

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del verano
de 2014 y perspectivas para el
cuarto trimestre y el conjunto del
año

Nº 50 – Octubre 2014



Balance empresarial del verano de 2014

(tercer trimestre)

La actividad turística se incrementa de forma notable durante el verano de 2014, e intensifica ligeramente sus ritmos de crecimiento respecto al segundo trimestre del año.

El PIB turístico aumenta un +2,9% interanual entre los meses de julio y septiembre de 2014, según nuestras estimaciones, ligeramente por encima del +2,8%, de crecimiento definitivo del segundo trimestre.

El turismo mantiene su condición de locomotora de la economía española, cuyo aumento en este tercer trimestre habría sido del +1,6%, según los analistas.

El PIB turístico repunta en verano con **un comportamiento mejor de lo previsto**. La desaceleración esperada para los meses centrales de verano, no se produce y se cierra el tercer trimestre **con un crecimiento del +2,9% respecto al verano de 2013, refrendado por la mejora de la confianza empresarial.**

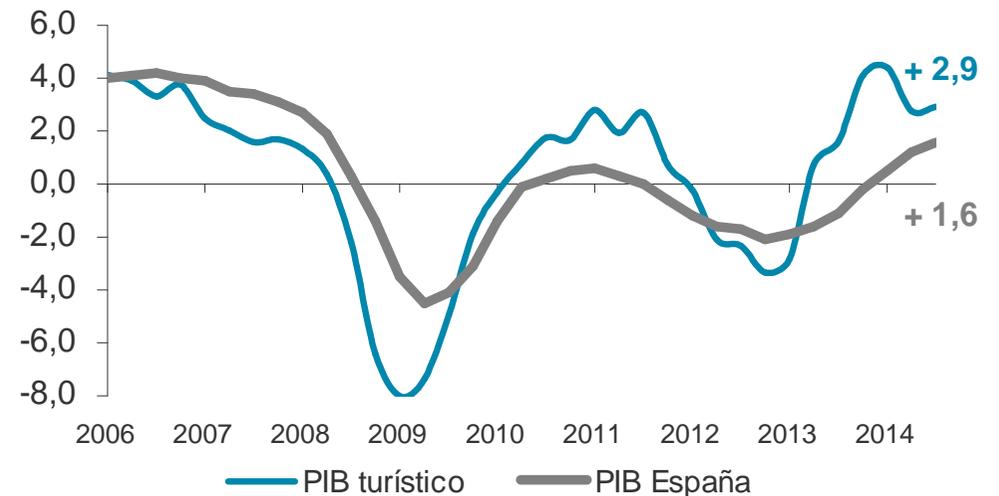
Ello se debe principalmente a:

1. **El fuerte incremento de afluencia de turistas extranjeros** registrado en agosto y previsiblemente en septiembre, aunque de un perfil de menor impacto económico, por su menor gasto y su menor incidencia sobre la oferta reglada, por el incremento exponencial de la economía sumergida.
2. **El mantenimiento de la recuperación en el consumo turístico de los españoles,** con una gran incidencia sobre la mayor parte de destinos de interior y del litoral peninsular.
3. **La organización de eventos de referencia internacional:** Copa del Mundo de Baloncesto, IV Centenario de la muerte de El Greco y el Mundial de Vela, principalmente, que han provocado un impacto adicional

Dinámica comparada del PIB turístico y del PIB de España 2006-2014

Tasa de variación interanual en %

Fuente: ISTE (EXCELTUR), INE y Consensus Forecast



La mayor actividad turística experimentada en verano permite mantener la capacidad de creación de empleo del turismo, un trimestre más a la cabeza de los grandes sectores de la economía española.

Con los últimos datos hasta septiembre, el número de nuevos afiliados a la seguridad social se eleva a **63.176**, lo que supone un aumento del +4,4% respecto a los niveles de septiembre de 2012.

Evolución de la capacidad de generación de empleo del turismo

2011-2014

Diferencia de afiliados a la Seguridad Social en volumen

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

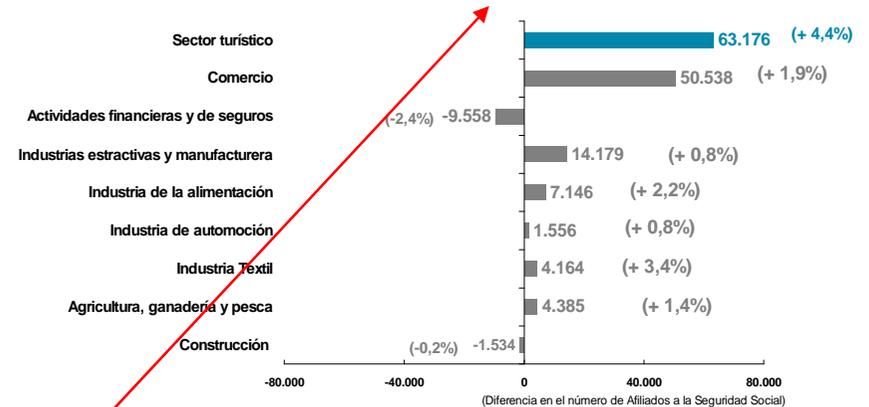


Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad

Septiembre 2014 Vs Septiembre 2013

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

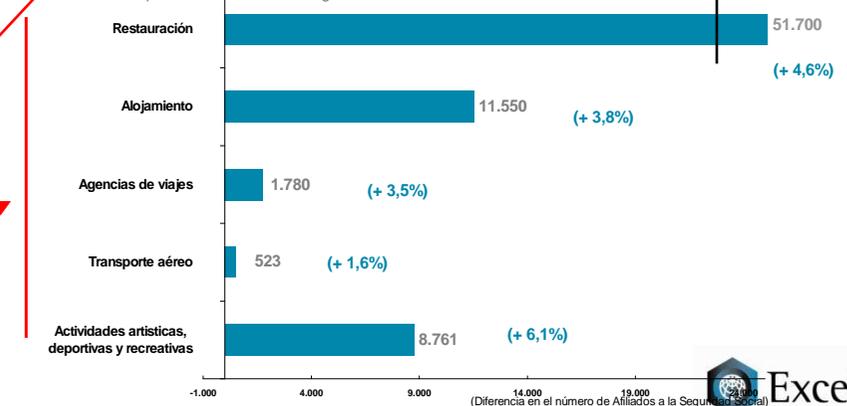


Comportamiento del empleo turístico por subsectores de la cadena de valor

Septiembre 2014 Vs Septiembre 2013

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



■ Dos hechos marcan el cierre de los datos de empleo turístico:

1. El turismo se mantiene como el sector con mayor capacidad de generación de empleo de la economía española
2. La generación de empleo turístico se extiende a todas las ramas de actividad, tras el fuerte ajuste experimentado en muchas de ellas durante los años de crisis

A pesar del aumento de la actividad, la demanda turística, medida a partir de la oferta reglada, ralentiza notablemente sus ritmos de crecimiento (hasta un +1,5% en el total de pernoctaciones en julio-agosto) por el menor empuje de la demanda extranjera (+0,4%), muy afectada por el crecimiento exponencial de la oferta residencial, mientras la demanda española mantiene las señales de recuperación (+3,4%).

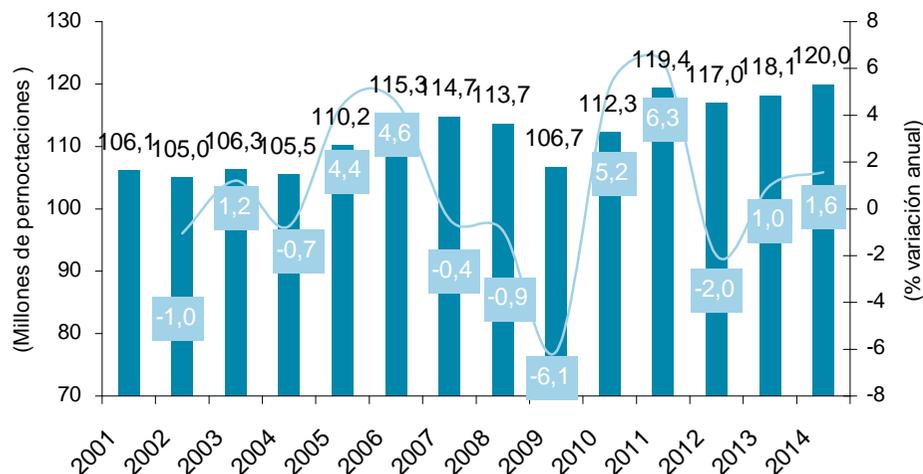
El crecimiento de la demanda turística en 2014 permite situarla en **máximos de los tres últimos lustros durante los meses de verano**. El número de pernoctaciones del total de la demanda, nacional y extranjera, en alojamientos reglados alcanza los 120 millones en el acumulado de julio y agosto, un +1,5% por encima de los niveles de 2013.

La demanda española repite los ritmos de crecimiento del primer semestre de 2014, mientras la extranjera mantiene su dinamismo en afluencia, pero se desacelera notablemente en términos de pernoctaciones en alojamientos reglados y en ingresos.

Nº de pernoctaciones en alojamientos reglados Julio-Agosto 2001-2014

(Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

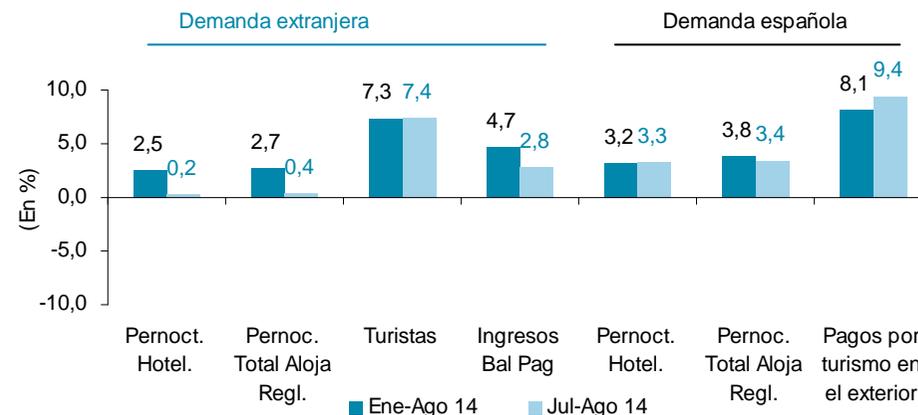
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE



Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera Enero-mayo 2013-2014

(Tasa de variación interanual)

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



(*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos por turismo en el exterior hasta el mes de junio

El verano de 2014 confirma la paulatina recuperación de la demanda española. Los españoles viajan y gastan más en servicios turísticos, si bien todavía muy asociado a servicios de menor precio y la búsqueda de ofertas y descuentos (el IPC del viaje organizado desciende un -1,7% en julio y agosto).

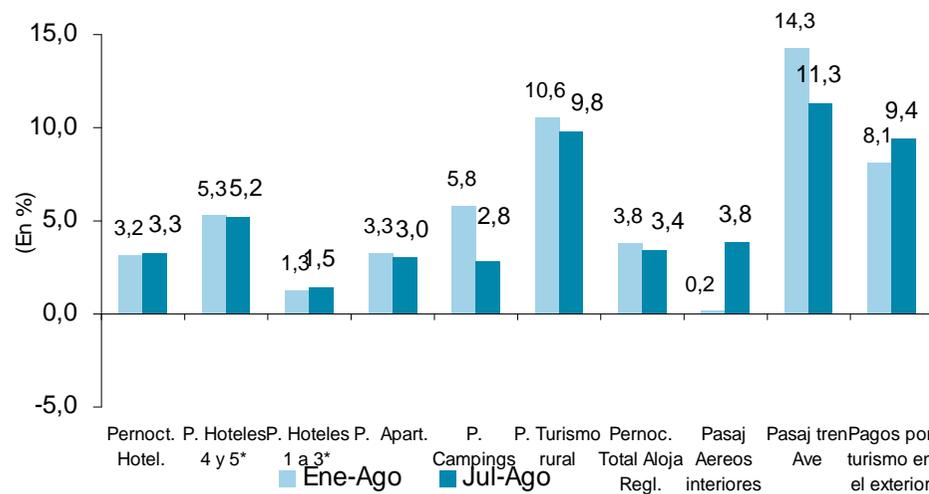
■ **Los indicadores de demanda de los españoles mantuvieron la senda de crecimiento en julio y agosto, a ritmos muy similares a los experimentado en el primer semestre de 2014: +3,4% en el total de alojamientos reglados y +3,3% en hoteles.**

■ **El turismo no es ajeno a la presión sobre los precios para impulsar la demanda, que sufren otros sectores de la economía española. Los precios de las agencias de viajes descendieron un -1,7% en julio y agosto y los servicios culturales un -0,7%, mientras los hoteles se incrementan el +1,5% y el transporte aéreo el +12,6%, si bien debido al incremento en los costes del carburante.**

Indicadores de demanda NACIONAL

(Tasa de variación interanual 2014/2013)

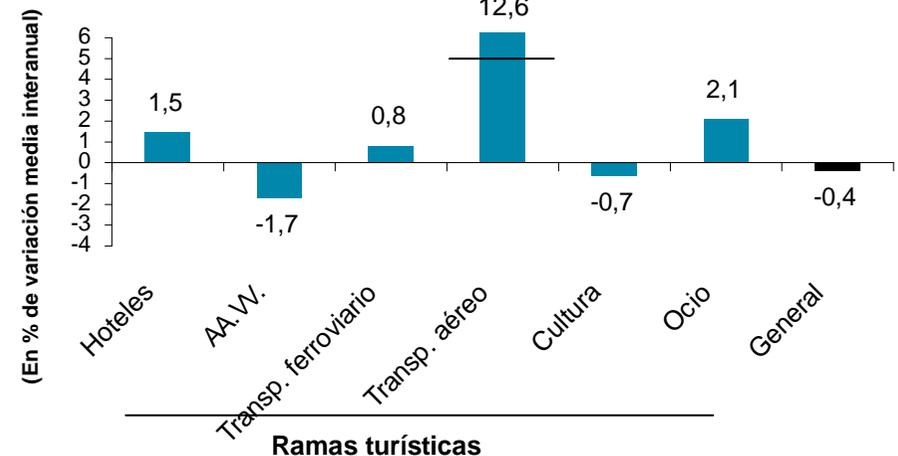
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE



Variación de los precios de los servicios turísticos en España Jul-Ago 2014/2013

(Promedio de las tasas de variación interanual)

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



DEMANDA NACIONAL: crecimiento generalizado por destinos

La mejoría de la demanda nacional se ha dejado notar especialmente en Madrid (+18,9%) y Castilla la Mancha (+9,9%), muy concentrada en Toledo gracias a los actos entorno al IV Centenario de la muerte de El Greco y en Cataluña (+8,3%).

