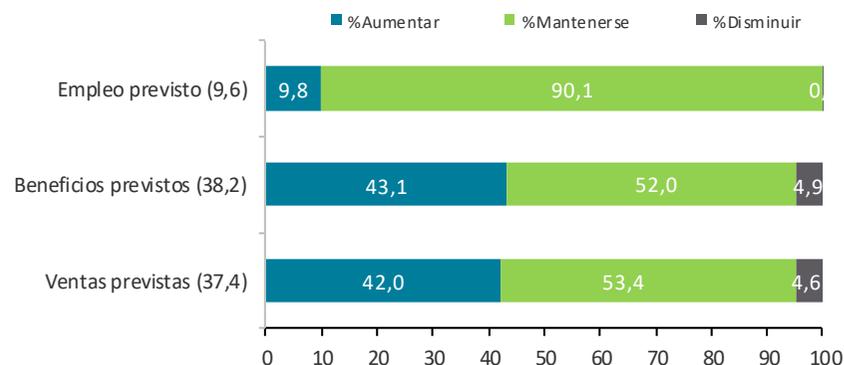
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales (*) de AA.VV. y Touroperadores españoles Expectativas empresariales para el CUARTO 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.

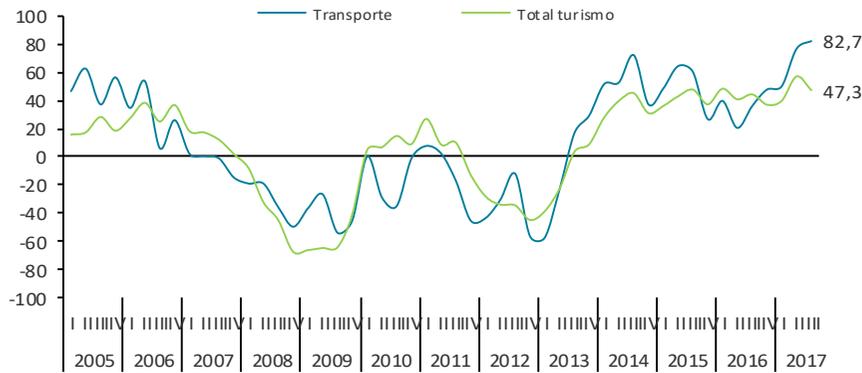
3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

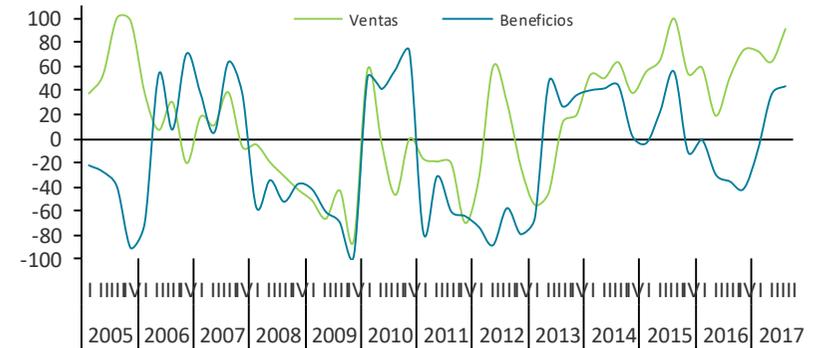
(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



Opinión empresarial (*) Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas-% opiniones negativas)

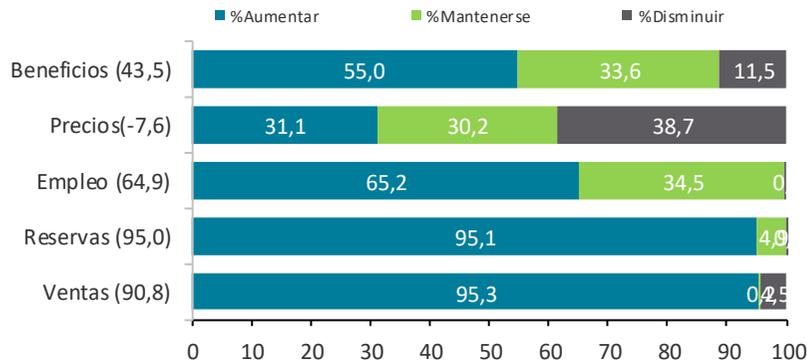


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

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

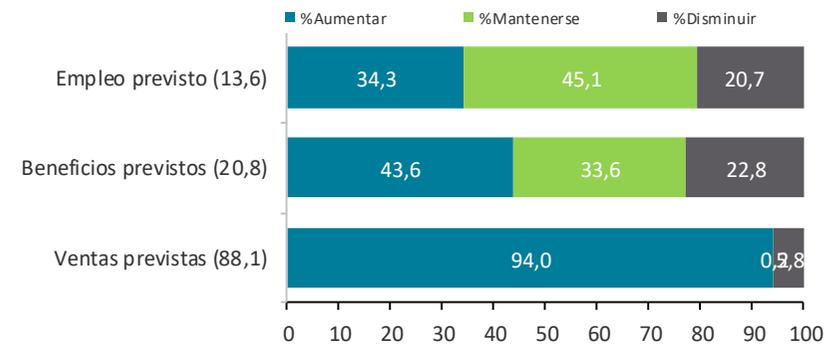
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para el CUARTO 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.

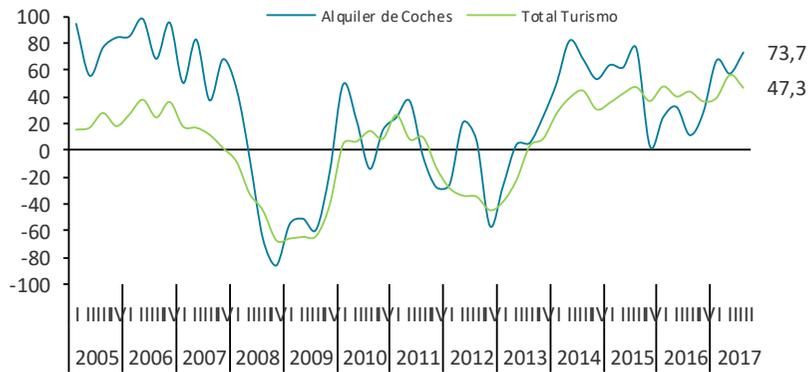
3. a. Empresas de alquiler de coches

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

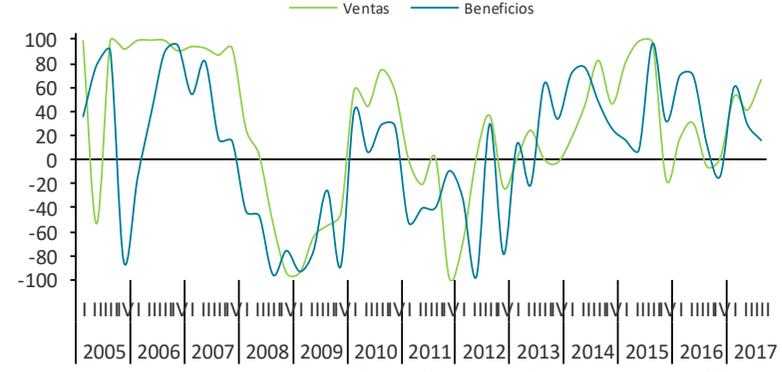
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*). Empresas alquiler de coches.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



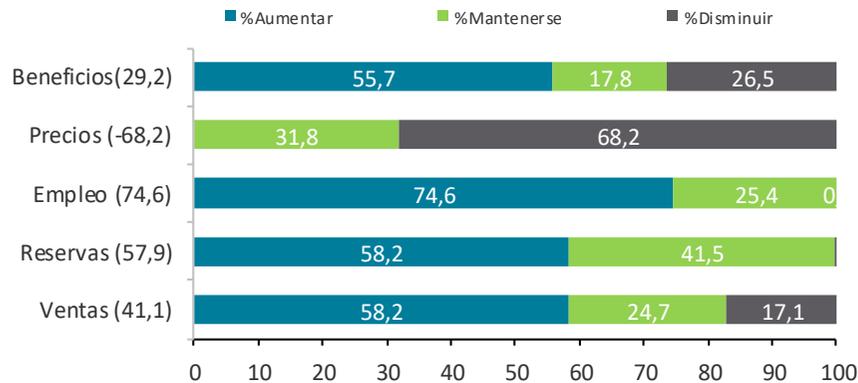
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches

TERCER Trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR

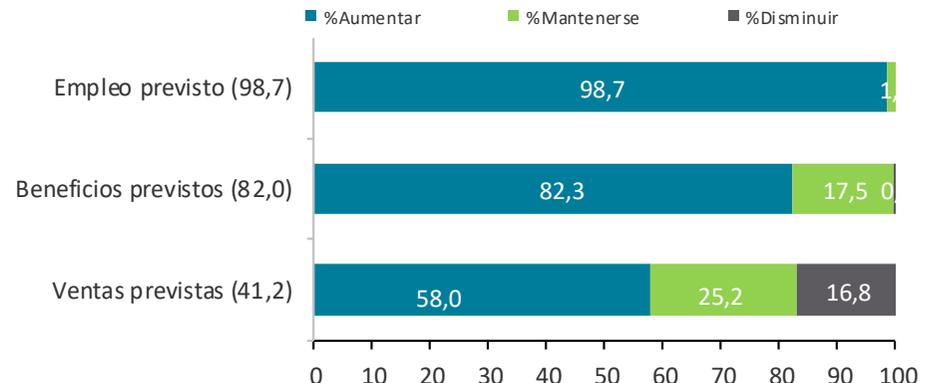


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches

Expectativas para el CUARTO Trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

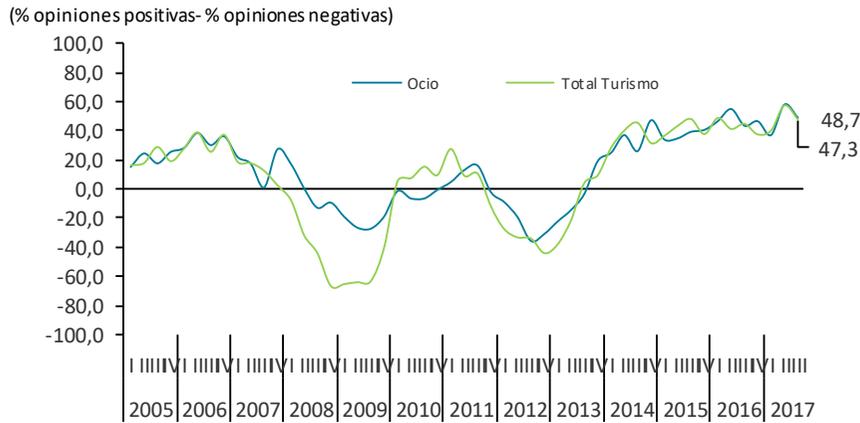
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta 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

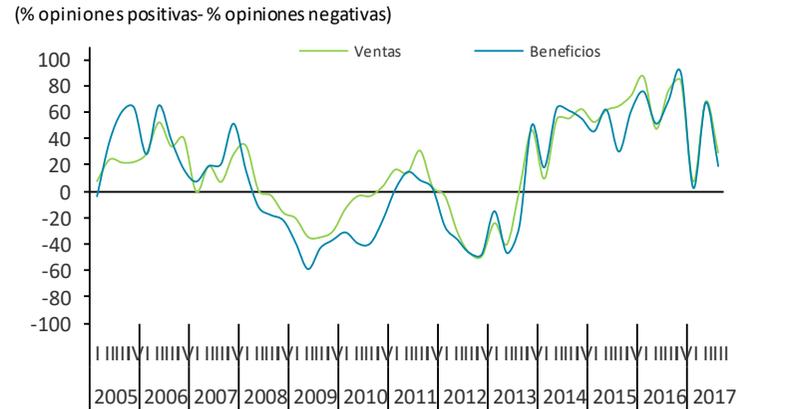
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

