

Perspectivas turísticas

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



Balance empresarial del verano de 2015

(tercer trimestre)

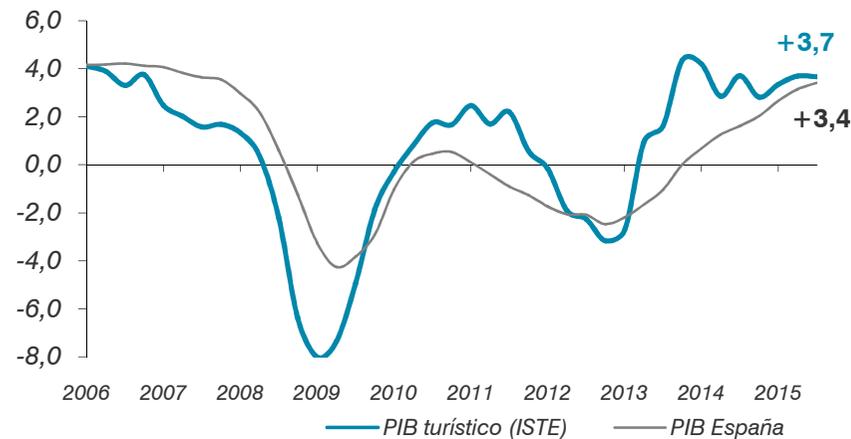
El sector turístico registra el mejor verano de la última década, gracias a un crecimiento del PIB del 3,7%, en los tres meses de verano y que impulsa los niveles de confianza empresarial hasta sus niveles máximos desde que EXCELTUR elabora este indicador.

Tal y como ya preveíamos a comienzos del mes de julio, los positivos condicionantes que han marcado los meses de verano han permitido mantener los fuertes ritmos de crecimiento real de la actividad turística cercanos al 4% (3,7%). El desempeño del sector turístico continúa un trimestre más por encima de los ritmos de crecimiento que los analistas han estimado para el conjunto de la economía española.

Comparativa del crecimiento del PIB turístico trimestral con el PIB de la economía española. 2006-2015

Tasa de variación interanual

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



Comparativa del Índice de confianza en el sector turístico (ICTUR de Exceltur) y el general de la Economía española (INE)

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR e INE

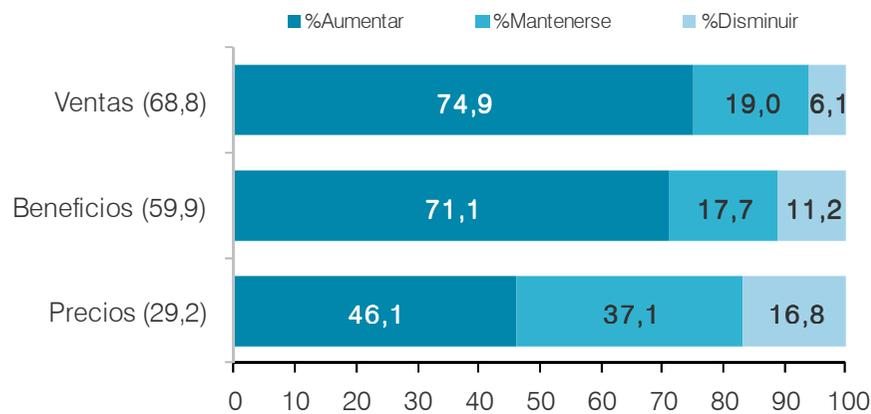


El verano de 2015 concluye con un balance empresarial muy positivo gracias a un generalizado aumento de las ventas en el 74,9% de las empresas turísticas españolas y de los resultados en el 71,1%, que se ha extendido a la práctica totalidad de destinos y subsectores de la cadena de valor turística, recogidos en la **Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR** que incorpora la valoración de hoteles, grandes grupos de AA.VV., compañías de transporte, museos y monumentos, parques de ocio y campos de golf.

- Las empresas turísticas registran notables aumentos en sus ingresos, gracias tanto al incremento de la demanda como a la recuperación de precios y márgenes, que han permitido una clara y generalizada mejora de resultados en la práctica totalidad de destinos y subsectores. Tan sólo en el 6,1% de las empresas caen las ventas (el menor porcentaje desde que se elabora esta encuesta trimestral de EXCELTUR)

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

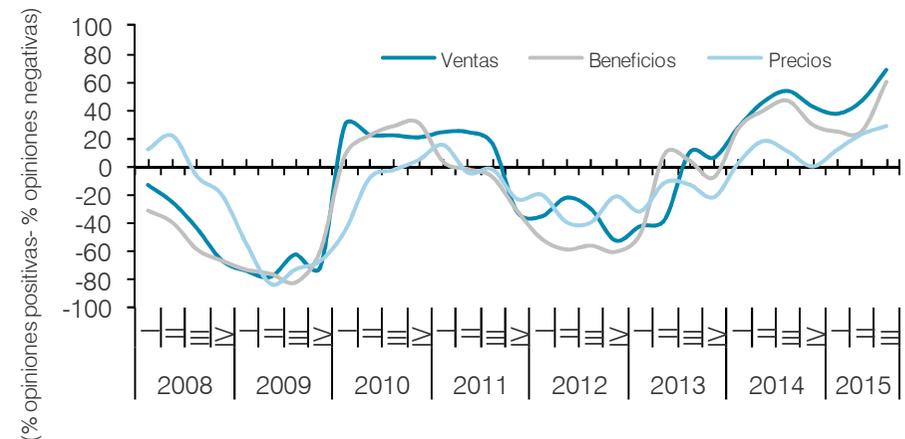
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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-IIItr 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

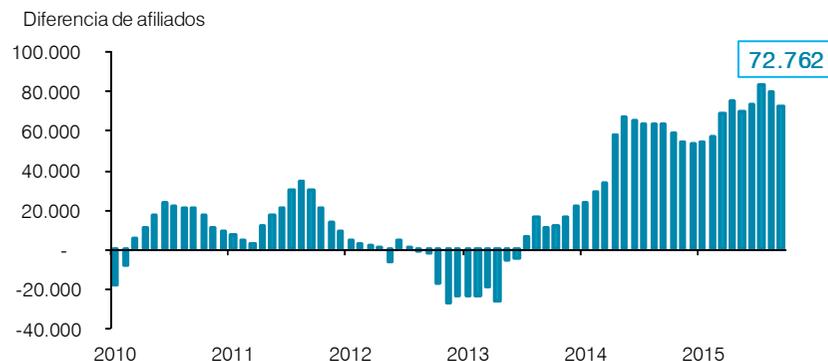
En este contexto, el sector turístico ha seguido generando empleo con intensidad (72.762 nuevos afiliados), manteniéndose como el principal sector creador de nuevos puestos de trabajo en España, con la información oficial disponible hasta septiembre de la Seguridad Social.

El sector turístico generador de empleo

2010-2015

Diferencia de afiliados a la Seguridad Social en volumen hasta septiembre

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

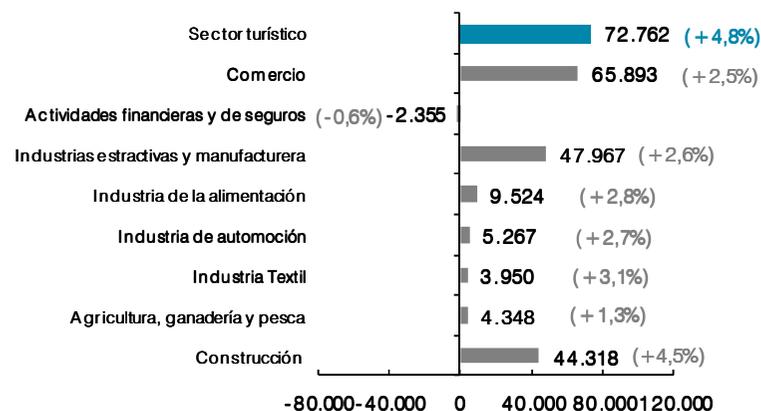


Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad

Septiembre 2015 Vs Septiembre 2014

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



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

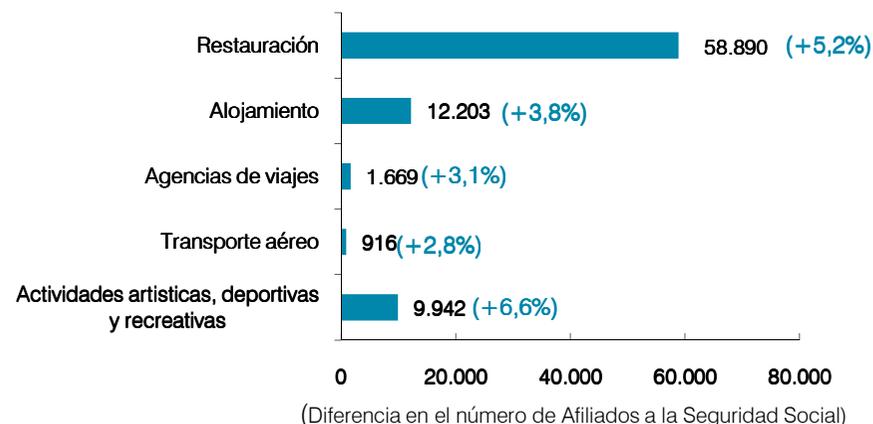
■ Todos los subsectores turísticos cierran el verano de 2015 con más afiliados a la Seguridad Social que en el verano de 2014, siendo la restauración y las actividades del ocio donde más ha crecido proporcionalmente el empleo, muy influidas por el tirón del consumo de los españoles

Comportamiento del empleo turístico por subsectores de la cadena de valor

Septiembre 2015 Vs Septiembre 2014

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



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

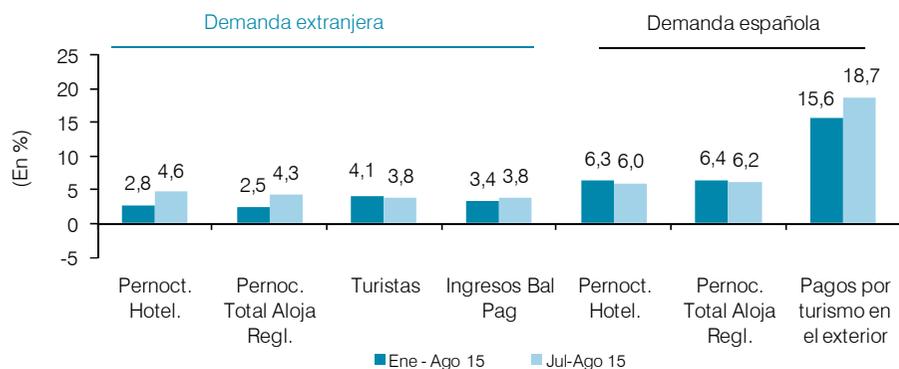
El verano ha sido testigo de un fuerte aumento de la demanda turística (un + 5,0% en pernoctaciones de la oferta reglada), impulsado por el incremento del consumo turístico de los españoles y la intensificación del ritmo de crecimiento de la demanda extranjera, con buena parte de los principales condicionantes macro y factores **exógenos a favor** (nuevos y fuertes brotes de inestabilidad geopolítica en países competidores, bajada del precio del petróleo y mantenimiento de un euro barato respecto de la libra y el dólar).

- Los meses centrales de la temporada han asistido a un notable crecimiento tanto de los indicadores de demanda extranjera como de los de demanda española, lo que ha situado el indicador de pernoctaciones en establecimiento reglados del INE en los meses de julio y agosto de 2015 en máximos desde que se elaboran las estadísticas.

Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera. Enero - Agosto y Julio- Agosto 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 julio

Nº de pernoctaciones en alojamientos reglados Julio -Agosto 2001-2015

(Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

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

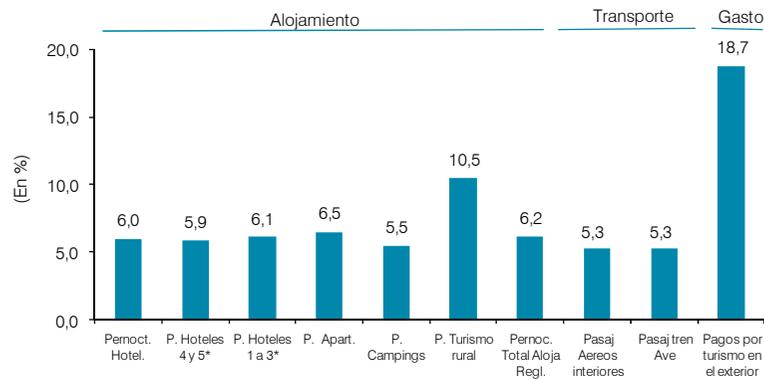


La demanda española se erige como el principal elemento diferencial que ha dinamizado las ventas de las empresas turísticas durante el verano de 2015. Sus niveles de consumo turístico han continuado la senda de crecimiento experimentada desde mediados de 2014, con ritmos que superan el 5%, situándose cada vez más cerca de los niveles previos a la crisis.

Indicadores de demanda NACIONAL . Julio - Agosto 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, ferroviarios (Ave) y pagos por turismo hasta el mes de julio

Pernotaciones de viajeros nacionales en establecimientos de alojamiento reglado. Julio - Agosto 2001-2015

(Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

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

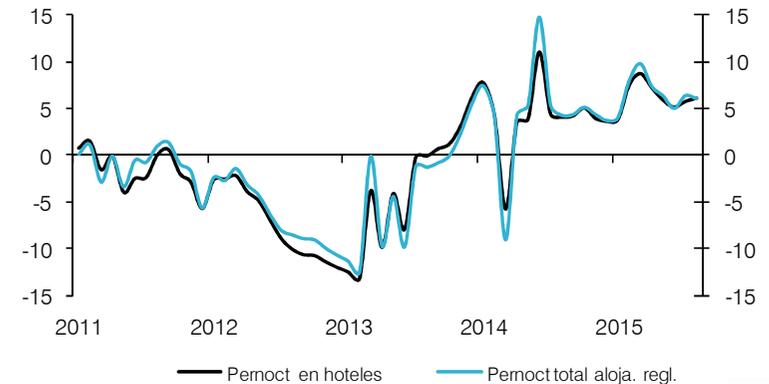


La notable expansión del gasto turístico de los españoles durante el verano tiene su máxima expresión en el fuerte aumento de los gastos de los viajes al exterior que recoge el Banco de España, que se elevan hasta el 18,7% en el mes de julio y acumula en el conjunto del año un aumento del 15,6%

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 hacia España ha seguido creciendo los meses de verano, gracias a un escenario donde todos los condicionantes económicos y geopolíticos han jugado a favor, salvo para el mercado ruso.

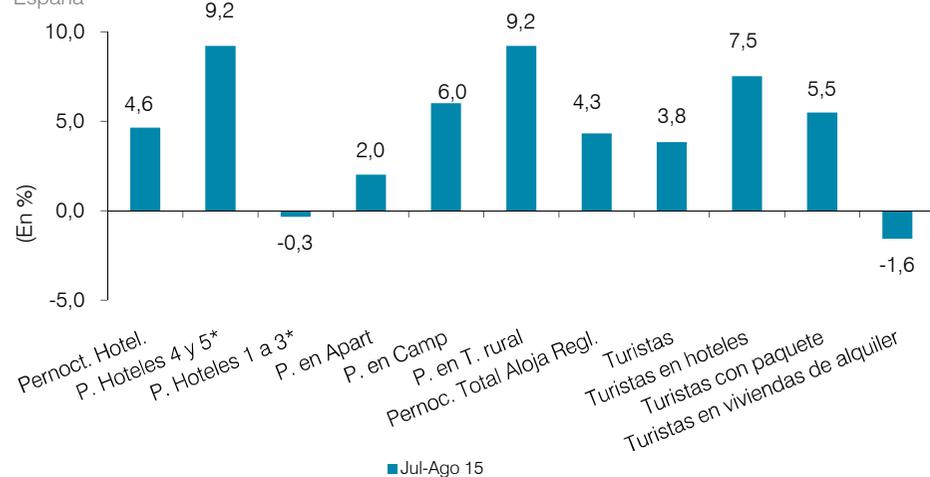
Destaca en los meses de julio y agosto la contención de la caída del ingreso por turista, beneficiado por la capacidad adquisitiva adicional introducida por la depreciación del euro para los turistas británicos y los de mercados dolarizados.

