

Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del segundo trimestre de 2015 y perspectivas para el trimestre de verano y el conjunto del año



Balance empresarial del segundo trimestre de 2015

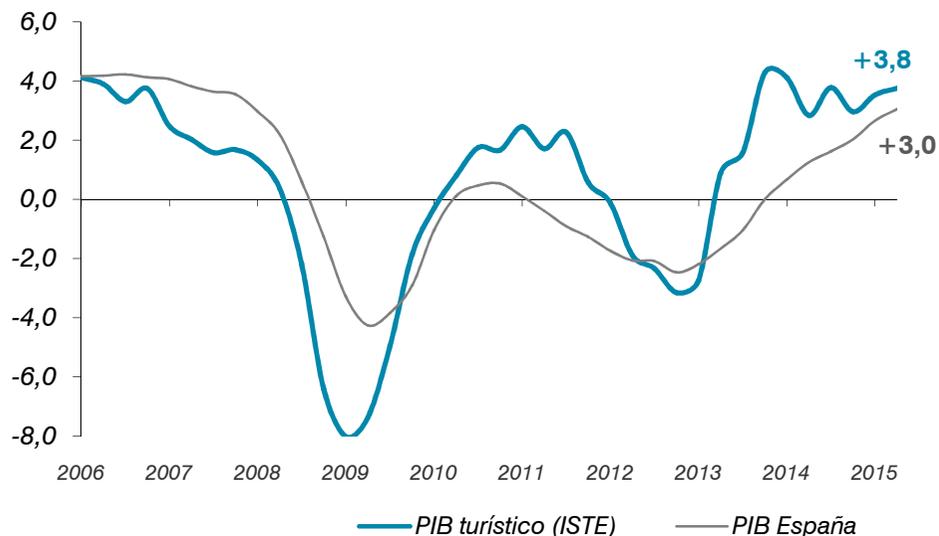
La combinación de un contexto económico y geopolítico muy favorable para el turismo permite que **el PIB turístico acelere de nuevo sus ritmos de crecimiento hasta el 3,8% en el segundo trimestre de 2015.**

La demanda española se erige como el principal motor del crecimiento, acompañado de una demanda extranjera que intensifica el incremento en volumen y no tanto en ingresos en estos meses de primavera

Crecimiento del PIB turístico trimestral con el PIB general de la economía española. 2006-2015

Tasa de variación interanual trimestral

Fuente: Exceltur a partir de INE y AFI (Jun 15)



El sector turístico español ha disfrutado de un escenario muy propicio en los meses de primavera, que le ha permitido intensificar sus ritmos de crecimiento del PIB hasta el 3,8%. Una nueva combinación de factores favorables explica que el turismo encadene 9 trimestres consecutivos con incrementos de la actividad por encima del 2,5%.

En este 2º trimestre de 2015 los factores favorables más destacados son:

1. El intenso crecimiento del consumo de los españoles (el 1er mercado para las empresas turísticas españolas).
2. Las favorables condiciones económicas en nuestros principales mercados, con UK y USA a la cabeza, beneficiándose, a su vez, por la depreciación del euro respecto a sus monedas.
3. El recelo de los turistas por los destinos del mediterráneo oriental, nuevamente sacudidos por indeseables ataques terroristas, que ha propiciado una afluencia adicional, muy marcada en el caso de los turistas franceses e italianos.
4. El descenso de los precios del petróleo en euros respecto a los vigentes el pasado año, que ha provocado una reducción de los precios en los principales medios de transporte.

La mayor actividad turística ha propiciado una mayor generación de empleo durante el segundo trimestre de 2015, hasta los 73.820 nuevos afiliados a la seguridad social (un 34,0% de las empresas turísticas ha incrementado sus plantillas), favorecido por las positivas expectativas para la temporada de verano.

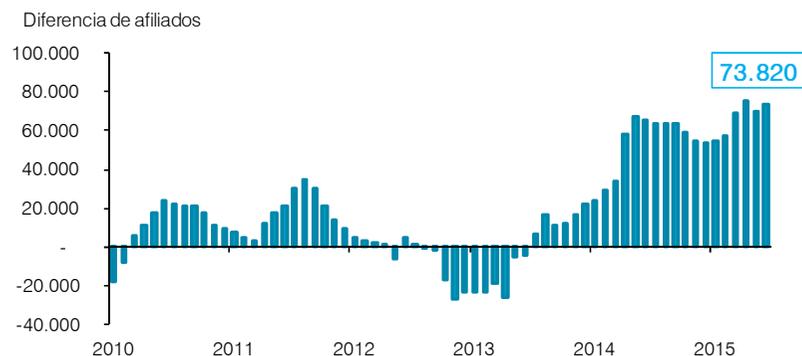
El turismo no ha participado de la desaceleración en la generación de empleo observada en la mayor parte de los grandes sectores de la economía española en el mes de junio, elevando el crecimiento hasta el 5,0%.

El sector turístico generador de empleo

2010-2015

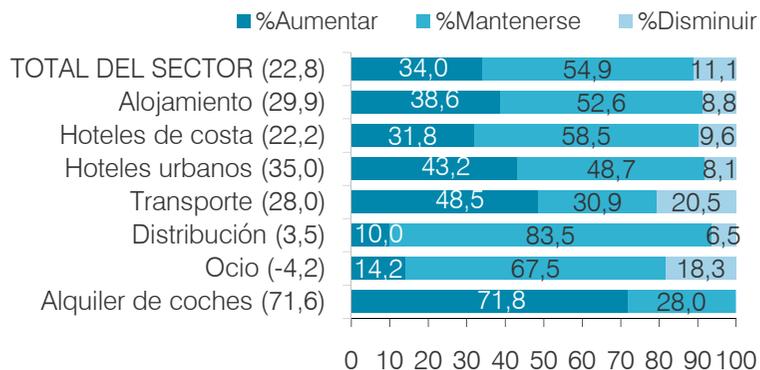
Diferencia de afiliados a la Seguridad Social en volumen hasta junio

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



En el mes de junio el turismo ha acelerado el ritmo de generación de empleo hasta el 5,0%, medido a través de los afiliados a la seguridad social, desmarcándose de la pérdida de intensidad que han mostrado los principales sectores de la economía española, cuyo agregado ralentiza su incremento hasta el 3,6%.

Opinión empresarial sobre la evolución del empleo SEGUNDO trimestre de 2015



Comparación de la evolución del empleo en turismo y del empleo total 2012-2015. TV interanual.

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



La recuperación del consumo turístico de los españoles marcan los positivos registros del segundo trimestre de 2015.

La demanda nacional crece el doble que la extranjera en todos los indicadores disponibles, consolidando en este año 2015 su condición de motor del crecimiento y tomando el testigo en ingresos del turismo extranjero

Tanto en el acumulado enero-mayo, como en los últimos tres meses para los que se dispone de indicadores (marzo-mayo), la demanda turística nacional se sitúa en crecimientos que doblan los registrados por la demanda extranjera.

La demanda nacional se desacelera levemente en este segundo trimestre de 2015, mientras la extranjera registra contemporáneamente una ligera intensificación de sus ritmos de crecimiento.

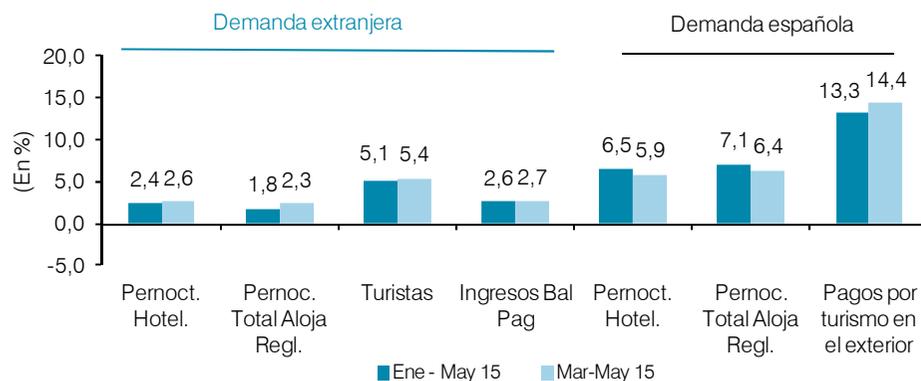
A pesar de ello la demanda nacional se sitúa todavía en niveles de 2005-2006, mientras la extranjera registra máximos históricos

Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera.

Enero - Mayo 2015/2014

(Tasa de variación interanual)

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



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

Pernoctaciones en establecimientos reglados por mercados 2011-2015

(Tasa de variación interanual trimestral)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de las Encuestas de Ocupación del INE



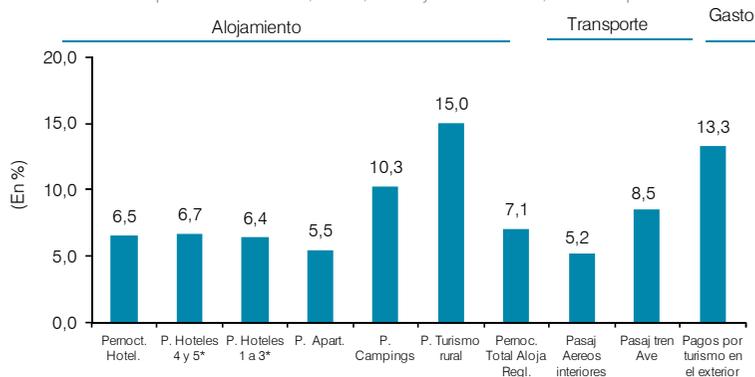
La demanda española mantiene la senda de recuperación iniciada a finales de 2013, registrando ritmos superiores al 5% en todos los indicadores de su consumo turístico

Los meses de primavera son testigos de una ligera pérdida de intensidad en su crecimiento respecto a los positivos meses de 2015.

Indicadores de demanda NACIONAL . Enero - Mayo 2015/2014.

(Tasa de variación interanual en %)

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



(* Datos de pasajeros aéreos y tren hasta el mes de abril)

Pernoctaciones de viajeros nacionales en establecimientos de alojamiento reglado. Enero - Mayo 2001-2015

(Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

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

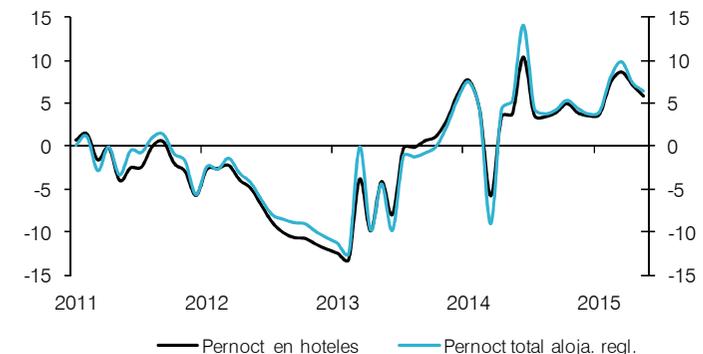


- Todos los indicadores de demanda de los españoles registran crecimientos por encima del 5% en 2015, destacando la mejoría de la demanda de vuelos interiores (+5,2%), muy deprimida hasta la fecha, y del gasto en los viajes al exterior (+13,3%)
- Durante los últimos meses se observa una ligera desaceleración en sus ritmos de crecimiento, acorde con la pérdida de dinamismo de la creación de empleo del conjunto de la economía española.

Indicadores de Demanda Española por España

(Tasa de variación interanual trimestral)

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



El turismo extranjero vuelve a crecer en el segundo trimestre de 2015, situándose en máximos históricos en volumen de llegadas y pernoctaciones, pero a costa de reducir el gasto medio por cada viaje turístico.

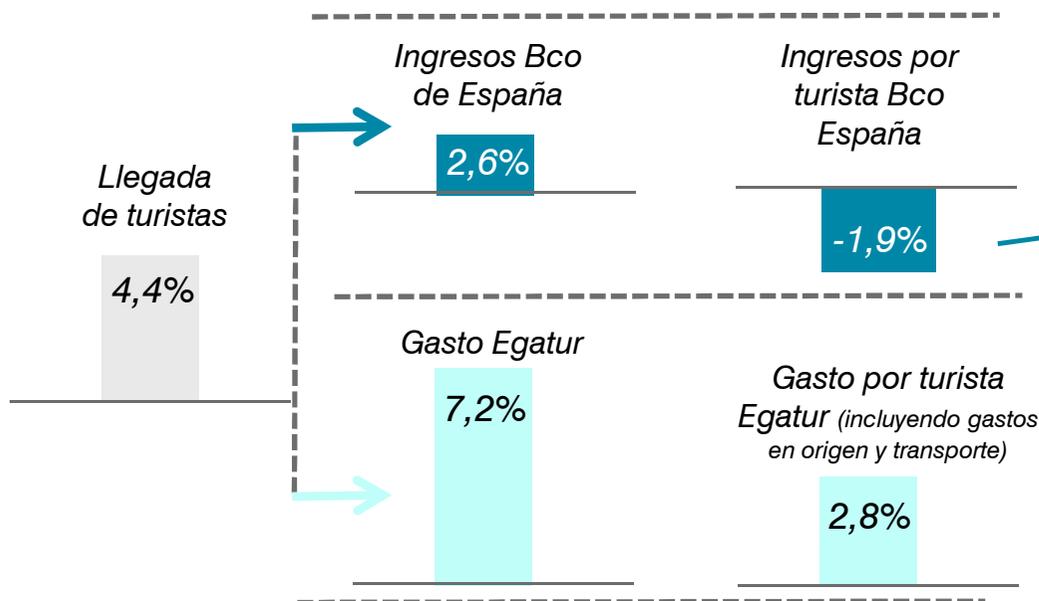
Se perpetua un modelo de crecimiento basado en el aumento en el volumen de llegadas con una contribución cada vez menor por cada turista (se encadenan 25 meses de caídas consecutivas), según los datos del Banco de España, que reclama una profunda reflexión sobre sus implicaciones a medio y largo plazo.

- La demanda turística extranjera continua creciendo durante el segundo trimestre del año hasta alcanzar un 5,5% en llegadas en el acumulado enero-mayo de 2015 (4,4% hasta abril), lo que supone máximos históricos, que apenas genera un crecimiento de los ingresos del Banco de España del 2,6% hasta abril, muy distintos a los valores que ofrece Egatur (7,2%).

El contraste de la llegada de turistas con los datos de ingresos del Banco de España genera un nuevo descenso de los ingresos por cada llegada de turista extranjero, que se extiende desde abril de 2013

Ingresos por turista extranjero nominales y reales 2009-2015

(Tasas de variación interanual trimestral en %).
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.



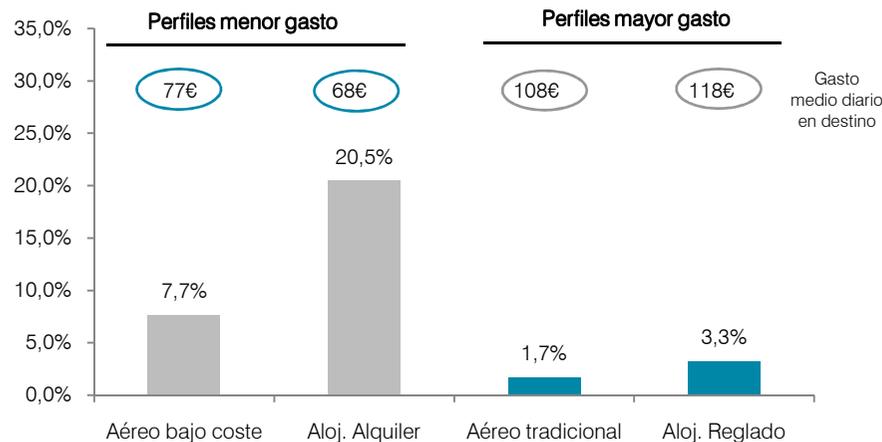
Los perfiles de turistas de menor gasto promedio explican la mayor parte del crecimiento de la demanda extranjera hacia España en 2015, siguiendo la preocupante tendencia iniciada en 2011.

Se trata de una tendencia protagonizada por los usuarios del low cost aéreo (crecen un +7,7% en 2015 y gastan 77€) y de las viviendas de alquiler (20,5% y 68€), frente a los turistas de compañías tradicionales (1,7% y 108€) y de la oferta alojativa reglada (3,3% y 118€).

Comportamiento de turistas extranjeros por perfiles de gasto

(TV acumulada enero - mayo 2015/2014 en %)

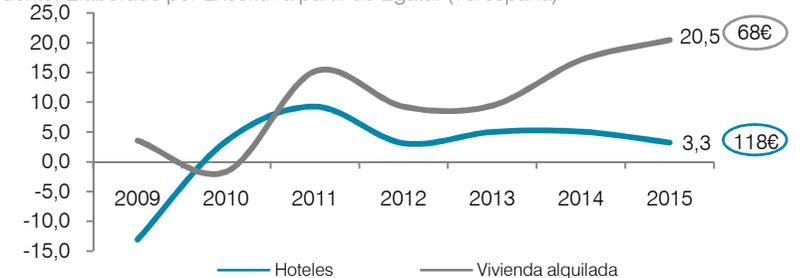
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Egatur (TURESPAÑA)



Turistas extranjeros por tipología de alojamiento y su gasto medio diario (sin transporte). Hoteles vs Vivienda alquiler. Enero-Diciembre. 2009-2015*

(Tasas de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de Egatur (Turespaña)

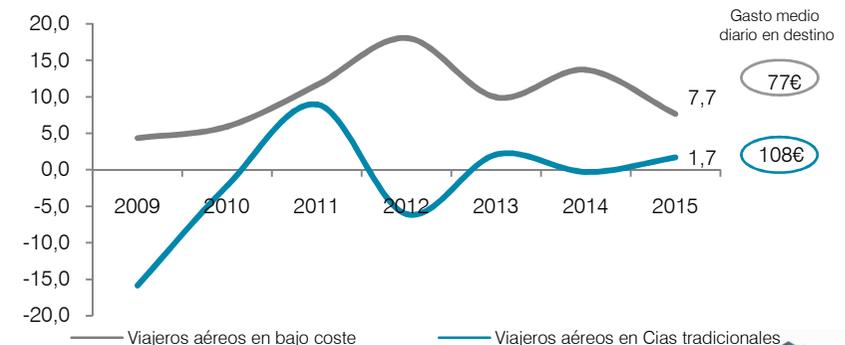


*El dato de 2015 corresponde al acumulado enero - mayo

Turistas extranjeros por tipología de transporte y su gasto medio diario (sin transporte). Enero - Diciembre. 2009-2015*

(Tasa de variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir del Informe Compañía Bajo Coste y Frontur



*El dato de 2015 corresponde al acumulado enero - mayo

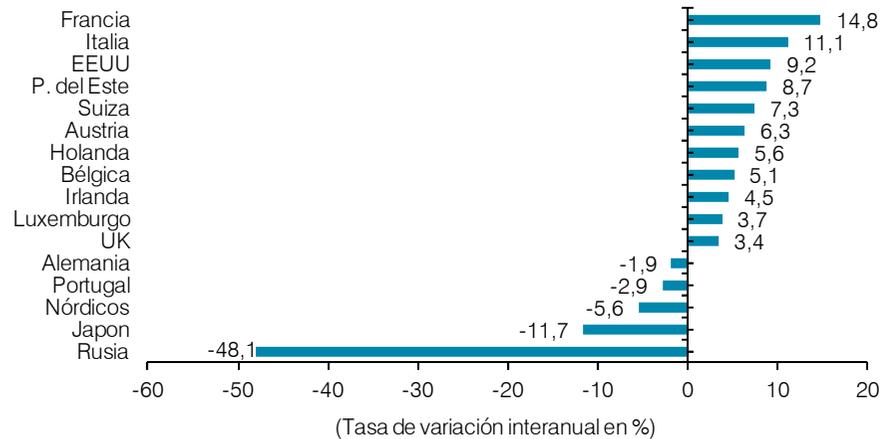
Francia (+14,8%) e Italia (+11,1%), muy condicionados por la inestabilidad de algunos de sus mercados naturales en el Norte de África, Reino Unido (+3,4%), favorecido por la depreciación del euro y la fortaleza de su economía, junto con el mercado norte americano (+9,2%) igualmente beneficiado por la evolución de los tipos de cambio. lideran el crecimiento de la demanda turística hacia España en los cinco primeros meses de este 2015, medida por el número de sus pernoctaciones hoteleras.

