



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 63

ENERO 2018

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2017
Y PERSPECTIVAS PARA 2018



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
AÑO 2017

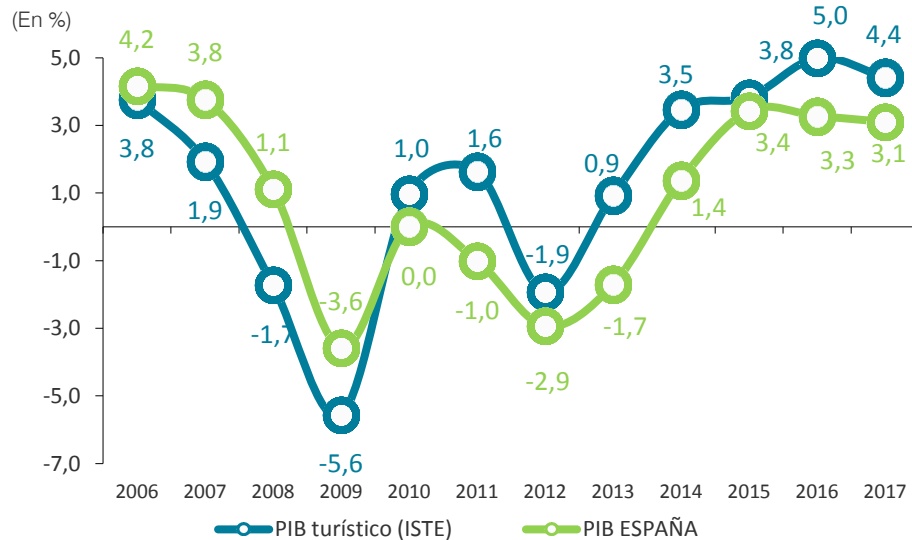
1. El turismo cierra otro gran año a pesar de diversas adversidades (atentados, huelga en aeropuerto, inestabilidad política en Cataluña); el PIB turístico crece un +4,4% en el conjunto de 2017 y se crean 77.501 nuevos empleos

El sector turístico ha cerrado un año 2017 con un nuevo crecimiento de la actividad, cifrado en un aumento del 4,4% del PIB, según las estimaciones de EXCELTUR. En un año marcado por numerosas adversidades, especialmente concentradas en el segundo semestre del año (atentados en Barcelona y Cambrils, huelga en aeropuertos, inestabilidad política en Cataluña, conflictos laborales y quiebra en operadores internacionales de transporte), el turismo ha seguido creciendo de manera notable. Ante este nuevo aumento de la actividad turística de 2017 es oportuno hacer tres reflexiones:

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

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Banco de España (Dic 17)



1. **Supone encadenar 8 años con un crecimiento del PIB turístico superior al del conjunto de la economía española y elevar su participación en el PIB hasta el 11,5%, gracias a los 134 mil millones de actividad**, erigiéndose como el principal sector impulsor del crecimiento económico y la generación de empleo en España.
2. Demuestra la capacidad de resistencia de la actividad turística frente a elementos de inestabilidad como los acontecidos en 2017, reforzando su condición de sector con grandes perspectivas de futuro, que requiere del mayor liderazgo y compromiso político en la gestión de sus grandes oportunidades y no menos relevantes amenazas.
3. Impone el reto de reflexionar en profundidad sobre las medidas necesarias para lograr un modelo de crecimiento más sostenible, basado en una mayor mejora de los ingresos que en el mero aumento de la afluencia, especialmente en algunos destinos donde el éxito empieza a generar situaciones de contestación y cuestionamiento social de las bondades de su desarrollo turístico.

2. La situación de inestabilidad política en Cataluña ha detruido 0,3 p.p. del crecimiento total del PIB turístico español en 2017 (de un 4,7% a un 4,4%) en un contexto de desaceleración general de demanda en el cuarto trimestre del año

El impacto de la inestabilidad política en Cataluña del último trimestre de 2017, cifrado en un **-9,6% de media** en el descenso de los ingresos turísticos, concentrado en Barcelona, en octubre y noviembre, según el INE, y del **-15%** en diciembre, según la encuesta de EXCELTUR, ha generado una pérdida total de 319 millones de euros de actividad turística en 2017.

Dado el relevante peso del turismo catalán y el de Barcelona, en particular (9.000 millones de euros anuales) en el conjunto del sector turístico español, sin el impacto negativo experimentado en el último trimestre del año tras el 1-O, el turismo español habría crecido un 4,7% en el conjunto del año y un 3,6% en el último trimestre, 0,7 decimas por encima del 2,9% estimado con datos oficiales hasta noviembre.

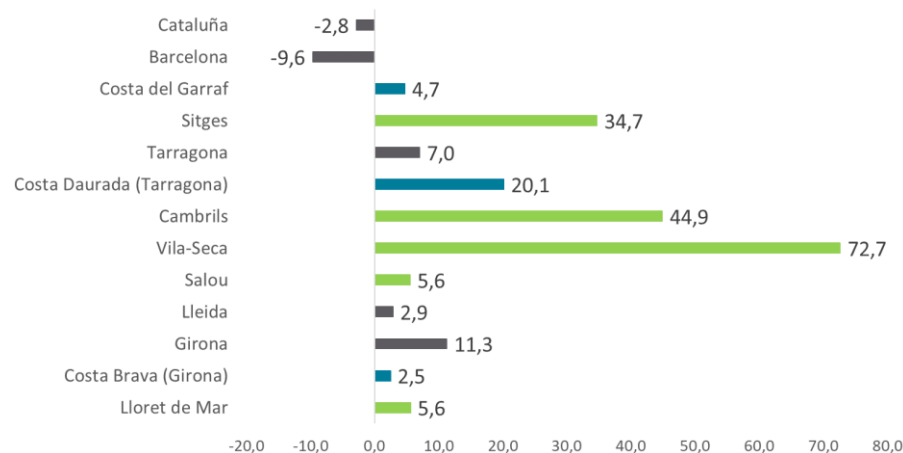
Efecto de la inestabilidad política en Cataluña

1. Los efectos más intensos sobre los ingresos turísticos derivados del 1-O se han producido en los días y momentos en los que se ha producido una mayor inestabilidad social en las calles o por las incertidumbres que generaba el "proceso electoral", expandida por la cobertura de los medios de comunicación. Ello explica que:

- Barcelona haya sido el destino donde se ha concentrado el impacto de la inestabilidad sobre la demanda turística (cae un -9,6% en octubre y noviembre, según el INE), coincidiendo a su vez con la temporada baja del resto de destinos de la costa donde apenas han acusado esa inestabilidad.

Variación de los ingresos por habitación por destinos de Cataluña en octubre-noviembre de 2017 respecto a 2016

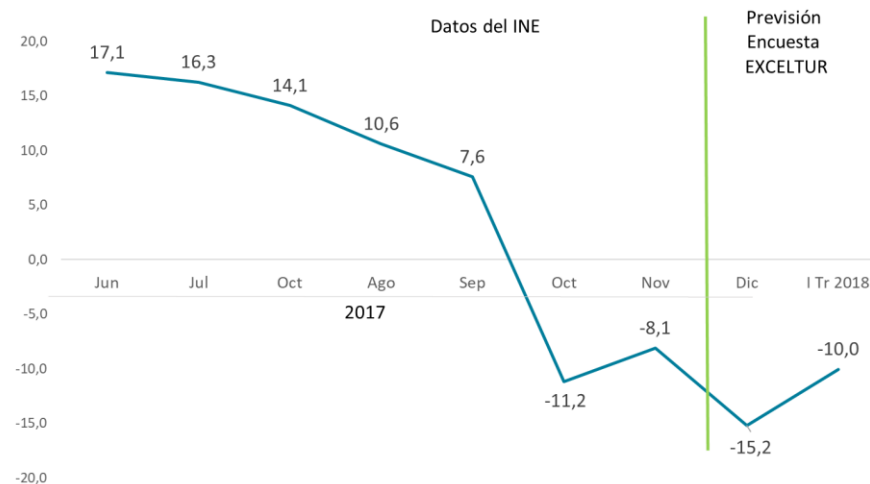
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de los datos de la EOH del INE



Evolución de los ingresos por habitación en Barcelona

Tasas de variación interanual 2017/2016

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de la EOH del INE y Encuesta EXCELTUR



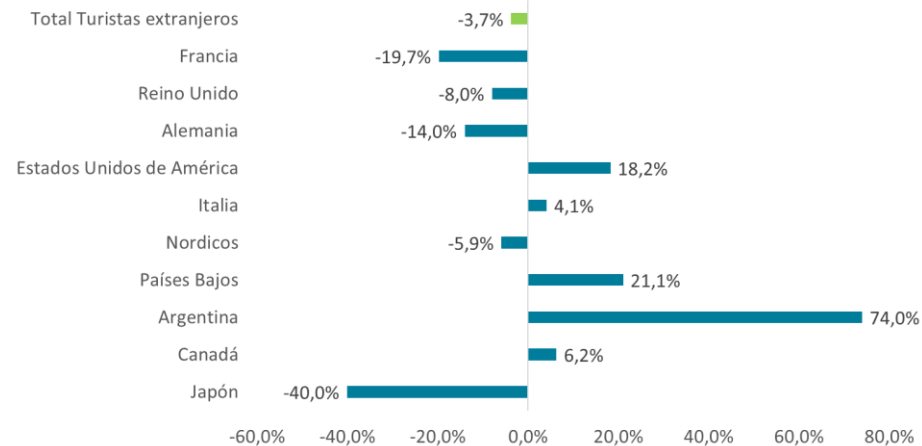
- Las mayores caídas en los ingresos se hayan producido en el mes de octubre (- 11,2%) tras el referéndum del 1-O y en diciembre (-15,2%) por la incertidumbre del proceso electoral, mientras en noviembre la caída se relajó hasta el -8,1%, tras la aplicación del 155 y el anuncio de elecciones.

2. El impacto desfavorable se ha concentrado en el turismo extranjero y especialmente en los mercados europeos de proximidad; Francia (-19,7% de caída en el agregado octubre-noviembre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016), Alemania (-14,0%) y Reino Unido (-8,0%).

El comportamiento del turismo de larga distancia ha sido dispar. Mientras el número de turistas extranjeros de los principales mercados americanos ha continuado creciendo de manera notable, con EE.UU (+18,2%) y Argentina (+74,0%) a la cabeza, los principales mercados asiáticos se han resentido (Japón -40,0%).

Variación la llegada de turistas extranjeros de los 10 principales mercados de Cataluña en octubre-noviembre de 2017 respecto a octubre de 2016

Fuente: Elaborado por Exceltur con datos de Frontur del INE



3. Estimamos que efectos de mayor calado se van a reflejar en el corto plazo a partir de un fuerte deterioro de los niveles de confianza de los empresarios turísticos en el último trimestre del año 2017. En el momento de eclosión de la inestabilidad política tras el 1-O, la mayor parte de la demanda tanto de ocio, como, sobre todo, de negocio (congresos, convenciones, reuniones de empresa) ya estaba contratada, por lo que el impacto se ha limitado a cancelaciones o la no programación de escapadas de último momento.

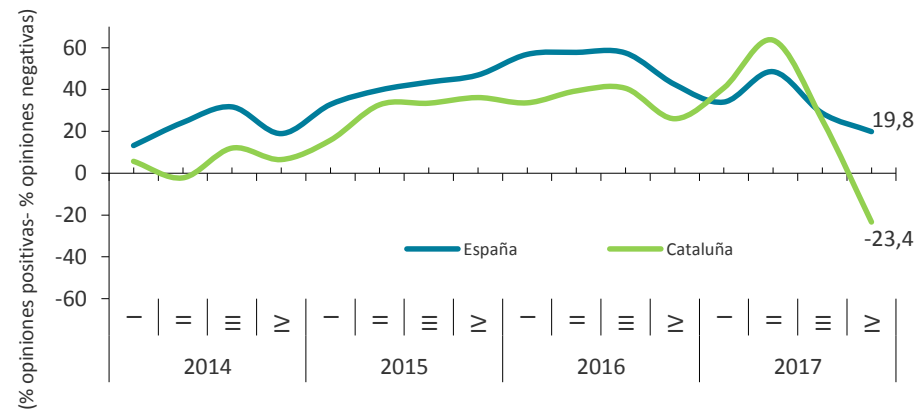
No obstante, la fuerte caída de los niveles de confianza empresarial en el último trimestre de 2017 cifrado en 48,8 puntos (del 25,4 de septiembre al -23,4 que registra al cerrarse la encuesta el 8 de enero) refleja el deterioro de la situación de la demanda que se anticipa para el primer trimestre del año 2018 y compromete las decisiones de inversión y nuevas contrataciones.

Ante las expectativas que persista la inestabilidad política y sus efectos conexos sobre los ingresos en el inicio de 2018, se anticipa que se verá afectada la inversión y el empleo. Como resultado de las adversas perspectivas de ingresos que se prevén para el inicio de 2018 (-10,0% en hoteles; -6,8% en el rent a car y -3,5% en las empresas de transporte de viajeros), los empresarios turísticos descuentan tener que empezar a ajustar sus plantillas para adecuarse a los menores niveles de demanda esperados.

Concretamente, **los hoteles esperan una reducción media del -8,2% de su personal en el primer trimestre de 2018 respecto a los niveles de empleo de los mismos meses de 2017 y las empresas de alquiler de coches del -5,0%**, según la encuesta de EXCELTUR cerrada el pasado 30 de noviembre.

Comparativa del indicador de confianza empresarial del alojamiento en España y Cataluña Itr 2014-IVTr 2017

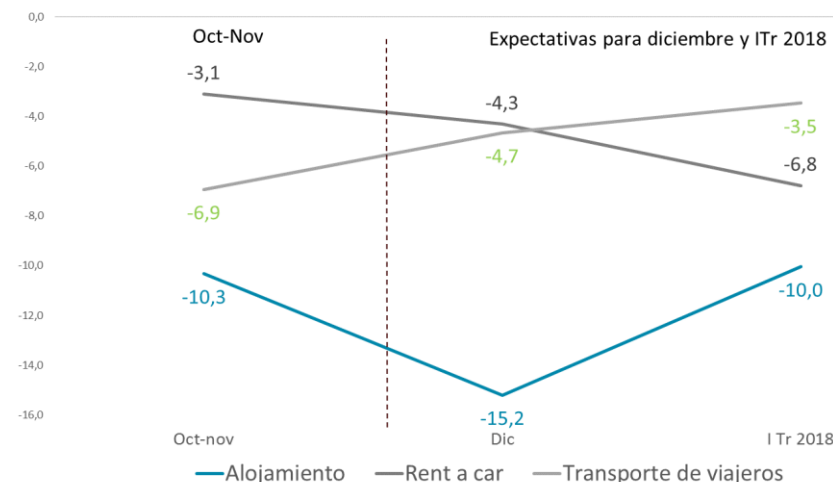
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Variación de los ingresos por subsectores desde el 1-O

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de encuesta de EXCELTUR



El crecimiento de la actividad turística se ha desacelerado en el cuarto trimestre hasta registros más alineados con el ciclo económico

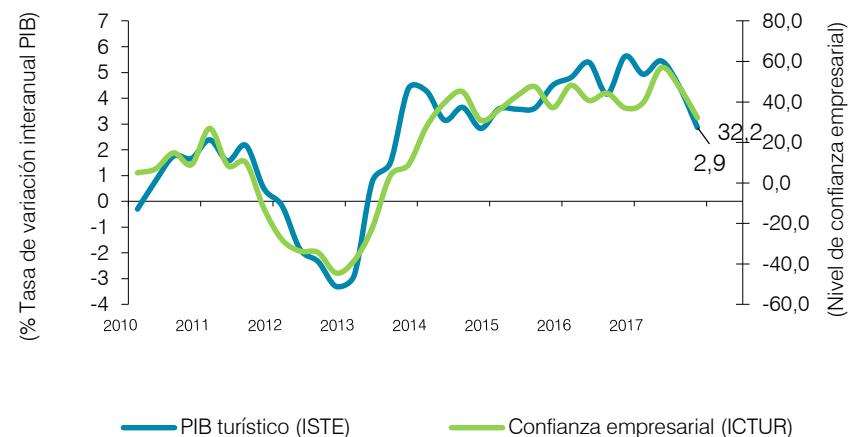
El crecimiento de la actividad turística se ha desacelerado notablemente en el último trimestre del año desde los niveles atípicos registrados en los últimos años. La combinación de las 7 décimas que ha restado la inestabilidad en Cataluña, la caída de los viajeros de negocios y el efecto de la recuperación de los principales mercados competidores de España en el segmento del sol y playa han situado el crecimiento del PIB turístico en niveles más acorde con los fundamentos macroeconómicos del mercado español y los mercados internacionales.

Concretamente, **El PIB turístico creció en el total de España en el último trimestre del año 2017 un 2,9% respecto al 4,4% que registró en el trimestre de verano.** La pérdida de dinamismo de la actividad turística es consecuente con la reducción en los niveles de confianza empresarial que refleja el Índice de Clima Turístico de EXCELTUR en el cuarto trimestre del año.

Los niveles de confianza de los empresarios turísticos españoles se reduce a un valor de 32,2, desde el 47,3 que registraba en el trimestre de verano. Se trata de los niveles que se registraban en el cuarto trimestre de 2014.

Indicadores de Exceltur: Evolución comparada del PIB turístico (ISTE) y la confianza empresarial (ICTUR)

Fuente: EXCELTUR



3. Una demanda turística extranjera en máximos históricos, es el gran protagonista del crecimiento de la actividad turística en 2017

El turismo extranjero ha registrado en 2017 un nuevo crecimiento tanto en los indicadores de afluencia como, incluso de mayor intensidad, en los de gasto que revierte a España, hasta situarlos en los mayores registros de la historia del turismo español que estimamos ascenderán a cierre de 2017 según el Banco de España a unos 60,3 mil millones de euros de ingresos. Ello es el resultado de un fuerte aumento del +10,4% en dichos ingresos, muy por encima del dinamismo mostrado por la demanda española.

Factores determinantes del comportamiento del turismo extranjero

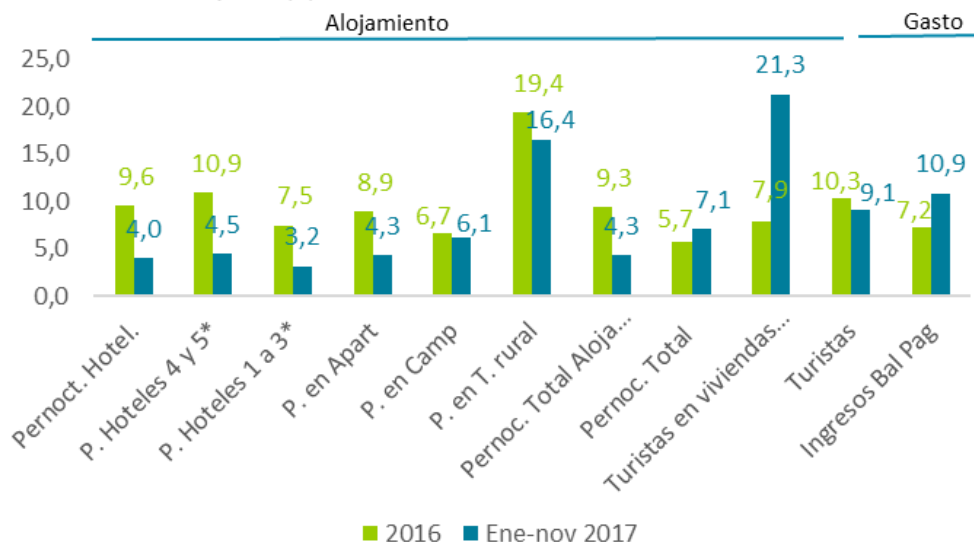
1. Un fuerte aumento del uso de la vivienda de alquiler, concentrada en los destinos de mayor éxito, con la capacidad alojativa reglada en valores máximos. Un año más el mayor crecimiento en la llegada de turistas extranjeros en estos destinos se ha producido en las viviendas (+21,3%), mientras en el resto de la oferta reglada el nivel de recorrido ha sido menor (+ 4,3%) por encontrarse en niveles próximos a la plena ocupación.

Son en estos destinos donde el fuerte aumento de la afluencia propiciado por el crecimiento descontrolado de las viviendas ha generado problemas de contestación social a la actividad turística (Barcelona, San Sebastián o Palma).

Indicadores de demanda EXTRANJERA en España.

Var % Ene-nov 2017 vs 2016

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



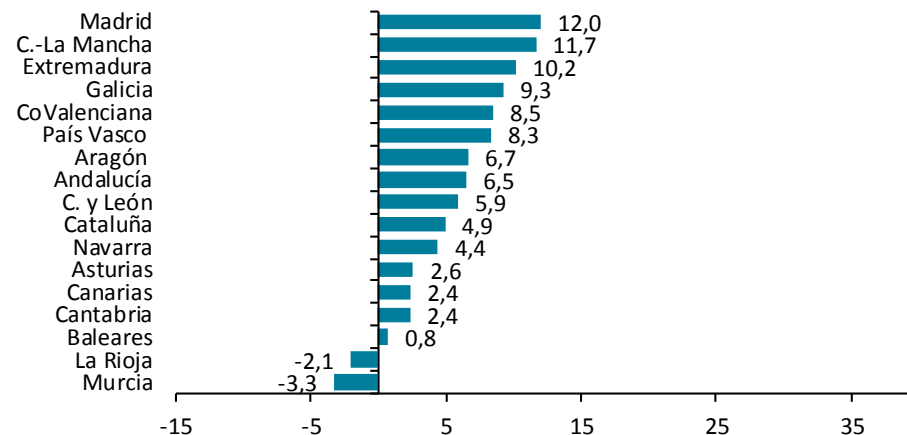
(*) Datos de pagos por turismo y transporte de pasajeros están hasta el mes de octubre

2. El mayor crecimiento de la demanda extranjera se ha producido en destinos y ciudades del norte y del interior, con **Madrid a la cabeza**, con precios más atractivos y mayor recorrido de aumento de la presencia de turistas extranjeros, frente a los destinos tradicionales de la costa en niveles de máxima ocupación en los meses de verano.

3. El notable aumento de la demanda ha venido de la mano de un **fuerte incremento de la conectividad aérea**, especialmente de los mercados de larga distancia, en un contexto muy propicio por el bajo nivel del precio del petróleo y la, consecuente, mayor facilidad para operar nuevos vuelos por parte de las compañías.

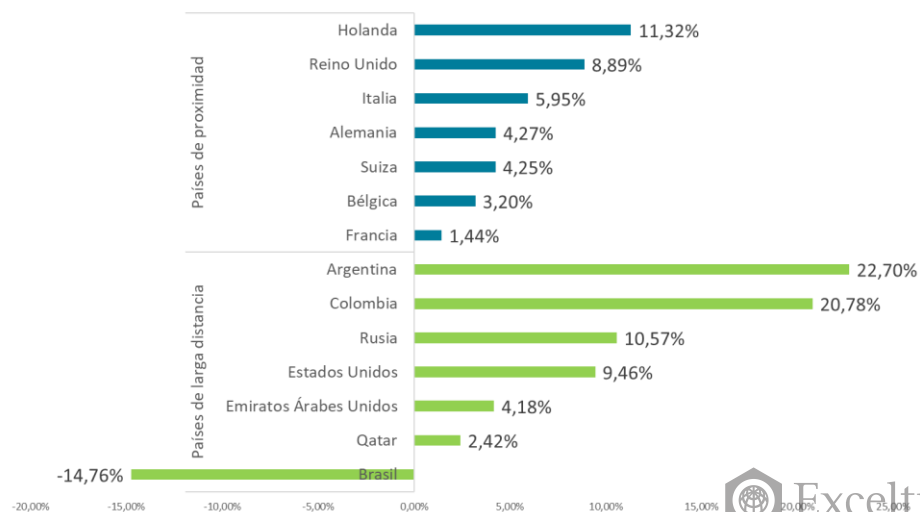
Pernoctaciones hoteleras de la demanda EXTRANJERA por CC.AA.
Enero - Noviembre 2017/2016
 (Tasa de variación interanual en %)

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



Número de vuelos por nacionalidad de procedencia, según orígenes de mayor volumen
 TV Ene-Nov 2017/2016

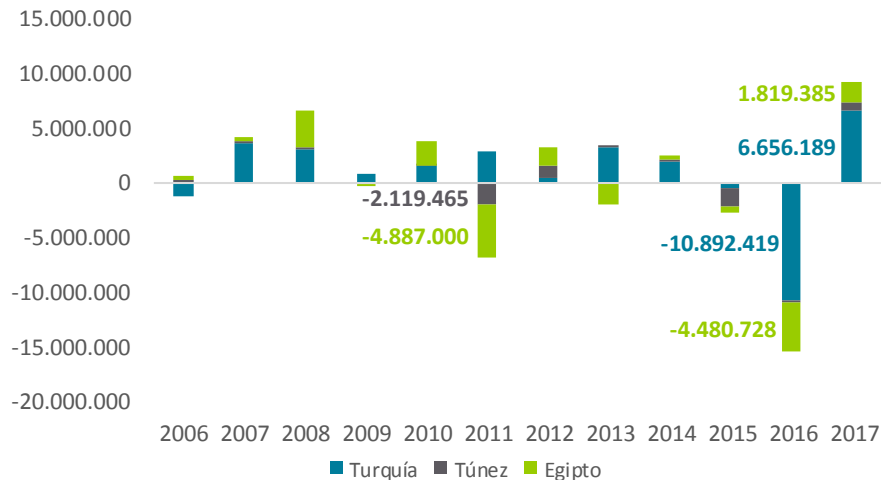
Fuente: elaborado por Exceltur a partir de datos de AENA



4. Los factores geopolíticos que han venido favoreciendo a los destinos españoles han cambiado a mediados del año, de forma que en los principales países competidores (Turquía, Egipto y Túnez) han subido 8,5 millones sus llegadas de turistas extranjeros en 2017. Si en la primera mitad del año, la sucesión de nuevos ataques terroristas en destinos y ciudades europeas había beneficiado como en años pasados a los destinos españoles, a partir del verano se ha percibido una notable recuperación de Egipto, Túnez y, principalmente, de Turquía, que han comenzado a recuperar sus cuotas de mercado y a limitar la capacidad de crecimiento de la demanda extranjera de menor gasto hacia los destinos españoles.

Diferencia en volumen de llegadas de turistas a los principales destinos competidores. Periodo enero-diciembre(*) 2017/2016

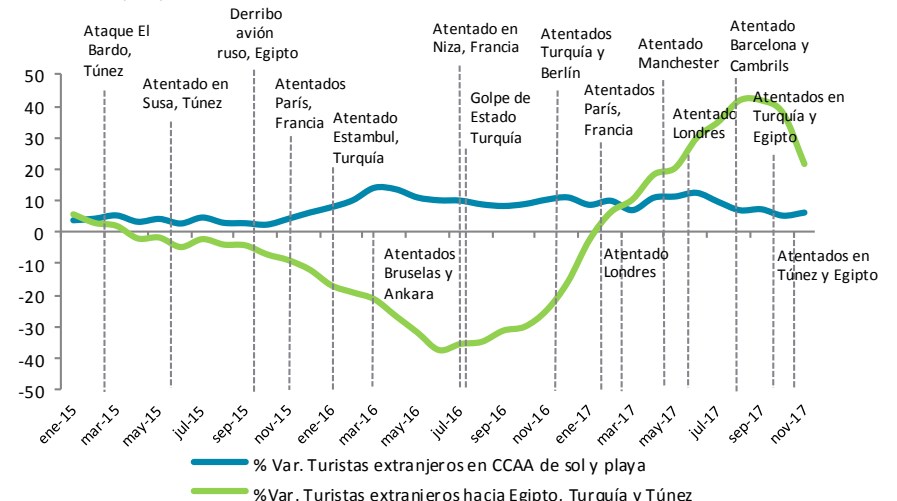
Fuentes: Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía, Organización Mundial del Turismo, Ministerio de Turismo de Túnez, Banco Central de Egipto



*Los datos de 2017 son del periodo enero-noviembre

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

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



(*) Se estima el comportamiento en marzo y abril de Egipto a partir de la variación presentada en el acumulado diciembre-febrero 2017/2016 y en Túnez en el acumulado octubre-diciembre 2017/2016 para el periodo enero-abril.

4. Se constata una positiva mejora del +1,5% en el ingreso promedio por turista extranjero que revierte a España, gracias al notable aumento de los mercados de origen de mayor gasto, mejora de precios, reposicionamiento de la oferta por inversión en mejora de producto y el comportamiento del turista de negocios

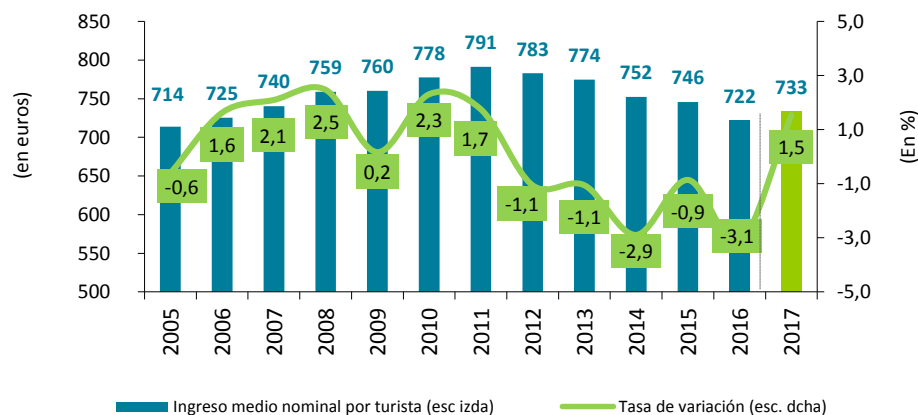
2017 ha confirmado la positiva mejora del ingreso por turista extranjero que revierte a España. El mayor aumento de los ingresos (+10,4%) , constatada por el Banco de España hasta octubre y extrapolada por EXCELTUR a fin de año, frente a la notable llegada de turistas (+8,8% para el total del año) ha permitido un incremento del ingreso estimado por turista extranjero del +1,5%, gracias a la mejora del gasto medio diario, que ha superado una nueva caída de la estancia media de los extranjeros en España.

A expensas de la necesidad de que se consolide a medio plazo, el registro de 2017 supone romper con una tendencia de 5 años consecutivos de descensos en los ingresos nominales por turista extranjero iniciada en 2011.

La mejora nominal de los ingresos no logra, sin embargo, revertir la continua caída de los ingresos en términos reales, lo que supone descontar la inflación del 2,5% hasta septiembre que marca la rúbrica de turismo del INE y que supone un descenso del -0,9% hasta los 733€.

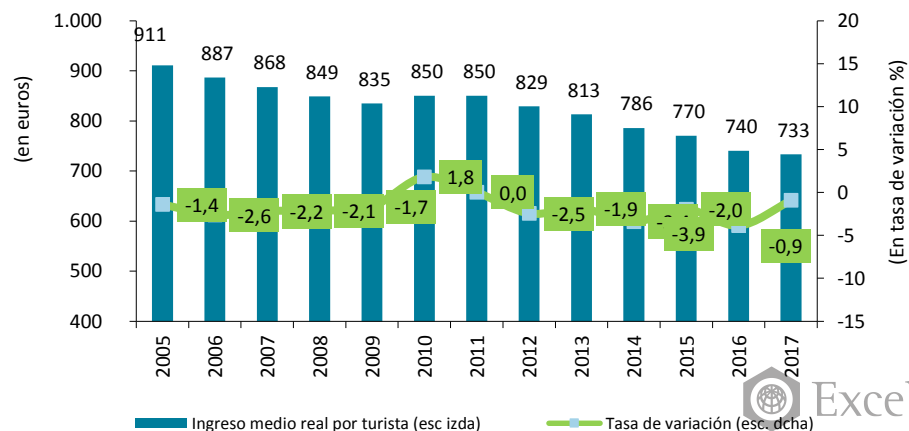
Ingreso medio nominal por turista extranjero. Enero-diciembre 2005-2017
 (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

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



Ingreso medio real por turista extranjero. Enero-noviembre 2005-2017
 (Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

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



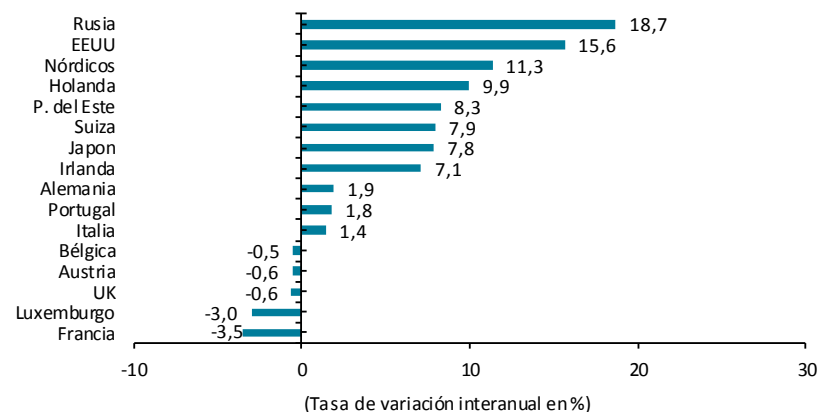
Factores impulsores del aumento de los ingresos del turismo extranjero

- El fuerte aumento del turismo procedente de los mercados de mayor gasto medio diario en destino** frente a los que se ha producido un notable crecimiento de la conectividad aérea. Concretamente el aumento de turistas americanos, rusos, asiáticos y latinoamericanos de mayor gasto en destino, según la encuesta EGATUR del INE.
- Mejora de precios por la presión de demanda externa** contratada con anterioridad, dada la inestabilidad de mercados competidores, hasta mitad de 2017 que comienza a recuperarse.
- El crecimiento del gasto de los viajeros de negocios** del 2,4%, gracias a un incremento notable de la estancia media, que ha permitido un aumento de la demanda medida en términos de pernoctaciones del 8,1%. La positiva evolución del gasto de los viajeros de negocios extranjeros en España se ha visto truncada en el mes de octubre, debido a un descenso de la afluencia de viajeros del -9,8% en el acumulado de octubre y noviembre de 2017, lo que supone 94 mil viajeros menos, siendo Cataluña donde se concentra el 75% de la caída, según Frontur.
- La atracción de un turista de mayor capacidad de gasto derivada del creciente proceso de inversión en renovación y reposicionamiento del producto**, realizada en empresas de sectores clave de la cadena de valor turística: hoteles, tiendas, restaurantes y el ocio.