El incremento en afluencia (+3,8%) ha venido acompañado por un repunte de los servicios turísticos de más categoría (alojamientos de 4 y 5 estrellas (+9,2%), paquete turístico (+5,5%) y vuelos en compañías de red (+3,2%).

Indicadores de demanda EXTRANJERA

(Tasa de variación interanual Julio-Agosto 2015/2014)

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



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.



El efecto de la depreciación del euro respecto al verano de 2014 se observa claramente en el fuerte crecimiento del turismo procedente del Reino Unido (+11,0% interanual en pernoctaciones hoteleras en el acumulado julio-agosto) y EE.UU (+14,9%)

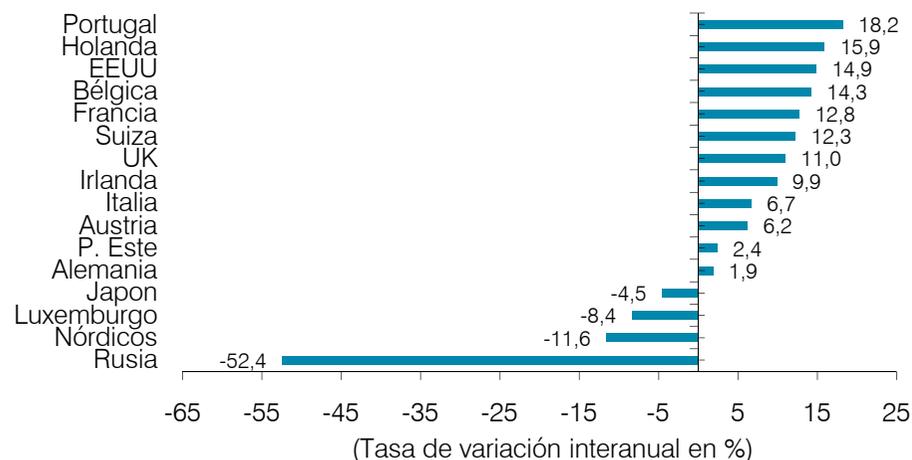
La posición de España este verano se ha visto igualmente beneficiada por la recuperación de mercados que estaban fuertemente impactados por la crisis, como el portugués (+18,2%), el holandés (+15,9%) y el italiano (+6,7%) y por el dinamismo de países como Francia (+12,8%) y Bélgica (+14,3%), fuertemente vinculados a destinos del norte de África y que han redirigido sus preferencias hacia España.

Tan sólo Alemania, dentro de los principales mercados para España, presenta volúmenes de crecimiento muy testimoniales apenas ligeramente superiores a los del verano de 2015 (+1,9%), mientras se mantiene la situación a la baja del mercado ruso y el noruego, con caídas del -52,4% y del -11,6% respectivamente.

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Julio-Agosto 2015/2014

(Tasa de variación interanual)

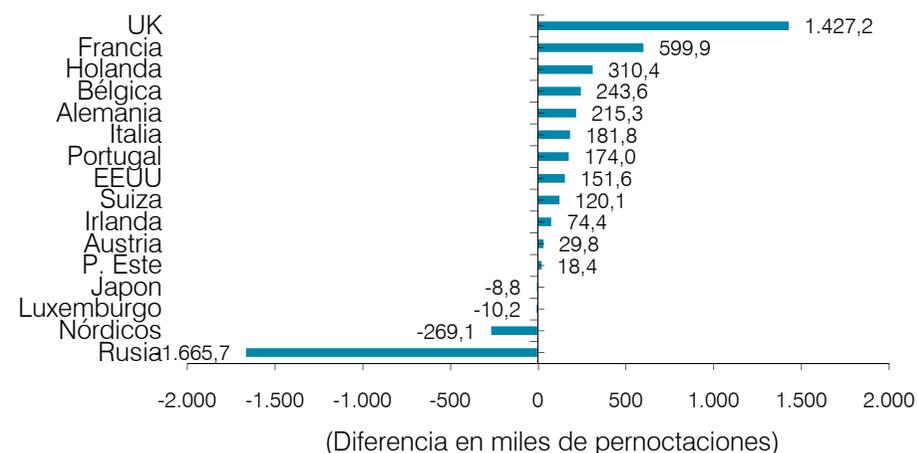
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen
Julio - Agosto 2015/2014

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

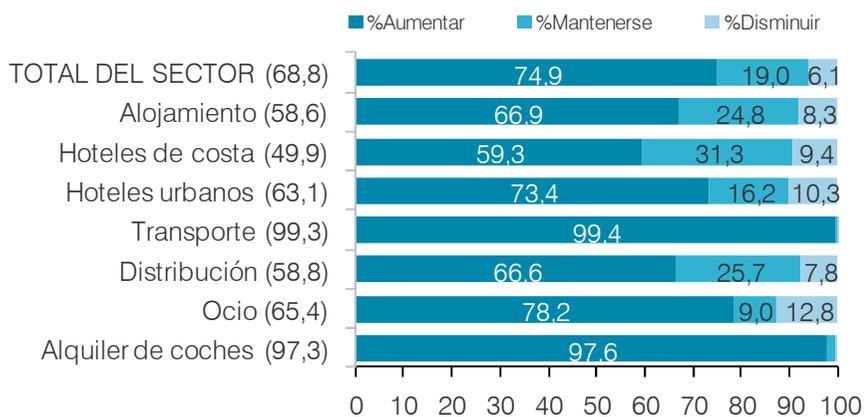


Las compañías de transporte, las empresas de alquiler de vehículos, las agencias de viaje y los hoteles urbanos y de interior son los que registran una mejoría de sus resultados más generalizada entre las empresas turísticas españolas.

- El notable incremento de los desplazamientos turísticos y la reducción de costes gracias a la compra de un carburante más barato en euros tira de las ventas y los resultados de las **compañías aéreas y las principales empresas de alquiler de coches**.
- **Los hoteles urbanos y de interior** aumentan en media el REVPAR un +11,2% (+5,6% en ocupación y +5,5% en precio), lo que explica que el 73,4% incremente sus ventas y el 62,9% sus resultados.
- **Las agencias de viajes** incrementan sus ventas especialmente en los perfiles y viajes de mayor gasto asociado, concentrado en destinos internacionales de mayor margen, lo que les permite disfrutar de una mejoría en sus resultados.
- **Los hoteles de costa** registran un aumento del REVPAR del +10,7%, pero desigualmente distribuido por destinos, con algunos de ellos cerrando con descensos (Costa Dorada afectado por el turismo ruso, y Menorca), que explican que el incremento de los resultados afecte apenas al 56,6%.
- **Las empresas de ocio** se han visto favorecidas por la mayor afluencia turística, lo que ha permitido, incrementar las ventas al 78,2% de las mismas, mientras su traslación a resultados se ha visto limitada al 44,7% por la contención de precios y el incremento de los costes.

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

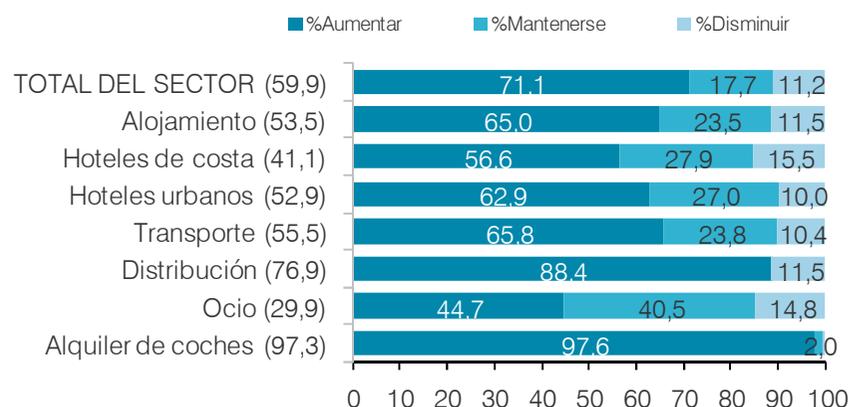
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



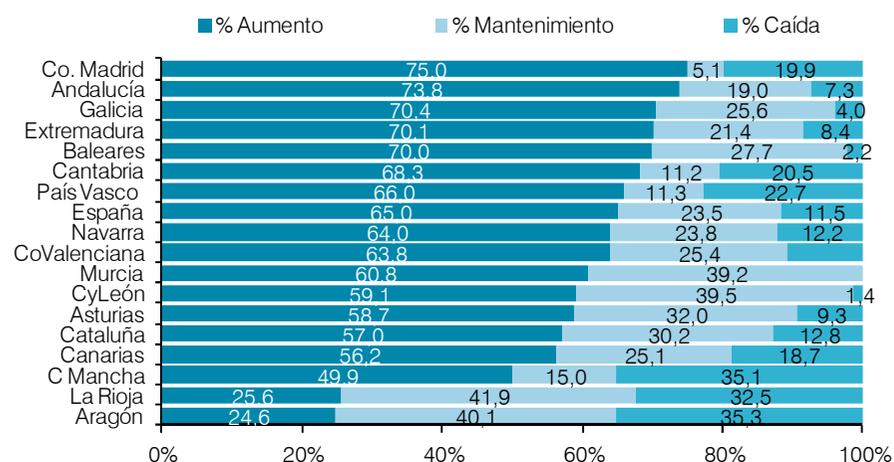
Los () se calculan como diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

Andalucía y Baleares entre de los destinos vacacionales, la Comunidad de Madrid y Extremadura entre las zonas de interior, y el conjunto de la España Verde son las comunidades que registran el mejor balance empresarial este tercer trimestre, según la encuesta de Clima Turístico Empresarial, dentro de un verano muy positivo para la mayor parte de destinos españoles.

- Los destinos vacacionales de la costa peninsular y de las islas presentan un positivo balance del verano de 2015, destacando los notables crecimientos observados en **Andalucía** (en toda la costa y las ciudades) y **Baleares** (en Mallorca y sobre todo en Ibiza-Formentera) para el 73,8% y el 70,0% de los empresarios turísticos, respectivamente. En la misma línea pero con menor intensidad se sitúan **la Comunidad Valenciana** (el 63,8% mejoran sus resultados), **Cataluña** (el 57,0%) y **Canarias** (el 56,2%).
- En los destinos del interior, **Extremadura** y, por su relevancia, **la Comunidad de Madrid** son las que experimentan los mejores comportamientos, en el caso madrileño de la mano de una fuerte aumento del tráfico aéreo, el turismo de negocios y la demanda internacional.
- Los destinos de la **España Verde** cierran un verano marcado por fuertes aumentos en las ventas (REVPAR) superiores al 15%, con Cantabria a la cabeza (+25,3%) gracias al fuerte tirón de la demanda española, la recuperación de precios y unas favorables condiciones meteorológicas.

Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. Sector Alojamiento III Trimestre 2015

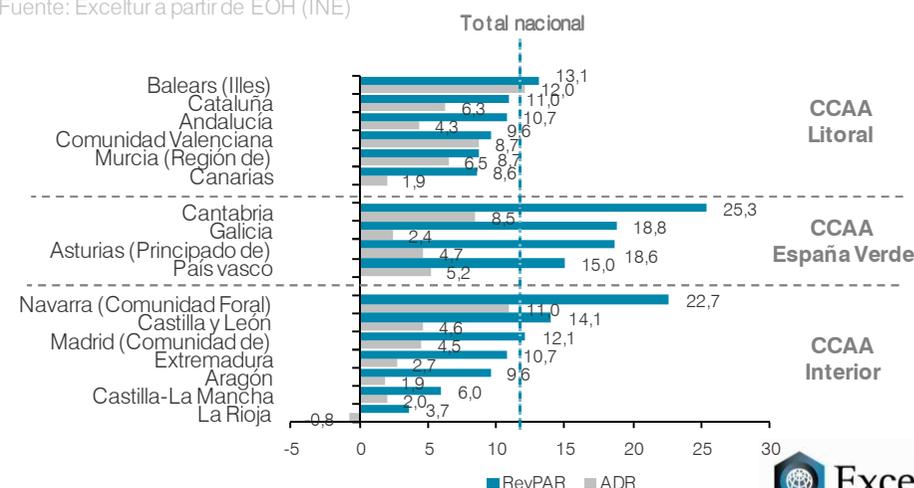
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



ADR y RevPAR por CCAA Junio - Agosto 2015/2014

(Tasa de variación acumulada en %)

Fuente: Exceltura a partir de EOH (INE)



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

El consenso de analistas mantienen las previsiones de crecimiento de la actividad económica y de mejora del consumo privado en los principales mercados emisores turísticos para España para el cierre de 2015, lo que seguirá favoreciendo en los próximos meses unos mayores niveles de demanda y gasto turístico, con especial intensidad en el mercado español y británico, favorecido a su vez por la apreciación de la libra respecto al euro.

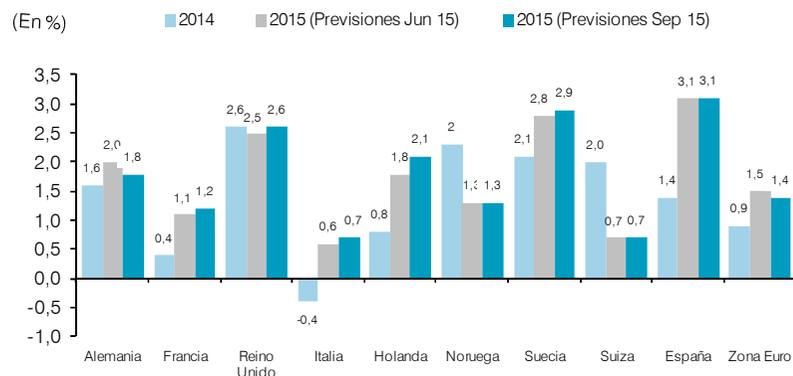
■ Estimamos limitado el impacto sobre el turismo en España en el corto plazo, del escenario de desaceleración previsto para la economía internacional (básicamente países emergentes y China) debido a su baja incidencia prevista por las casas de análisis sobre las principales economías del área euro en los próximos meses, gracias en gran parte a la caída del precio del petróleo y a la cotización euro/US\$. Tan sólo se han revisado algo a la baja las previsiones para Alemania, aunque se mantiene por encima de la media de la zona euro, a expensas del impacto de la crisis que pudiera derivarse, si se produjese, del efecto sobre el sector de la automoción.