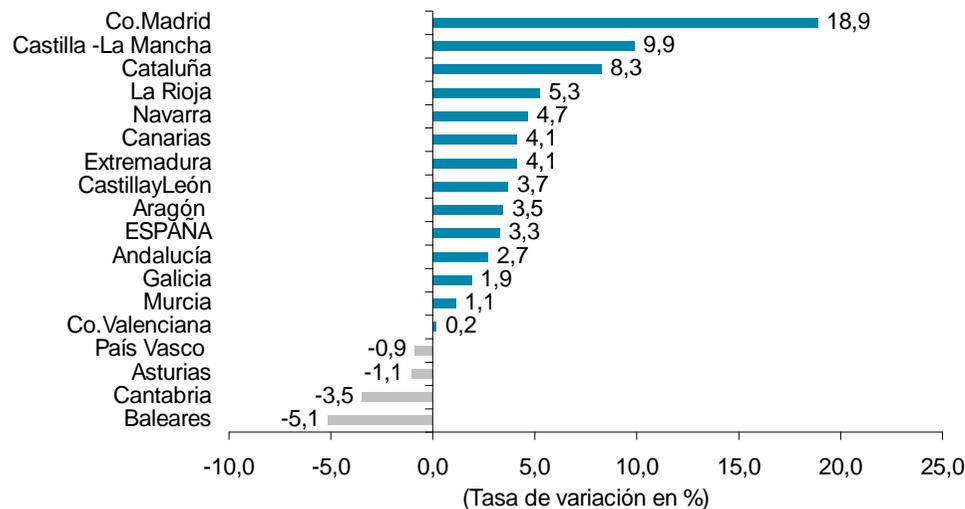
Las únicas comunidades donde no crece la demanda española en julio y agosto de 2014 son País Vasco, Asturias y Cantabria, afectados por un clima menos propicio que el del verano de 2013, así como Baleares.

Pernoctaciones hoteleras de la demanda ESPAÑOLA por CC.AA.

Julio-Agosto 2014/2013

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

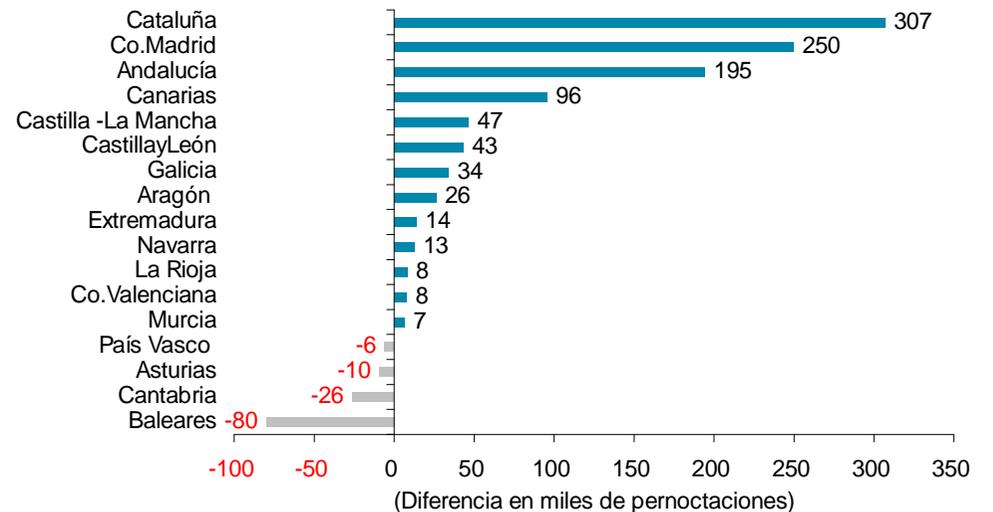


Pernoctaciones hoteleras de la demanda ESPAÑOLA por CC.AA.

Julio-Agosto 2014/2013

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE



El crecimiento exponencial del alquiler de viviendas genera un verano de 2014 con resultados atípicos en el comportamiento de la demanda turística extranjera en España. Mientras los registros de afluencia han mantenido la intensidad en sus ritmos de crecimiento (+7,4% en julio-agosto), se ha desacelerado notablemente el uso de la oferta reglada (+0,4% en el número de las pernoctaciones en los mismos meses, según el INE) y el volumen de ingresos que revierten a España +1,7%, según nuestras estimaciones).

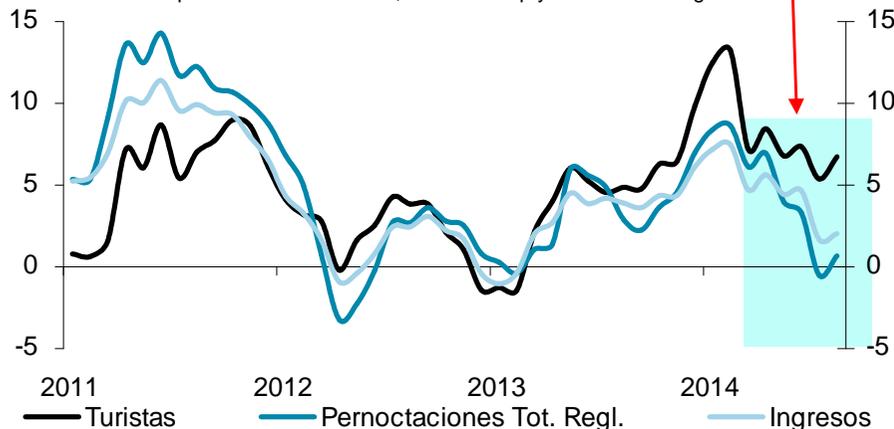
■ Notable diferencia entre los ritmos de crecimiento de la llegada de turistas extranjeros y los de las pernoctaciones en el total de la oferta reglada y los ingresos por turismo, dentro de una clara tendencia a la desaceleración de estos dos últimos.

■ De las 1,2 millones de llegadas de turistas extranjeros adicionales registradas en los meses de julio y agosto en los destinos españoles que explican la tasa agregada del +7,4%, 994 mil (el 83,2%) se concentra en la oferta residencial, acumulando el alquiler de viviendas 690 mil, que supone el 57,8% del total.

**Evolución de los Indicadores de demanda EXTRANJERA (*)
2008-2014**

(Tasa de variación interanual trimestral)

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

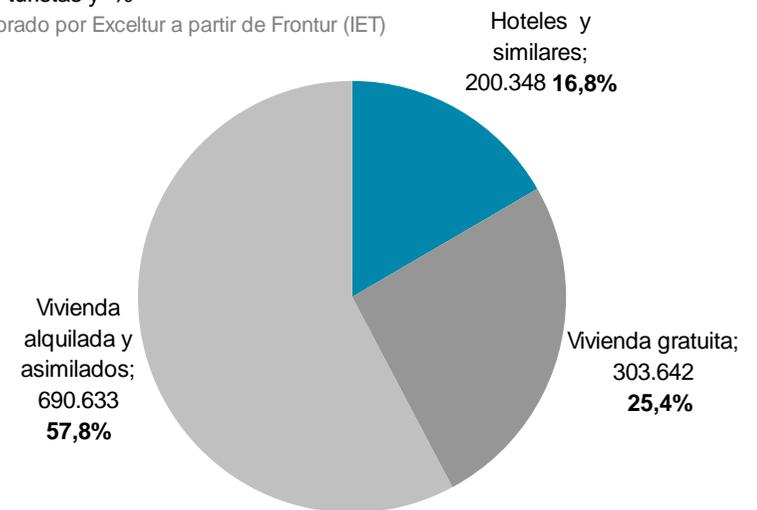


*) Datos de julio y agosto de ingresos del Banco de España previsiones EXCELTUR

**Estructura de la llegada de turistas extranjeros por tipologías alojativas
Julio-Agosto de 2014**

Llegadas de turistas y %

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



Durante julio y agosto se ha intensificado hasta el +19,1% el crecimiento en el uso viviendas en alquiler por parte de los turistas extranjeros, afectando a los establecimientos de menor categoría posicionados en los perfiles de menor gasto promedio y limitando la mejoría agregada de los ingresos.

Desde EXCELTUR reiteramos nuestra preocupación por el crecimiento sin control de esta forma de oferta ilegal que se extiende sobre buena parte de sectores de la cadena de valor turística (alojamiento, restauración, transporte de viajeros urbano e interurbano)

El número de turistas extranjeros alojados en viviendas no regladas de uso turístico alquiladas en España, acumula en 2014 hasta agosto un crecimiento del +14,0%, alcanzando los 8,3 millones de turistas, tras crecer un +19,1% en julio y agosto en relación con el mismo período de 2013.

Número de turistas extranjeros alojados en viviendas alquiladas Enero-agosto 2009-2014

Miles de turistas extranjeros y tasas de variación en %
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Frontur (IET)

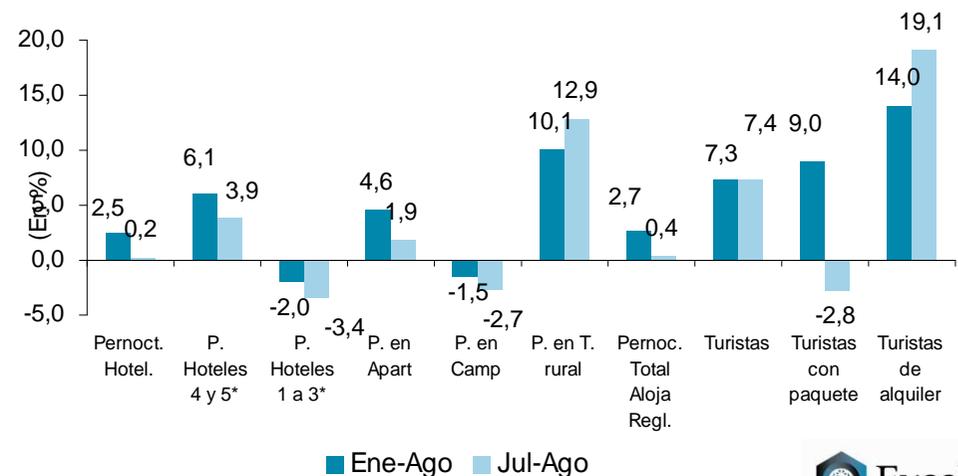


El fuerte crecimiento de este tipo de oferta está afectando especialmente a los hoteles y resto de tipologías de tres o menor categoría, que ven como en julio y agosto descienden las pernoctaciones de extranjeros un -3,4%.

Indicadores de demanda EXTRANJERA

(Tasa de variación interanual 2014/2013)

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



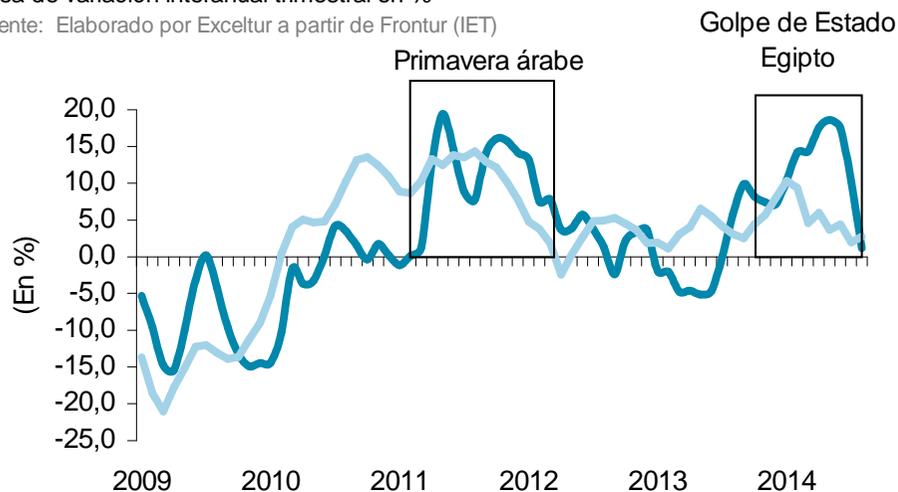
Julio y agosto han evidenciado, a su vez, la ralentización del efecto de la redirección de turistas desde Egipto y su área de influencia, que había impulsado las ventas en los destinos del sol y playa español desde julio de 2013 cuando se produjo el golpe de Estado, así como el impacto de la caída del mercado ruso. En estos meses la llegada de turistas extranjeros con paquete ha comenzado a descender (un -2,8%), con un impacto directo sobre la demanda hotelera, que tiene su máximo exponente en el descenso en las pernoctaciones hoteleras de Baleares (-3,7%).

- **Egipto comenzó a recuperarse en julio (último dato disponible) con un crecimiento en la llegada de turistas extranjeros del +15,8%, según la información de su Instituto de Estadística.** Se trata de un efecto esperado por cuanto fue en julio de 2013 cuando se produjo un nuevo brote de inestabilidad política, tras el golpe de estado al gobierno, que generó entonces una fuerte caída de la llegada de turistas.

