



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

# Nº 65

JULIO 2018

---

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE Y  
EXPECTATIVAS PARA EL VERANO DE  
2018



---

PERSPECTIVAS  
TURÍSTICAS

---

BALANCE EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE DE  
2018

# El crecimiento de la actividad turística en España se desacelera en el segundo trimestre de 2018 hasta un 2,0% de crecimiento del PIB turístico, dentro del proceso de normalización del comportamiento del sector turístico español

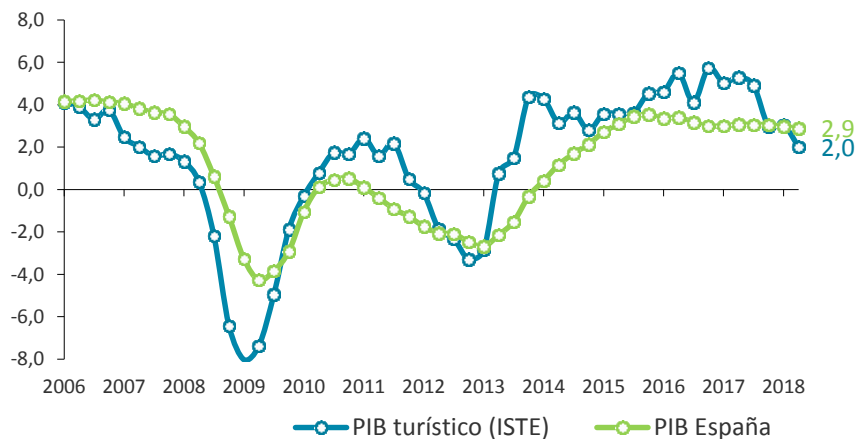
La esperable estabilización del comportamiento de la demanda turística tras el inusual periodo expansivo de los últimos años, se ha traducido en un **aumento del PIB turístico del +2,0% en los meses de primavera de 2018**, según las estimaciones de EXCELTUR, inferiores al +3,1% que registró ese indicador en el 1er trimestre de año.

Esta ralentización en el crecimiento que muestra el sector turístico le sitúa **por debajo de los ritmos de crecimiento que registra el conjunto de la economía española**, que el consenso de analistas estima para estos mismos meses del segundo trimestre en el 2,9%, confirmando la tendencia a la normalización que preveíamos a comienzos de 2018.

## Crecimiento trimestral del PIB turístico comparado con el PIB general de la economía española. 2006-2018

Tasa de variación interanual trimestral

Fuente: Exceltur, CNTR (INE) y Consensus Forecast (jun18)



## Factores atípicos del segundo trimestre de 2018

La ralentización experimentada en este segundo trimestre del año, mayor de la esperada, viene marcada por una serie de factores atípicos que no han sido propicios para las decisiones de viaje de los turistas. Entre los de mayor incidencia destacan:

- Las **adversas condiciones meteorológicas** experimentadas en buena parte de destinos españoles, con un nivel de precipitaciones un 50% superiores a la media de los últimos 20 años.
- La **celebración de la Semana Santa** en el mes de marzo, que suele generar un número de viajes inferior a los años en los que se celebra en el mes de abril, como fue el caso de 2017.
- La **comparación con un extraordinario segundo trimestre de 2017**, marcado por los flujos de turistas adicionales que generó el clima de inestabilidad en buena parte de ciudades europeas y destinos del Mediterráneo Oriental.
- La **celebración del mundial de fútbol** a partir del 14 de junio que ha pospuesto la decisión de viaje en algunos de los principales mercados emisores, como el británico.
- La **inestabilidad política en Cataluña** que, si bien se ha relajado respecto al último trimestre de 2017, sigue afectando principalmente a los turistas de negocio y de mayor gasto, que visitan Barcelona.

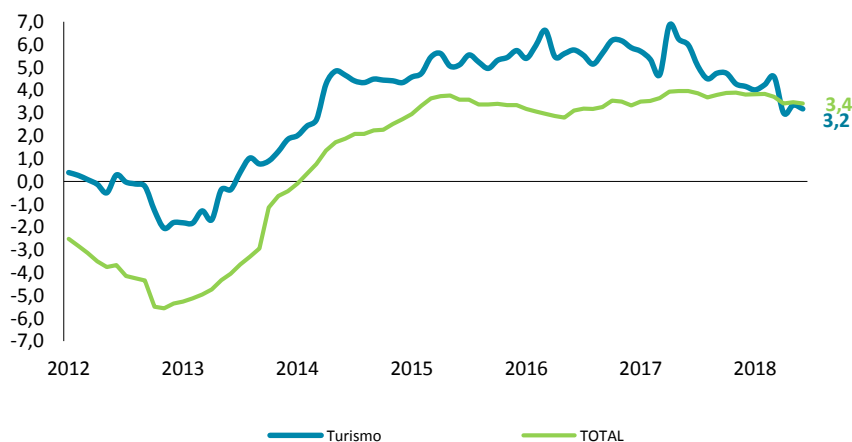
La capacidad de generación de empleo del turismo se mantiene, cerrando el segundo semestre con un aumento del +3,2% en el número de afiliados a la Seguridad Social (62.736 más que en el mes de junio de 2017) hasta alcanzar sus valores máximos

La menor pujanza del crecimiento de la actividad turística se ha dejado notar ligeramente en los ritmos de creación de empleo. El **conjunto de las ramas turísticas registran al finalizar el mes de junio un aumento del +3,2%**, dentro de una senda de normalización en la capacidad de creación de empleo respecto a los registros del año 2017, situados por encima del +5,0%, más acorde con la tendencia de estabilización de la evolución de la demanda turística.

El **aumento en 62.736 afiliados en el mes de junio** respecto al mismo mes de 2017, sitúa el nivel de afiliados en las ramas de hostelería, transporte aéreo, agencias de viajes y actividades recreativas y de ocio en su máximo histórico, superando los 2 millones, 450 mil más que en el año 2009.

#### Comparación de la evolución del empleo en turismo y del empleo total 2012-2018. TV interanual.

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

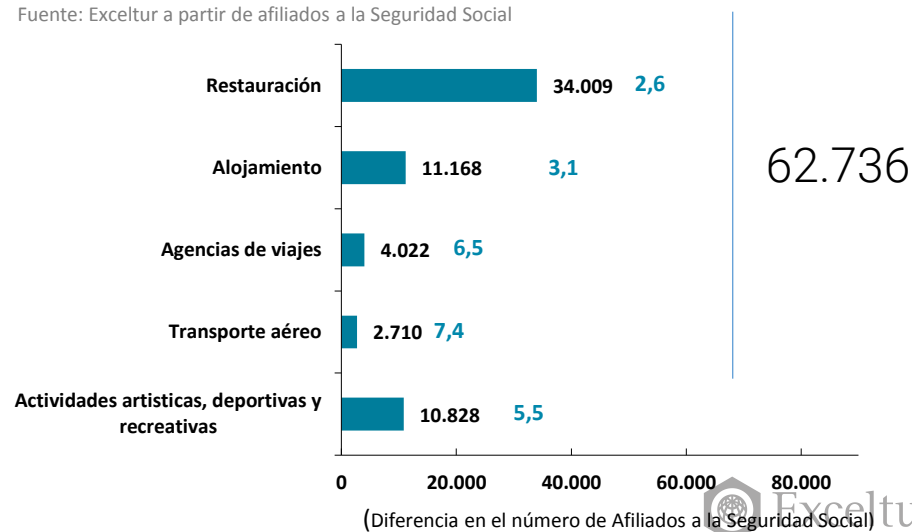


#### Creación de empleo por subsectores de la cadena de valor turística

Junio 2018 vs Junio 2017

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual en %

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



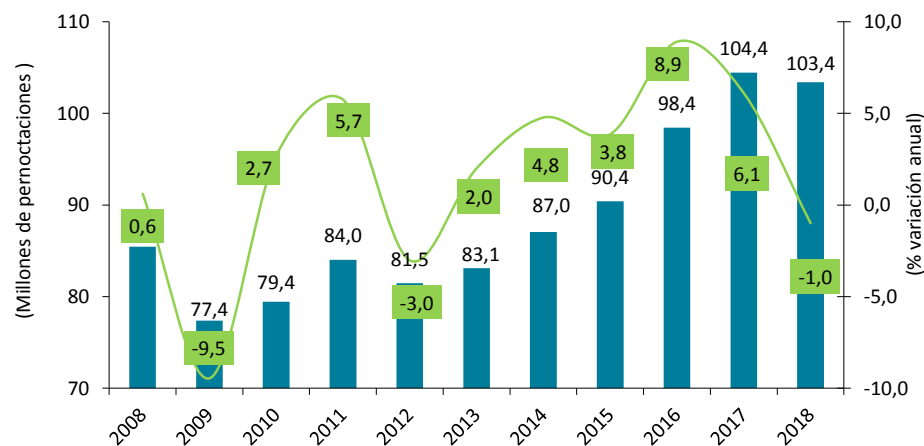
El conjunto de la demanda turística, tanto española como extranjera, pierde fuerza en términos de afluencia en los meses de primavera, mientras se aceleran sus niveles de gasto

La mayor parte de indicadores relativos a la **demanda turística dan muestras de ralentización** e incluso de ligera caída en los meses de primavera respecto a los niveles máximos alcanzados el pasado año. Concretamente, el número de pernoctaciones del total de turistas (españoles y extranjeros) en el conjunto de la oferta reglada desciende un -1,0% en el periodo marzo-mayo de 2018, respecto a los mismos meses de 2017. En esta evolución tiene una notable incidencia la nueva **caída de la estancia media** (-0,9% en marzo-mayo respecto a 2017).

En estos meses de 2018, el crecimiento de la actividad económica ha venido de la mano de un **positivo y destacable incremento del gasto**, según reflejan los escasos pero reveladores indicadores disponibles (los ingresos de los extranjeros en España suben un +4,7% en marzo-mayo (mayo previsión de EXCELTUR) y los pagos de los españoles en el exterior un +11,0% en marzo-abril), marcando una tendencia a generar mas ingresos por turista en los destinos ,que es deseable se consolide en el tiempo.

#### Nº de pernoctaciones en alojamientos reglados. Marzo - Mayo 2008-2018 (Mills de pernoctaciones y sus tasas de variación interanual)

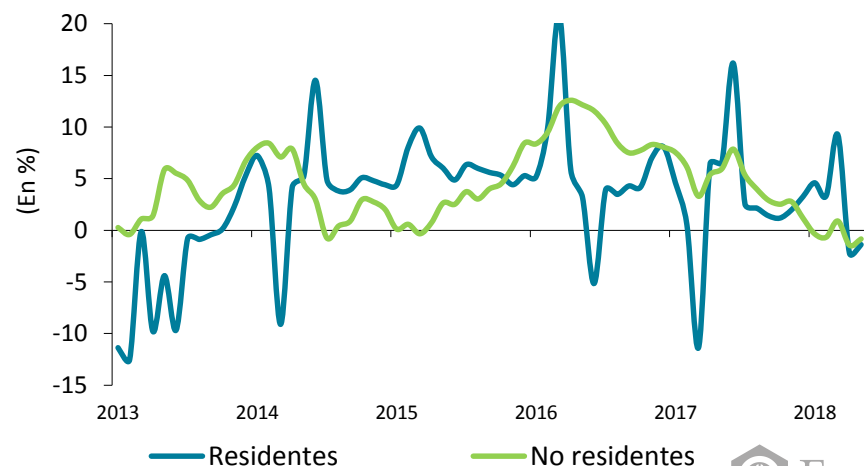
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOAP, EOAC, EOTR del INE



#### Pernoctaciones en establecimientos reglados por mercados. 2013-2018

(Tasa de variación interanual trimestral)

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



La demanda extranjera hacia España se estanca en volumen, pero es destacable que crece notablemente en ingresos, gracias a nuevos perfiles de demanda de mayor gasto medio diario

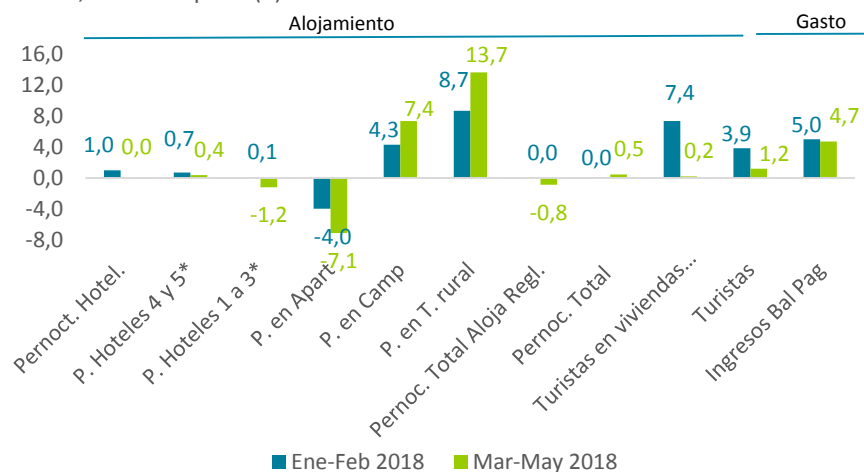
Los meses de marzo a mayo han sido testigos de un patrón de comportamiento que favorece la sostenibilidad del modelo de crecimiento del conjunto del sector turístico español, se modera el crecimiento en volumen pero mejora notablemente su gasto. Dando continuidad a una tendencia iniciada en la segunda mitad de 2017, el aumento de la afluencia de turistas extranjeros se ha estancado (el total de pernoctaciones apenas ha crecido un +0,5%, por el aumento del +1,2% en la llegada de turistas), mientras el gasto en España ha aumentado (un +4,7% en marzo-mayo, según el Banco de España).