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos

2013-2015

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (agosto 2015) y Banco de España (septiembre 2015)

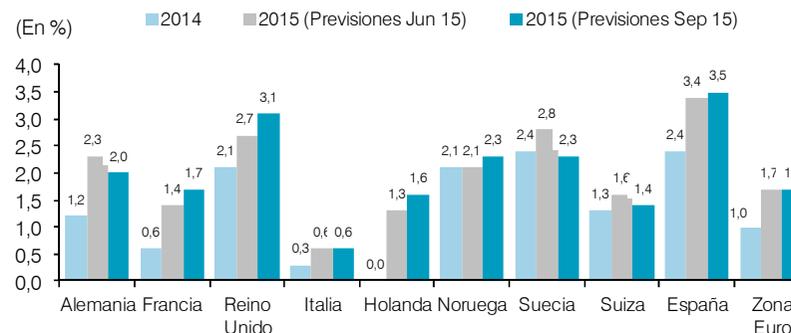


Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos

2013-2015

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (agosto 2015) y Banco de España (septiembre 2015)



Otros factores que beneficiarán el desempeño del turismo español en el último trimestre de 2015

- Bajo nivel del tipo de cambio del euro frente al dólar y la libra, que dará continuidad a una mayor capacidad de consumo turístico en destino de UK y mercados dolarizados
- Escenario de bajos precios del petróleo y recorte impositivo en España de positivo impacto sobre la renta disponible de hogares
- Calendario laboral propicio en España para puentes y viajes de mayor duración y gasto asociado.
- Continuada percepción de inseguridad respecto a destinos competidores del Mediterráneo Oriental

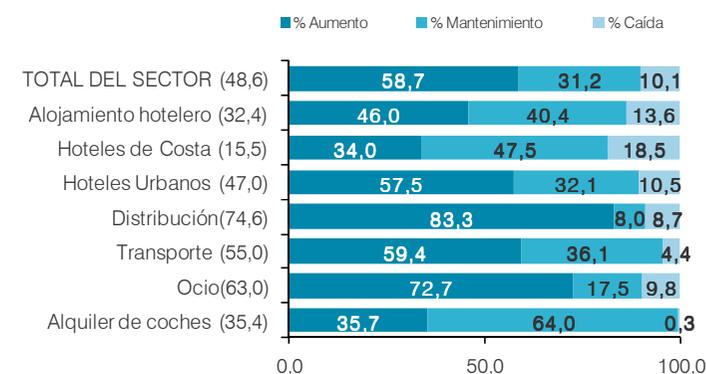
Los responsables de las empresas turísticas españolas anticipan un buen comportamiento de la actividad para el cuarto trimestre de 2015, aunque de menor intensidad a la observada en los dos trimestres centrales del año.

El 58,7% de los empresarios turísticos españoles descuentan una mejora interanual de las ventas en los últimos tres meses del año, que se trasladará en el 57,2% de los casos en mejoras de rentabilidad, respecto al cuarto trimestre de 2014.

- **La prolongación del dinamismo del gasto turístico asociado a los viajes de ocio y negocio de los españoles en el último trimestre de 2015**, seguirá favoreciendo de manera generalizada el incremento de la facturación y la rentabilidad empresarial en los **grandes grupos de agencias de viajes, hoteles urbanos y de interior** respecto a los niveles observados en los tres últimos meses de 2014, a expensas de no retrasarse el inicio de contratación del programa del IMSERSO.
- La esperada mayor afluencia de turistas extranjeros en la temporada de invierno de 2015, se traducirá previsiblemente en un incremento de las ventas y rentabilidad empresarial en los **hoteles de costa insulares, especialmente los canarios, y hoteles urbanos mejor posicionados ante la demanda extranjera.**
- Los **prestadores de servicios de ocio se verán beneficiados del esperado crecimiento del consumo asociado a los desplazamientos turísticos de ambos mercados, especialmente en los principales reclamos culturales, campos de golf del litoral andaluz y canarios, y parques temáticos.** El 72,7% de los responsables de los mismo prevén un incremento de las ventas en el cuarto trimestre de 2015, que impactará en mejora de su rentabilidad empresarial en el 41,2% de estos espacios.
- Las **empresas de transporte de pasajeros** esperan, en base a este mayor nivel de afluencia previsto y los altos niveles de capacidad en mercado, una prolongación de la senda de crecimiento de su facturación, mejoras interanuales en las ventas el cuarto trimestre de 2015, que un menor porcentaje (39,1%) anticipa se concretará en unos resultados mejores a los de 2014 por la elevada competencia y la presión sobre los precios. Los **gestores de las empresas de alquiler de vehículos** evidencian en la misma línea unas buenas perspectivas para el último trimestre de 2015, con un 67,9% de sus responsables descontando mejoras interanuales en la rentabilidad empresarial en el cuarto trimestre de 2015.

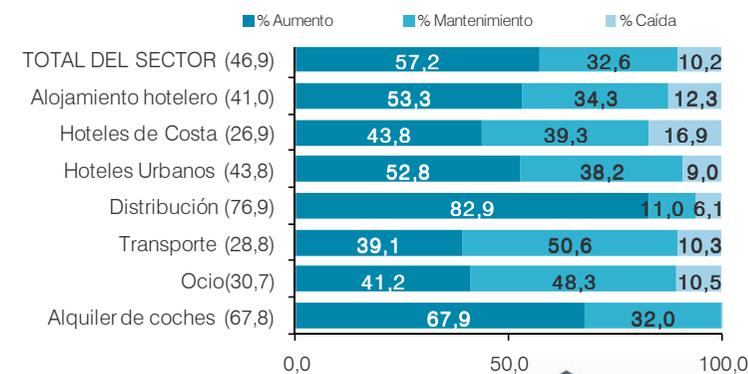
Opinión empresarial sobre la evolución de las **VENTAS PREVI**STAS para el **CUARTO** trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los **RESULTADOS PREVI**STOS para el **CUARTO** trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



El favorable desempeño de la actividad turística en el cuarto trimestre de 2014 será evidente en gran parte de los destinos españoles, aunque perdiendo intensidad.

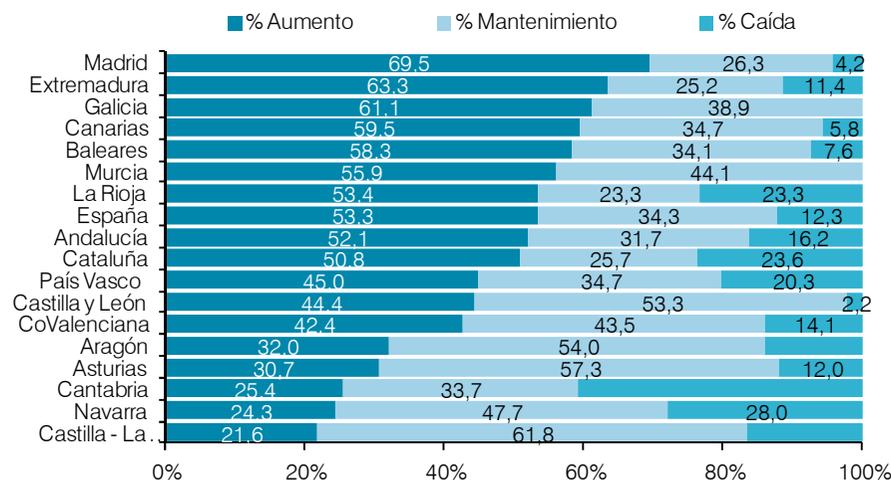
La **Comunidad de Madrid** prolongará según sus responsables empresariales la positiva senda de crecimiento y recuperación de la facturación y rentabilidad empresarial en los tres últimos meses de 2015.

Canarias, en el inicio de su temporada alta, y **Baleares**, gracias al alargamiento de la temporada, destacan como los principales beneficiados del dinamismo esperado de la demanda internacional en los tres últimos meses de 2015 dentro de los destinos vacacionales, con más del 55,0% de los profesionales de estas comunidades descontando mejoras interanuales en sus ventas y niveles de rentabilidad empresarial. **Andalucía y Murcia**, dentro de los destinos del litoral peninsular, revelan igualmente unas buenas expectativas para el cuarto trimestre de 2015, especialmente en los destinos urbanos andaluces.

La mayoría de **destinos de interior y Galicia**, esperan seguir avanzando en los meses finales de 2015 en la senda de recuperación de parte de los niveles de volumen y rentabilidad perdidos, aunque de manera menos generalizada que en trimestres anteriores. En Castilla La Mancha los resultados interanuales están condicionados a la baja, por la comparativa con un 2014 protagonizado por un excepcional comportamiento vinculado a la celebración del V Centenario de El Greco.

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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



El cierre de un trimestre de verano en línea con las previsiones que habíamos anticipado, nos lleva a **mantener el escenario de crecimiento interanual del +3,6% del PIB Turístico para el conjunto de 2015**, que ya adelantamos en el mes de julio.

El mercado nacional, vacacional y de negocios, seguirá siendo el principal protagonista gracias a la intensidad de su crecimiento, mientras habrá que seguir en detalle la evolución de la demanda extranjera, para comprobar si la mejora del ingreso por turista en el trimestre de verano es un elemento meramente coyuntural y se vuelve al preocupante patrón, que ha sido la constante en los últimos 10 años, donde el crecimiento de la actividad turística ha estado basado en la elevación de una afluencia que, en su promedio unitario por turista, ha generado un menguante impacto socio económico en destino.

El turismo mantendrá su capacidad motora sobre la economía española, tanto en términos de actividad económica como en generación de empleo en 2015. El dinamismo que descontamos para el sector para 2015 se situará 0,5 p.p. por encima de la previsión del 3,1% del PIB estimada recientemente por el Banco de España y FMI para el conjunto de la economía en 2015.

Se encadenan así seis años de mejor desempeño del sector turístico respecto a la media de la economía española, y su consecuente efecto locomotora por su constante contribución positiva a la recuperación.

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 (Sep 15)



6 RECOMENDACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA PARA EL PERIODO 2015-2019

EXCELTUR está terminando de elaborar un documento con diversas sugerencias y recomendaciones de política turística para el período 2015-2019 que haremos llegar en breve a los principales partidos políticos. Entre ellas cabe destacar por su relevancia:

1. En primer lugar y con carácter general, asegurar la continuidad y profundización en las reformas estructurales que inciden sobre todos los sectores económicos y empresariales, favoreciendo que se pueda consolidar con la mayor solidez, el proceso de recuperación de la economía española y reducir las tasas de desempleo.
2. Procurar la mayor unidad de mercado y capacidad de coordinación de las diversas instituciones públicas y acciones inherentes a una renovada Estrategia de Estado en favor del Turismo, impulsadas como mínimo desde una Secretaría de Estado exclusiva e integrada en un Ministerio, con la visión global, recursos y ascendencia transversal que faciliten la mayor atención y compromisos de acción prioritaria.
3. Apostar por una estrategia más decidida e innovadora de renovación turística del litoral español con visión de largo plazo, que permita activar su gradual reposicionamiento competitivo con políticas ambiciosas de índole urbanística, fiscal y financiera, que permitan acelerar e incentivar una profunda rehabilitación de los destinos más maduros de primera generación y sin mayor consumo del territorio.
4. Impulsar un marco fiscal que favorezca la reducción de los costes operativos de las empresas turística con el fin de mejorar sus márgenes unitarios y rentabilidades para impulsar la inversión, principalmente reduciendo el tipo del IVA de las actividades turísticas (no sólo las de hostelería, sino extendiéndolo a las agencias de viajes, tour operadores, empresas de alquiler de coches, compañías de transporte y las empresas de ocio) e incrementando la deducción por reinversión en el impuesto de sociedades.
5. Ante la extraordinaria dotación ya existente de infraestructuras asociadas a la movilidad, priorizar el llevar a término en la próxima legislatura, aquellas inversiones que en clave turística, faciliten la mayor y más efectiva intermodalidad entre todos los medios de transporte (aéreo, ferroviario y marítimo).
6. Promover y liderar con visión y alcance de Estado un nuevo marco legal para ordenar el desbordante fenómeno de los servicios turísticos comercializados por plataformas de contacto en Internet entre particulares (Peer to Peer), cuya competencia, hoy por hoy desleal, induce a la economía sumergida y está afectando a numerosas actividades (alojamiento en pisos, transporte, restauración, etc.) y generando creciente externalidades negativas entre la ciudadanía de ciertos destinos turísticos líderes. (Barcelona, como principal ciudad afectada).

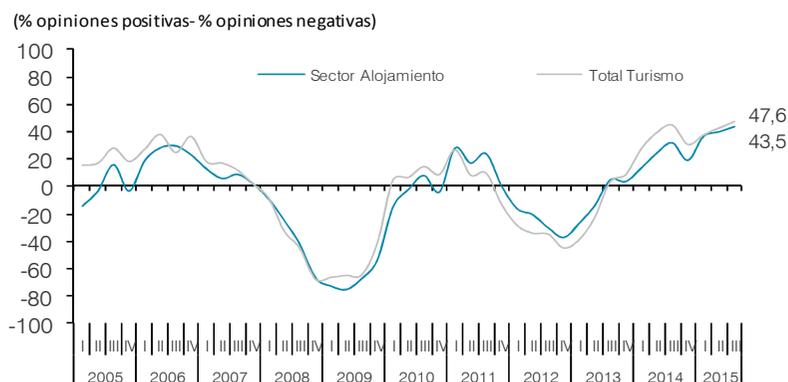
Encuesta de Confianza Turístico Empresarial

Anexo Estadístico. Resultados detallados por
subsectores

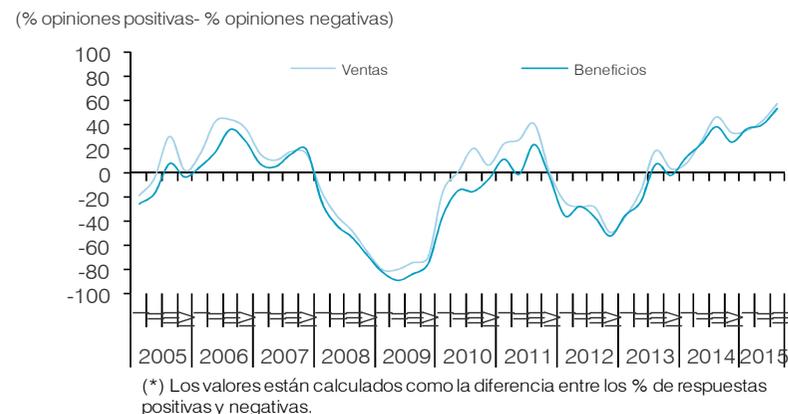
1. Sector Alojamiento hotelero

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

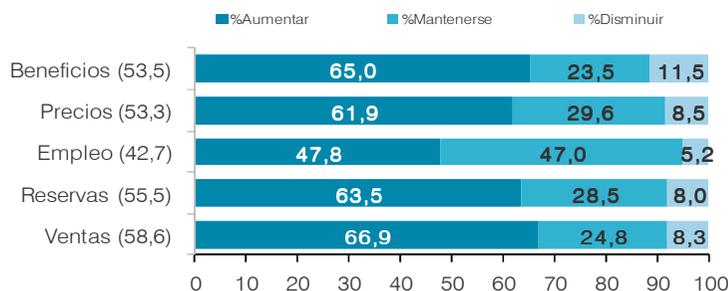


Opinión empresarial . Total España (*). Alojamiento hotelero
Años 2002-2015



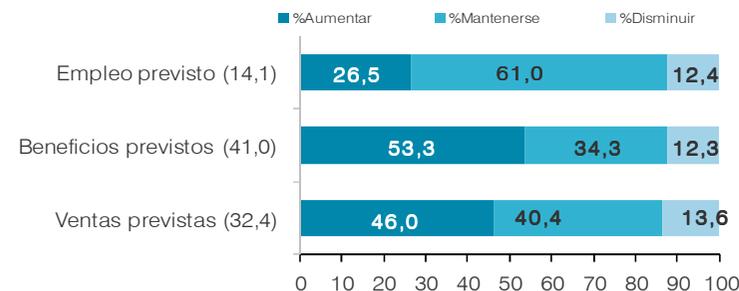
B. III Trimestre 2015 y previsiones para el IV Trimestre de 2015

Opinión empresarial de los HOTELES españoles
TERCER 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 IV Trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