Número de turistas extranjeros llegados a España con paquete turístico y viajeros extranjeros alojados en hoteles en las CC.AA. De sol y playa 2009-2014

Tasa de variación interanual trimestral en %

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

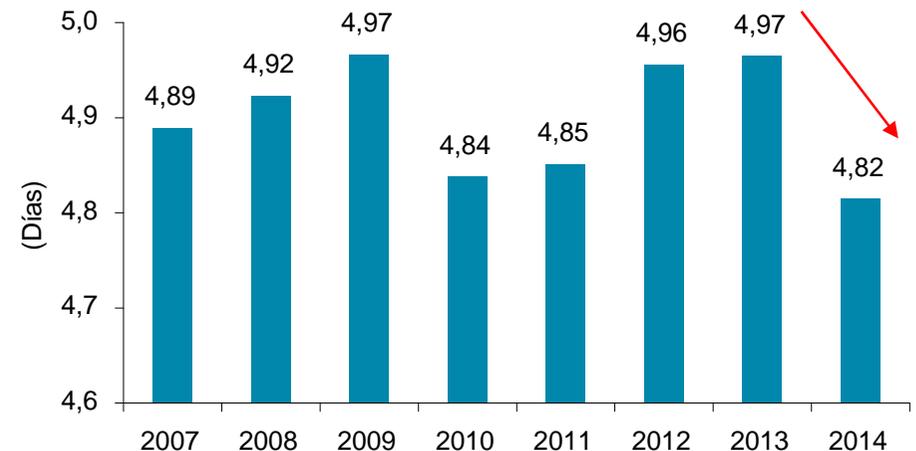


- La recuperación de Egipto se deja notar en la caída de la llegada de turistas extranjeros con paquete a España, que desciende un -2,8% en julio y agosto, y provoca una caída de la estancia media del -3,0% en hoteles.

Estancia media de los turistas extranjeros en hoteles Julio-Agosto

(Número de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



El verano de 2014 viene marcado por el crecimiento del turismo francés (+9,9% interanual en pernoctaciones hoteleras en julio y agosto) y nórdico (+6,8%) y la recuperación de Portugal (+15,7%) e Italia (+4,7%).

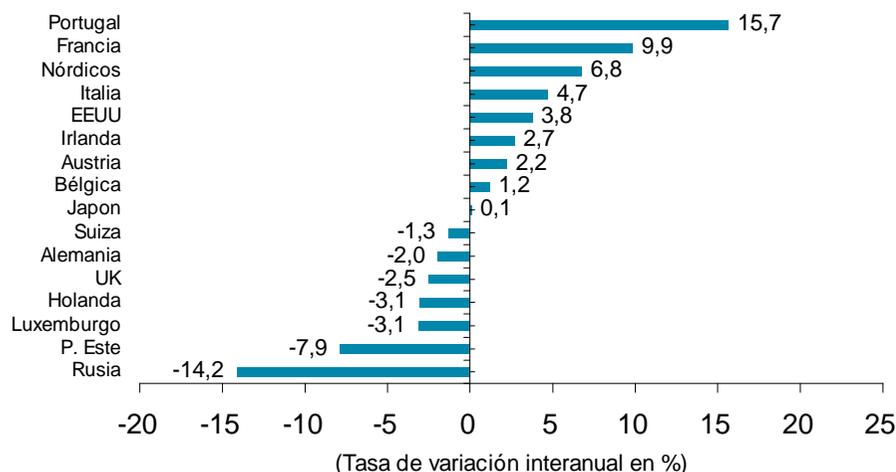
Los dos principales mercados extranjeros para España sufren las consecuencias de la caída de la estancia media y el uso de la oferta alojativa residencial. (Alemania +5,3% en llegadas, +0,5% en viajeros a hoteles, -2,0% en pernoctaciones en julio-agosto y Reino Unido +5,2% en llegadas, +2,1% en viajeros a hoteles, -2,5% en pernoctaciones en los mismos meses)

El mercado ruso y los mercados de la zona de Ucrania intensifica sus ritmos de caída durante el verano (-5,6% en llegadas en julio-agosto y -14,2% en pernoctaciones hoteleras).

**Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Julio-Agosto 2014-2013**

(Tasa de variación interanual)

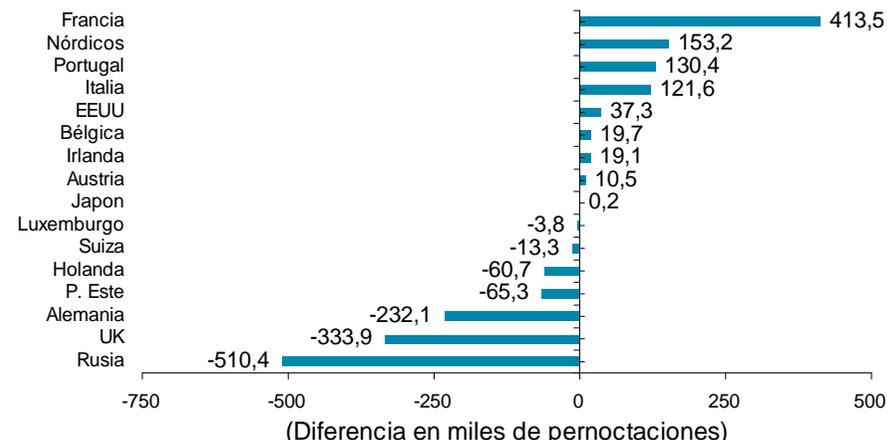
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



**Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Julio-Agosto 2014-2013**

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



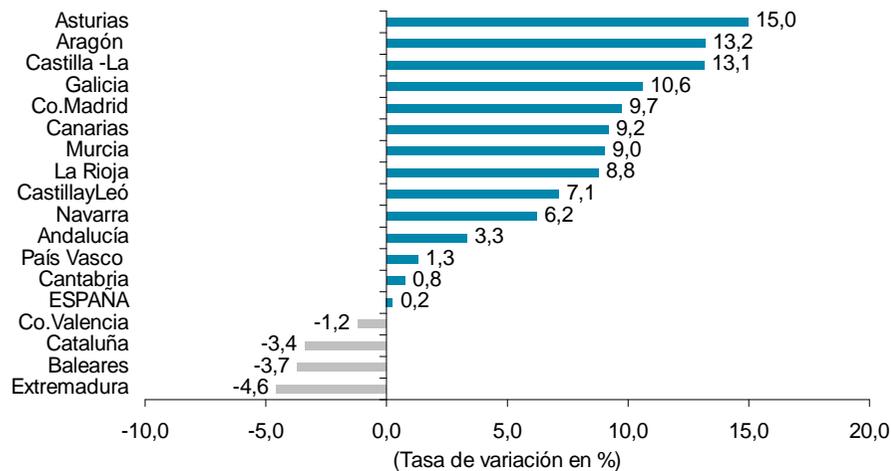
Las comunidades autónomas de interior, el norte de España, Madrid (+9,7%) y Canarias (+9,2%) son las que más se benefician del ligero incremento agregado de la demanda extranjera a hoteles en julio y agosto. Cataluña (-3,4%) se resiente por la caída del turismo ruso y Baleares por la menor llegada de turistas alemanes a hoteles (-3,7%).

Pernoctaciones hoteleras de la demanda EXTRANJERA por CC.AA.

Julio-Agosto 2014/2013

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

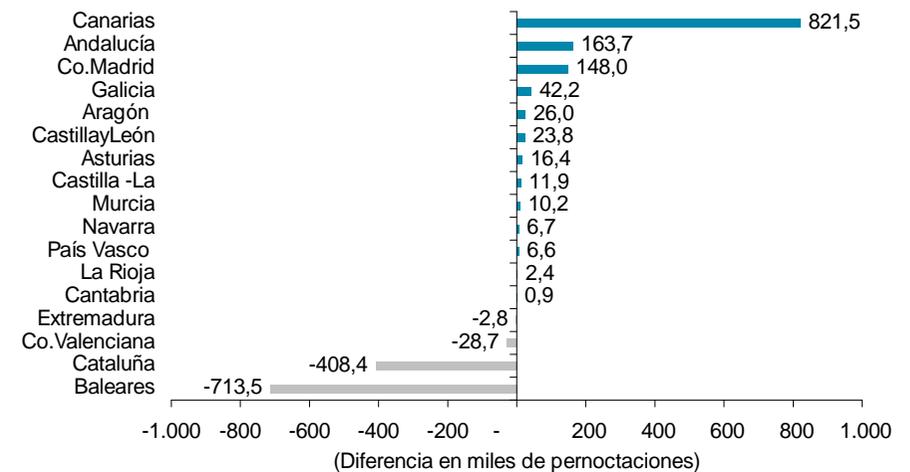


Pernoctaciones hoteleras de la demanda EXTRANJERA por CC.AA.

Julio-Agosto 2014/2013

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

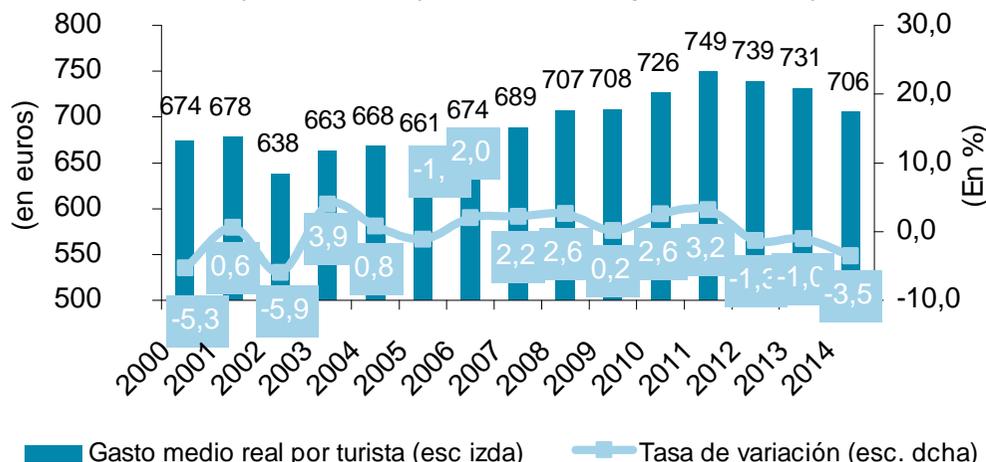


Con estos condicionantes, los ingresos por cada turista extranjero que mide el Banco de España muestran una preocupante intensificación en sus ritmos de caída en los meses de verano. Según nuestras estimaciones, **en julio y agosto el ingreso para España por cada turista extranjero habría descendido un -5,3%, de forma que en el acumulado del año la caída se eleva hasta el -3,5%, en términos nominales y al -4,0% en términos reales.**

El modelo español continua anclado en una cultura del volumen de llegadas, sin que mejore el perfil del cliente aproximado por los ingresos que revierten en los destinos. **España acumula 3 años de descensos hasta agosto del ingreso nominal por turista y 14 años si se mide en términos reales, descontando la inflación.**

Ingreso medio nominal por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).
Ene-Ago 2000-2014

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



(*) los datos de julio y agosto de 2014 son estimaciones de EXCELTUR

Ingreso medio real por turista extranjero
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).
Ene-Ago 2000-2014

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



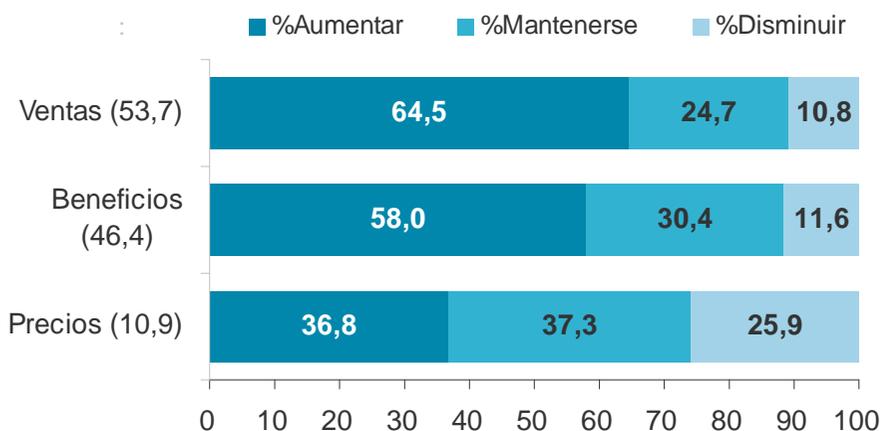
(*) los datos de julio y agosto de 2014 son estimaciones de EXCELTUR

El incremento de los volúmenes de actividad turística en el 3^{er} trimestre han permitido un crecimiento generalizado en las ventas y los resultados empresariales, mejorando el balance del 2^o trimestre de 2014.

La respuesta agregada de una muestra de más de 2000 empresarios turísticos hoteleros, de grandes grupos de AA.VV., compañías de transporte, museos y monumentos, parques de ocio y campos de golf certifica un incremento en las ventas en el 64,5% de las mismas y de sus resultados en el 58,0%, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

Balance empresarial del conjunto del sector turístico español TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

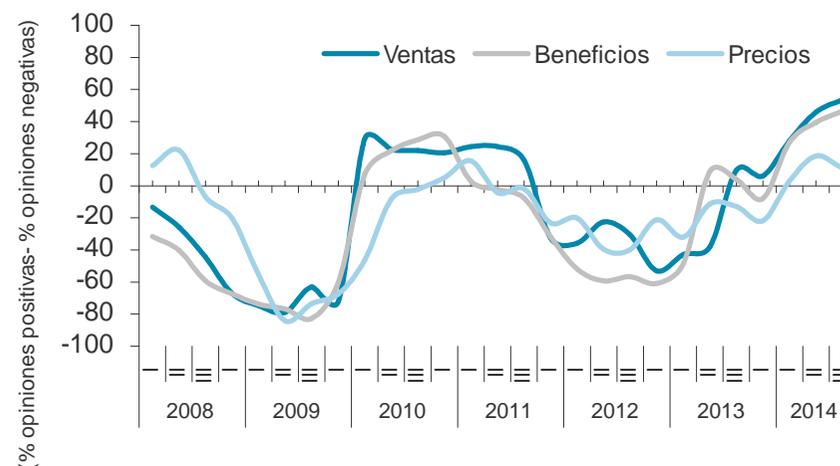


Entre paréntesis la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Itr 2008-III Tr 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



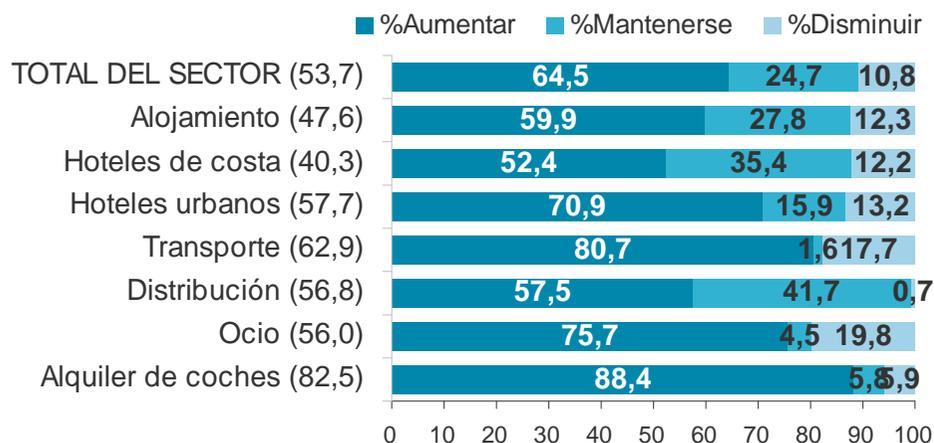
Los sectores más favorecidos por los condicionantes del 3 er trimestre son los hoteles urbanos, que consolidan la mejoría en ventas y beneficios tras unos años de fuertes caídas, las empresas de ocio, los grandes grupos de agencias de viajes, debido al contexto de ajuste en el mercado minorista y las compañías de transporte, gracias al mayor volumen de desplazamientos.