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen. Enero - Noviembre 2017/2016

(Tasa de variación interanual)

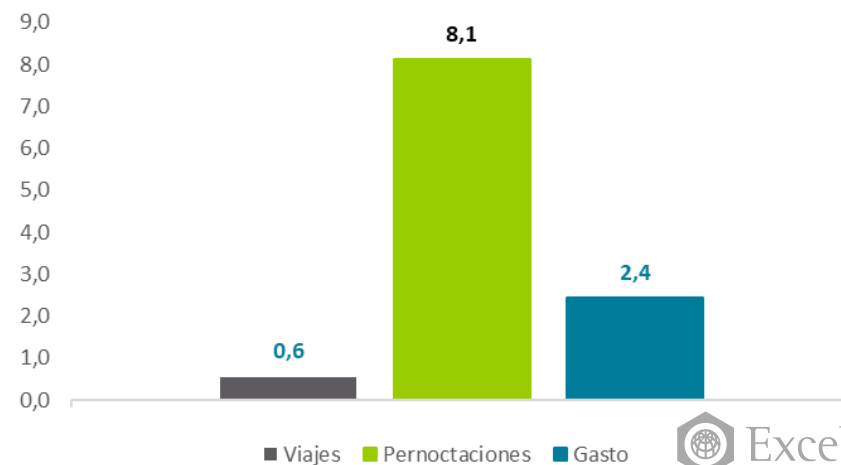
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Indicadores de la demanda extranjera de viajes de negocios.

TV enero-noviembre 2017/2016

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos publicados Frontur y Egatur

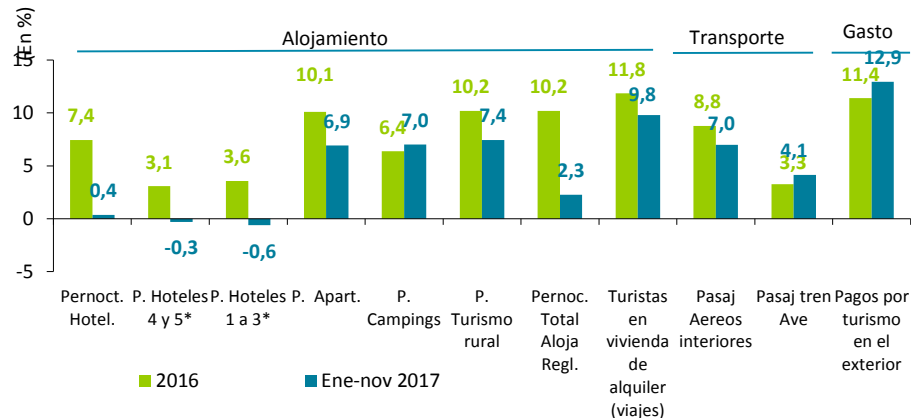


5. La demanda española crece en sus viajes al exterior y en los productos y destinos internos de menor precio

El desbordante aumento del turismo extranjero hasta alcanzar en temporada alta la plena ocupación en muchos destinos, con la consecuente presión al alza de los precios, y el abaratamiento del transporte, principalmente aéreo, han hecho que el español en 2017 centre el aumento de sus viajes en los destinos exteriores y, dentro de España, en los productos y destinos más accesibles.

Indicadores de demanda NACIONAL. Comparativa %Var Ene-Nov 2017 vs %Var 2016
 (Tasa de variación interanual en %)

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



(*) Datos de pagos por turismo y transporte de pasajeros están hasta el mes de octubre y de turistas en viviendas hasta septiembre

Como reflejo de esta realidad el **gasto en viajes al exterior calculado por el Banco de España crecía en el acumulado hasta octubre un 12,9%, superando el 11,4% registrado en 2016**. Dentro de España y de la oferta alojativa reglada, la demanda se ha incrementado en los apartamentos (+6,9%), los campings (+7,0%) y el turismo rural (+7,4%), según reflejan las Encuesta de Ocupación del INE hasta octubre, al igual que la demanda de viviendas en alquiler (+9,8% según la ETR hasta septiembre).

Por el contrario, la demanda hotelera de los españoles apenas crecen (+0,4%), muy condicionado por la situación de los destinos vacacionales y la fuerte demanda de camas de los touroperadores extranjeros.

6. El excelente año turístico 2017 se traduce en aumentos generalizados e intensos en las ventas (+6,9%) y los resultados empresariales (+6,3%)

El fuerte y generalizado aumento de la demanda turística en 2017 ha permitido que el 90,3% de las empresas turísticas españolas del conjunto de sectores que conforman la cadena de valor turística (hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte, rent a car, parques de ocios, museos, monumentos y campos de golf) hayan elevado sus ventas de forma notable (un 6,9% en media) en 2017 respecto a los buenos registros ya alcanzados en 2016, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR.

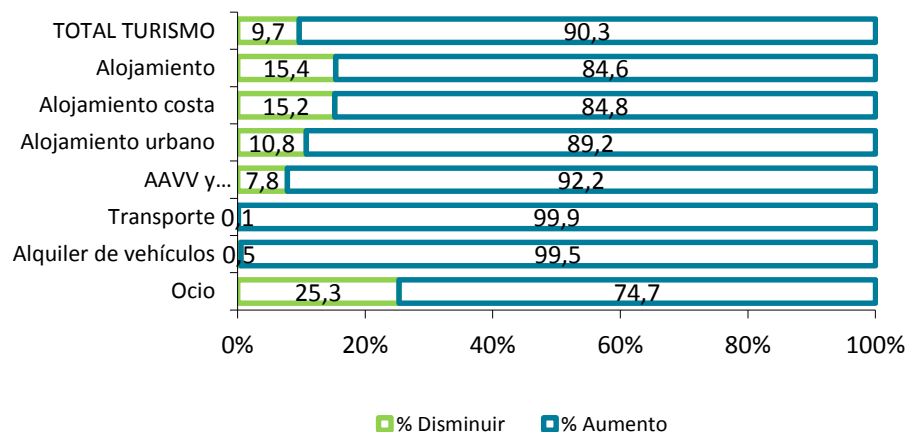
Las empresas de transportes y, entre ellas, las de alquiler de coches, lideran con el +9,9% el incremento en las ventas en 2017 en relación con los buenos registros de 2016. La fuerte afluencia a ciudades explica que los hoteles urbanos registren un aumento en sus ventas del +8,1%, por encima del incremento en los hoteles vacacionales (+6,4%), en valores de rentabilidad muy elevados tras 6 años consecutivos de mejoras continuadas.

El incremento de la demanda y el generalizado aumento del gasto en destino junto al buen clima han favorecido igualmente el aumento en las ventas de las empresas de ocio (parques de ocios, museos, monumentos y campos de golf) que se incrementan un +7,9% en 2017. Algo por debajo, se sitúa el comportamiento de las ventas en las agencias de viajes (+5,2%) ante la menor pujanza durante el año de la demanda nacional.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2017 por subsectores

Var % en ventas. 2017/2016

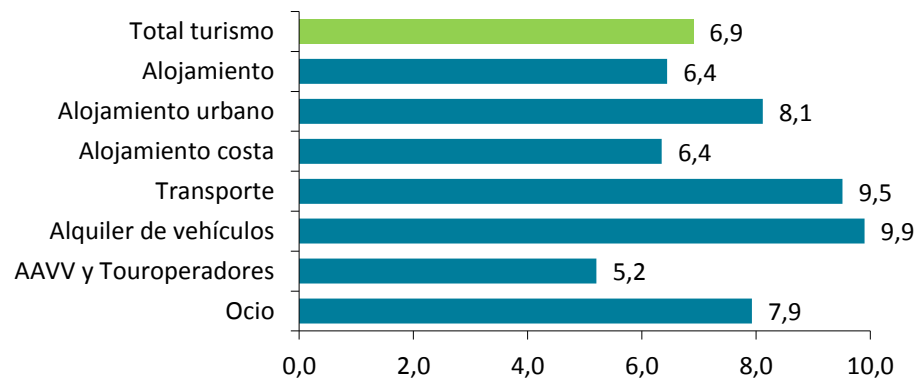
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas en 2017 por subsectores

% de aumento en ventas en 2017 respecto a 2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



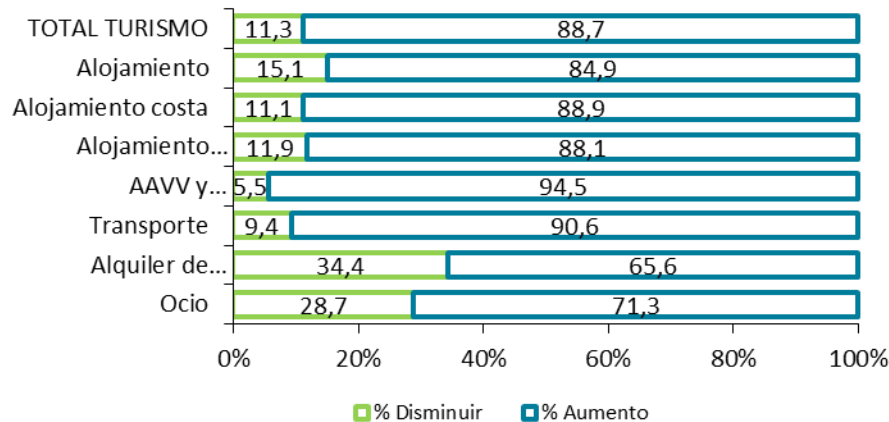
En 2017 el 88,7% de las empresas turísticas españolas incrementaron sus resultados respecto a un muy positivo años 2016. Concretamente el incremento medio de los resultados se situó en el +6,3%, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR, gracias a una extendida mejora en los precios de venta y unas estructuras de costes optimizadas tras los años de crisis.

Las empresas de ocio en destino (parques de ocios, museos, monumentos y campos de golf) son las que alcanzan un mayor aumento en sus resultados, cifrado en un +8,1% interanual, al nivel del incremento de los hoteles urbanos (+8,0%).

Las empresas de transporte, en general, y especialmente las de rent a car son las que más problemas han tenido para trasladar el aumento en el volumen de ventas a sus resultados (mejoran un +3,5%) debido a la presión a la baja sobre los precios debido a la fuerte competencia existente en el mercado y a los costes incrementales del nuevo concurso para acceder a las concesiones en la red de aeropuertos españoles (AENA).

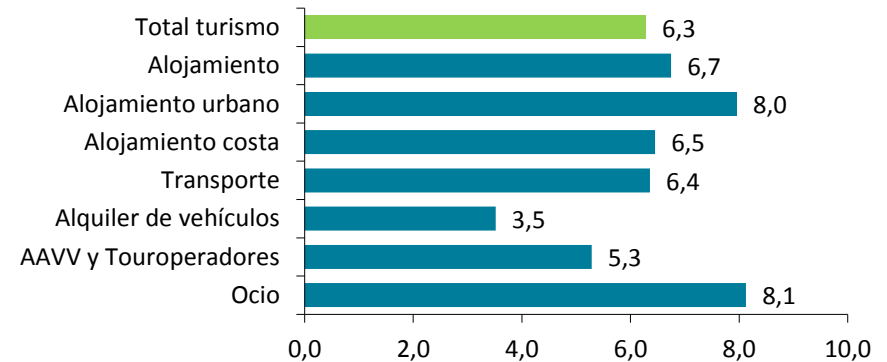
Opinión empresarial sobre la evolución de los resultados en 2017 por subsectores
 Var % en resultados. 2017/2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de los resultados en 2017 por subsectores
 % de aumento en resultados en 2017 respecto a 2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



7. Comunidad Valenciana y Baleares en los destinos de sol y playa, Galicia y Cantabria en la España Verde y Madrid, Navarra y Extremadura en el interior destacan como los destinos de mejor balance empresarial en 2017

Madrid lidera la mejora de los resultados empresariales en 2017, con un crecimiento del +10,2%, gracias al aumento de la conectividad aérea, el aumento de la demanda extranjera, el buen comportamiento del turismo de negocios y la notable mejora de su oferta.

En los destinos de la costa, las empresas de la Comunidad Valenciana y Murcia experimentan el mayor aumento en los resultados (+6,2%) explicado por el aumento del 5,5% de las ventas, según los datos recogidos por la encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada por Exceltur. Baleares vuelve a mejorar sobre los niveles más altos de resultados (+4,8%), principalmente por la mejora de precios, tras años de renovación de una buena parte de su oferta alojativa.

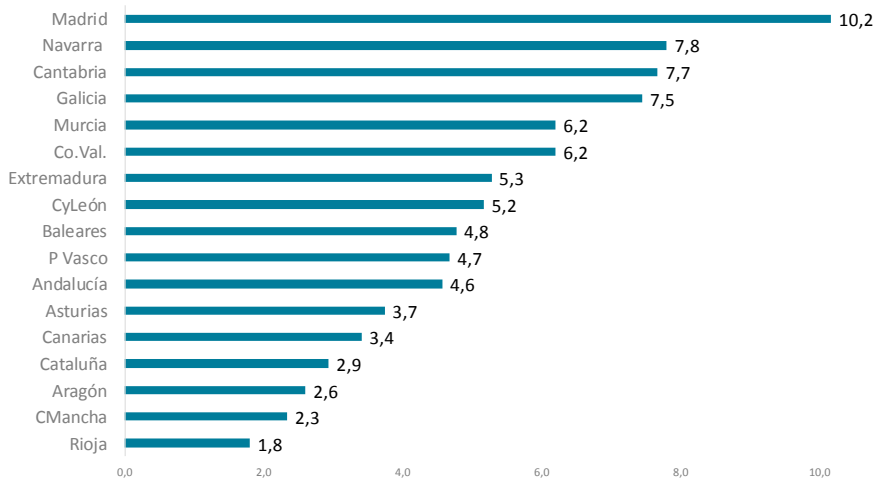
En las comunidades de la España Verde, Galicia registra un notable crecimiento en el agregado del 2017 tanto en resultados (4,8%), al igual que Cantabria (+7,7% en resultados y +7,3% en ventas).

Entre los destinos de interior Navarra (+7,8%), Extremadura (+5,3%) y Castilla y León (+5,2%) destaca en la mejora de resultados.

Evolución de los resultados empresariales en 2017 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2017 respecto 2016

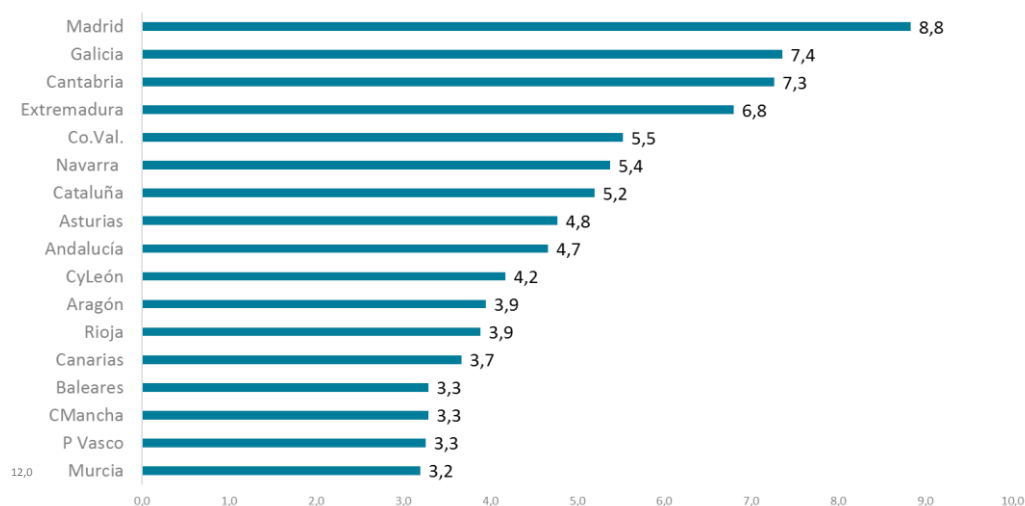
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Evolución de las ventas en 2017 derivadas de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en ventas en 2017 respecto 2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



8. La contestación social al turismo se extiende en los destinos con mayor presión turística, explicada por el crecimiento de las viviendas turísticas

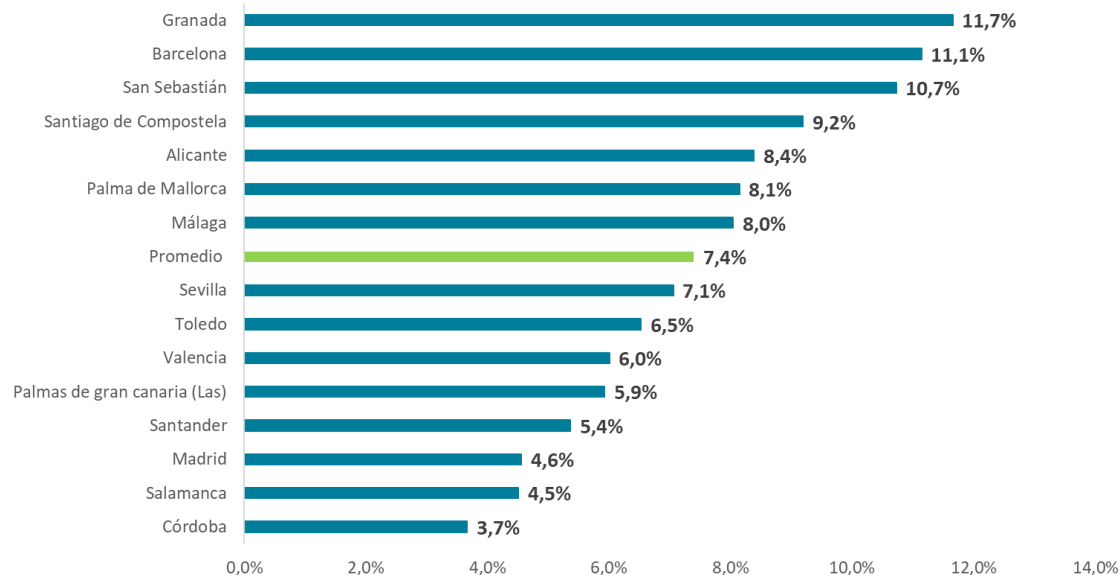
A lo largo del año 2016, y especialmente durante el verano del 2017 se han producido ciertos brotes de contestación social al aumento de la presión turística en algunos de los destinos urbanos de mayor éxito turístico (Barcelona, Palma, San Sebastian, Madrid) y en momentos de su temporada punta. De la realidad de los datos de presión derivados de la información oficial de la oferta reglada, el número de cruceristas y la oferta en viviendas se pueden desprender las siguientes conclusiones:

1. Los niveles de presión turística medidos en relación con la población residente y la superficie urbana de las 15 principales ciudades turísticas españolas es, en general, bajo con 7,4 turistas por cada 100 residentes de media al año. La mayor presión se produce en días puntuales en los que confluyan viajeros de sus alrededores y/o la llegada de varios cruceros a la vez y en los lugares de mayor atractivo turístico, lo que eleva esta cifra notablemente.

La mayor parte de ciudades donde se han producido episodios de contestación al turismo en 2017 se encuentran entre las que presentan unos mayores ratios de presión turística, destacando las ciudades de Granada (11,7), Barcelona (11,1) y San Sebastian (10,7).

Presión turística diaria. % de turistas medios anuales sobre población residente en los 15 destinos urbanos españoles más importantes

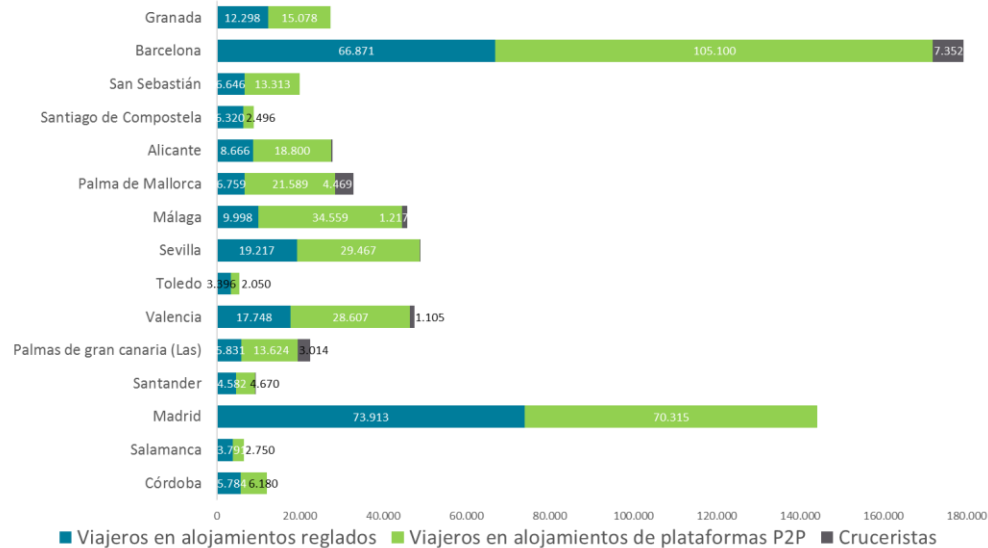
Fuente: EXCELTUR a partir de datos de plataformas P2P, EOH del INE y estadísticas de Puertos del Estado



2. El principal factor determinante del aumento de la presión turística en las ciudades españolas es la conversión de viviendas en alojamientos turísticos. De hecho en las ciudades donde se ha producido una mayor contestación social al turismo son aquellas con un porcentaje importante de viviendas turísticas. Este es el caso de Barcelona, San Sebastian o Palma de Mallorca, donde la presión en turistas alojados en viviendas supera el 50% del total del flujo turístico, mientras el impacto de los cruceros es limitado.

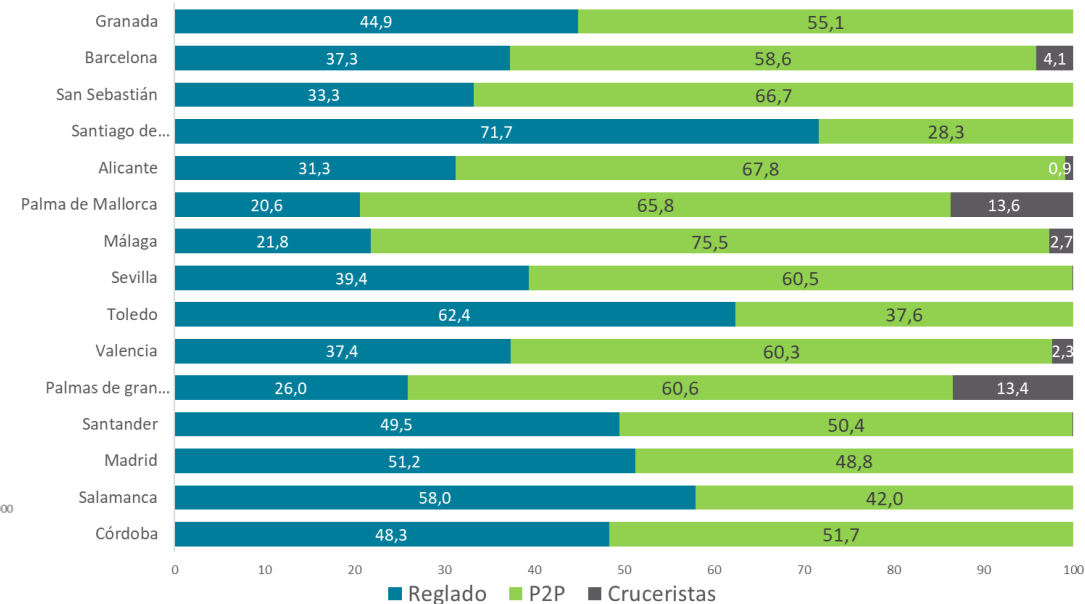
Número de turistas diarios en los 15 destinos urbanos españoles más importantes

Fuente: EXCELTUR a partir de datos de plataformas P2P, EOH del INE y estadísticas de Puertos del Estado



Estructura de los factores determinantes de la carga turística diaria en los 15 destinos urbanos españoles de mayor presión turística

Fuente: EXCELTUR a partir de datos de plataformas P2P, EOH del INE y estadísticas de Puertos del Estado





PERSPECTIVAS
TURISTICAS

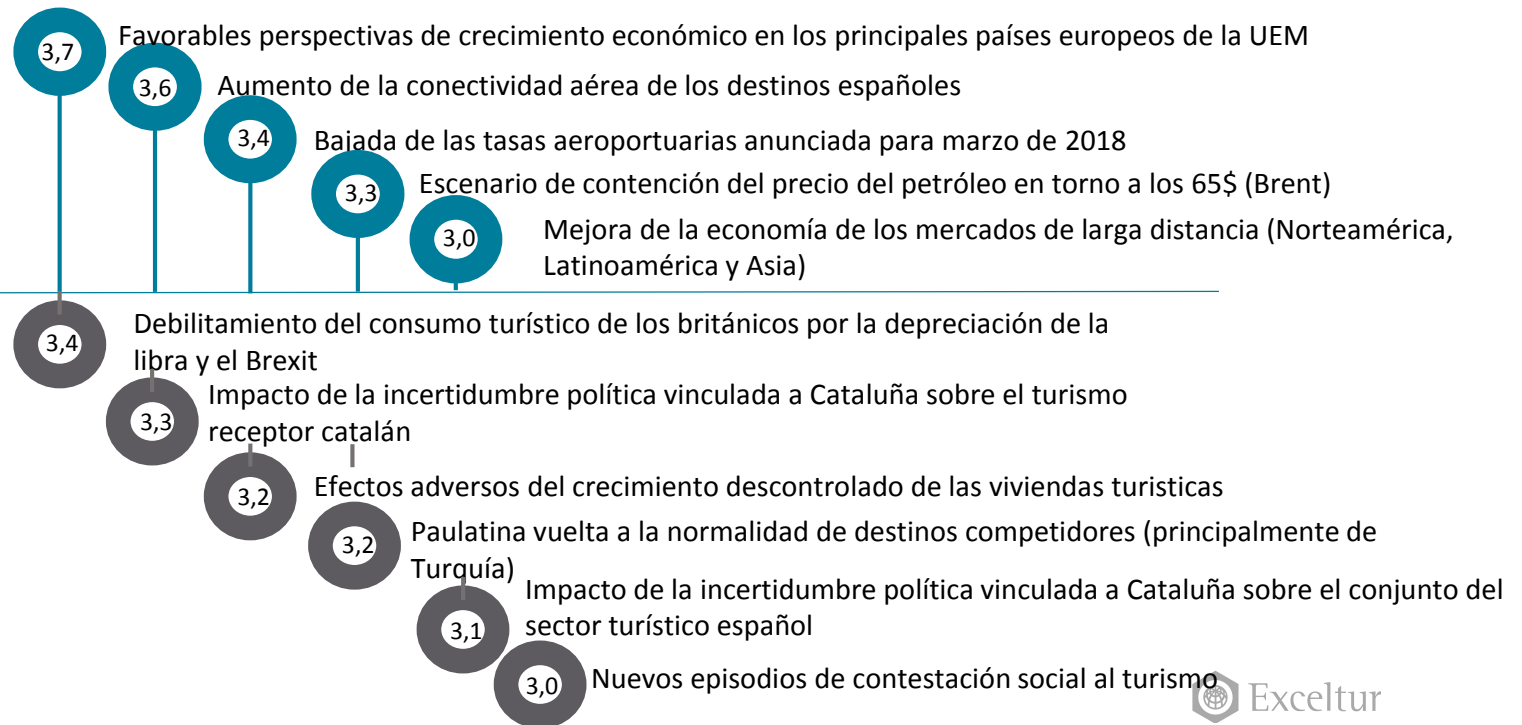
PREVISIONES PARA
2018

El contexto macroeconómico internacional y español previsto favorecerá un año más el crecimiento del turismo en 2018, que podrá ser parcialmente debilitado por la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental, los efectos sobre los destinos del crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas y la incertidumbre política en Cataluña y sobre el mercado británico ante el Brexit

Principales condicionantes de la actividad turística en España en 2018, según la opinión empresarial (1 poco relevante-5 muy relevante)

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

Factores a favor



La consolidación prevista del crecimiento económico en la zona Euro, la mejora de las economías de los mercados emisores de larga y media distancia y la apuesta por la conectividad aérea hacia España seguirán apoyando el dinamismo de la demanda turística externa en los destinos españoles en 2018

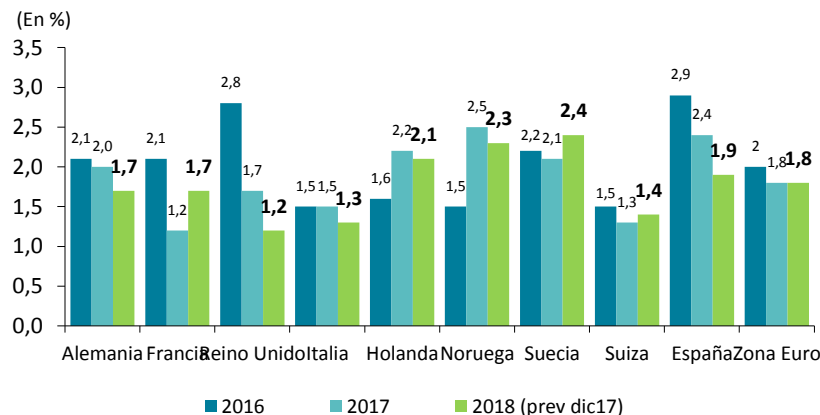
El crecimiento económico anticipado por los analistas en los principales mercados europeos emisores y los de larga y media distancia que ya protagonizaron en 2017 un excelente desempeño turístico en España, como es el caso de los turistas rusos, norteamericanos, chinos y japoneses, impulsarán el consumo turístico de los extranjeros en España en 2018. Todo ello, en un contexto de creciente número de conexiones entre los aeropuertos turísticos españoles y los aeropuertos de origen más tradicionales y de medio y largo radio.

Los fundamentos de las economías familiares de Alemania (1,7%), Francia (1,7%), Italia (1,5%) y países nórdicos apuntan a un nuevo año de crecimiento del consumo turístico en nuestro país. Mientras, la ralentización observada en los últimos meses de la propensión viajera y de gasto de los turistas británicos en sus viajes en España, junto a un escenario económico más incierto ante la incertidumbre del proceso de su desconexión con la UE (1,2% de consumo privado frente al 2,9% y 1,9%, de 2016 y 2017), sugieren una desaceleración de su impacto económico en los destinos turísticos españoles en este 2018.

Por otra parte, la recuperación iniciada en la segunda mitad de 2017 de los destinos del Mediterráneo Oriental, reducirá notablemente el número de turistas potenciales desviados/prestados, que como en años anteriores pudieran llegar a los destinos vacacionales españoles más touroperizados.

Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2016-2018

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (dic17) y Banco de España (dic17)
Tasa de variación interanual



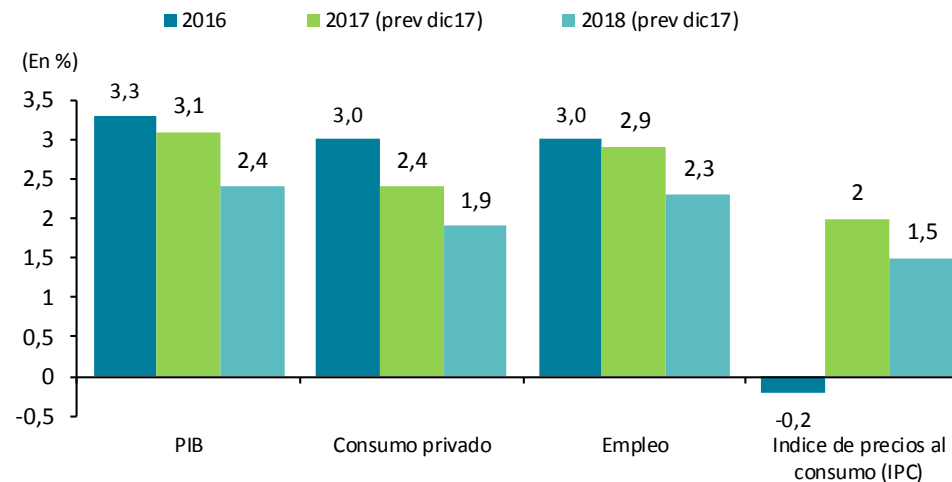
El positivo escenario económico previsto para los hogares y empresas españolas, beneficiará el consumo turístico de los españoles en sus desplazamientos, aunque con un menor dinamismo en su gasto

La renta disponible de las familias españolas para el gasto en sus viajes y desplazamientos turísticos se verá mermada en 2018 por el agotamiento de los estímulos fiscales y la menor creación de empleo previsto, con subidas previstas de los precios de los carburantes por un mayor precio del barril del petróleo, que afectará al coste de los desplazamientos turísticos.

En esta tesitura se espera una menor dinamismo del consumo turístico de los españoles en el año 2018. Ello ya se refleja en las expectativas empresariales de los destinos turísticos españoles más dependientes de la demanda interna que son más cautas (Norte de España y comunidades de interior).

Comportamiento previsto de las principales variables macroeconómicas del mercado emisor español. 2016-2018

Fuente: Exceltur a partir de INE y Banco de España (dic17)



La mayoría de empresarios turísticos españoles esperan volver a mejorar sus resultados y ventas en 2018, con una creación de empleo y recuperación de precios, aunque a ritmos menos intensos que en 2017

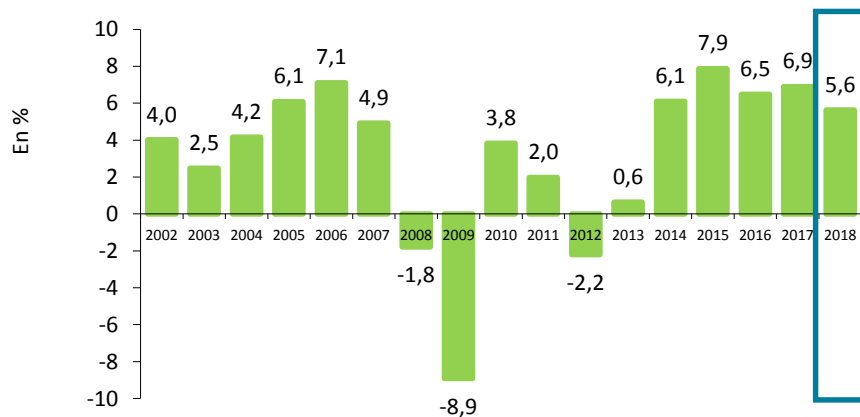
Los condicionantes económicos externos todavía favorables para el turismo español, aunque condicionados a los riesgos asociados a la incertidumbre política en Cataluña y la recuperación de los competidores, se concretan en un generalizado tono positivo en las previsiones empresariales para 2018.