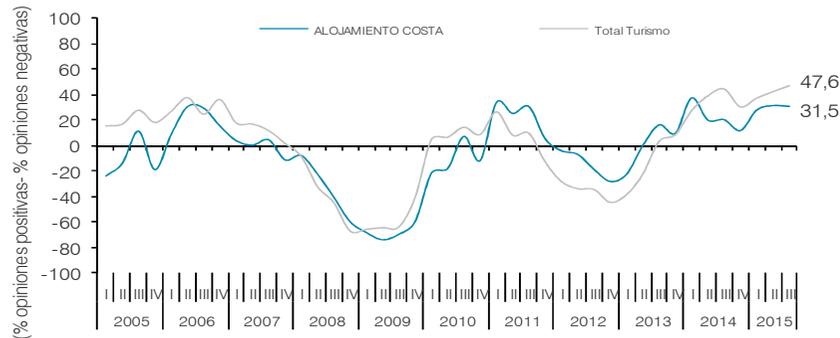


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

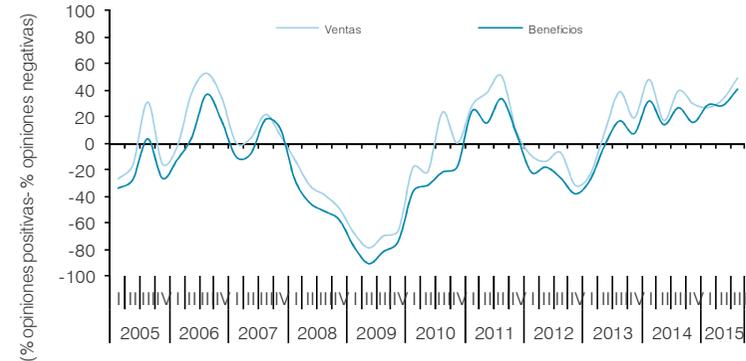
1. a. Hoteles Costa

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

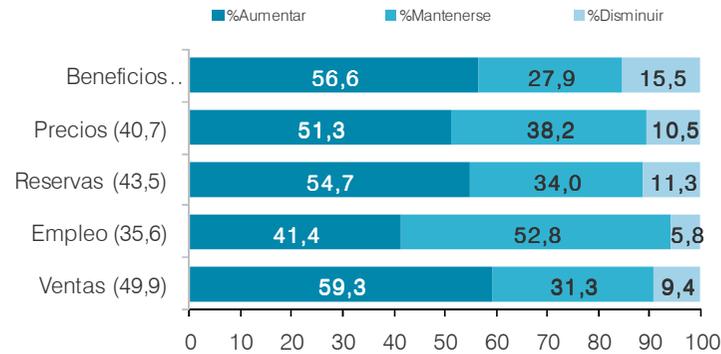


Opinión empresarial (*). Alojamiento hotelero. Hoteles de Costa.
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



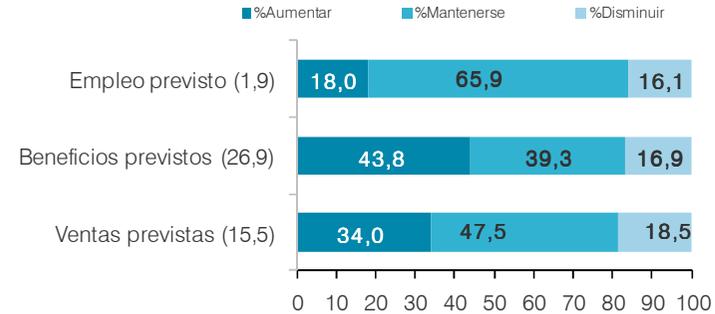
B. III Trimestre 2015 y previsiones para el IV Trimestre de 2015

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles
TERCER 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 IV Trimestre de 2015
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

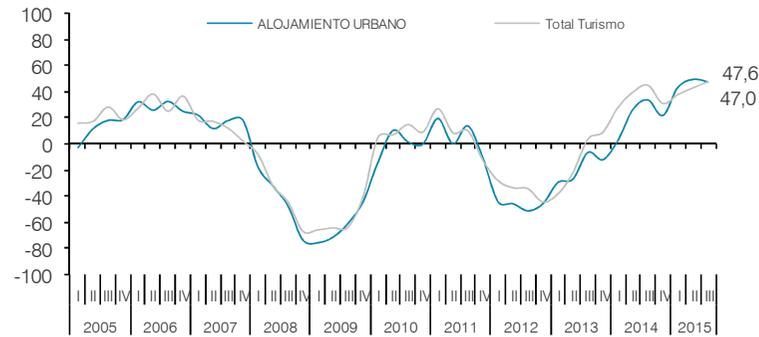
1.b. Hoteles Urbanos

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

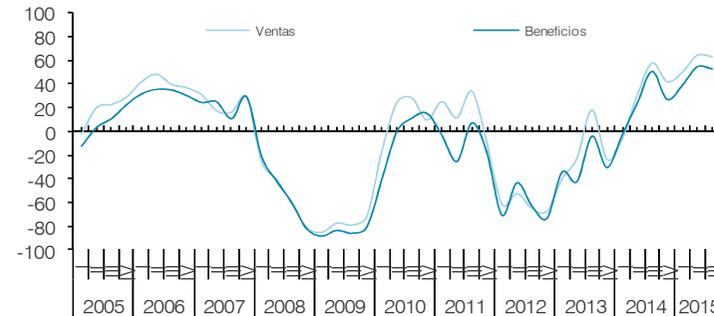
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

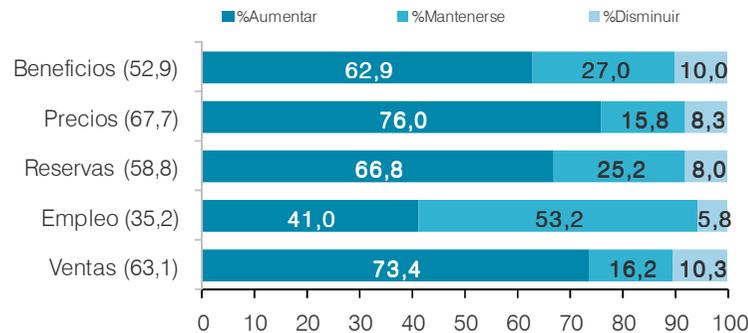


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles
TERCER trimestre de 2015

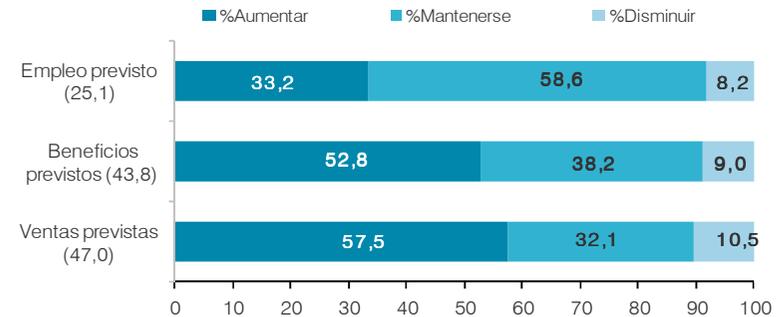
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



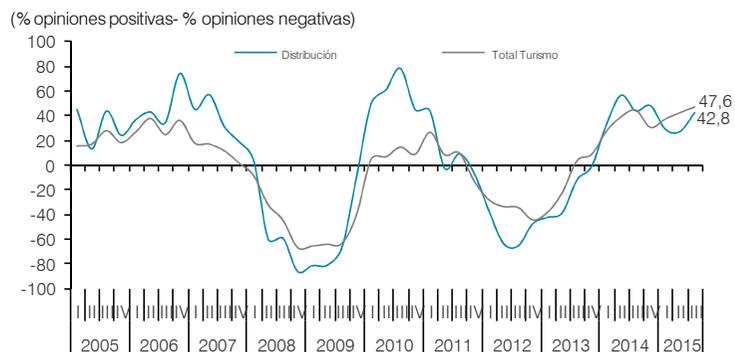
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

2. Grandes grupos de Agencias de Viajes y Touroperadores

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

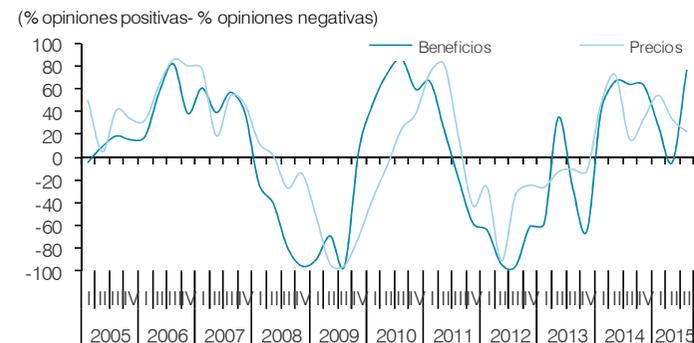
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial. AA.VV y Touroperadores españoles

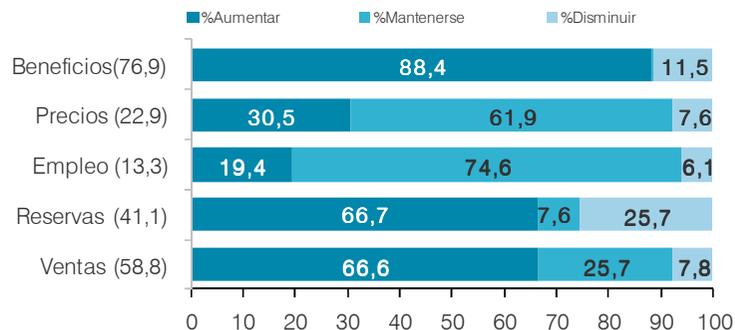
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

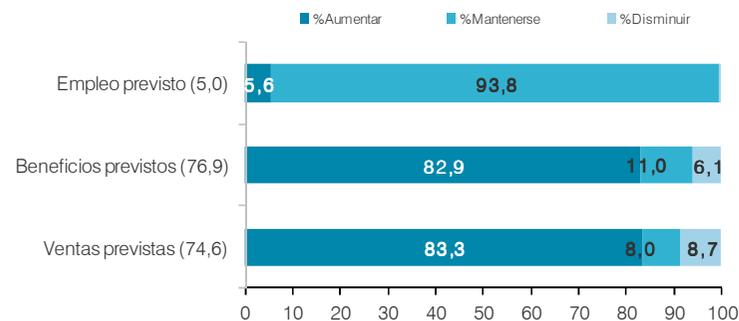
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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



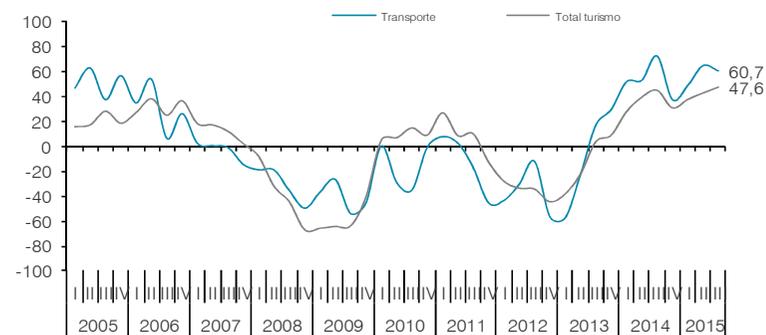
3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

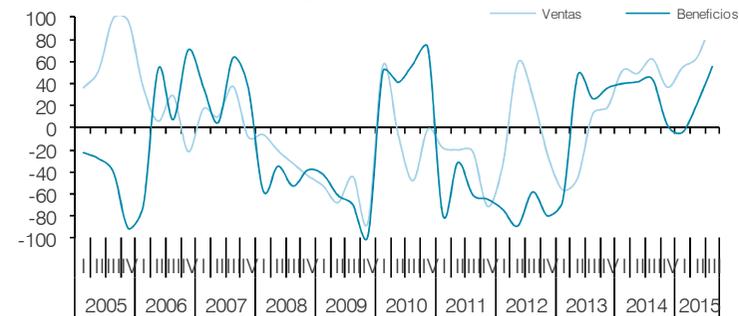
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas españolas de transporte (*)

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

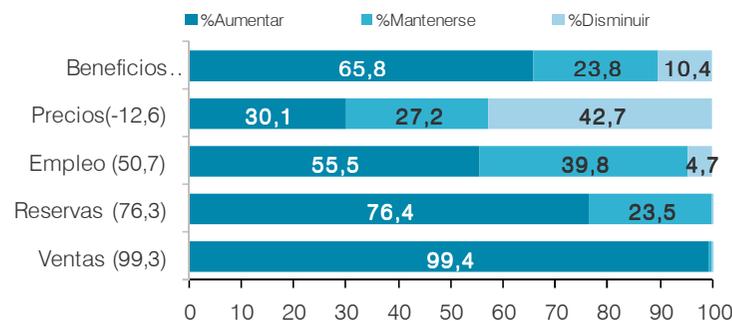


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE
TERCER trimestre de 2015

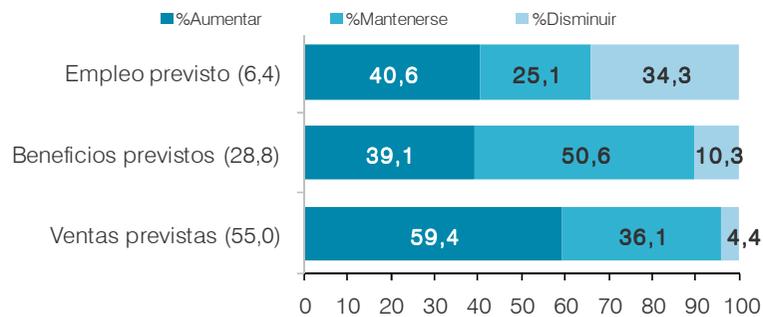
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



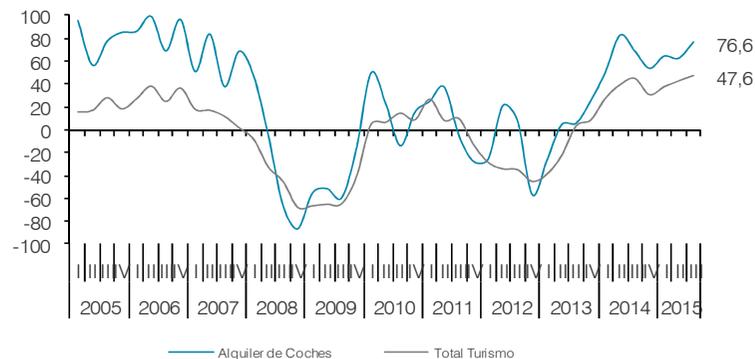
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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.