El balance es menos favorable en los hoteles de costa, por la pérdida de tirón del paquete y la caída del mercado ruso y en las empresas de alquiler de coches, debido al fuerte aumento de la oferta, que ha acabado afectando a los precios.

- El incremento en las ventas es generalizado en todos los subsectores de la cadena de valor turística, mientras su traslación a los resultados es más modesta en el caso de las empresas de transporte y, en especial, en los rent a car por el ajuste a la baja en los precios.

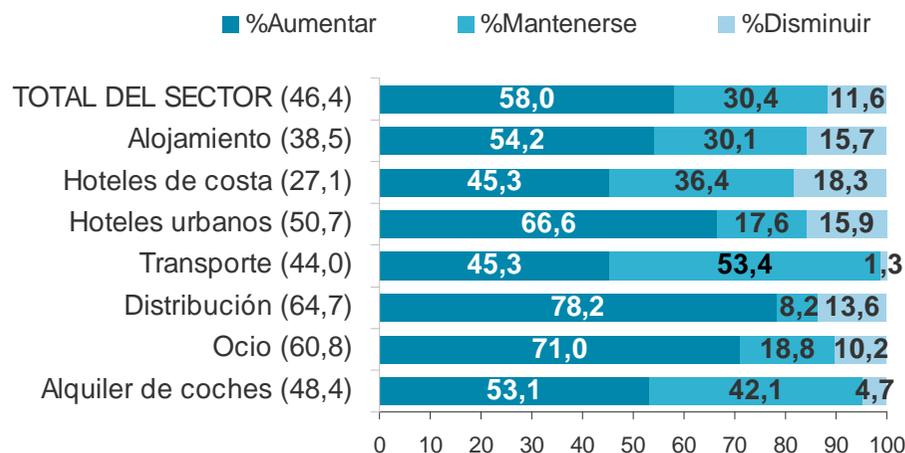
Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



■ **HOTELES DE COSTA:** se cierra un balance positivo de los meses centrales del verano gracias principalmente a la recuperación de tarifas y el buen comportamiento de los meses de agosto y septiembre, que se traduce en una mejora de las ventas en el 52,4% de los establecimientos (el REVPAR se incrementa un +4,6%) y de los resultados en el 45,6%, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR, destacando los destinos canarios, la Costa del Sol y la Costa Blanca.

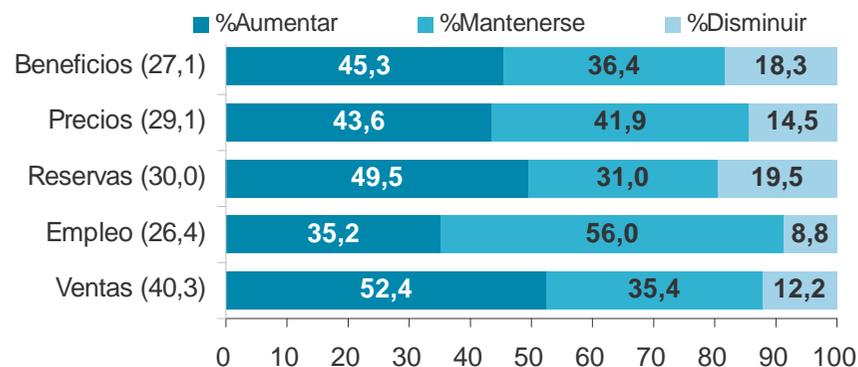
Los datos de ocupación se resienten en julio y agosto (descienden un -0,4% en el acumulado junio-julio) por la pérdida del efecto de la inestabilidad geopolítica de Egipto surgido en julio de 2013, la caída de la demanda rusa y el crecimiento exponencial en el uso del alojamiento residencial, con Baleares y los destinos de la costa catalana como los más afectados

■ **HOTELES URBANOS:** notable recuperación de los ingresos en los hoteles urbanos españoles en el verano de 2014, gracias a las mejoras en ocupación, tras las caídas experimentadas en el último lustro. Los ingresos por habitación disponible (REVPAR) aumenta un +5,9% interanual, lo que lleva al 70,9% de los establecimientos hoteleros urbanos españoles a experimentar un aumento en sus ventas y al 66,6% en sus resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

La organización de eventos como el mundial de baloncesto, el de vela o el IV centenario de la muerte de El Greco junto con la mejoría de la demanda española, la del turismo de negocios y el incremento en las conexiones por distintos medios de transporte han favorecido la recuperación del turismo urbano en España. Las ciudades más favorecidas entre las de mayor tamaño son Madrid (+5,1% en REVPAR en el período junio-agosto), Sevilla (+12,0%), Málaga (+18,8%), Valencia (+6,5%) y Bilbao (+10,2%).

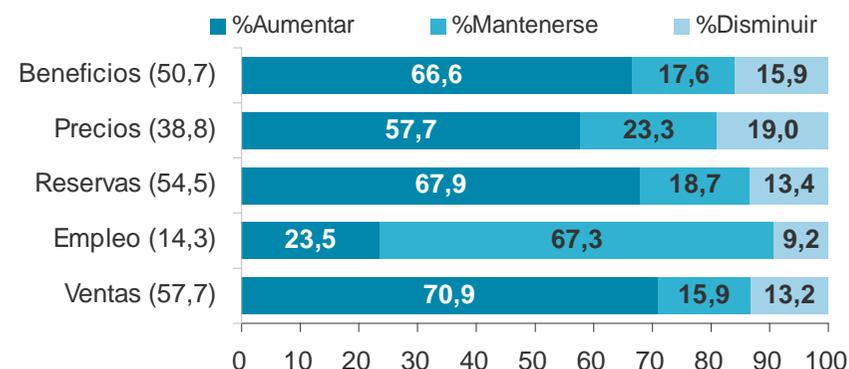
Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



AGENCIAS DE VIAJES Y TOUOPERADORES: Balance moderadamente positivo por el mayor dinamismo del consumo turístico de los españoles, si bien **todavía muy ligado a ofertas y descuentos** (el IPC de agencias desciende el -1,7%) y **una traslación a resultados sostenida por los ajustes en costes y el fuerte proceso de cierre de puntos de venta.**

Con todos ello, **el 57,5% de las agencias experimentan una mejora en sus ventas** durante el trimestre julio-septiembre de 2014 respecto al mismo período de 2013 y **un 78,2% en sus resultados.**

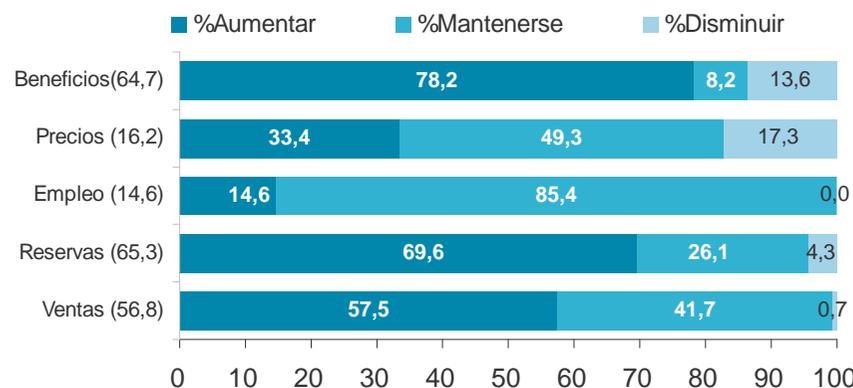
Las ventas de viajes a la costa peninsular y a Canarias han sido los que mejor comportamiento han mostrado en este tercer trimestre, seguido por otros destinos vacacionales del mediterráneo, así como los de larga distancia.

EMPRESAS DE TRANSPORTE: **el 80,7% de las empresas españolas de transporte de pasajeros incrementaron sus ventas en el segundo trimestre de 2014**, gracias al aumento de los movimientos de turismo vacacional y de negocios de los españoles, destacando el transporte ferroviario y las compañías aéreas centradas en los viajes vacacionales y punto a punto. En esta línea, el número de pasajeros aéreos en los aeropuertos españoles creció el +5,2% en julio y septiembre y los pasajeros en AVE el +15,1% en julio, último dato publicado por el INE.

La presión a la baja sobre los precios y el nuevo incremento del carburante antes del verano explica que la mejora en las ventas no se haya trasladado en la misma extensión e intensidad a los resultados. Así, **tan sólo el 45,3% de las compañías españolas de transporte mejoraban sus resultados en el tercer trimestre**, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

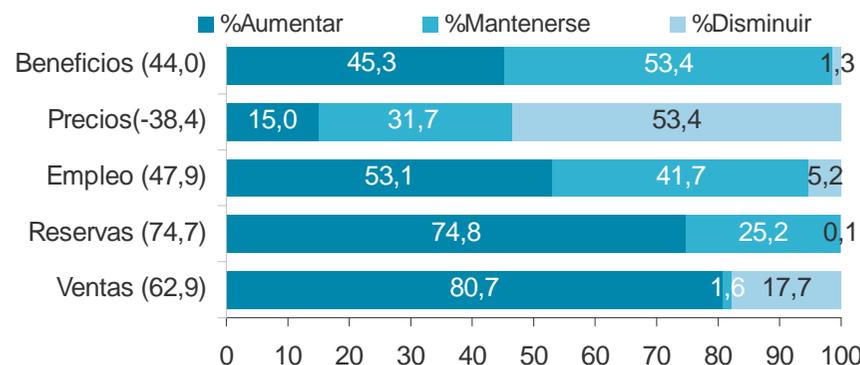
Opinión empresarial de las AA.VV. y Touroperadores españoles TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

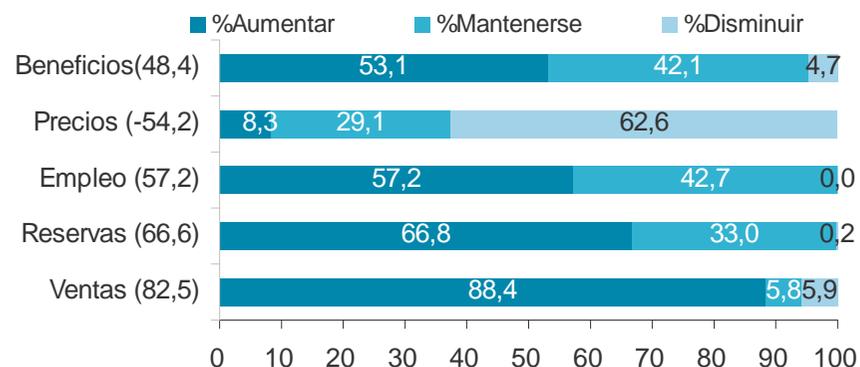


ALQUIER DE COCHES: Los rent a car sufren en España por la situación de sobreoferta existente en el mercado. La incorporación de más de 18 mil nuevos coches y la subida del carburante han impedido que la mejora de la demanda vacacional y de negocios que experimentaron en el tercer trimestre de 2014 las empresas se haya extendido a sus resultados

Según la encuesta de Confianza de EXCELTUR, el 62,6% de los rent a car tuvieron que reducir sus precios en los meses de verano de este 2014, de manera que la mejora de resultados se produce en el 53,1% de las empresas, mientras el 88,4% había manifestado una incremento de sus ventas.

Opinión empresarial de los RENT A CAR españoles TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

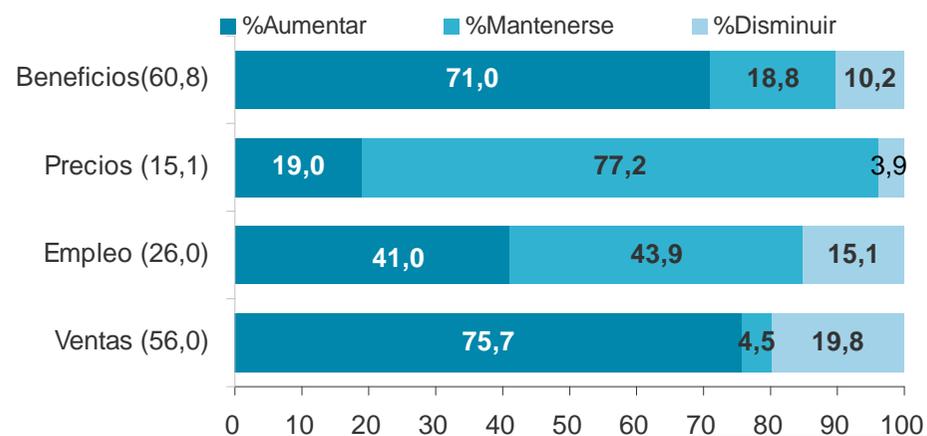


EMPRESAS E INSTITUCIONES DE OCIO: Balance positivo del verano de 2014 para la oferta de ocio, impulsado por el mayor dinamismo de la demanda interna y el mayor volumen de demanda extranjera. El 75,7% de las empresas incrementan sus ventas y el 71,0% sus resultados de julio a septiembre de 2014 en relación a los mismos meses de 2013.

Un trimestre más los parques de ocio y los museos y monumentos, gracias a la recuperación del turismo urbano son los que registran crecimientos más generalizados en sus resultados (en el 92,1% y en el 65,8%, respectivamente), mientras los campos de golf se estancan y no consiguen mejorar sus resultados (un 44,4% manifiestan mantenimiento y un 34,3% caídas, según la encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR).

Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias, entre las zonas vacacionales, y la Comunidad de Madrid, La Rioja y Castilla-La Mancha, por Toledo, entre las de interior, las comunidades con mayores crecimientos en ventas y resultados empresariales en el tercer trimestre, dentro de **positivo balance empresarial del verano de 2014 en la mayoría de destinos turísticos españoles.**

Los destinos vacacionales que mejor balance empresarial presentan del tercer trimestre de 2014 son Andalucía (toda la costa y Málaga, Sevilla y Córdoba), la Comunidad Valenciana (Costa Blanca y Azahar en Castellón, Valencia y Alicante) y Canarias, todos ellos de la mano de mejoras en ocupación y precios.

Mientras, los empresarios turísticos **Baleares** revelan crecimientos en resultados por la recuperación de precios en un contexto de caída de la demanda de servicios hoteleros, especialmente la extranjera.

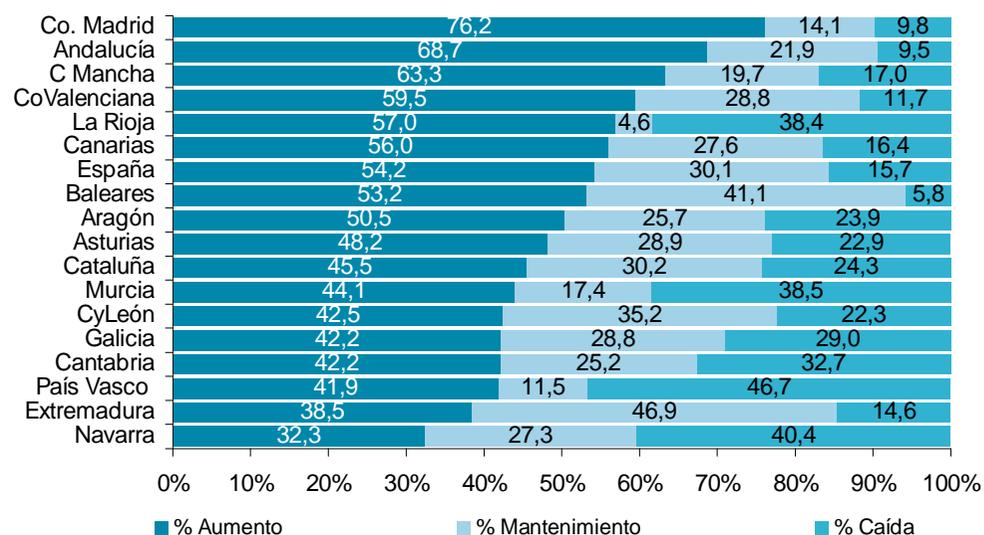
El litoral catalán registra el peor balance de destinos de sol y playa muy afectado por el descenso del mercado ruso, que ha provocado caídas en ocupación y resultados en algunos de sus principales destinos (Costa Brava y Costa del Maresme, principalmente).

Entre los destinos de interior, la Comunidad de Madrid registra el crecimiento más generalizado de los resultados, favorecida por la celebración de la fase final del Mundial de Baloncesto. **Castilla La Mancha, se beneficia del IV Centenario de la muerte de El Greco en Toledo, y La Rioja** mantiene la senda de mejor de los últimos años gracias a su apuesta por un producto diferencial sostenido en el vino,.

Los empresarios de la **España Verde** se muestran más cautos en su valoración del tercer trimestre de 2014, que aún cerrando en positivo, evidenciaron un menor dinamismo de la demanda nacional, su principal mercado, condicionado por las malas condiciones meteorológicas en los meses centrales del verano (julio y agosto).

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Sector Alojamiento III Trimestre 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Islas Canarias e Islas Baleares

■ **El 56,0% de los empresarios turísticos canarios mejoran sus resultados en el tercer trimestre de 2014** (un 17% de forma intensa) gracias al buen comportamiento de la demanda extranjera (820 mil pernoctaciones hoteleras más entre julio y agosto), al que se ha unido el crecimiento de la demanda nacional en su temporada alta, lo que ha permitido un aumento del RevPAR del 8,1% entre junio y agosto en el conjunto del archipiélago, encadenando 19 meses de crecimiento en los ingresos. Las islas de **Lanzarote y Fuerteventura, son los que experimentaron en el verano de 2014 mejoras de los ingresos más notables (12,7% y 12,0%, respectivamente, según el INE)** sobre ya unos muy positivos resultados del tercer trimestre de 2013.

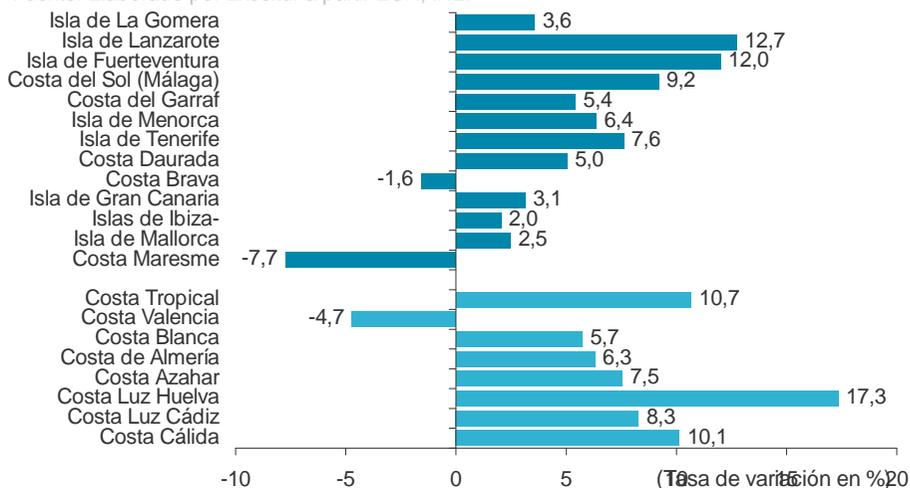
■ **El 53,2% de los empresarios turísticos de Baleares revela una mejora en sus resultados en el tercer trimestre de 2014** respecto los positivos niveles del mismo período de 2013, si bien la mayoría la cuantifica como leve y está vinculada casi exclusivamente a la recuperación de precios. La demanda turística en los establecimientos reglados se situaba hasta agosto por debajo del año anterior (-3,8% entre julio y agosto, según el INE), lo que explica que las mejoras en RevPAR sean de baja intensidad e **Ibiza-Formentera (+2,0%) y Mallorca (+2,5%),** mientras **Menorca** presenta el mejor comportamiento (+6,4%).

RevPAR Zonas Turísticas del litoral mediterráneo y las islas

Jun-Ago 2014/2013

Variación interanual. En %

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.



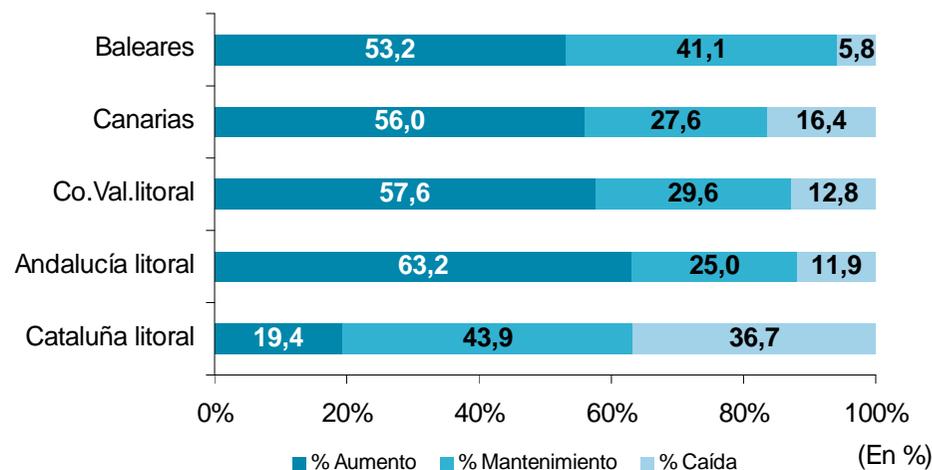
Litoral Mediterráneo

■ **Los establecimientos del litoral levantino y del sur peninsular revelan un positivo balance de su actividad entre los meses de julio y septiembre de 2014.** Este es el caso de todo el litoral andaluz, destacando la Costa del Sol (+9,2% de RevPAR en junio-agosto) y de la Luz de Cádiz (+8,3%) y Huelva (+17,3%), y del litoral levantino (excepto la Costa de Valencia). Con ello, el 63,2% de los establecimientos hoteleros andaluces vacacionales experimentan mejoras interanuales en sus resultados en el tercer trimestre de 2014 y un 57,6% en el caso de los valencianos, si bien de intensidad leves

Se trata de una tendencia de la que se beneficia igualmente **Costa Cálida** del litoral murciano (+10,1% en REVPAR, según el INE).

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Destinos Costa III Trimestre 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



■ **El devenir de la actividad vacacional del litoral catalán ha sido menos favorable y más dispar** (los resultados empresariales se mantuvieron a los mismos niveles del tercer trimestre de 2013 según el 43,9% de sus empresarios y por debajo en el 36,7% de los casos). La evolución de la demanda ha estado marcada en estos meses por la recuperación de la demanda española perdida en años anteriores (un +7,2% de pernoctaciones de españoles más según datos de la EOH del INE), que, sin embargo, no ha podido compensar la pérdida de demanda extranjera en la Costa Brava, Dorada y del Maresme, muy perjudicadas por el descenso del mercado ruso. Con todo ello, **la caída de los ingresos (RevPAR) durante el período junio-agosto se sitúa en el -1,6% en la Costa Brava y en el -7,7% en el Maresme**, según datos del INE.

Destinos urbanos

Los empresarios turísticos madrileños, los de destinos urbanos en zonas de costa con alta penetración de demanda extranjera, ciudades que han acogido algún acontecimiento deportivo o cultural singular (Copa del Mundo de Baloncesto, Mundial de Vela en Santander y Celebración del IV Centenario de la muerte de El Greco en Toledo), constatan un positivo comportamiento en sus indicadores de negocio en el tercer trimestre de 2014.

El 76,2% de los hoteles en Madrid han mejora resultados respecto a los niveles del tercer trimestre de 2013, (los ingresos han crecido +5,1% entre junio y agosto de 2014) beneficiados exclusivamente por el crecimiento de la demanda y la ocupación, mientras los precios continúan a la baja perjudicados por la irrupción de un gran volumen de oferta de viviendas de uso turístico en alquiler .

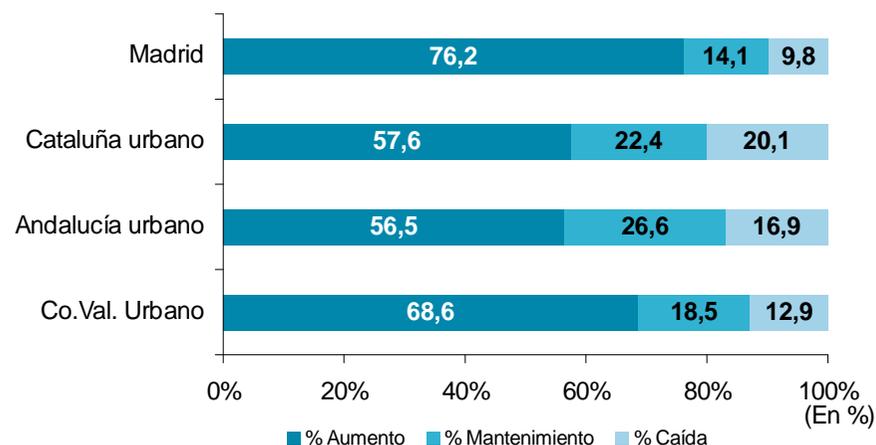
Así mismo, el 68,6% de los establecimientos de los destinos urbanos en la Comunidad Valenciana revelan mejoras de los resultados empresarial que se concentran en **Alicante** (+9,6% en RevPAR) y **Valencia** (+6,5% en RevPAR).

Por su parte, el 56,5% de los empresarios de la hotelería urbana andaluza han percibido un incremento de la rentabilidad empresarial en el verano de 2014. Destacan **Málaga, Córdoba** y **Sevilla**, sede del mundial de Baloncesto (con crecimientos de RevPAR entre junio y agosto del +18,8%, +8,0% y +12,0%, respectivamente).

Por su parte, el tercer trimestre de 2014 confirma la **ralentización de la senda de crecimiento de la rentabilidad empresarial en Barcelona (+2,4% en RevPAR entre junio y agosto de 2014) igualmente penalizado por el intenso crecimiento de la oferta residencial en alquiler.**

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Destinos Urbanos
III Trimestre 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Destinos de interior y España Verde

El mayor dinamismo del gasto turístico de las familias españolas en el verano de 2014 ha favorecido una mejora generalizada de la rentabilidad en los destinos turísticos de interior, sustentado en el avance en la ocupación y leve recuperación de los niveles de precios cedidos en los años de crisis.

Así lo confirman la gran mayoría de los empresarios turísticos de **Castilla y León**, **Castilla La Mancha** (impulsado por los positivos efectos de la celebración de El año de El Greco en **Toledo** donde el REVPAR crece el +34,5% entre junio y agosto de 2014), **Extremadura**, **Aragón** (en sus destinos en Pirineos y principales ciudades) y **La Rioja**, que afianza la mejora de rentabilidad observada desde el inicio de 2014 gracias al posicionamiento diferencial de su oferta turística.