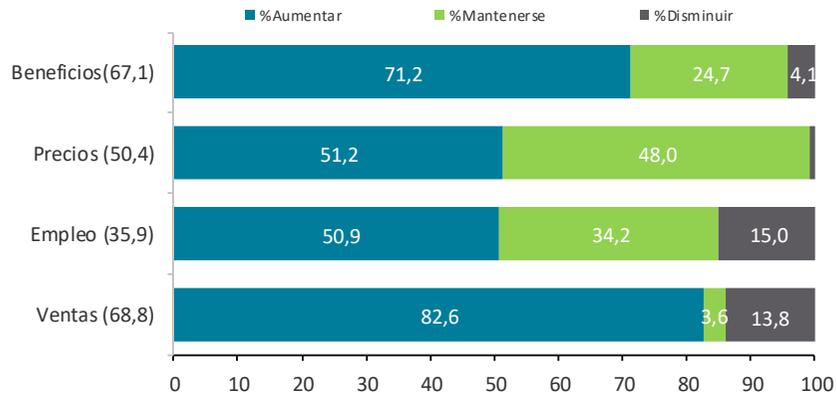


(* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

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

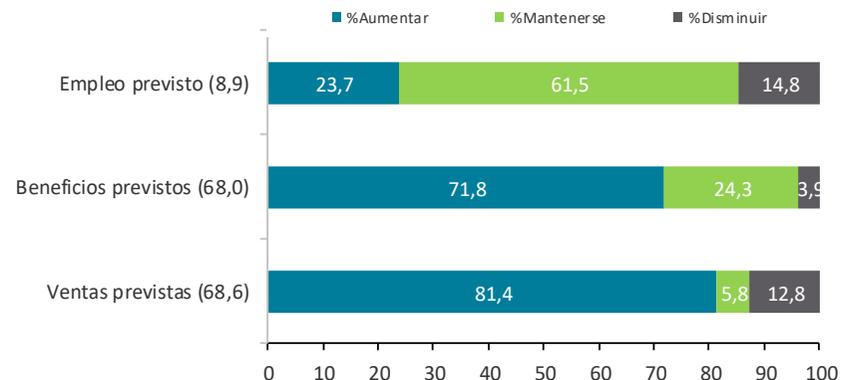
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



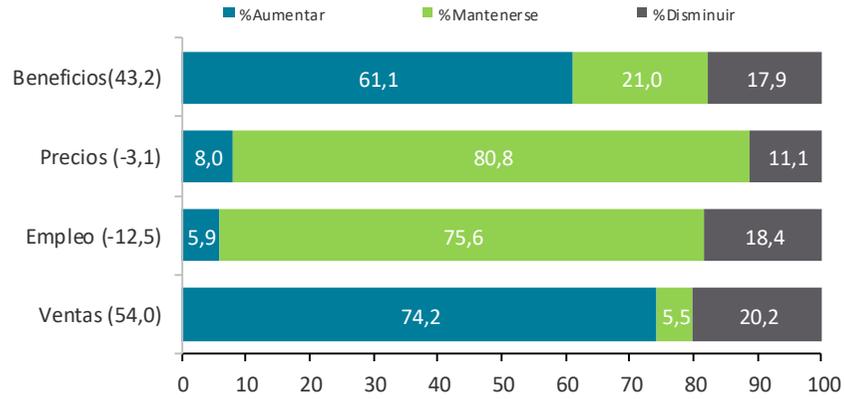
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(* 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.

4.a. Museos y monumentos

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. TERCER trimestre de 2017.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

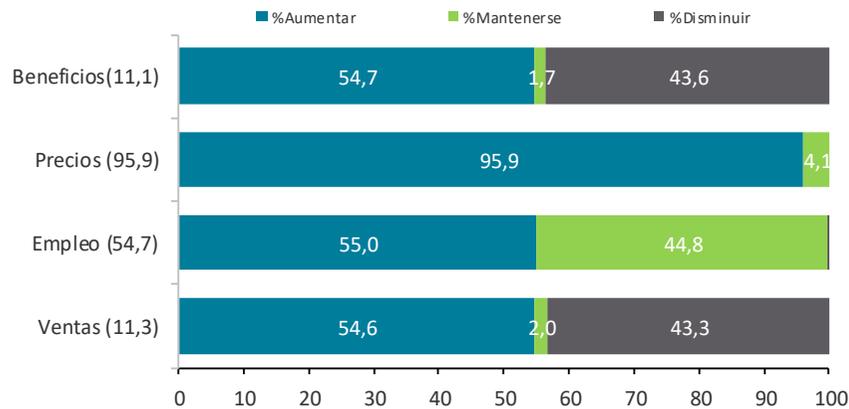


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.b. Parques de ocio

Opiniones empresariales de los Parques de ocio. TERCER trimestre de 2017.

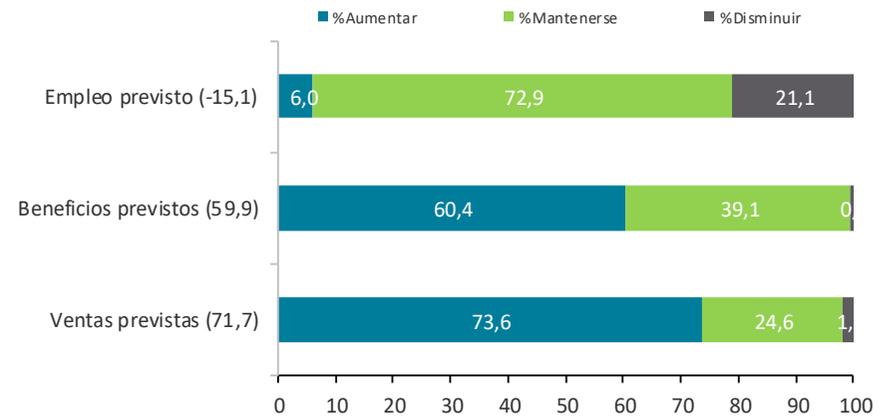
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

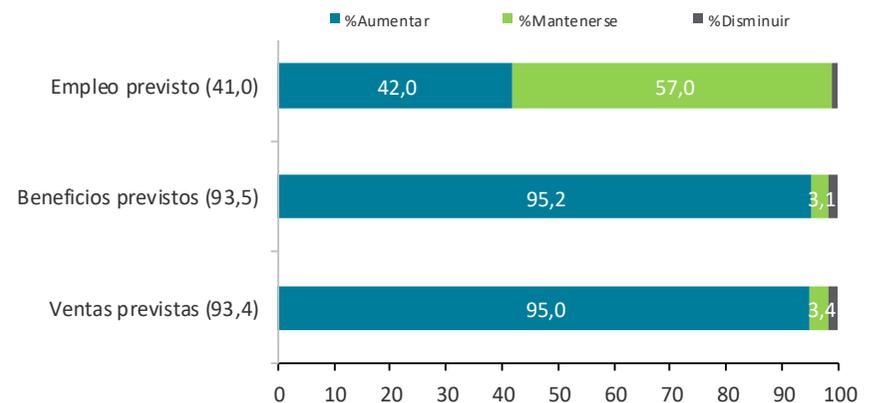
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

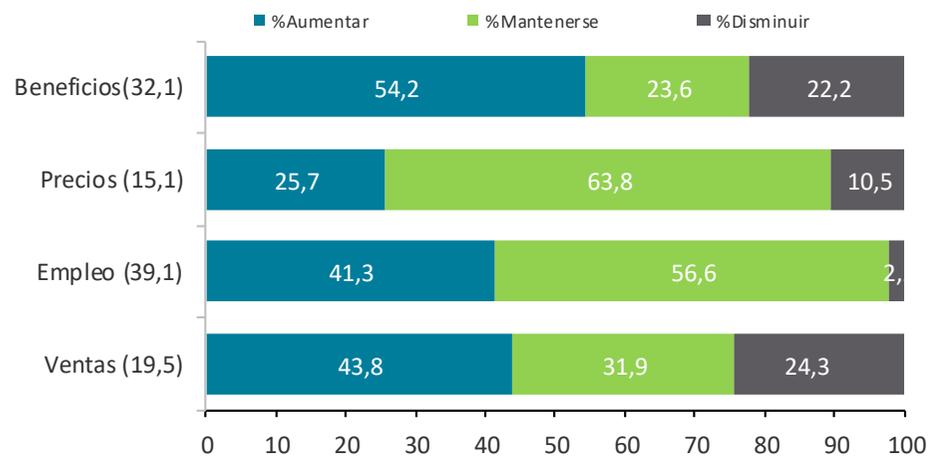


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.c. Campos de golf

Opiniones empresariales de los Campos de golf. TERCER trimestre de 2017.

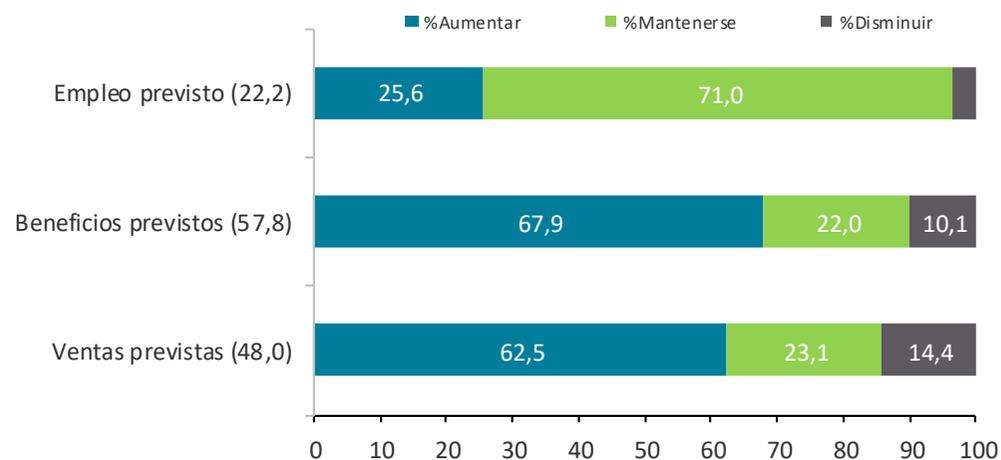
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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



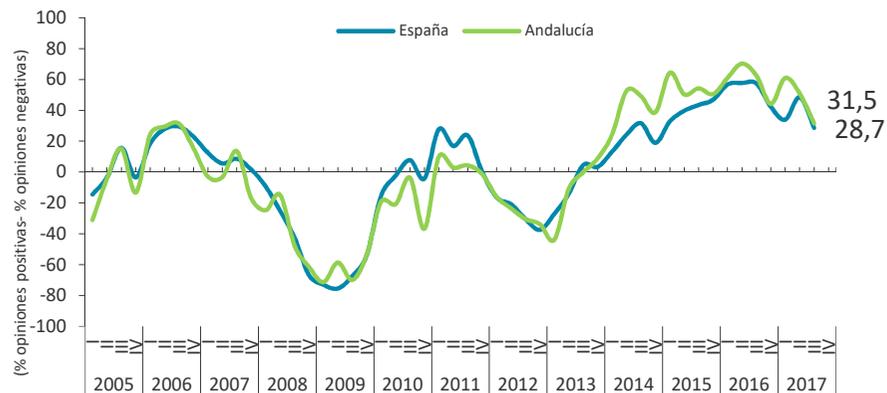
PERSPECTIVAS TURISTICAS

Anexo estadístico.
Resultados detallados por
comunidad autónoma.

1. Andalucía

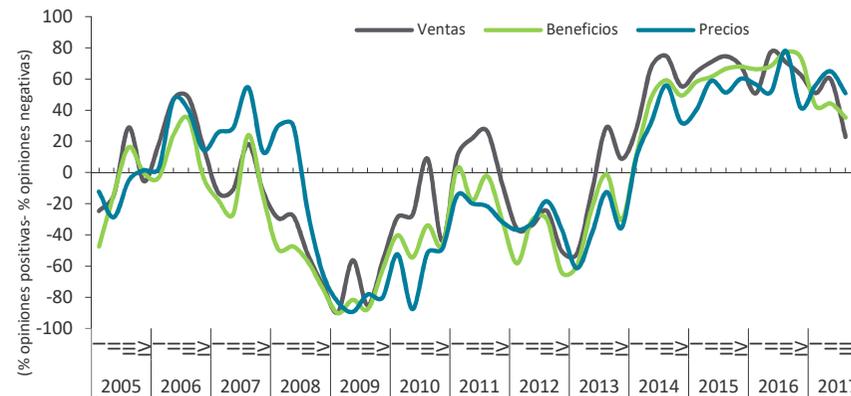
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero.