Los empresarios turísticos españoles descuentan una generalizada mejoría en las ventas (+5,6%) y resultados (+5,3%), aunque de menor intensidad a los alcanzados a cierre de 2017.

Opinión empresarial sobre las ventas. Total Sector Turístico.

% de caída/aumento en ventas respecto al año anterior

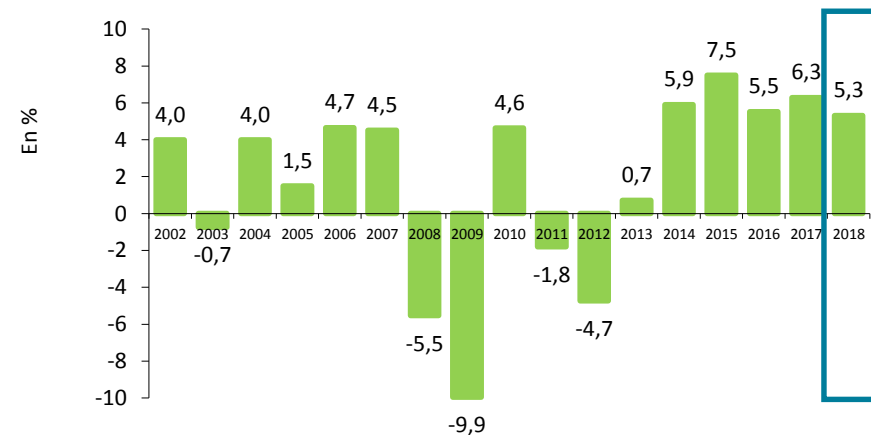
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial sobre los resultados. Total Sector Turístico.

% de caída/aumento en resultados respecto al año anterior

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



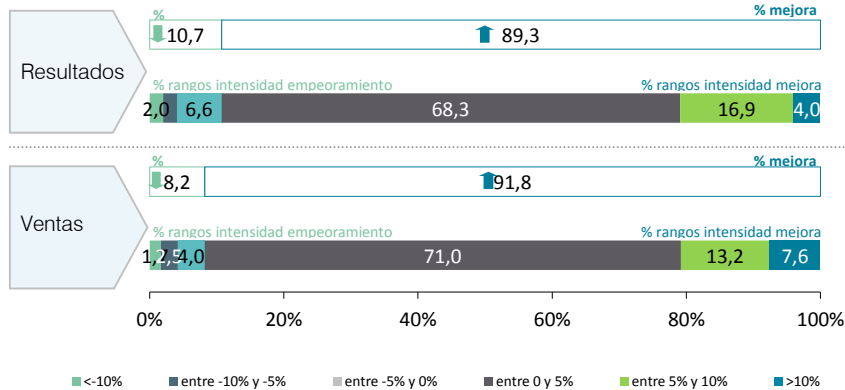
La Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur cerrada el pasado 8 de enero sugieren que un 91,8% de los empresarios turísticos españoles prevé obtener un nuevo incremento en sus ventas en 2018, que se trasladará en un 89,3 % de los casos en una mejora de sus resultados, gracias a la recuperación prevista de los precios en el 89,8% de las empresas turísticas españolas.

La opinión de los profesionales de los diferentes subsectores de la cadena de valor turística revela que **el sector prolongará de manera más moderada su senda de creación de nuevos puestos de trabajo en España en 2018: el 73,3% de las empresas turísticas prevén crecimientos en sus plantillas en 2018, el 70,5% de ellas hasta el 5%.**

Perspectivas empresariales para 2018. Total Sector Turístico

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

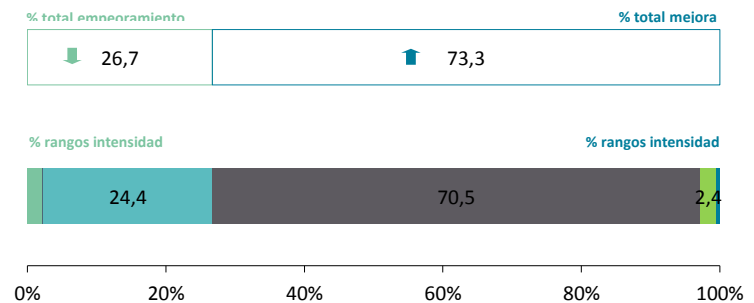


Perspectivas empresariales sobre el empleo para 2018. Total Sector Turístico

Var interanual % esperado en empleo

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

■ <-10% ■ entre -10% y -5% ■ entre -5% y 0% ■ entre 0 y 5% ■ entre 5% y 10% ■ >10%



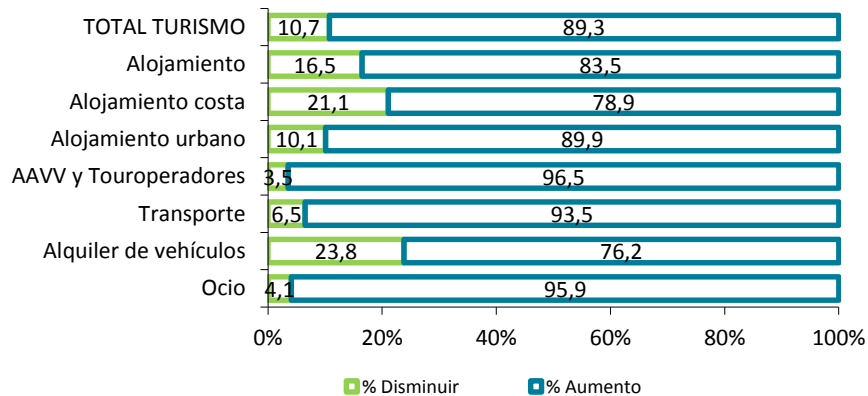
Las favorables expectativas turísticas para 2018 son compartidas por todos los subsectores de la cadena de valor turística

El detalle de los resultados de expectativas empresariales por subsectores evidencia un año 2018 con crecimiento generalizado en todos los subsectores, aunque de una menor intensidad relativa, en la mayoría de ellos. Los establecimientos urbanos (+6,2% en resultados), junto a museos y monumentos de relevancia internacional y parques de ocio (+7,1%), se verán igualmente beneficiados de esa mayor presencia y consumo previsto por parte de los turistas internacionales, mejorando sus rentabilidades en ambos subsectores, por las inversiones realizada en los últimos años en reposicionamiento y puesta en valor de productos.

Opinión empresarial sobre la evolución de los resultados previstos para 2018 por subsectores

Var % en resultados. 2018/2017

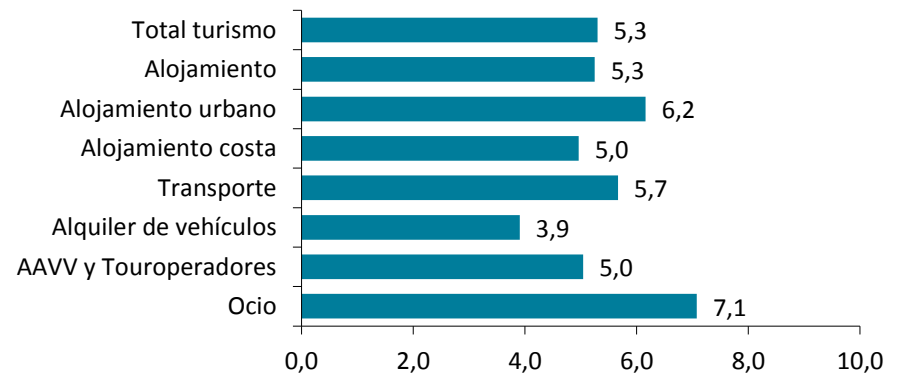
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Expectativas empresariales sobre la evolución de los resultados en 2018 por subsectores

% de aumento en resultados en 2018 respecto a 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Las **compañías de transporte de pasajeros** (+5,7% en resultados) se verán beneficiadas por la mayor demanda internacional prevista y el aumento de la conectividad hacia nuestro país. Mientras, las empresas de **alquiler de vehículos** verán condicionados sus resultados (+3,9%) por el ascenso del precio del carburante y la elevada capacidad de oferta en el mercado y su presión sobre los precios

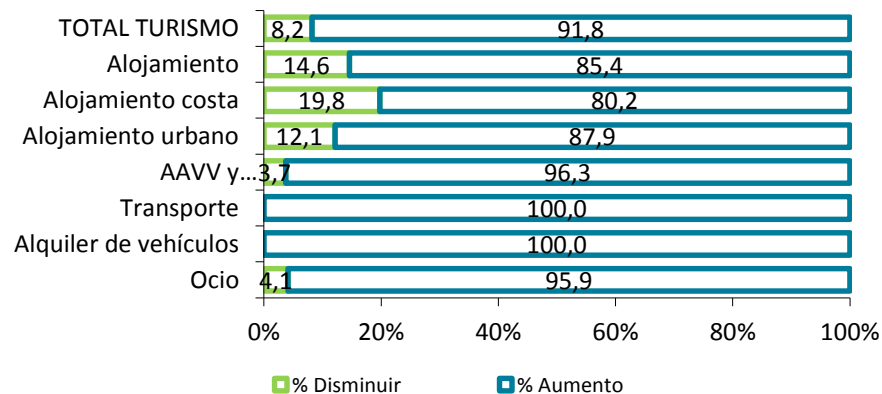
Los **hoteles vacacionales** estiman cerrar 2018 con incrementos interanuales de los resultados empresariales (+5,0%) , aunque menos intensos que los acumulados en los últimos ejercicios por la recuperación de los mercados competidores del mediterráneo oriental y el debilitamiento del mercado británico y español.

La venta de productos de mayor margen (viajes a capitales europeas , de larga distancia y cruceros) apoyaran la mejora de los resultados de los **principales grupos de agencias de viaje** en 2018 (+5,0%), con una intensidad levemente por debajo que en el cierre de resultados obtenidos en 2017.

Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previstas para 2018 por subsectores

Var % en ventas. 2018/2017

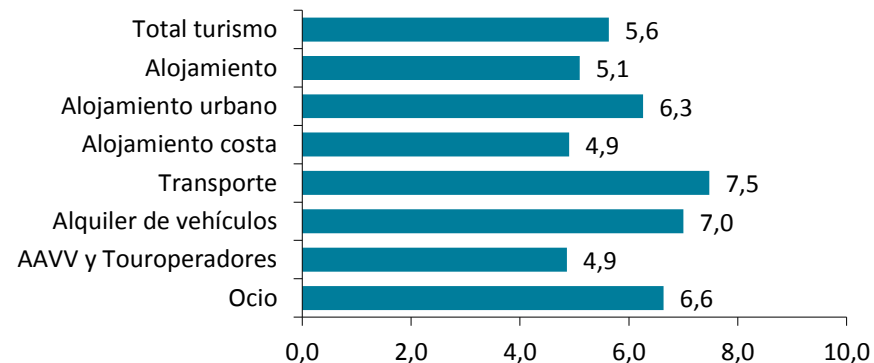
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Expectativas empresariales sobre la evolución de las ventas en 2018 por subsectores

% de aumento en ventas en 2018 respecto a 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los principales destinos turísticos españoles anticipan buenas perspectivas empresariales para 2018

Las positivas expectativas sobre el desempeño del año turístico 2018 se extiende igualmente a lo largo de la totalidad de los destinos españoles. **Los principales destinos urbanos, encabezados por Madrid, serán los más beneficiados** gracias a la conectividad puesta en mercado, el dinamismo esperado de la demanda extranjera y de los viajes de negocio.

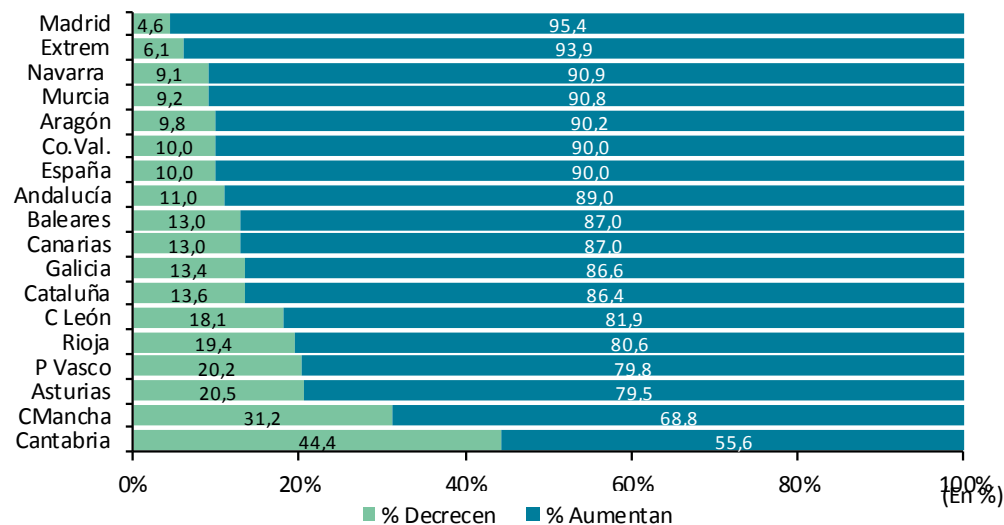
Los **destinos vacacionales del litoral mediterráneo y archipiélagos revelan de nuevo unas buenas expectativas en un rango de crecimiento más modesto** que en ejercicios precedentes ante la recuperación de los competidores y los elevados grados de ocupación ya alcanzados en 2017 con escaso margen ya de crecimiento en volumen.

Los **destinos del norte de España y de interior, más dependientes de la demanda nacional, anticipan un cierre de año 2018 positivo aunque en desaceleración** por la expectativas de menor capacidad de consumo para las familias españolas en 2018.

Perspectivas empresariales para el año 2018

Var % en resultados 2018/2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



CATALUÑA: Los empresarios catalanes esperan para 2018 que se revierta la merma de actividad turística tras superarse el primer trimestre del año y estiman un cierre de año en positivo en la mayoría de sus negocios

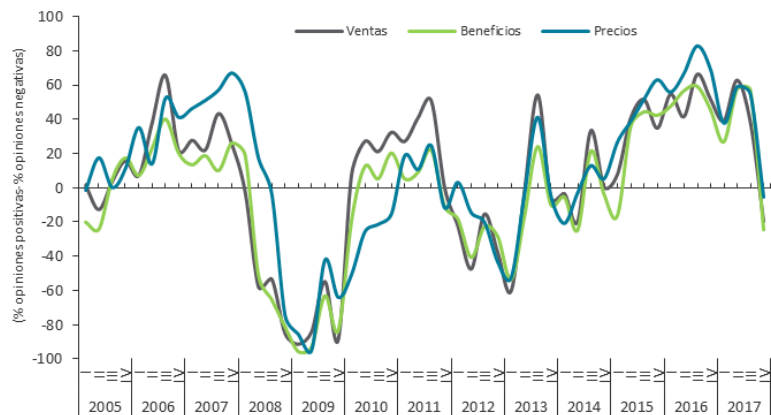
El detalle de los resultados de la Encuesta de Exceltur para **Cataluña evidencia una proyección de recuperación del dinamismo de la actividad turística en Cataluña a partir del segundo trimestre de 2018**, superando la caída observada, principalmente en la ciudad de Barcelona, a partir de los sucesos del 1-O.

La mayoría de empresarios turísticos catalanes anticipan un primer trimestre todavía complejo con un elevado porcentaje de hoteles urbanos que estiman registrarán un freno en la senda de mejora sus principales indicadores de negocio (el 38% esperan mantenimiento y el 29% caídas de resultados en los tres primeros meses de 2018).

Superados estos meses, el sentimiento de los empresarios es que el resto del ejercicio ayudará a cerrar un 2018 en positivo en la mayoría de los establecimientos hoteleros catalanes.

Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero.

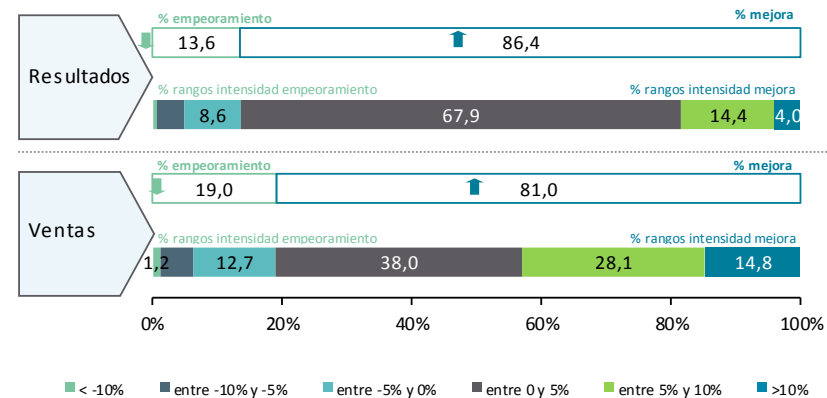
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2018. Cataluña Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Escenario Central 1 : Estimamos para 2018 un nuevo crecimiento del 3,3% del PIB Turístico, de nuevo por encima de la media del previsto para la economía española, aunque a un ritmo más moderado que en los dos últimos años

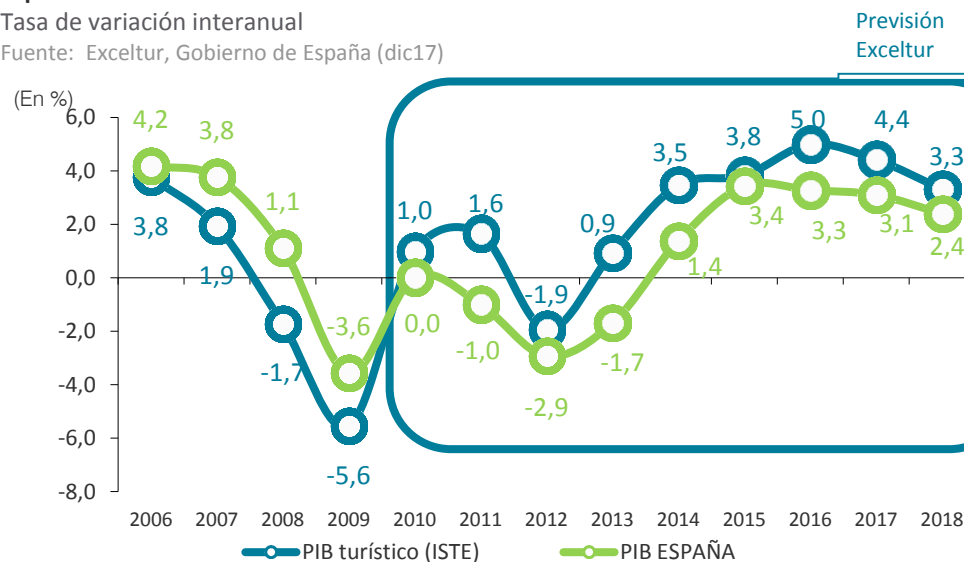
Esta hipótesis de crecimiento de PIB contempla:

1. La paulatina vuelta a la normalidad del desempeño de la actividad turística en Cataluña, a partir del 2º trimestre, según descuentan los empresarios turísticos catalanes en la Encuesta cerrada el 8 de enero de 2018.
2. El crecimiento económico en la economía mundial, aunque a un ritmo más sostenido que en el ejercicio 2017.
3. Menores flujos asociados a un posible desvío/redirección de turistas por la percepción de inseguridad de unos destinos del Mediterráneo Oriental, de los que se prevé una gradual recuperación de su cuotas de mercado.

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2018

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, Gobierno de España (dic17)



+0,9 p.p.

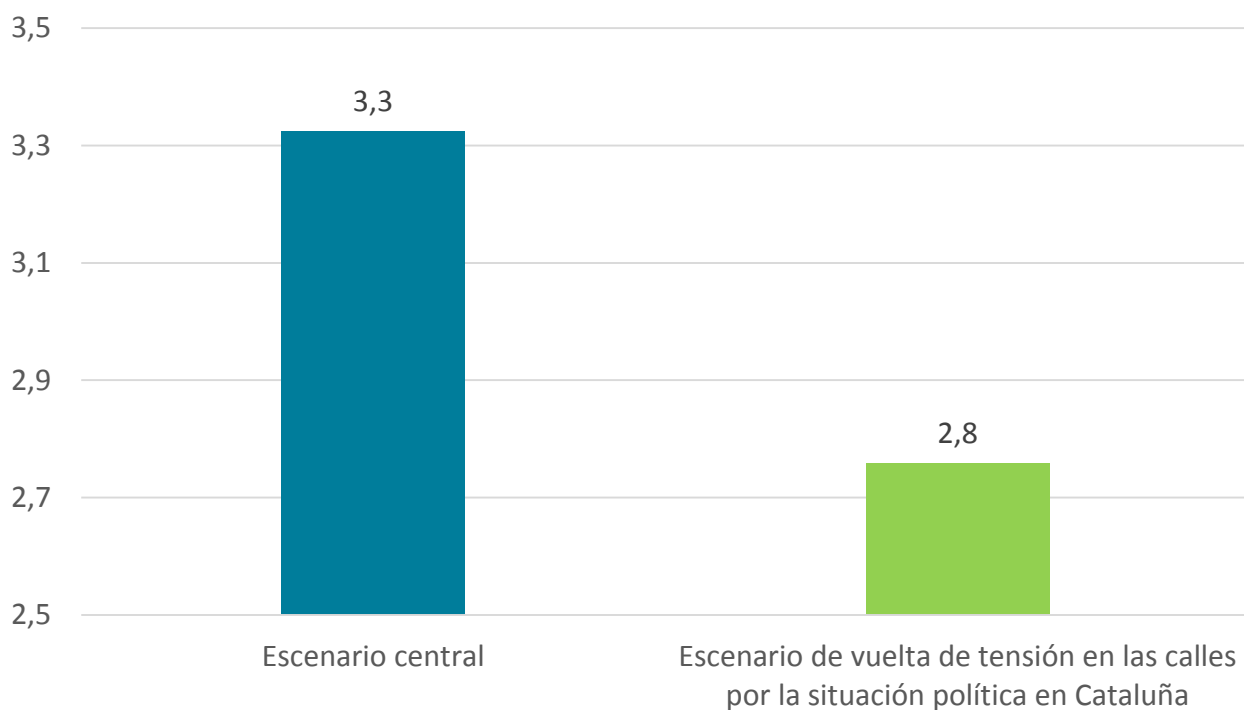
por encima de la media prevista para el conjunto de la economía española

9 años

consecutivos aportando crecimiento a la economía española

Escenario 2: De reproducirse en 2018 nuevos episodios de tensión, por una nueva situación de inestabilidad política en Cataluña, ello podría llegar a restar 0,5 p.p de crecimiento al PIB Turístico en España en 2018

Ante la evidencia mostrada por los indicadores oficiales relativos al turismo en Cataluña y el balance de los empresarios turísticos catalanes de los últimos meses de 2017, estimamos que sí se replicara un escenario de tensión similar al observado entre los meses de octubre y diciembre de 2017, con una merma considerable de la actividad turística en su principal y destino icono, Barcelona, se podría reducir el total de la actividad turística en Cataluña hasta 924 millones de euros, cantidad que igualmente reduciría la contribución al PIB turístico del total de España, que bajaría 5 decimas .



En el escenario 2 , el crecimiento del PIB Turístico español pasaría del 3,3% estimado en nuestro escenario central al 2,8%.



9 FORO DE LIDERAZGO TURÍSTICO DE Exceltur

RESHAPING TOURISM: CÓMO CRECER SOSTENIBLEMENTE Y AGILIZAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Organizado por:



En cooperación con:



Patrocinadores:



Colaboradores:



Colaboradores Mediáticos:



08.30 -09.30	Registro y acreditaciones de última hora	14.15 -16.00	COCKTAIL PARA TODOS LOS ASISTENTES
09.30 -10.30	<p>APERTURA OFICIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • D. Clemente Gonzalez-Soler, Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA • Luis Gallego, Presidente del Comité Organizador de FITUR • Zurab Pololikashvili, Secretario General electo de la OMT • José María González, Presidente de Exceltur y CEO de EUROPCAR España • Álvaro Nadal, Ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital 	16.00 -17.00	<p>GESTIONANDO DESTINOS CON LA MAYOR ACEPTACION SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manuela Carmena, Alcaldesa de Madrid • Ada Colau, Alcaldesa de Barcelona • Eneko Goia , Alcalde de San Sebastián • Francisco de la Torre, Alcalde de Málaga • Ramón Aragonés, Consejero Delegado de NH Hoteles • Joan Vila, Presidente de Hotelbeds • Abel Matutes, Director General de Palladium Hotel Group • Moderador: Carlos Bertomeu, Presidente AIR NOSTRUM
10.30 -10.45	<p>PRINCIPALES DESAFIOS TECNOLOGICOS PARA EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • José M^a Álvarez Pallete, Presidente de Telefónica <p>Presentado por Sabina Fluxá, Vicepresidenta Ejecutiva y CEO de Iberostar</p>	17.00 -18.00	<p>CLAVES DE UNA NUEVA GOBERNANZA TURISTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alberto Núñez Feijóo, Presidente de la Xunta de Galicia • Ximo Puig , Presidente de la Generalitat Valenciana • Francina Armengol, Presidenta del Govern de les Illes Balears • Carmen Riu, Consejera delegada del Grupo Riu • Adolfo Utor, Presidente de Balearia • Gabriel Escarrer Jaume, Vicepresidente y CEO Meliá Hotels International • Moderador: José M^a González, Presidente de Exceltur
10.45 -11.30	<p>MEGATENDENCIAS TURISTICAS: DESAFIOS GLOBALES DEL “ TOURISM OVERGROWTH”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lamia Kamal , Directora General de Emprendimiento, PYMES y Turismo de la OCDE • Gloria Guevara, Presidenta del World Travel & Tourism Council • Zurab Pololikashvili, Secretario General de la OMT <p>Moderador: Jose Luis Zoreda, Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR (Este coloquio se celebrará en inglés con traducción simultanea al castellano)</p>	18.00 -18.15	CLAUSURA DEL FORO
11.30 -12.00	COFFEE BREAK		
12.00 -12.15	<p>TECNOLOGIA PARA LA EVOLUCION DEL VIAJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luis Maroto, Consejero Delegado de Amadeus 		
12.15 -13.15	<p>CÓMO ABORDAR LA TRANSFORMACION DIGITAL EN EL SECTOR TURISTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irene Cano, Directora General Facebook España & Portugal • Juan Orti, Presidente y CEO de American Express España • Fernando de Pablo, Presidente de Segittur • Javier Bellido, Director General E-Dreams-España • Gabriel Perdiguero, Director General de Clientes y transformación Digital de IBERIA <p>Moderador: Jorge Schoenberger, Socio Director Travel, Hospitality & Services EMEA Deloitte</p>		
13.15 -14.15	<p>LA ECONOMIA DE LA EXPERIENCIA: NUEVAS FRONTERAS DE LA DIGITALIZACIÓN PARA EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rosa Garcia, Presidenta y Consejera Delegada de SIEMENS España • Sergio Álvarez Leiva, CEO de CARTO • Juan Martínez Barea, CEO de Universal DX y Embajador Fundador de Singularity University • Benjamí Puigdevall, Director General de CaixaBank Digital Business <p>Moderador: Luis Martín Cabiedes, Inversor en Start Ups y Profesor del I.E.S.E.</p>		



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

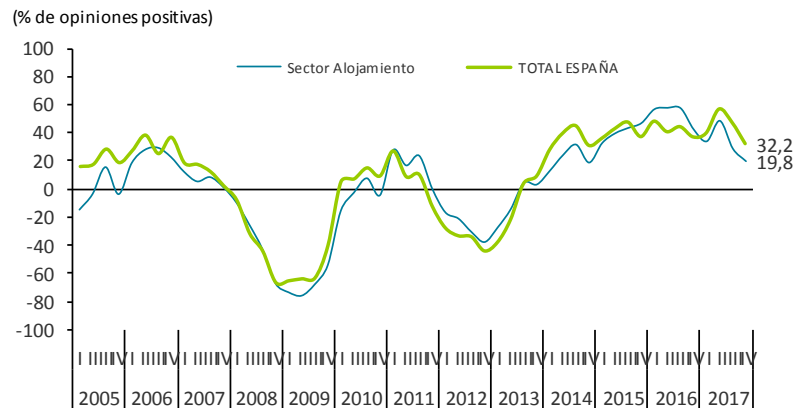
Anexo estadístico.
Resultados detallados por
subsectores

1. Sector alojamiento hotelero

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

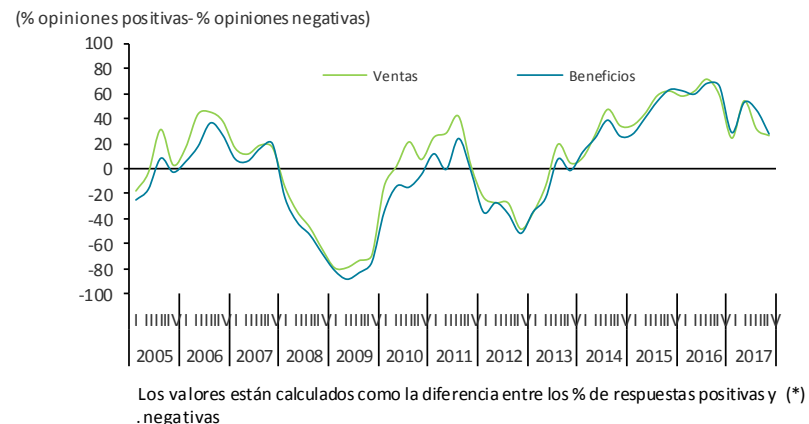
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial (*). Total España. Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

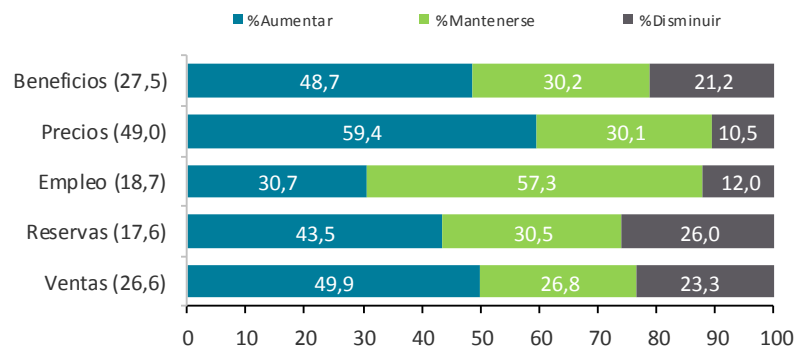


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial de los HOTELES españoles

CUARTO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

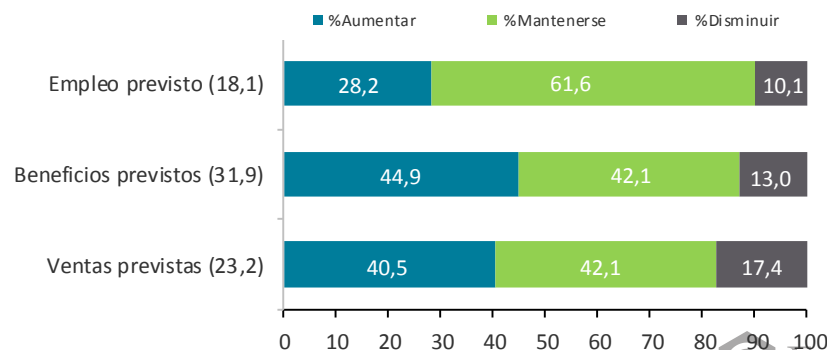


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas .

Opinión empresarial de los HOTELES españoles.