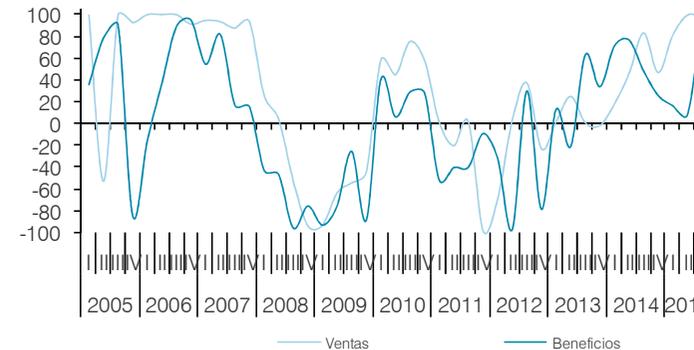
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
 (% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas alquiler de coches.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

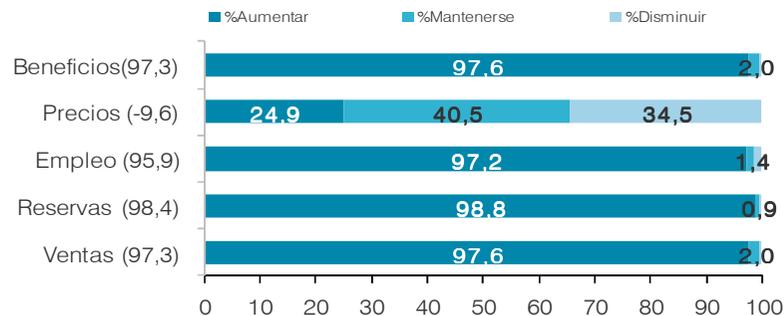
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches
 TERCER Trimestre de 2015

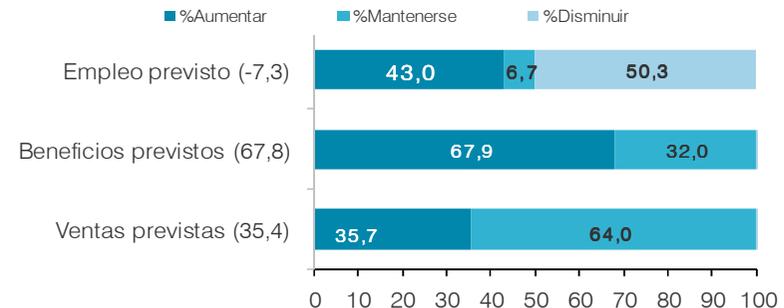
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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 IV Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

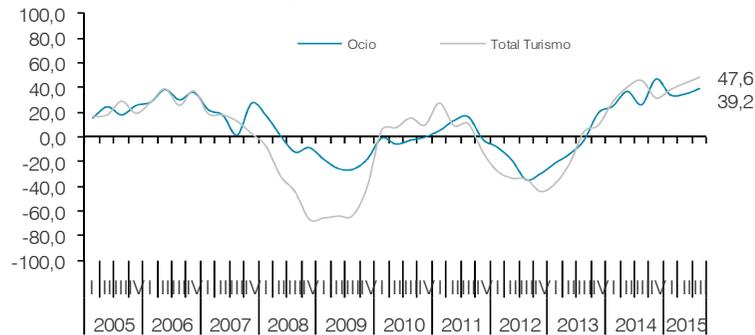
4. Empresas y equipamientos de ocio

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

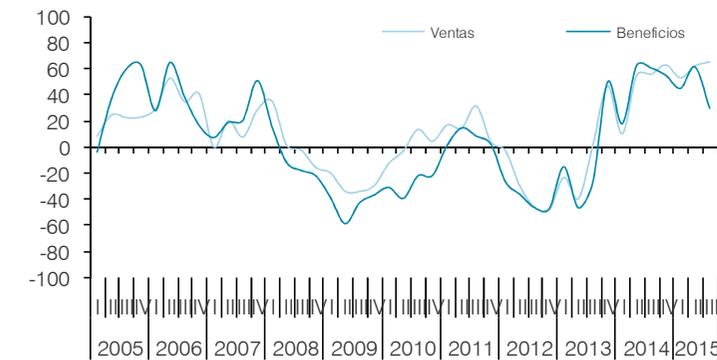
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial. Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

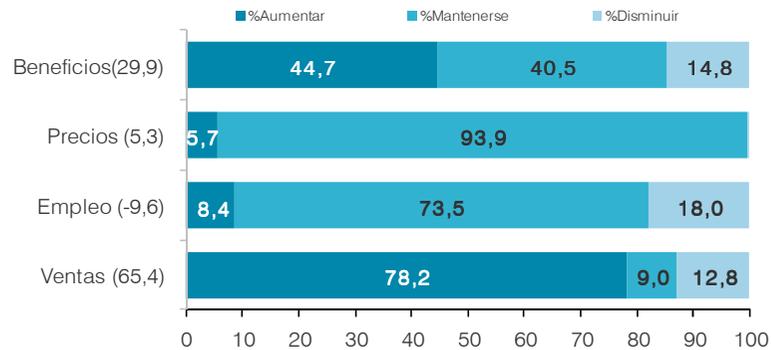
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO TERCER trimestre de 2015

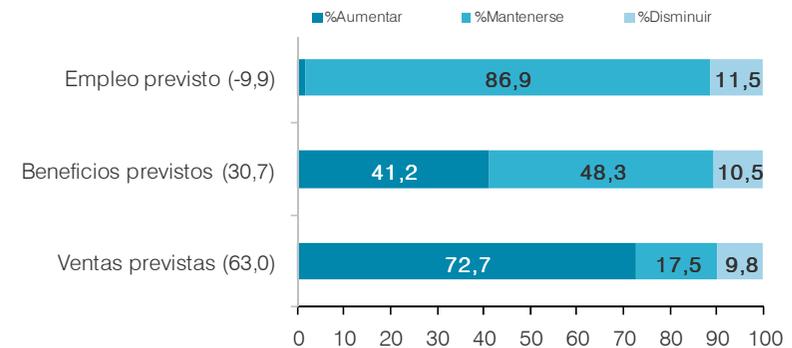
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 IV Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



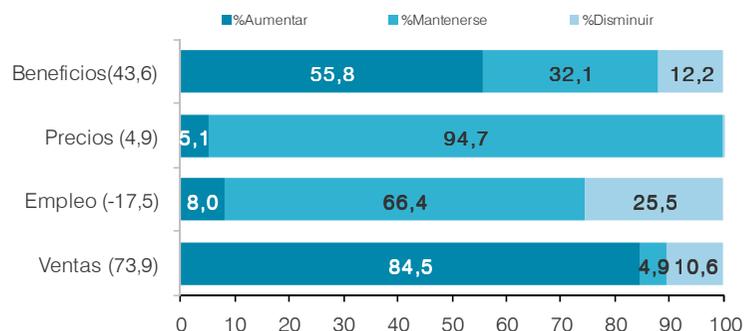
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4. Empresas y equipamientos de ocio

4.a. Museos y Monumentos

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.
TERCER trimestre de 2015

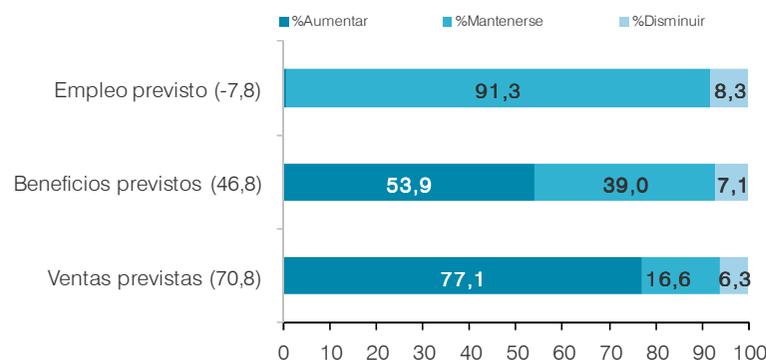
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

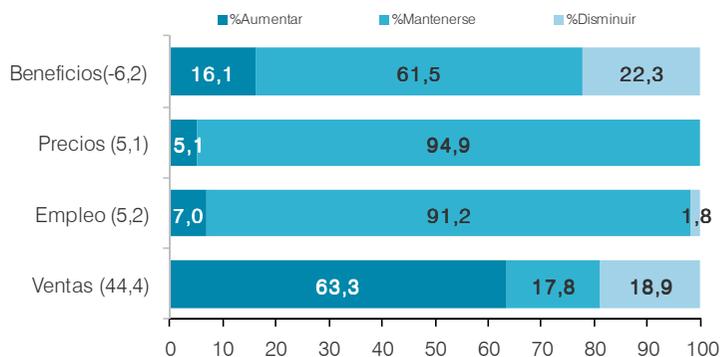


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.b. Parques de Ocio

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

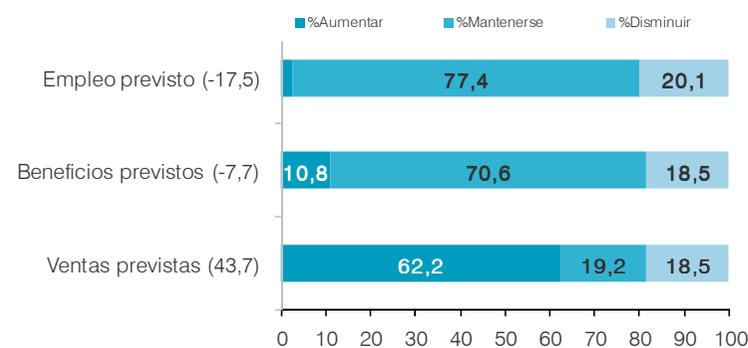
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*) 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 IV Trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



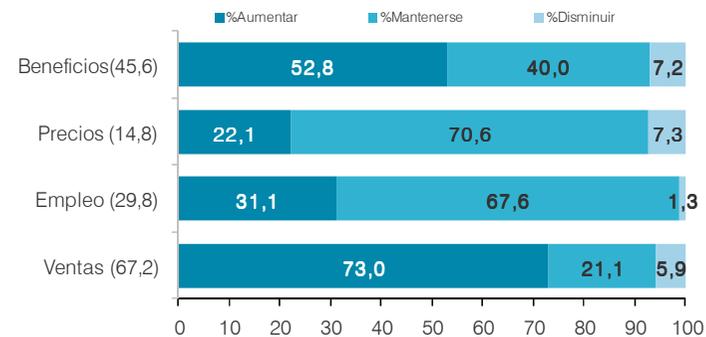
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Empresas y equipamientos de ocio

4.c. Campos de golf

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

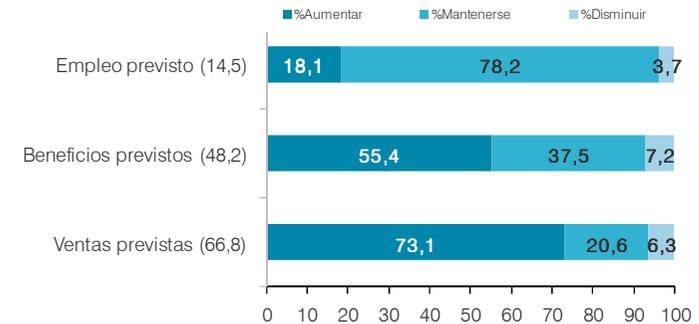
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*) 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 IV 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

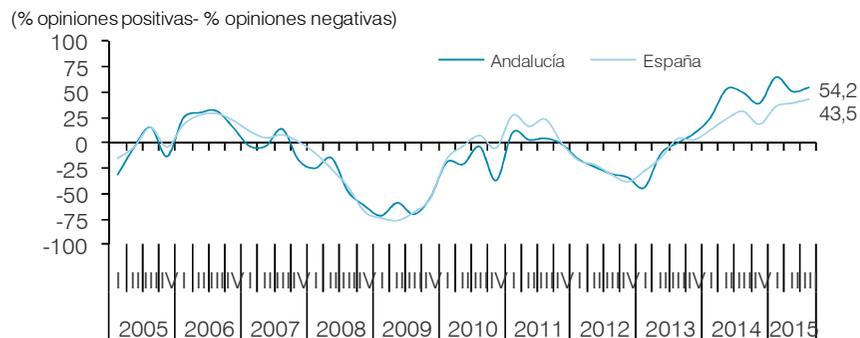
Anexo Estadístico. Resultados detallados por
Comunidades Autónomas.

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.

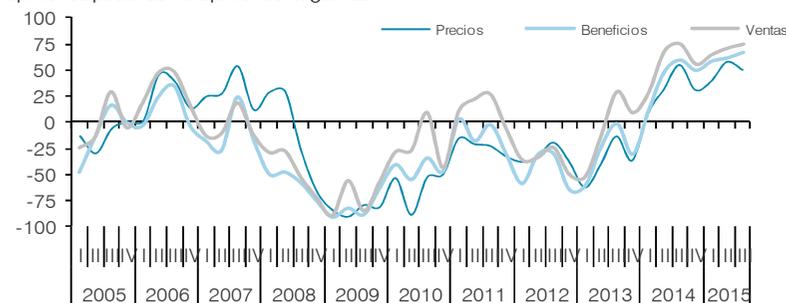
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



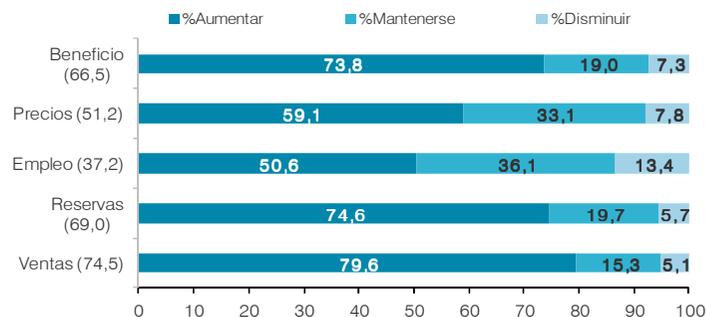
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento.

TERCER trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

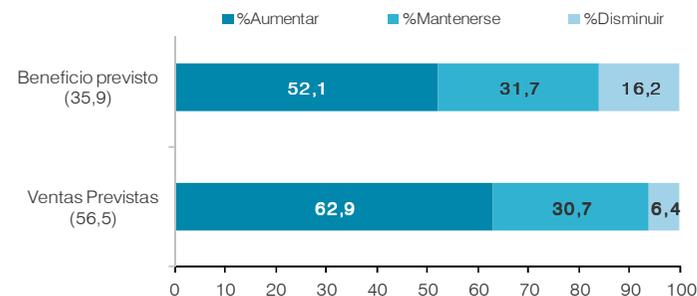


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opiniones empresariales en Andalucía. Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



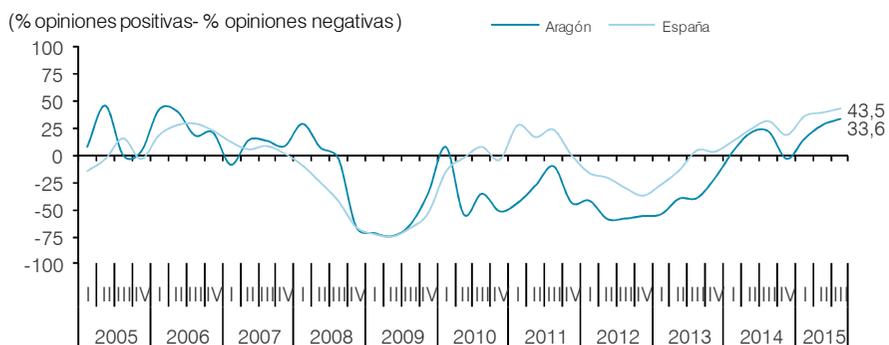
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

2. Aragón

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

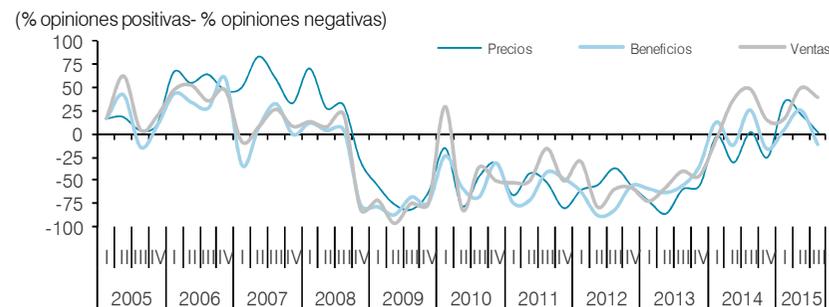
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

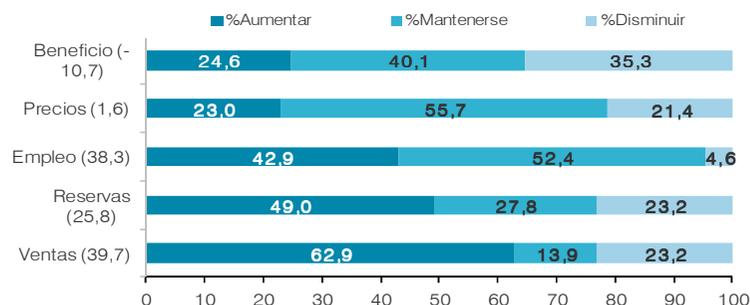


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

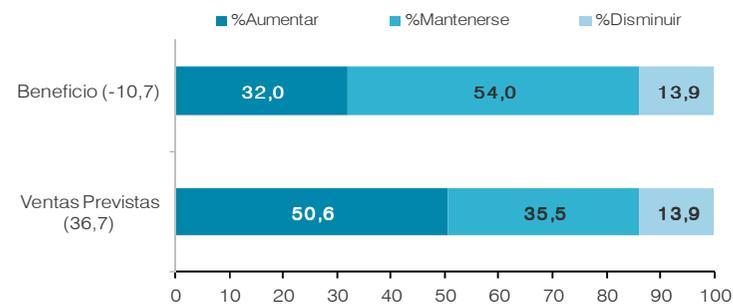
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Aragón. Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