El factor determinante de la mejora de los ingresos por turismo extranjero en España es el aumento del ingreso turístico medio diario (+4,3%), en un contexto de caída de la estancia media (-0,7%), gracias al aumento del turismo de negocio y de los perfiles de turistas procedentes de los mercados de mayor gasto, que ha propiciado una mejora de los ingresos por turista extranjero, tanto en términos nominales (+2,4%) como reales (+0,3%), algo que no sucedía desde 2011.

#### Indicadores de demanda EXTRANJERA en España.

##### Var % Ene-Feb 2018 vs Var % Mar-May 2018

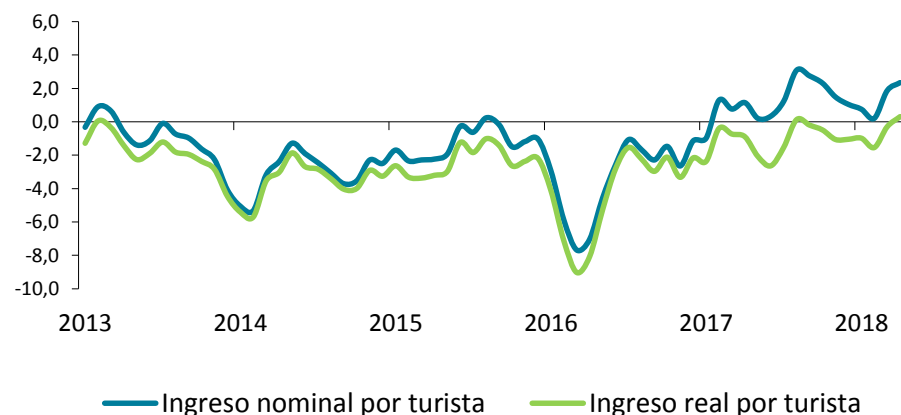
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España (\*)



#### Ingresos por turista extranjero 2013-2018

(Tasas de variación interanual trimestral en %).

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



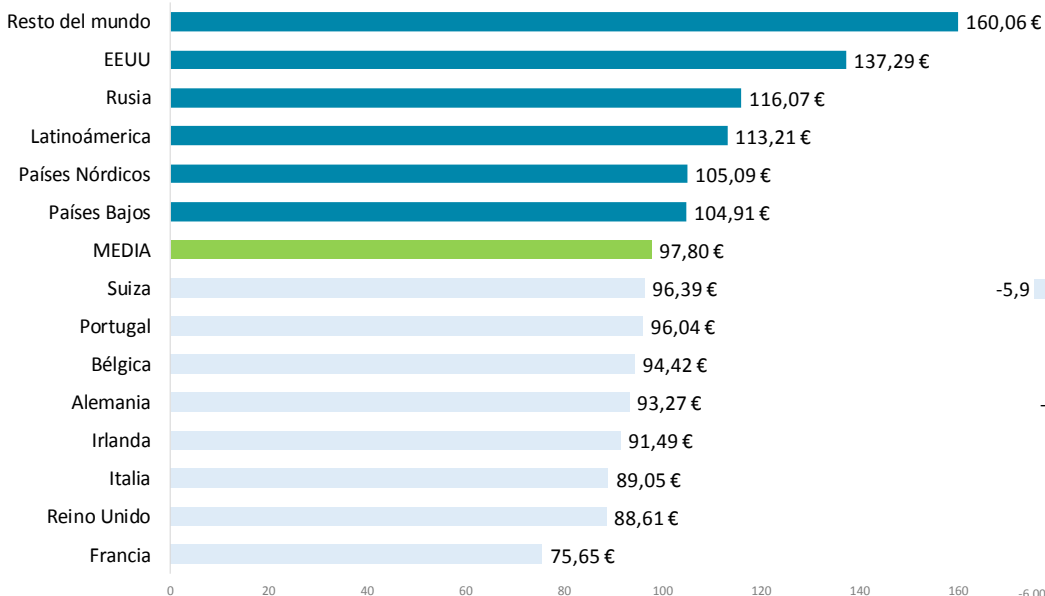
## Los mercados de larga distancia de mayor gasto en destino crecen de forma notable, gracias al fuerte aumento de conexiones aéreas

Los mercados que lideran el crecimiento de la llegada de turistas a España en marzo-mayo son los de larga distancia, caracterizados por un mayor gasto medio diario en destino, la mayor parte de los cuales se han visto impulsados por el fuerte aumento de la conectividad aérea. Este es el caso de los turistas procedentes de:

- **Estados Unidos:** (de marzo a mayo la llegada de turistas a España crece un +9,5%, su gasto en destino es de 137,3€ descontando el transporte, y el número de vuelos a España ha subido el +17,2%).
- **Rusia** (llegada de turistas a España +12,7%, gasto en destino 116,1€ y número de vuelos +2,8%, aunque con una escasa traslación a la oferta reglada al descender las pernoctaciones en hoteles el -1,8%, según el INE).
- **Latinoamérica** (llegada de turistas a España +14,0%, gasto en destino 113,2€ y número de vuelos +5,2%).
- **Países Nórdicos** (llegada de turistas a España +10,8%, gasto en destino 105,09€ y número de vuelos +5,4%).

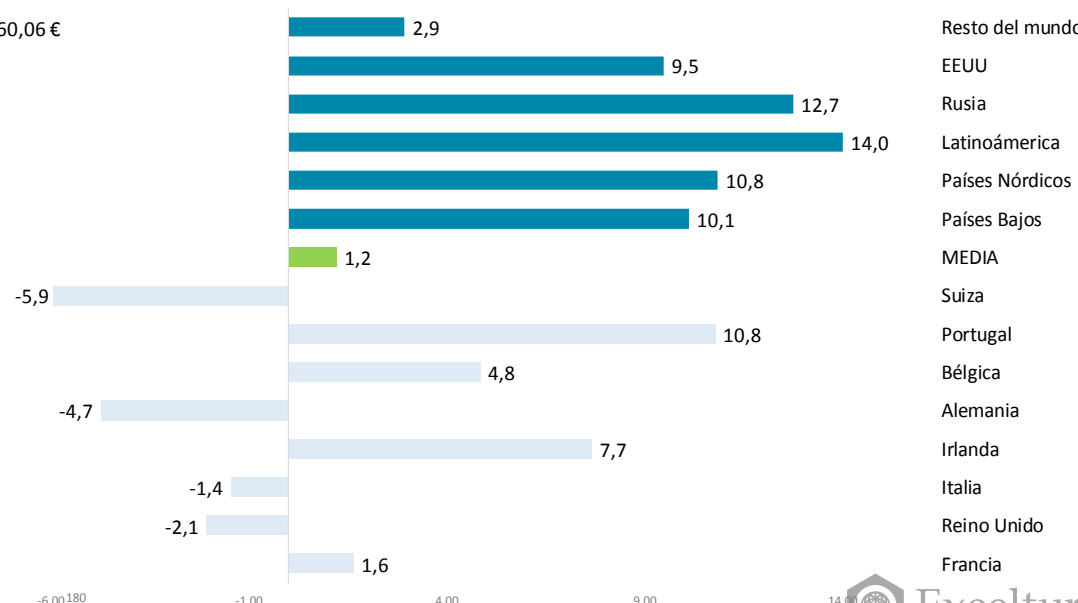
Gasto medio diario en destino (sin transporte) por mercados  
Año 2017 (en €)

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de Egatur (INE)



Variación de la llegada de turistas extranjeros Mar-Mayo 2018/2017

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de Egatur (INE)



# Los mercados tradicionales hacia España, con Alemania y Reino Unido a la cabeza, descienden afectados por la esperable recuperación de los competidores mediterráneos

Tal como era previsible ocurriese tarde o temprano, la demanda de turistas a España de los mercados tradicionales europeos se resiente de forma notable, en un contexto de contracción de la demanda intermediada por los turoperadores extranjeros, que han redirigido una parte de sus operaciones y capacidades aéreas a países del mediterráneo oriental, donde han podido contratar cupos de camas con mayores márgenes que en España. En este contexto:

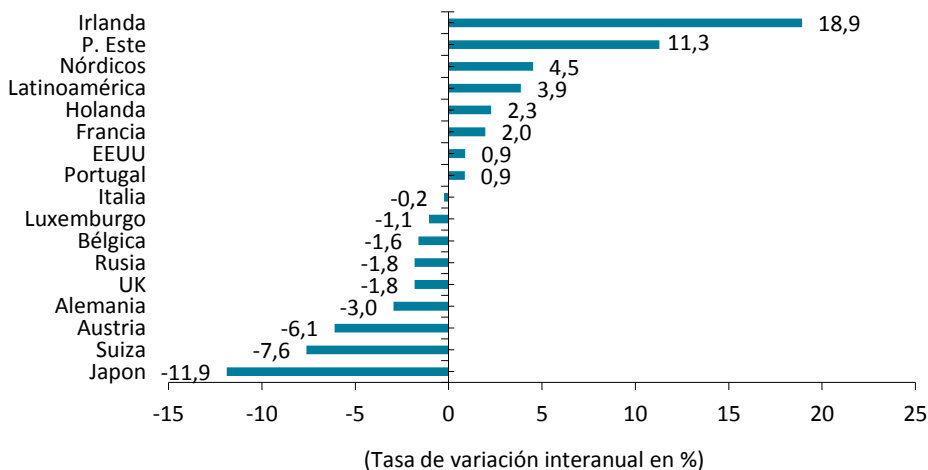
- **Alemania:** (de marzo a mayo la llegada de turistas a España cae un -4,7%, las pernoctaciones en hoteles un -3,0% y su gasto un -0,7%, mientras a Turquía sube un +28,3%).
- **Reino Unido** (España, llegada de turistas -2,1%, pernoctaciones en hoteles -1,8% y su gasto un +0,2%, Turquía +39,1%).
- **Italia** (España, llegada de turistas -1,4%, pernoctaciones en hoteles -0,2% y su gasto un +0,7%, Turquía, +40,5%).
- **Francia** (España, llegada de turistas +1,6%, pernoctaciones en hoteles +2,0% y su gasto un +2,5%, Turquía, +38,8%).