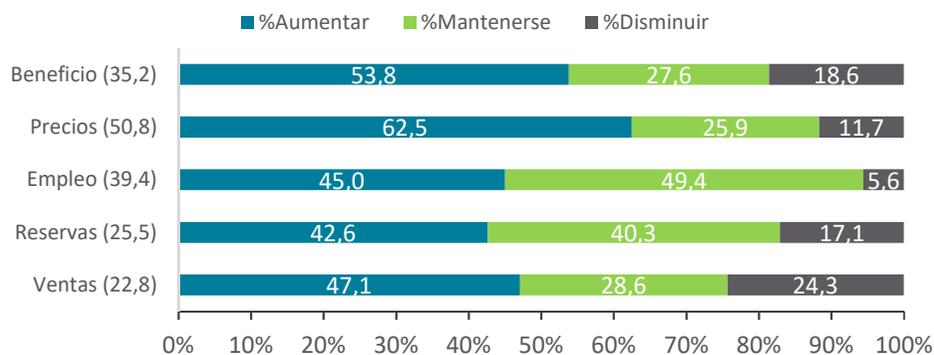
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2017

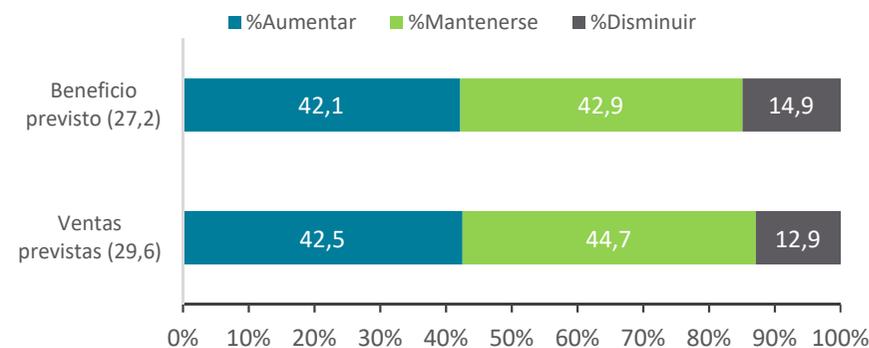
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



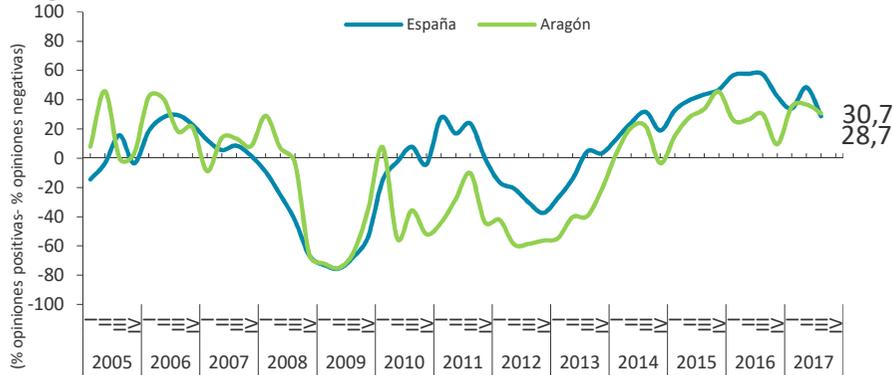
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y

(*) 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

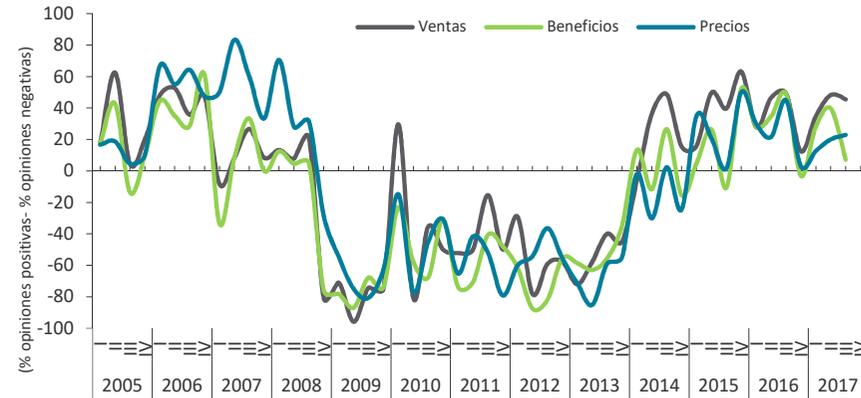
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero.

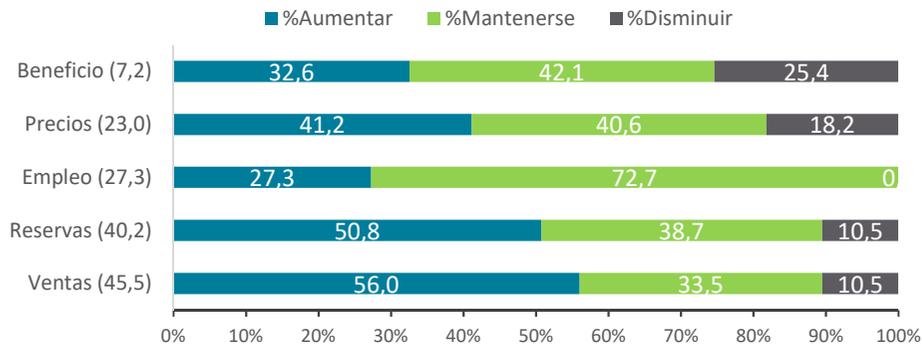
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2017

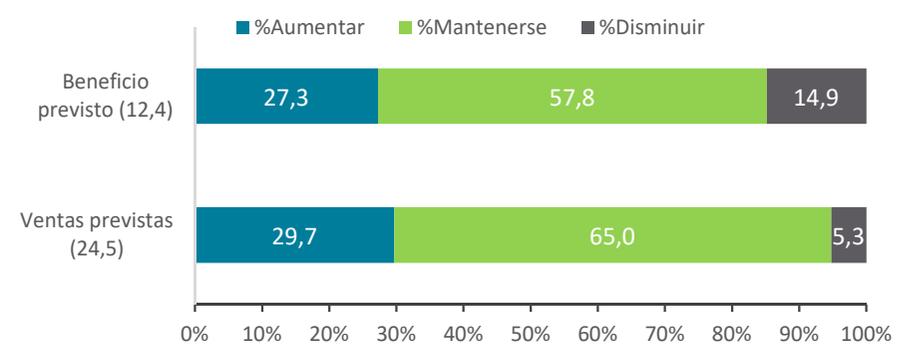
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



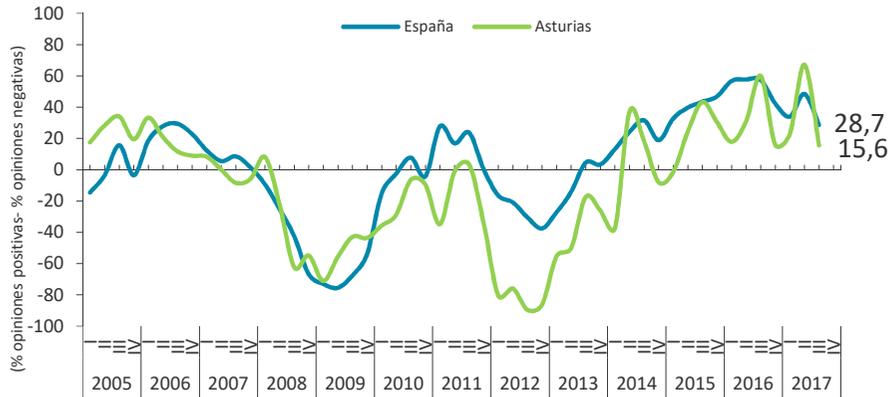
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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

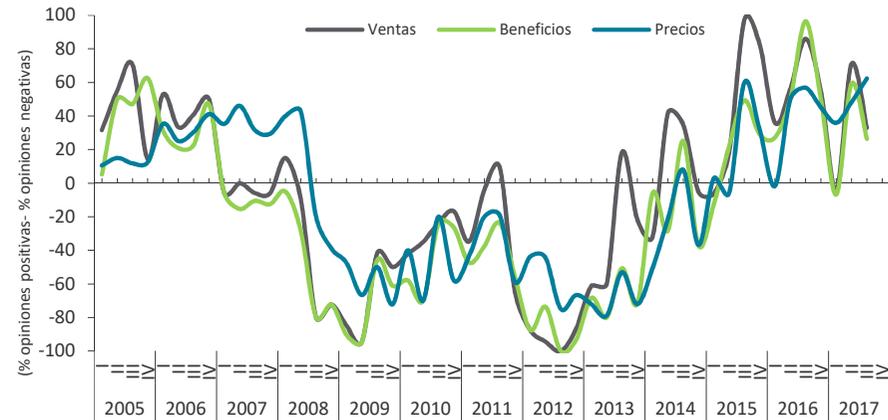
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero.

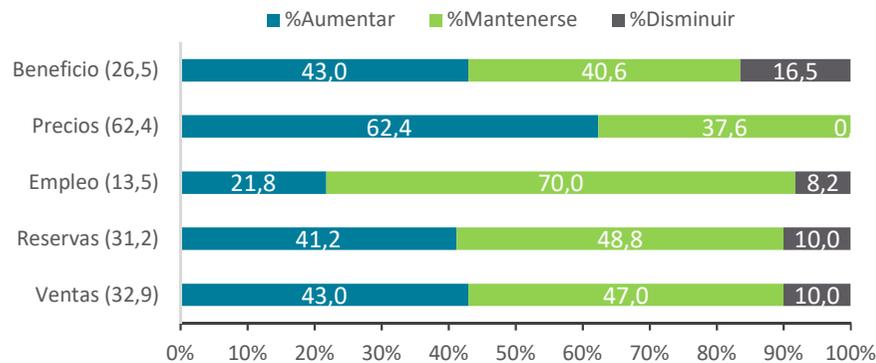
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

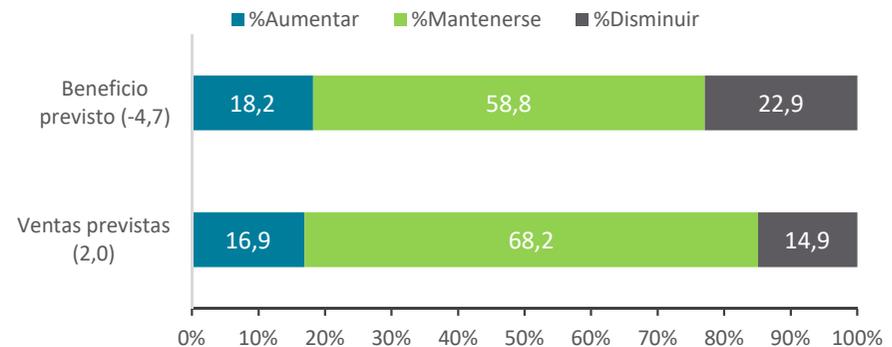
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



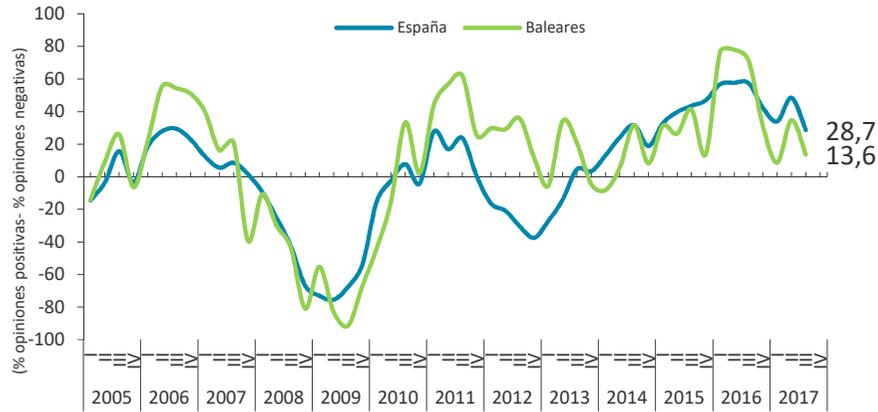
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

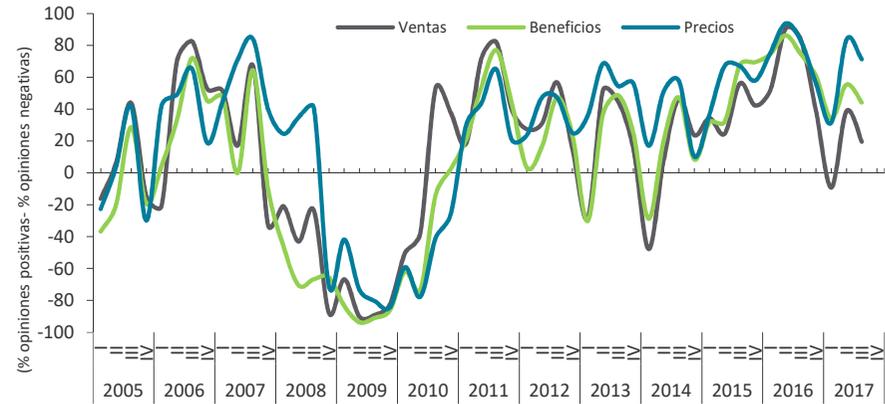
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero.