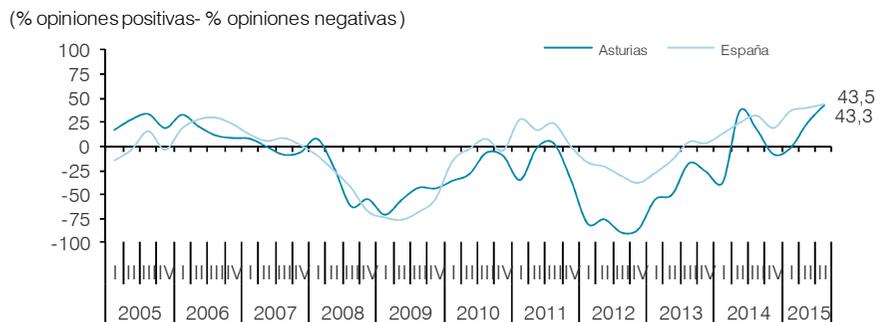
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

3. Asturias

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

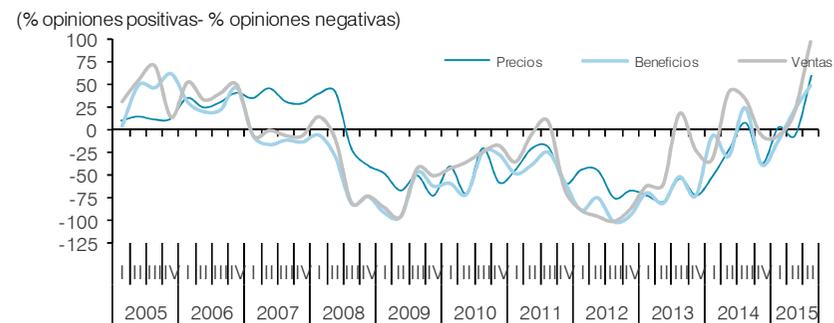
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Asturias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

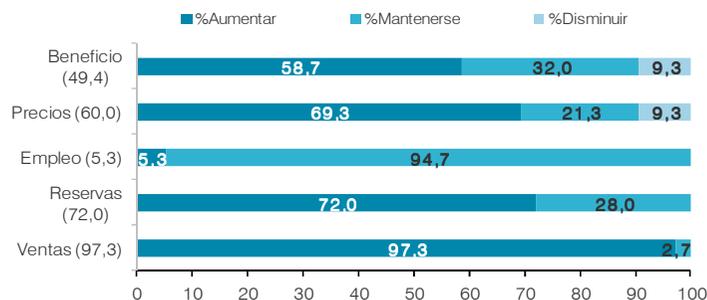


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Asturias. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

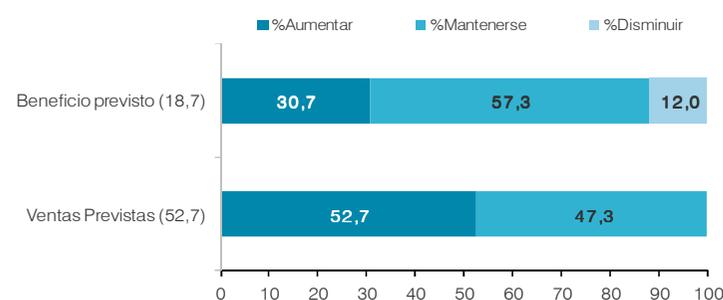
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



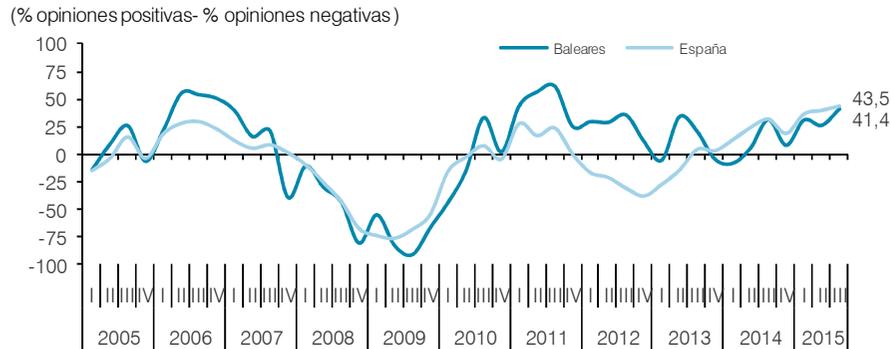
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4. Baleares

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

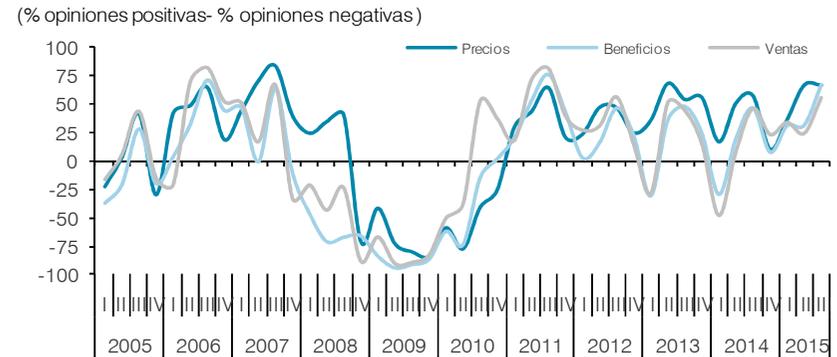
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Baleares.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

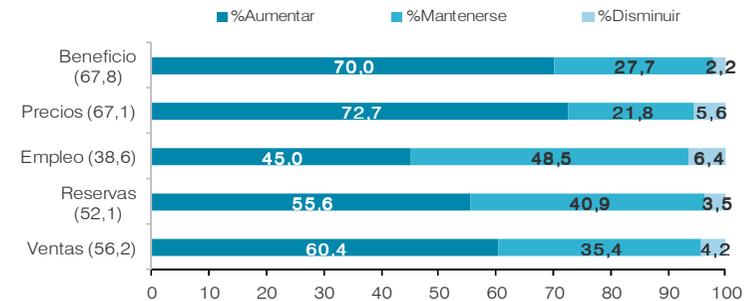


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

Opiniones empresariales en Baleares. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

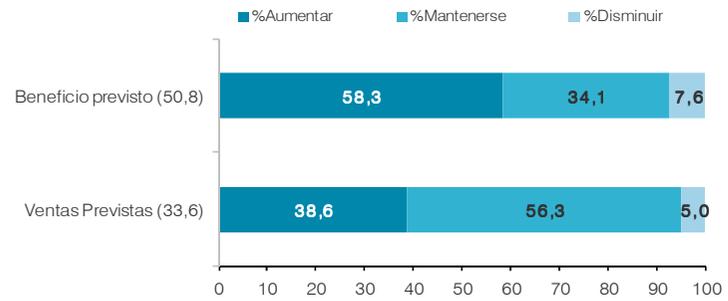
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



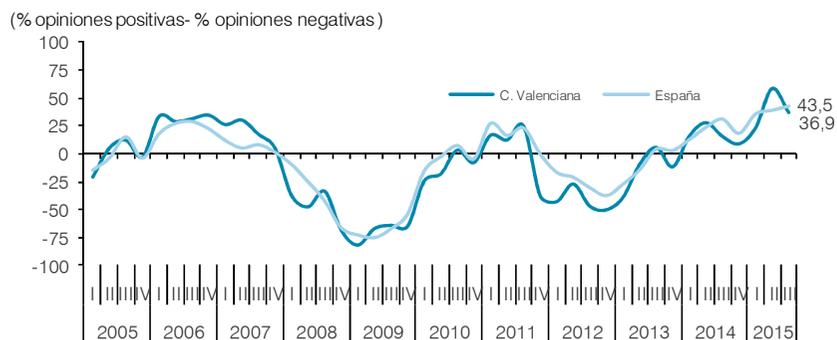
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

5. Comunidad Valenciana

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

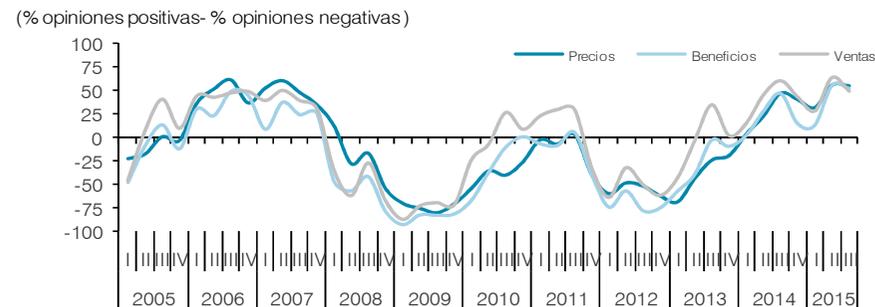
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

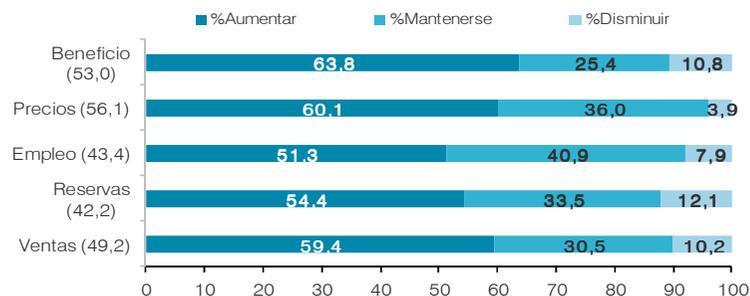


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

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

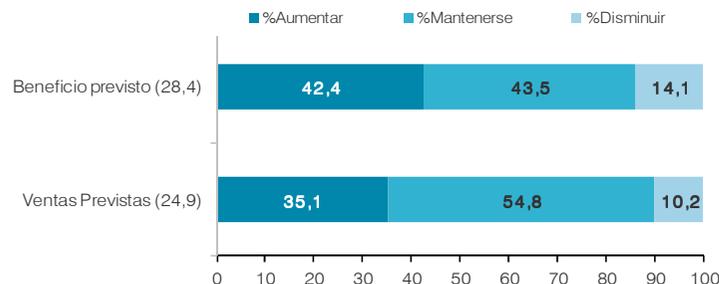
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



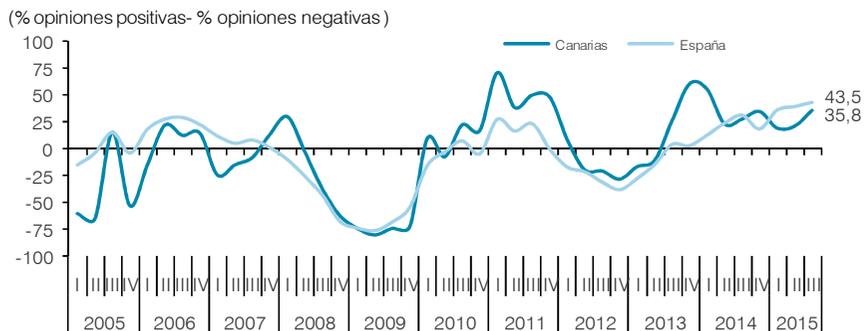
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

6. Canarias

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

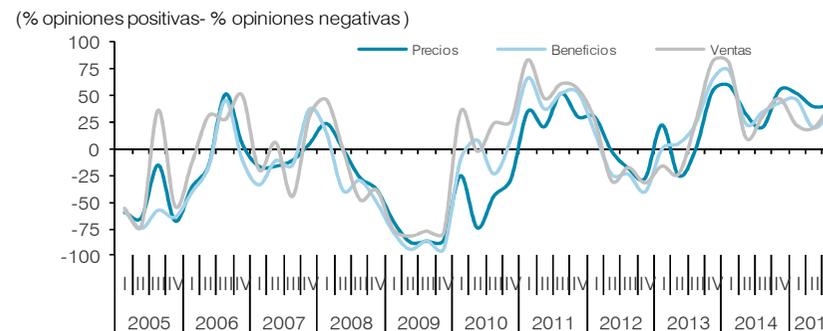
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Canarias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

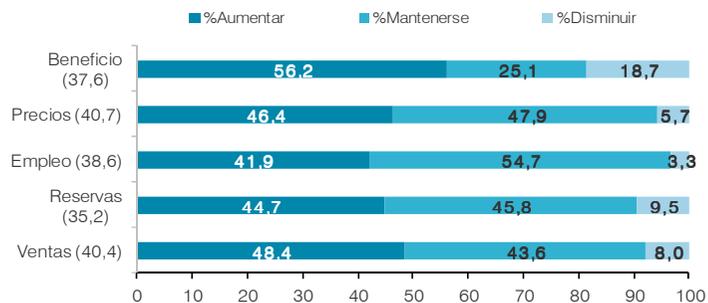


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

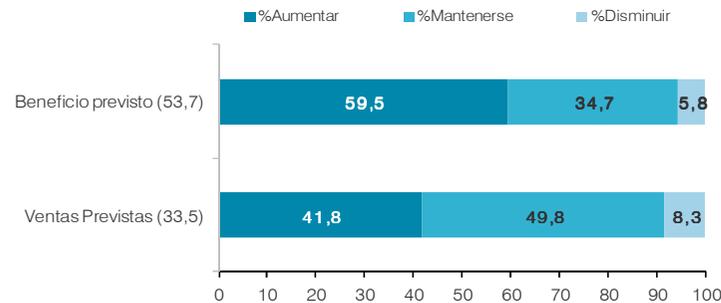
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales en Canarias. Alojamiento. Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



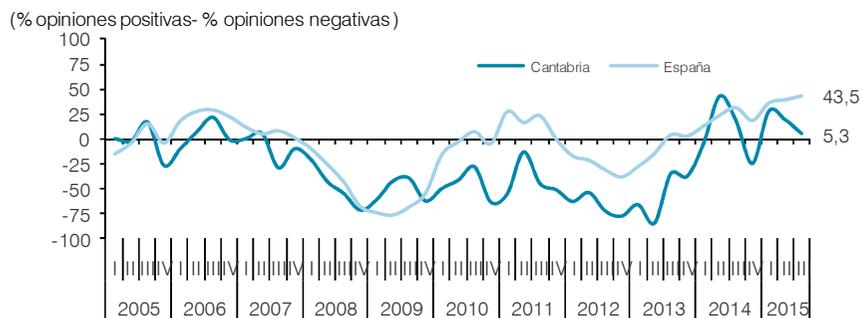
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

7. Cantabria

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

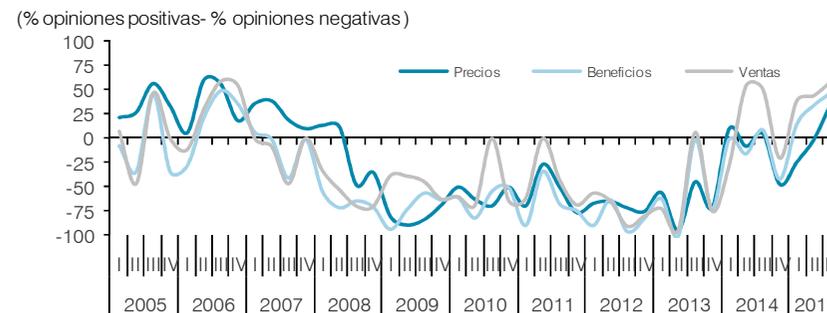
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



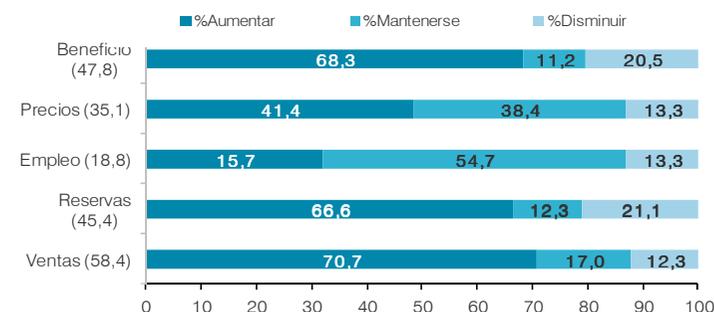
(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento.