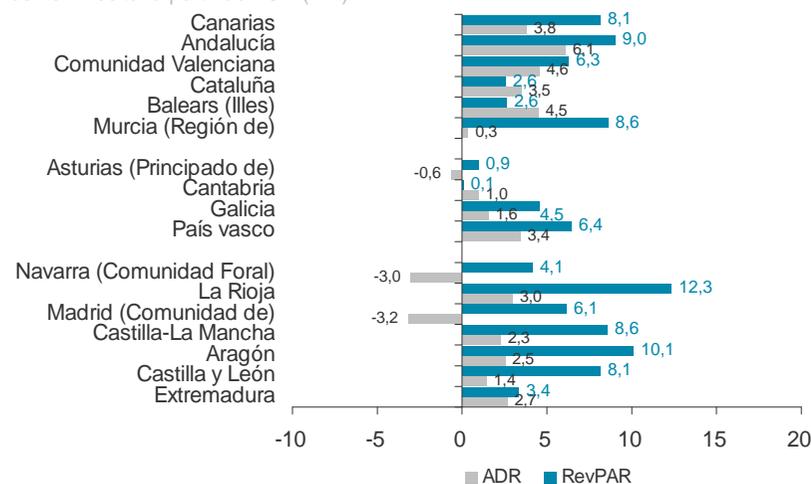
Mientras, los hoteles de la **España Verde** revelan un dispar balance empresarial, en algunos casos perjudicados por el mal tiempo en los meses de julio y agosto. Sin perjuicio de lo anterior, los principales destinos urbanos y las zonas de costa del Norte de España han evidenciado una recuperación de la rentabilidad empresarial en el tercer trimestre del año 2014.

ADR y RevPAR por CCAA

Jun-Ago 2014/2013

% Var acumulada

Fuente: Exceltur a partir de EOH (INE)



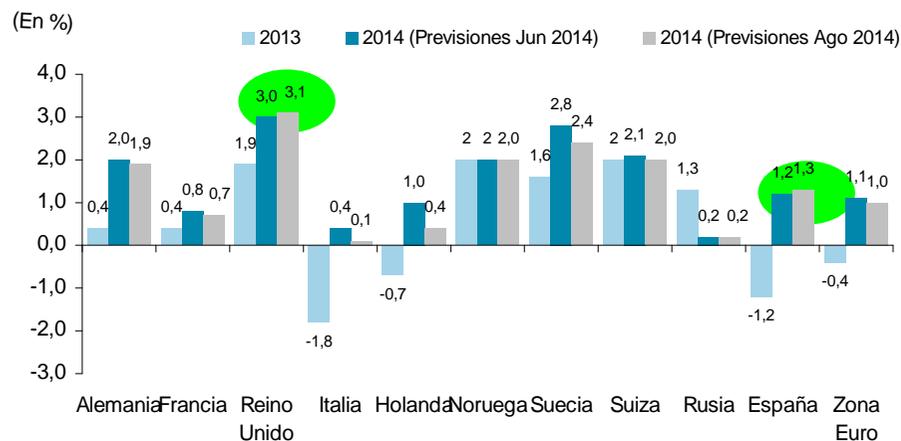
Expectativas turísticas para el cuarto trimestre de 2014 y el conjunto del año

Escenario de mayor incertidumbre y debilidad en la recuperación económica de la Zona Euro, respecto al existente hace tres meses. El consenso de analistas revisa ligeramente a la baja sus previsiones de cierre de año para parte de nuestros principales mercados emisores (Alemania, Francia e Italia), mientras se mantienen las favorables expectativas para el mercado británico y la recuperación de la economía española, que favorecerá un mayor nivel de consumo de sus hogares y empresas en los tres últimos meses de 2014.

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos
2013-2014

Tasa de variación interanual

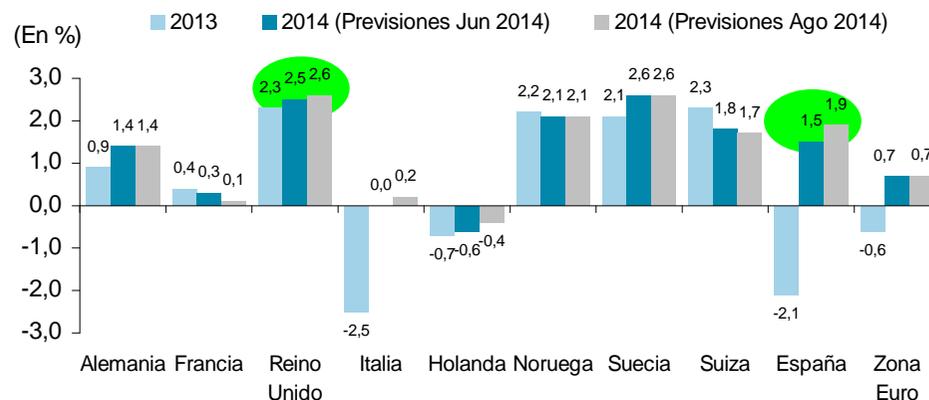
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (agosto 2014), FUNCAS (septiembre 2014) y FMI (octubre 2014) para Rusia



Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos(*)
2013-2014

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (agosto 2014) y FUNCAS (septiembre 2014)



(*) Información no disponible para Rusia

Principales variables que afectarán al devenir del turismo español en el cierre de

De signo +

- Depreciación del euro frente a dólar y libra, que mejoran la competitividad precio de los destinos españoles.
- Crecimientos esperados del consumo de las familias de Reino Unido (+2,8% para el IVT de 2014), países nórdicos y Suiza, según el consenso de analistas.
- Paulatina recuperación del gasto asociado a los viajes de los españoles en el cierre de 2014 por la mejora de sus niveles de confianza y la mejora de los niveles de empleo, en un contexto dónde el conjunto de analistas descuenta cierta desaceleración de los ritmos de crecimiento de la capacidad de consumo de los hogares españoles.
- Mayor dinamismo en los viajes de negocios internos, por las mejores expectativas económicas para España
- Mejora de la conectividad aérea. AENA anticipa un crecimiento del +5,1% del número de asientos programados para la temporada de invierno 2014/2015.

De signo -

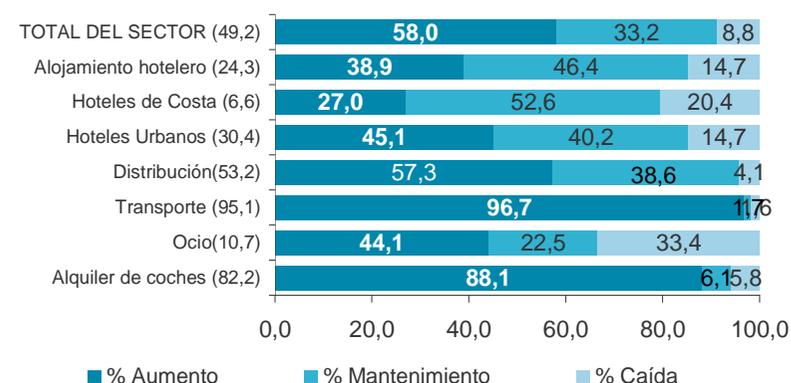
- Enfriamiento en la recuperación de la crisis en las principales economías de la Zona Euro (Alemania, Francia e Italia).
- Los riesgos geopolíticos en Oriente Medio podrían provocar un crecimiento de los precios de los combustibles, y un encarecimiento del precio del billete aéreo.
- Se diluye el efecto positivo de comparación interanual vinculado al crecimiento de la llegada de turistas extranjeros por el brote de la inestabilidad geopolítica surgido en julio de 2013 en Egipto, además de los primeros síntomas de recuperación observados en 2014 (la llegada de turistas a Egipto creció un 15,8% en julio de 2014).
- Contención del crecimiento del mercado ruso por la todavía debilidad de su moneda respecto al euro y el contexto de estancamiento de su economía (+0,2% para 2014, según FMI).
- Calendario laboral del cuarto trimestre de 2014 poco propicio para vacaciones y escapadas.

Los responsables de las empresas turísticas españolas transmiten una moderación en la mejora de sus ventas y resultados para los últimos tres meses de 2014, por la contención de la demanda extranjera y la comparación con un atípicamente muy positivo cuarto trimestre de 2013. **El 58,0% de los empresarios turísticos anticipan un crecimiento interanual de las ventas el cuarto trimestre de 2014 y el 45,6% espera se trasladen en mejoras interanuales de sus resultados**, que en la mayoría de los casos se anticipa que sean de leve intensidad.

- **Las empresas y destinos más vinculadas al turista nacional esperan se mantenga la senda de recuperación de sus resultados empresariales todavía en un contexto de contención de los precios.** En esta línea se encuentran las previsiones de los establecimientos en destinos urbanos con mayor presencia de la demanda española, destinos de interior y prestadores de servicios de ocio en los mismos (museos y monumentos), favorecidas muchas de estas ciudades por la mejora de la conectividad. Así mismo, las empresas de transporte, que han apostado por mayor capacidad, y los grandes grupos de agencias de viajes prevén en general que la demanda siga recuperándose de manera paulatina y que ello se traslade a un leve incremento en las ventas, que en gran parte de las mismas se concretará en mejoras de su rentabilidad empresarial, también moderada, respecto a un cuarto trimestre de 2013 dónde la demanda nacional mostró un comportamiento atípicamente muy positivo.
- **Las expectativas entre los prestadores de servicios turísticos más orientados a la demanda extranjera son menos favorables.** Los empresarios turísticos descuentan una nueva ralentización de la demanda extranjera en el cuarto trimestre de 2014 que condicionará los resultados de los hoteles vacacionales (Canarias fundamentalmente), que esperan de manera generalizada un enfriamiento de la senda de mejora de la rentabilidad empresarial. En la misma línea se encuentran las opiniones de las compañías de alquiler de coches, campos de golf, parques de ocio, museos y monumentos y hoteles urbanos localizados en los mismos anticipan mayoritariamente mantener los niveles de facturación y rentabilidad del cuarto trimestre de 2014.

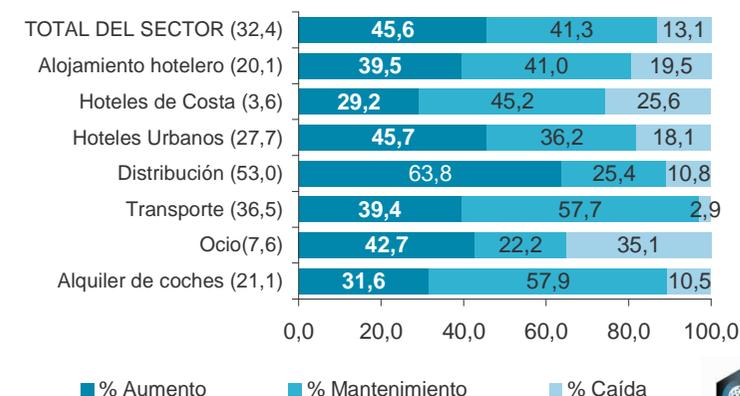
Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el CUARTO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS PREVISTOS para el CUARTO trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



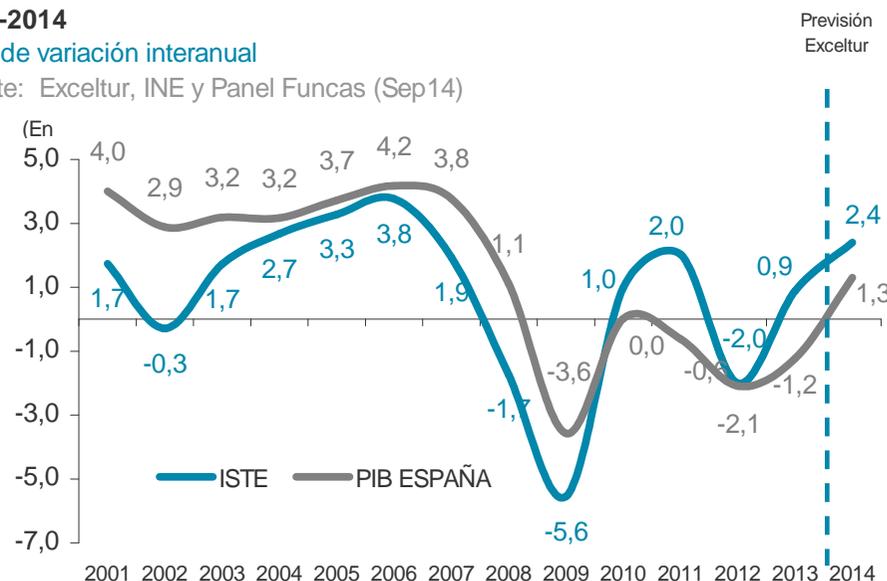
Bajo estos condicionantes, mantenemos nuestro escenario de crecimiento del **+2,4%** del PIB Turístico para el conjunto del año 2014

- Esta previsión contempla una desaceleración de la actividad turística en el cuarto trimestre de 2014, especialmente en su componente de demanda externa, por el enfriamiento de las economías de nuestro entorno, la progresiva recuperación de la afluencia turística en Egipto, y el freno en el crecimiento del mercado ruso.
- **Con ello, el sector turístico contribuirá positivamente un año más a la recuperación del conjunto de la economía española, que según las estimaciones de las casas de análisis en septiembre de 2014 crecerá un +1,3%.**

Comparación PIB turístico (ISTE) con el PIB general de la economía española
2000-2014

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Panel Funcas (Sep14)



Encuesta de Confianza Turístico Empresarial

Anexo Estadístico. Resultados detallados por
subsectores

Índice de Contenidos

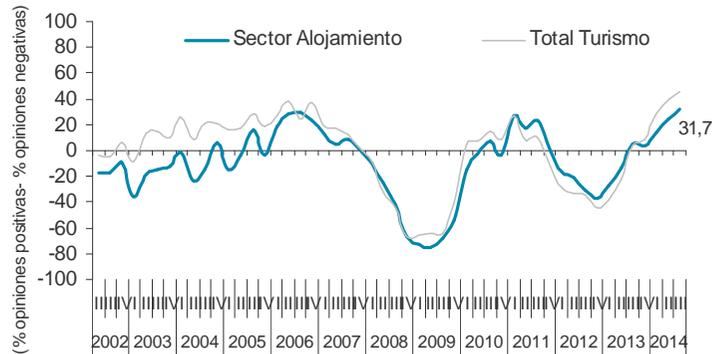
1. Alojamiento hotelero
2. Grandes grupos de Agencias de Viajes
3. Transporte de Pasajeros
4. Empresas y equipamientos de ocio

1. Sector Alojamiento hotelero

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento hotelero.