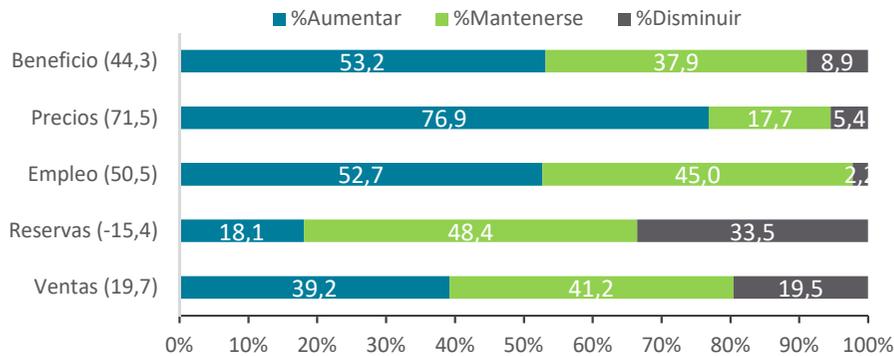
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

**Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2017**

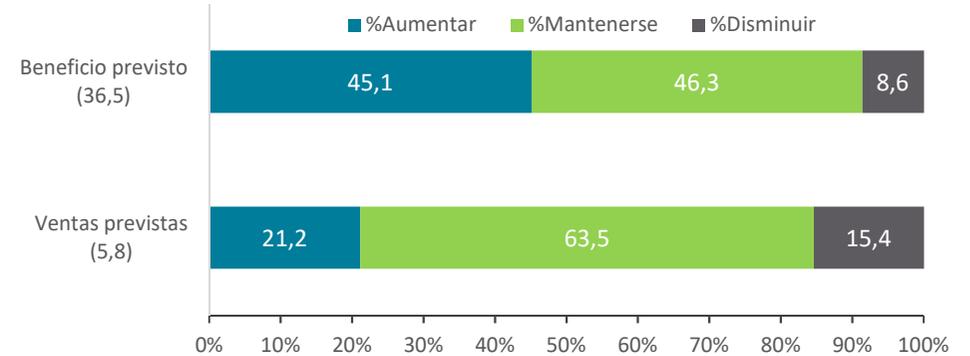
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



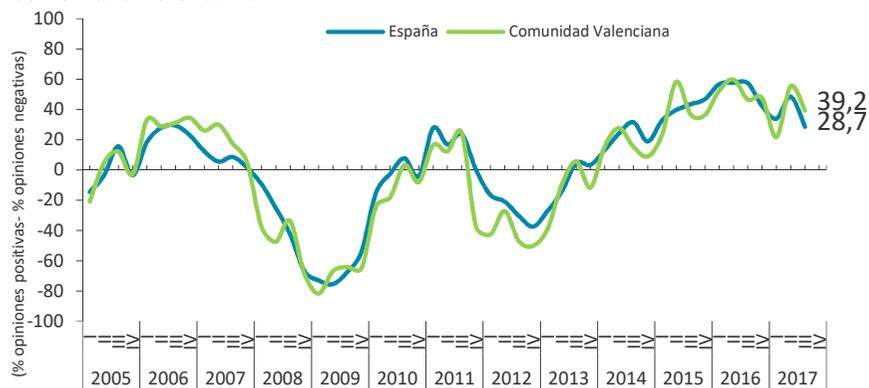
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

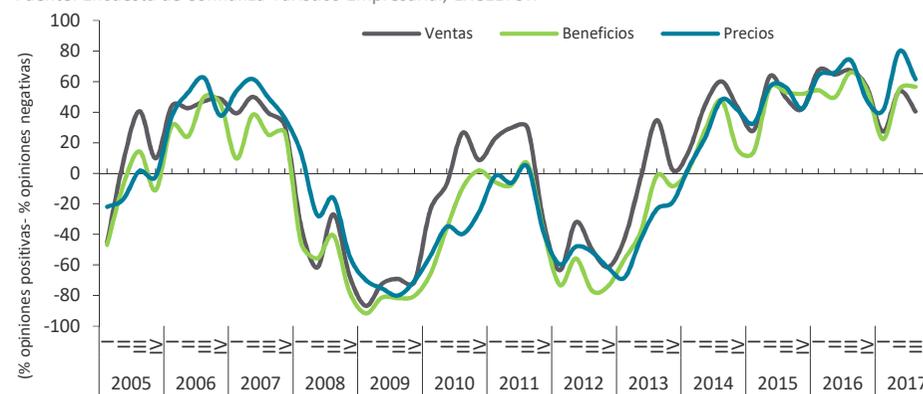
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

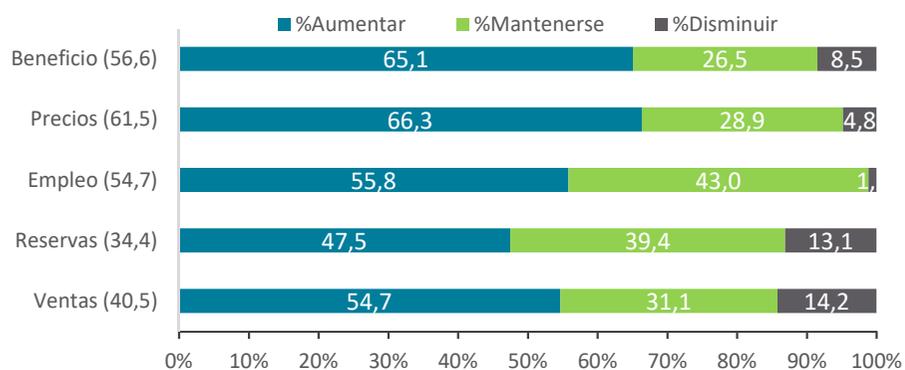
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

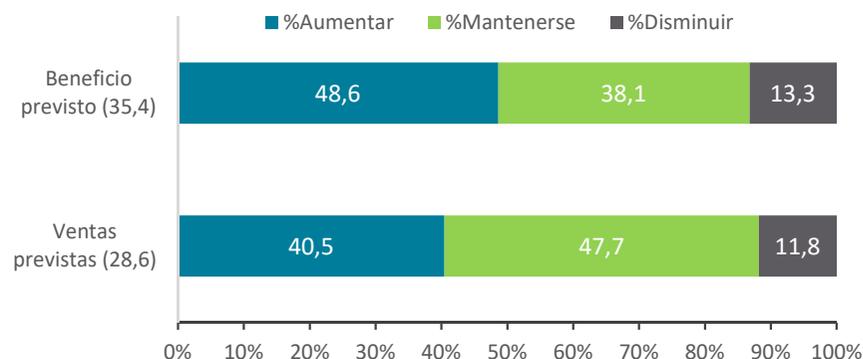
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



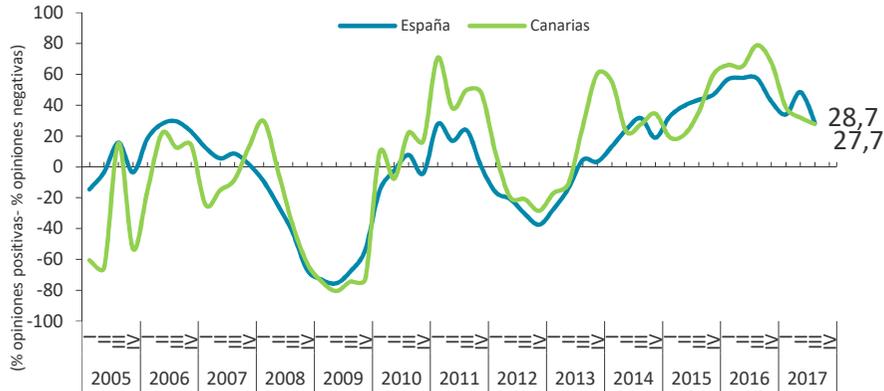
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y

(*) 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

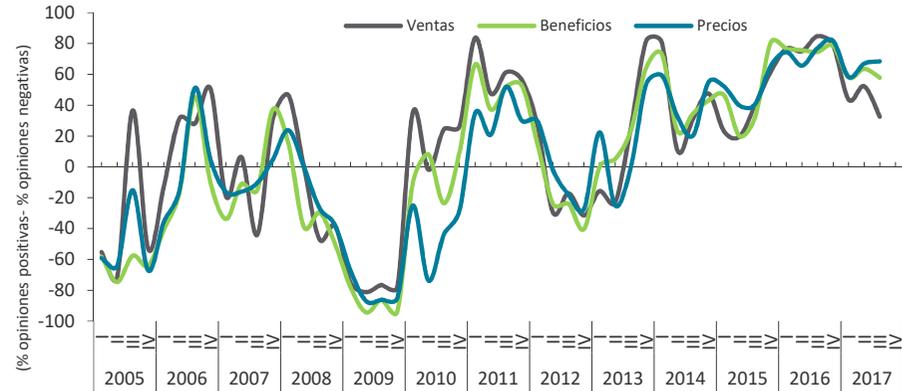
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero.

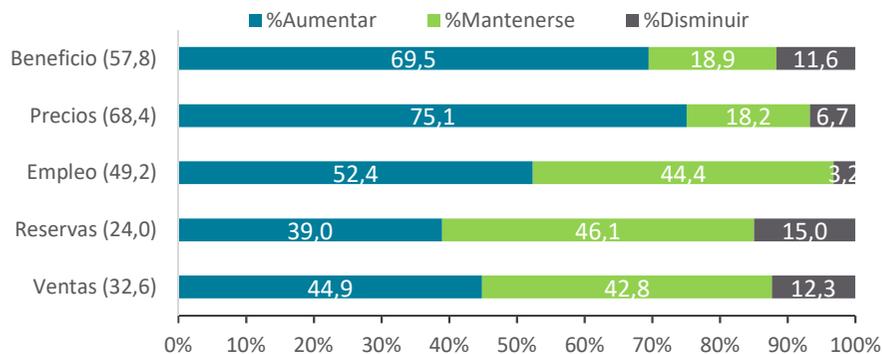
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2017

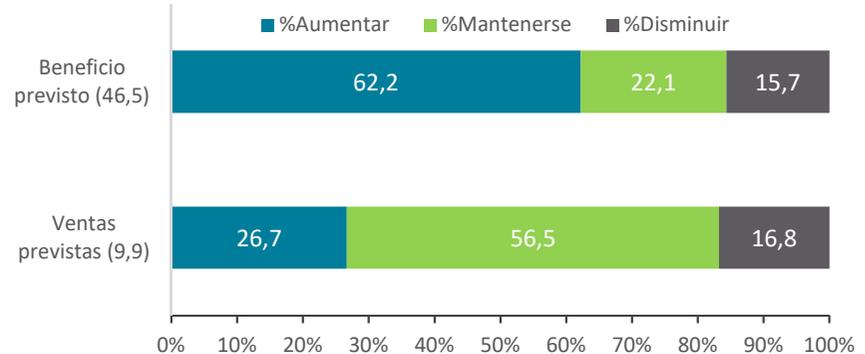
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