TERCER trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

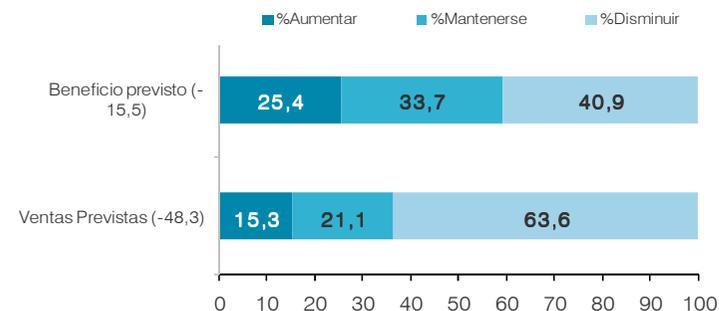


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opiniones empresariales en Cantabria. Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

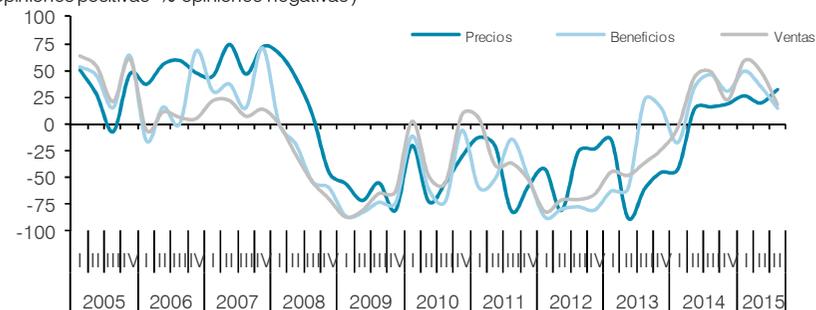
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)

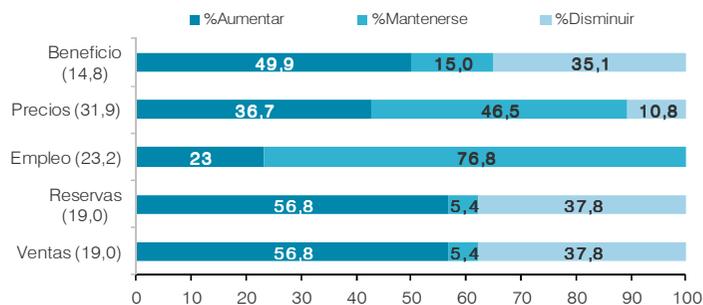


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

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

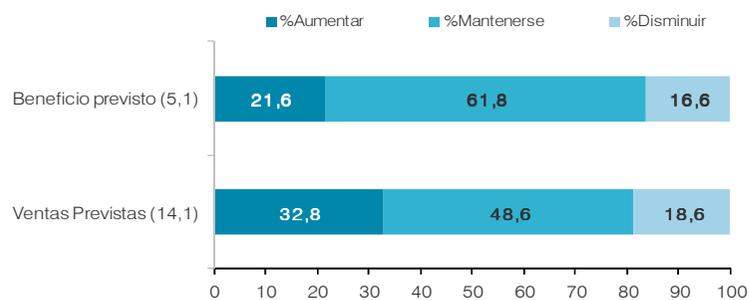
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*) 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 IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



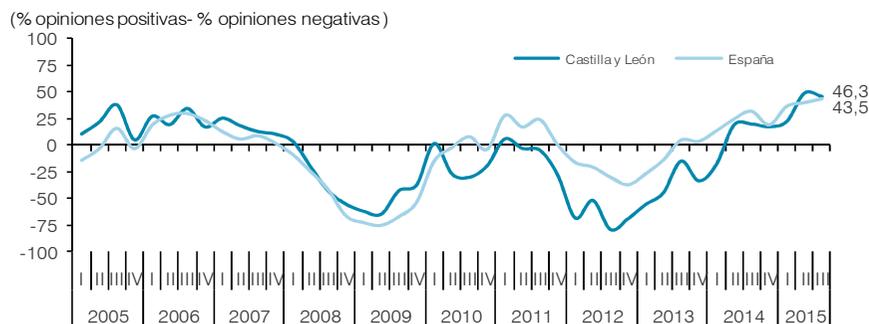
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

9. Castilla y León

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

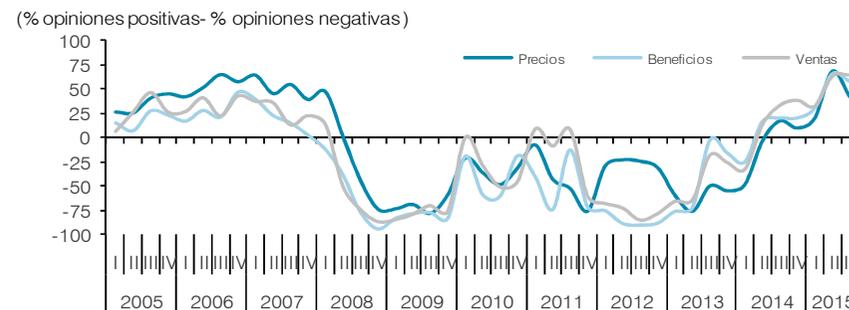
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

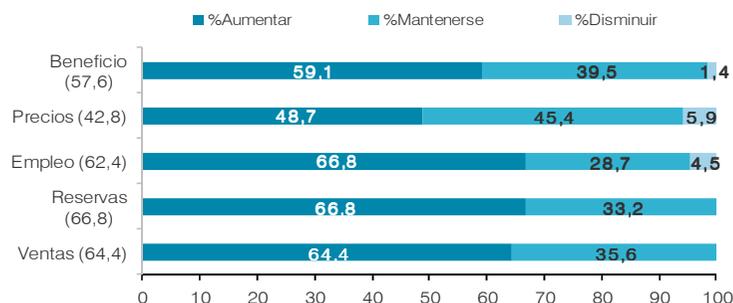


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

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

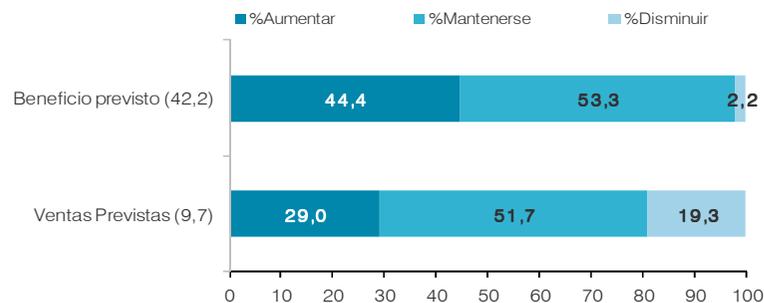
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*). 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 IV 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

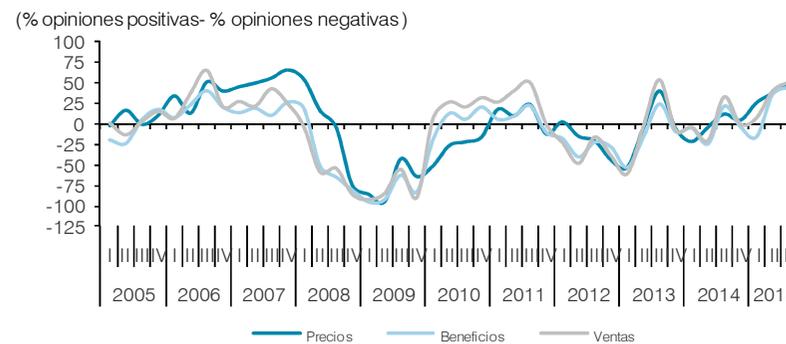
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



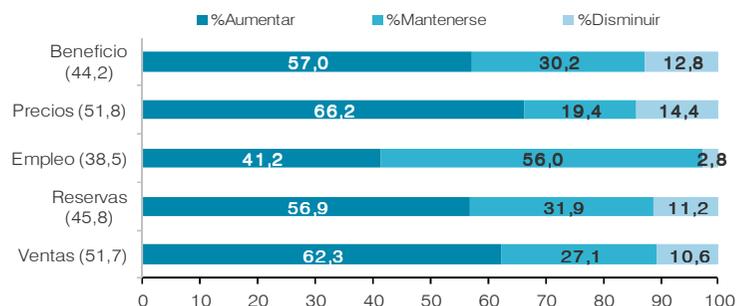
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento.

TERCER trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

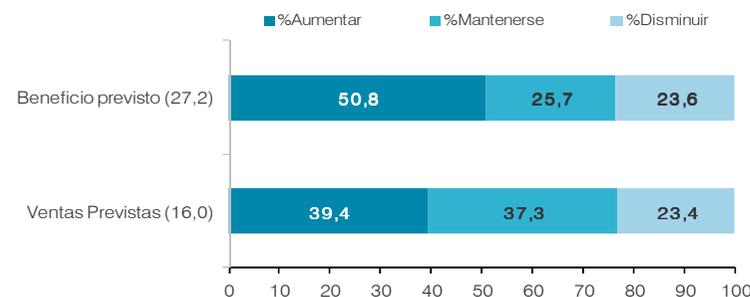


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opiniones empresariales en Cataluña. Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



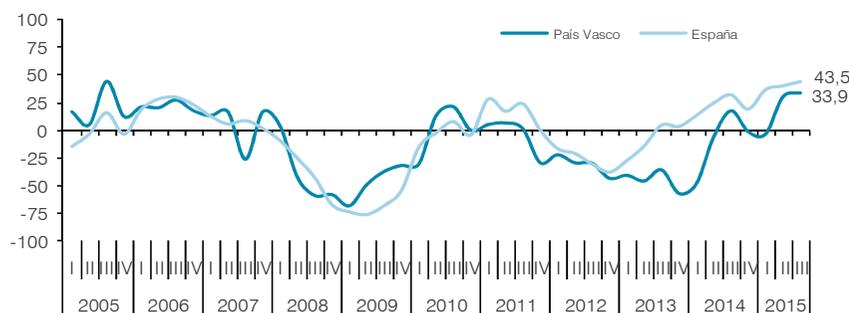
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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.

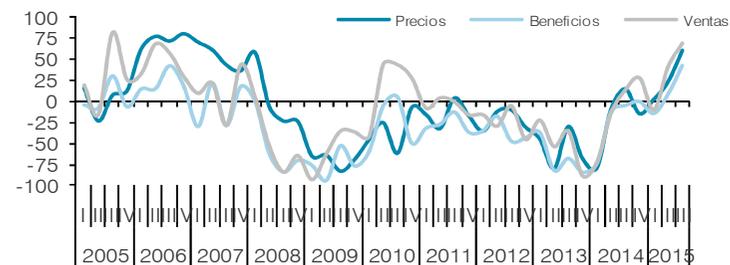
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

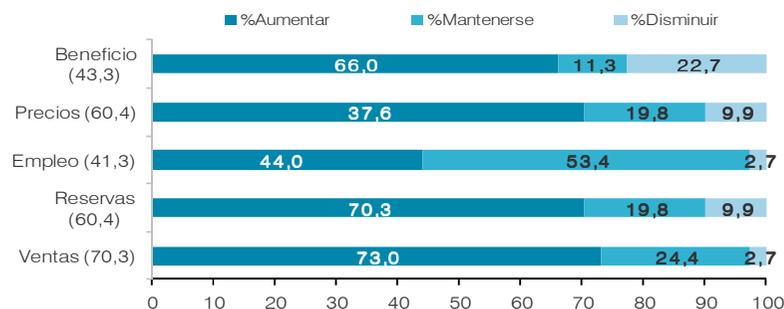


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en País Vasco. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

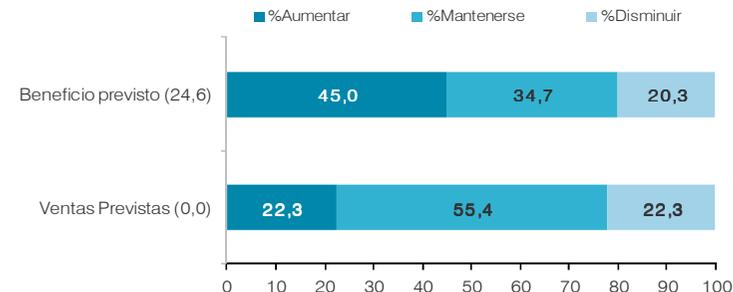
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

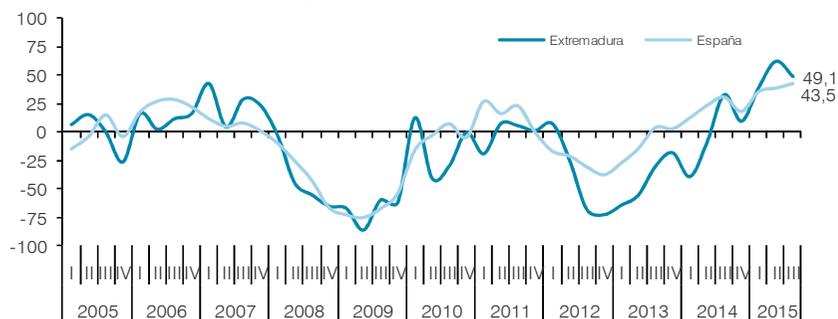
12. Extremadura

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

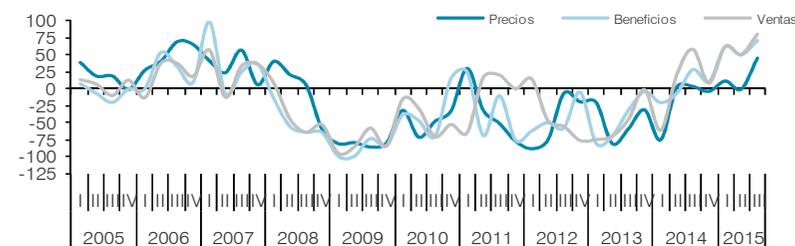
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



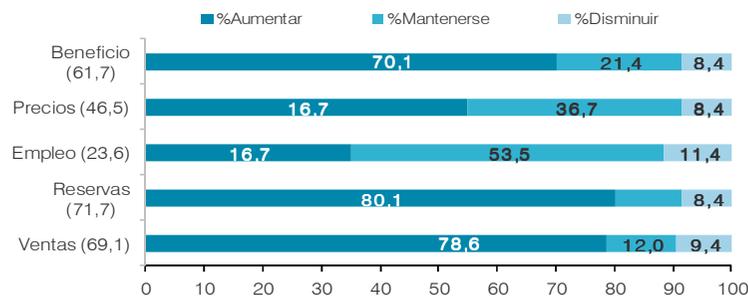
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento.