Expectativas para el PRIMER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

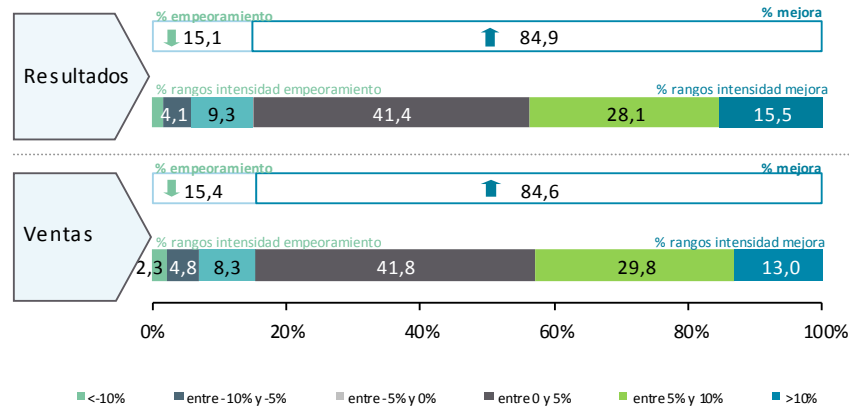
1. Sector alojamiento hotelero

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial. EXCELTUR

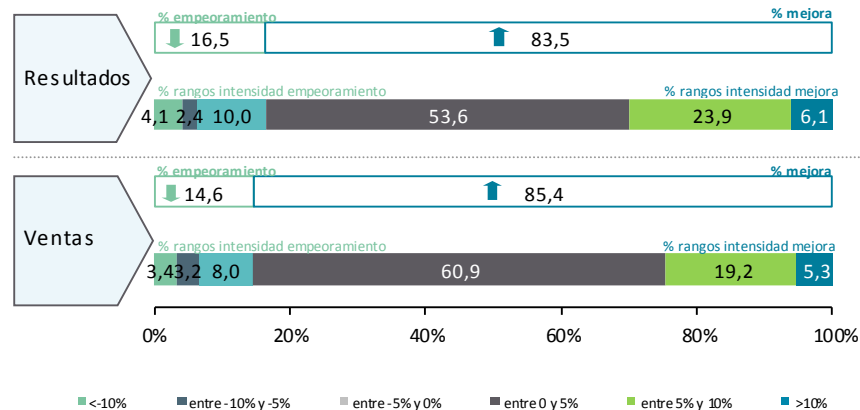


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Alojamiento hotelero

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial. EXCELTUR

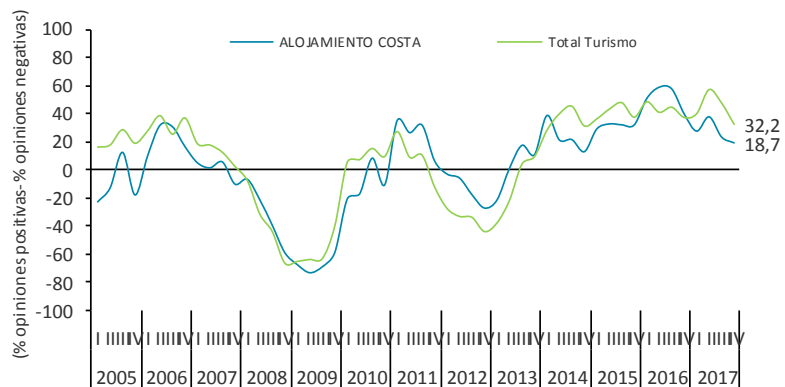


1.a. Hoteles costa

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

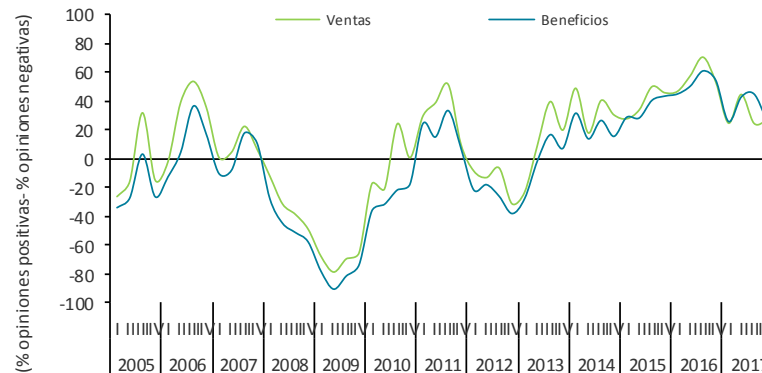
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

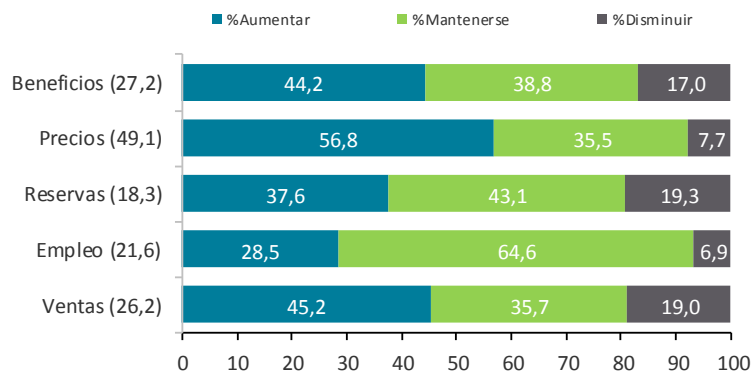


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

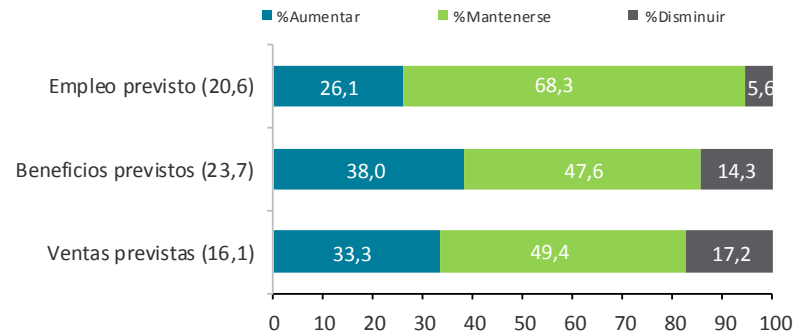
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles sobre las previsiones para el PRIMER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

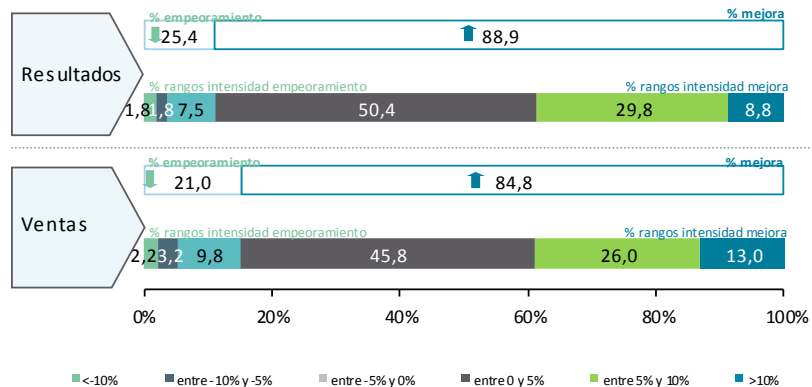
1. a. Hoteles costa

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Hoteles de costa españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

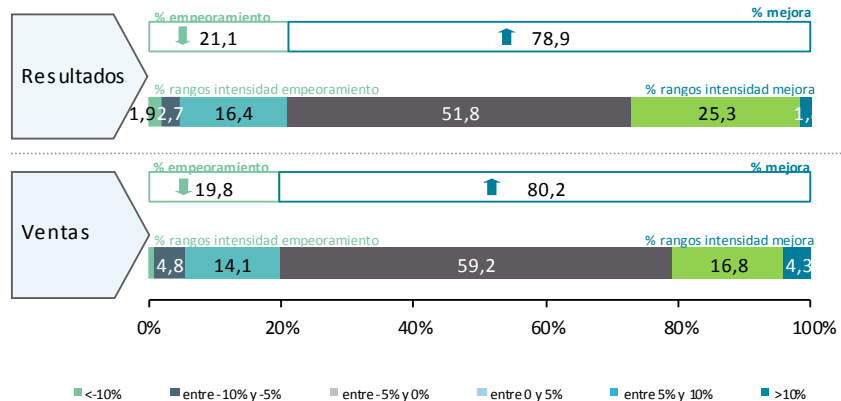


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Hoteles de costa españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



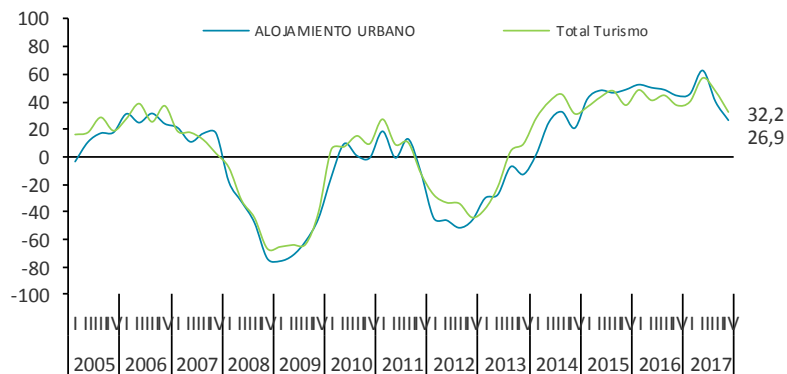
1. b. Hoteles urbanos

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

Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

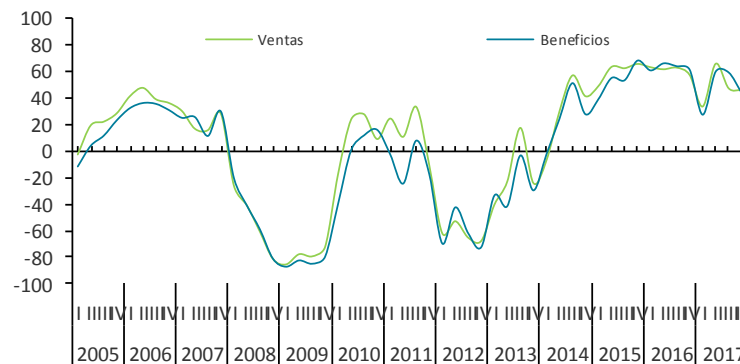
(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero. Hoteles Urbanos.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas-% opiniones negativas)



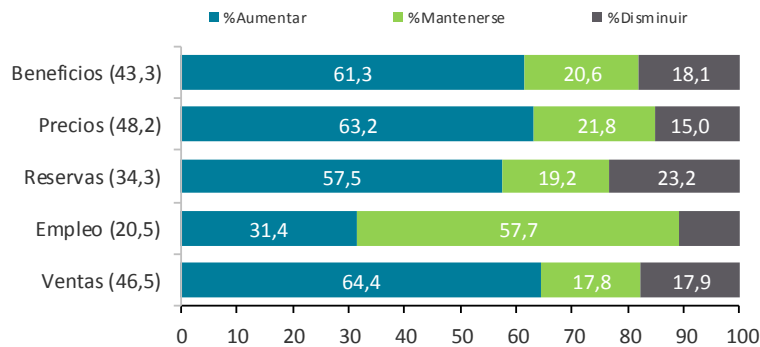
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles

CUARTO trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR

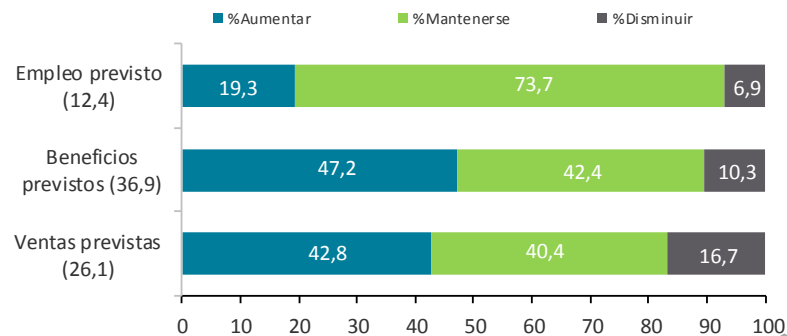


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas .

Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.

Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

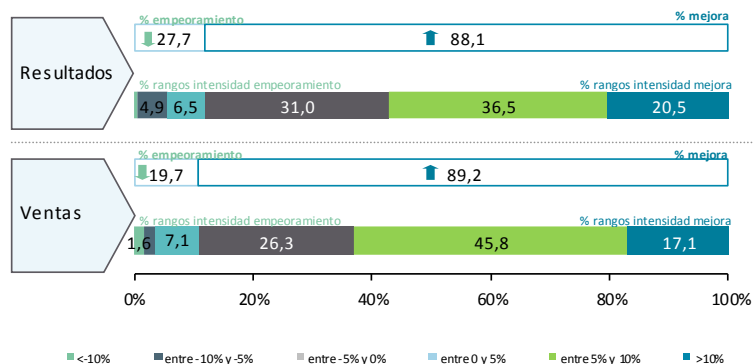
1.b. Hoteles urbanos

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

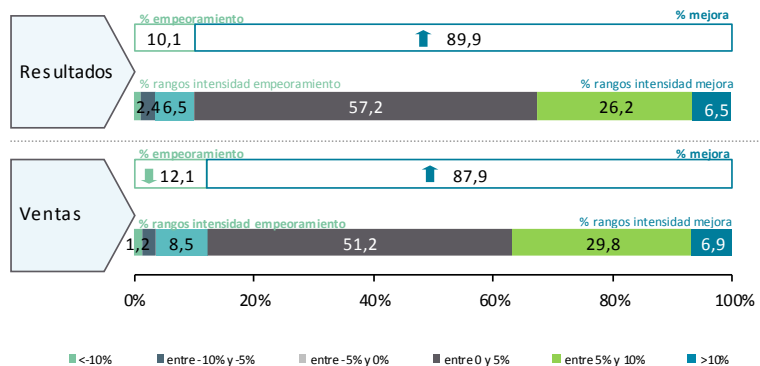


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

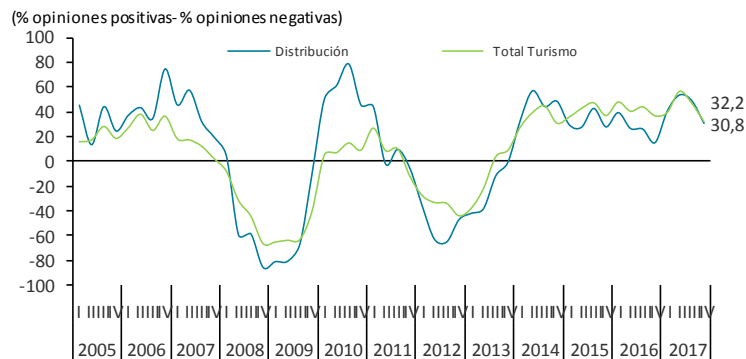


2. Grandes grupos de Agencias de viajes y Touroperadores

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

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

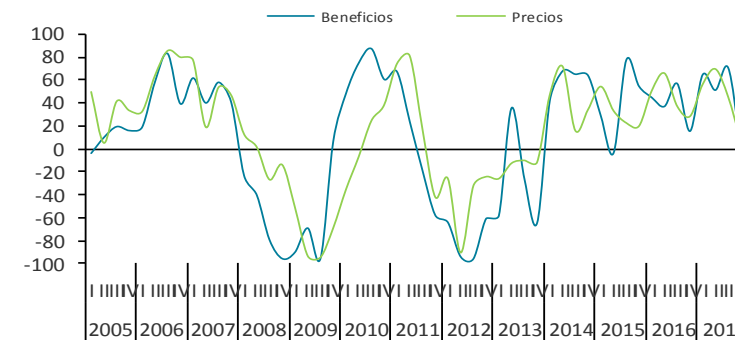
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial (*) AA.VV y Touroperadores españoles

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

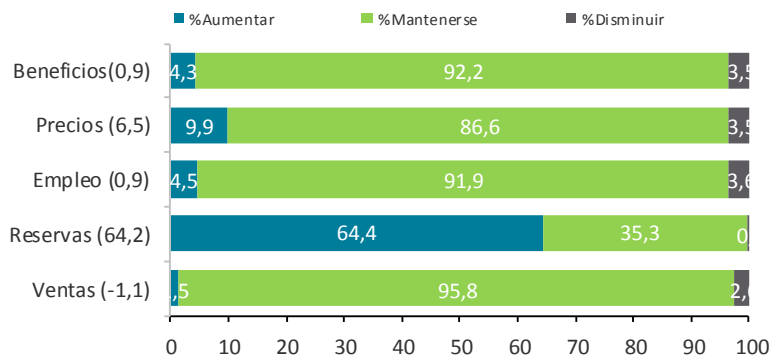


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

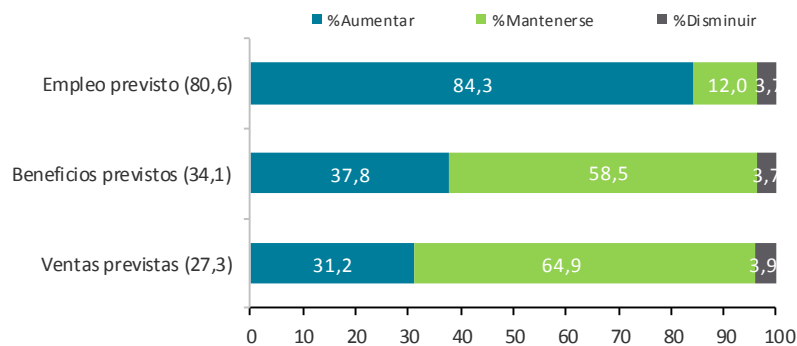
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales (*) de AA.VV. y Touroperadores españoles Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

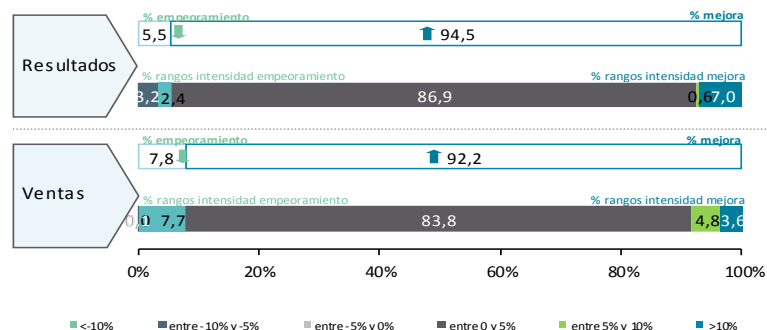
2. Grandes grupos de Agencias de viaje y Touroperadores

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. AAVV y Touroperadores españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

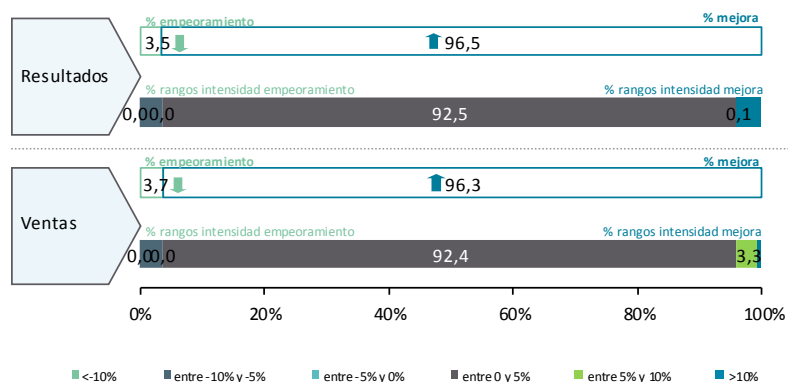


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. AAVV y Touroperadores españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



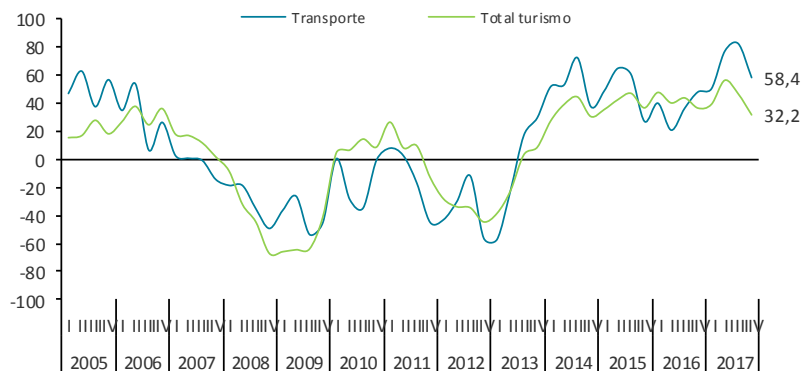
3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

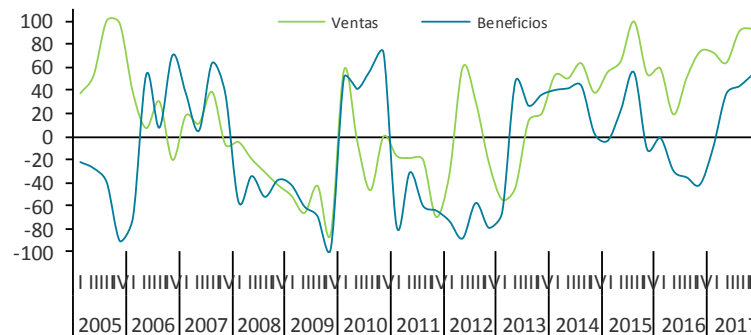
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*) Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)

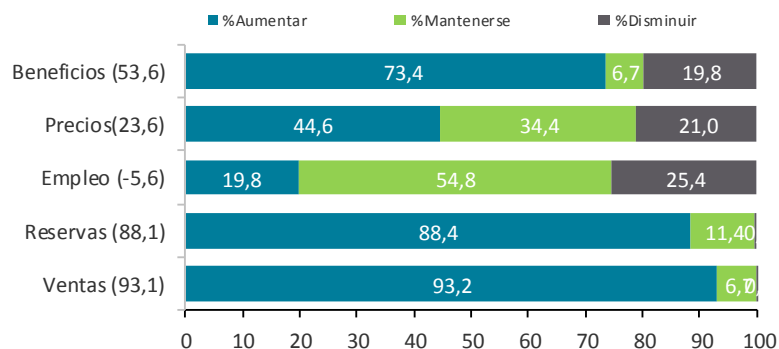


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE CUARTO trimestre de 2017

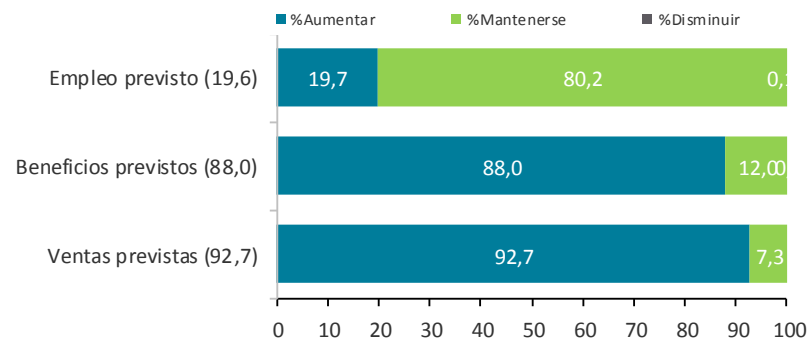
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

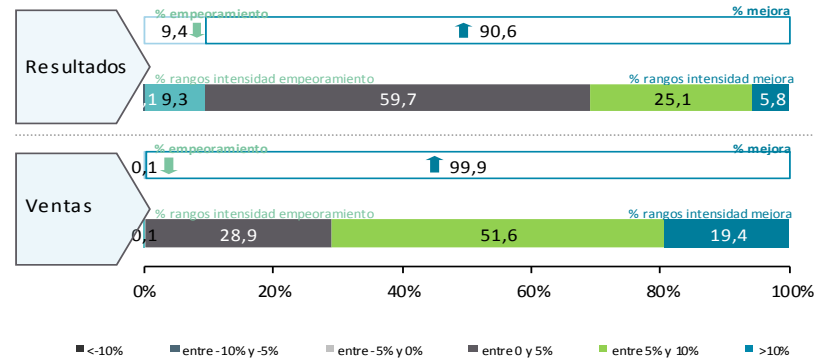
3. Empresas de Transporte de pasajeros

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Empresas de transporte

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

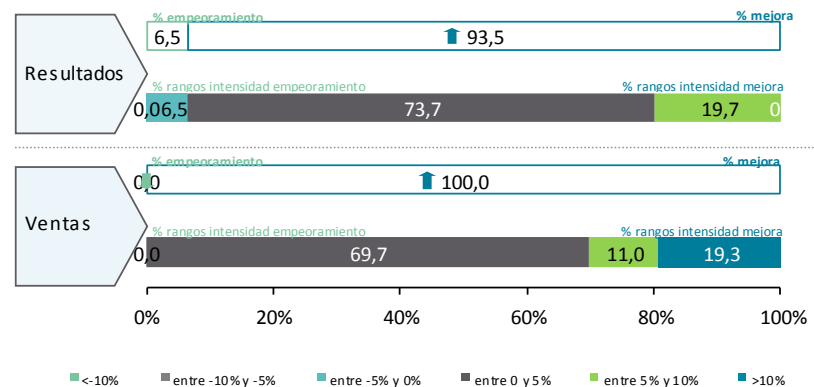


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Empresas de transporte

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



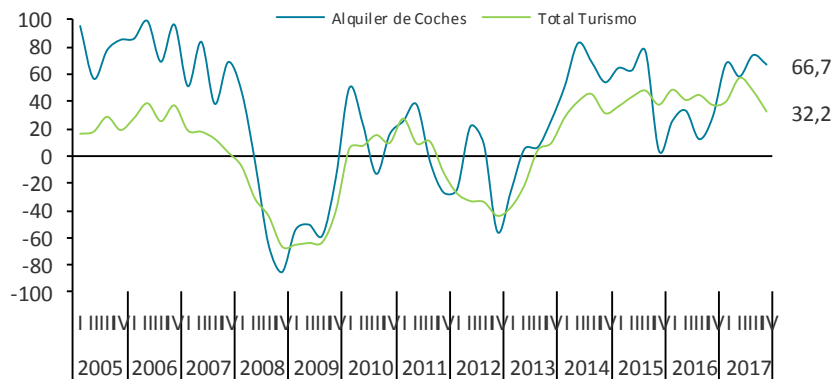
3. a. Empresas de alquiler de coches

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

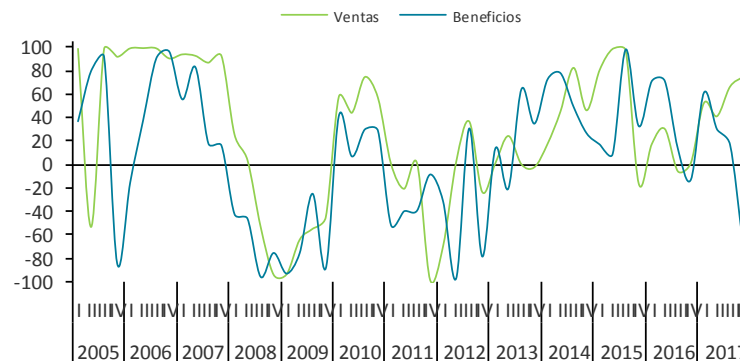
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*). Empresas alquiler de coches.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



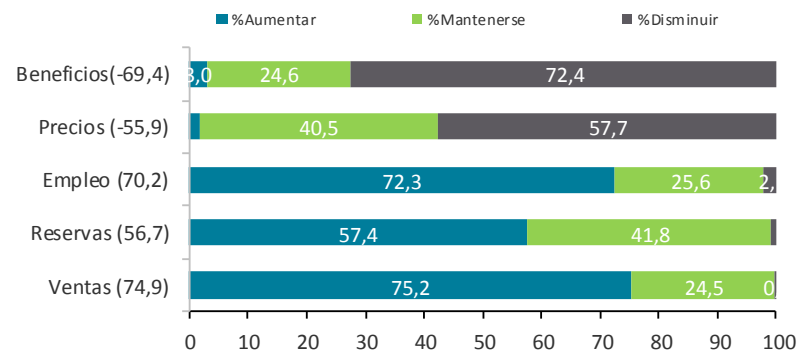
(* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches

CUARTO Trimestre de 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR

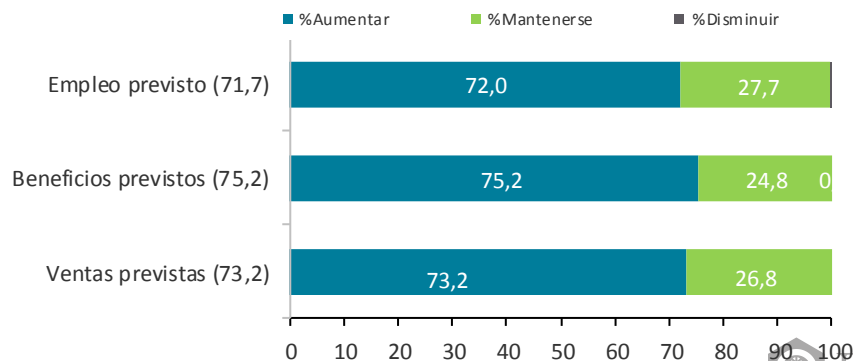


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches

Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

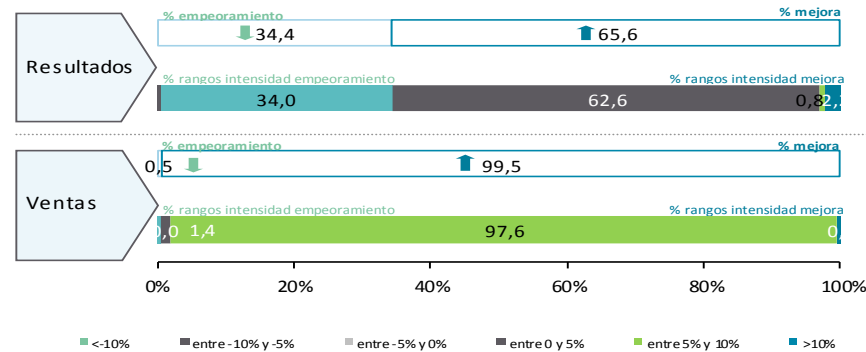
3.a. Empresa de alquiler de coches

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

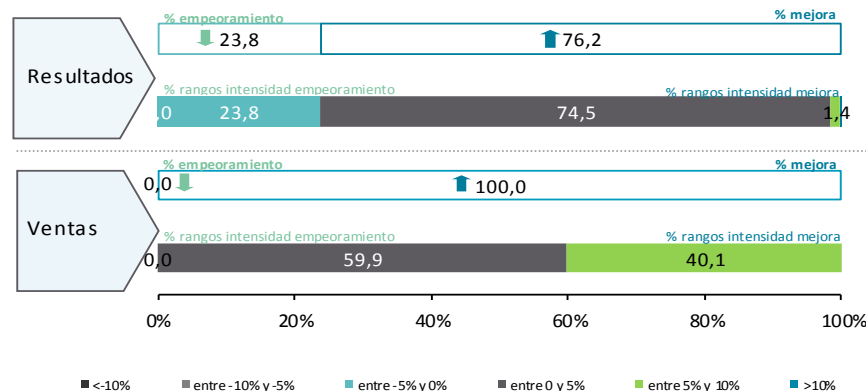


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

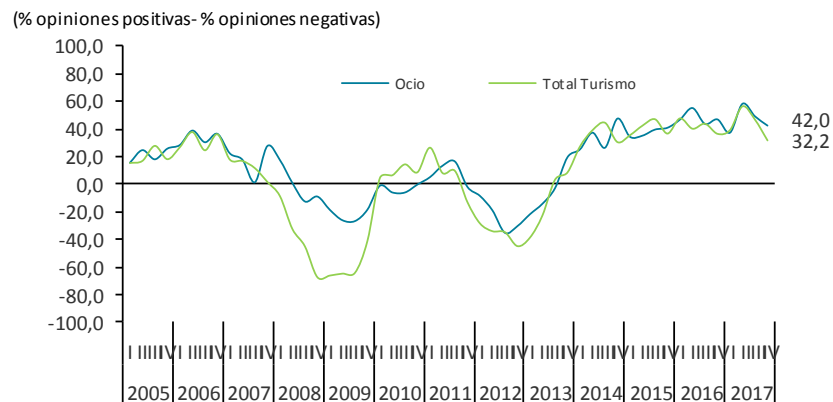


4. Empresas y equipamientos de ocio

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

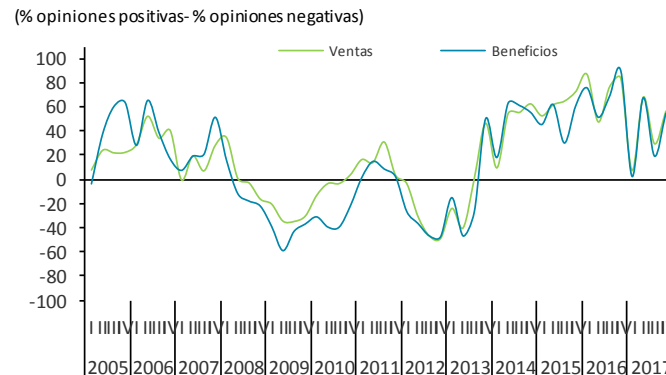
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

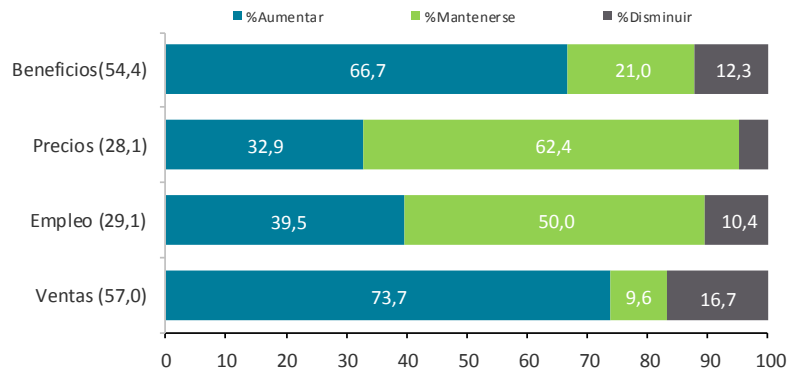


(* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

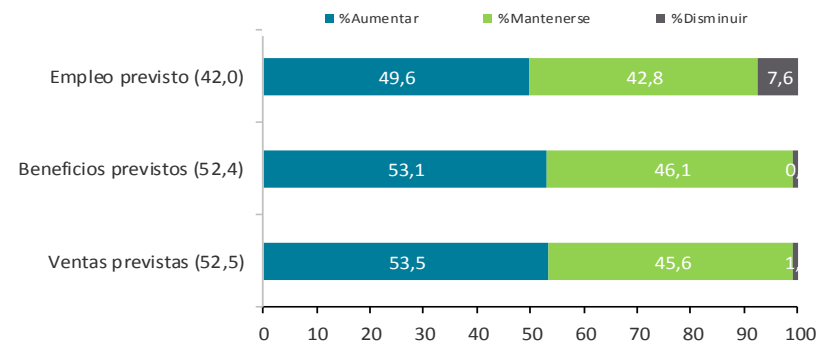
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

**Opinión empresarial de las Empresas y equipamientos de ocio.
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

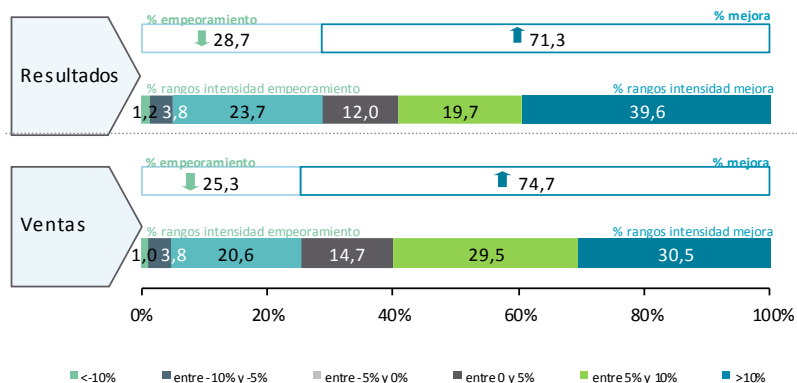
4. Empresas y equipamientos de ocio

C. Balance de 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Actividades de ocio

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

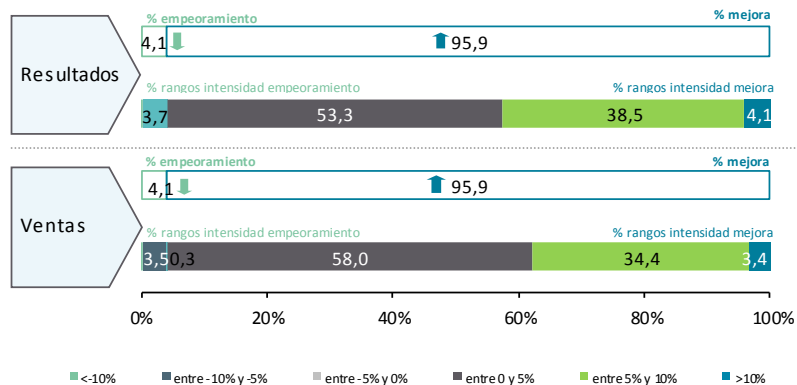


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Actividades de ocio

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

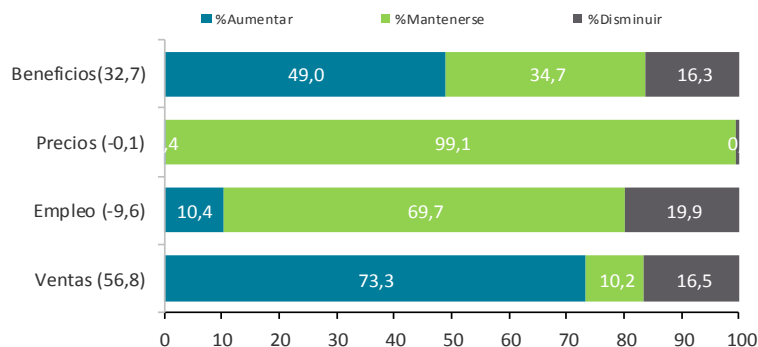


4.a. Museos y monumentos

IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

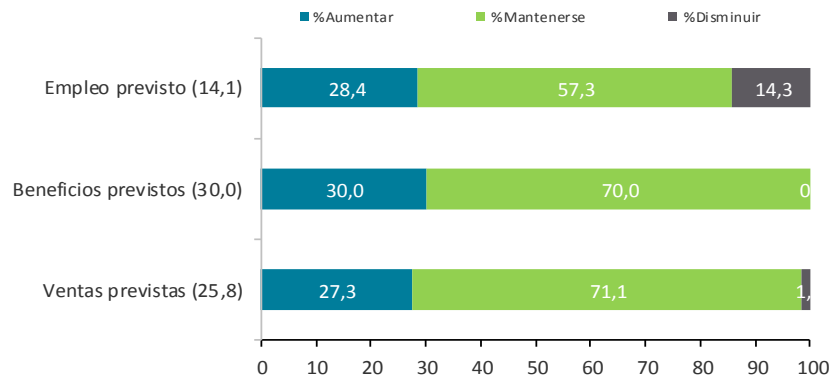
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



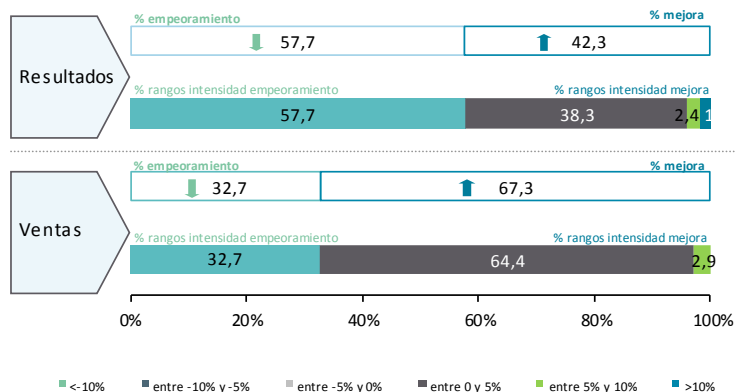
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Balace de 2017 y previsiones para 2018

Opiniones empresariales cierre 2017. Museos y monumentos.