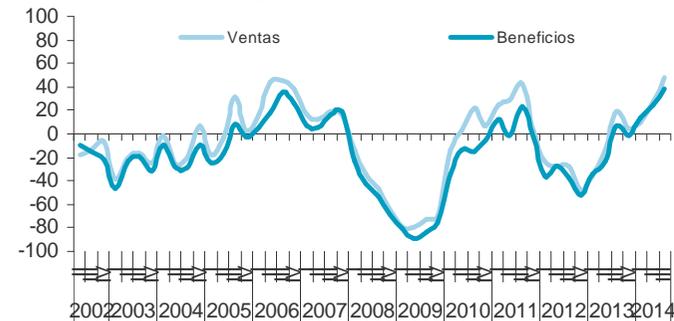
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



**Opinión empresarial . Total España (*). Alojamiento hotelero
Años 2002-2014**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

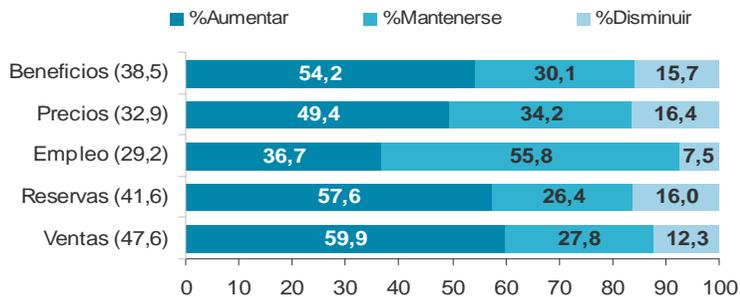


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

**Opinión empresarial de los HOTELES españoles
TERCER trimestre de 2014**

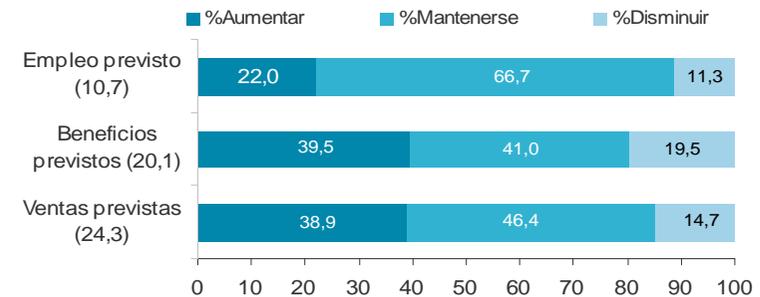
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

**Opinión empresarial de los HOTELES españoles.
Expectativas para el IV Trimestre de 2014**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

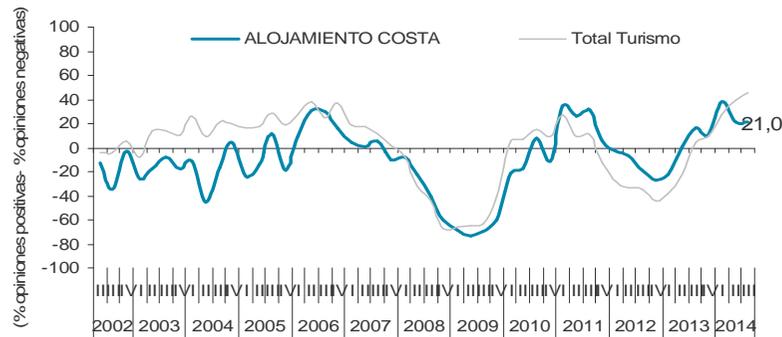
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

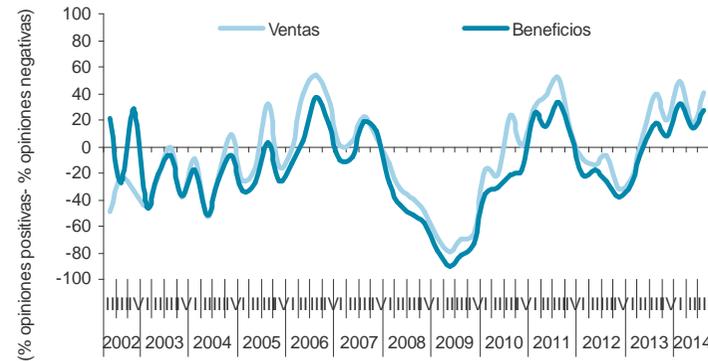
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

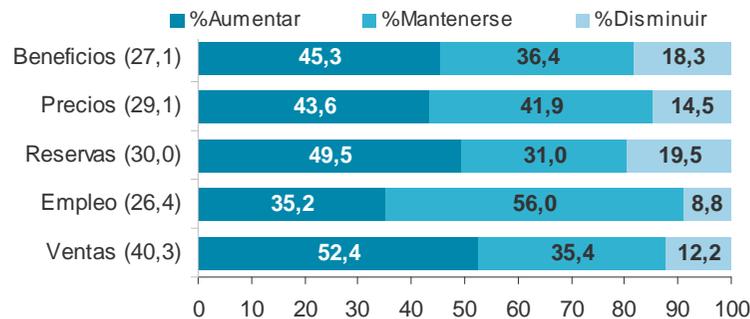


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles TERCER trimestre de 2014

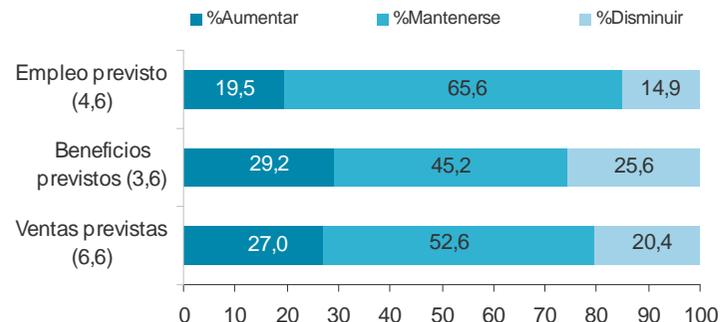
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 IV Trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

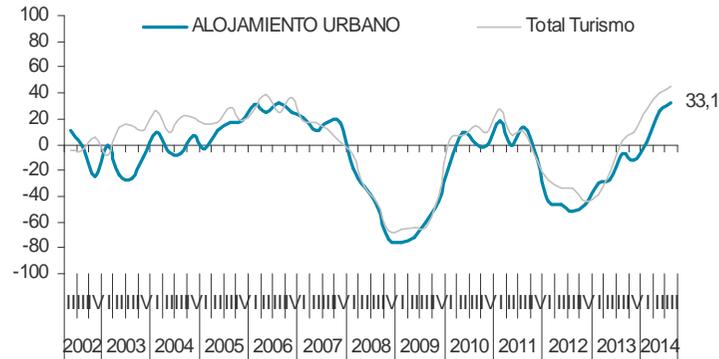
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

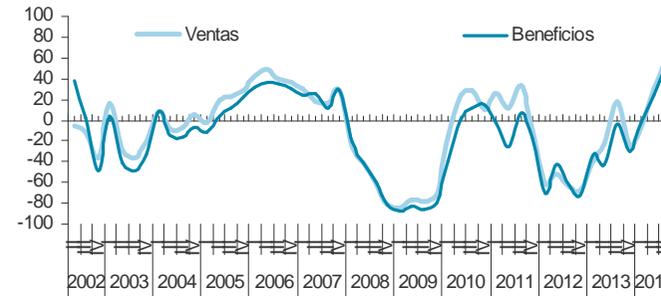
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano

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)

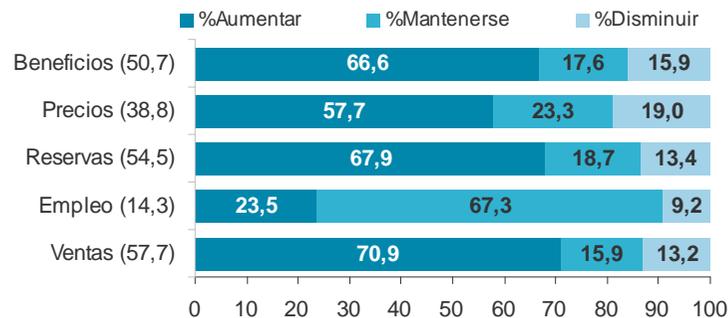


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles
TERCER trimestre de 2014

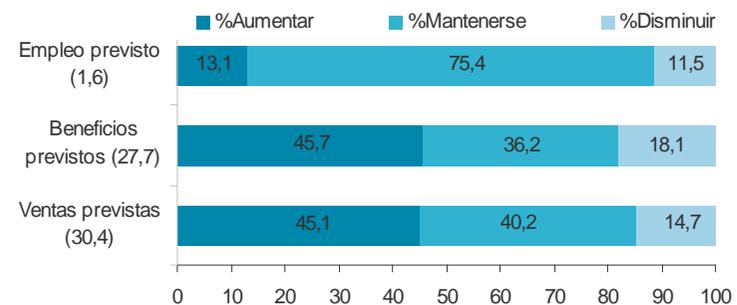
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



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

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.
Expectativas para el IV Trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



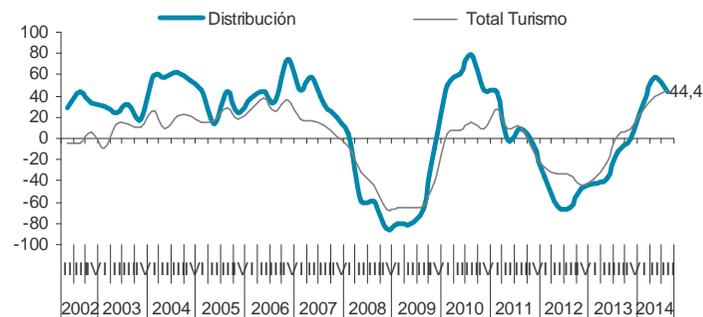
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

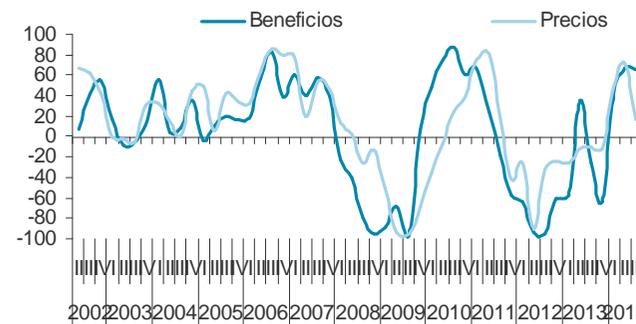
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial. AA.VV y Touroperadores españoles

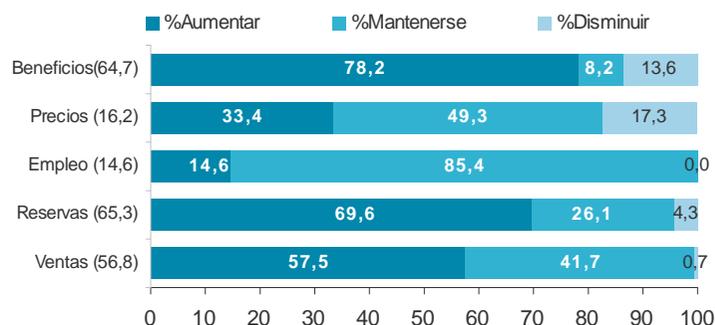
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de las AA.VV. y Touroperadores españoles TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

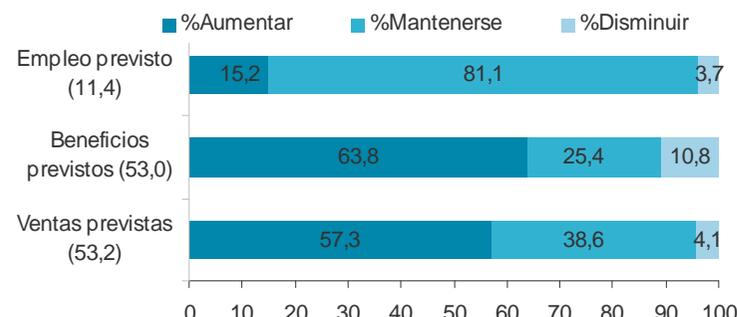


Los () se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

Opiniones empresariales de AA.VV. y Touroperadores españoles

Expectativas empresariales para el IV Tr 2014.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

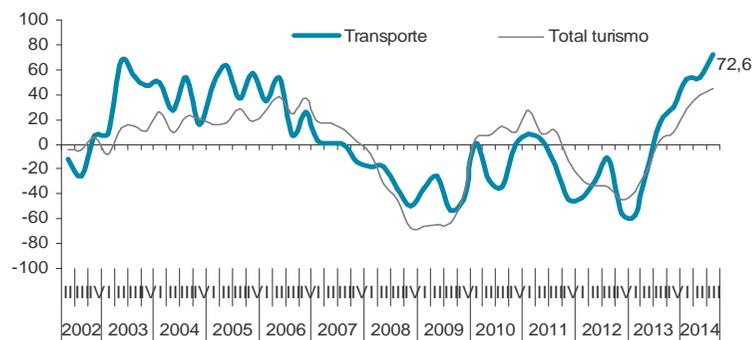
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos periodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las 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

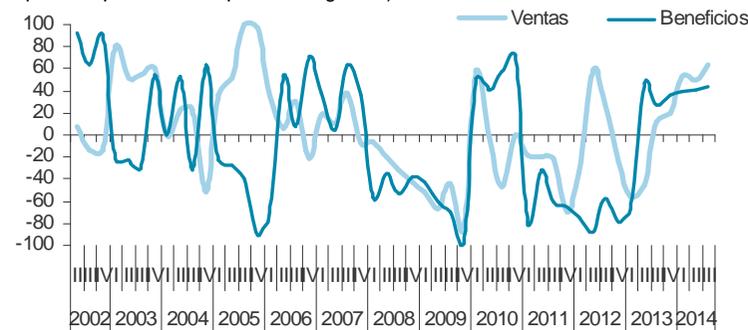
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas españolas de transporte (*)