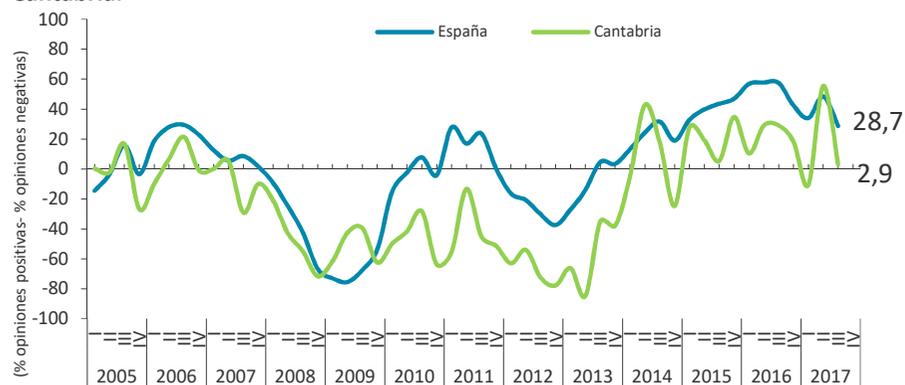
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y

(*) 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

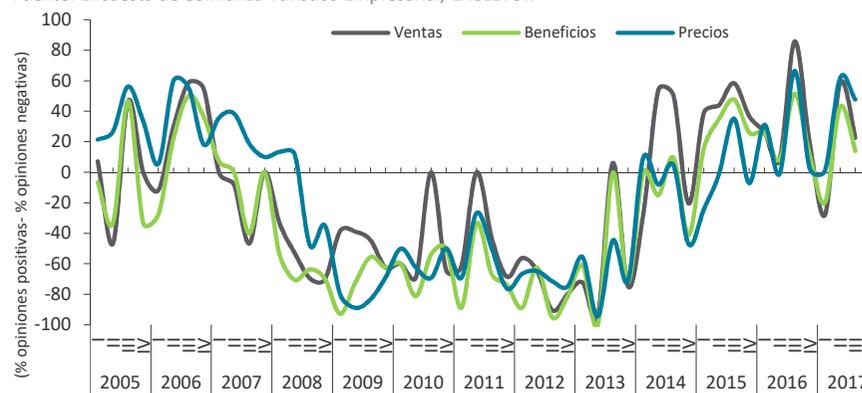
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Cantabria(*). Alojamiento hotelero.

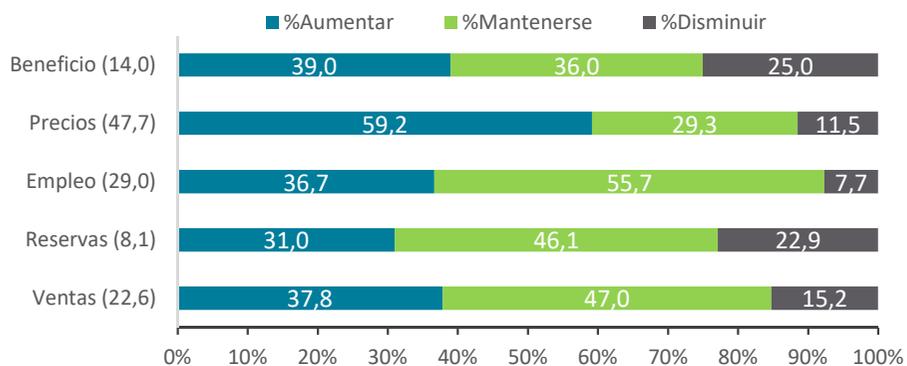
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

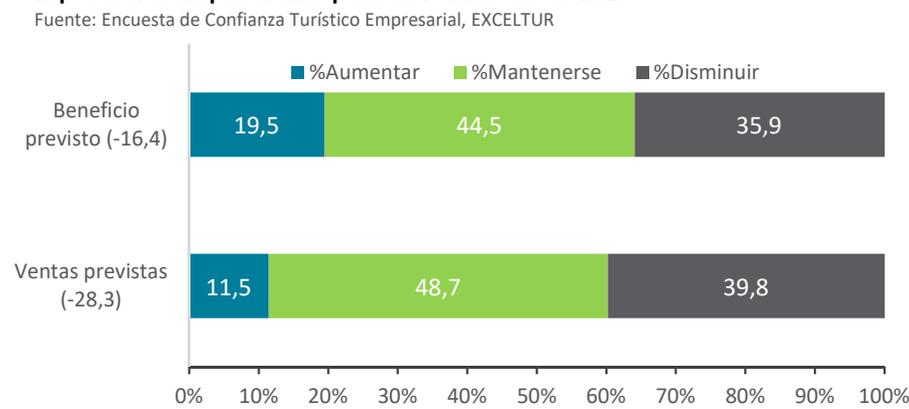
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV 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

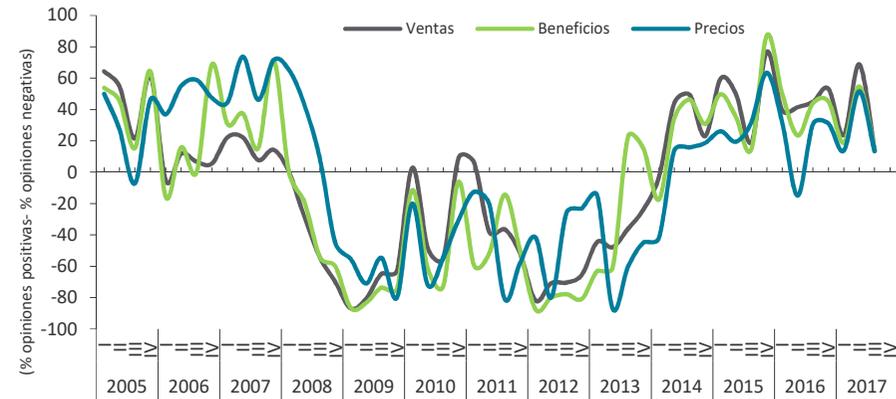
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

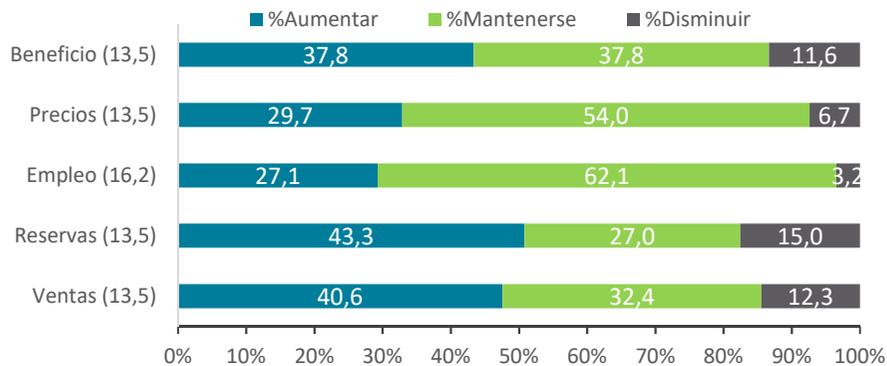
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

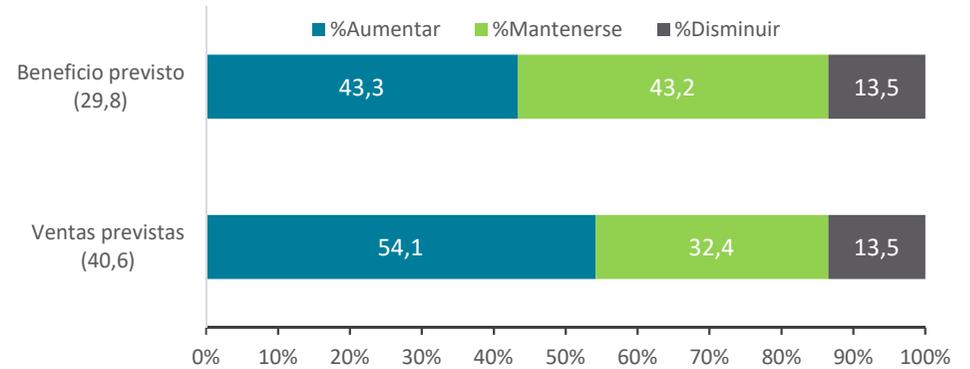
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



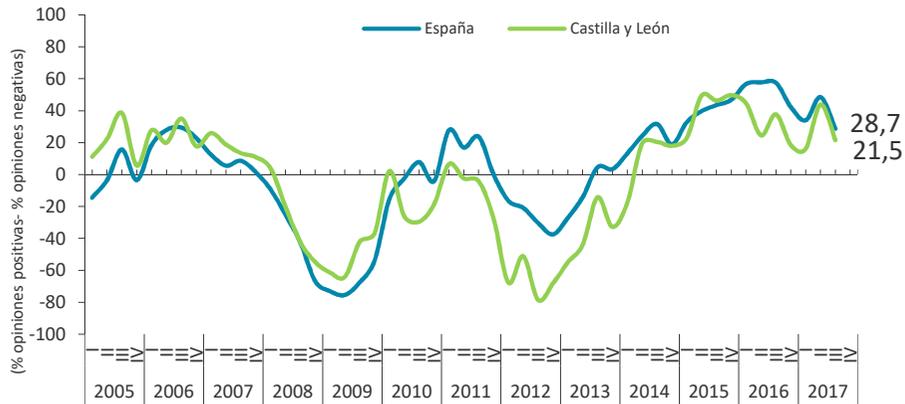
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

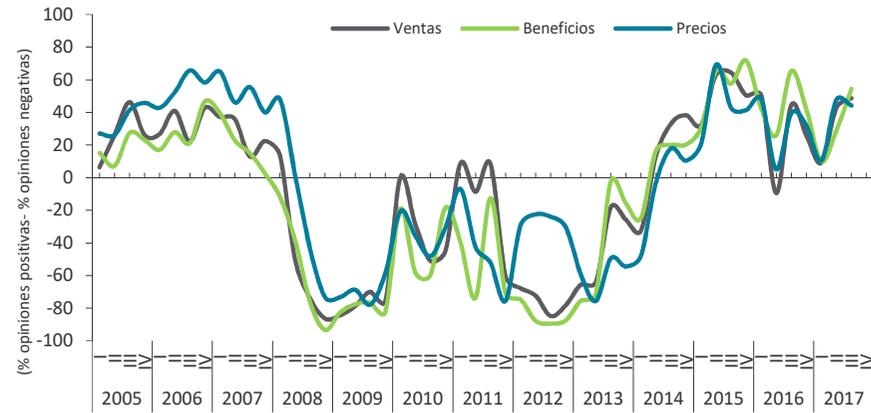
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

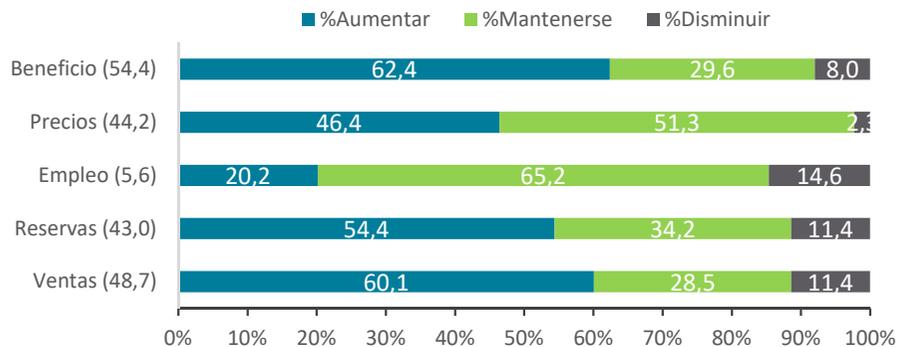
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

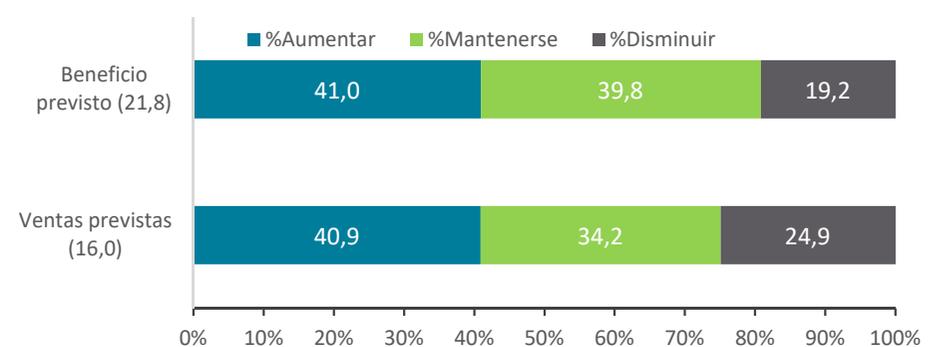
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