Var interanual % en resultados y ventas

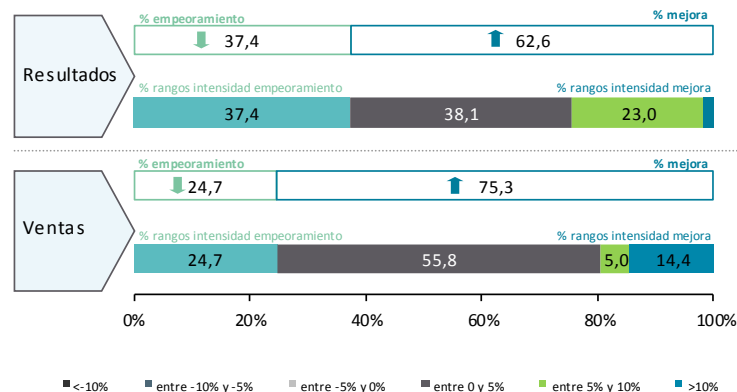
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2018. Museos y monumentos.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

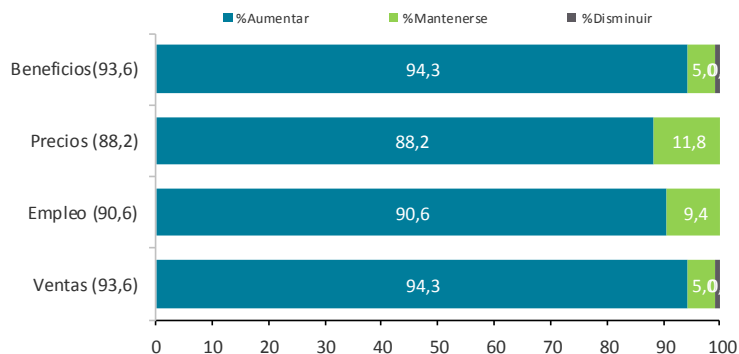


4.b. Parques de ocio

IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

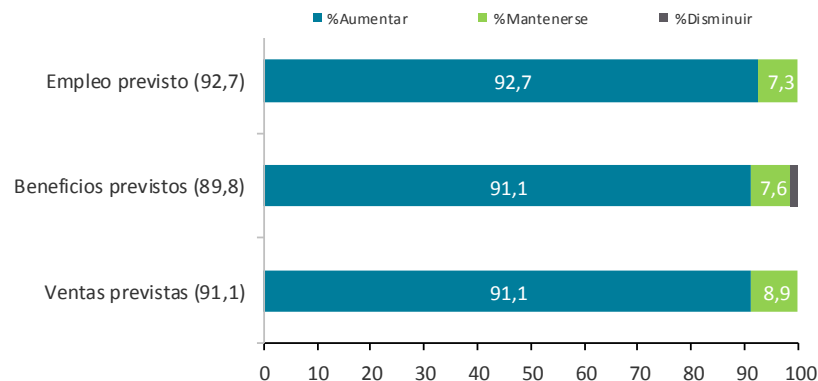
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de los Parques de ocio.
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



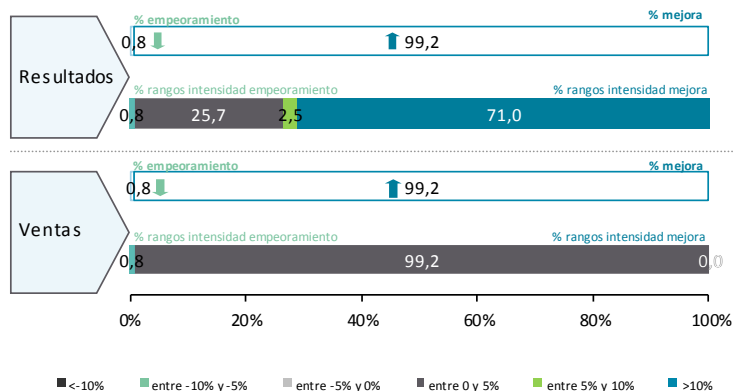
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Balace de 2017 y previsiones para 2018

Opiniones empresariales cierre 2017. Parques de ocio.

Var interanual % en resultados y ventas

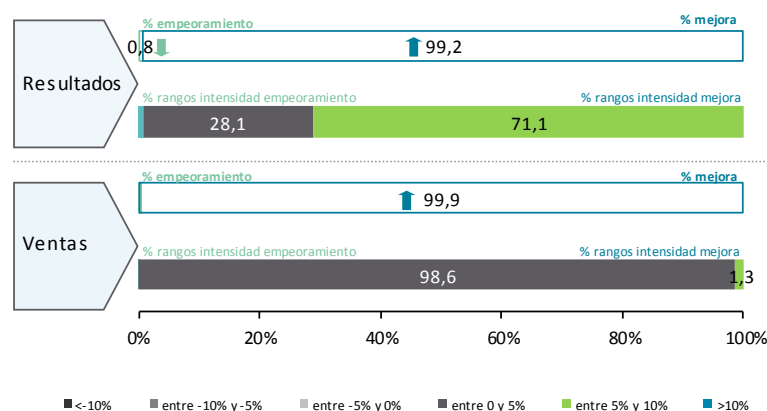
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2018. Parques de ocio.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

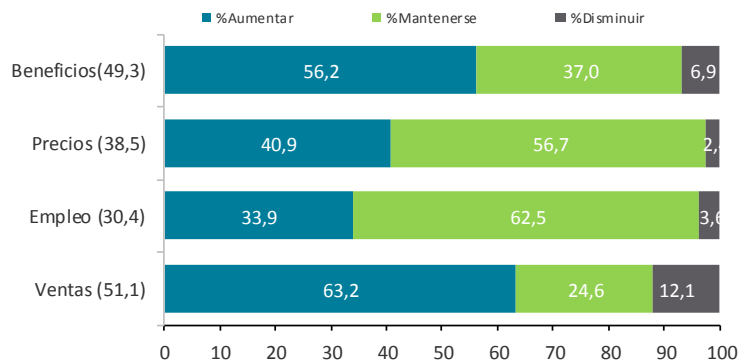


4.c. Campos de golf

IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

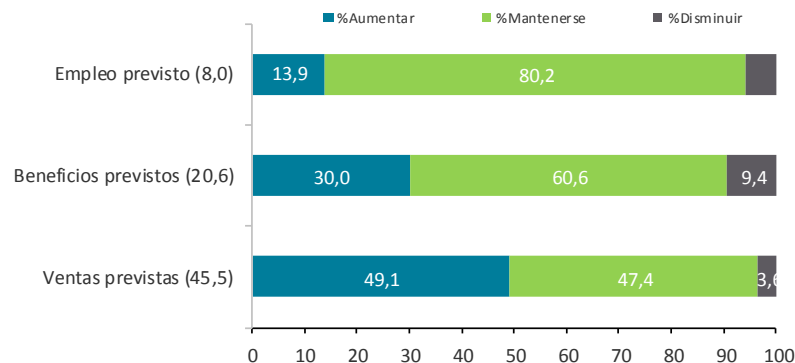


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opiniones empresariales de los Campos de golf.

Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



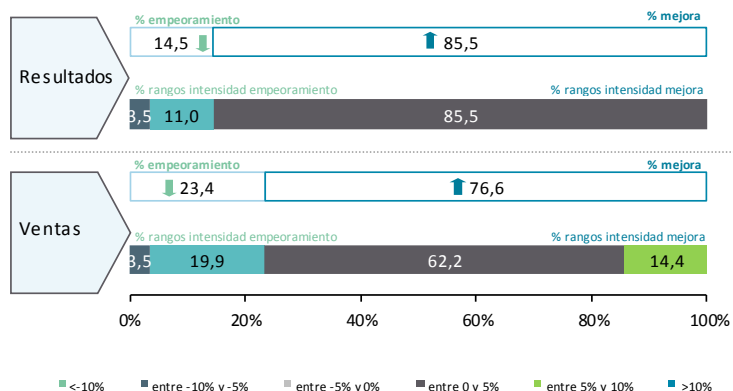
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Balace de 2017 y previsiones para 2018

Opiniones empresariales cierre 2017. Campos de golf.

Var interanual % en resultados y ventas

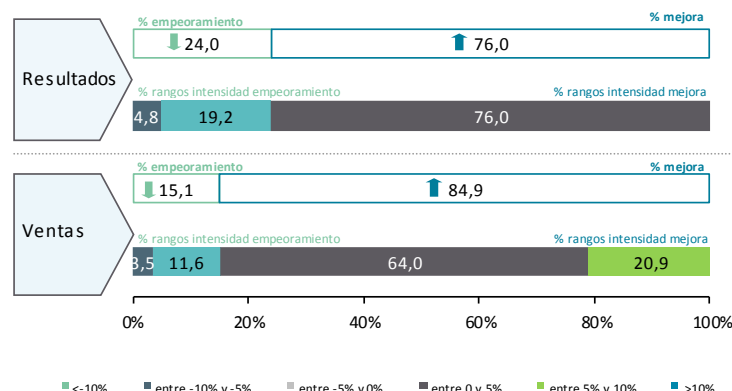
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2018. Campos de golf.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

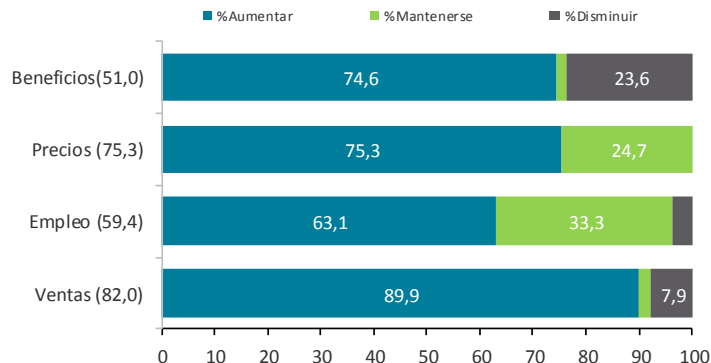


4.d. Estaciones de esquí

IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí.
 CUARTO trimestre de 2017.

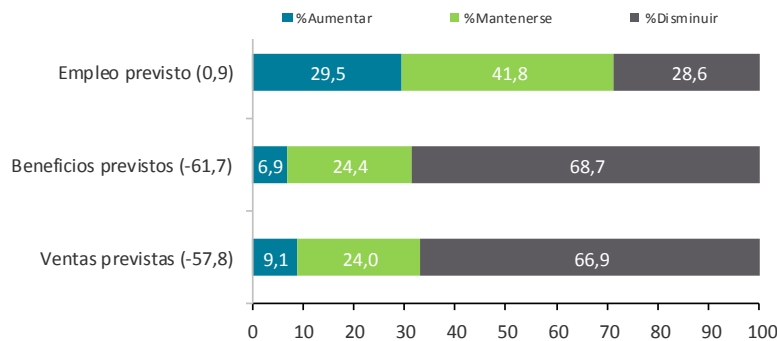
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí.
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

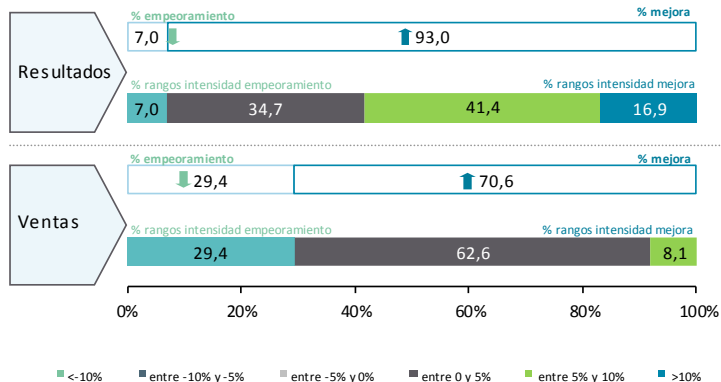


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Balace de 2016 y previsiones para 2017

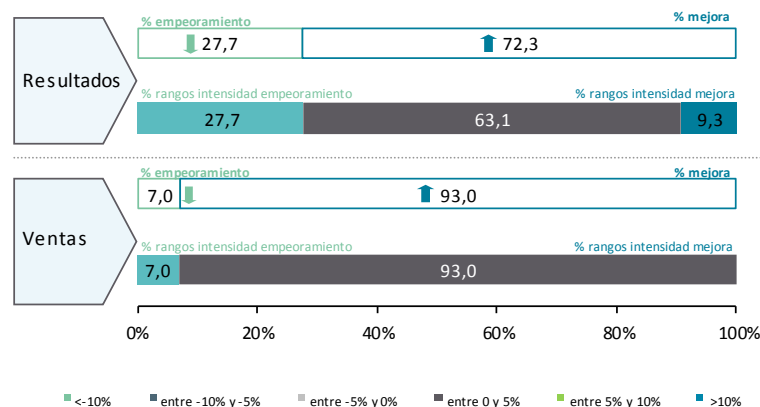
Opiniones empresariales cierre 2017. Estaciones de montaña y esquí.
 Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2018. Estaciones de montaña y esquí.
 Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Anexo estadístico.
Resultados detallados por
Comunidades Autónomas

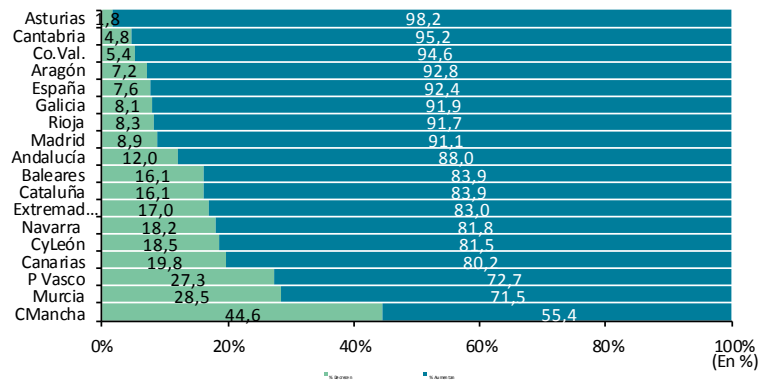
Resumen por comunidades autónomas. Balance 2017.

A. Ventas

Opiniones empresariales a cierre de año sobre los resultados

Var % en ventas 2017/2016

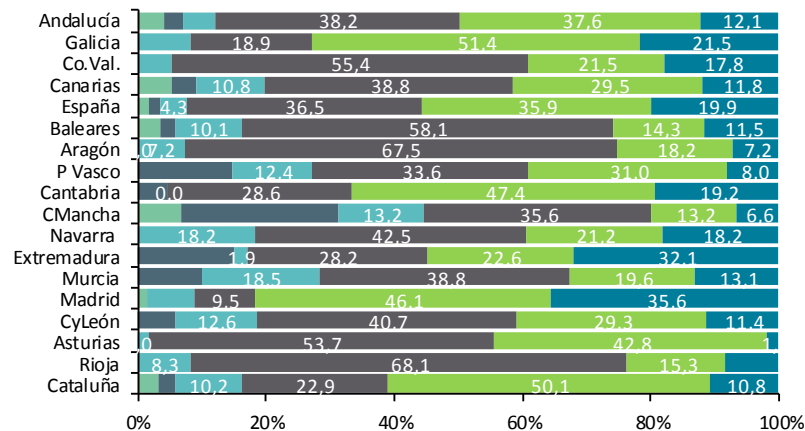
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



Opiniones empresariales a cierre de año sobre las ventas

Var % en Ventas 2017/2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

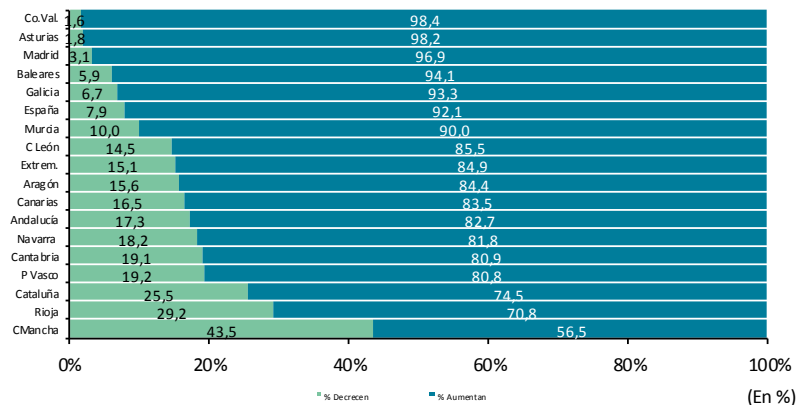


B. Beneficios

Opiniones empresariales a cierre de año sobre los resultados

Var % en Resultados 2017/2016

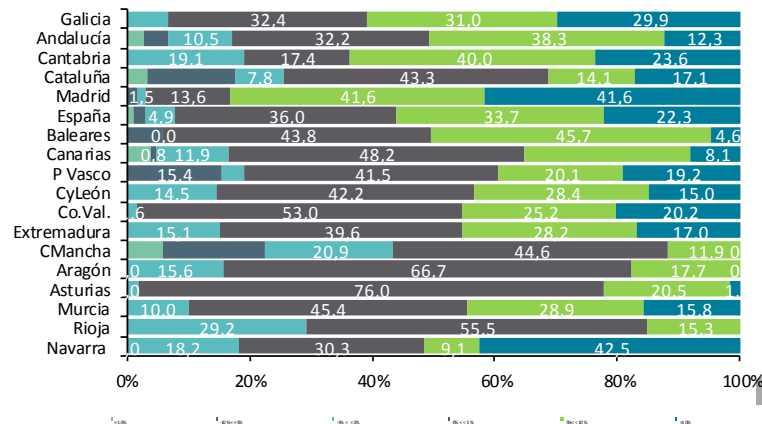
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



Opiniones empresariales a cierre de año sobre los resultados

Var % en Resultados 2017/2016

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



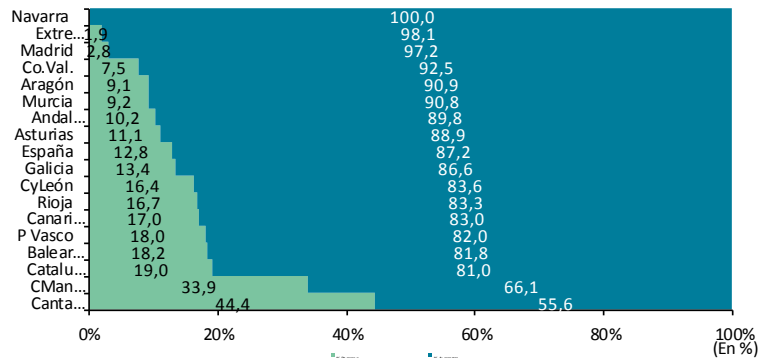
Resumen por comunidades autónomas. Previsiones 2018.

A. Ventas

Perspectivas empresariales para 2018

Var % en ventas 2018/2017

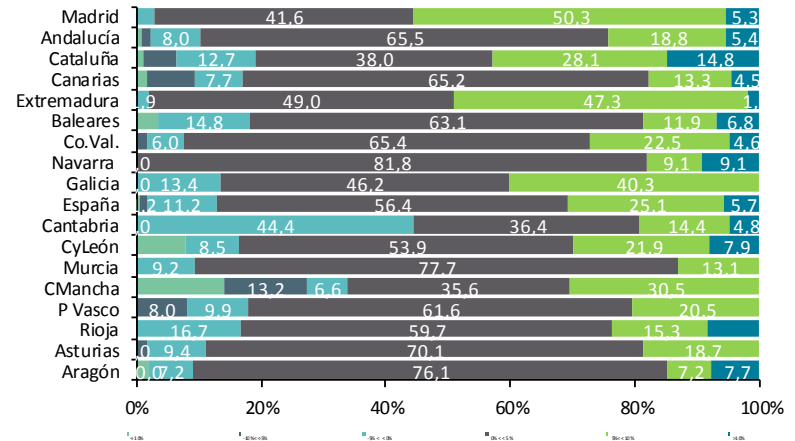
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



Perspectivas empresariales para el año 2018

Var % en ventas 2018/2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

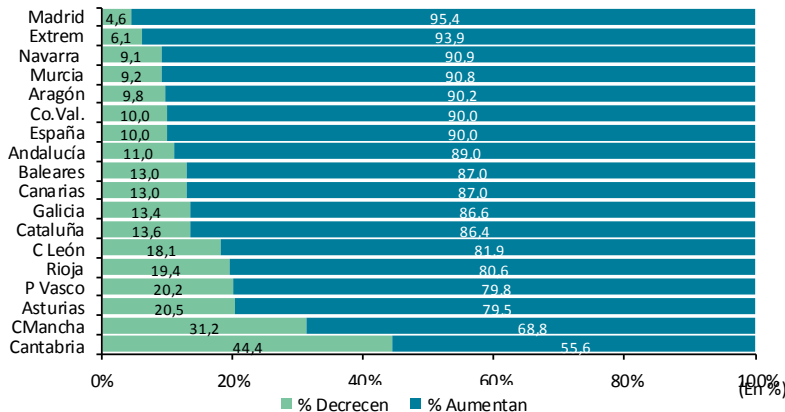


B. Beneficios

Perspectivas empresariales para el año 2018

Var % en resultados 2018/2017

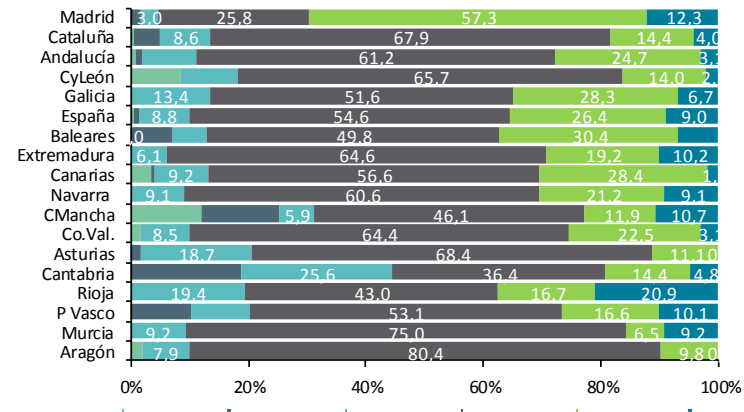
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



Perspectivas empresariales para el año 2018

Var % en resultados 2018/2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

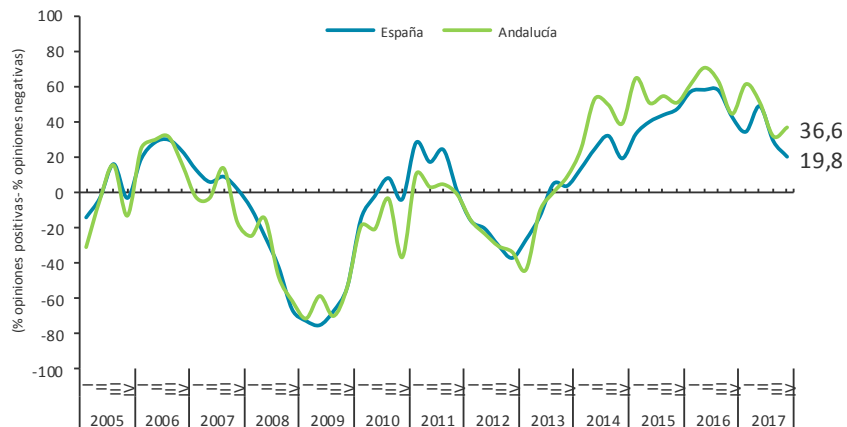


1. Andalucía

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

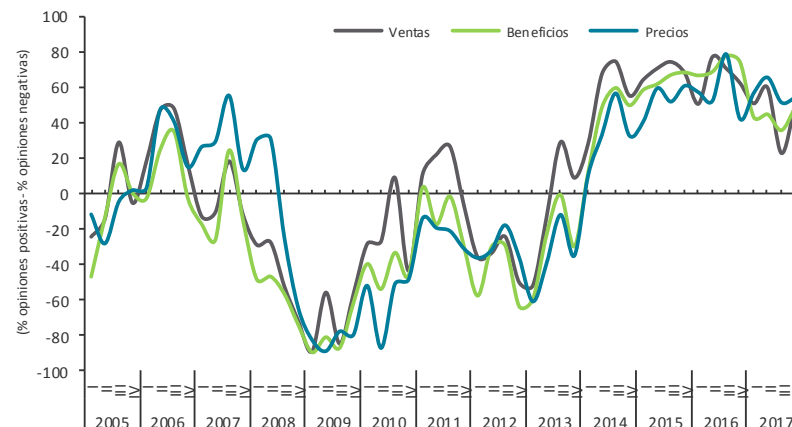
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Andalucía.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero.

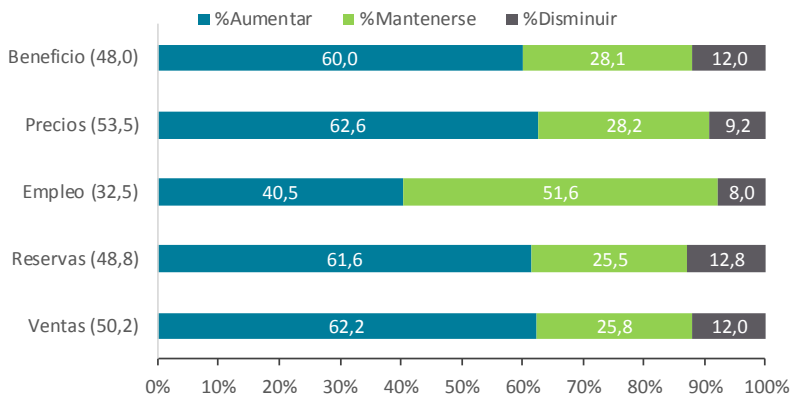
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

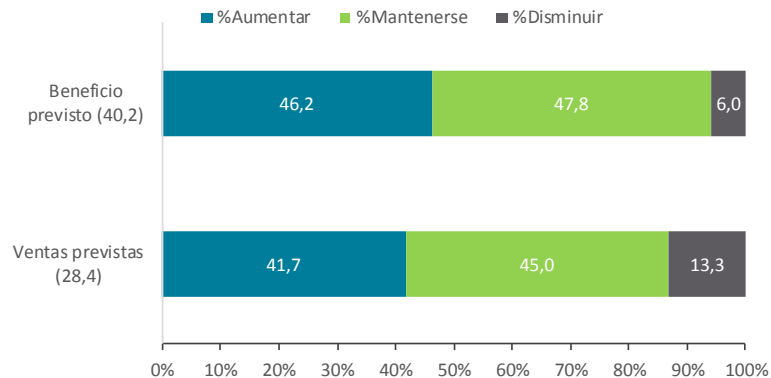
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento.
Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

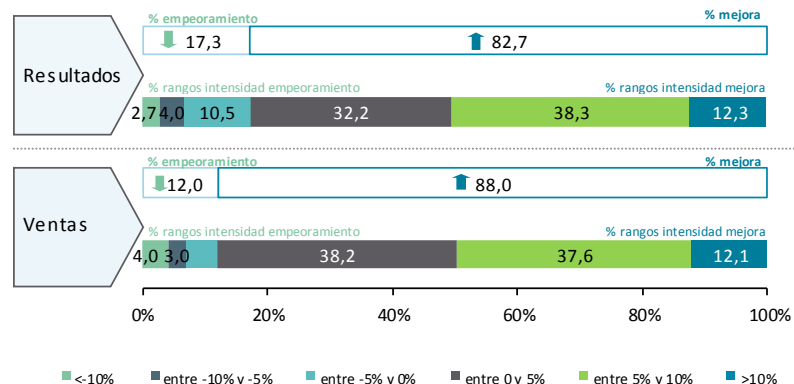
1. Andalucía

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Andalucía. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

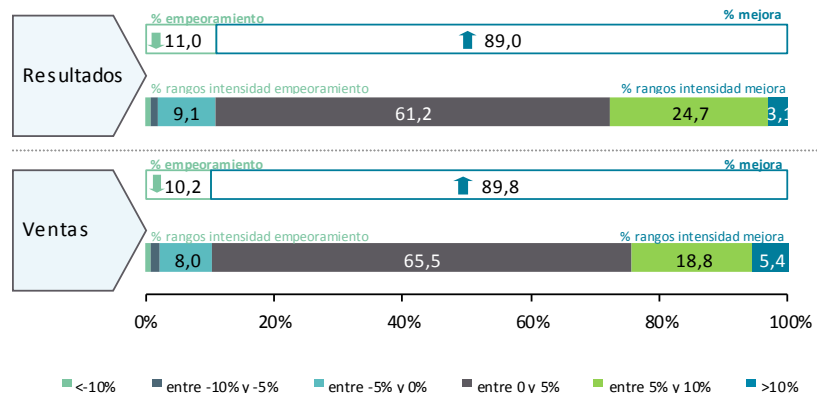


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Andalucía. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

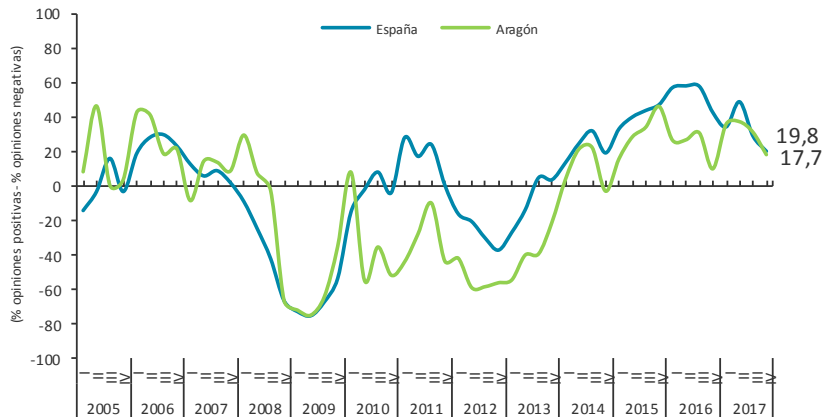


2. Aragón

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

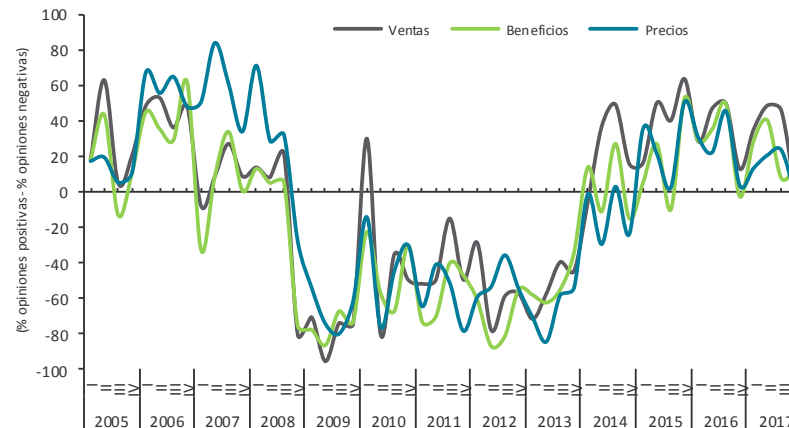
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