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Marzo - mayo 2018/2017

(Tasa de variación interanual)

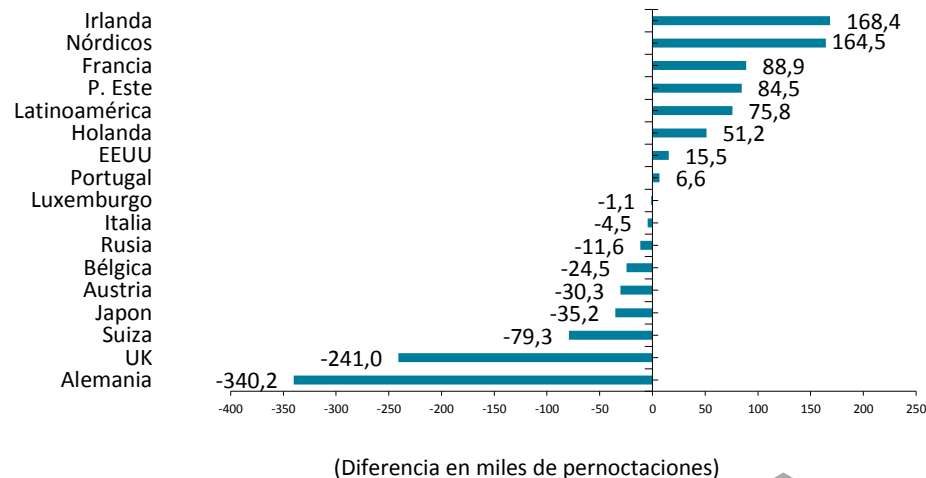
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Marzo - mayo 2018/2017

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones)





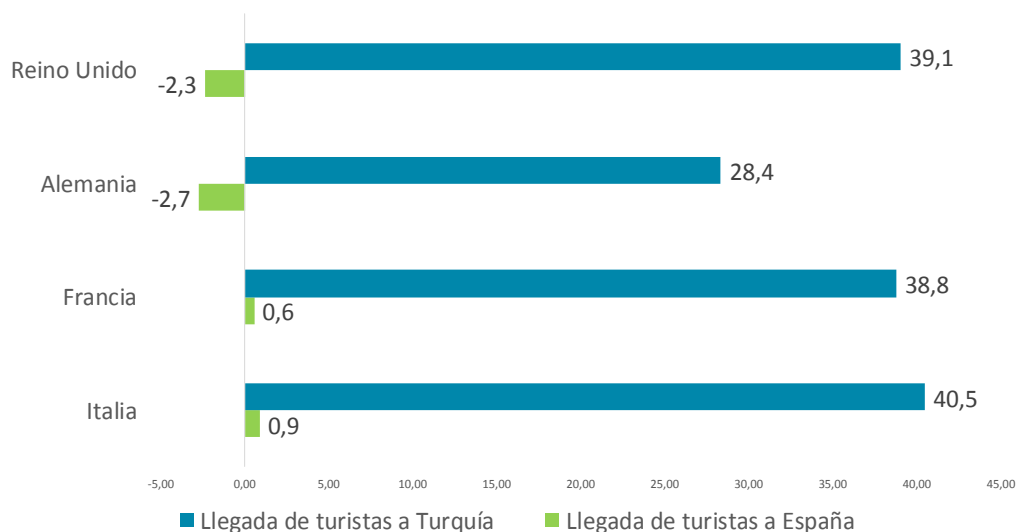
# Turquía y Egipto recuperan hasta mayo 4 millones de turistas (2,8 en primavera), afectando a las zonas del sol y playa, principalmente de Canarias y Baleares

La recuperación de la demanda turística de los destinos del Mediterráneo Oriental (principalmente de Turquía y Egipto), ante la relajación de la amenaza terrorista comienza a afectar de forma notable a los destinos españoles del “sol y playa”. Los datos más relevantes de esta tendencia de normalización de los competidores se reflejan en:

- Turquía ha recuperado en lo que va de año 2,7 millones de turistas extranjeros, 2,0 millones de los cuales en el período marzo-mayo, gracias a un aumento del +29,4% y Egipto 1,2 millones (0,8 millones en marzo-mayo), al aumentar el +40,0%.
- El crecimiento de la llegada de turistas a estos países procede principalmente de los principales países emisores de turistas a España. Con los datos disponibles sobre el tráfico a Turquía hasta el mes de mayo, Alemania crece un +28,7%, 245 mil turistas, Reino Unido (+39,1%, 155 mil turistas) y Francia (+38,8%, 56 mil turistas), además de Rusia (+49,6%, 460 mil turistas).

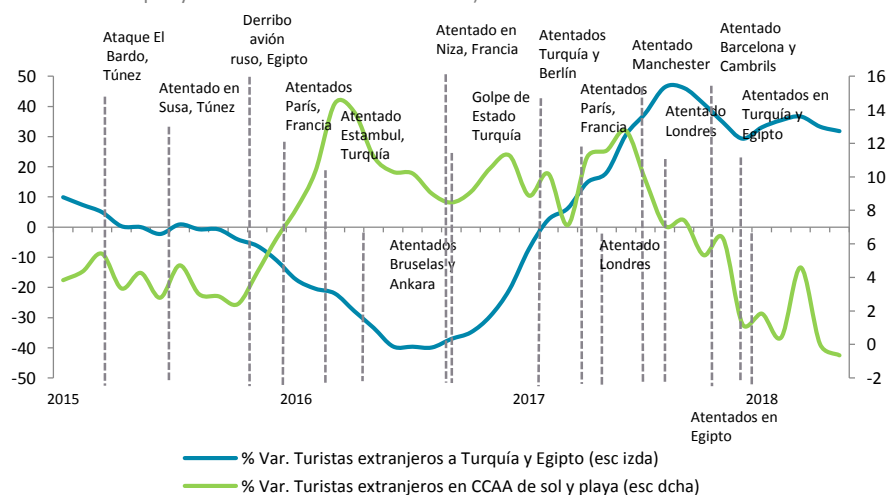
Variación de la llegada de turistas extranjeros a España y Turquía por países Ene-Mayo 2018/2017

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de Frontur (INE) y Banco Central de Turquía



La inestabilidad geopolítica en los países competidores (\*) y sus efectos sobre el sector turístico español (Var % llegada de turistas)

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



(\*) Se estima el comportamiento en marzo y mayo de Egipto a partir de la variación presentada en el acumulado diciembre-febrero 2018/2017

# Se confirma un comportamiento dual del turismo extranjero en España; crece a las zonas de interior, las ciudades y el norte y cae ligeramente en los destinos más importantes del “Sol y Playa”

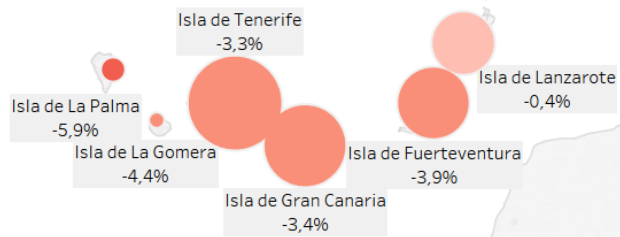
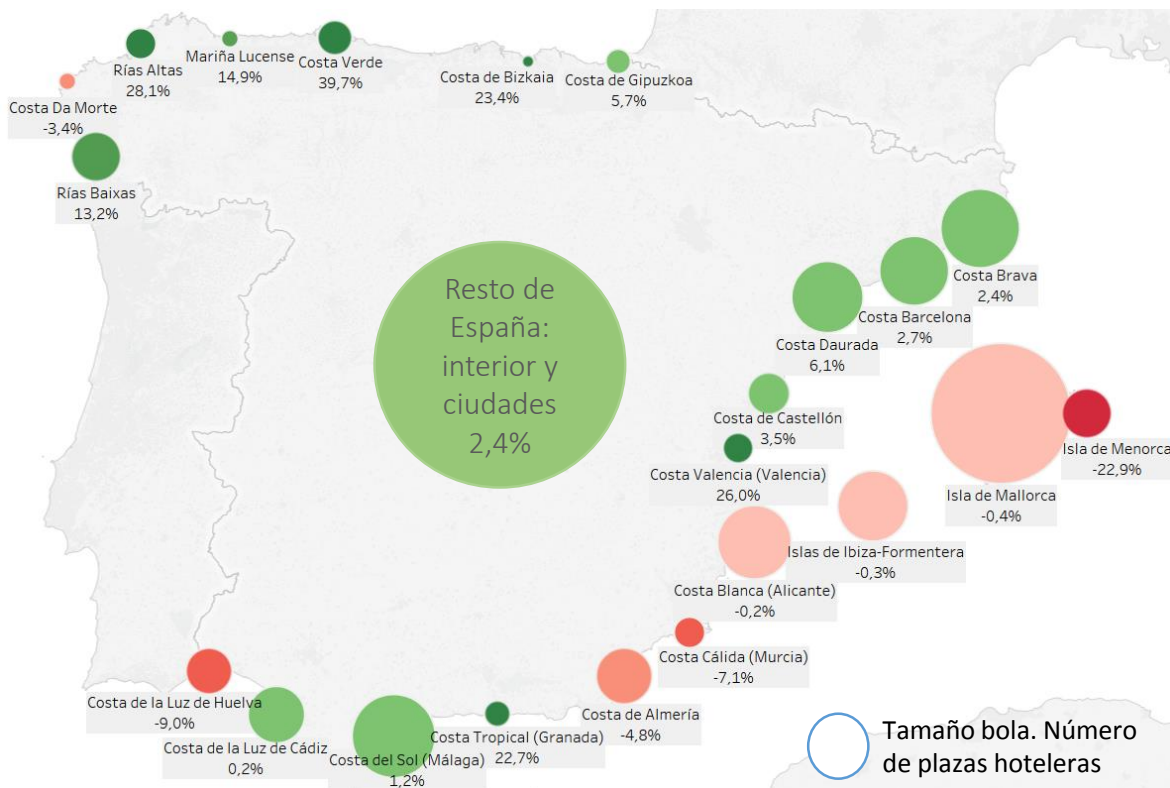
Como consecuencia de la esperable recuperación de los destinos competidores la demanda extranjera a los destinos insulares y la costa peninsular comienza a descender: en marzo mayo de 2018 la caída respecto a los mismos meses de 2017 es de 425 mil pernотaciones (un -1,2%), muy concentradas en las islas de Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura, Menorca, la costa murciana (Costa Cálida), la Costa de la Luz de Huelva la Costa de Almería y, en menor medida, en Mallorca, Ibiza y la Costa Blanca.

## Comportamiento de las pernотaciones de extranjeros en hoteles por zonas turísticas Var Mar-May 2018/2017

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de la EOH (INE)

De las zonas de Costa, la demanda extranjera tan sólo crece en los destinos del litoral catalán (Costa Brava y Dorada) y la Costa del Sol, impulsados por el buen comportamiento del mercado ruso, la Costa Tropical y la de Valencia, de forma intensa, y la de Castellón y la de Cádiz

La demanda extranjera a ciudades, destinos de la España Verde y de Interior crecen de forma notable (un 2,6% el agregado de todos los destinos), compensando el descenso experimentado en las zonas de la costa.



Los datos reflejan la información de las zonas vacacionales de costa

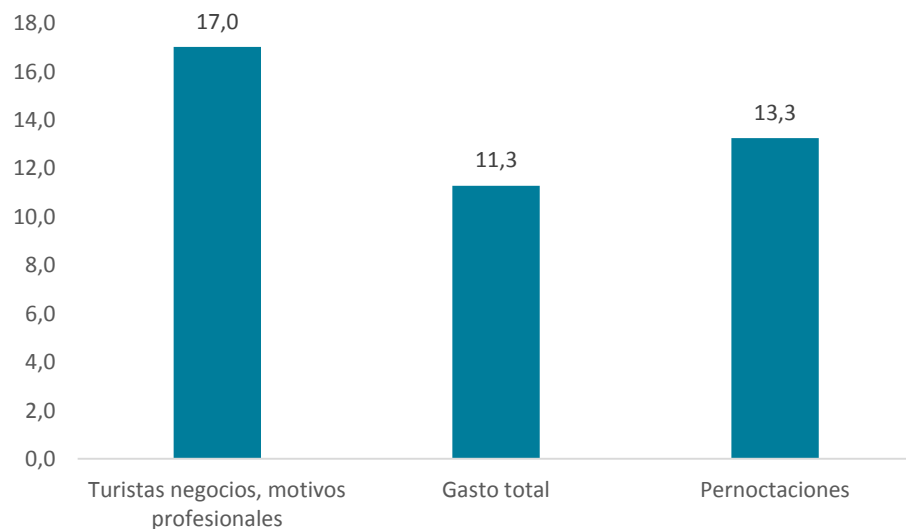
## El buen comportamiento de la economía española y su capacidad para atraer inversiones impulsa el turismo de negocios procedente del exterior, que crece a ritmos de dos dígitos en esta primavera

Otro de los determinantes del buen comportamiento del gasto del turismo extranjero es el fuerte aumento que ha experimentado en estos meses de primavera el segmento de viajes de negocios y MICE (reuniones y congresos) en España; la llegada de turistas crece un +17,0% en marzo-mayo, sus pernoctaciones un +13,3% y el gasto total un 11,3% respecto a los mismos meses de 2017.