TERCER trimestre 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

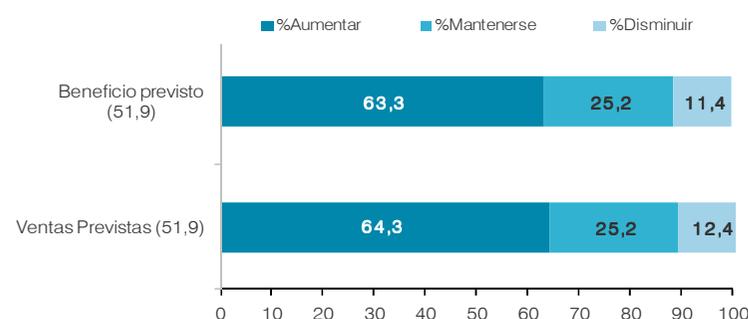


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opiniones empresariales en Extremadura. Alojamiento.

Expectativas empresariales para el IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

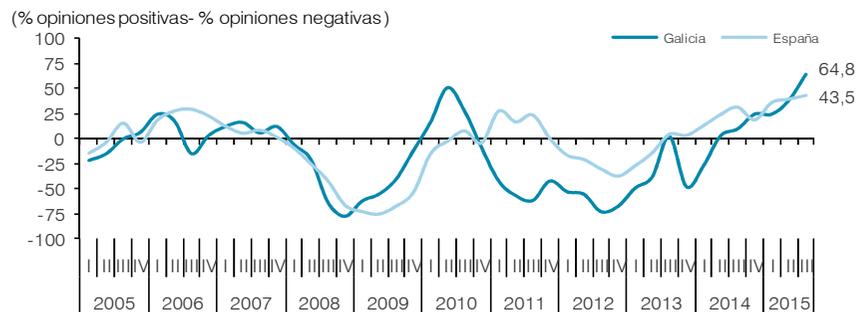


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

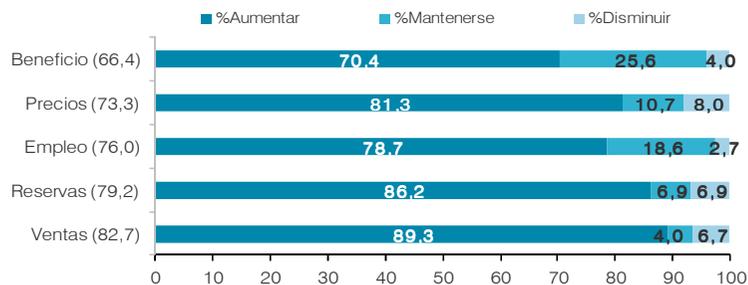


Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



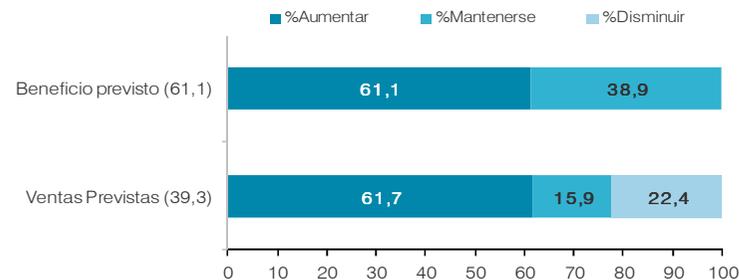
B. III Trimestre 2015 y previsiones para el IV Trimestre de 2015

Opiniones empresariales en Galicia. Alojamiento.
TERCER 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 IV 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

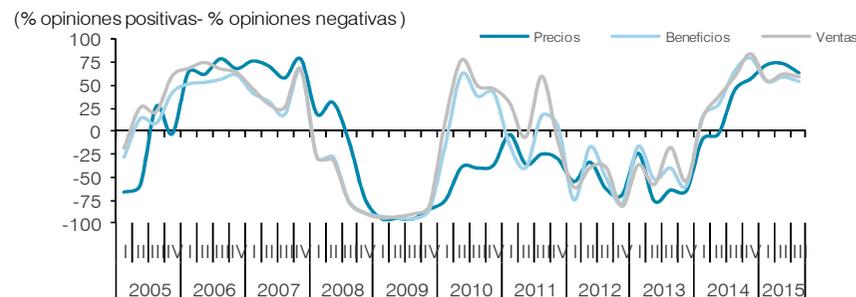
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

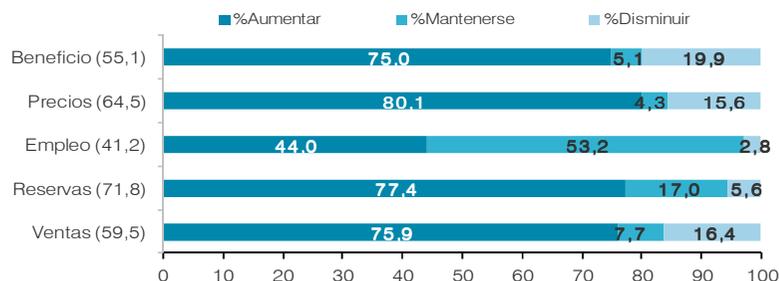


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

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

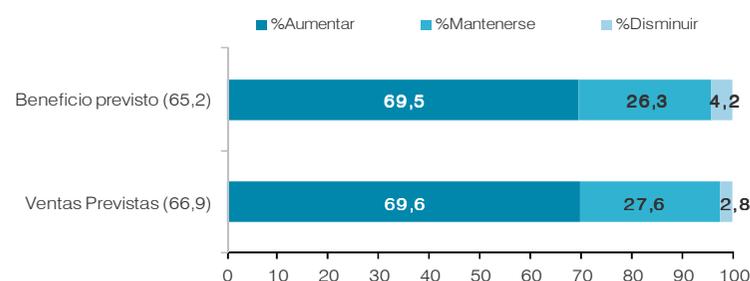
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



(*) 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 IV trimestre de 2015

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

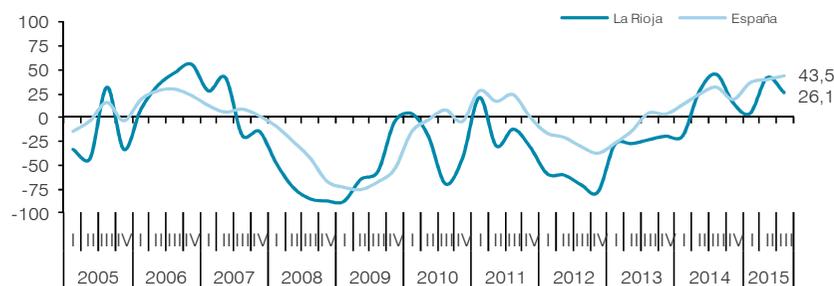
15. La Rioja

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

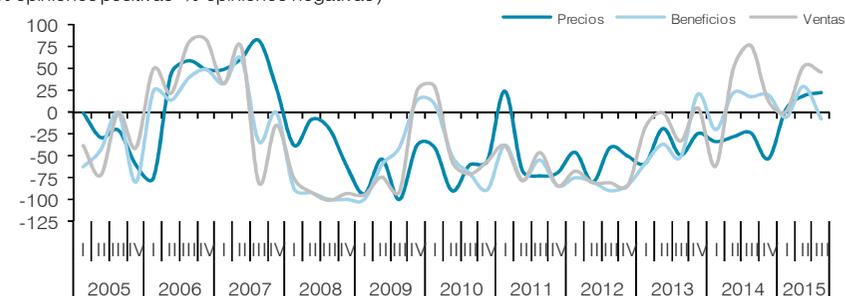
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

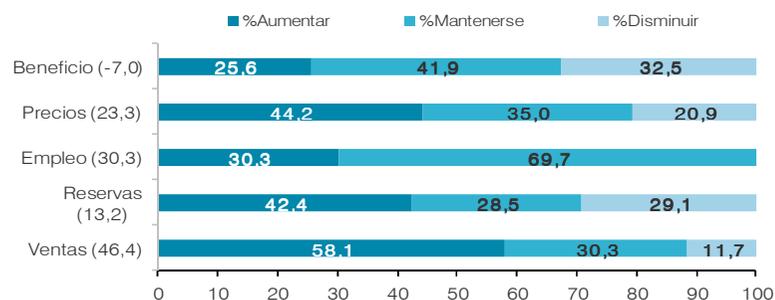


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas

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

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

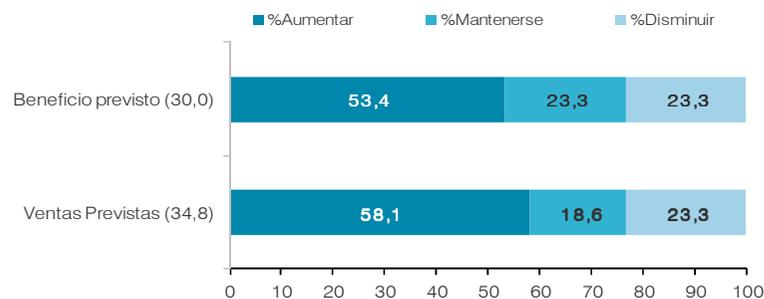
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



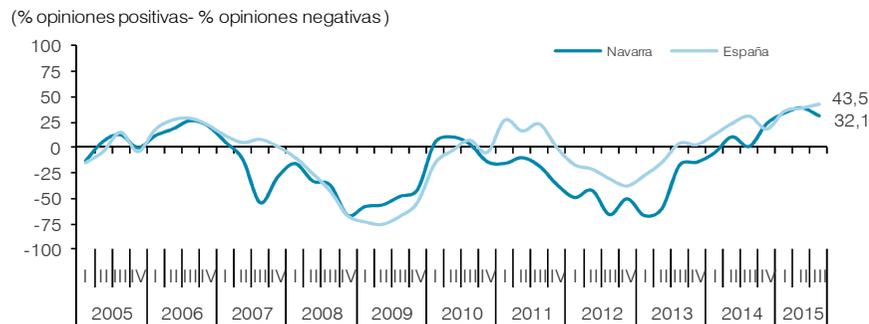
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

16. Navarra

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

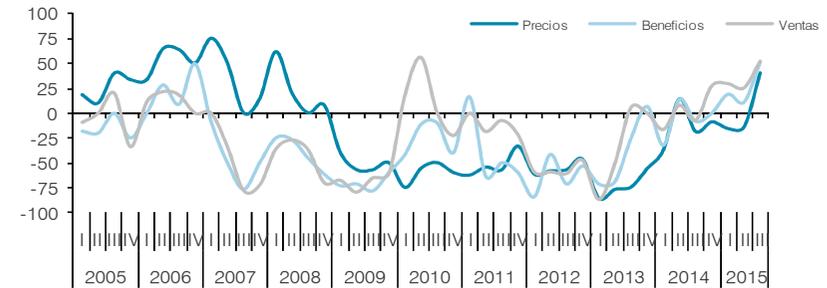
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Navarra.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

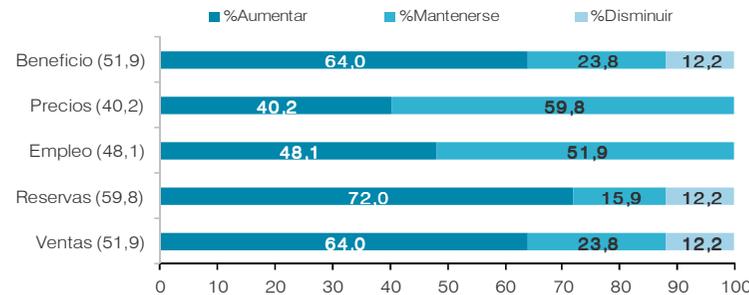


(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Navarra. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

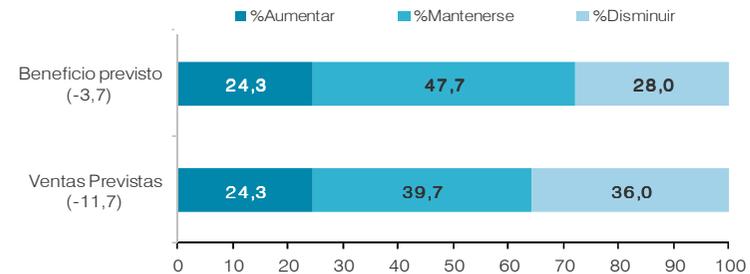
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



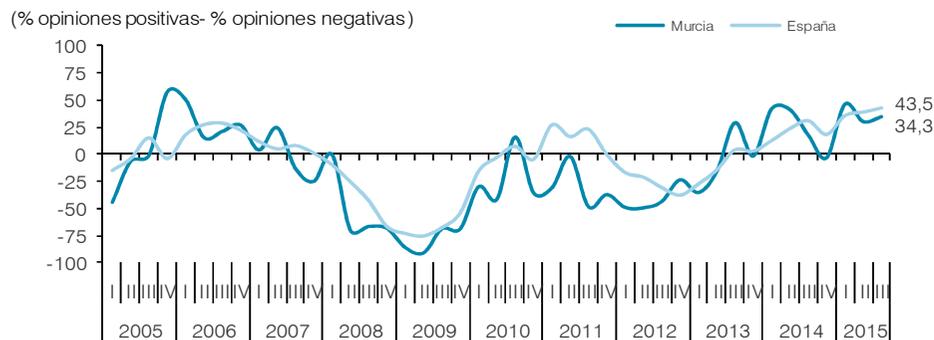
(*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

17. Murcia

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

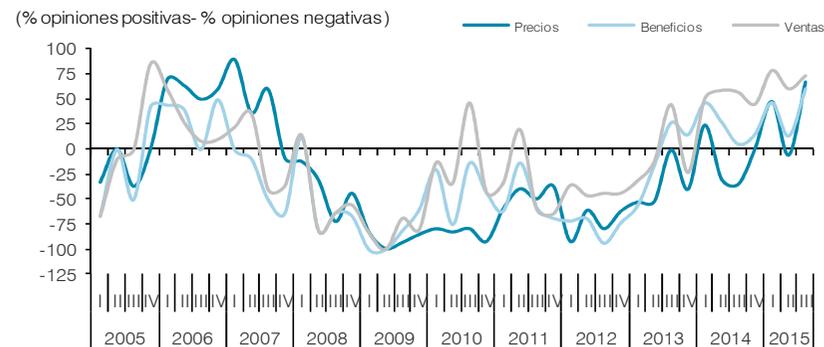
Índice de Confianza Turístico Empresarial en sector alojamiento (ICTUR). Murcia.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

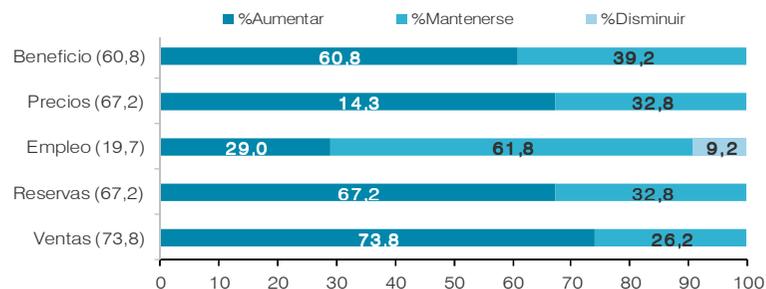


(*). Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Opiniones empresariales en Murcia. Alojamiento. TERCER trimestre 2015

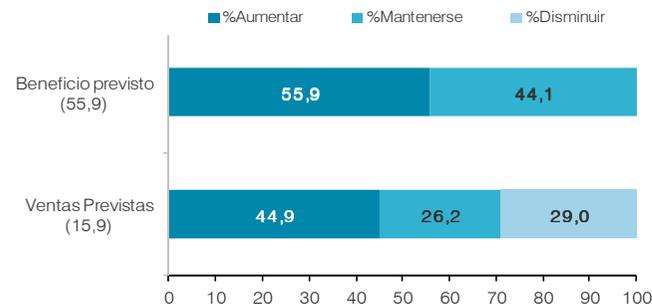
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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



Exceltur

*Alianza para
la excelencia turística*