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

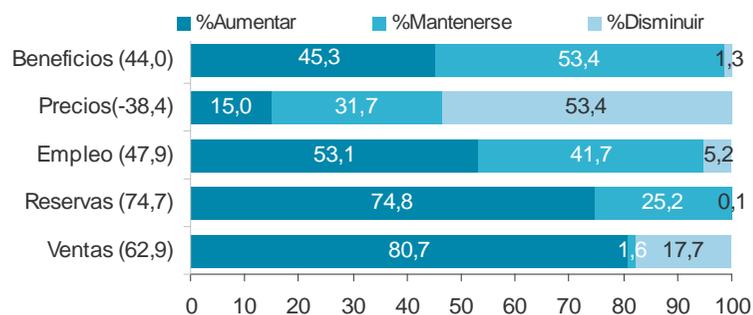


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE TERCER trimestre de 2014

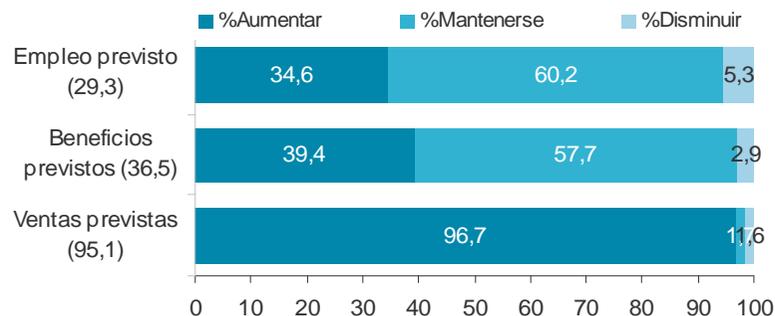
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales. Empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para IV Tr 2014.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

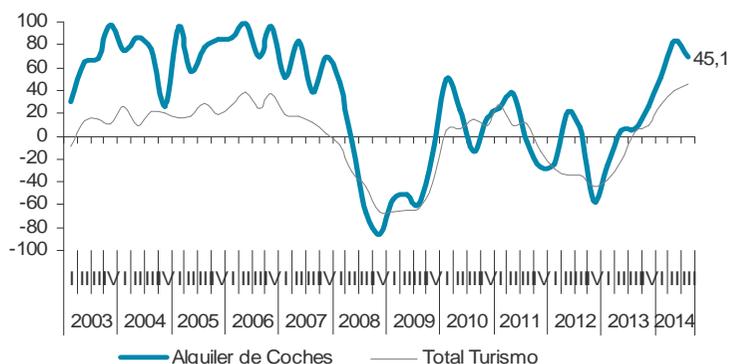
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

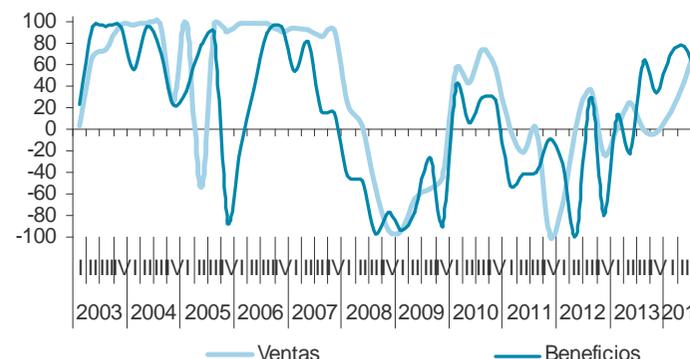
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas de alquiler de coches.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas alquiler de coches.

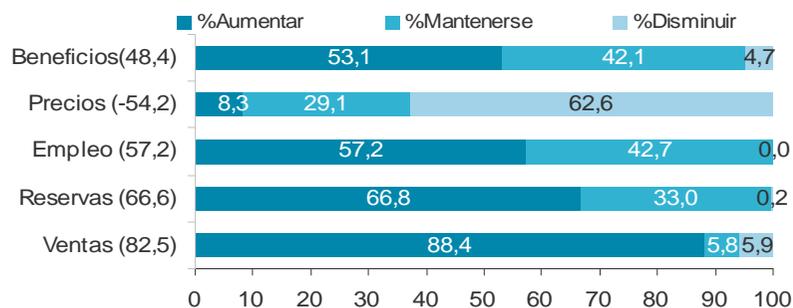
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches TERCER Trimestre de 2014

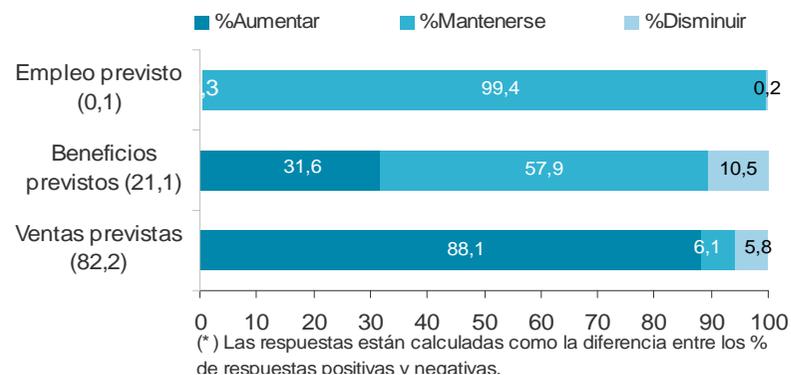
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches Expectativas para el IV Trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

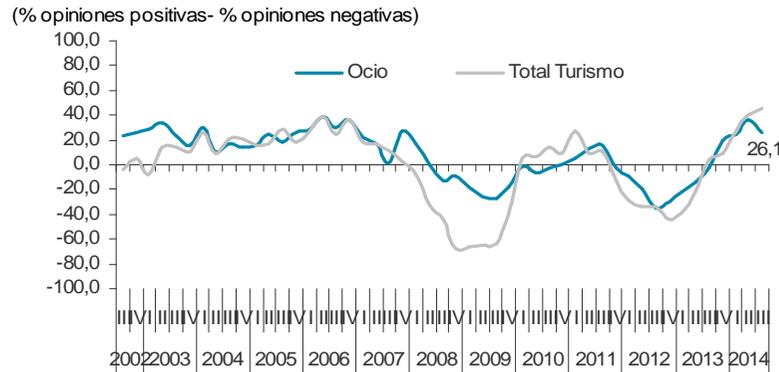
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior.. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

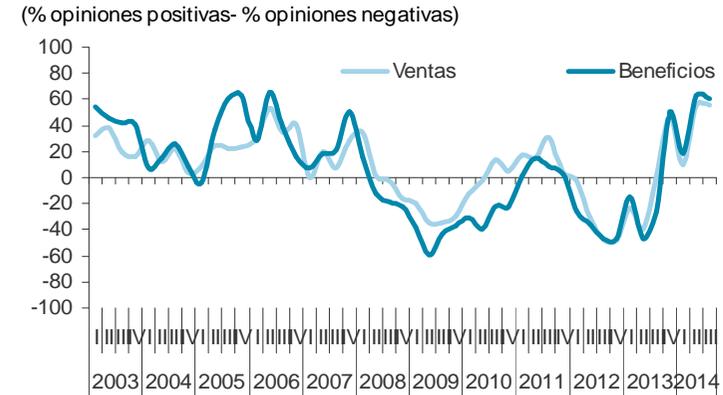
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial. Empresas y equipamientos de ocio.

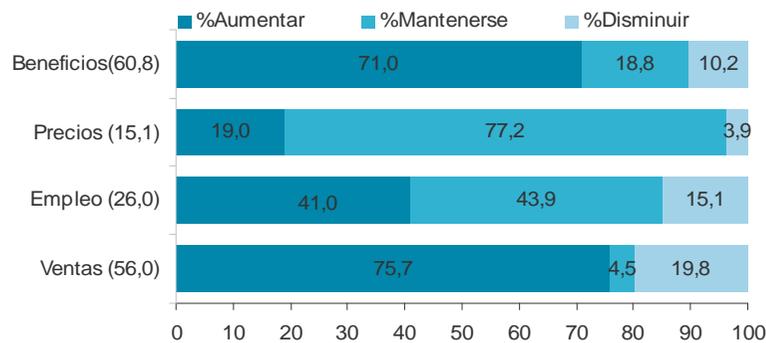
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2014 y previsiones para el IV Trimestre de 2014

Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

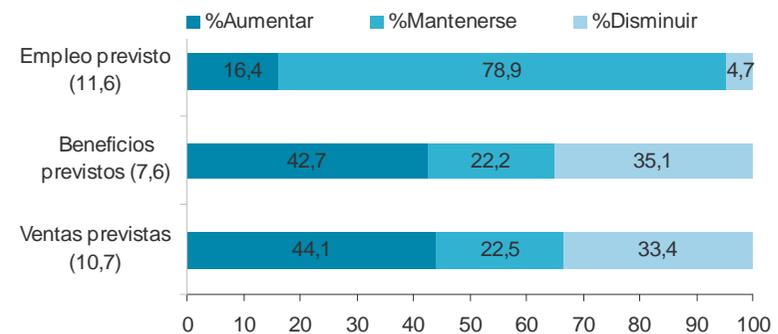


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial de las Empresas y equipamientos de ocio.

Expectativas empresariales para el IV Tr 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

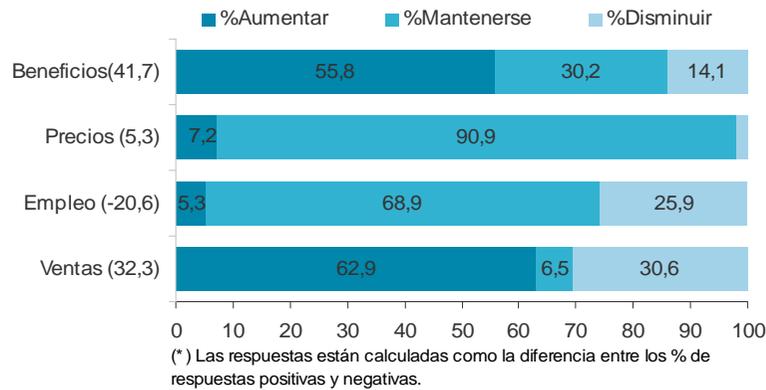
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos periodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

4.a. Museos y Monumentos

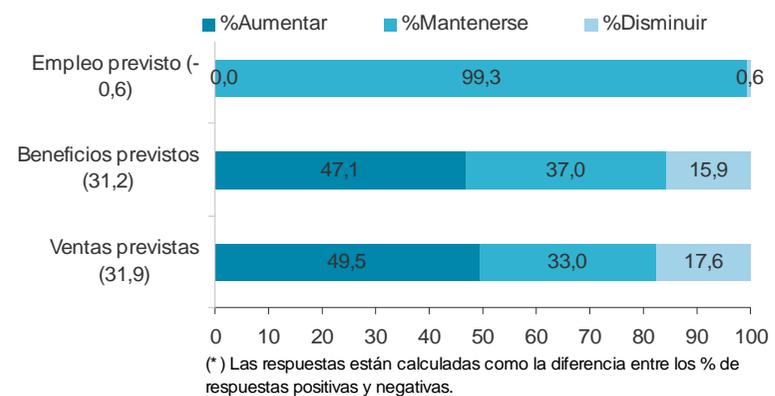
Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. Expectativas empresariales para el IV Tr 2014.

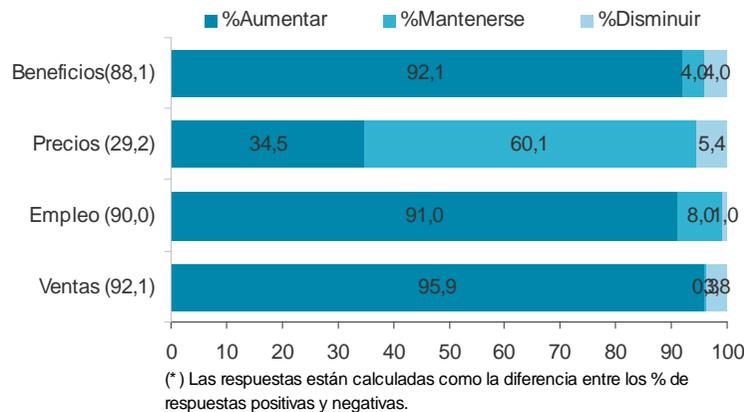
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



4.b. Parques de Ocio

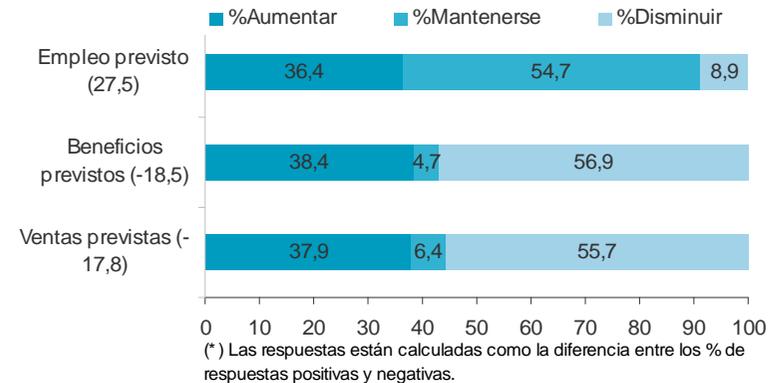
Opiniones empresariales de los Parques de ocio. TERCER trimestre de 2014.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opiniones empresariales de los Parques de ocio. Expectativas empresariales para el IV Tr 2014.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

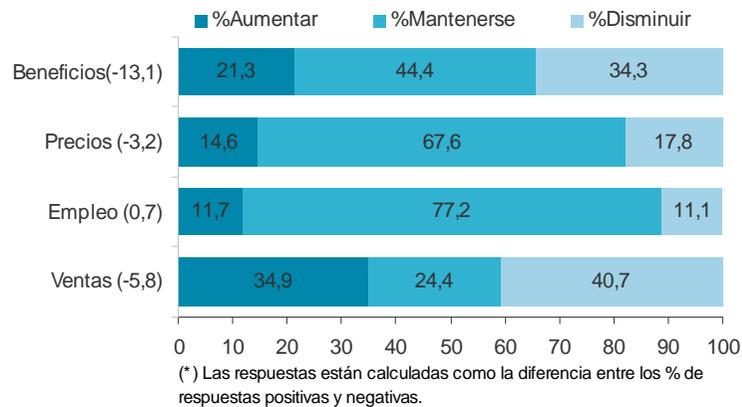


Empresas y equipamientos de ocio

4.c. Campos de golf

Opiniones empresariales de los Campos de golf. TERCER trimestre de 2014

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opiniones empresariales de los Campos de golf. Expectativas empresariales para el IV Tr 2014.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