El favorable desempeño de la economía española y su incidencia sobre el impulso de la inversión extranjera a España y el buen hacer de numerosas ciudades en la atracción de reuniones y congresos para su celebración en España han impulsado el flujo de un volumen de turistas de negocios, que tiene en media un gasto diario muy superior al del turista de ocio (214€ el de negocios frente a los 147€ el de ocio\*).

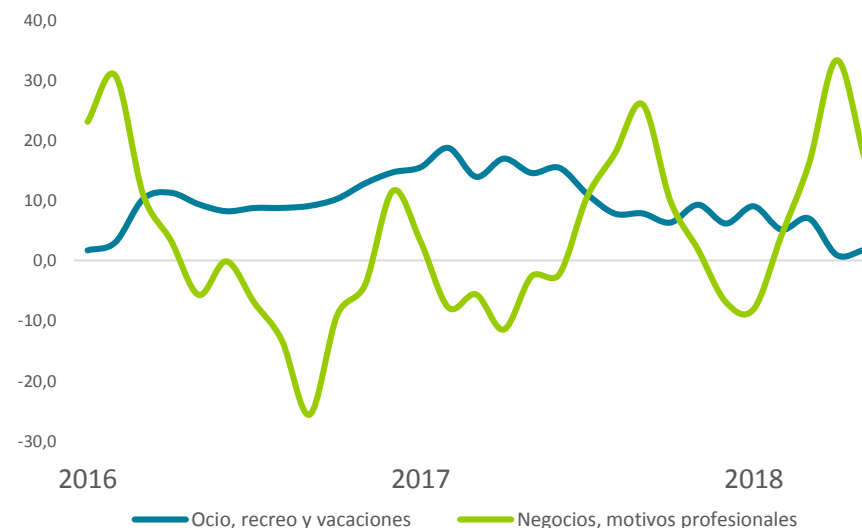
**Comportamiento del TURISMO DE NEGOCIO de la demanda extranjera (TV Marzo-mayo 2018/2017 en %)**

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



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

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



\* Los datos incluyen el gasto en transporte, ya que Egatur no publica hasta la fecha el desglose por concepto de gasto para las diferentes motivaciones de viaje

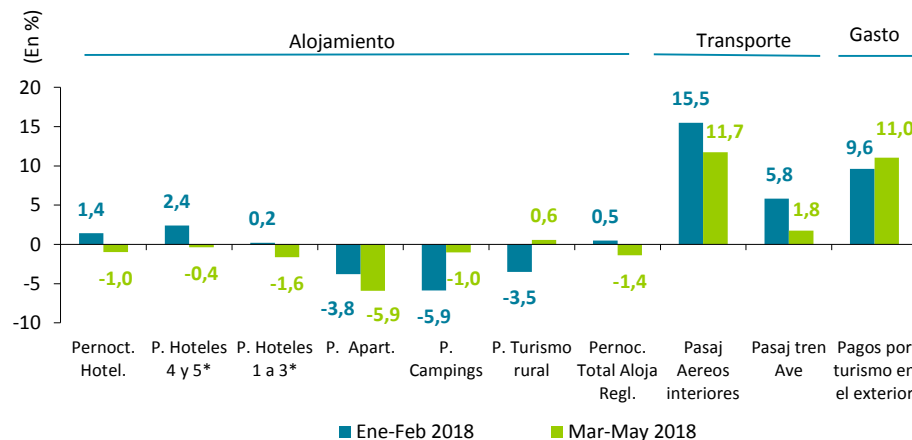
## La demanda española se resiente en el segundo trimestre marcada por la pérdida de empuje del consumo y una climatología poco propicia para las escapadas

A pesar del buen inicio del año, la demanda turística de los españoles ha mostrado cierta debilidad en los meses de primavera de 2018, cerrando con la mayor parte de indicadores alojativos en valores negativos (las pernoctaciones en el total de alojamientos reglados caen un -1,4% y en hoteles un -1,0% en marzo-mayo), mientras crecen de forma notable los desplazamientos interiores (+11,7% en avión y +1,8% en tren) y los viajes al exterior (+11,0%). La dinámica de la demanda interna ha estado marcada por:

- Un menor volumen de escapadas a ciudades y la costa, por el mal tiempo y la celebración anticipada de la Semana Santa.
- El exponencial uso de las viviendas de alquiler (+32,5% hasta marzo, según la ETR del INE), que ha detruido demanda del resto de fórmulas alojativas.
- Un mejor comportamiento de los viajes de negocio, primordialmente en el día, con una notable incidencia sobre los modos de transporte (aéreo +11,7% y Ave +1,8%) y en menor medida sobre el alojamiento.
- Un buen comportamiento de los viajes al exterior (los pagos suben un +11,0%), especialmente a los destinos urbanos y de larga distancia, con Caribe a la cabeza.

### Indicadores de demanda NACIONAL.Comparativa %Var Ene-Feb vs %Var Mar-May 2018 (Tasa de variación interanual en %)

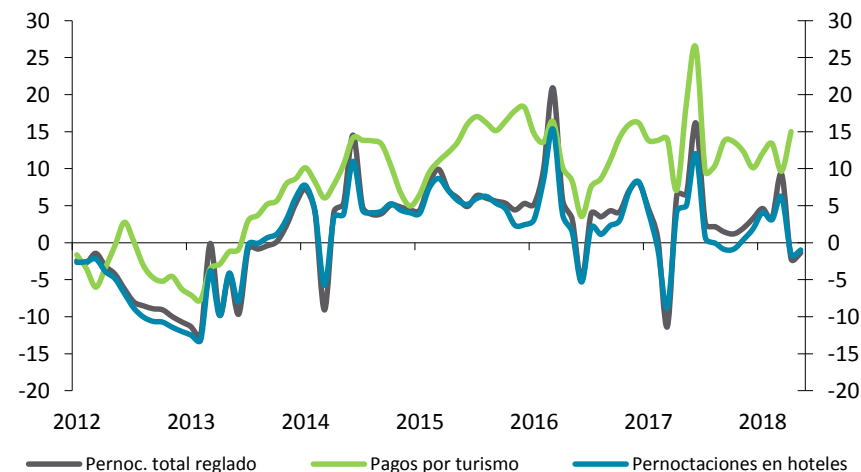
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



(\*) Datos de pagos por turismo hasta el mes de abril.

### Evolución de los Indicadores turísticos de demanda NACIONAL 2012-2018 (Tasa de variación interanual trimestral)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH, EOTR, EOAP; EOAC, INE y Bco de España



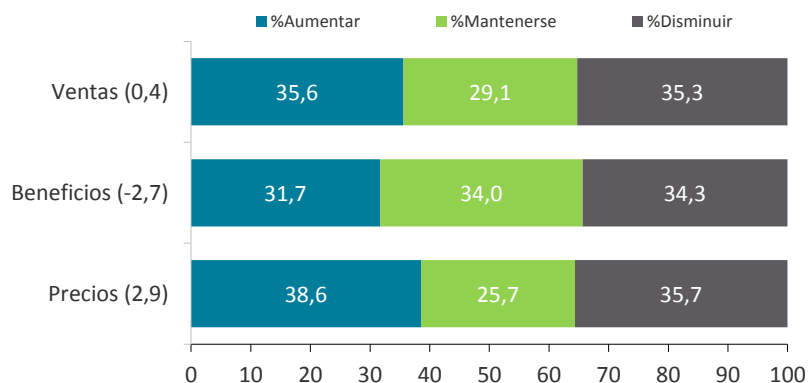
## El atípico segundo trimestre de 2018 afecta a las ventas de las empresas turísticas y promueve un leve retroceso de sus resultados respecto a los registros récord de 2017

El balance empresarial del segundo trimestre de 2018 confirma la estabilización del desempeño turístico respecto a los excepcionales crecimientos que han experimentado las empresas en los últimos cuatro años. Lo que ha supuesto un proceso de crecimiento insólito en ventas y mejoría de resultados empresariales, ha iniciado una tendencia de vuelta a la normalidad en estos meses de la primavera de 2018. Concretamente, el porcentaje de empresas turísticas españolas en las que suben las ventas respecto del mismo periodo en 2017 (el 35,6%) es muy similar a aquél donde bajan (35,3%), y el porcentaje de empresas donde caen sus resultados (34,3%), ya supera a aquellos en los que mejoran (31,7%), según los datos de la Encuesta de Confianza de Empresarial de EXCELTUR cerrada el 9 de julio.

Se trata, no obstante, de una caída en general de una intensidad leve, que se produce respecto del 2017, año que supuso la mejor temporada de los últimos años, por lo que las empresas acabaran el 2018 con niveles de ventas y resultados aún muy positivos.

### Balance empresarial del conjunto del sector turístico español SEGUNDO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR

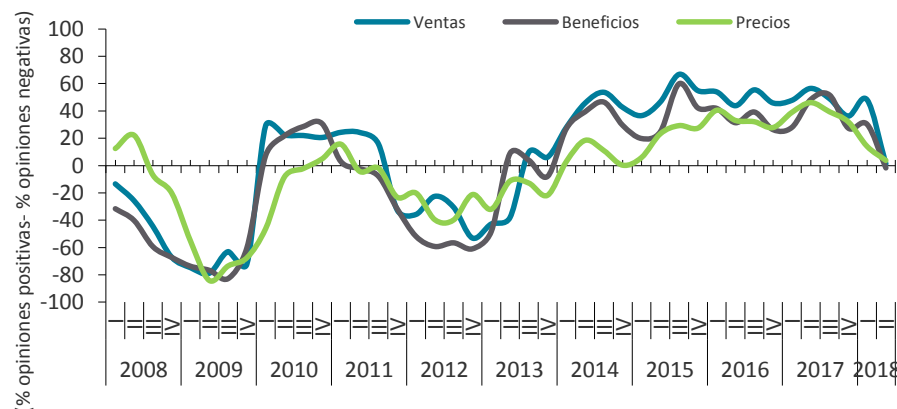


Entre paréntesis la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

ITr 2008-II Tr 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

## Desigual incidencia sobre los resultados empresariales entre los distintos subsectores; hoteles, ocio y agencias de viajes los menos dinámicos, mientras mejoran en las empresas de transporte

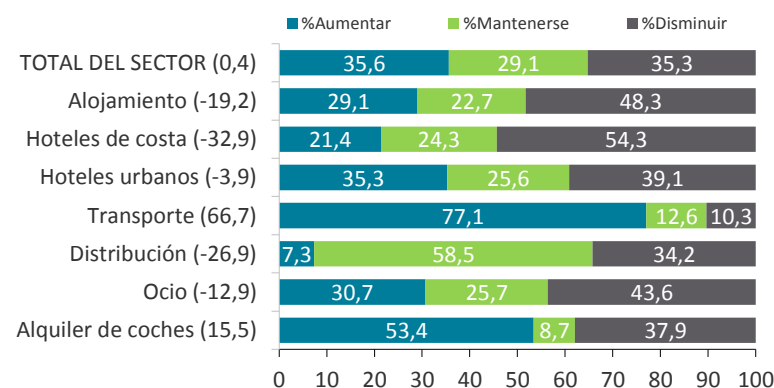
El mayor tránsito de viajeros ha favorecido a las **compañías de transporte** en este segundo trimestre; el 77,1% ha mejorado las ventas y el 64,5% los resultados, con un crecimiento en el número de pasajeros aéreos del +6,1% en el período marzo-junio y del +1,8% en las líneas del AVE (datos marzo-mayo). La mejora de resultados ha venido de la mano de ganancias operativas y de apertura de nuevas rutas, en un contexto de presión a la baja sobre los precios de venta.

Las **empresas de alquiler de coches** han cerrado igualmente el trimestre con mejoras en ventas (en el 53,4% de los casos) y de resultados (en el 54,2%), impulsado por el aumento de los desplazamientos y el buen comportamiento del segmento de negocios. A pesar de ello el notable crecimiento de la oferta, con matriculaciones en máximos, ha afectado a la baja a los precios de venta.