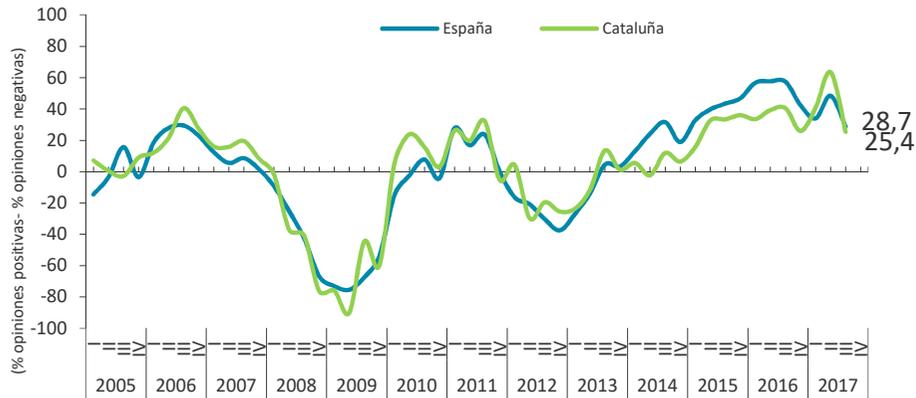
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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

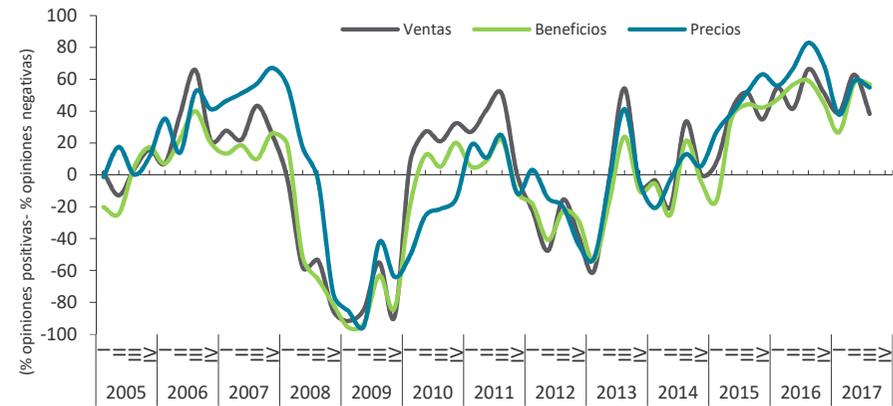
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero.

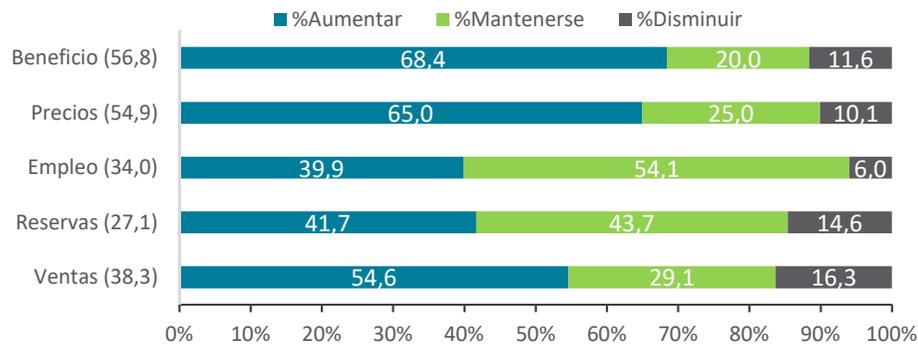
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

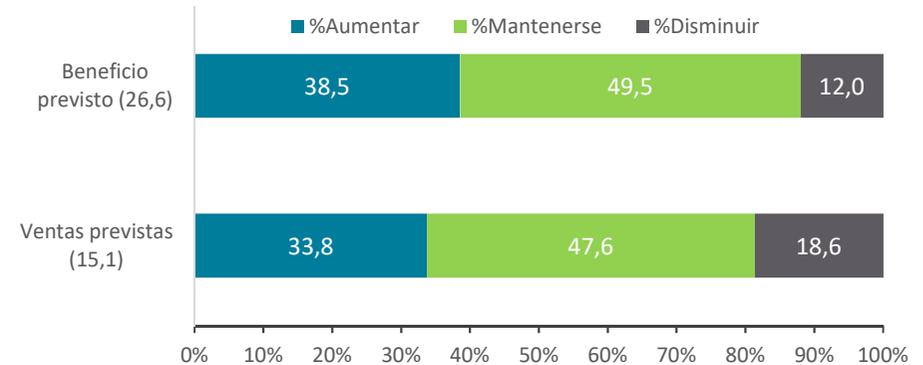
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



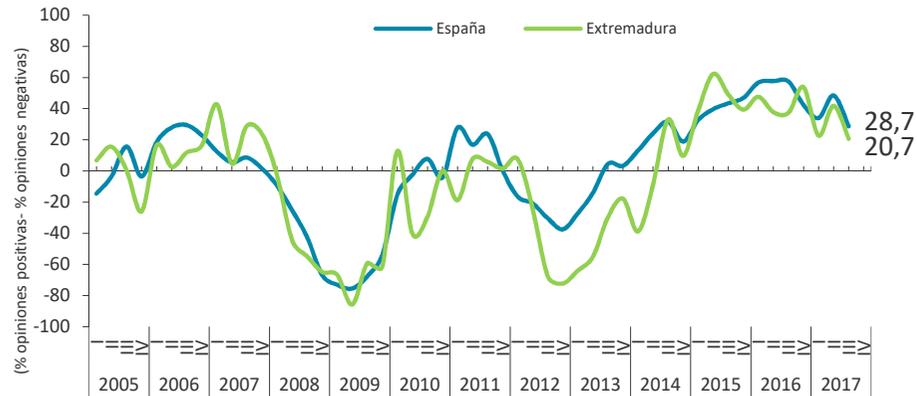
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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

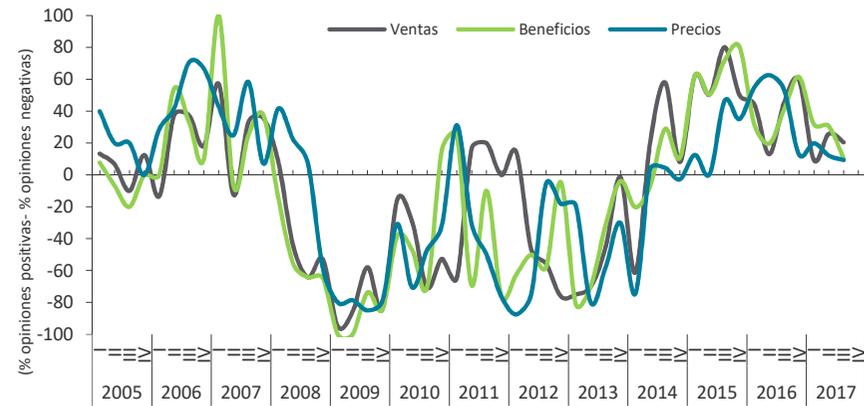
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero.

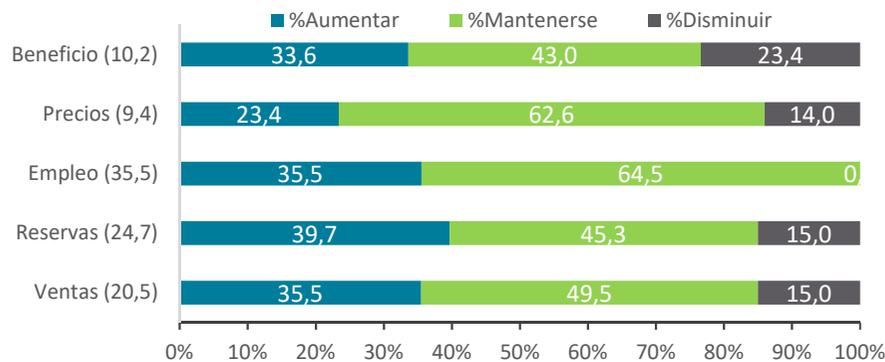
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

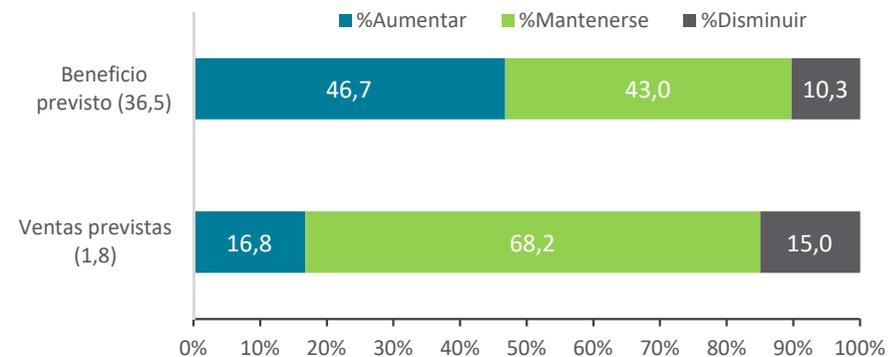
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



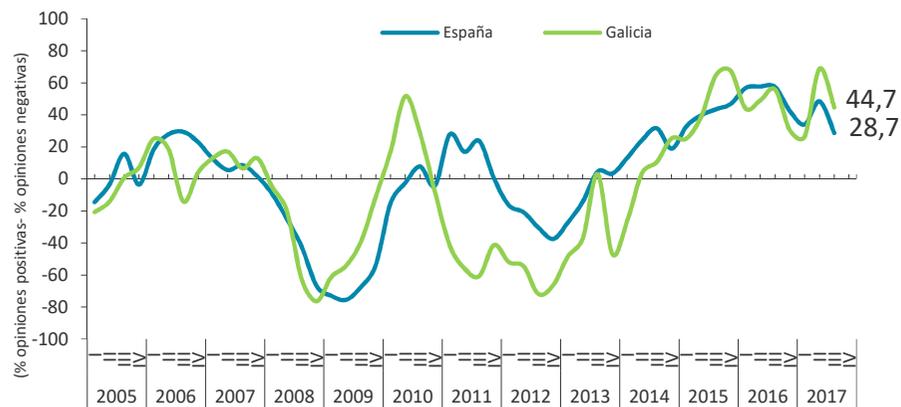
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

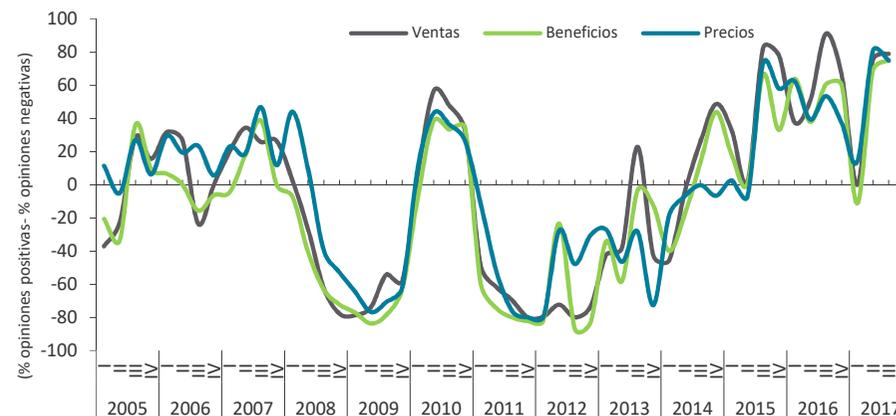
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

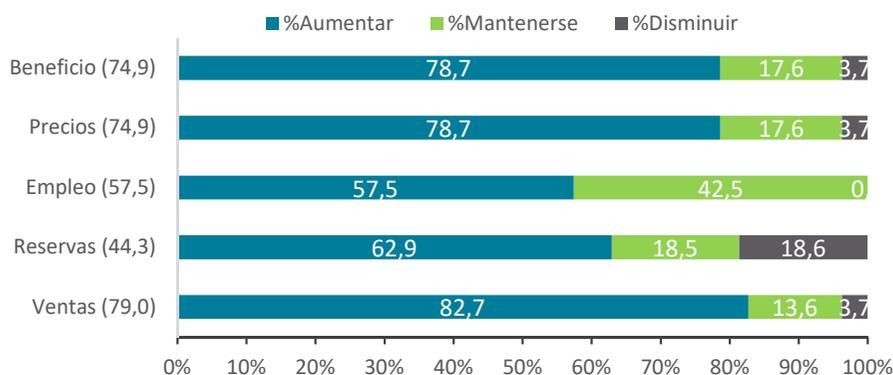


B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento.