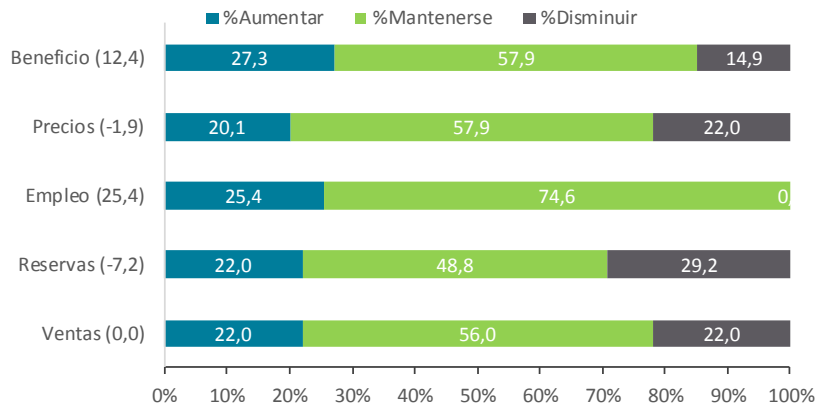


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

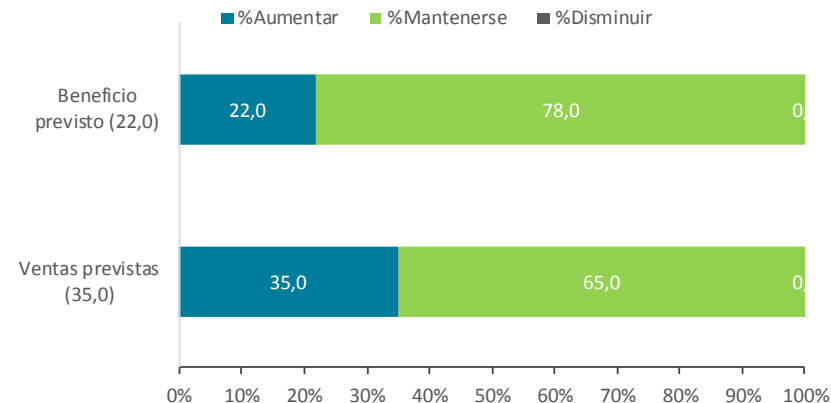


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

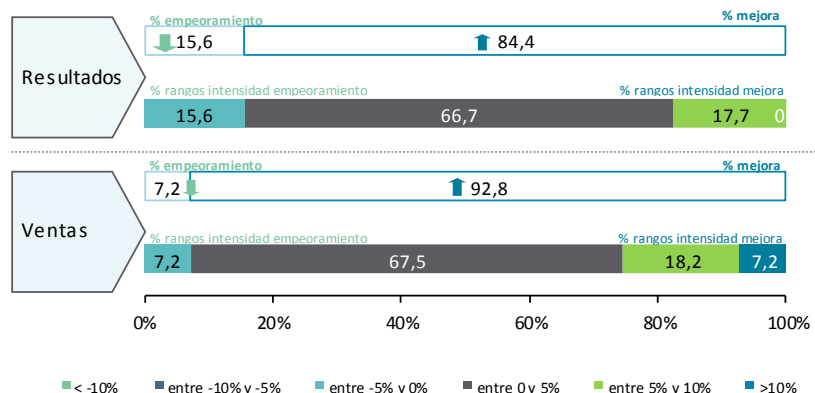
2. Aragón

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

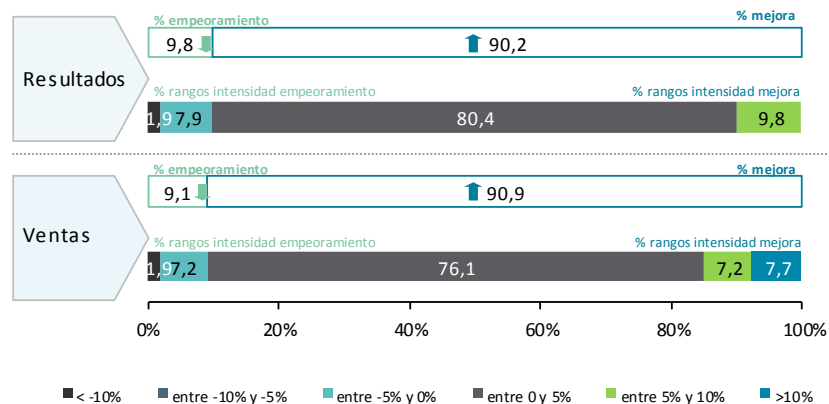


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

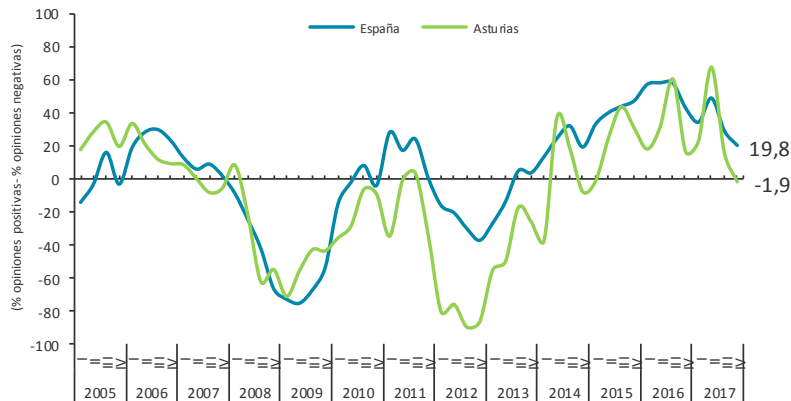


3. Asturias

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

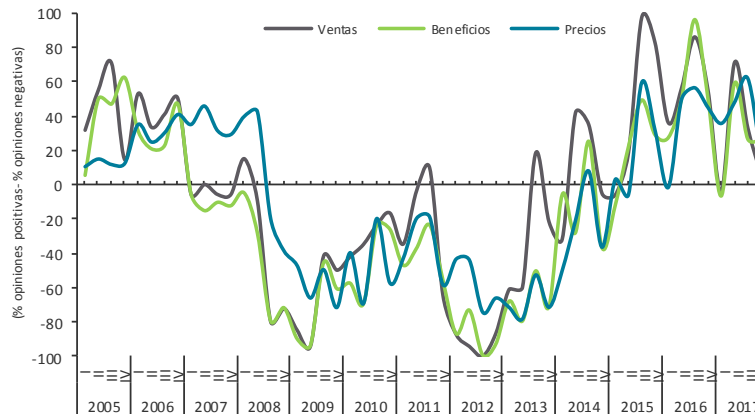
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Asturias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

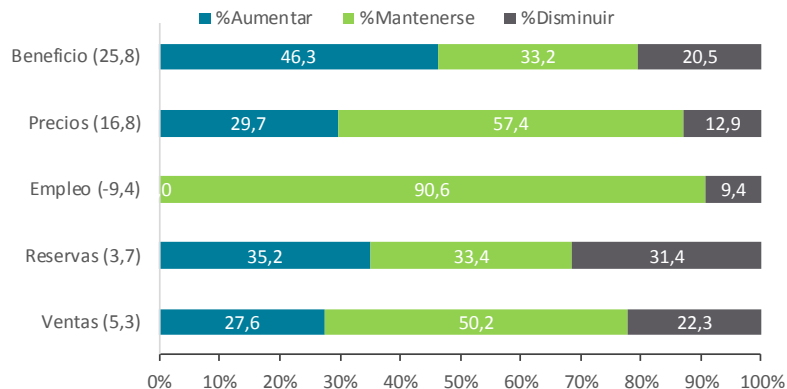


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

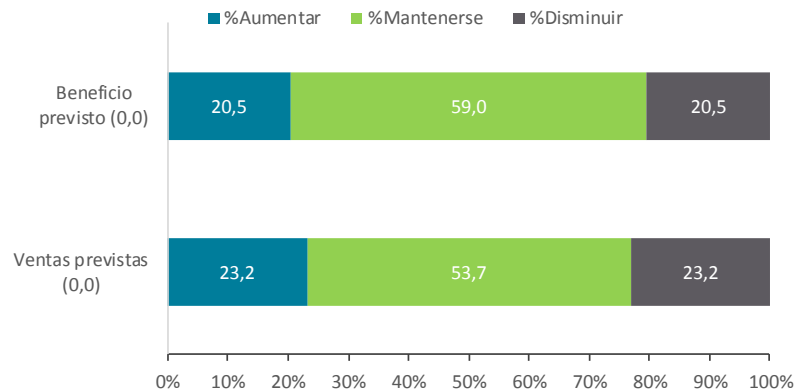


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

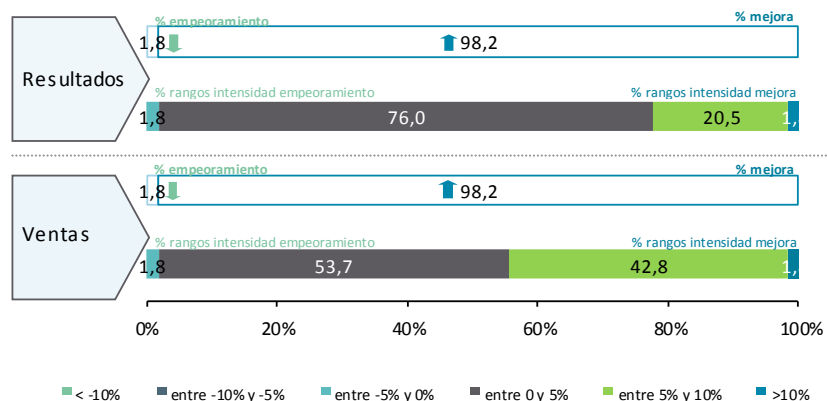
3. Asturias

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

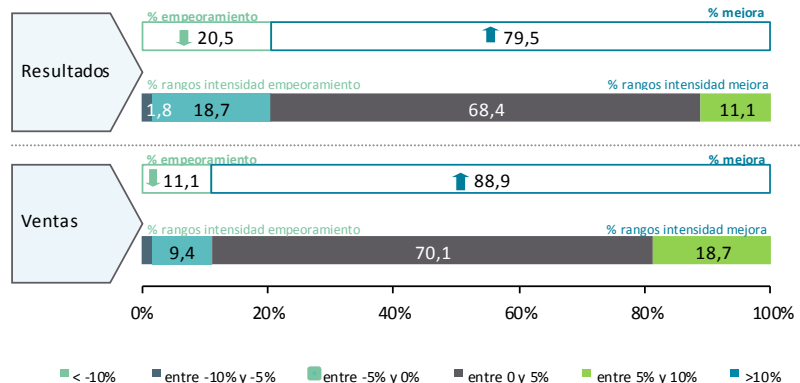


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

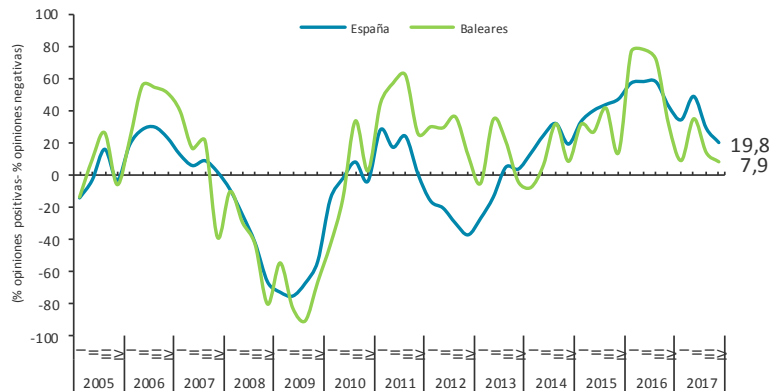


4. Baleares

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

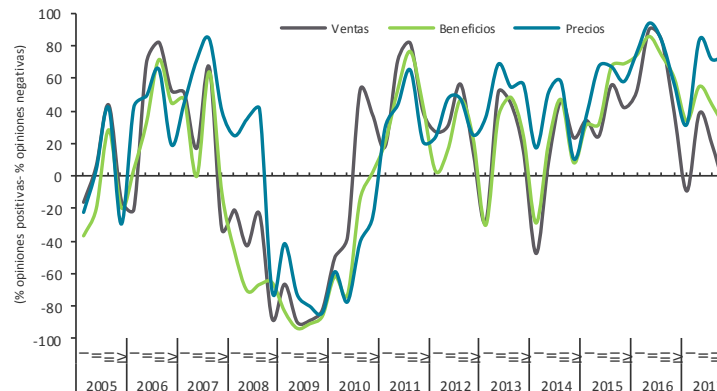
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Baleares.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

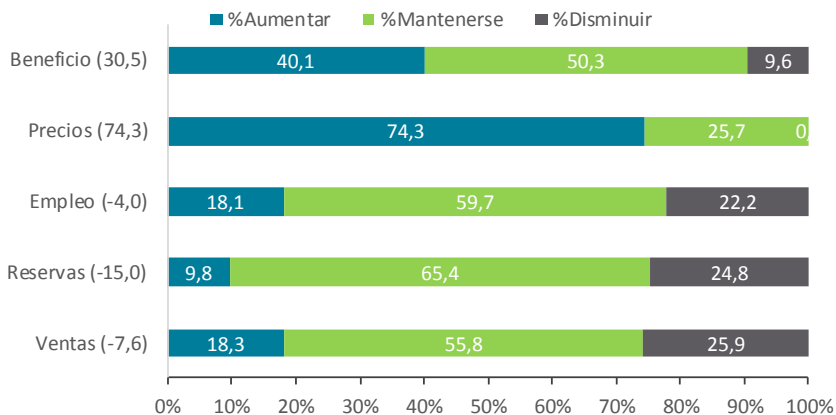


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

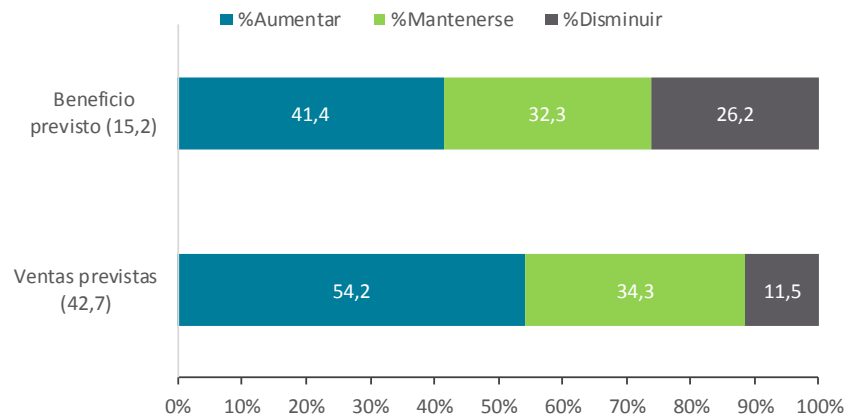


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

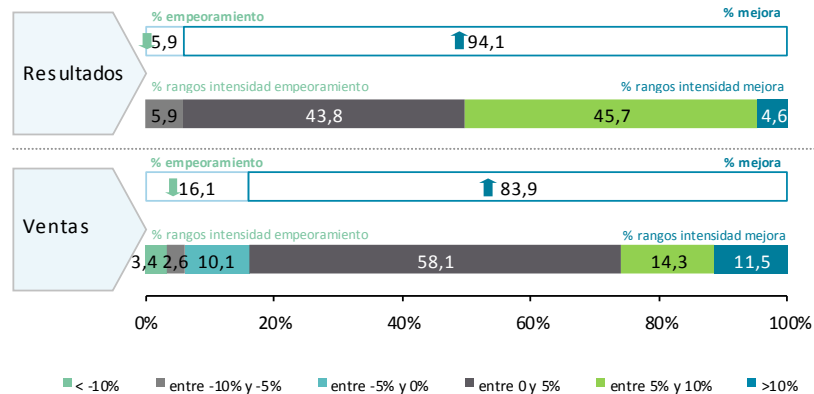
4. Baleares

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

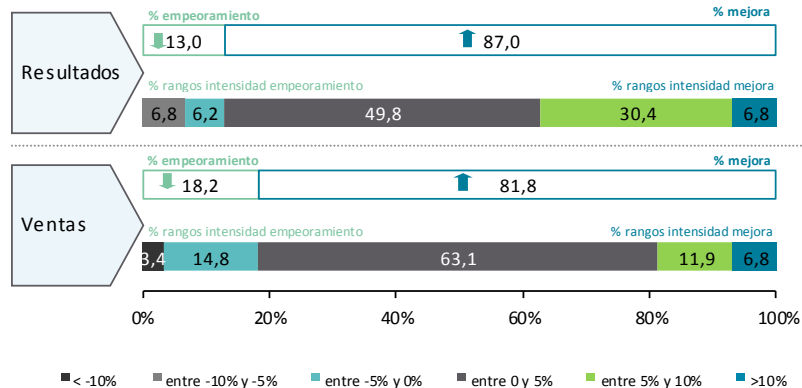


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

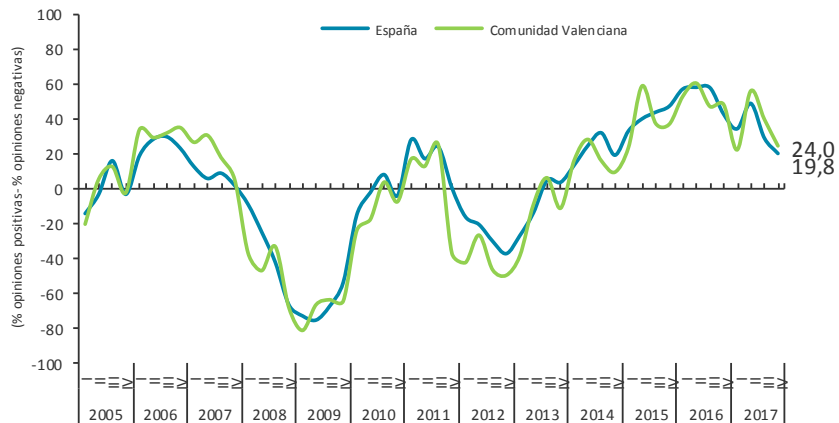


5. Comunidad Valenciana

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

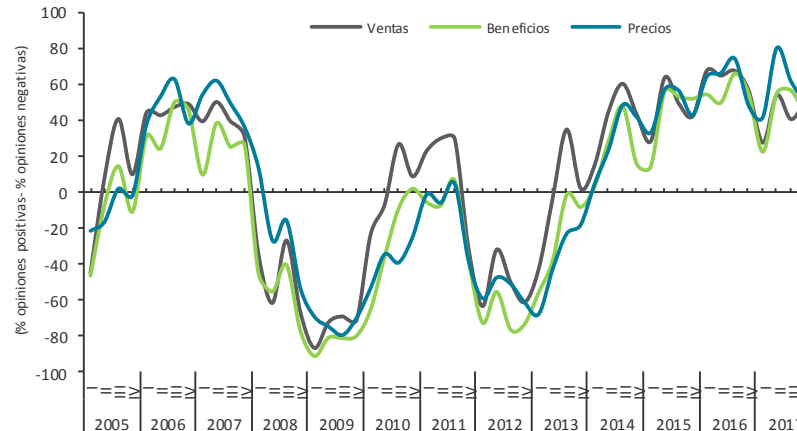
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

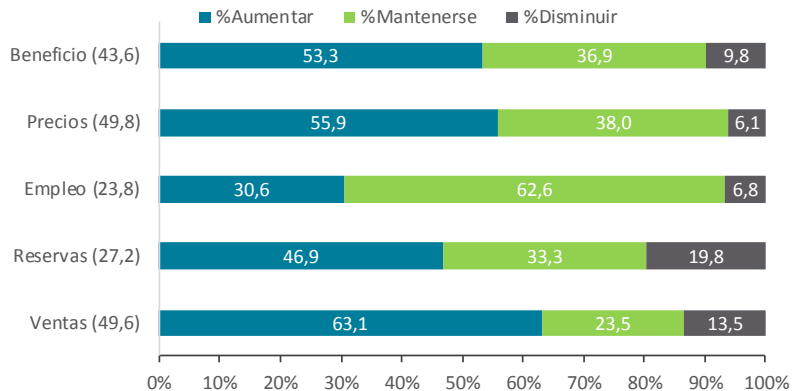
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. IV Trimestre 2017 v previsiones para el I Trimestre de 2018

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

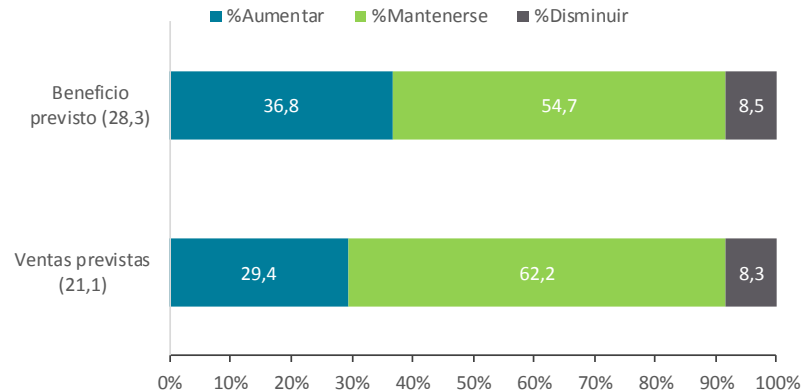
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

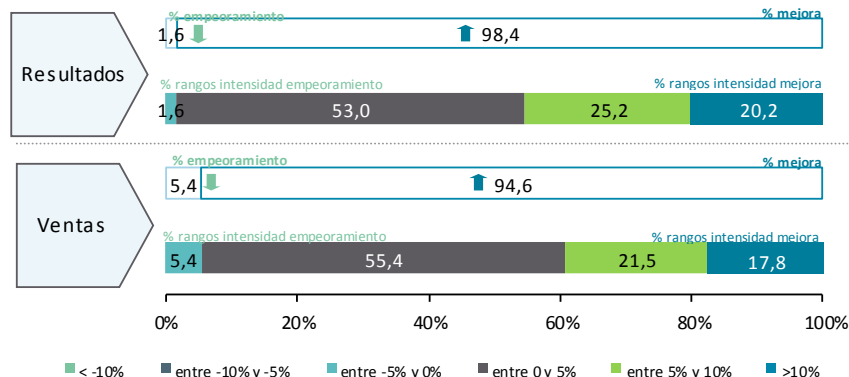
5. Comunidad Valenciana

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

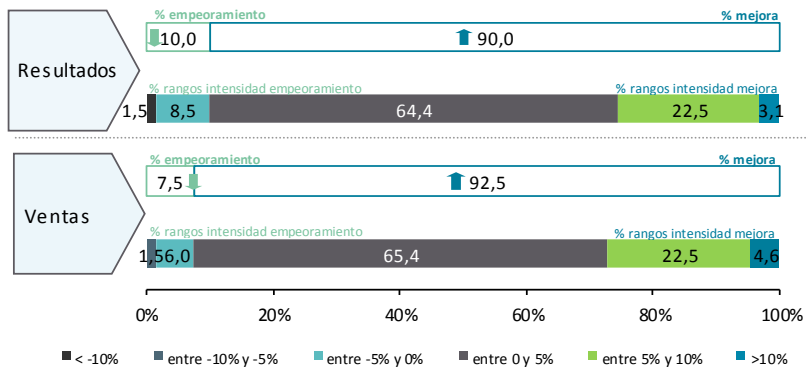


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

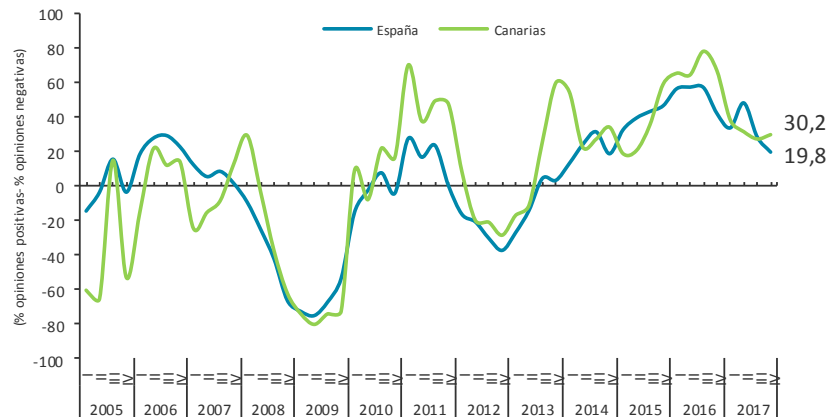


6. Canarias

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

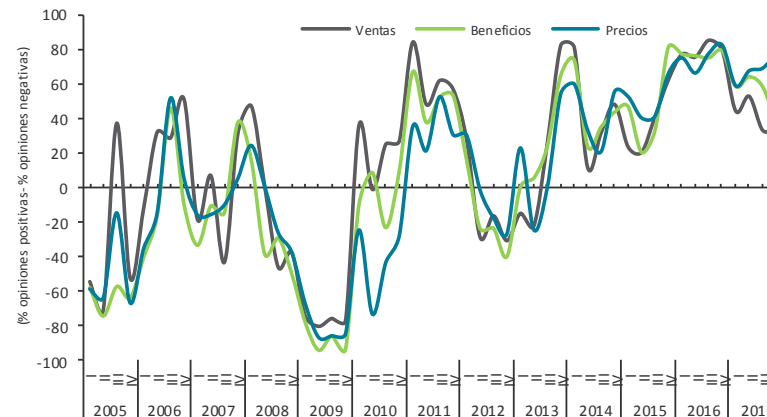
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Canarias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

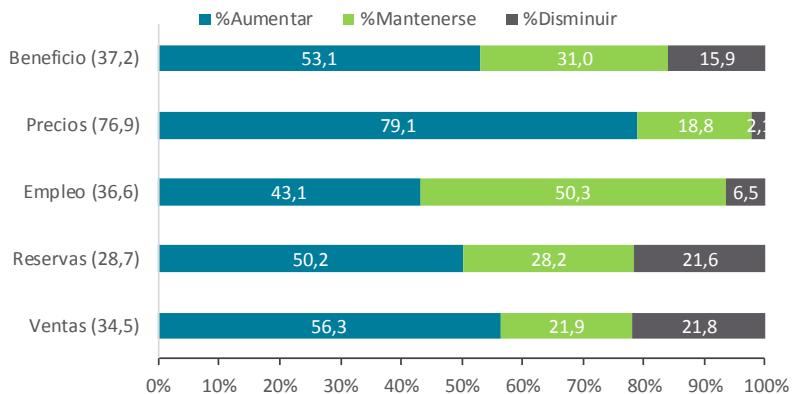


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

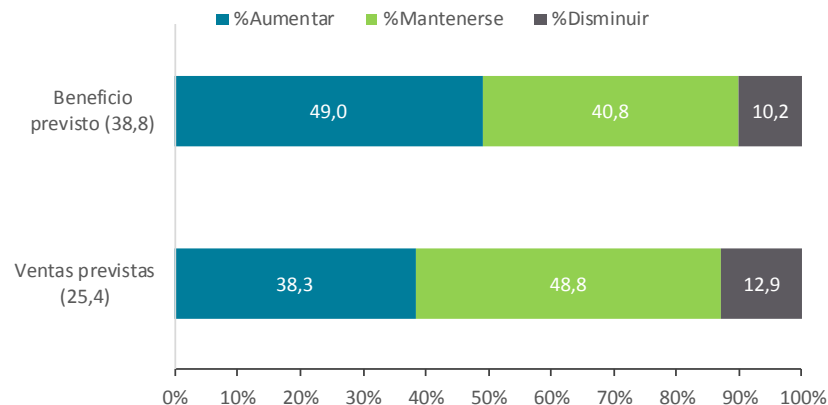


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

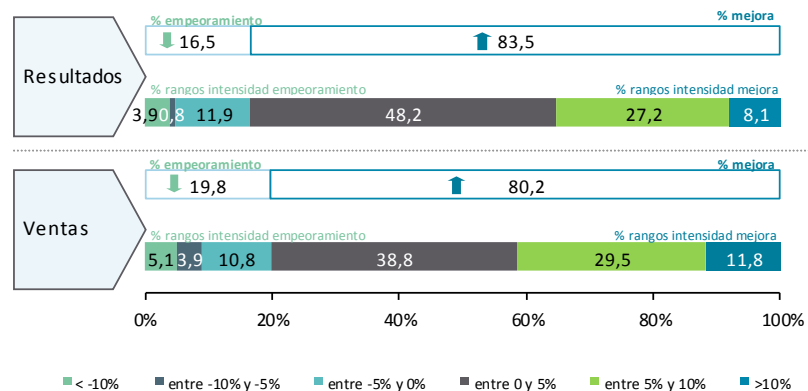
6. Canarias

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

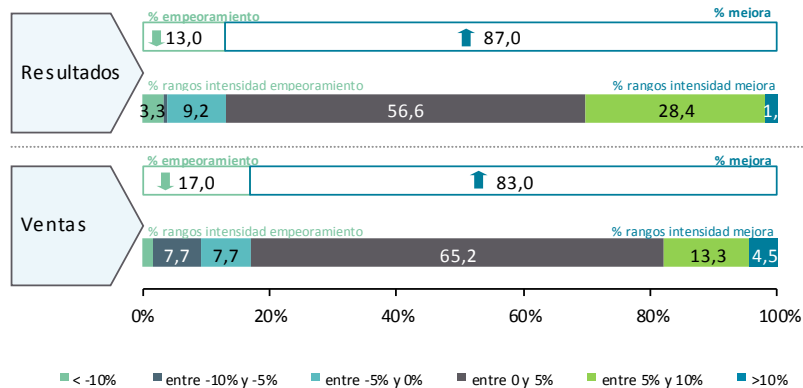


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

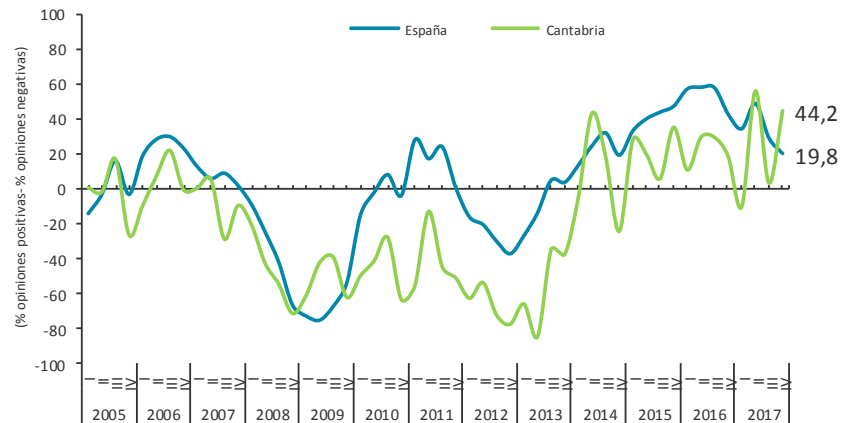


7. Cantabria

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

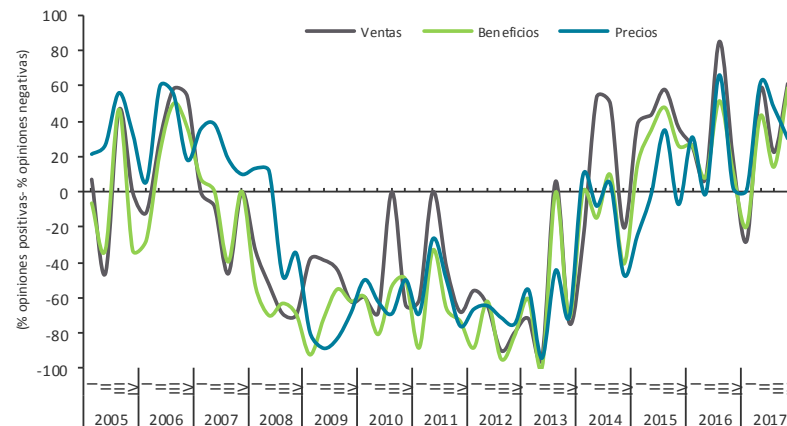
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cantabria(*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