Los **hoteles vacacionales** son los que más han sufrido en mayor medida la estabilización de sus ventas y resultados derivado de la esperable recuperación de los competidores y el mal tiempo. Así, en este segundo trimestre de 2018, el 54,3% de los hoteles de la costa cerraron con volúmenes de ventas por debajo de las del mismo trimestre de 2017, que se ha dejado notar menos en los resultados (se reducen en el 46,9% de los mismos, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR), por la apuesta por mejorar los precios (suben un +4,1% en marzo-mayo, según el INE), derivado del notable proceso en inversión de producto realizado en los últimos años.

### Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS SEGUNDO trimestre de 2018

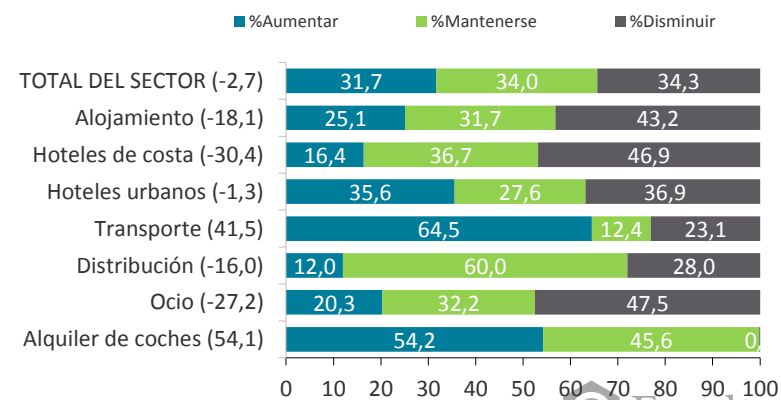
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

### Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS SEGUNDO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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



La realidad de los **hoteles urbanos** en España durante el segundo trimestre se caracteriza por dinámicas muy variadas, con una tendencia a la relajación en la mejora de las ventas (de la que se beneficia el 35,3% de establecimientos, con un 39,1% en los que ya empiezan a caer), al igual que en sus resultados (al 35,6% les mejora y al 36,9% les empeora, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR). Esta realidad se explica por las fuertes diferencias registradas en las distintas ciudades españolas; ciudades donde suben los ingresos de forma notable en el período marzo-mayo, según el INE (Valencia +15,9%, Santander +8,4%, Málaga +7,2%, Sevilla +6,5% y Madrid +4,9%) y otras donde el REVPAR desciende de manera intensa (Barcelona -9,6%, Oviedo -11,1% o Granada -3,0%), todas ellas en un contexto de fuerte aumento de las viviendas de uso turístico y la contestación social a sus efectos externos sobre el acceso a la vivienda.

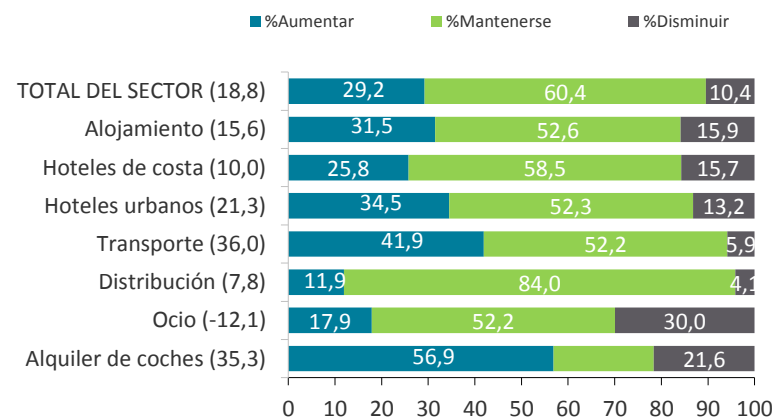
La disparidad de resultados se aprecia igualmente en **las actividades relacionadas con la cultura, el ocio y el entretenimiento**. La oferta cultural de museos y monumentos refleja un balance positivo en ventas, pero ligeramente negativo en resultados de abril a junio, afectado por la pérdida de fortaleza de la demanda. Mientras, ventas y resultados caen de forma generalizada (afecta al 55,0%, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR) en los principales parques y atracciones de ocio, afectados por las adversas condiciones meteorológicas y el menor consumo de los españoles.

Las **agencias de viajes** se han resentido de la atonía en el consumo turístico de los españoles, el 58,5% de las agencias ha mantenido las ventas del pasado año y un 34,2% ha sufrido un leve descenso, con un 60,0% que ha mantenido sus resultados durante el segundo trimestre del año, gracias al buen comportamiento de los viajes al exterior.

A pesar del menor dinamismo de la demanda y ante unas perspectivas positivas para el verano, **la mayor parte de empresas turísticas mantuvieron (el 60,4%) o incrementaron todavía más sus plantillas (el 29,2%) al cierre del segundo trimestre de 2018, en consonancia con el aumento del +3,2% de los afiliados a la Seguridad Social.**

#### Opinión empresarial sobre la evolución del empleo SEGUNDO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



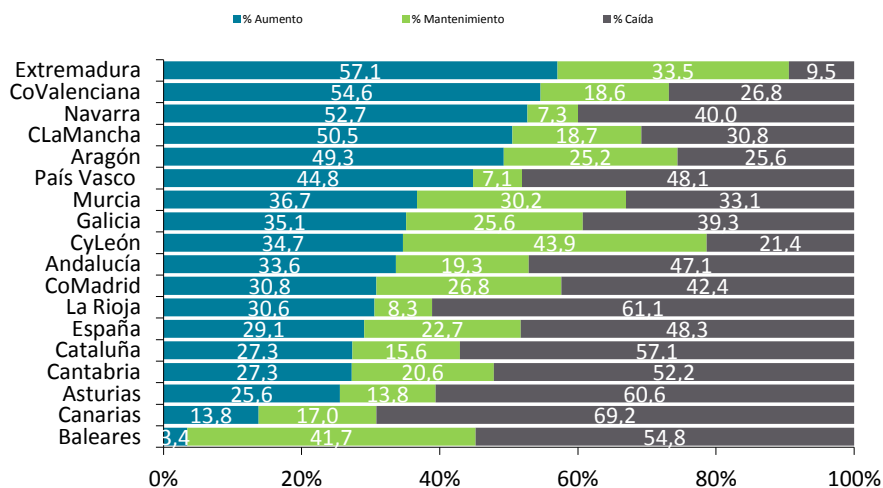
Baleares y Canarias, por la recuperación esperada de los competidores, las comunidades del Norte (Cantabria, Asturias y La Rioja) afectados por la meteorología y Barcelona, marcado por la bajada del segmento de turismo de negocios, cierran un 2º Tr de 2018 por debajo de los buenos resultados de 2017

- El esperable resurgir de los competidores mediterráneos se ha dejado notar especialmente en los destinos de **Canarias** y en menor medida de Baleares, en el inicio de la temporada. El 55,7% de los empresarios canarios cerraron el segundo trimestre con unos resultados levemente por debajo de los del segundo trimestre de 2017, influidos por una caída del REVPAR del -0,8% en el período marzo-mayo, debido a la menor ocupación (-3,0%) a pesar de la mejora en precios (+2,3%), que se extiende por las islas mayores; Gran Canaria (RevPar -1,7%), Tenerife (-2,0%) y Lanzarote (-0,9%), salvo en Fuerteventura (+3,9%), donde suben los ingresos a pesar de haber caído la demanda (-4,9%).
- En la misma línea, el 57,9% de los empresarios de **Baleares** manifestaban un leve deterioro de los resultados al cierre del segundo trimestre de 2018, comparado con unos excepcionales registros de 2017, muy marcado por los malos resultados del mes de junio, afectado por el menor flujo de turistas derivados de la celebración del mundial de futbol (sobre todo en el británico), el mayor coste por la subida de la tasa turística y los precios y la recuperación de los competidores. Cabe mencionar que, en el período marzo mayo, el REVPAR en las islas crecía a ritmos del +3,5%, gracias a mejoras en precio (+7,3%), mientras descendía la ocupación (-3,6%), según el INE.

**Opinión empresarial sobre las VENTAS. SECTOR ALOJAMIENTO.**

**II Trimestre 2018**

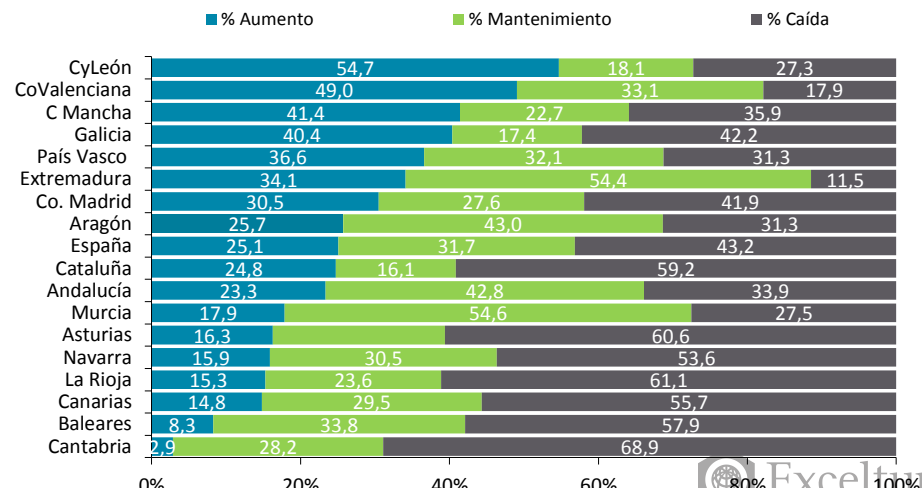
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



**Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. SECTOR ALOJAMIENTO.**

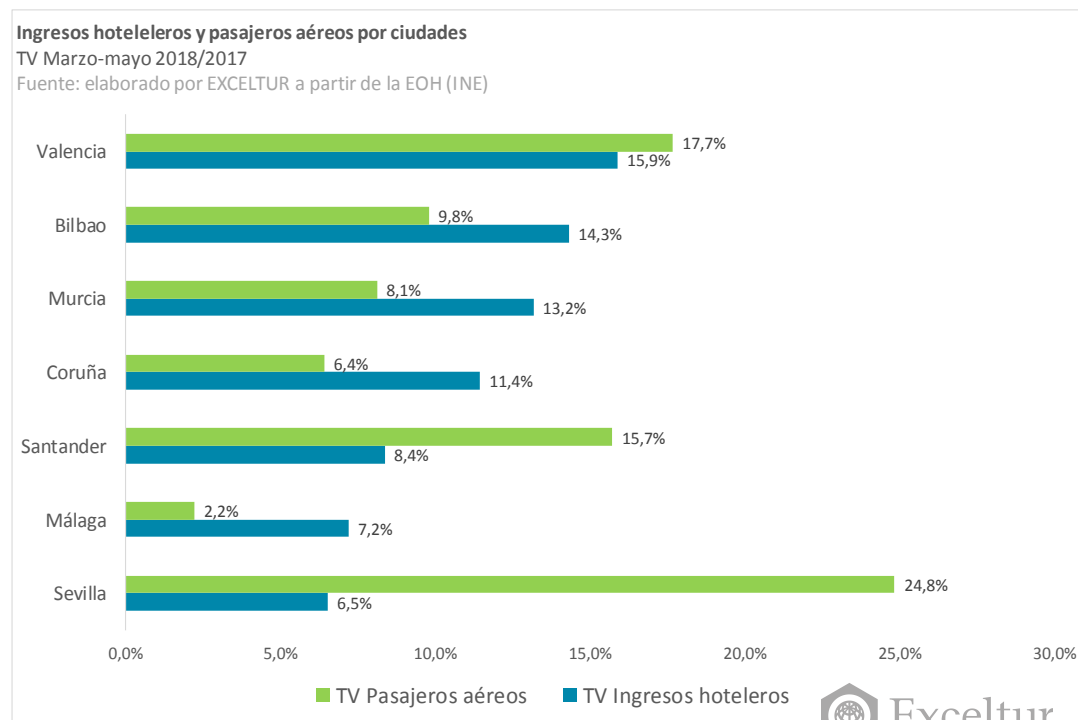
**II Trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur





- **Barcelona** cierra el segundo trimestre con una profundización en los ritmos de caída de los ingresos hoteleros (-9,6% en el acumulado marzo mayo, que afecta al 64,2% de los establecimientos), tras la relativa normalización experimentada en los primeros meses del año. A pesar de que el descenso de la demanda no ha sido muy acusado (-2,9% en pernoctaciones hoteleras en el mismo período), ésta ha afectado en mayor medida al turismo de negocios y de mayor capacidad de gasto, por la caída en el segmento de reuniones y en los viajes de negocio ante la deslocalización de empresas, dejándose notar especialmente en la oferta de mayor categoría (los ingresos en la oferta de cinco estrellas ha descendido un -15,3% y los de cuatro un -11,1%, según el INE).
- **Madrid** relaja los ritmos de crecimiento de sus ingresos (+3,9%) y resultados (en el 41,9% de las empresas turísticas se situaron por debajo del segundo trimestre de 2017) marcado por el ligero aumento de la nacional (+0,8% en pernoctaciones hoteleras) y la mayor afluencia extranjera (+4,1% en turistas marzo-mayo) que no se ha trasladado a los establecimientos reglados (-1,2% viajeros y -0,02% en pernoctaciones hoteleras), afectados por su comparación con un segundo trimestre excepcional de 2017 y el crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas. Solo en las dos mayores plataformas de comercialización on-line de viviendas turísticas, la oferta en la capital alcanza los 26.602 anuncios, según Datahippo, lo que supone una oferta cercana a las 100 mil plazas, frente a las casi 110 mil plazas hoteleras.
- En este contexto, un conjunto de ciudades registraron en el segundo trimestre un gran comportamiento. Este es el caso de: **Valencia** (+15,9% en ingresos marzo-mayo), **Bilbao** (+14,3%), **Murcia** (+13,2%), **Coruña** (+11,4%), **Santander** (+8,4%), **San Sebastian** (+8,0%), **Salamanca** (+7,5%), **Málaga** (+7,2%) y **Sevilla** (+6,5%), impulsado en muchas de ellas por el aumento de las conexiones aéreas.





---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

PREVISIONES PARA EL  
TERCER TRIMESTRE  
(VERANO) DE 2018 Y EL  
CONJUNTO DEL AÑO

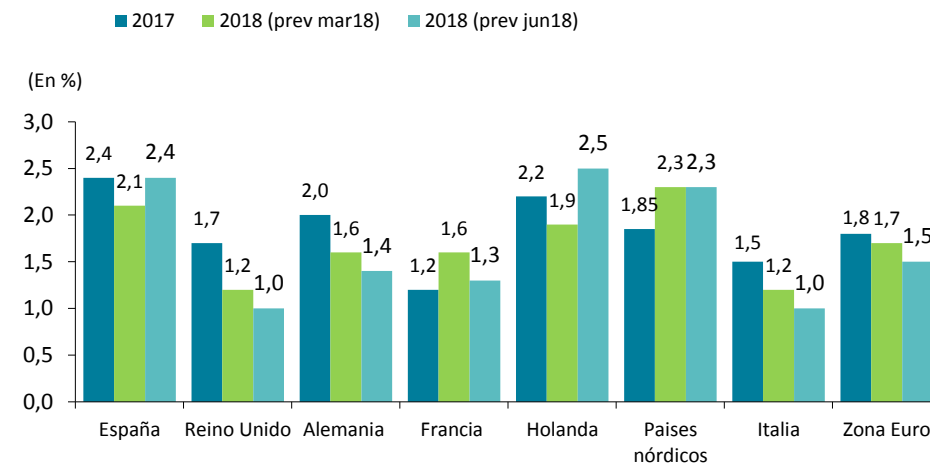
## El entorno económico menos favorable en Europa y la recuperación de los competidores del Mediterráneo Oriental, los principales condicionantes que prolongarán el menor dinamismo de la demanda extranjera hacia España para el verano de 2018

1. En el ecuador de 2018, el consenso de analistas descuenta un escenario de menor dinamismo de la actividad y del consumo privado en Europa, que condicionará la capacidad de **consumo turístico de las familias de los principales mercados emisores europeos en España en la segunda mitad de 2018**.
2. Con una libra depreciada pero en niveles estables en los últimos meses y previstos para el resto del año en torno al 0,89 GBP/EUR, la ralentización de los ingresos turísticos del mercado británico en España vendrá más vinculada a la competencia de otros mercados del Mediterráneo Oriental (Turquía, Egipto) y al menor crecimiento previsto del consumo privado para las familias de **Reino Unido (+1,0% en junio de 2018 vs +1,2% en marzo)**.
3. La revisión a la baja de las expectativas de crecimiento de actividad económica y consumo privado también puede afectar al gasto turístico en los destinos españoles de los turistas provenientes de **Francia, Alemania e Italia**, en el actual contexto de recuperación de otros destinos más asequibles.
4. Mientras, **países nórdicos y centro de Europa**, siguen manteniendo e incluso revisando al alza (**Holanda**) sus previsiones de consumo privado a cierre de 2018, que favorecerá la prolongación del buen comportamiento de su consumo turístico en nuestro país en los meses de verano.

### Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2017-2018

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (mar18,jun18)

Tasa de variación interanual

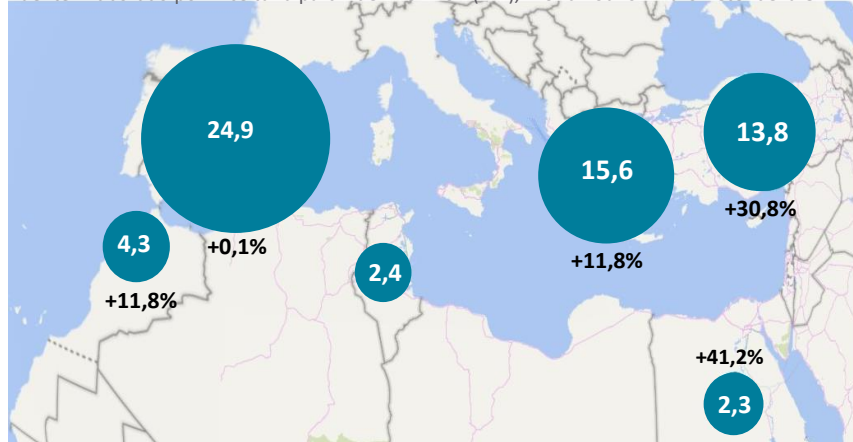


4. Por su parte, el buen desempeño observado del mercado emisor **ruso**, impulsado por la recuperación de su economía (+1,8% de PIB previsto para 2018 y +3,5% de consumo privado, según la OCDE), podría verse parcialmente ensombrecido en los próximos meses por el la crisis del operador turístico ruso Natalie Tours, el 38,2% del medio millón de turistas rusos que eligió España como destino en el verano de 2017 contrató un paquete turístico, siendo en el 87,9% de los viajes Cataluña el destino elegido.
5. **La depreciación del euro frente al dólar esperada para la segunda mitad de 2018** favorecerá la competitividad de los destinos turísticos españoles respecto a otros destinos en zonas dolarizadas especialmente para los mercados emisores de turistas de la zona euro y, en un entorno de crecimiento económico previsto para las economías desarrolladas de otros continentes, impulsará el crecimiento ya observado de la afluencia y gasto turístico en los destinos turísticos españoles de mercados emisores de larga distancia (Estados Unidos, China, Latinoamérica...).
6. El comportamiento reciente de la demanda turística desde nuestros principales mercados emisores a Turquía y Egipto en los primeros cinco meses de 2018 sugieren **que la recuperación de la cuota de mercado perdida en estos destinos por la inestabilidad geopolítica en los últimos años seguirá restando dinamismo a los flujos turísticos hacia España** en los meses de verano.

Volumen de demanda extranjera en destinos españoles de sol y playa y en nuestros principales mercados competidores del Mediterráneo Oriental y Norte de África en el verano de 2017 y variación observada en el acumulado anual hasta mayo de 2018(\*).

(Millones de turistas y tasa de variación acumulada)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de FRONTUR (INE), World Tourism Barometer de la OMT



(\* Datos para Túnez de 2018 no disponibles, para Egipto hasta febrero, para Grecia hasta marzo y Marruecos hasta Abril



Tamaño bola. Millones de turistas en el verano de 2017



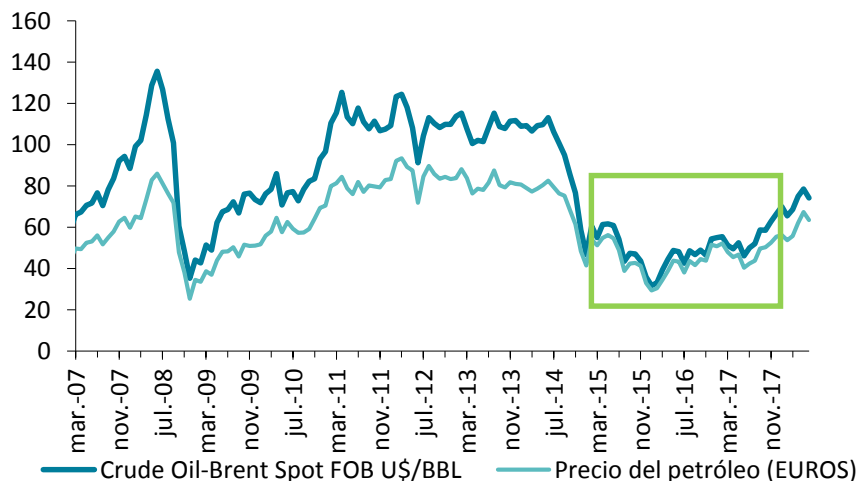
% Tasa de variación interanual de crecimiento acumulado en el año 2018

El incremento del precio del petróleo y la previsión de que se mantenga en niveles superiores al 10% de los estimados hace tres meses, junto a los posibles episodios de conflictividad laboral sobre el transporte aéreo, pueden impactar negativamente en el desempeño de la actividad turística en el verano de 2018

1. El **precio del petróleo siguió creciendo en la primera mitad de 2018** y, aún manteniéndose todavía en niveles por debajo de los 102,4 de media en los primeros años de esta década, su valor esperado a cierre de año ha sido revida al alza respecto a tan sólo hace 3 meses hasta un entorno de 70,7\$. El impacto de la subida del petróleo sobre el precio del carburante introducirá gradualmente una presión al alza sobre el precio del billete aéreo, que entre la segunda mitad de 2014 y 2017 se beneficiaron de niveles mínimos del precio del petróleo, y mermará la capacidad de consumo de los hogares por su traslación a los precios de la energía e incremento del coste de sus desplazamientos turísticos.
2. Por otro lado, las distintas movilizaciones anunciadas por el personal de Ryanair, personal de tierra de AENA, trabajadores de handling en el aeropuerto de Barcelona, para este verano, podrían afectar, de no resolverse, a la operativa del transporte de pasajeros aéreos desde y hacia destinos turísticos españoles, uno de los principales factores impulsores de la demanda.