Las pernoctaciones de los turistas rusos y de los nórdicos siguen cayendo (-48,1% y -5,6% respectivamente), mientras no acaba de despegar el mercado alemán, que decrece un -1,9% hasta mayo.

**Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Enero - Mayo 2015/2014**

(Tasa de variación interanual)

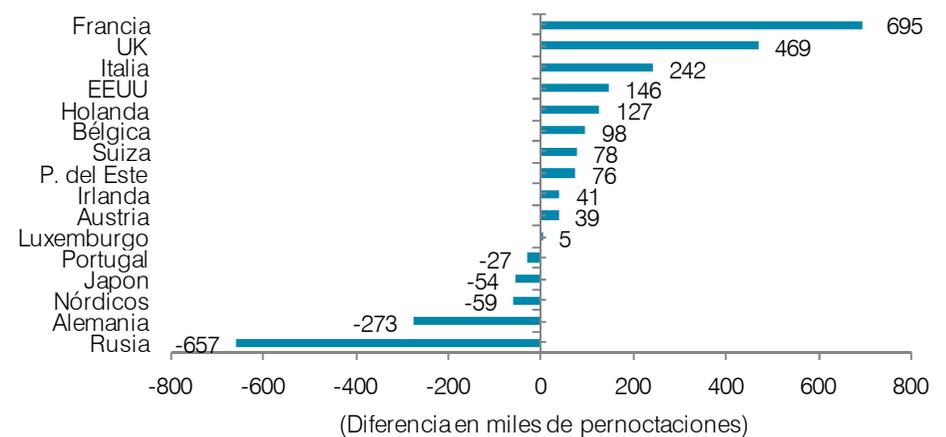
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



**Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Enero - Mayo 2015/2014**

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



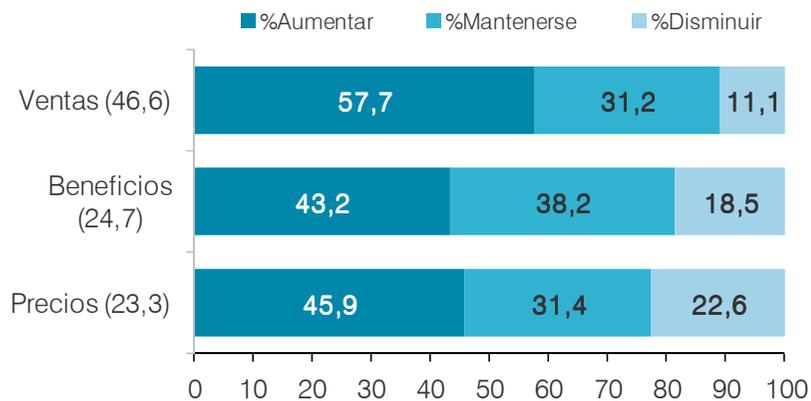
El segundo trimestre de 2015 se cierra con un balance empresarial positivo: el 57,7% de las empresas turísticas españolas (recogiendo la valoración de hoteles, grandes grupos de AA.VV., compañías de transporte, museos y monumentos, parques de ocio y campos de golf) experimentaron un aumento en sus ventas y el 43,2% en sus resultados, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

El índice de confianza empresarial de EXCELTUR se eleva hasta el 43,0 (frente al 37,0 de abril), el segundo valor más elevado de los 53 trimestres en los que se viene calculando desde el año 2002.

- El segundo trimestre se intensifica el crecimiento de las ventas de los empresarios turísticos, mientras se ralentiza el comportamiento de los resultados, lastrado por el comportamiento las agencias de viajes tradicionales y las empresas de transporte centradas en los flujos más vacacionales

Balance empresarial del conjunto del sector turístico español SEGUNDO trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

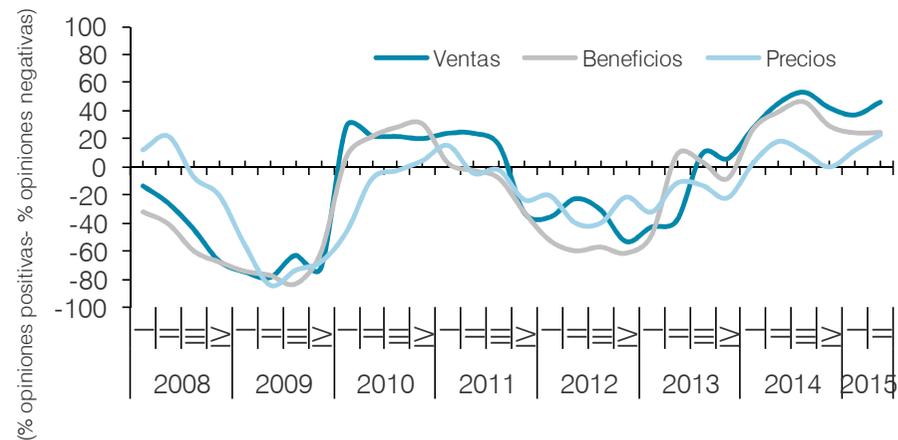


Entre paréntesis la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Itr 2008-IItr 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



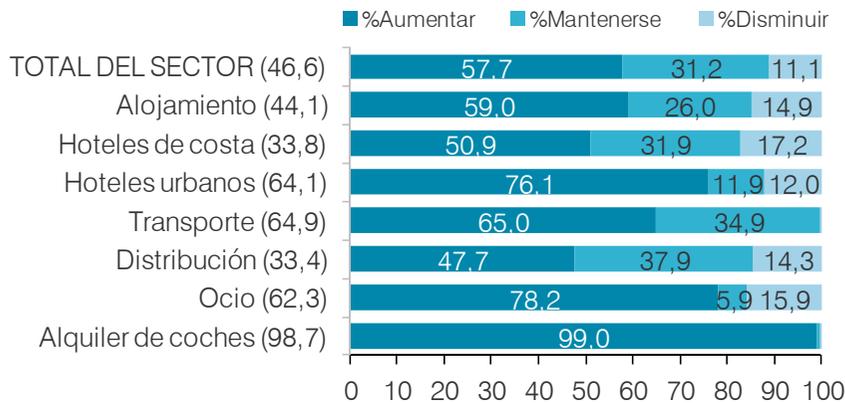
Los valores se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Los hoteles urbanos y las empresas de ocio (*especialmente museos, monumentos y parques de ocio*) son los subsectores turísticos que más se han beneficiado de la mejora en ventas y resultados durante la primavera de 2015, gracias a la recuperación del mercado nacional, tanto vacacional como de negocios.

Los hoteles de la costa ralentizan su mejoría y las empresas de transporte ven limitada la traslación del crecimiento en las ventas a los resultados por el incremento de la capacidad y el aumento de los costes, a pesar del descenso del petróleo.

Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS SEGUNDO trimestre de 2015

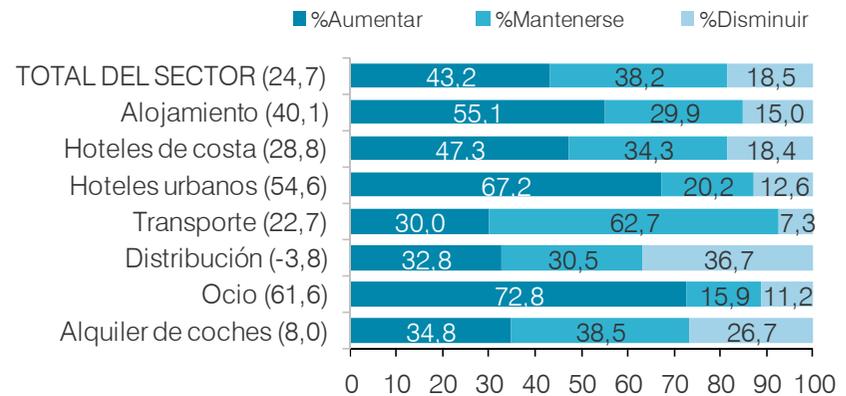
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS SEGUNDO trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



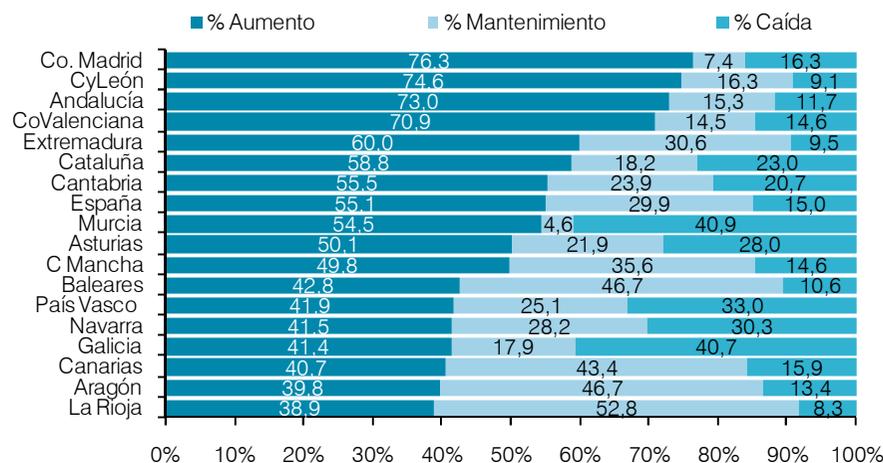
Los () se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

Madrid, Castilla y León, Comunidad Valenciana y Andalucía destinos turísticos con mejor balance empresarial en este segundo trimestre de 2015, según la Encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada desde Exceltur, dentro de un positivo devenir de la actividad turística en todas las comunidades autónomas españolas.

- **Madrid** consolida en el primer semestre de 2015 la senda de recuperación de sus niveles de demanda y rentabilidad. El 76,3% de sus empresarios presencian incrementos interanuales en sus beneficios durante los meses de abril a junio de 2015. En la misma línea, el RevPAR en los cinco primeros meses del año ha aumentado un 13,8%, debido principalmente a la mejora en el grado de ocupación (+8,5%), ocasionado por un aumento de la demanda hotelera (+10,5%), tanto nacional (+9,2%) como extranjera (+11,9%), y también por un aumento, aunque en menor medida, de las tarifas hoteleras (+5,0%).
- En las comunidades de la **España Verde** y **del interior** la respuesta respecto a los resultados de los empresarios también ha sido mayoritariamente positiva, sobresaliendo el comportamiento turístico observado en **Castilla y León**, donde un 74,6% de los profesionales del sector evidenciaron unos mejores niveles de resultados en el segundo trimestre de 2015, que se constata con un incremento del 18,1% en el Ingreso por Habitación Disponible (RevPAR), según el INE, gracias al intenso crecimiento del mercado nacional y extranjero. Relevantes son los crecimientos en rentabilidad observados en Ávila (49,9% de crecimiento en RevPar hasta mayo), ciudad que acoge gran parte de las actividades relacionadas con el V Centenario del nacimiento de Santa Teresa, actividades que se extiende por otros destinos turísticos de la comunidad. **Cantabria** destaca entre la España Verde como el destino con mejor balance empresarial en el segundo trimestre de 2015, que también evidencia el crecimiento interanual del 15,8% hasta el mes de mayo de 2015 del RevPAR, según el INE.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Sector Alojamiento II Trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



■ **Andalucía y la Comunidad Valenciana** reflejan los **mejores desempeños dentro de los destinos del litoral peninsular**, el 73,0% y el 70,9% , respectivamente, de los empresarios del sector perciben buenos resultados en el segundo trimestre de 2015. El positivo balance se extiende a la mayoría de sus destinos vacacionales y urbanos. En ambas comunidades aumentan los niveles de RevPAR (11,1% y 10,4%, respectivamente), consecuencia principalmente del incremento en el grado de ocupación de la mano tanto de la demanda española como de la extranjera, y cierta recuperación de los precios. **En un menor porcentaje (58%), los empresarios turísticos catalanes trasladan también un positivo diagnóstico de sus resultados en la primavera turística de 2015.** El mejor comportamiento se localizó en los destinos turísticos del litoral de la provincia de Barcelona (Costa del Garraf y Maresme) y en la propia Ciudad Condal.

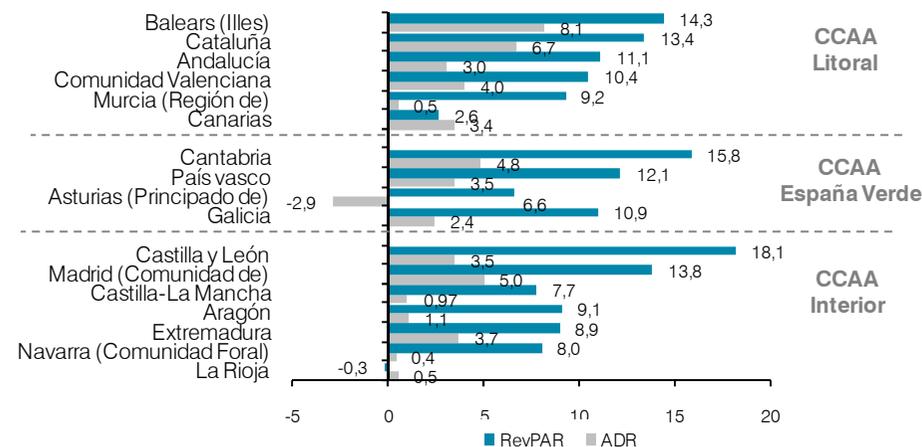
■ Los gestores de establecimientos hoteleros en los dos archipiélagos evidencian igualmente un favorable balance del segundo trimestre de 2015, aunque revelan un menor consenso en cuánto a la mejora de resultados empresariales, debido a la mayor dependencia de una demanda extranjera que sigue creciendo en volumen de llegadas, pero no tanto en número de noches en establecimientos reglados. Sin perjuicio de lo anterior, la buena respuesta de la demanda nacional en los destinos de **Baleares** (+12,5% en el acumulado hasta mayo de 2015), junto al más modesto incremento de la extranjera (3,3%) han permitido con un incremento en la ocupación, que en un contexto de tarifas hoteleras al alza (+7,7%), se ha concretado en unos niveles de RevPAR un +14,3% por encima de los cinco primeros meses de 2014. Por su parte, **Canarias** mantiene una leve variación interanual positiva de este mismo indicador del 2,6%, en un contexto de moderada caída de la demanda y de los niveles de ocupación en el conjunto de los destinos de las islas frente a los muy positivos niveles alcanzados en 2014, con un crecimiento de los precios del 3,4%.

ADR y RevPAR por CCAA

Enero - Mayo 2015/2014

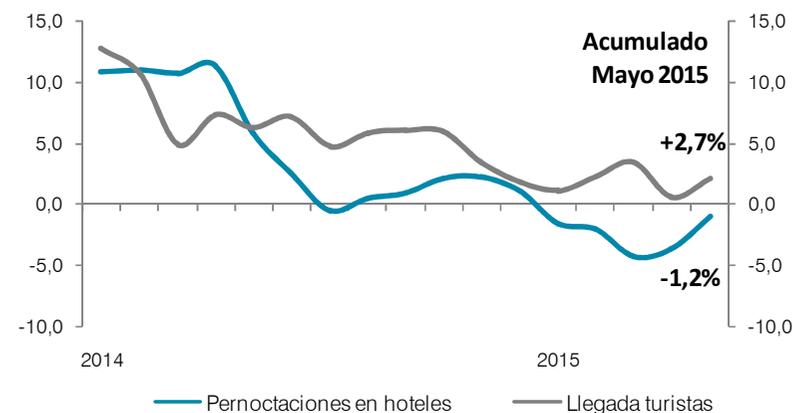
(Tasa de variación acumulada en %)

Fuente: Exceltur a partir de EOH (INE)



Comparativa de llegada de turistas extranjeros en Baleares y Canarias y sus pernoctaciones en hoteles (TV interanual trimestral en %)

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



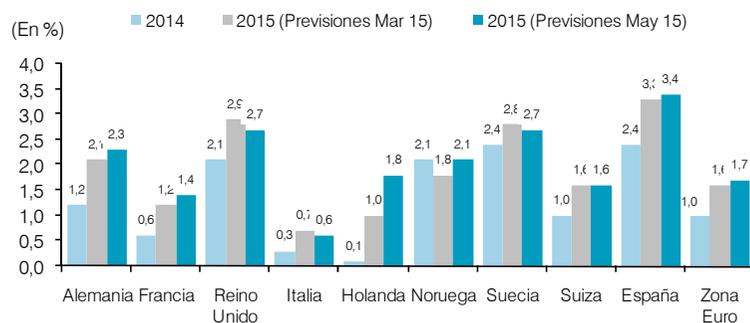
Expectativas turísticas para el tercer trimestre de 2015 y el conjunto del año 2015

Se consolidan las perspectivas de crecimiento para la mayoría de las economías europeas y la mejora del consumo, con su traslación a unos mayores niveles de demanda y gasto turístico, con especial intensidad en el mercado doméstico.