TERCER trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

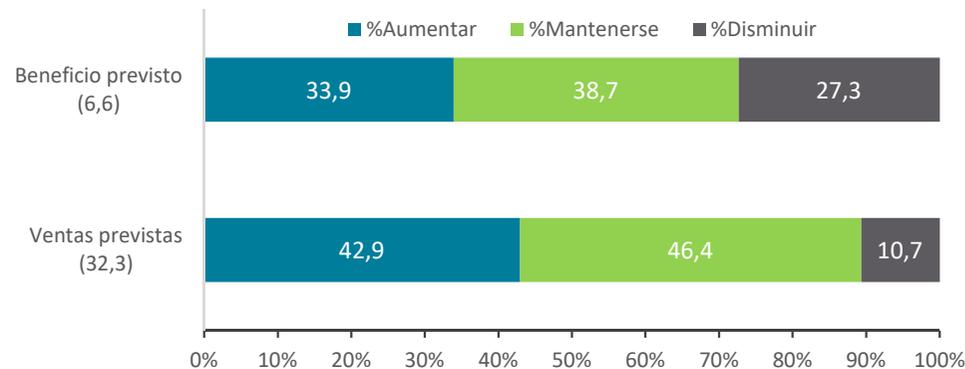


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV 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

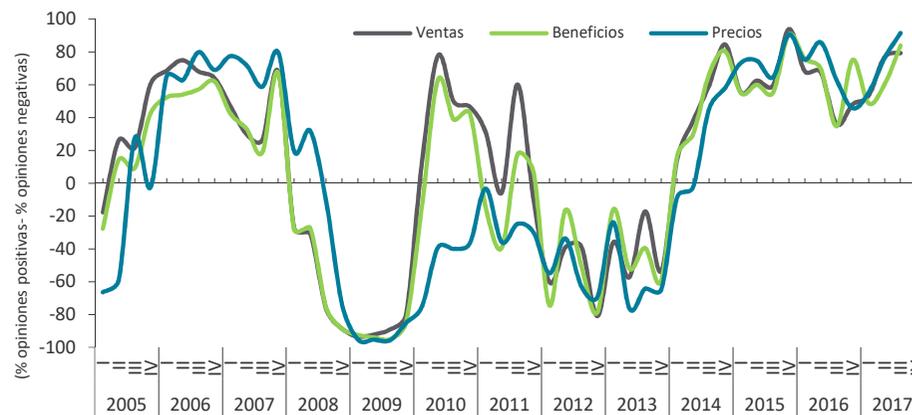
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

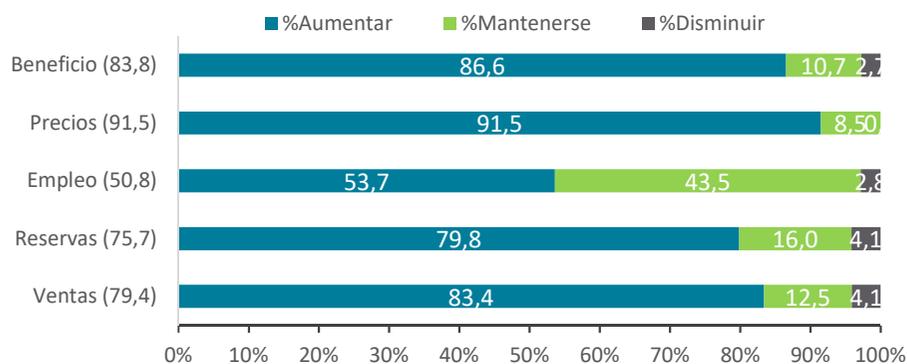
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

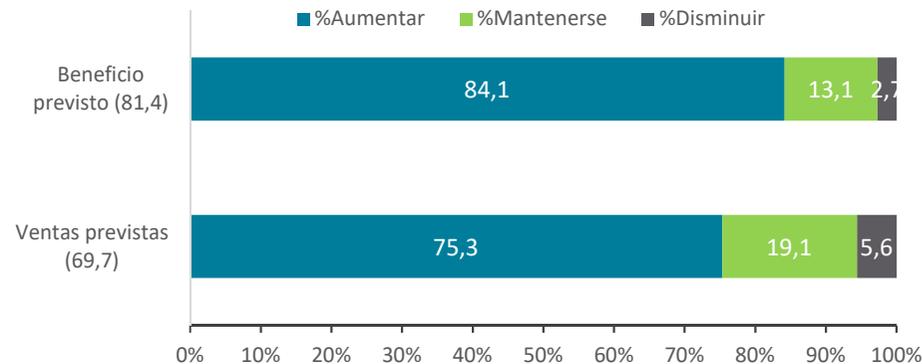
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

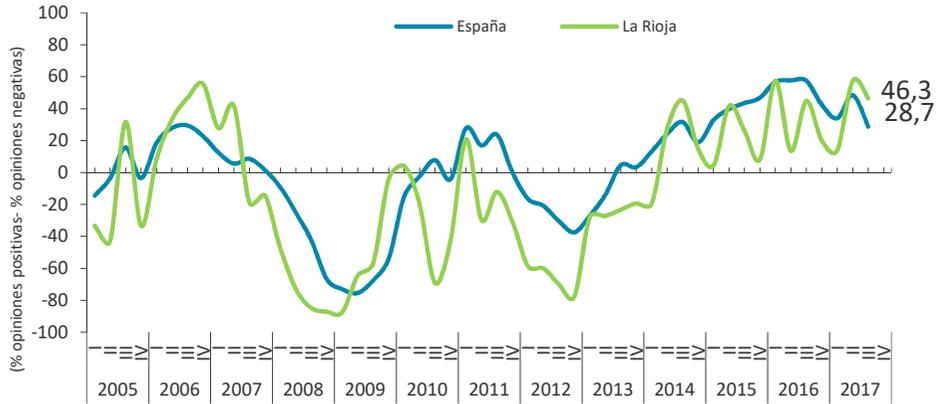
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta 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

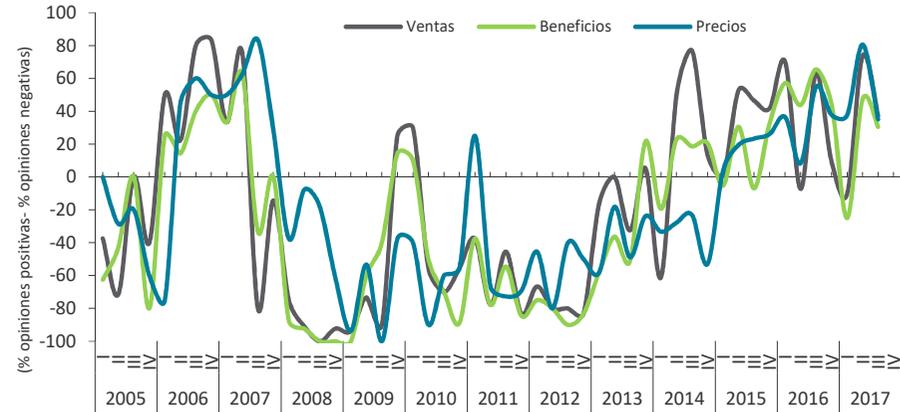
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

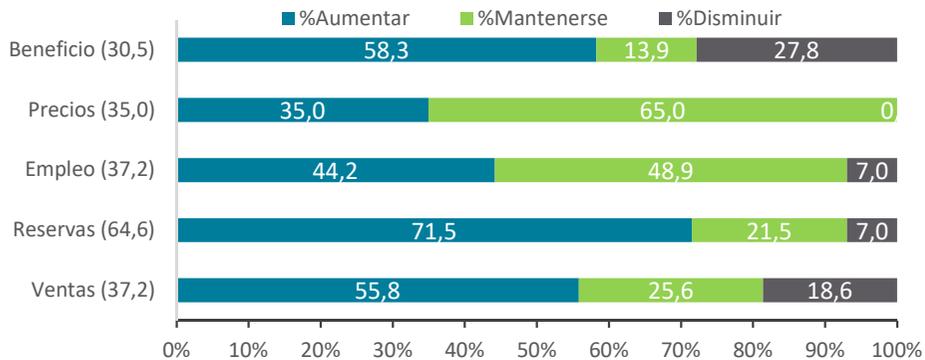
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

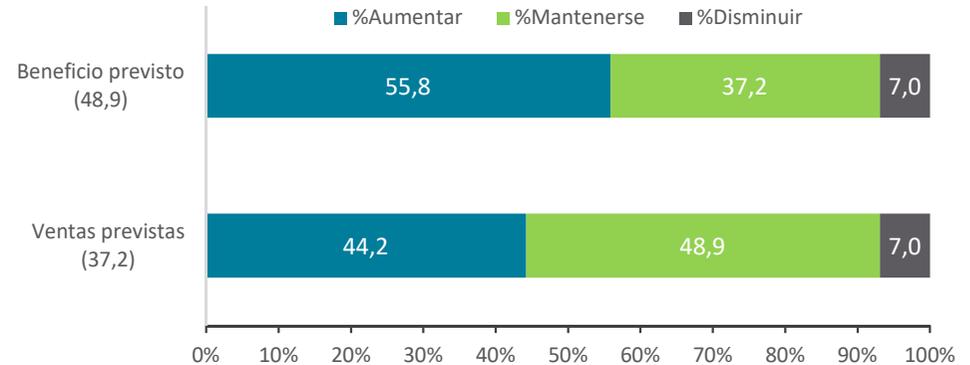
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



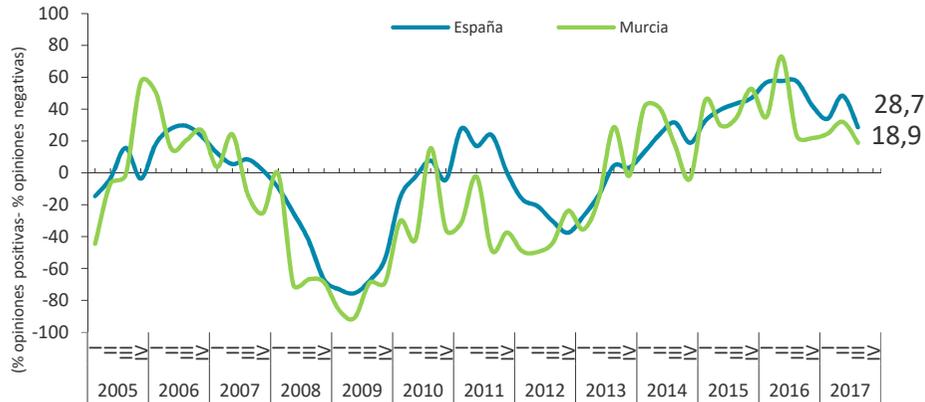
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

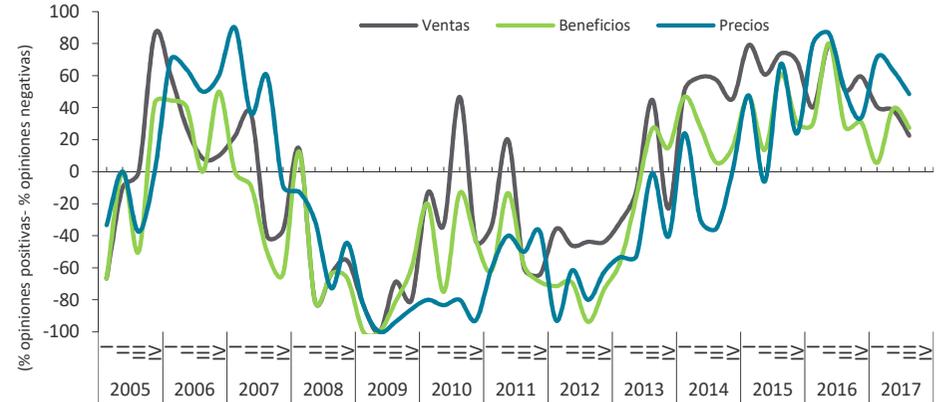
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Región de Murcia (*). Alojamiento hotelero.