### Evolución del precio del petróleo (FOB) en Dólares y Euros

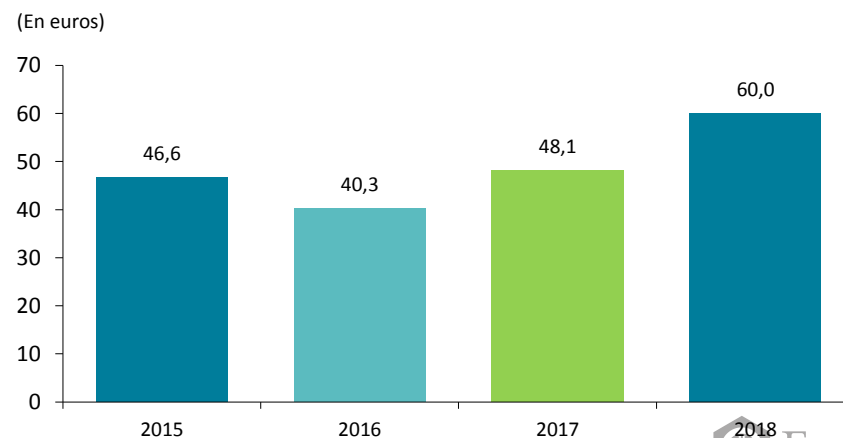
Fuente: EIA - Energy Information Administration, United States;



### Comportamiento previsto del precio del barril de petróleo en euros

Fuente: AFI a partir de EIA - Energy Information Administration, United States; Reuters

Unidades: euros

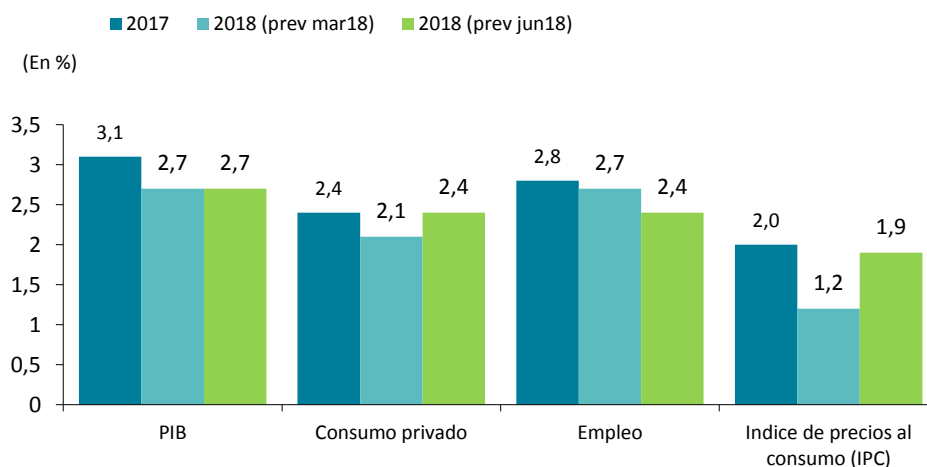


## Tras unos atípicos meses primaverales, se anticipa recuperar el dinamismo de la demanda nacional en el tercer trimestre de 2018 en un contexto macroeconómico favorable

1. Se revisan al alza las buenas expectativas sobre el comportamiento del consumo privado de los españoles (desde el 2,1% de marzo hasta el 2,4% de junio de 2018), que previsiblemente impulsara **su gasto turístico** dentro y fuera de España en los próximos meses. Los crecimientos descontados del empleo, la recuperación salarial, las buenas condiciones crediticias e impulso fiscal aprobado recientemente en los Presupuestos Generales, favorecerán un mayor nivel de consumo turístico en el verano de 2018.
2. La menor presión de la demanda extranjera prevista en el verano de 2018 animará, así mismo, las contrataciones de última hora de los turistas españoles por una mayor accesibilidad a oferta en los destinos españoles de la costa de mayor presencia de paquetes turísticos.

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

Fuente: Exceltur a partir de INE y Banco de España (dic17, mar18)



# Las empresas turísticas anticipan una ligera aceleración del crecimiento de sus ventas y sus resultados para los meses centrales del verano de 2018 impulsadas por la demanda nacional y los mercados de larga distancia

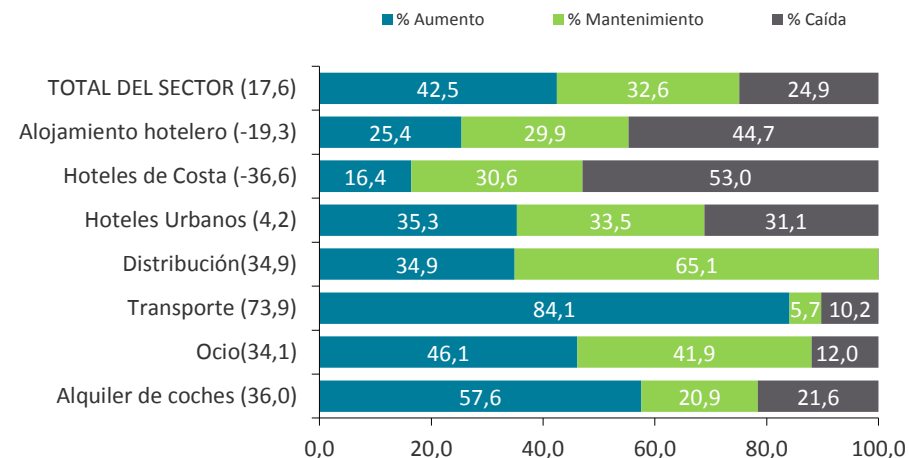
Las expectativas empresariales de cara al trimestre de verano de 2018 mejoran en relación al segundo trimestre; el **42,5%** de los empresarios descuentan aumentar sus **ventas** respecto a los de por sí excelentes registros del verano de 2017, y el **38,9%** anticipan una **mejora interanual** de sus **resultados**, con un **36,4%** que **esperan mantenerlos**.

La mejora de las expectativas viene de la mano de la reactivación esperada para la demanda española (el 35,1% de las **agencias de viajes** espera mejorar resultados) y el aumento de la afluencia desde mercados de larga distancia (los slots para el verano de USA crecen un +12,1%, de Rusia +11,0% y de China +16,0%), que se refleja en las **positivas perspectivas de las compañías de transporte** (el 69,0% descuenta incrementar sus resultados) y las **empresas de alquiler de coches** (el 70,5% maneja previsiones de mejorar sus resultados por mayores ventas), que también se trasladaran a la **oferta de ocio** (el 44,1% mejorará sus resultados).

Tan solo los **hoteles de costa** esperan un mantenimiento de la senda de reajuste de ventas y márgenes a la baja con unas perspectivas mayoritariamente negativas en ventas (el 53,0% espera un descenso para el verano) y resultados (el 42,1% descuentan un deterioro), ante la caída de la demanda de los touroperadores extranjeros.

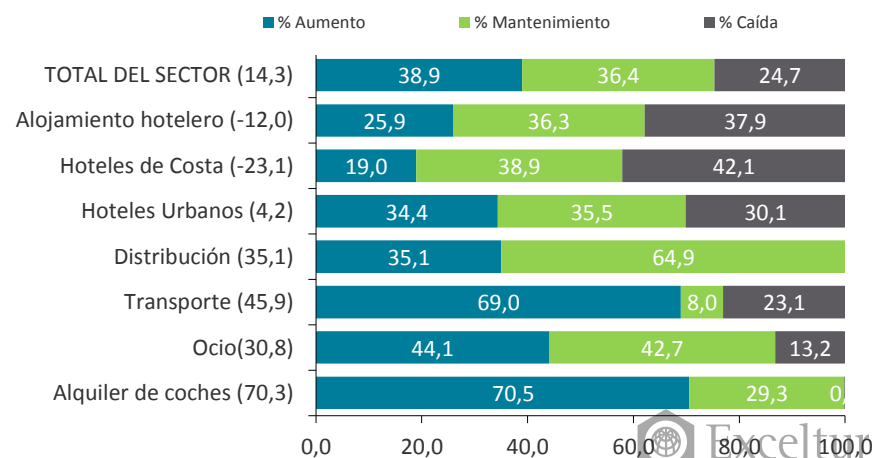
## Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS PREVISTAS para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS PREVISTOS para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## Los destinos del interior (las dos Castillas, Madrid, Navarra y Aragón), País Vasco, Galicia y la Comunidad Valencia, en la costa, presentan las mejores perspectivas para el verano 2018, mientras Baleares, Canarias y Cataluña descuentan caídas

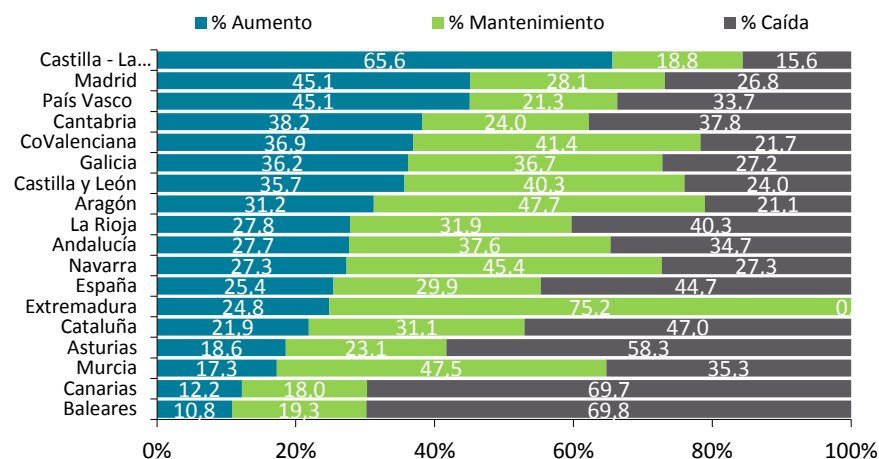
La normalización del mercado por la recuperación de los competidores se dejará notar también en verano en los resultados de las empresas turísticas de **Baleares, Canarias y Cataluña**, dentro del sol y playa español. El menor volumen previsto de demanda extranjera mermará levemente los resultados del 62,5% de las empresas de Baleares, el 54,2% de las canarias y del 51,8% de las catalanas en el trimestre central de verano (jul-sep), respecto a la excepcional temporada de 2017.

Entre los destinos de “sol y playa” tan solo en la **Comunidad Valenciana** y, en menor medida, en **Andalucía** los empresarios esperan mejoras en los meses de verano de 2018 respecto a los resultados de 2017, gracias a su menor exposición a la demanda extranjera paquetizada, la más afectada por la recuperación de Turquía y Egipto.

Los destinos de interior con las Castillas, Madrid, Navarra y Aragón a la cabeza junto con el País Vasco y Galicia esperan un verano de 2018 marcado por el aumento en los resultados (esa es la opinión del 49,1% de los empresarios de **Castilla-La Mancha**, el 42,3% de **Castilla y León**, el 40,7% de **Madrid**, el 40,0% de **Navarra**, el 40,6% de **Aragón**, el 43,0% del **País Vasco** y el 35,7% de **Galicia**).

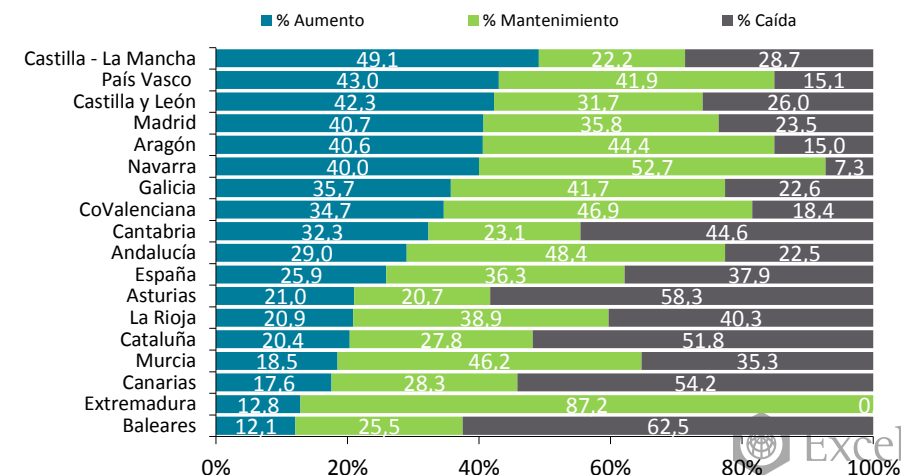
### Opinión empresarial sobre las VENTAS previstas. SECTOR ALOJAMIENTO. III Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



### Opinión empresarial sobre los RESULTADOS previstos. Sector Alojamiento III de Trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur





# Revisamos a la baja nuestra previsión de crecimiento del PIB turístico para el conjunto del año hasta el 2,6%, desde el 3,3% que lo estimábamos en abril

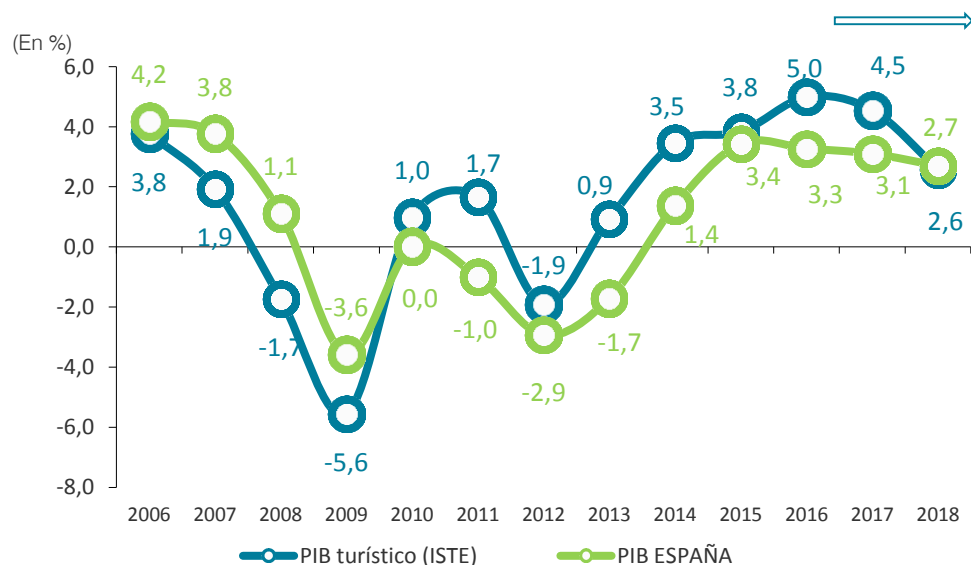
Los factores determinantes de la corrección a la baja de nuestras previsiones sobre el crecimiento del PIB turístico en 2018 son:

- La mayor desaceleración observada durante la primavera, por los factores atípicos y la inesperada debilidad de la demanda española.
- El menor dinamismo económico esperado para nuestros principales mercados, cuyas previsiones de crecimiento han sido ajustadas a la baja por analistas e instituciones internacionales.
- La fuerte recuperación de cuota de mercado de los competidores del Mediterráneo Oriental y su mantenimiento en los meses centrales del verano, según descuentan los empresarios.