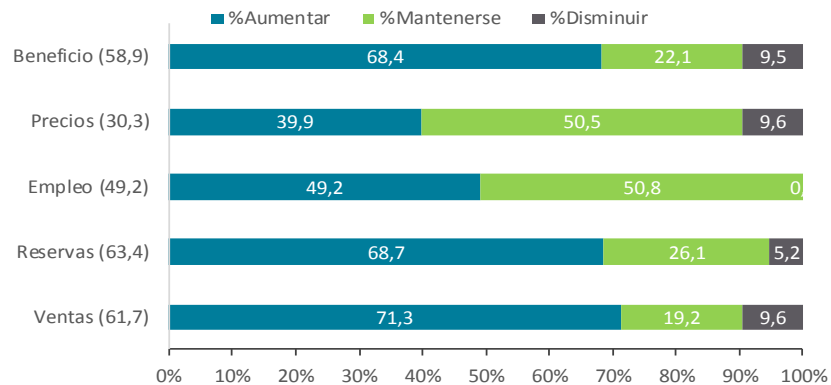


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

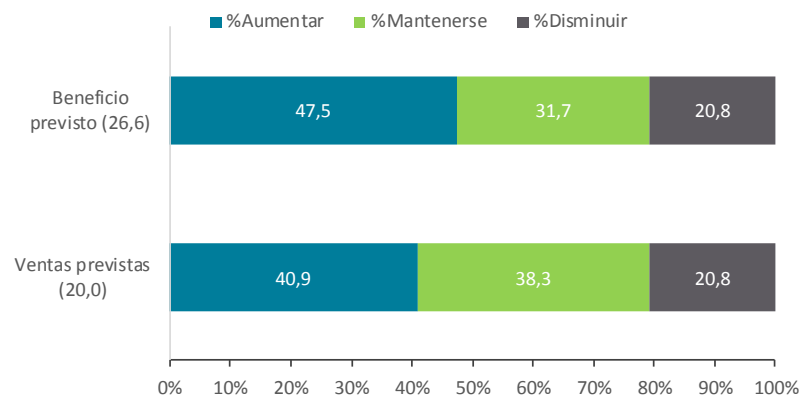


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

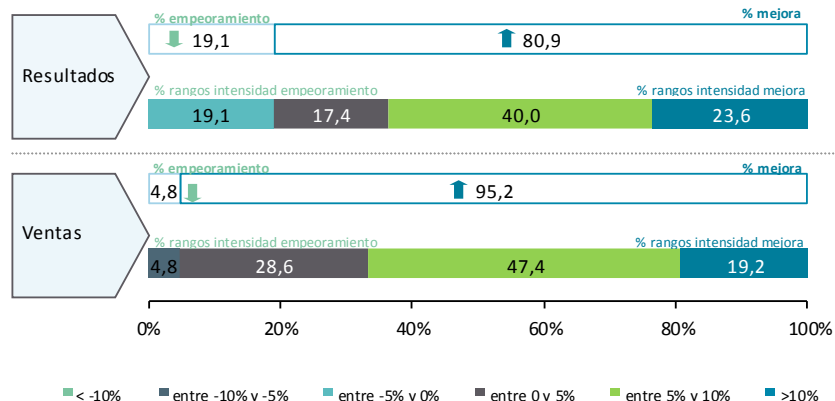
7.Cantabria

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

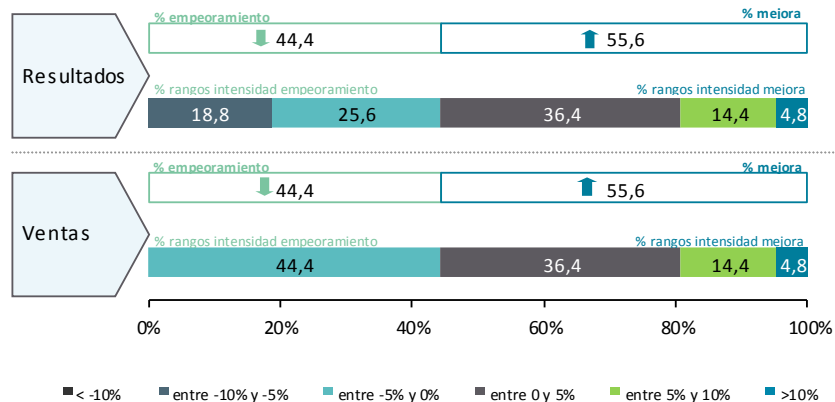


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

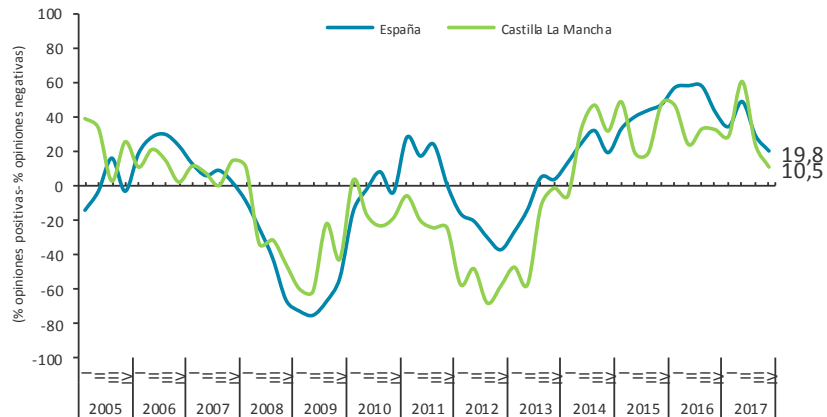


8.Castilla La Mancha

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

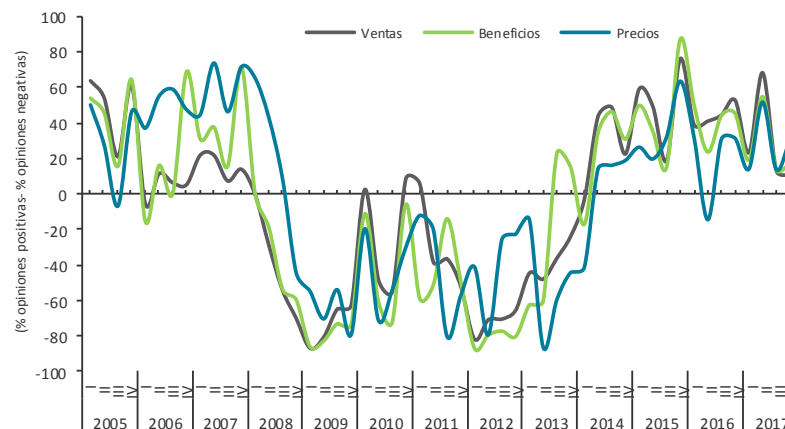
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla La Mancha.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

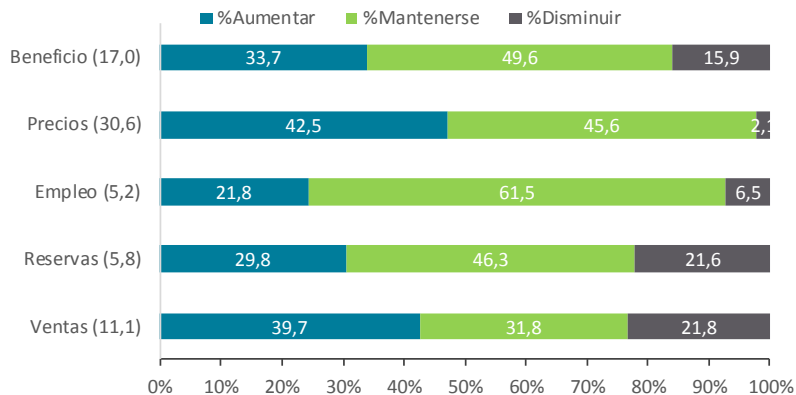
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. IV Trimestre 2017 v previsiones para el I Trimestre de 2018

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

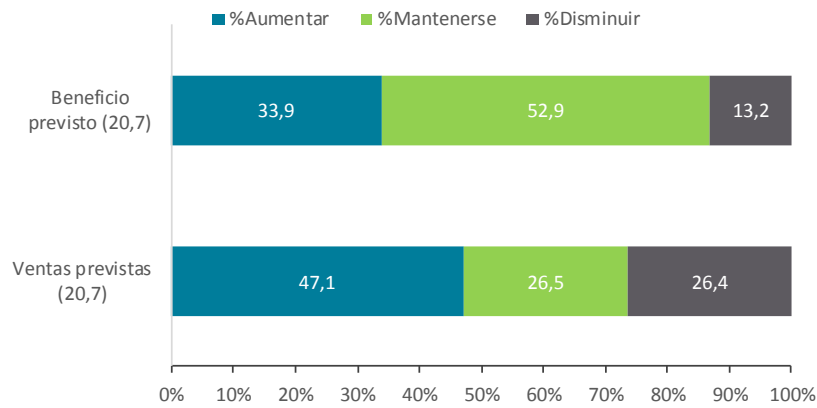
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



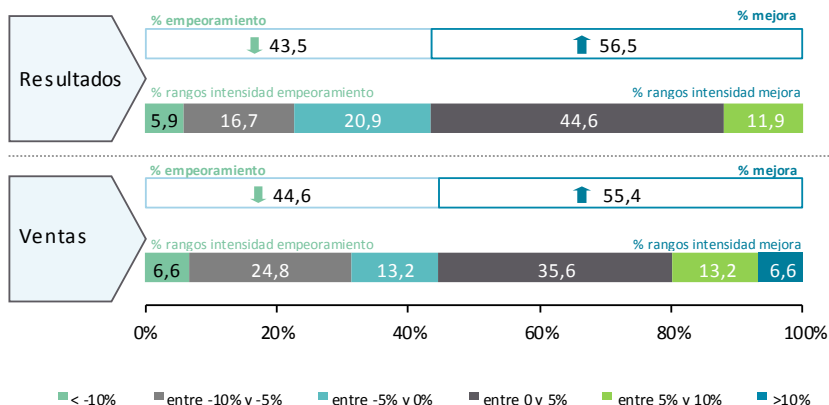
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

8. Castilla La Mancha

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero.
 Var interanual % en resultados y ventas

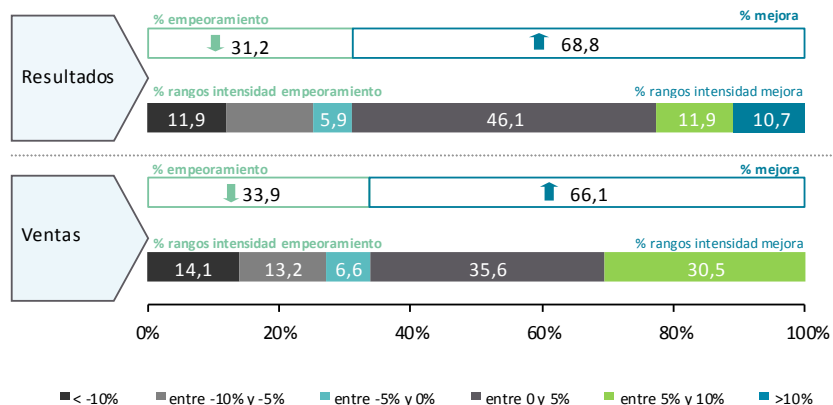
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero.
 Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

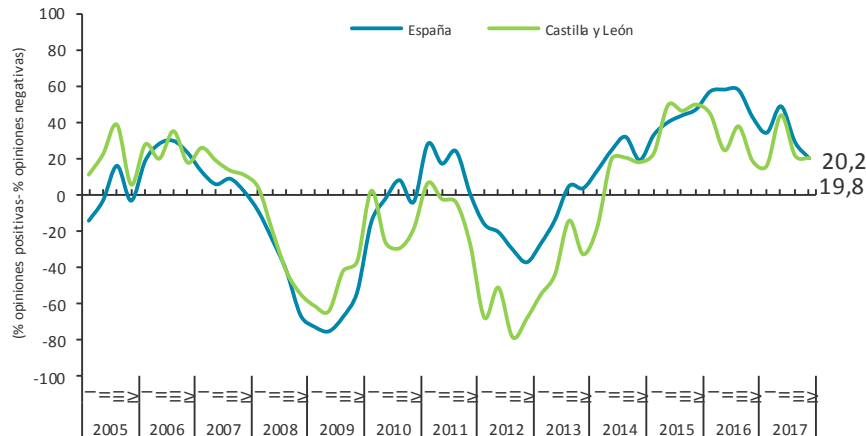


9. Castilla y León

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

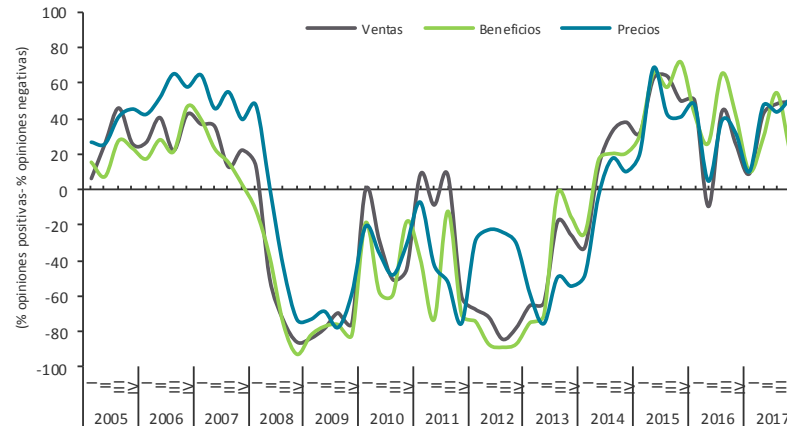
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

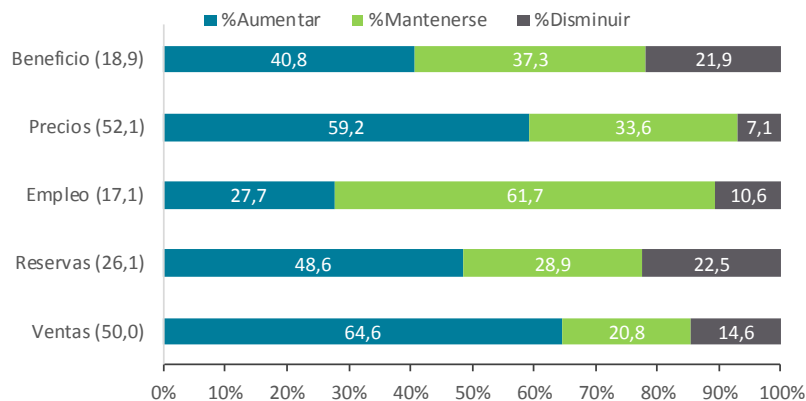


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

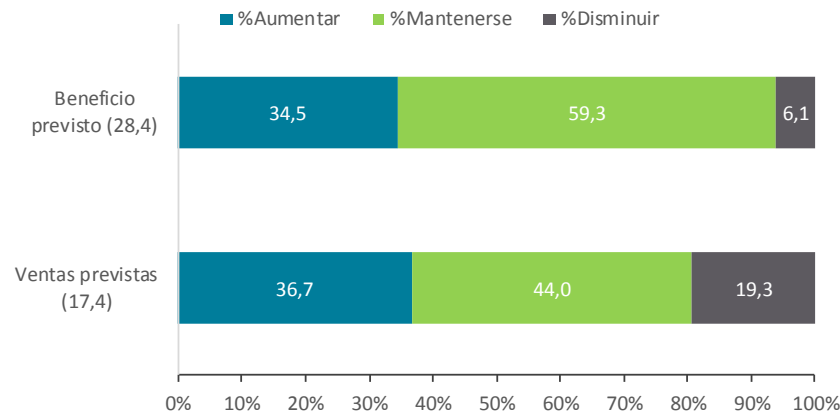


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

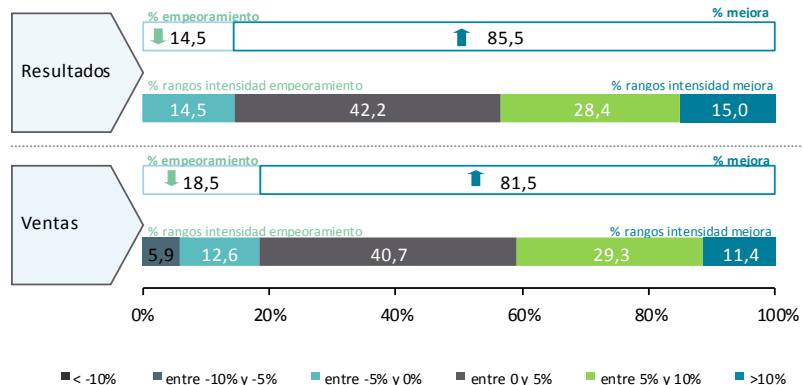
9. Castilla y León

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

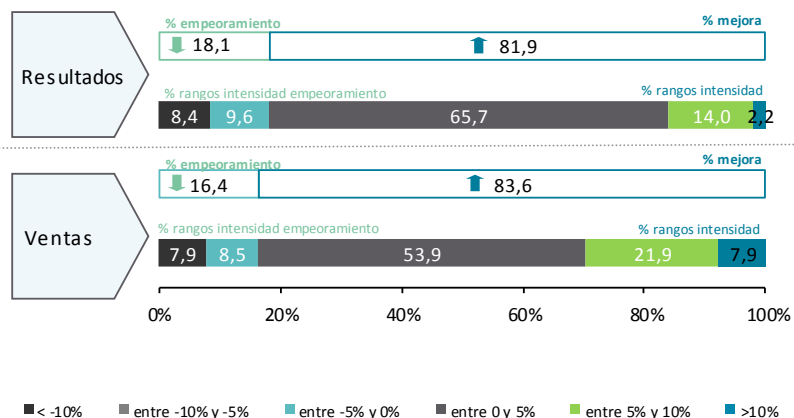


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

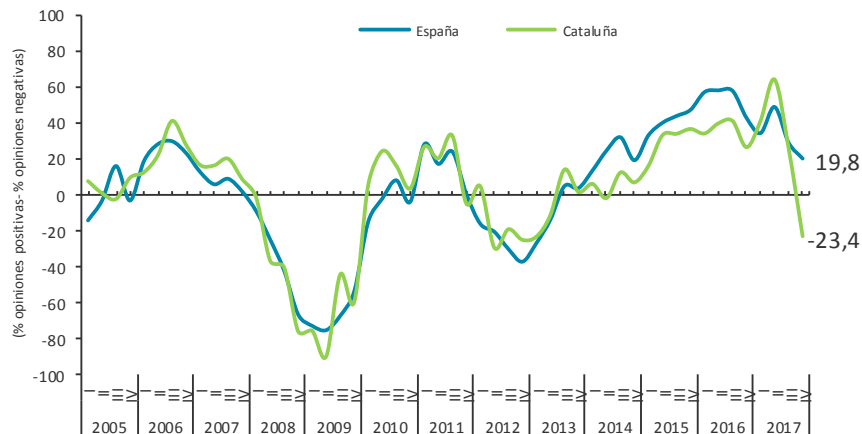


10. Cataluña

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

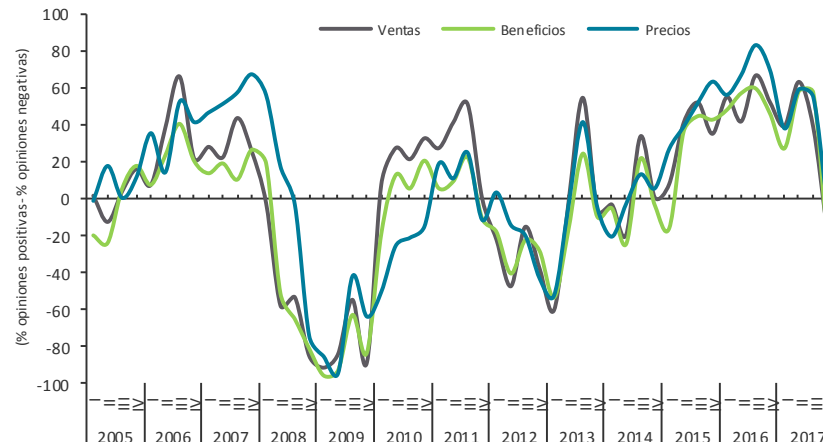
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

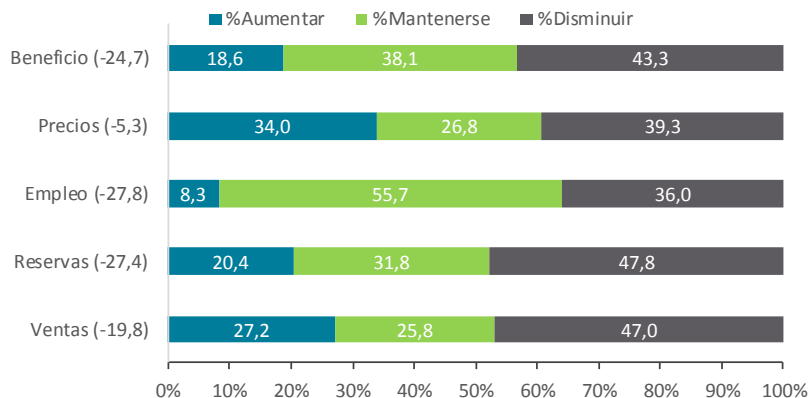


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

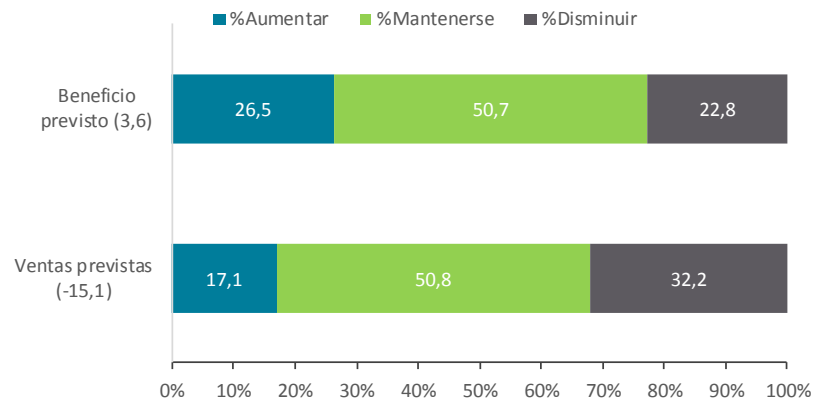


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

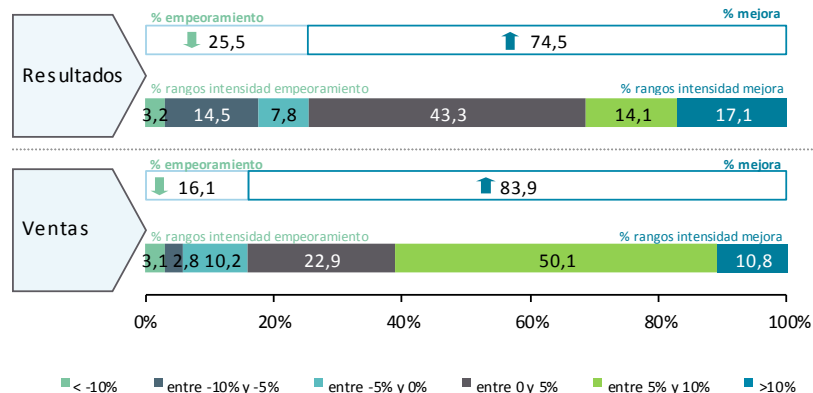
10. Cataluña

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Cataluña Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

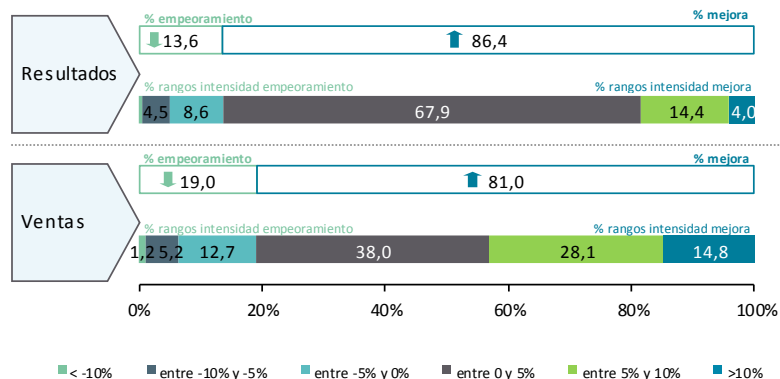


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Cataluña Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

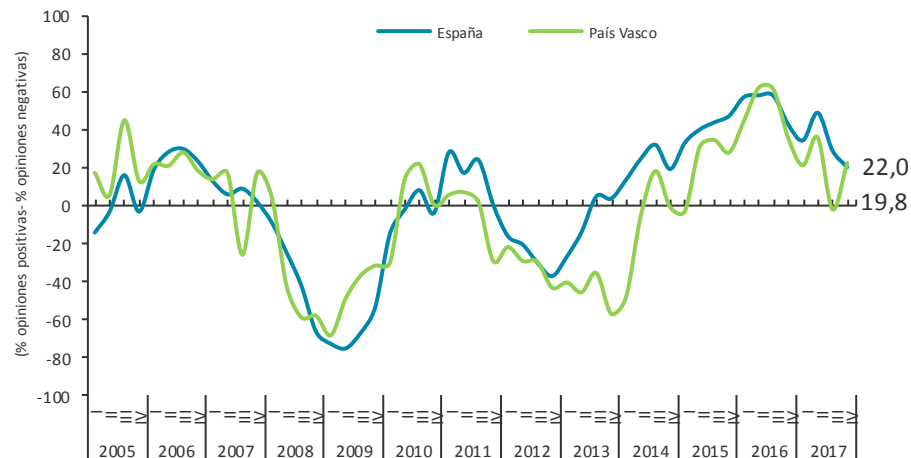


11. País Vasco

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

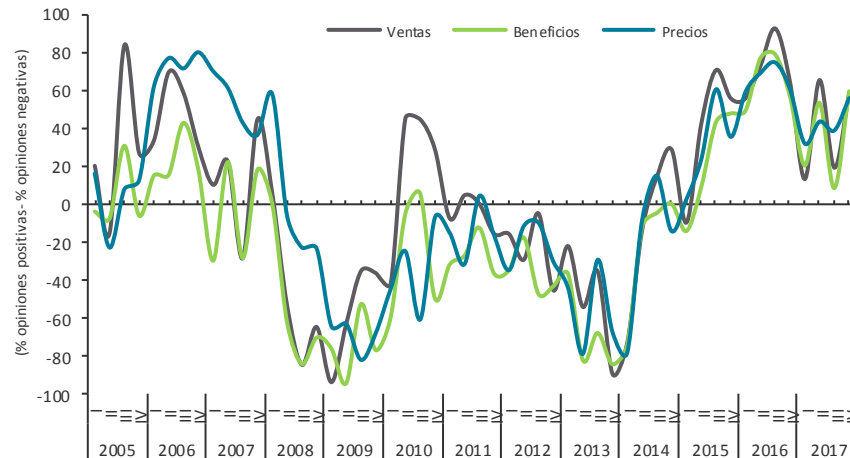
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). País Vasco.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

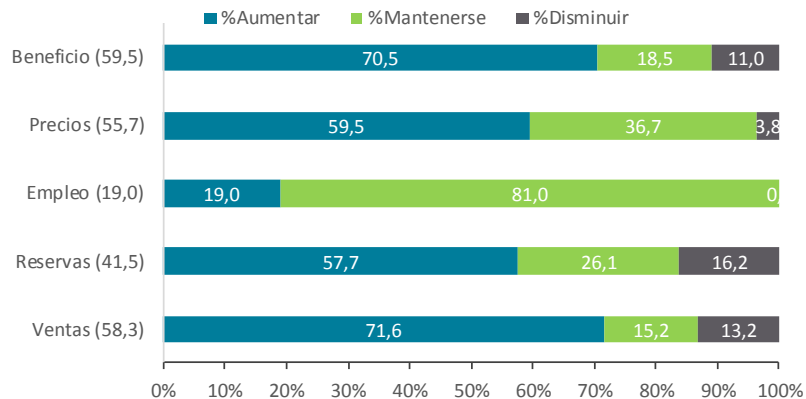


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

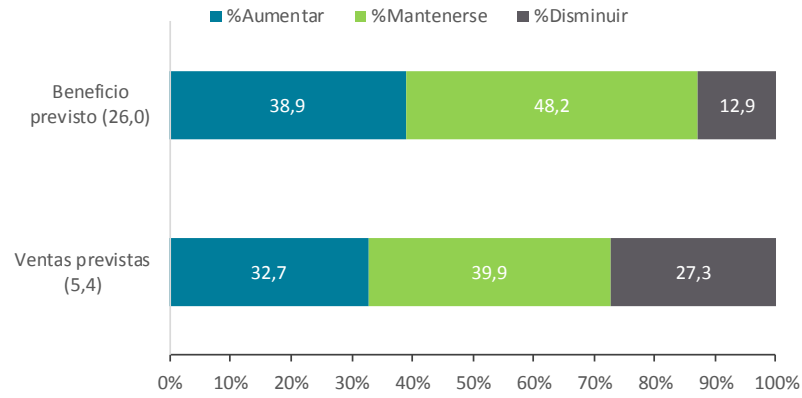


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

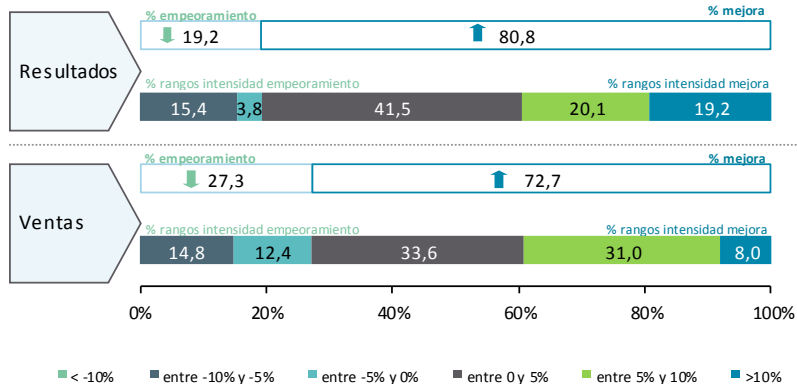
11. País Vasco

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

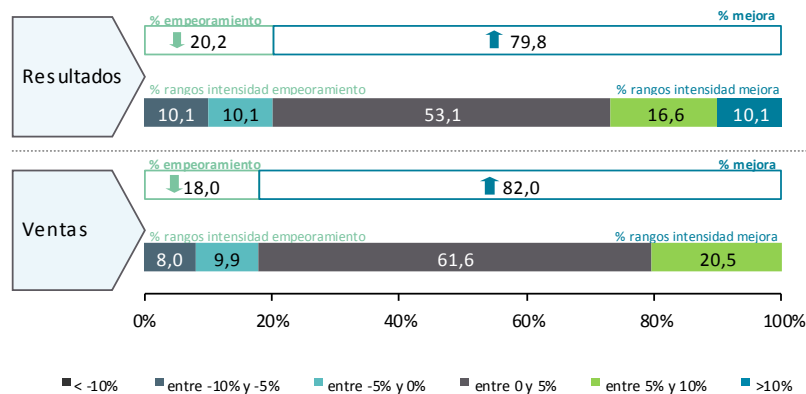


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

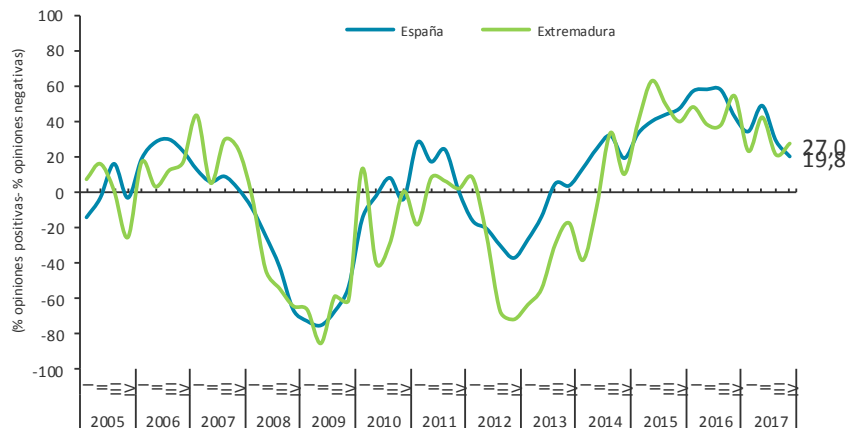


12. Extremadura

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

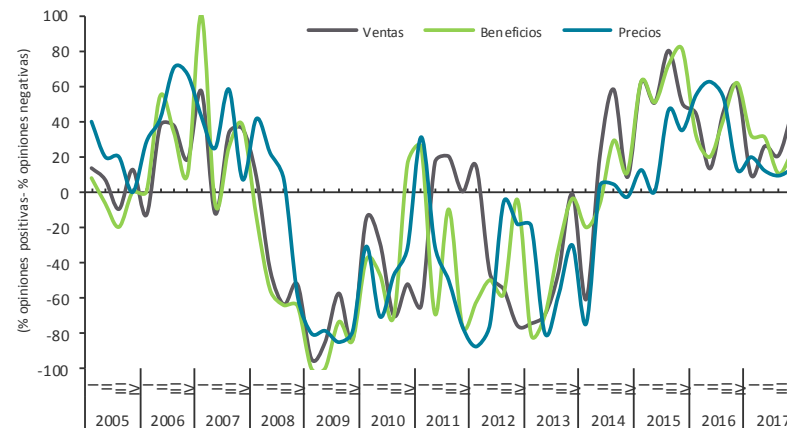
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

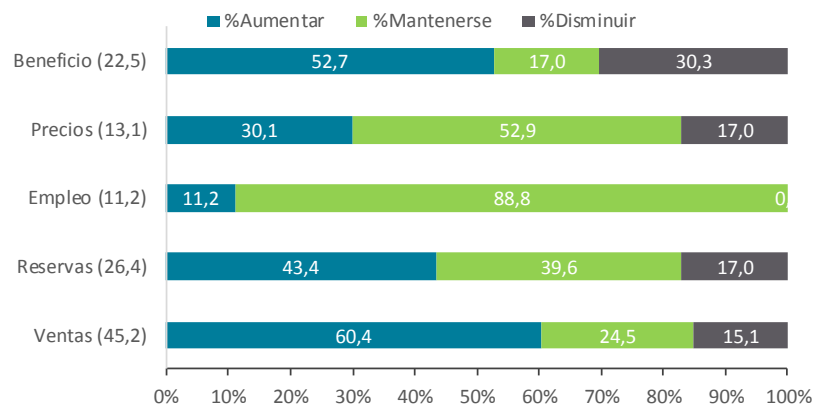


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

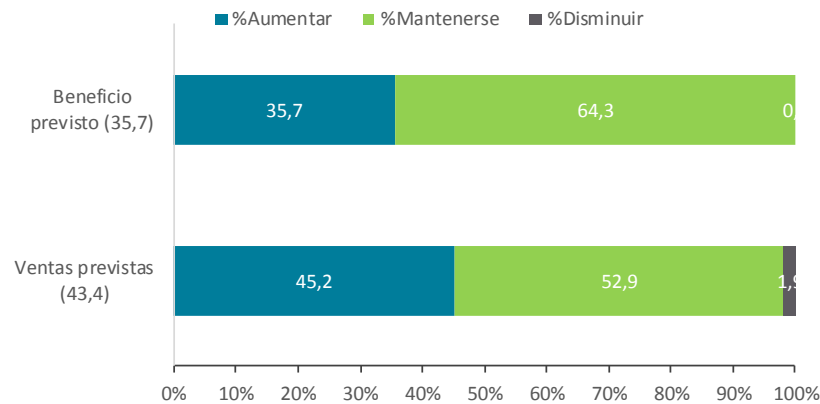


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

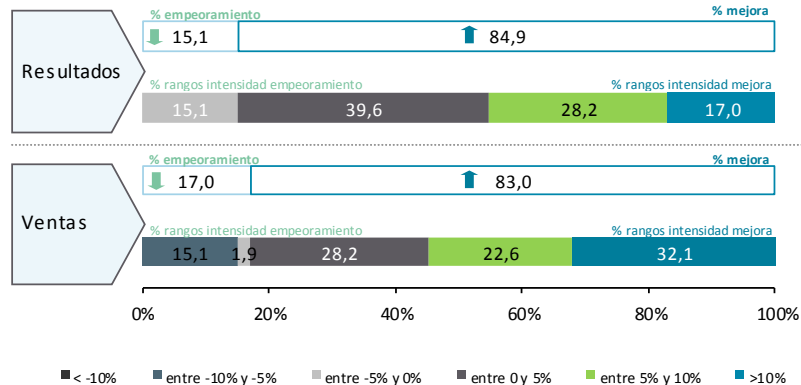
12. Extremadura

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

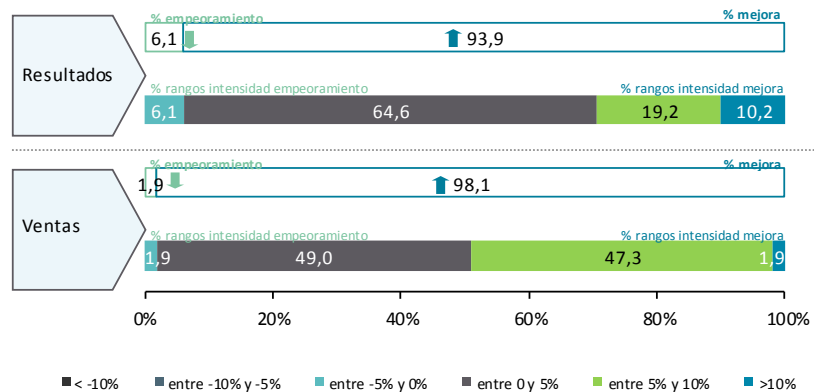


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

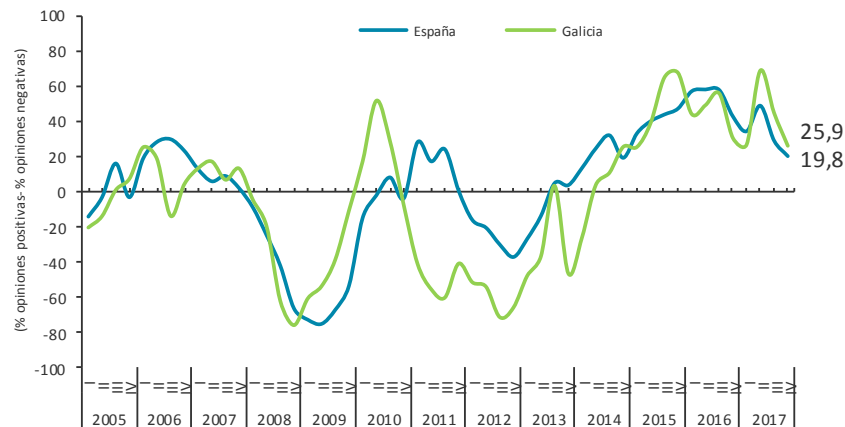


13. Galicia

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

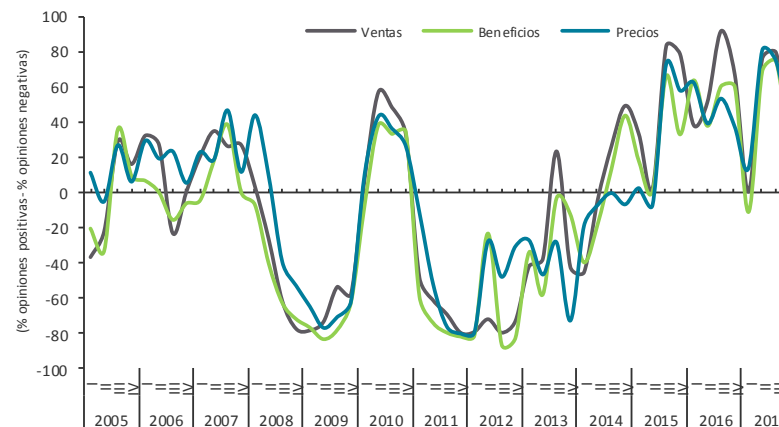
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Galicia.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