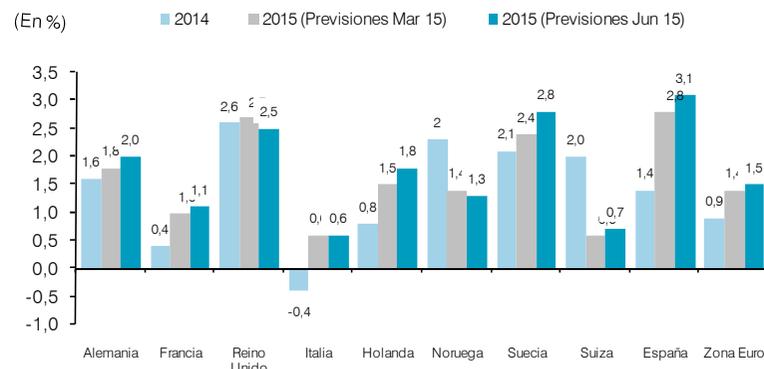
El consenso de analistas internacionales revisa levemente al alza las perspectivas para las principales economías del área euro, favorecidos por el valor de la moneda y la solución de la situación de Grecia. Tan sólo se ha revisado algo a la baja las previsiones para Reino Unido, aunque se mantiene cómo la segunda donde se espera un mayor dinamismo, tras España y Suecia.

- Los analistas esperan que el consumo de los hogares y la actividad económica crezca en los principales mercados emisores europeos en 2015 por encima del 1,7% y 1,5% en media. Todos los mercados se sitúan en variaciones interanuales positivas, destacando la intensidad en el crecimiento de los tres principales emisores de turistas a España: Alemania, Reino Unido y España. **Los mejores niveles de consumo de los hogares esperamos sigan favoreciendo el crecimiento del gasto turístico y, por otro lado, la mayor actividad económica prevista para la segunda mitad del año continúe impulsando el incremento del turismo de negocios.**

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos
2014-2015
Tasa de variación interanual
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (mayo 2015) y Banco de España (junio 2015)



PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos
2014-2015
Tasa de variación interanual
Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (junio 2015) y Banco de España (junio 2015)



Otros factores favoreceran el desempeño del turismo español

- La inestabilidad geopolítica asociada a los sucesos terroristas en el Mediterráneo Oriental seguirá generando redistribución de flujos turísticos hacia otros destinos, entre ellos España, en el segundo semestre de 2015.
- Prolongación de un escenario de bajos precios del petróleo, con un leve repunte en comparación con los niveles de la primavera, y senda de depreciación del euro frente al dólar muy similar a la prevista hace tres meses.
- Rebaja del IRPF en España efectiva a partir de julio de 2015.

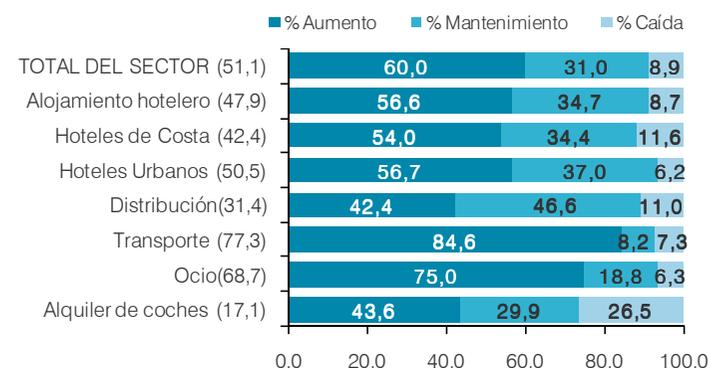
Los empresarios turísticos españoles anticipan un positivo comportamiento de sus principales indicadores de negocio para los meses centrales del verano de 2015, superior al registrado en el segundo trimestre.

Los resultados de la Encuesta de Confianza Turístico evidencian como el 60,0% de los gestores de las empresas turísticas esperan una mejora interanual de las ventas en el tercer trimestre de 2015, que en el 44,8% de los casos se traducirá en mejoras de rentabilidad, respecto a los ya muy positivos registros de la temporada de verano de 2014.

- En base al mayor volumen previsto de viajes de los españoles en el verano de 2015, los **hoteles vacacionales de costa, de interior y urbanos** con una cuota de mercado elevada de **demanda interna** y los **grandes grupos de agencias de viajes** descuentan la continuidad de la senda de mejora generalizada en sus ventas y beneficios, durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2015.
- La mayor afluencia de turistas extranjeros, se trasladará previsiblemente en un nuevo incremento interanual de la facturación y rentabilidad en los **hoteles de costa insulares, peninsulares y urbanos mejor posicionados ante la demanda extranjera**.
- Los **prestadores de servicios de ocio** son los que muestran un mayor consenso respecto a las expectativas de mejora en sus principales indicadores de negocio. Museos y monumentos emblemáticos que constituyen reclamos turísticos en sí mismo y grandes parques de ocio serán los más favorecidos en términos de resultados en el tercer trimestre de 2015.
- Las **empresas de transporte de pasajeros** se verán igualmente beneficiadas por el mayor número de desplazamientos previstos en el verano de 2015, un 84,6% de las mismas esperan mejoras interanuales en las ventas del tercer trimestre de 2015, que una elevada mayoría (70,6%) anticipa se concretará en unos resultados similares a los de 2014 por la alta capacidad puesta en mercado y la presión sobre los precios. Los **gestores de las empresas de alquiler de vehículos** mantienen una especial cautela sobre sus resultados con un elevado porcentaje (67,5%) que espera repetir los niveles del tercer trimestre de 2014 en un escenario de alta competencia, con mejoras moderadas en las ventas en el 43,6%, pero inferiores a los incrementos en las flotas.

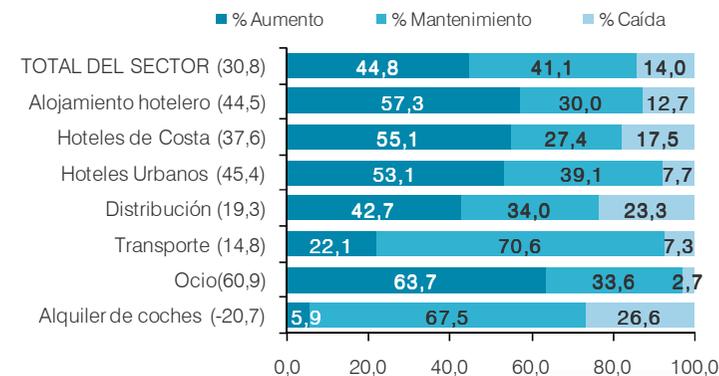
Opinión empresarial sobre la evolución de las **VENTAS PREVIAS** para el TERCER trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los **RESULTADOS PREVIOS** para el TERCER trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Las favorables expectativas empresariales para el verano de 2015 se extiende a la mayoría de los destinos turísticos españoles

Comunidad Valenciana y Baleares, dentro de los destinos vacacionales y **Castilla y León**, entre los de interior, destacan como los principales beneficiados del dinamismo esperado de la demanda nacional e internacional en el tercer trimestre de 2015 (más del 60% de los profesionales de estas comunidades anticipan mejoras interanuales en sus ventas y niveles de rentabilidad empresarial).

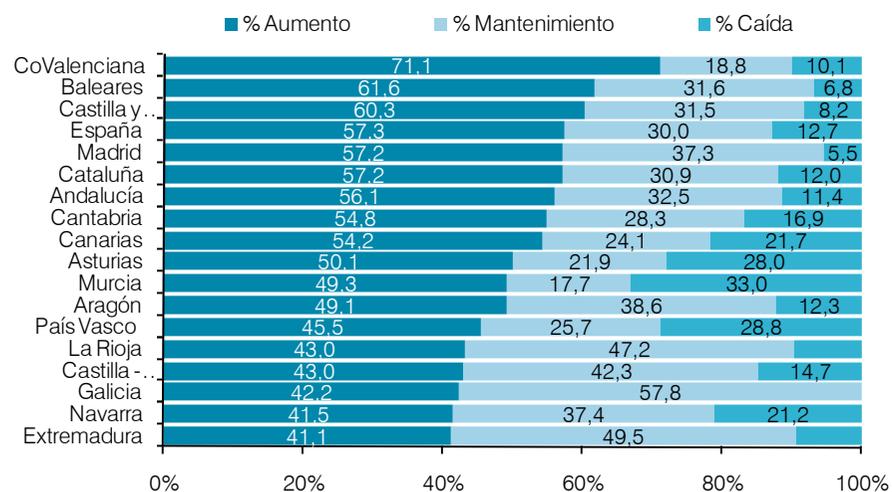
En el resto de destinos vacacionales peninsulares y Canarias más del 50% de los empresarios turísticos esperan en el mismo sentido crecimientos en sus resultados respecto a los del tercer trimestre de 2014.

Así mismo, los **destinos de interior** y **Madrid**, entre los destinos urbanos, descuentan seguir avanzando en los meses centrales del verano de 2015 en la senda de recuperación de parte de los niveles de volumen y rentabilidad perdidos durante la crisis para la demanda española.

La previsión para la **España Verde** es igualmente favorable, destacando Asturias y Cantabria, con más del 50% de sus profesionales del sector descontando incrementos interanuales en sus resultados entre los meses de julio y septiembre de 2015.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos. Sector Alojamiento
III de Trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Bajo los anteriores condicionantes, revisamos nuestras perspectivas de crecimiento del PIB Turístico que ahora estimamos cierre 2015 con un incremento del **+3,6%** sobre el año anterior. Ello supone una revisión de 0,2 p.p. al alza frente al 3,4% que preveíamos en el mes de abril.

El turismo seguirá ejerciendo en 2015 un papel clave en la senda de crecimiento de la economía y el empleo en España, registrando un incremento 0,5 p.p. por encima de la previsión del 3,1% del PIB recientemente revisado por el Banco de España, FMI y Analistas Privados para el conjunto de la economía en 2015 (desde el 2,8% en el mes de abril). Por sexto año consecutivo, el sector turístico se comportará mejor que la media de la economía española.

Esta previsión de PIB turístico contempla:

- Un mercado nacional como principal dinamizador de la actividad turística en 2015, gracias a la consolidación de la recuperación de parte de los niveles de demanda y gasto perdidos durante los años de crisis económica.

- Una mayor llegada de turistas extranjeros con una decreciente capacidad de impacto socio económico en destino por cada viaje turístico. El ingreso medio por turista registrará una caída del **-2,6%** en el conjunto de 2015, según nuestras previsiones. Ello resultado de un crecimiento del 5,7% interanual en la llegada de turistas extranjeros a España, pero que generará un incremento del 2,9% en los ingresos por turismo que calcula el Banco de España.

Comparación PIB turístico (ISTE) con el PIB general de la economía española 2000-2015

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Banco de España (Jun 15)

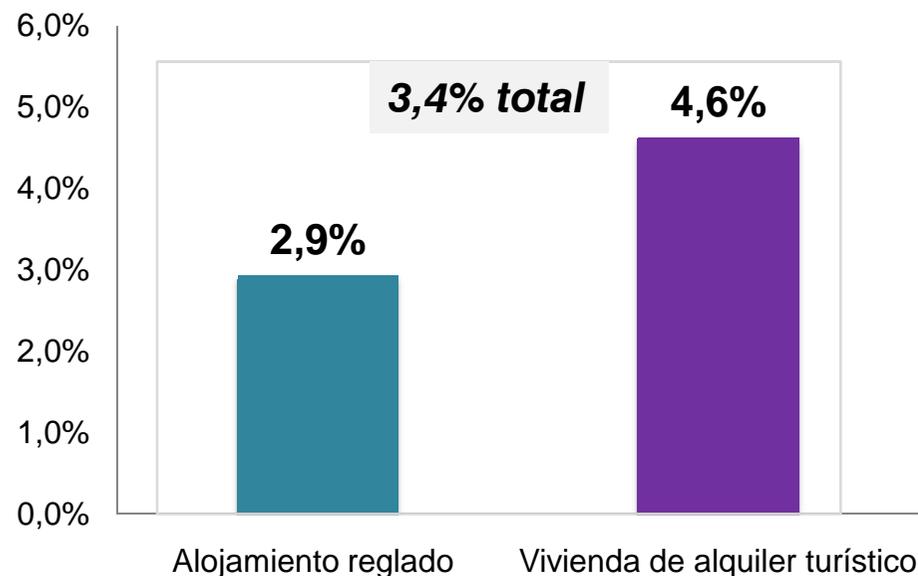


Escenarios sobre los impactos del turismo en la economía española durante la próxima legislatura 2015-2018, según la respuesta política al reto de los alojamientos en viviendas de alquiler

El patrón de crecimiento de la demanda y las decisiones estratégicas que se adopten sobre la oferta de alojamiento turístico en la legislatura autonómica y local que se inicia condicionará el impacto económico y sobre el empleo que generará el sector turístico español en los próximos 4 años

Los últimos 4 años han estado dominados por el crecimiento de la demanda extranjera en el uso de las viviendas de alquiler mayormente no reguladas, intensificándose esta tendencia año a año

Crecimiento medio anual del volumen de pernoctaciones de los turistas extranjeros por tipologías alojativas 2011-14



¿Cómo actuar frente al futuro 2015-2018?

2 escenarios para la reflexión

En ambos escenarios el total de las pernoctaciones de los extranjeros en los alojamientos de pago mantienen el crecimiento total registrado en el período 2011-2014 hasta incrementarse un 3,4% de media cada año (56 millones más en 2018).

Su distribución por tipologías alojativas de pago se realiza en función de las medidas que se tomen.

Escenario 2015: se intensifica el crecimiento del uso de las viviendas de alquiler frente al alojamiento reglado, tal y como está sucediendo ya en 2015, creciendo la demanda:

- 0,9% anual en alojamientos reglados (el doble que en enero mayo de 2015).
- 9,0% anual en alojamientos en viviendas de alquiler (la mitad que en enero mayo de 2015)

Escenario Equidad fiscal: se exige el pago del IVA a los alojamientos en viviendas de alquiler, lo que ralentiza su ritmo de crecimiento por el efecto precio (se utilizan las elasticidades calculadas por el Banco de España):

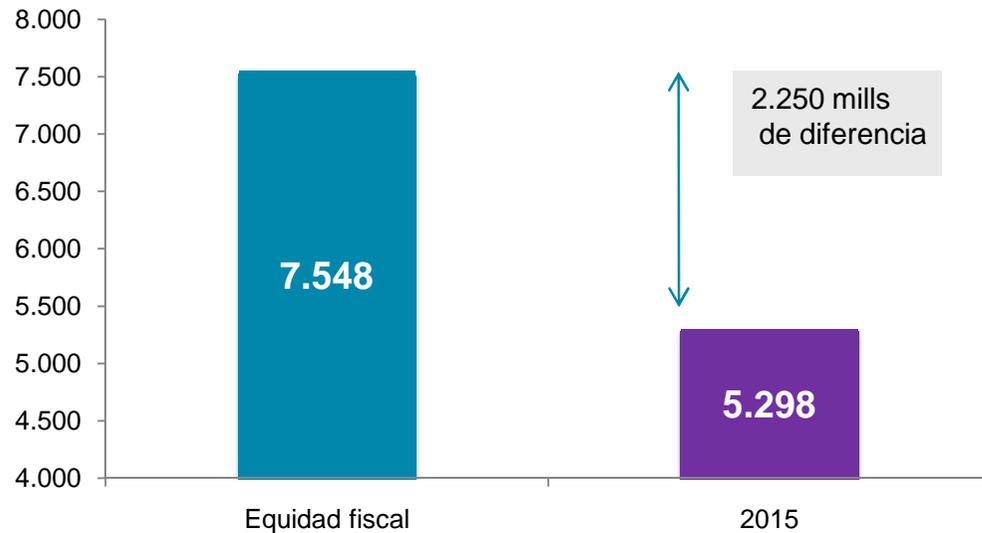
- 3,7% anual en alojamientos reglados.
- 2,6% anual en alojamientos en viviendas de alquiler

Aumentan las pernoctaciones de los extranjeros en 56 millones de 2015 a 2018

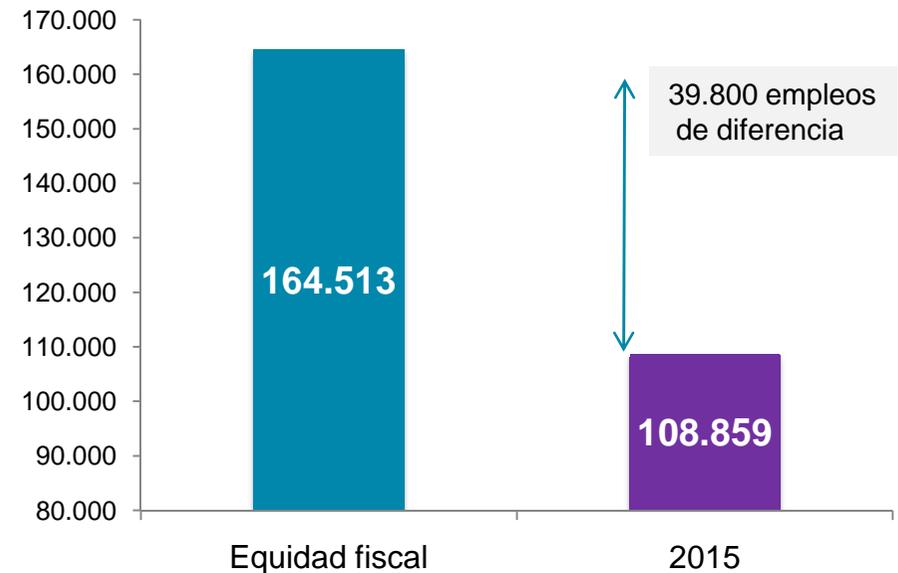
La misma cifra para los dos escenarios y así hacerlos comparables

Según las decisiones que se tomen sobre la oferta alojativa los efectos pueden ser muy distintos en términos de los ingresos y el empleo generado en España por el sector turístico

Ingresos turísticos adicionales generados en destino 2015-18. Millones euros.