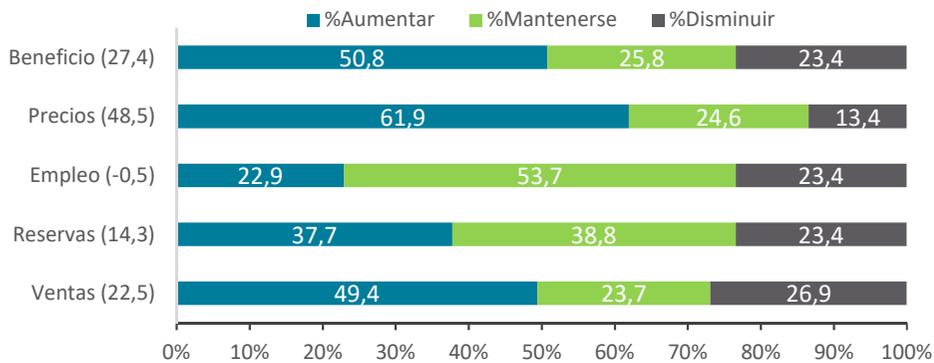
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

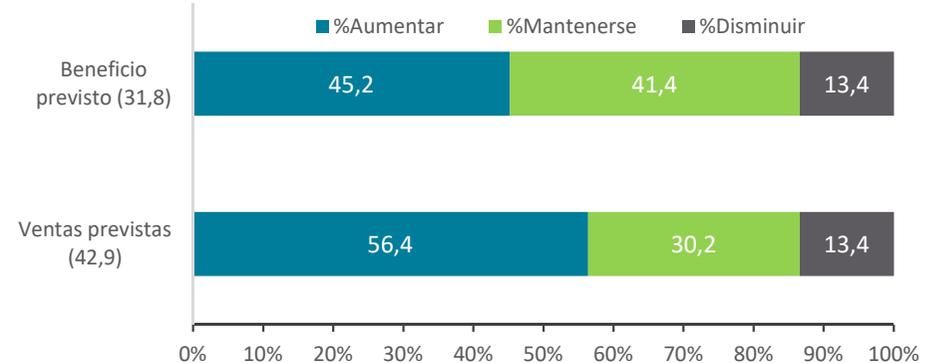
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

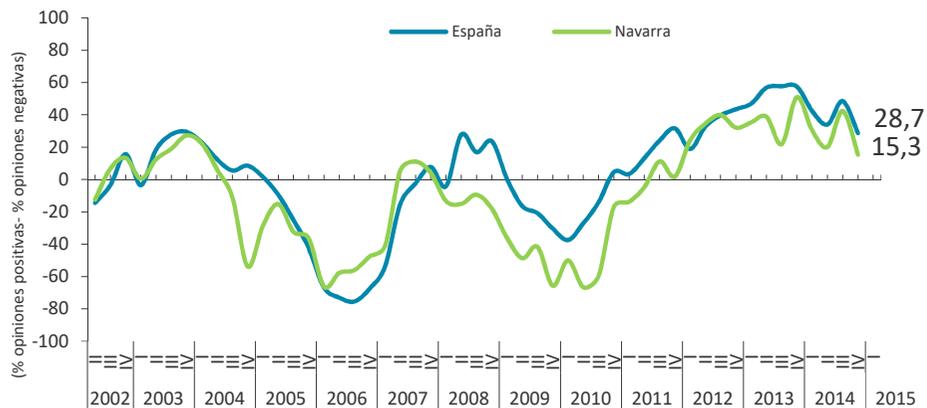
(*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta 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

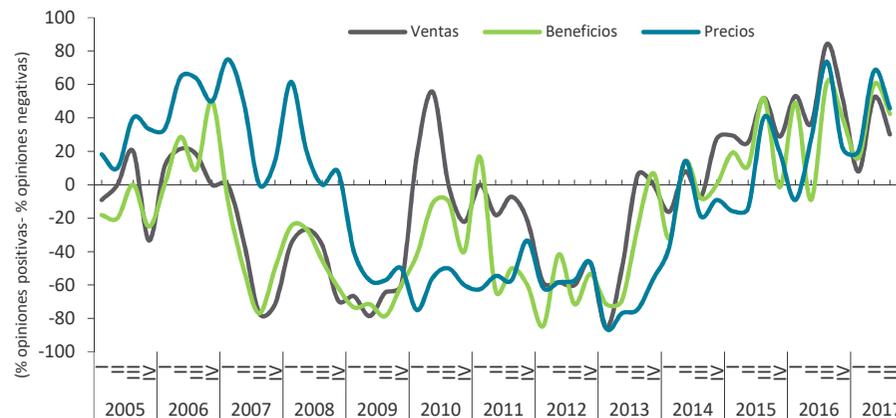
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Navarra.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

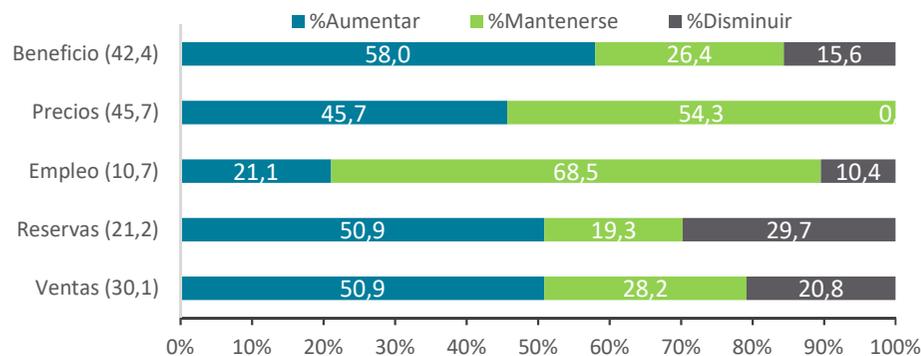


B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento.

TERCER trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

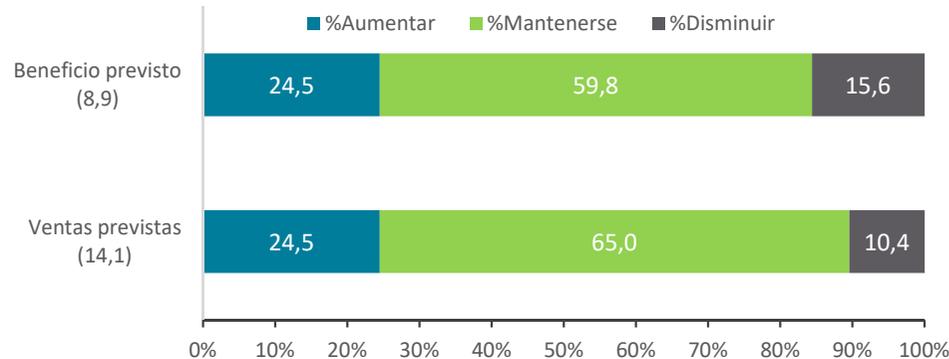


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



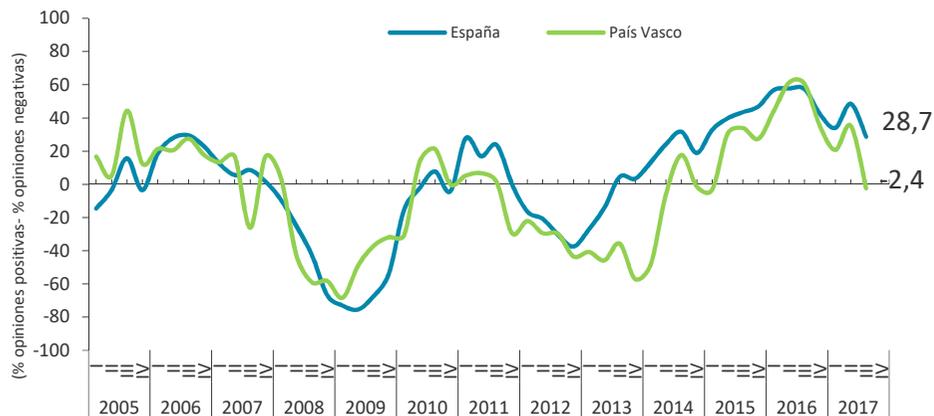
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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

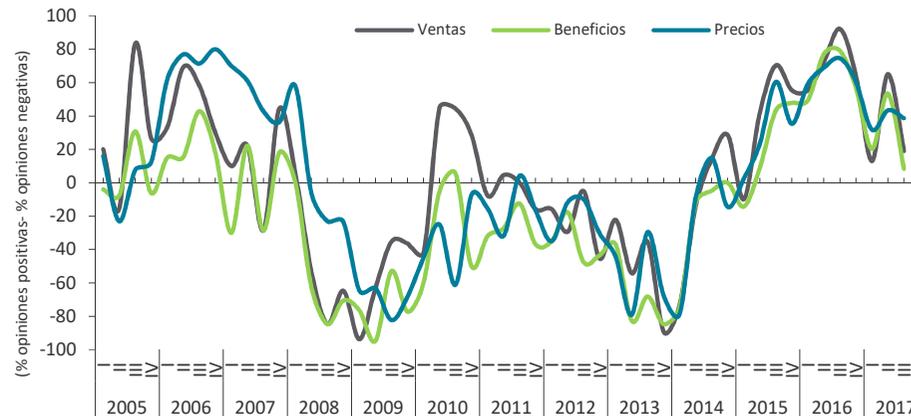
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

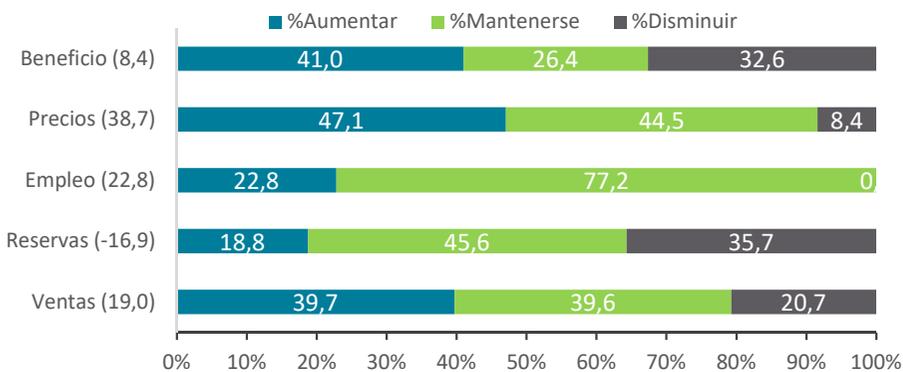
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre de 2017 y previsiones para el IV Trimestre de 2017

Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2017

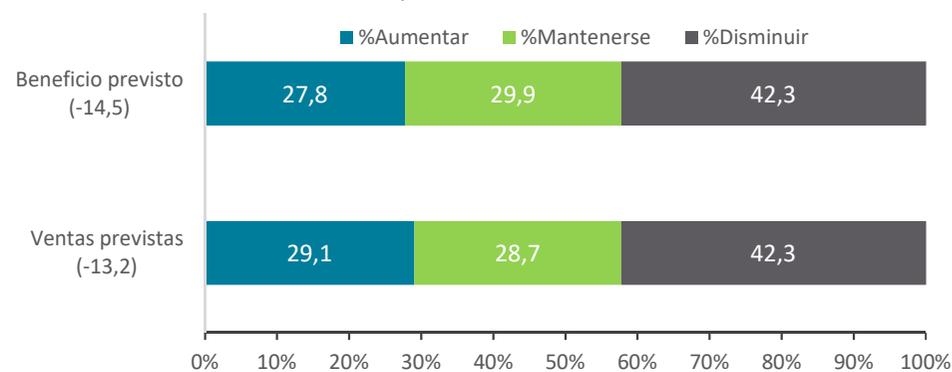
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV 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 62
Octubre 2017