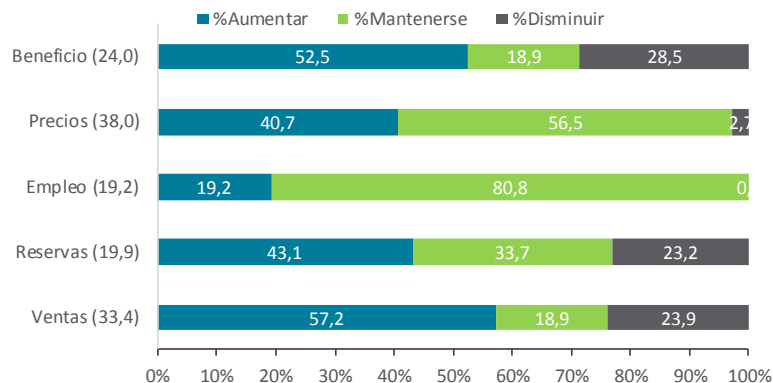


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

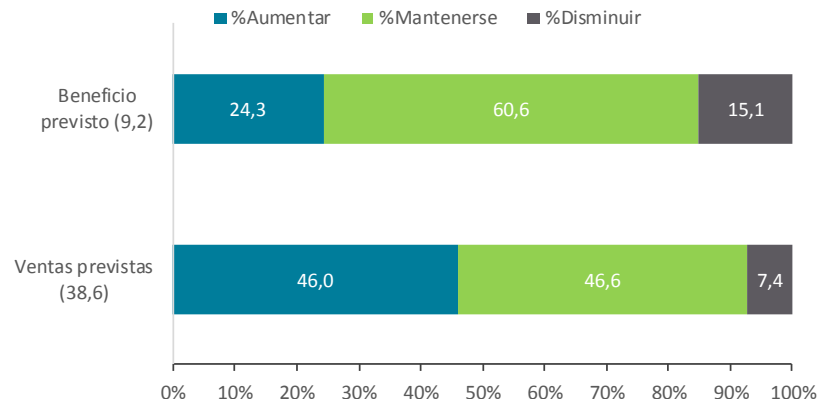


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

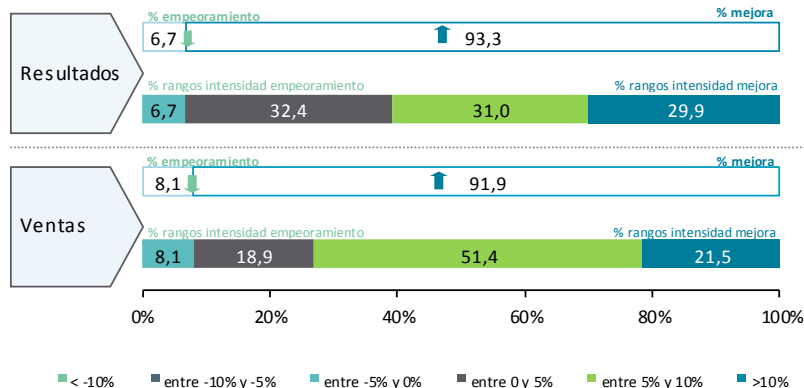
13. Galicia

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

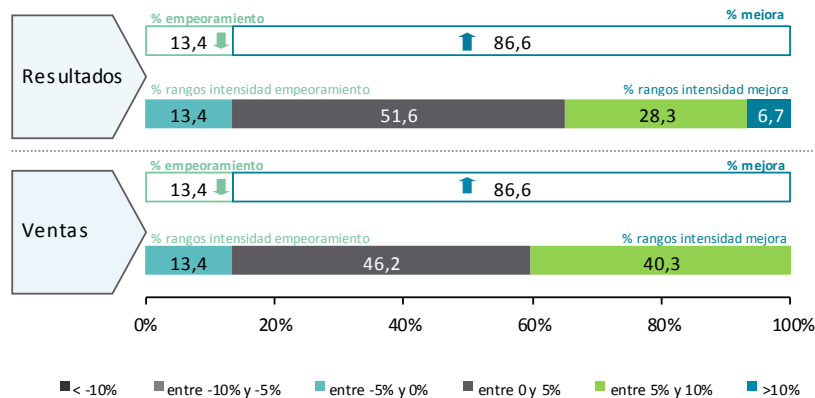


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

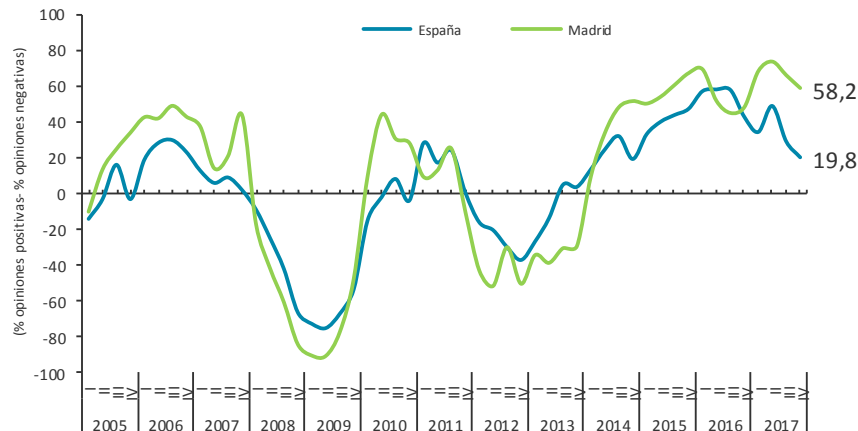


14. Comunidad de Madrid

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

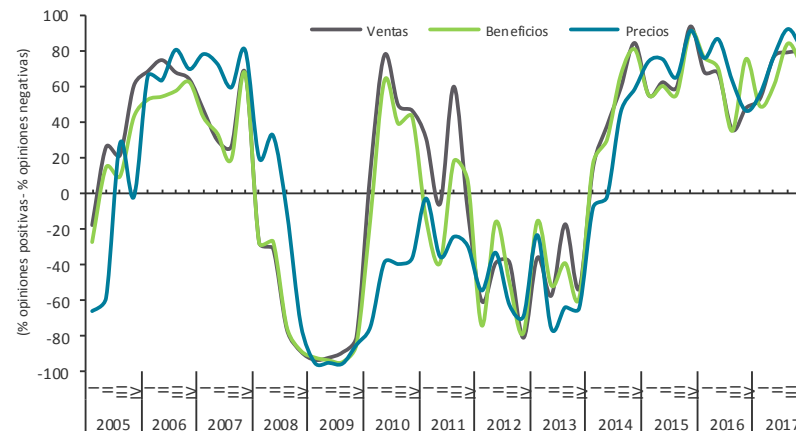
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

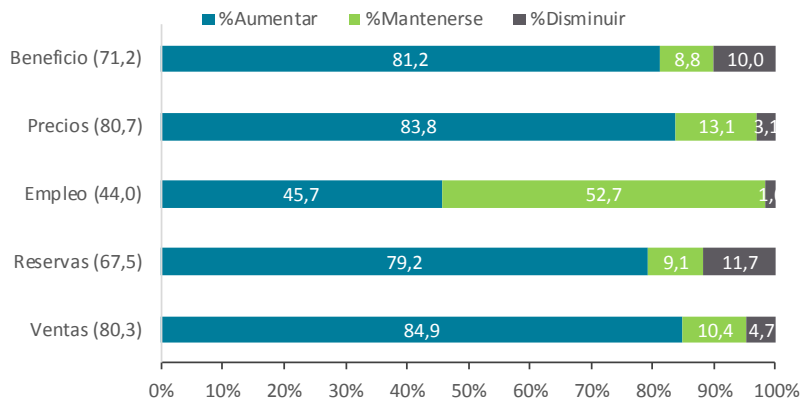


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

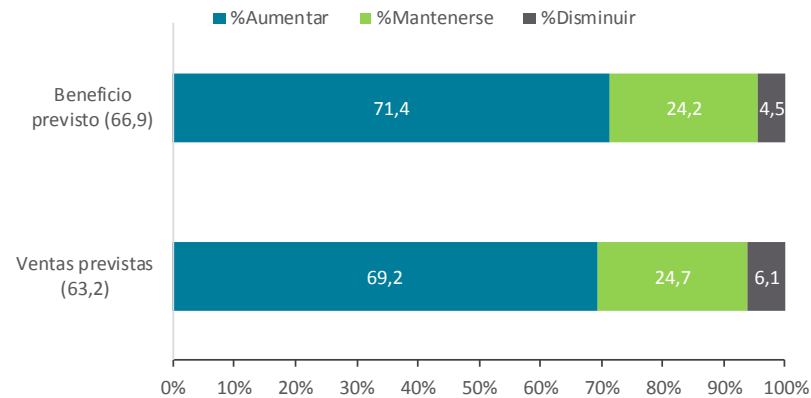


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

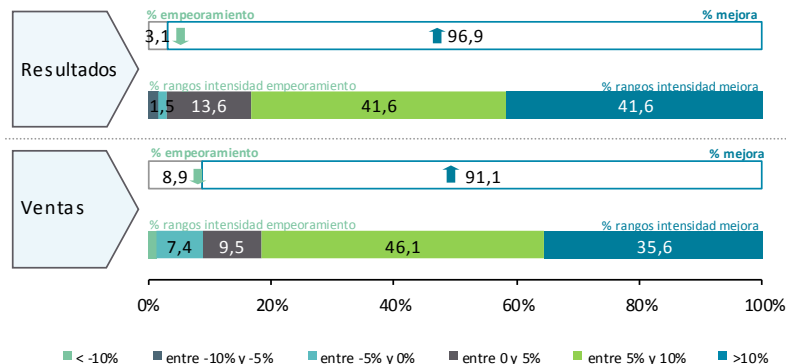
14. Comunidad de Madrid

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

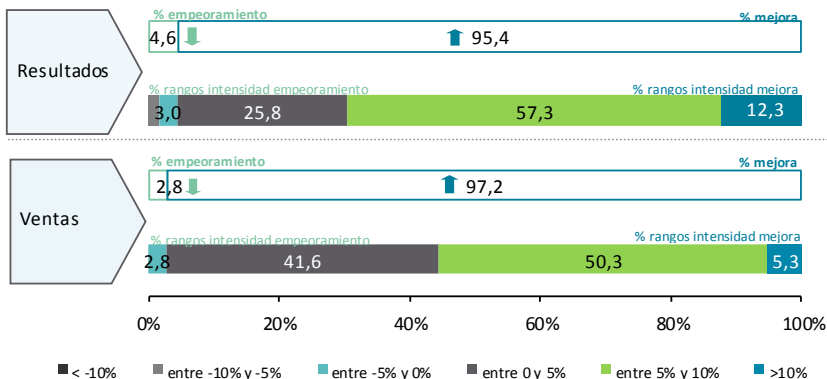


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

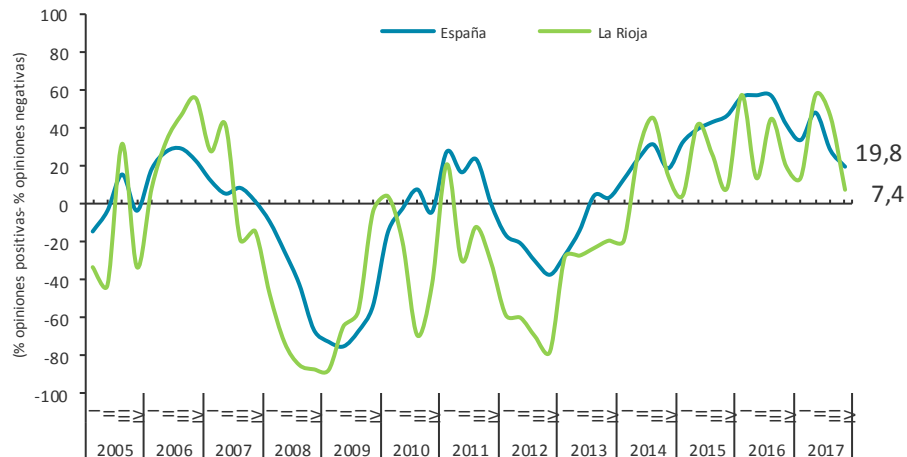


15. La Rioja

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

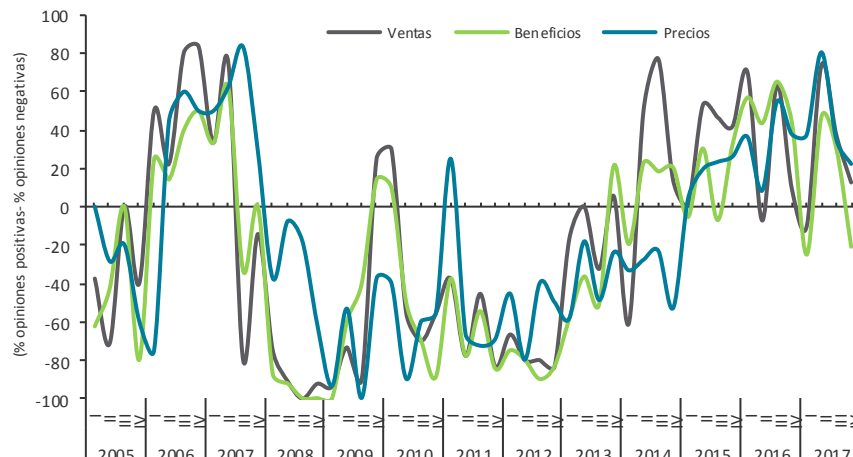
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

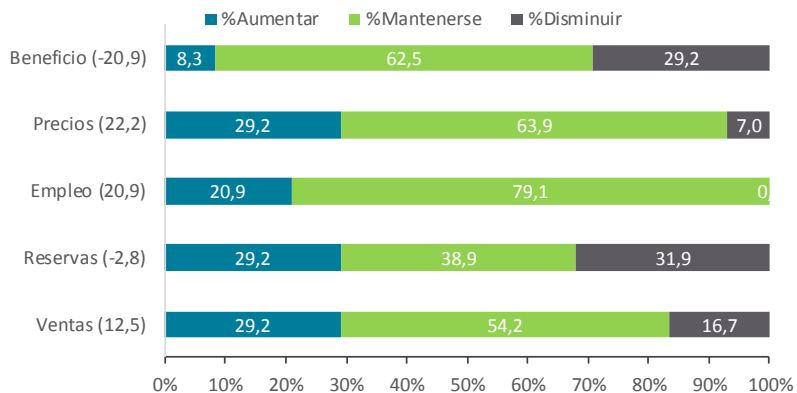


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

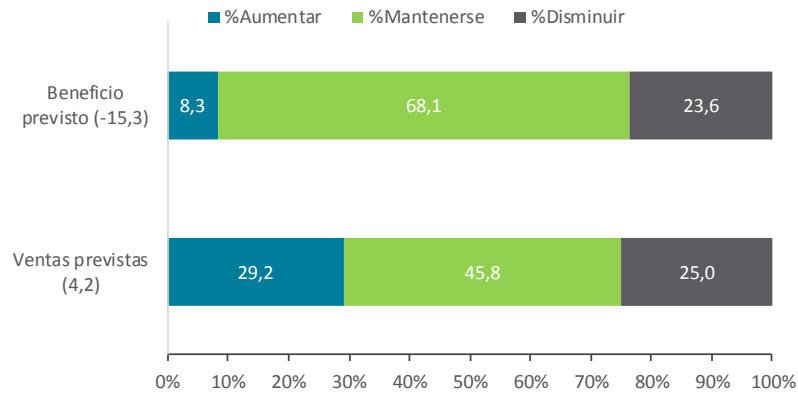


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

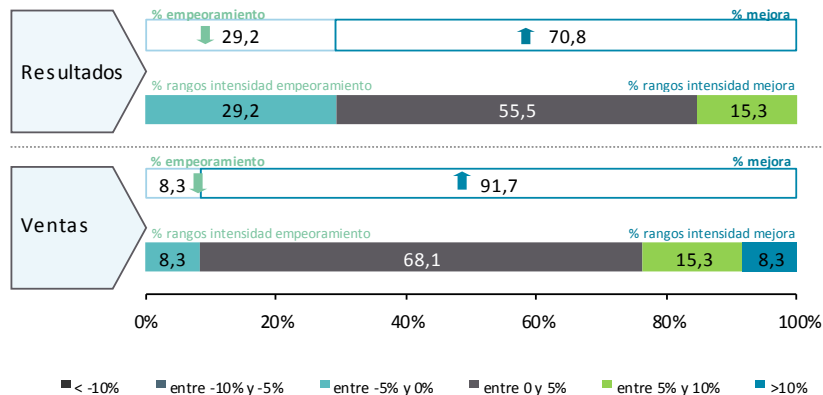
15. La Rioja

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

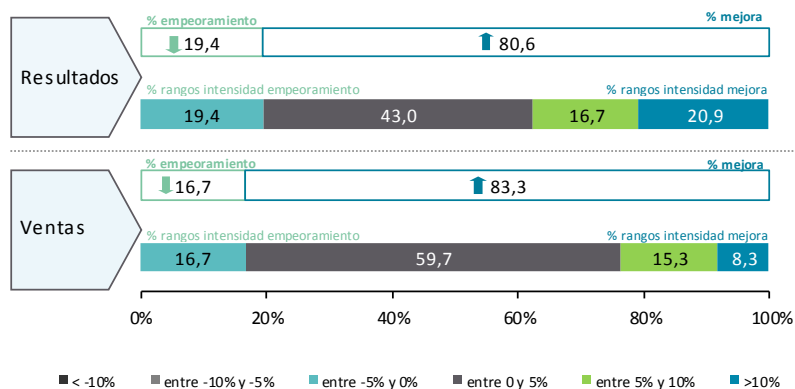


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

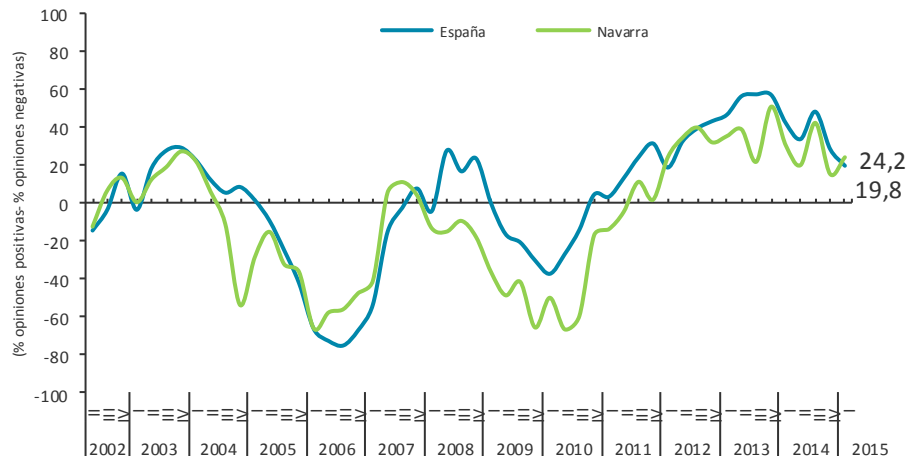


16. Navarra

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

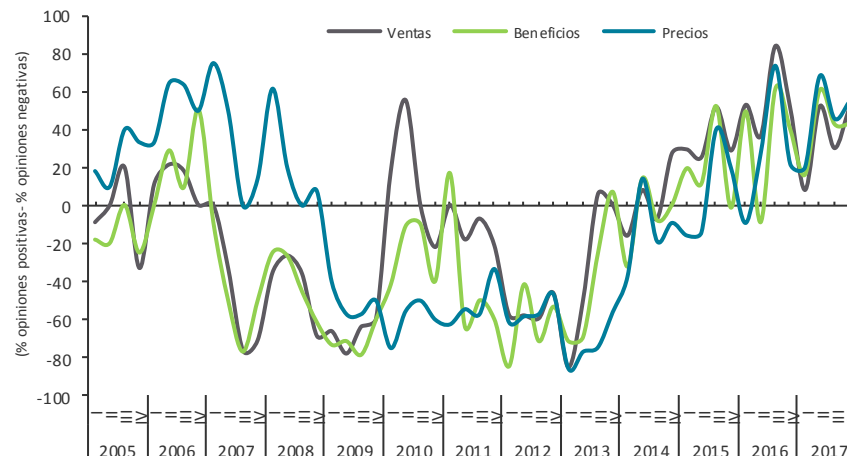
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Navarra.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

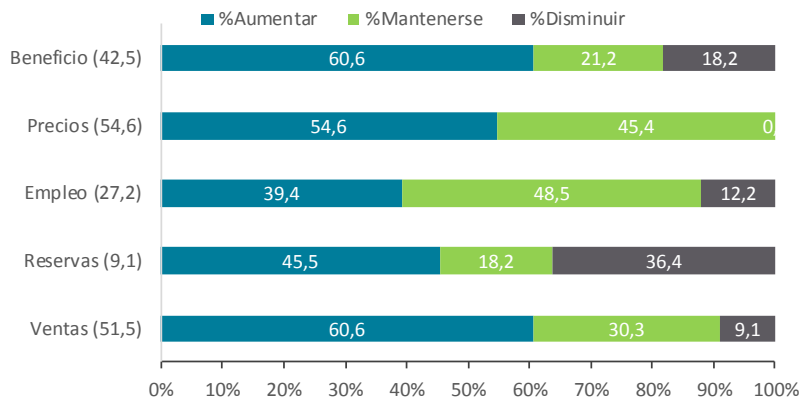


B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento.

CUARTO trimestre 2017

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

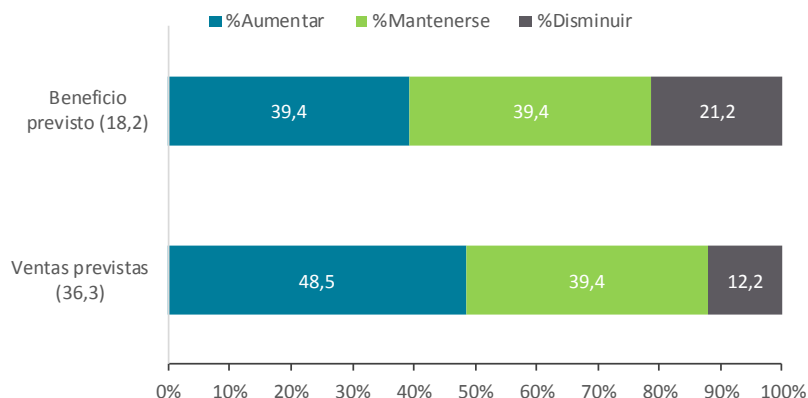


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

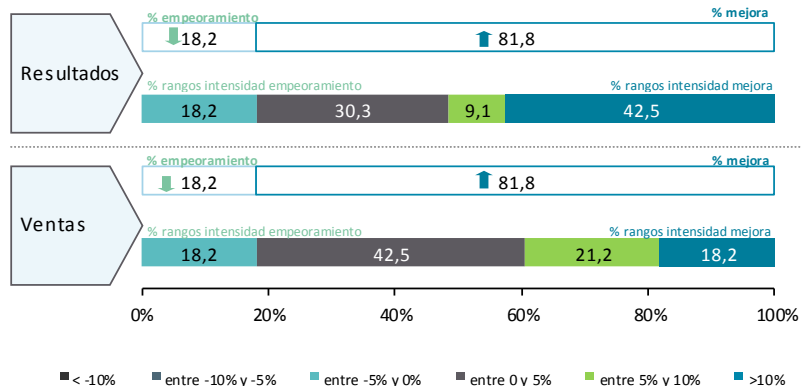
16. Navarra

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

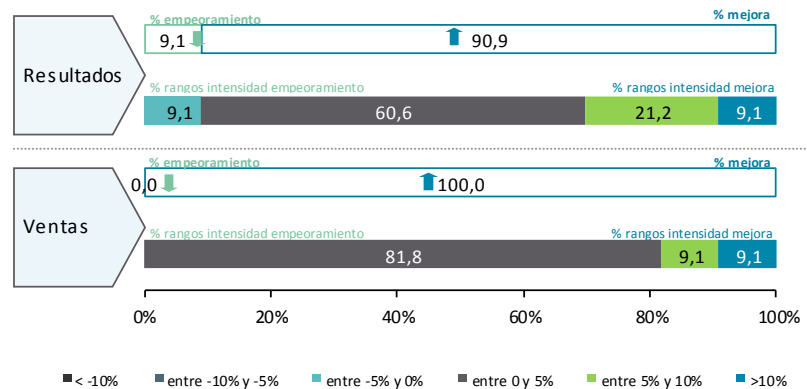


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018 Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

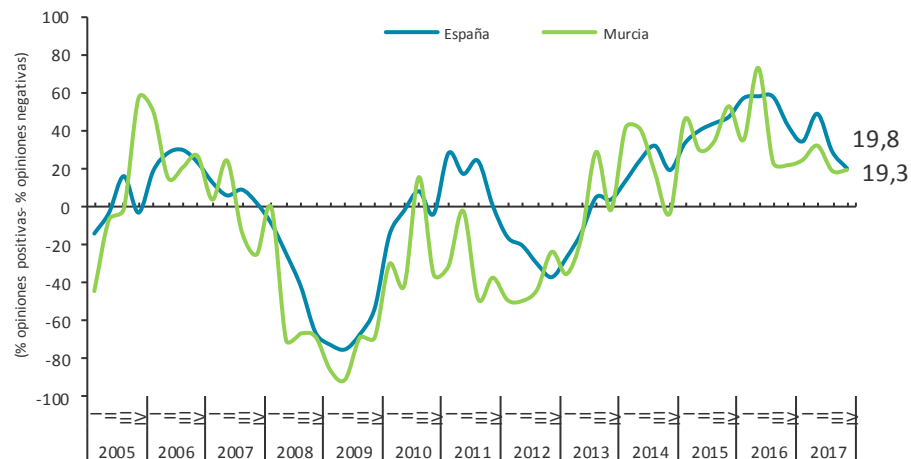


17. Murcia

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

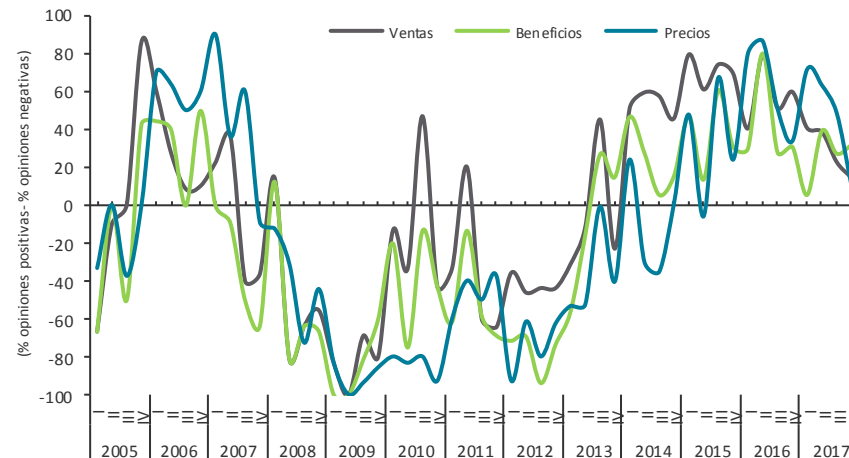
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Región de Murcia.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

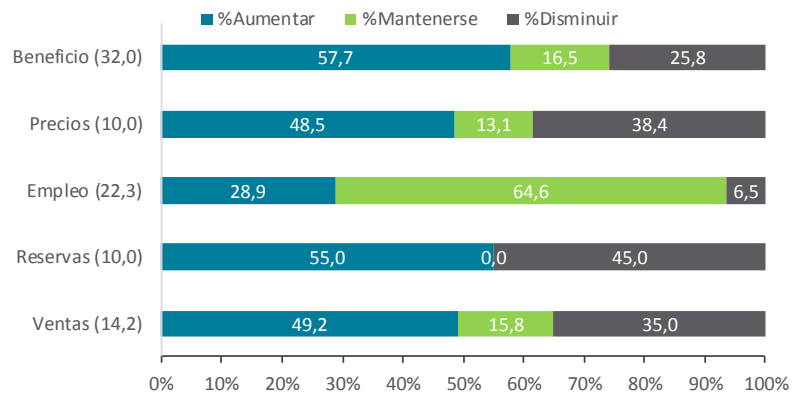
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. IV Trimestre 2017 y previsiones para el I Trimestre de 2018

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

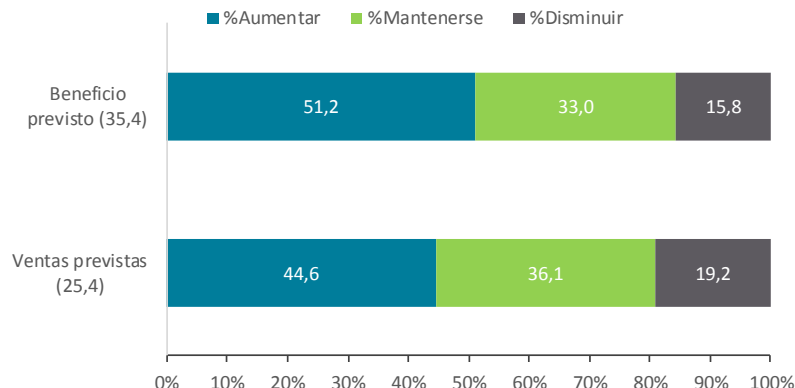
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el I trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

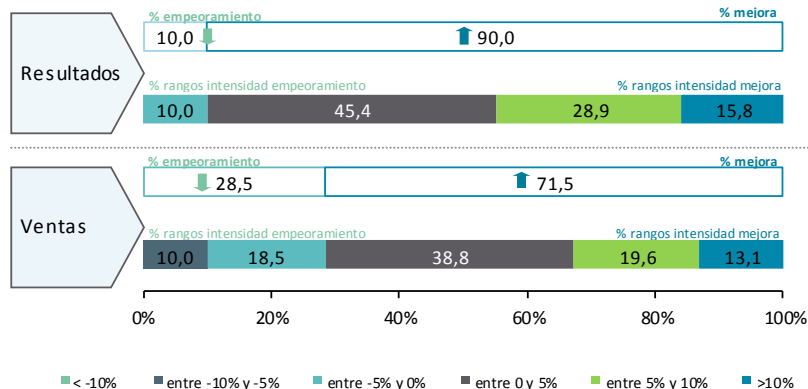
17. Murcia

C. Balance 2017

Opiniones empresariales cierre 2017. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

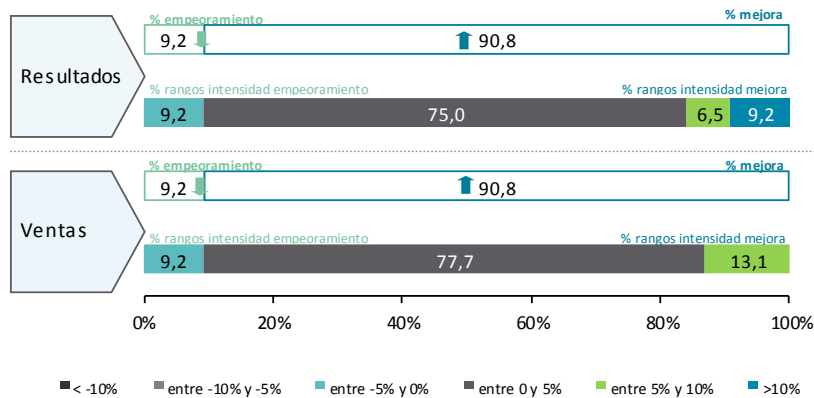


D. Previsiones para 2018

Perspectivas empresariales para 2018. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº63
Enero de 2018

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2017
Y PERSPECTIVAS PARA 2018