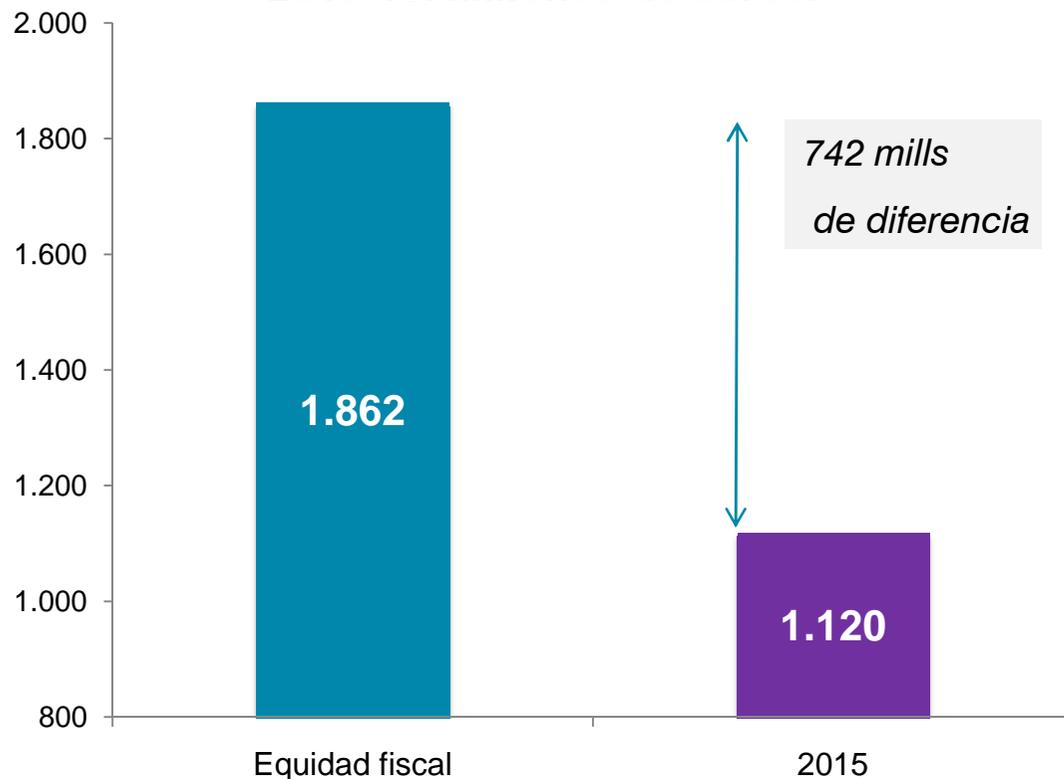


Nuevos empleos generados 2015-18.



La elaboración de los escenarios esta realizada en base a los resultados de impacto económico y empleo obtenidos en el estudio "Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados" elaborado por E&Y y Nielsen, que se puede descargar en www.exceltur.org

Ingresos fiscales adicionales 2015-18. Millones de euros.



La diferencia de contribución económica a 2018 entre la regulación del alojamiento en viviendas de alquiler y seguir como hasta ahora se resume en:

2.250 millones de euros adicionales de actividad

39.800 empleos adicionales

742 millones de euros adicionales en ingresos fiscales

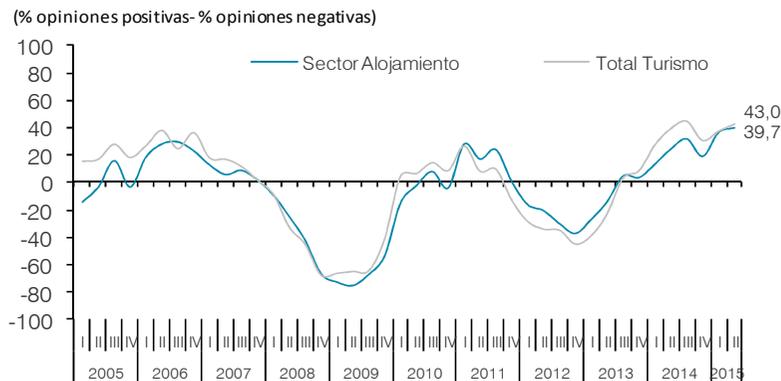
Encuesta de Confianza Turístico Empresarial

Anexo Estadístico. Resultados detallados por
subsectores

1. Sector Alojamiento hotelero

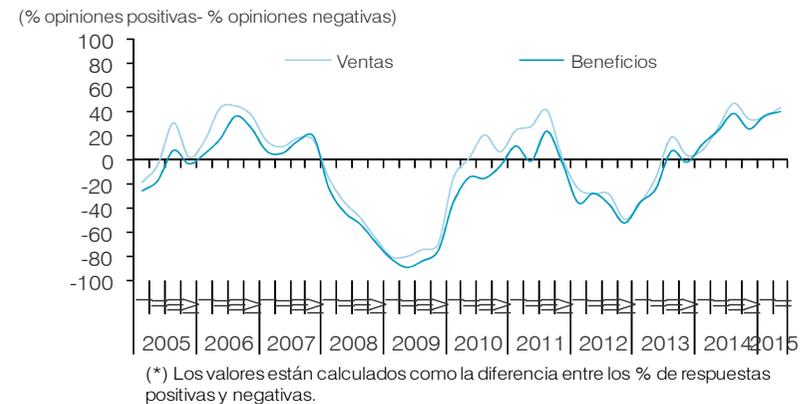
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento hotelero.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial . Total España (*). Alojamiento hotelero
Años 2002-2015

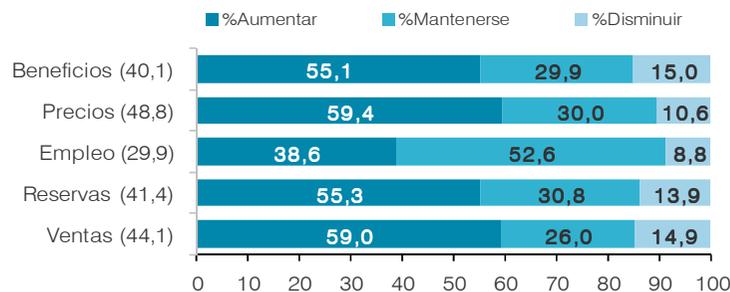
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opinión empresarial de los HOTELES españoles
SEGUNDO trimestre de 2015

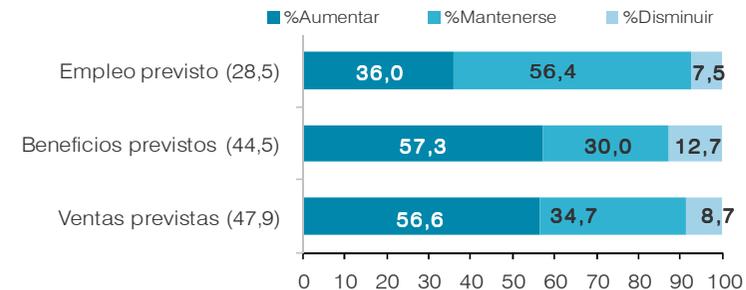
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opinión empresarial de los HOTELES españoles.
Expectativas para el III Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



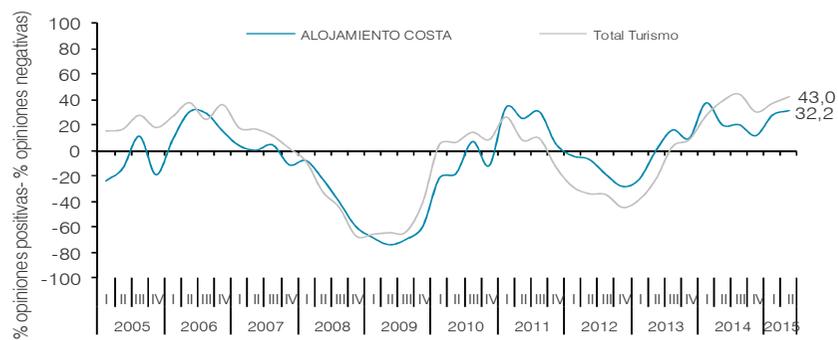
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

1. a. Hoteles Costa

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

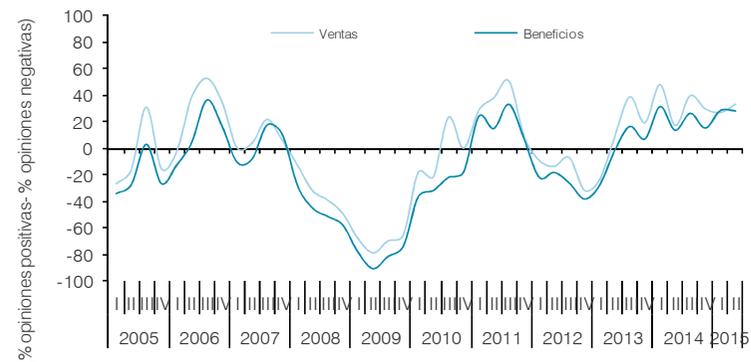
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

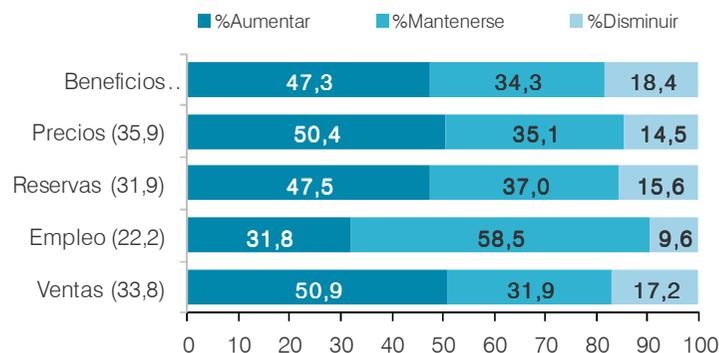
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles
SEGUNDO trimestre de 2015

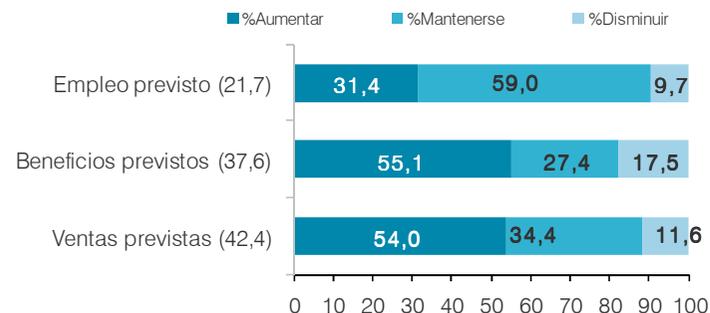
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 III Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

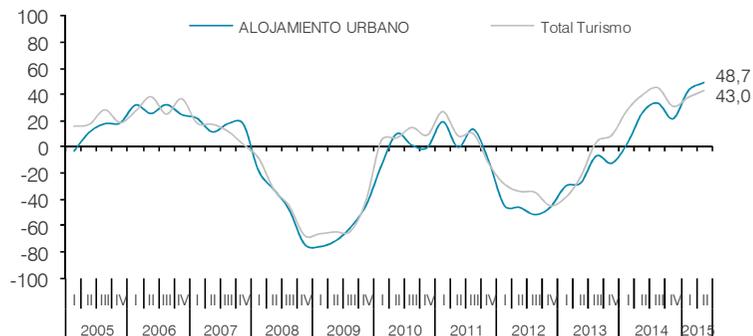
1.b. Hoteles Urbanos

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

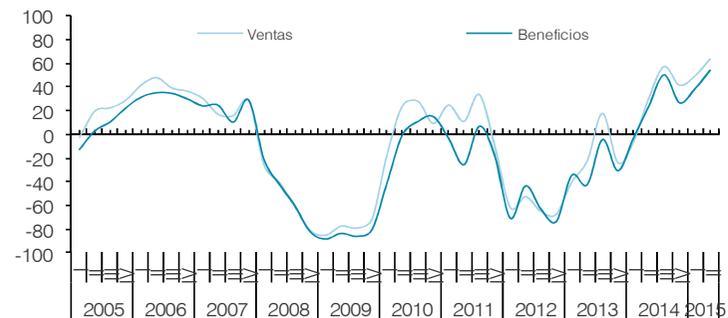
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

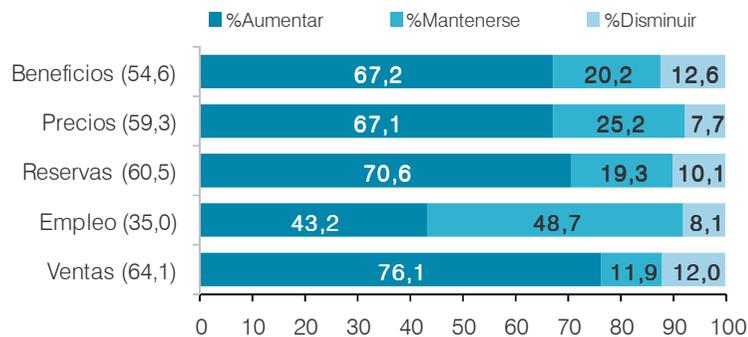


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles
SEGUNDO trimestre de 2015

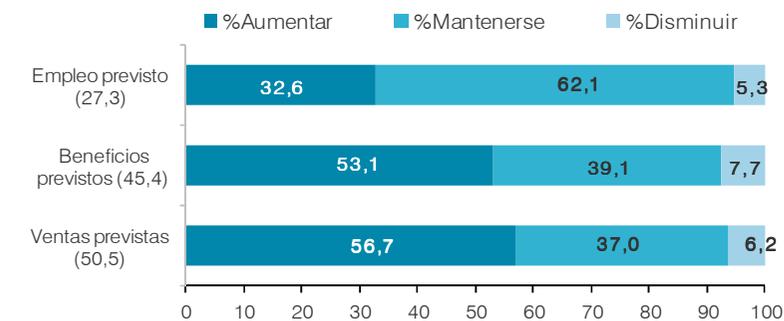
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



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

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.
Expectativas para el III Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



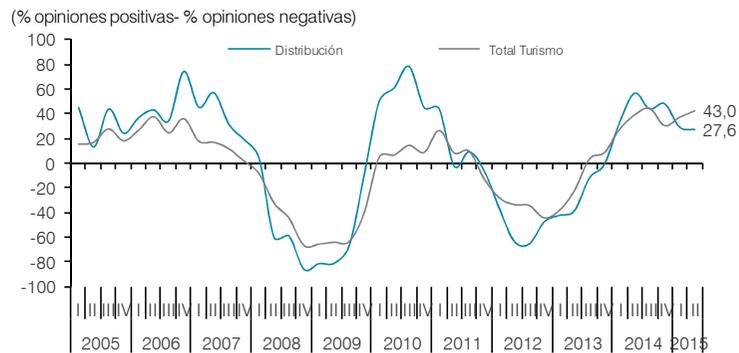
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

2. Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores

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

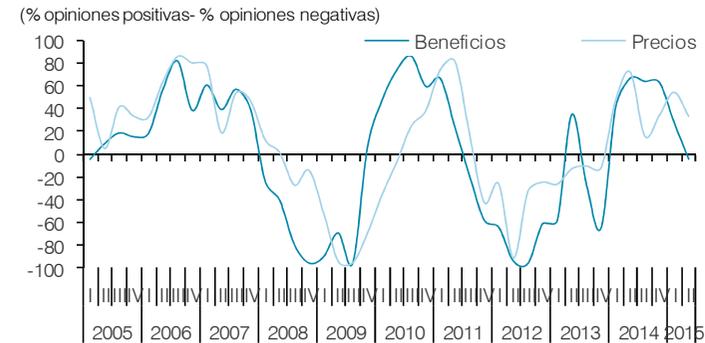
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial. AA.VV y Touroperadores españoles

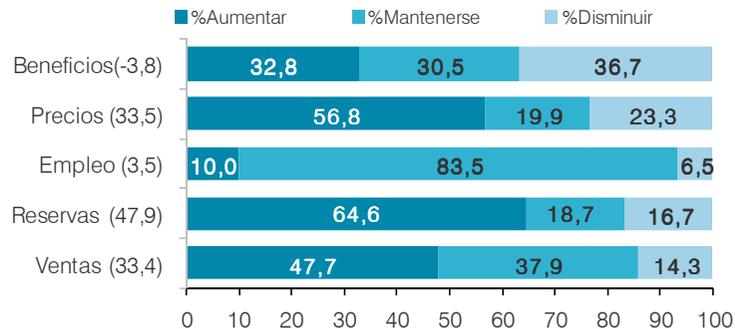
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opinión empresarial de las AA.VV. y Touroperadores españoles SEGUNDO trimestre de 2015

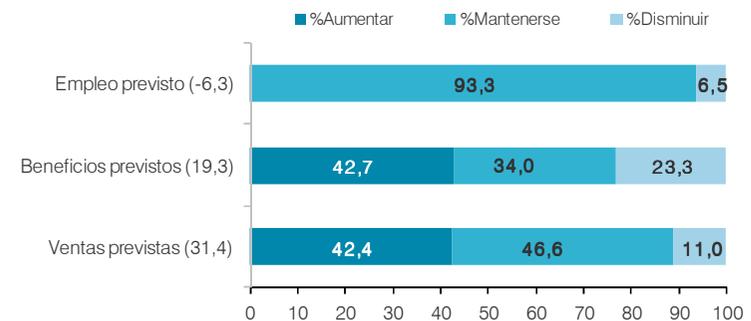
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de AA.VV. y Touroperadores españoles Expectativas empresariales para el III Trimestre de 2015.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

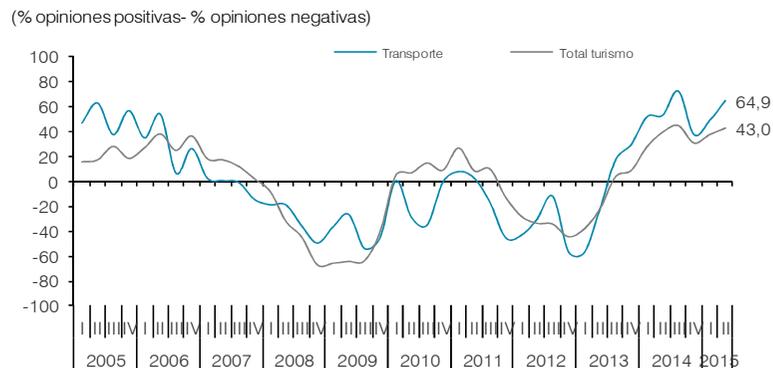


3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

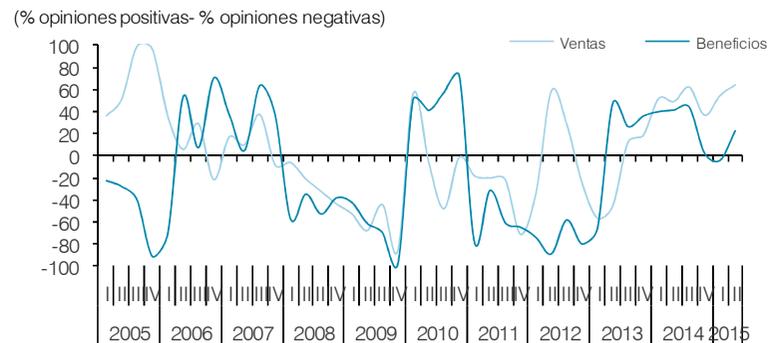
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR*). Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial. Empresas españolas de transporte (*)

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

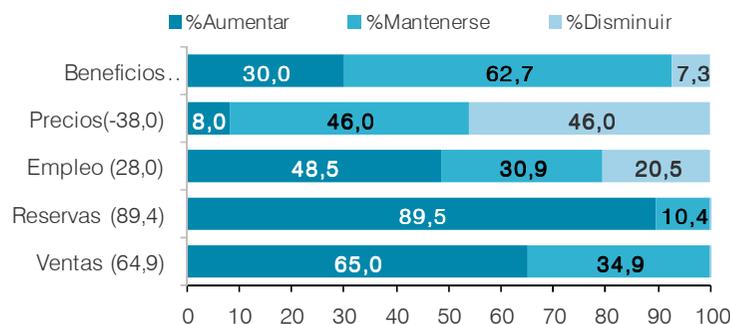


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE
SEGUNDO trimestre de 2015

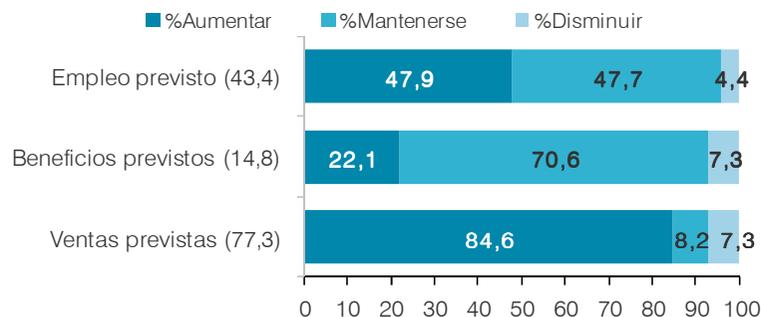
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales. Empresas españolas de transporte.
Expectativas empresariales para el III Trimestre de 2015.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

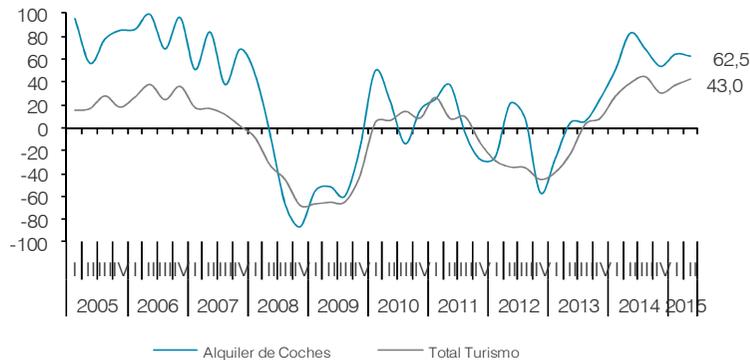
3.a. Empresas de Alquiler de Coches

A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*)

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

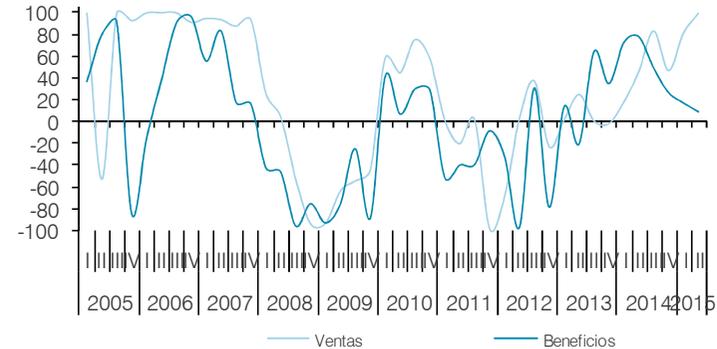
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas alquiler de coches.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

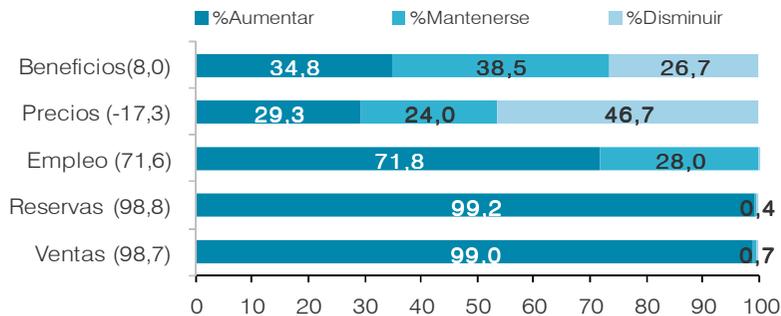
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches
SEGUNDO Trimestre de 2015**

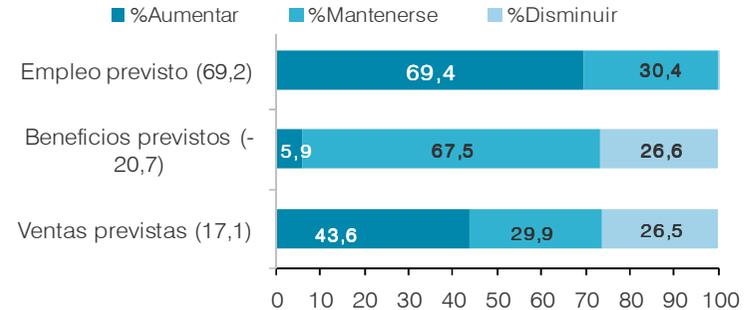
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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 III Trimestre de 2015**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

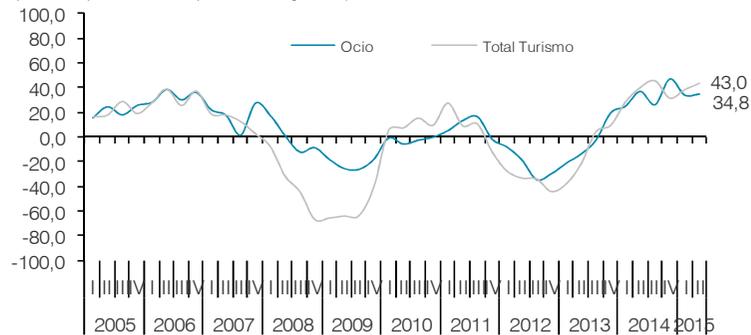
4. Empresas y equipamientos de ocio

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

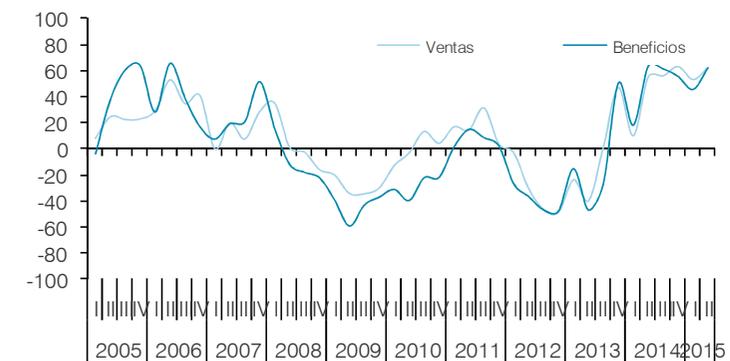
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

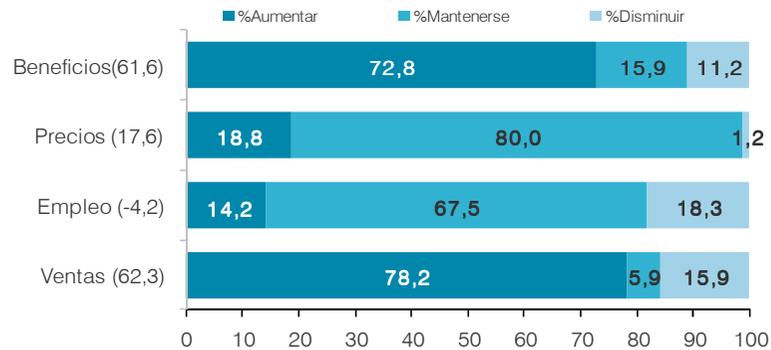
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

**Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO
SEGUNDO trimestre de 2015**

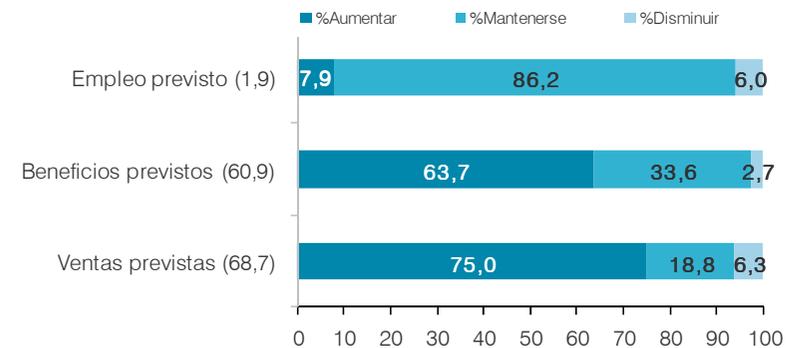
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 III Trimestre de 2015**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



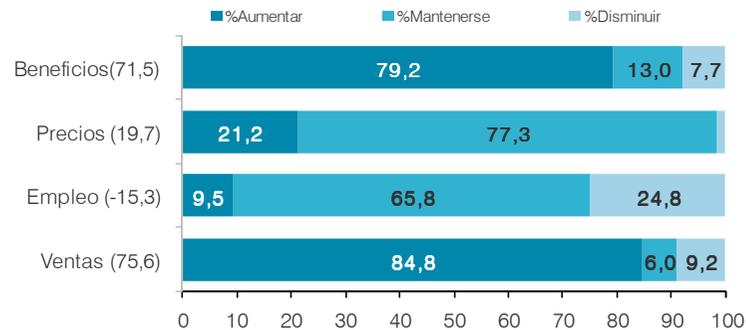
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4. Empresas y equipamientos de ocio

4.a. Museos y Monumentos

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.
SEGUNDO trimestre de 2015

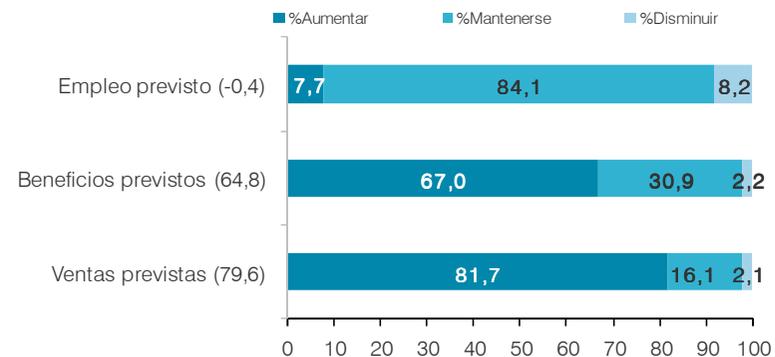
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.
Expectativas empresariales para el III Trimestre de 2015.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

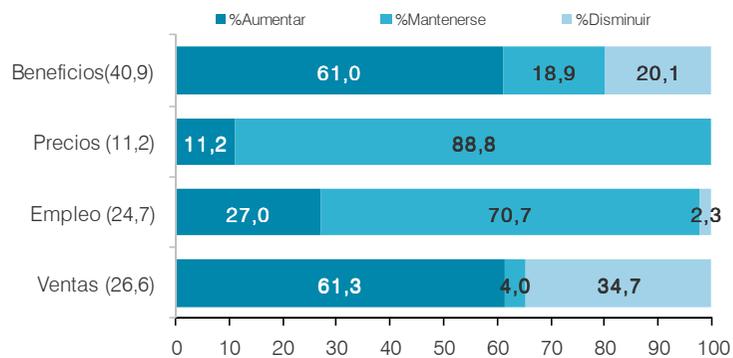


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.b. Parques de Ocio

Opiniones empresariales de los Parques de ocio.
SEGUNDO trimestre de 2015.

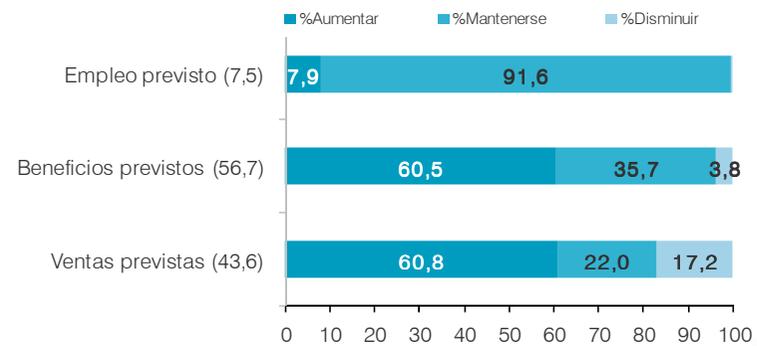
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de los Parques de ocio.
Expectativas empresariales para el III Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



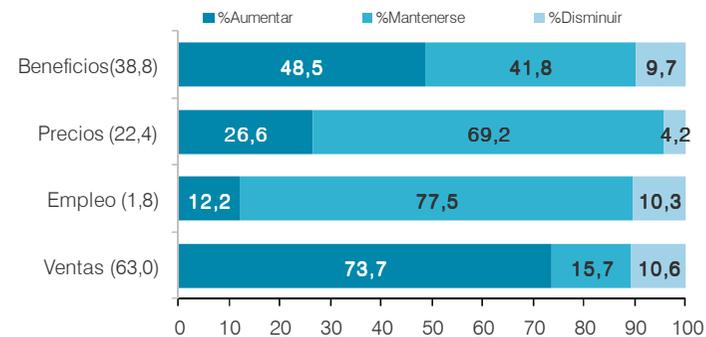
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Empresas y equipamientos de ocio

4.c. Campos de golf

Opiniones empresariales de los Campos de golf.
SEGUNDO trimestre de 2015

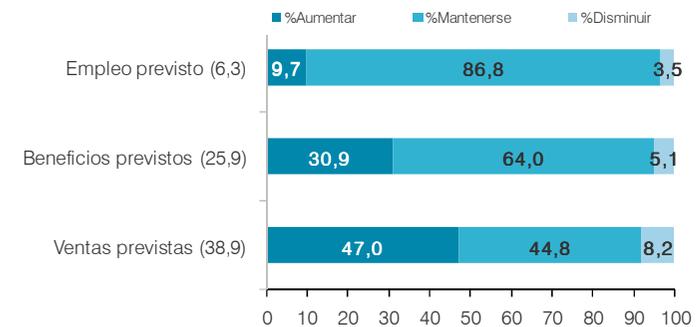
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de los Campos de golf.
Expectativas empresariales para el III Trimestre de 2015.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

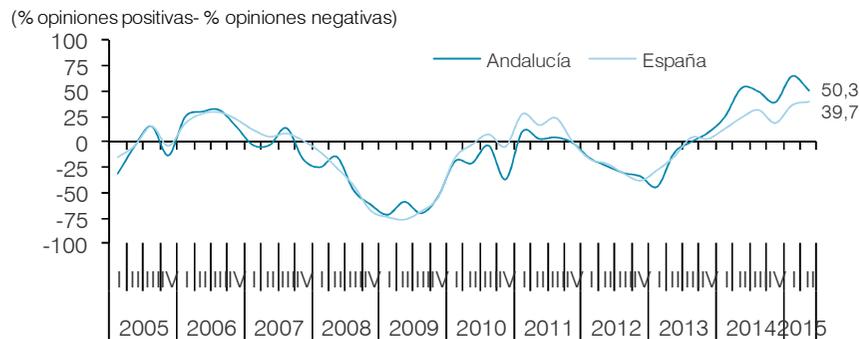
Encuesta de Confianza Turístico Empresarial

**Anexo Estadístico. Resultados detallados por
Comunidades Autónomas.**

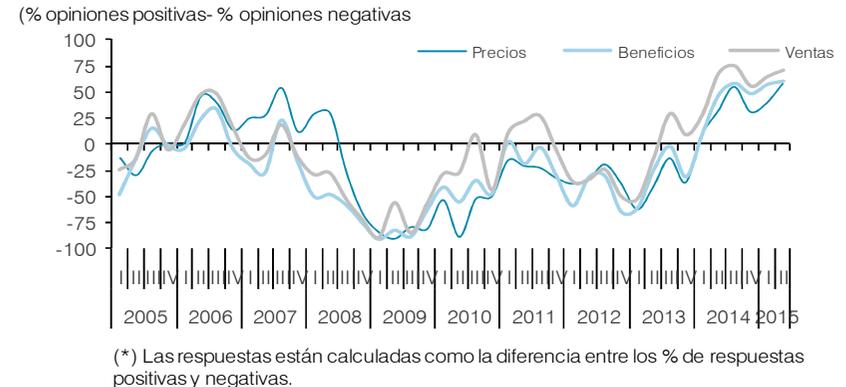
1. Andalucía

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Andalucía.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

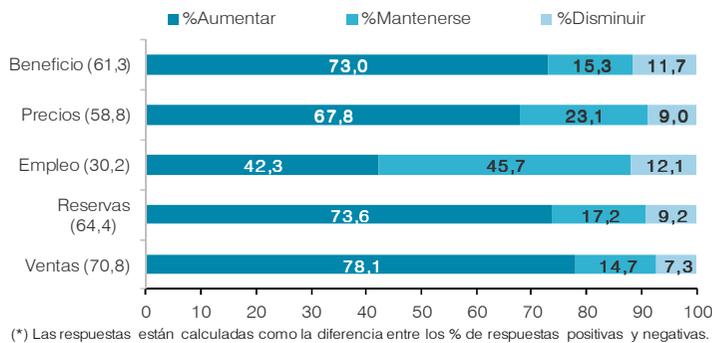


Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

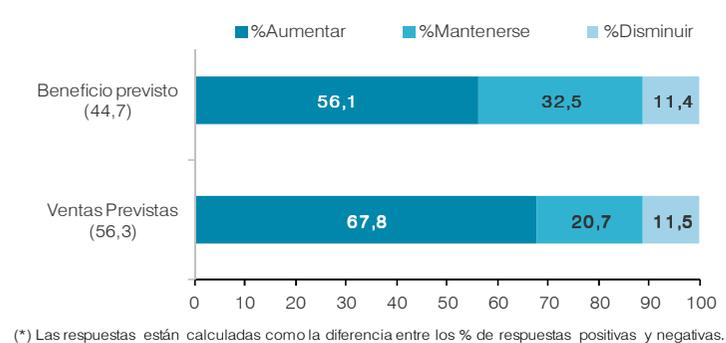


B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



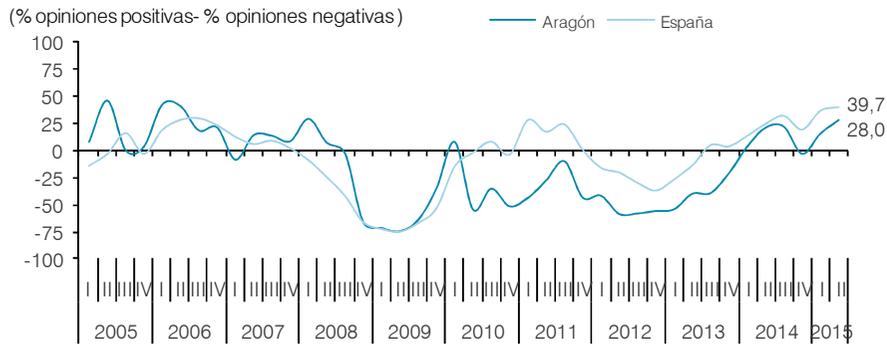
Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



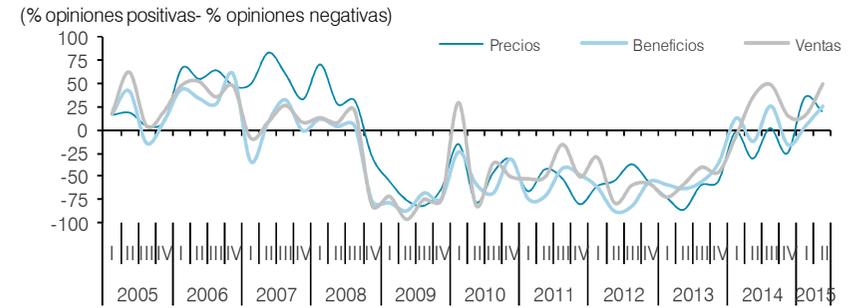
2. Aragón

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Aragón.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



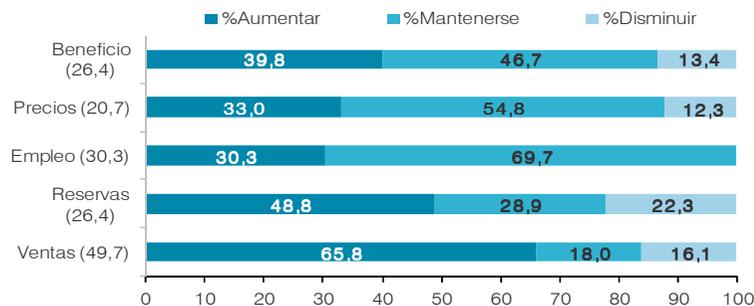
Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

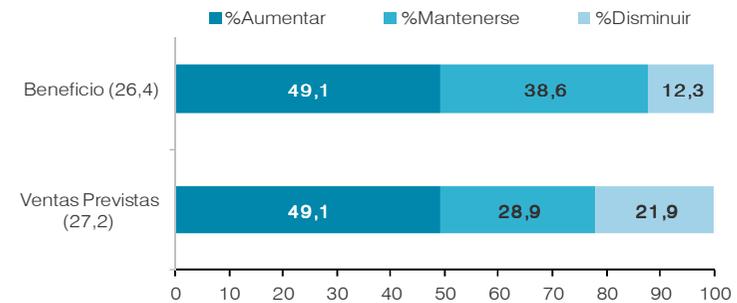
B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



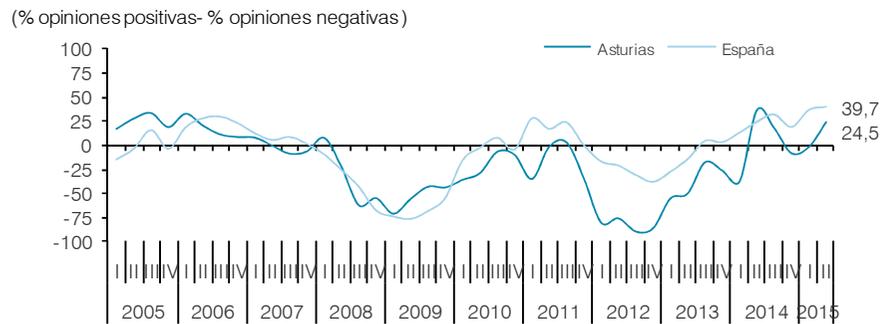
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

3. Asturias

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

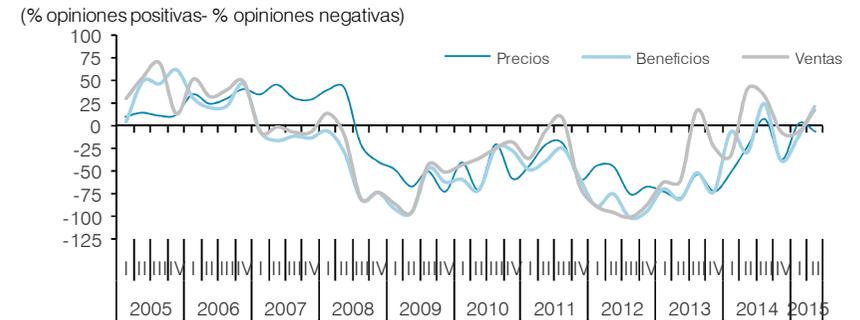
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Asturias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

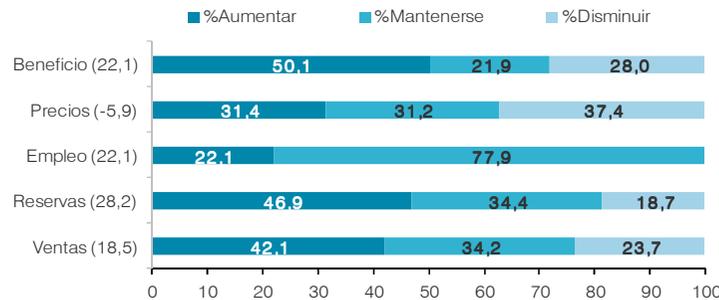


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Asturias. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

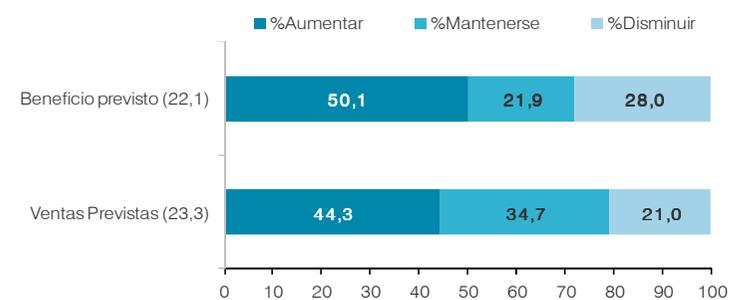
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Asturias. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



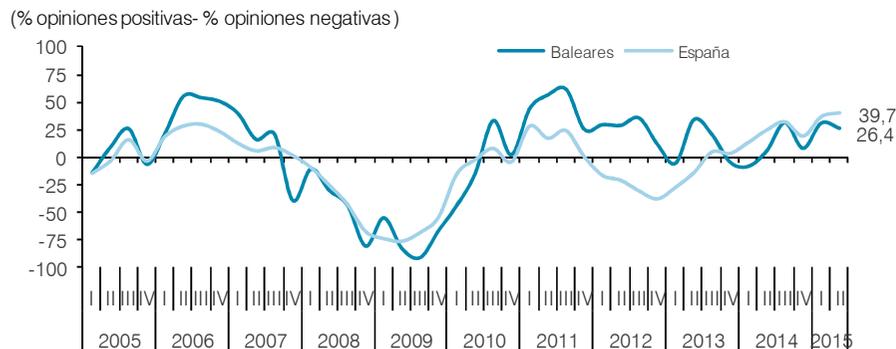
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4. Baleares

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

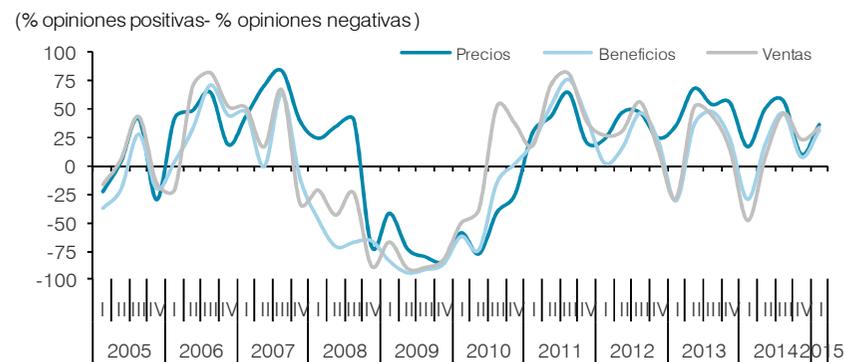
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Baleares.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

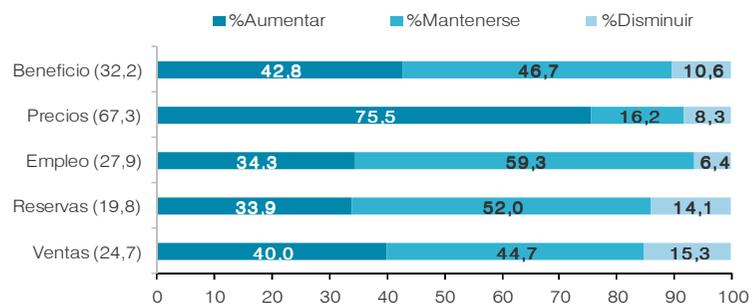


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Baleares. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

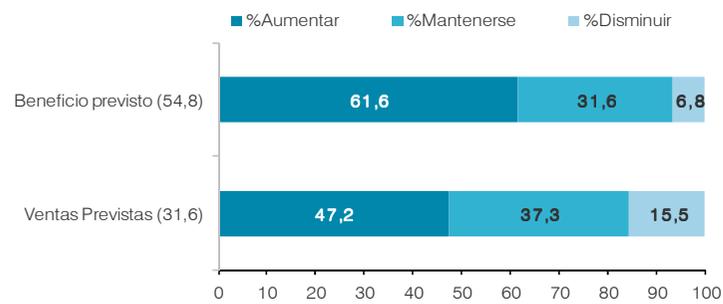
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Baleares. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

5. Comunidad Valenciana

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

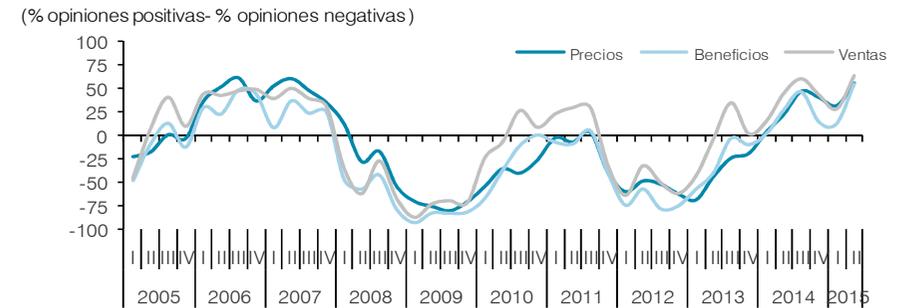
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

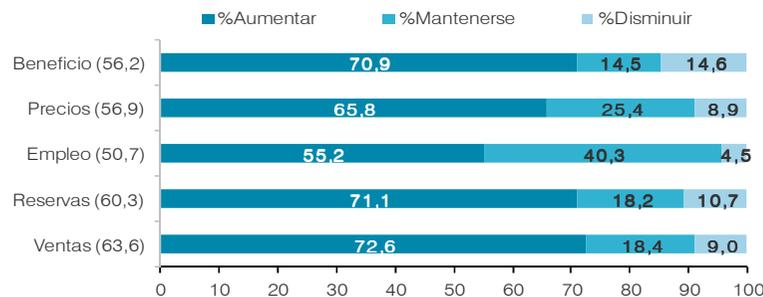


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en la Comunidad Valenciana. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

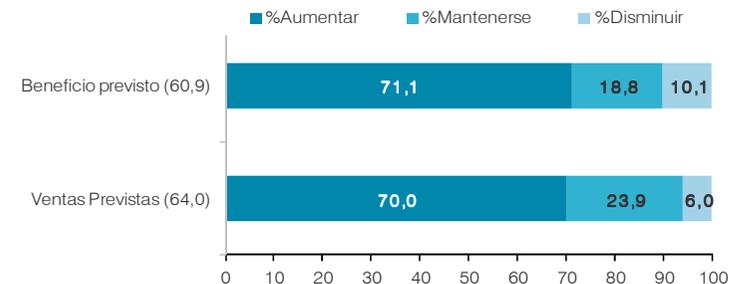
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Comunidad Valenciana. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

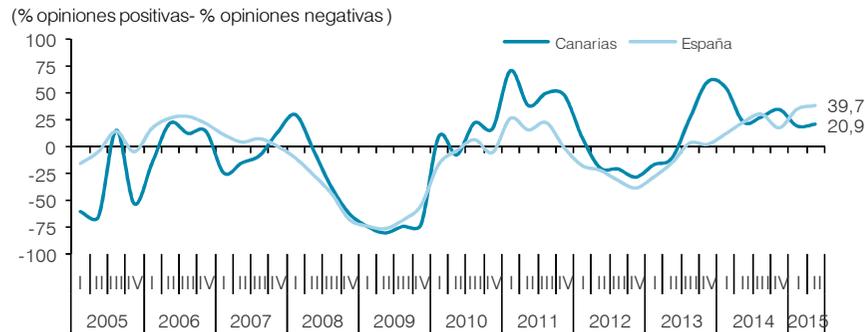


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

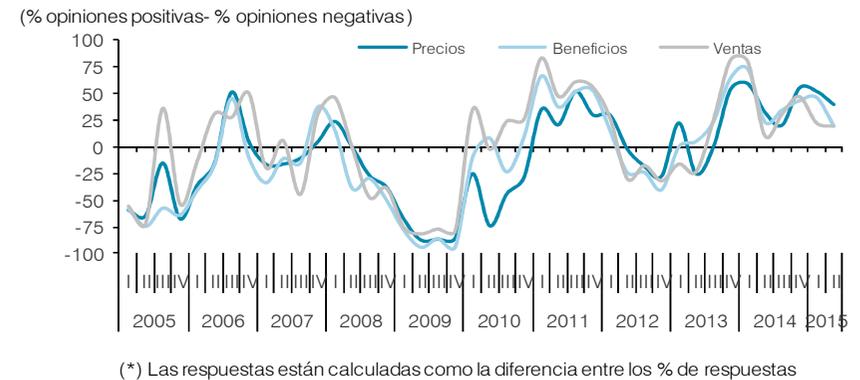
6. Canarias

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Canarias.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

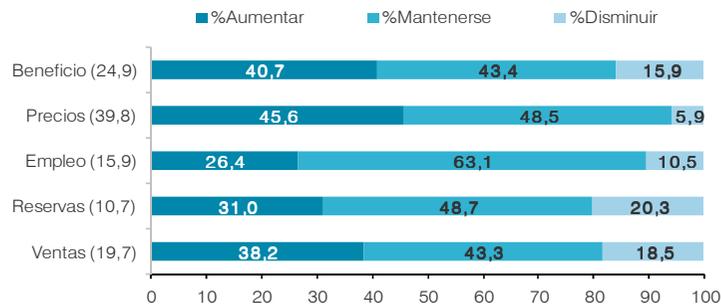


Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



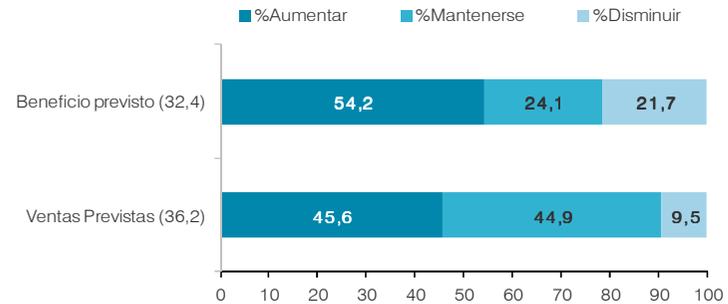
B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento.
SEGUNDO trimestre 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento.
Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

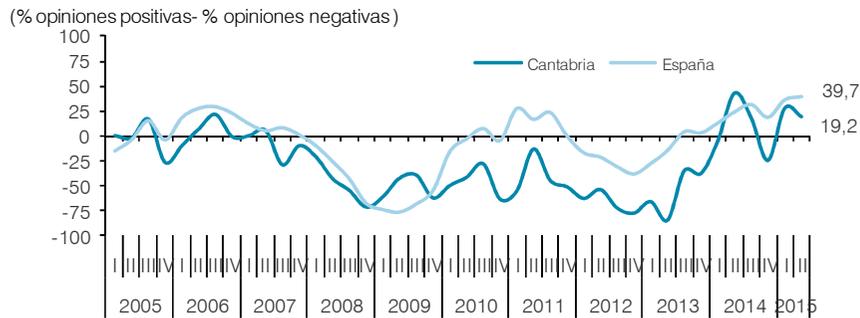


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

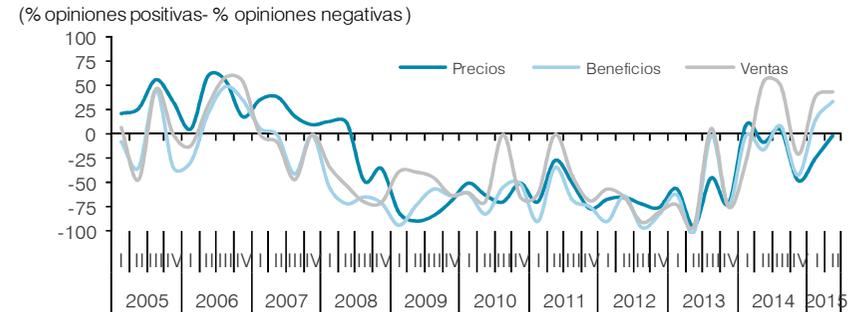
7. Cantabria

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



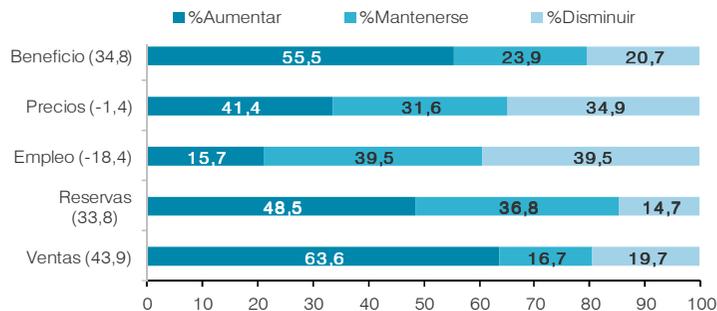
Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

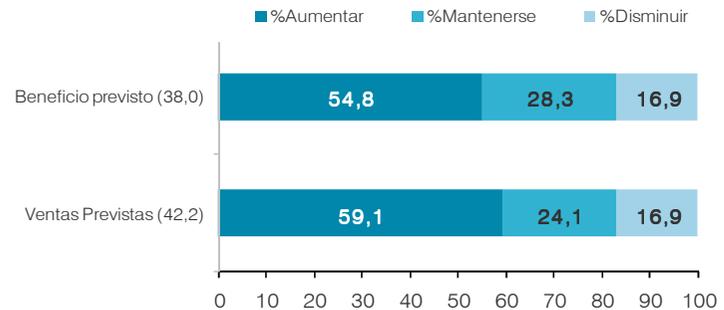
B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento.
SEGUNDO trimestre 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento.
Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

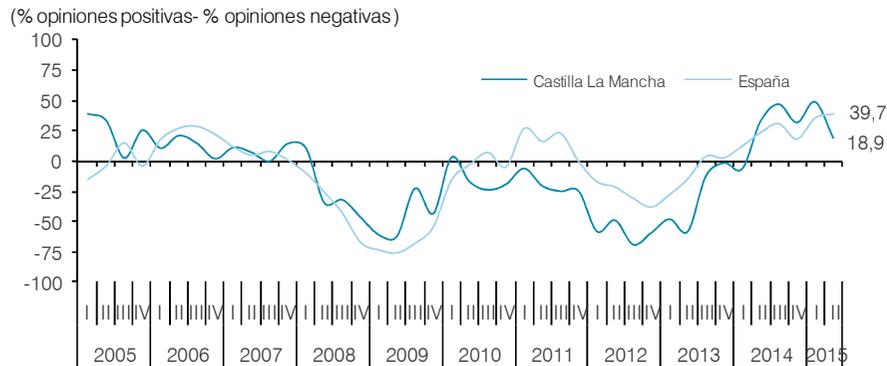
ENCUESTA DE CONFIANZA TURÍSTICO EMPRESARIAL DE EXCELTUR

8. Castilla La Mancha

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

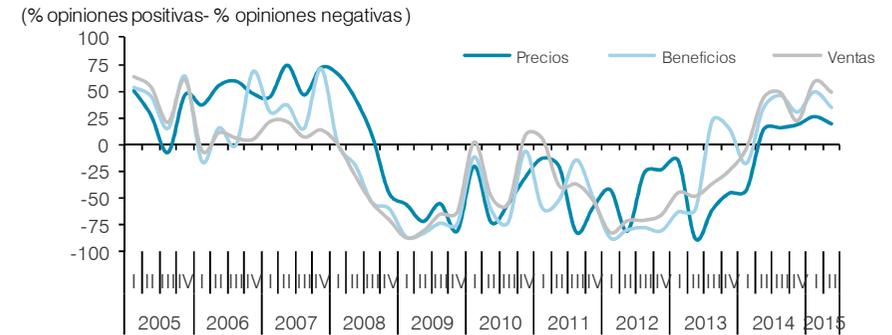
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Castilla La Mancha.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

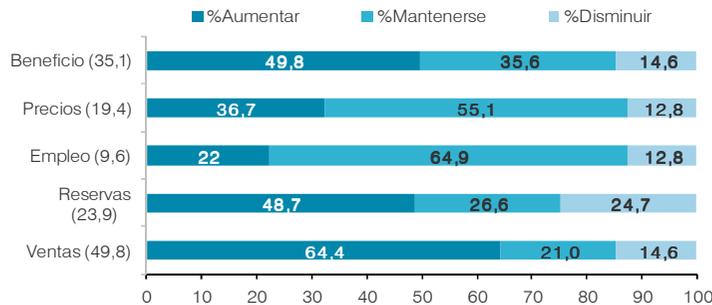


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Castilla La Mancha. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

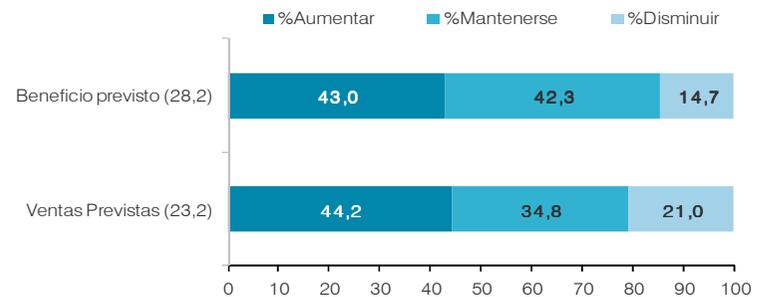
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Castilla La Mancha. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



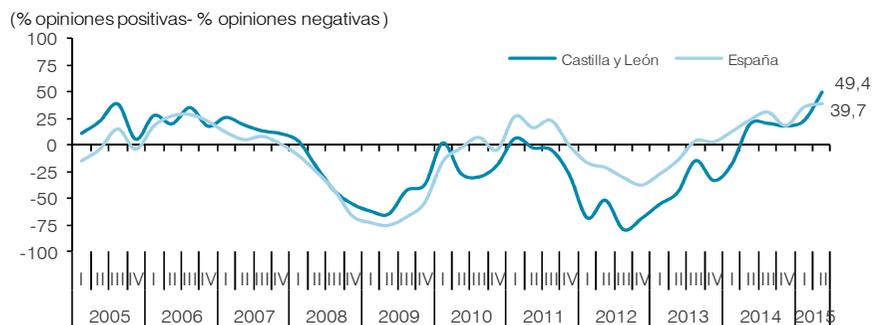
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

9. Castilla y León

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

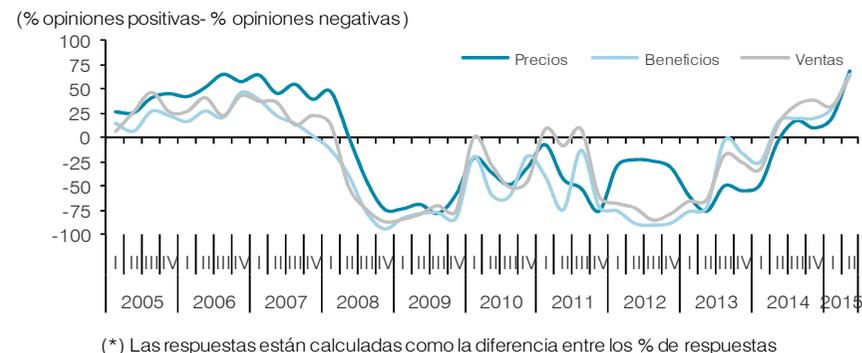
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

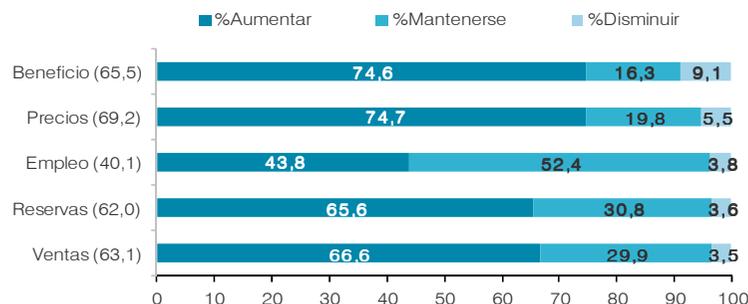
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Castilla y León. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

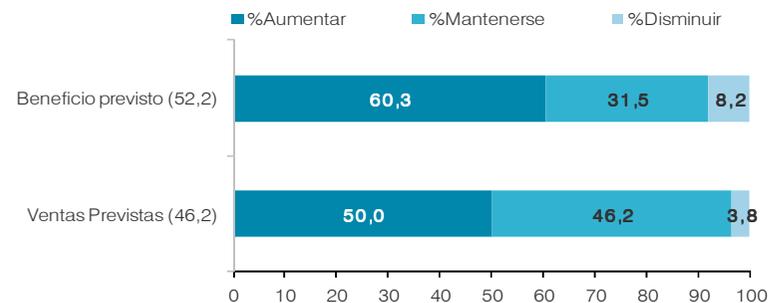
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Castilla y León. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



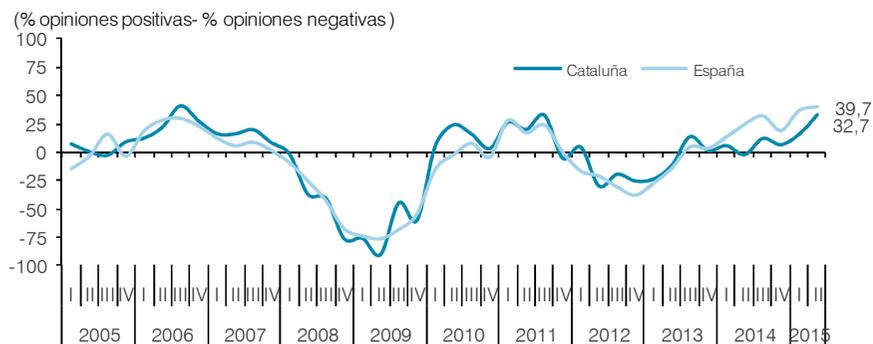
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

10. Cataluña

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

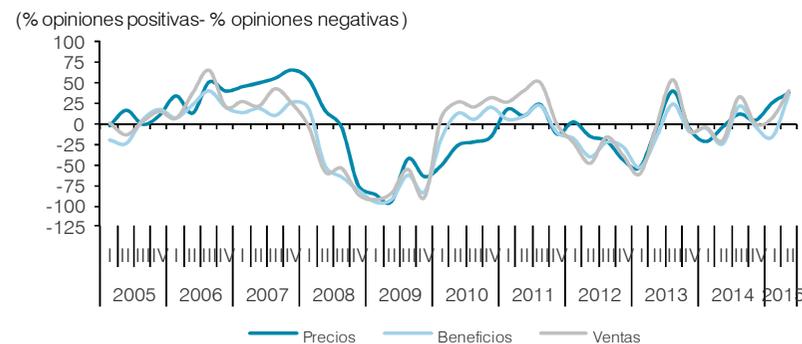
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

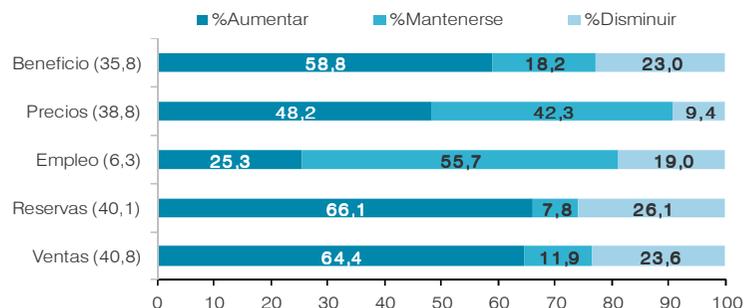


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

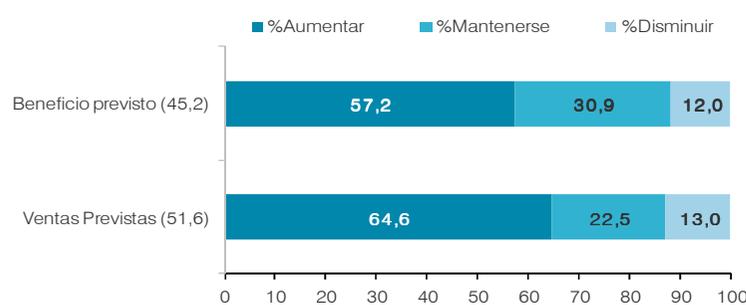
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



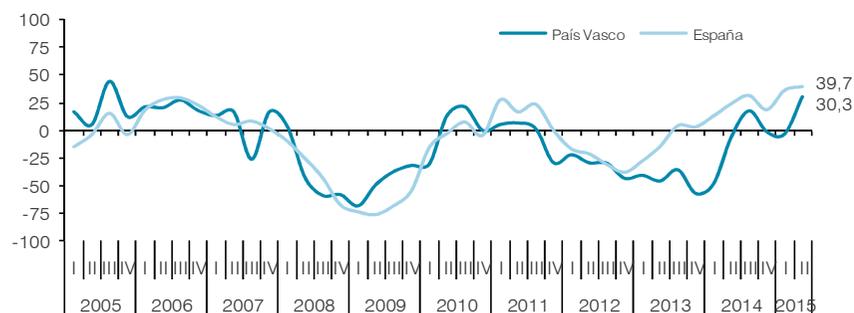
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

11. País Vasco

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

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

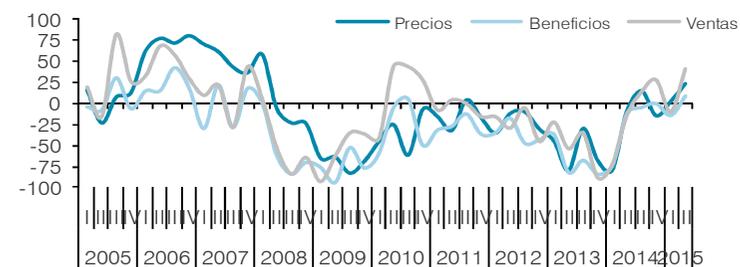
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

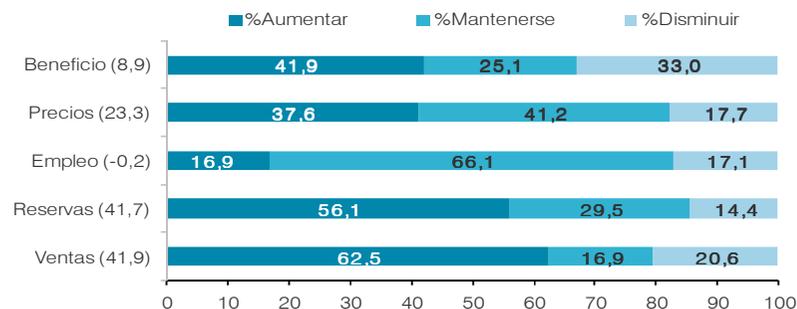


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en País Vasco. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

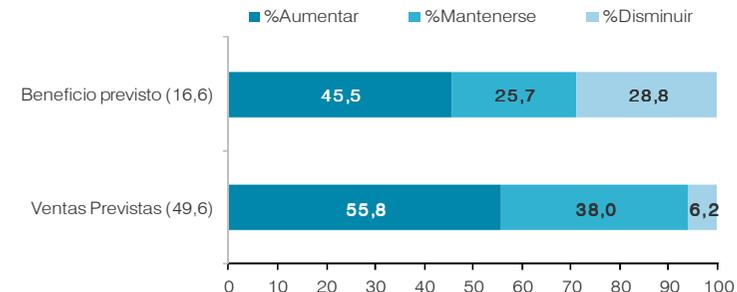
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en País Vasco. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



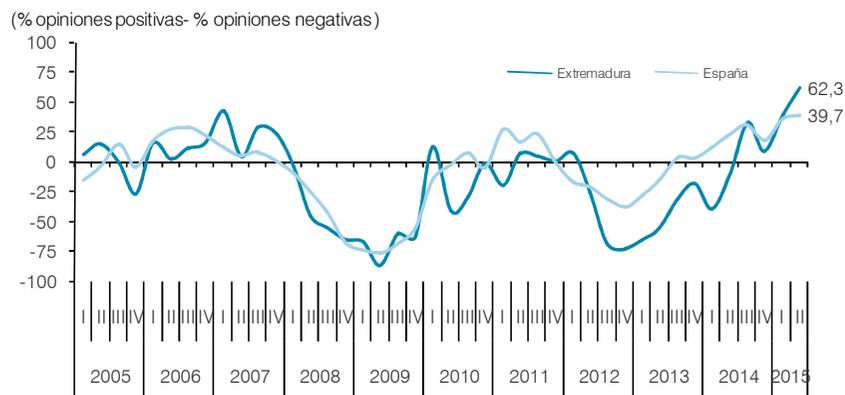
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

12. Extremadura

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

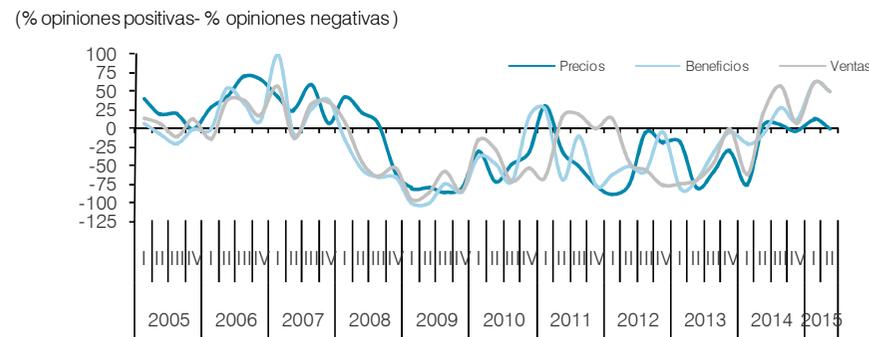
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

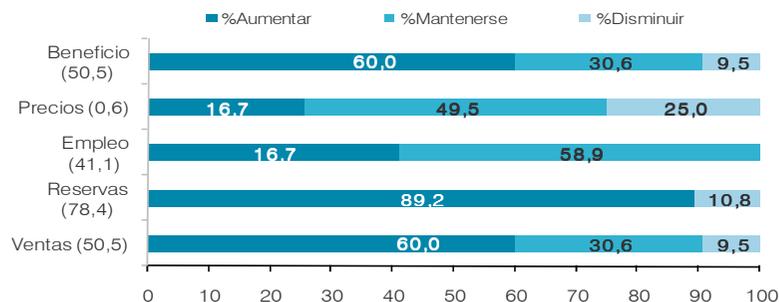


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

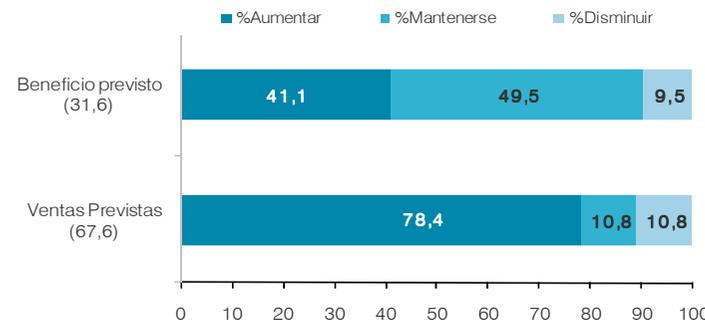
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

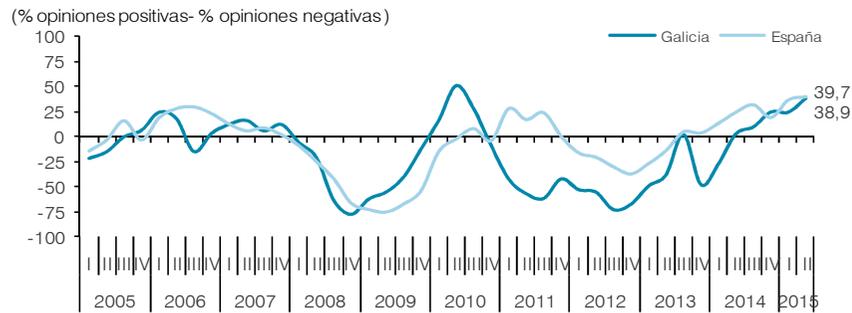


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

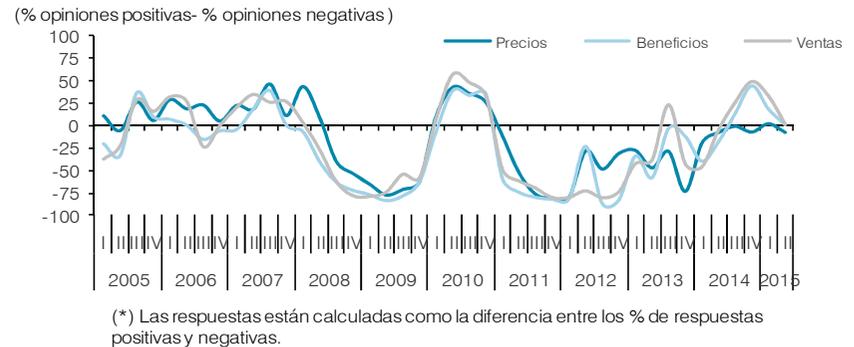
13. Galicia

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Galicia.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

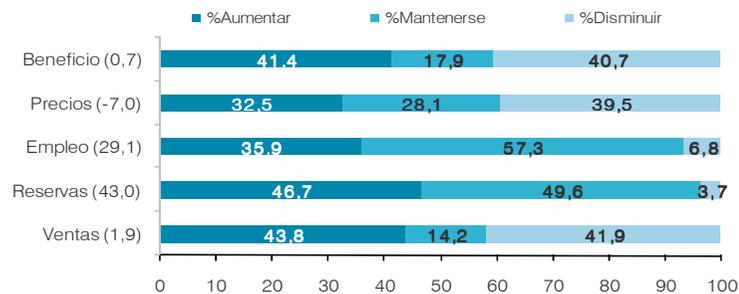


Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



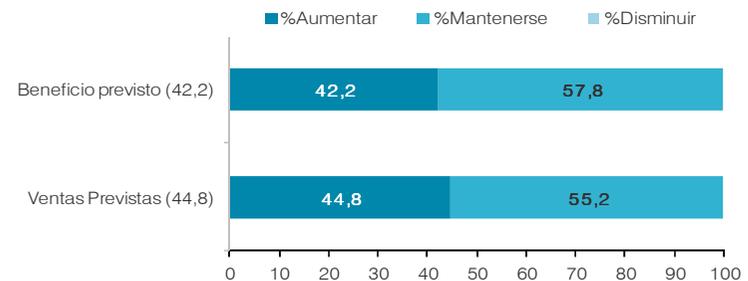
B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Galicia. Alojamiento.
SEGUNDO trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Galicia. Alojamiento.
Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



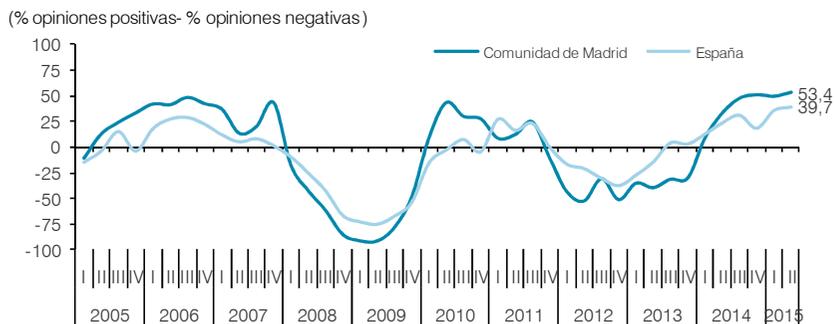
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

14. Comunidad de Madrid

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

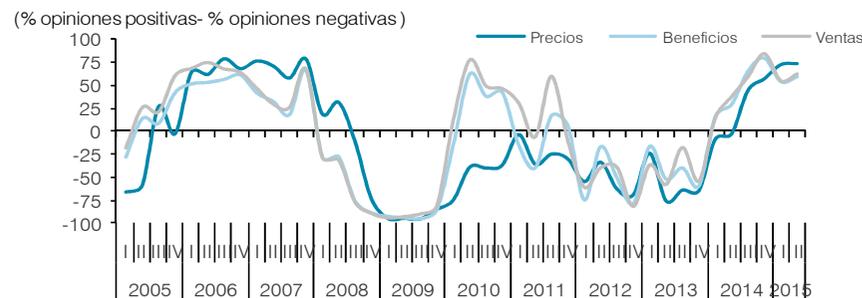
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

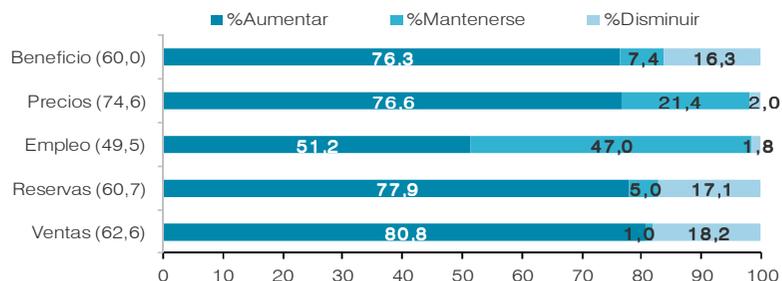


(* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en la Comunidad de Madrid. Alojamiento. SEGUNDO trimestre de 2015

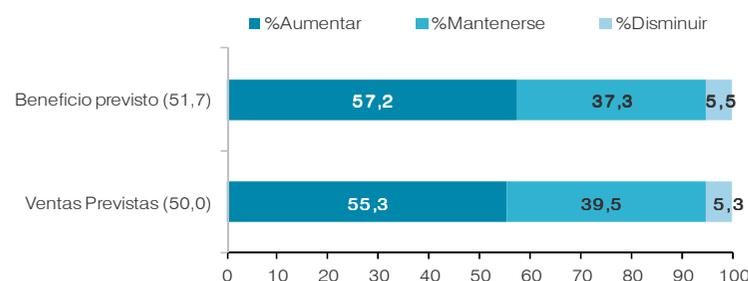
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en la Comunidad de Madrid. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

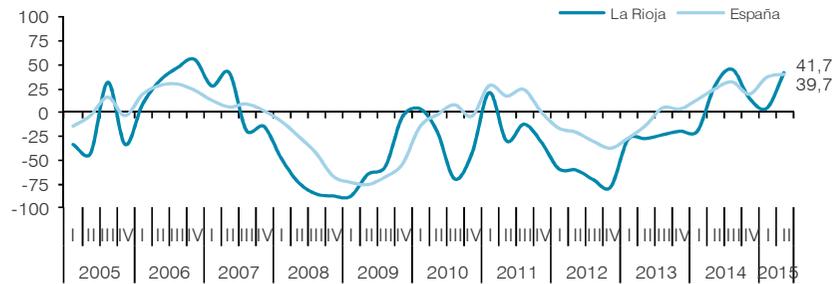
15. La Rioja

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

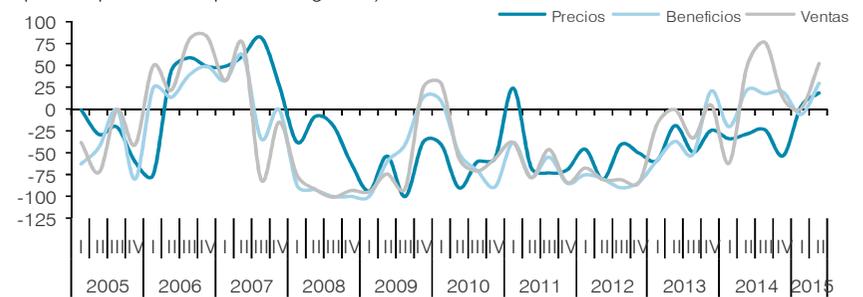
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

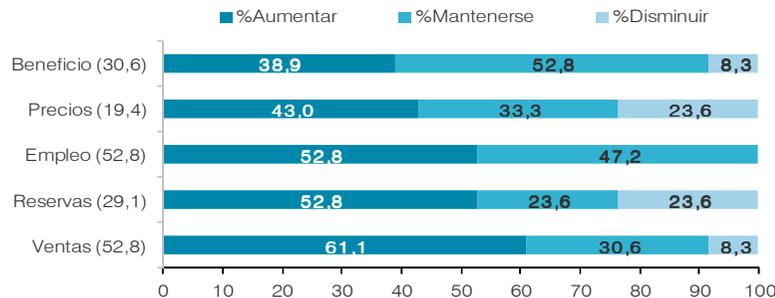


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en La Rioja. Alojamiento.
SEGUNDO trimestre de 2015

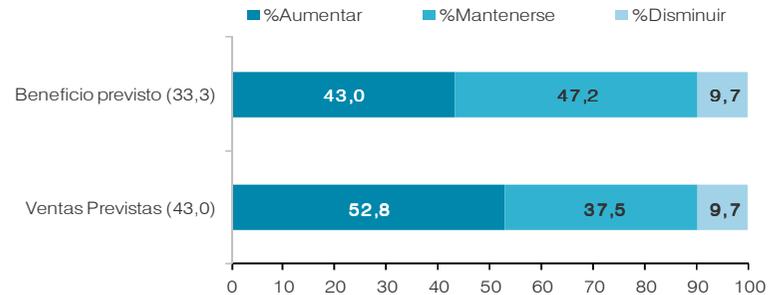
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en La Rioja. Alojamiento.
Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



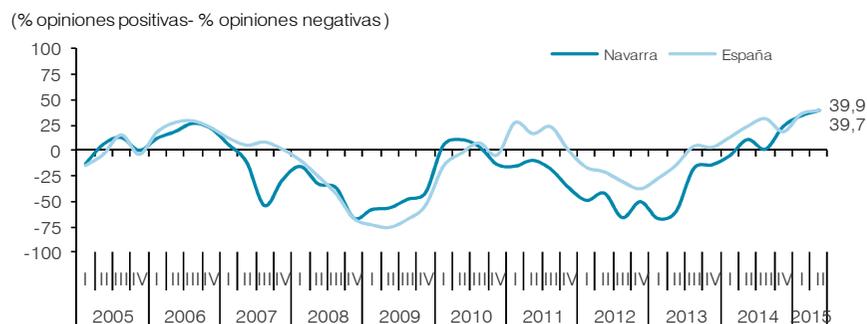
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

16. Navarra

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

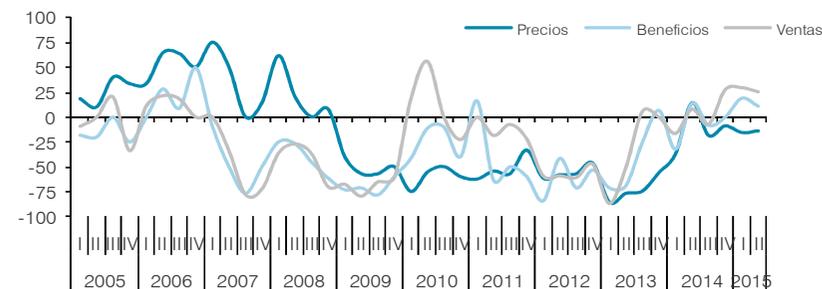
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Navarra.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

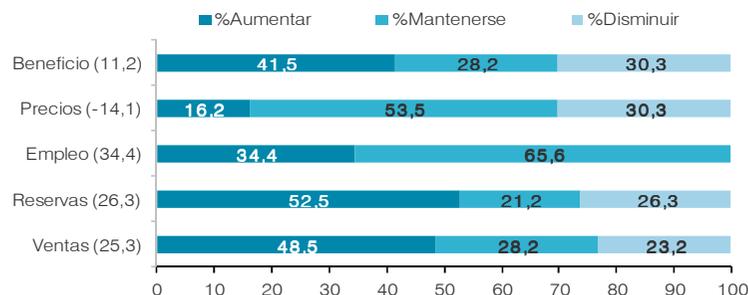


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Navarra. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

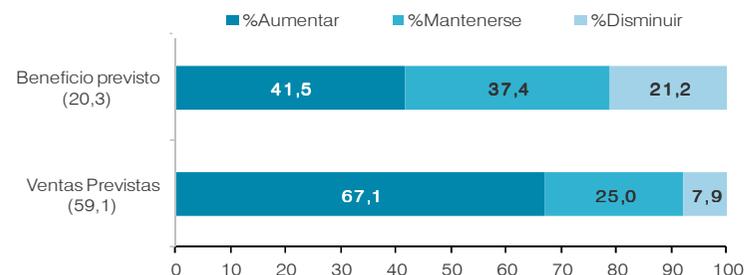
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Navarra. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



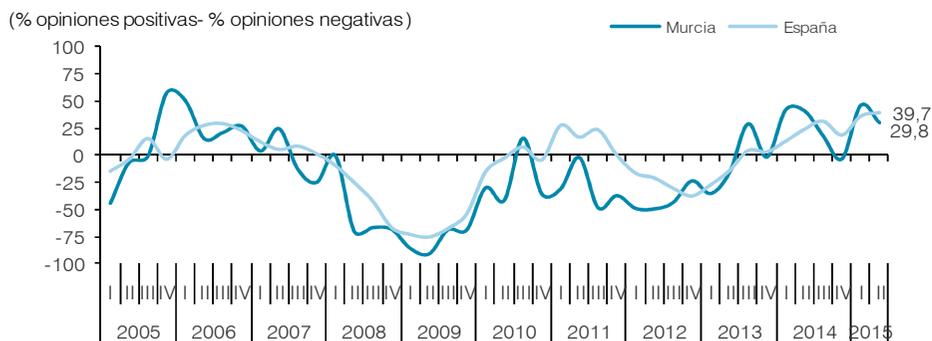
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

17. Murcia

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

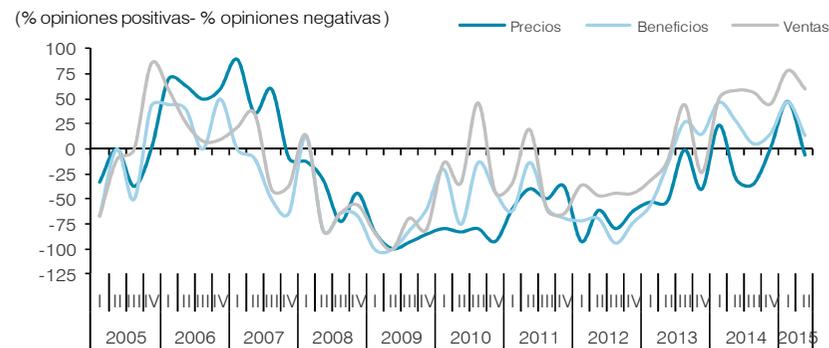
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Murcia.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

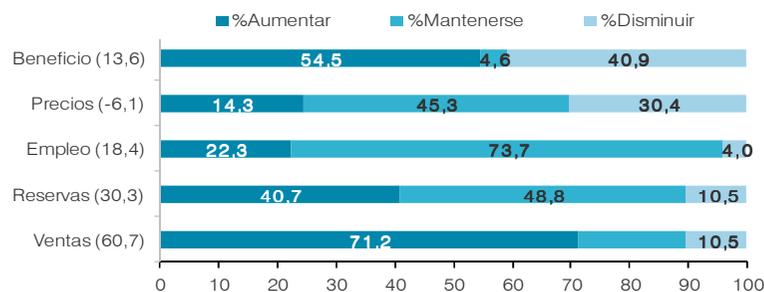


(* Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. II Trimestre 2015 y previsiones para el III Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Murcia. Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2015

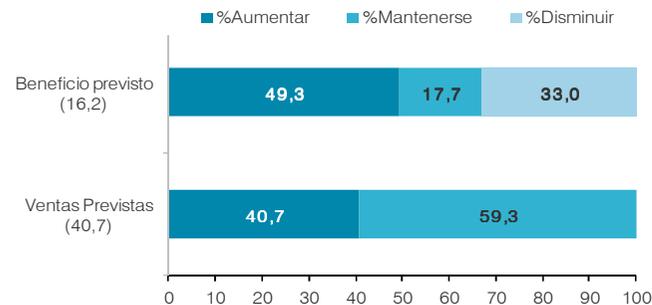
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Murcia. Alojamiento. Expectativas empresariales para el III trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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



Para más información visite la web

www.exceltur.org