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

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, CNE (INE), Banco de España (jun18)



**El turismo por debajo del crecimiento esperado para la economía española por primera vez en la última década**

De confirmarse estas previsiones, el crecimiento de la actividad turística (+2,6%) se situaría una décima por debajo del desempeño que los analistas estiman para el conjunto de la economía española (2,7%).

Más allá de este hecho, que supondría, por primera vez en los últimos diez años, un peor comportamiento del turismo frente al resto de la economía española, lo que apunta es al inicio de una tendencia a la estabilización del crecimiento del turismo, a tasas más acordes con los fundamentos macroeconómicos y la recuperación esperable de los competidores.

## Reflexiones de Política Turística ante la coyuntura de arranque de esta nueva legislatura

El contexto de ralentización previsto, si bien aún reflejará unos buenos resultados turísticos al cierre de 2018, anticipa una tendencia de desaceleración en las tasas de crecimiento turístico, que se podría acentuar a partir del 2019, a medida que las cuotas de turistas extranjeros prestadas, en especial, en los segmentos más indiferenciados y de menos precio, se recompongan y vuelvan a sus destinos originales y España no fuese capaz de captar otros segmentos de demanda turística, nacional o extranjera, de mas valor añadido, que lo compensasen.

Se abre pues un nuevo escenario con nuevos retos y oportunidades de futuro que exigirán revisar nuestras estrategias y modelos de crecimiento turístico para hacerlos más sostenibles y socioeconómicamente más rentables, y que deben lograr en paralelo el mayor reconocimiento social y acogida ciudadana posible, en los diversos destinos españoles. Ello exigirá reposicionar nuestra oferta y demanda, compitiendo por diferenciación, procurando mayor calidad experiencial y valor añadido, versus aspirar a nuevos récords de afluencia y/o apoyar políticas de bajos precios.

### En opinión de EXCELTUR ello aconseja:

- **El mayor liderazgo transversal del Gobierno para favorecer la gradual evolución competitiva del sector y los destinos**, con una implicación directa de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo ante unos retos estructurales, que si bien hartos conocidos se habían ido obviando o posponiendo durante el largo periodo turístico expansivo, que hemos vivido estos últimos años.
- **Una nuevo espíritu y gobernanza mixta, que concite el mayor dialogo, consensos y compromisos, tanto a las diversas escalas interadministrativas, como público-privados**, que faciliten la gestión más operativa y especializada, de las diversas políticas e iniciativas turísticas: **CONSENSUAR UNA NUEVA HOJA DE RUTA CON VISION DE ESTADO Y HORIZONTE DE MEDIO PLAZO.**
- **Una dotación de recursos públicos más adecuados a los retos que abordar tanto para una mejor promoción, como para acompañar las inversiones privadas en mejoras de la oferta/destinos** (sustancial mejora del presupuesto específico 2019 del Ministerio + partidas de otros Ministerios) y más acordes a lo que el turismo representa en términos de PIB, empleo, divisas...
- **Entender que los principales retos competitivos de futuro ya no se deben vislumbrar solo en clave que vaya a faltar o caer la demanda turística en su conjunto, sino en cómo captar la más deseable y de mayor derrama en los destinos.** Ello abre como reto previo y prioritario, diversificar y poner el foco en la oferta.

### Ante las reflexiones anteriores sugerimos 5 grandes prioridades de Política Turística y gobernanza con visión de Estado:

1. **Reconducir y coordinar con urgencia desde el Gobierno con las CCAA, el exponencial, descontrolado e ilegal crecimiento de viviendas de uso turístico.** Procurar unas leyes nacionales más clarificadoras, así como normas más homogéneas a nivel regional y asegurando fundamentalmente, que las plataformas velen por su cumplimiento.
2. **Recuperar y/o poner en marcha un gran plan nacional de recuperación de destinos turísticos pioneros, similar al Plan Litoral Siglo XXI, aprobado unánimemente por todas las CCAA, a fines del 2011** que no se implantó al cambiar la legislatura/gobierno. En ese entretiempp, varios grupos empresariales han demostrado el éxito de estos procesos, con notables inversiones y grandes efectos transformadores en destinos de Mallorca e Ibiza.
3. **Impulsar la más rápida y eficiente implantación de las tecnologías y procesos de digitalización en los destinos turísticos españoles,** que mejoren la captación y satisfacción de los segmentos de turistas más deseados y faciliten avances en los diversos ámbitos trasversales de la gestión municipal, que inciden en mejorar la experiencia turística integral (Ej Movilidad) **PRIORIZAR/FOCALIZAR MEJOR LAS CLAVES Y LA HOJA DE RUTA DE SEGITTUR PARA PROMOVER DESTINOS INTELIGENTES.**
4. **Dar un nuevo impulso a la gestión y especialización de TURESPAÑA,** con un enfoque público-privado más comprometido, segmentado y con más recursos, e incorporando prácticas de gestión ya acreditadas en otras entidades internacionales de promoción.
5. **Dotar de más contenido y periodicidad a los siguientes órganos mixtos:** La Comisión Interministerial de Turismo; la Conferencia Sectorial de Turismo; el Consejo Español de Turismo (CONESTUR), el Consejo Asesor de TURESPAÑA y un nuevo Consejo asesor publico-privado en SEGITUR



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

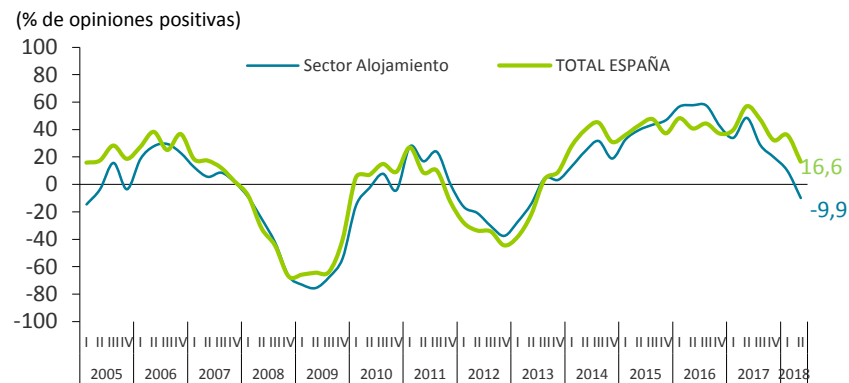
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
subsectores.

# 1. Sector alojamiento hotelero

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

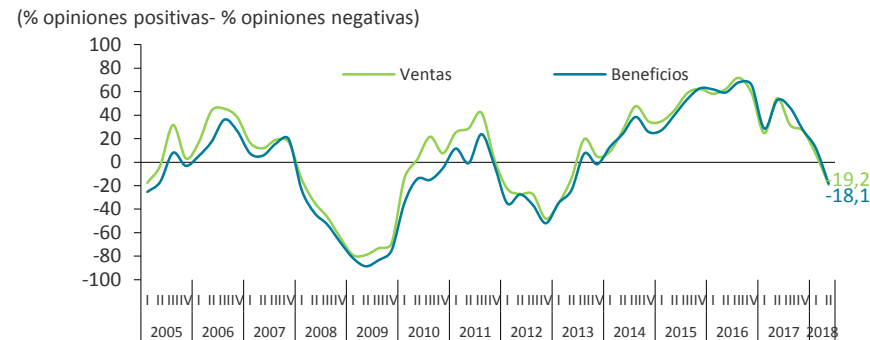
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



### Opinión empresarial (\*). Total España. Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



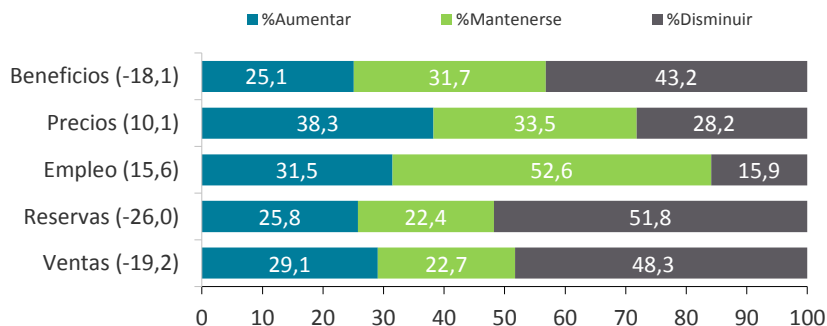
(\*). Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas

## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial de los HOTELES españoles

#### SEGUNDO trimestre de 2018

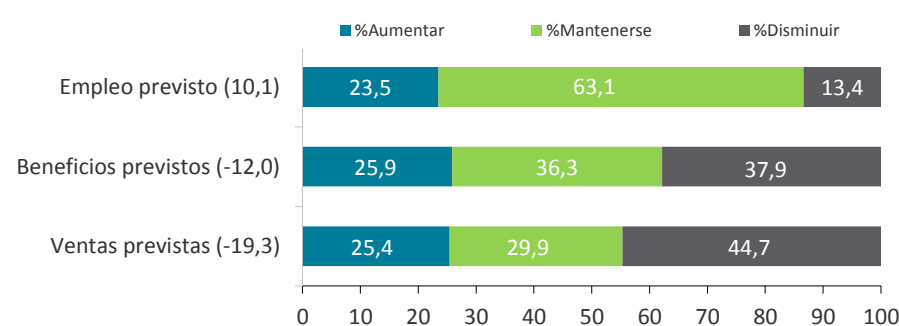
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



### Opinión empresarial de los HOTELES españoles.

#### Expectativas para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

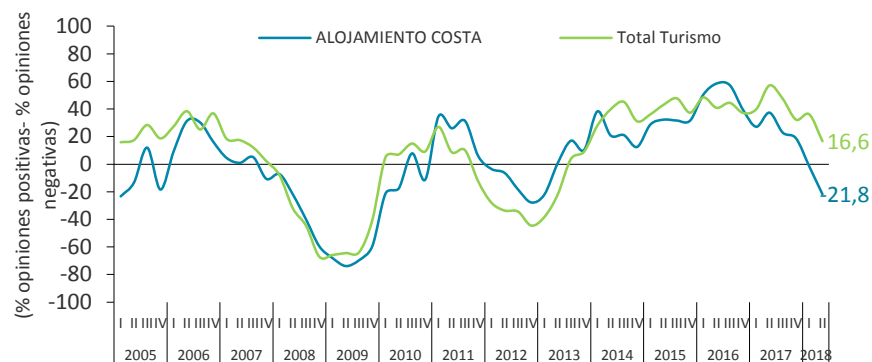
(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 1.a. Hoteles costa

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

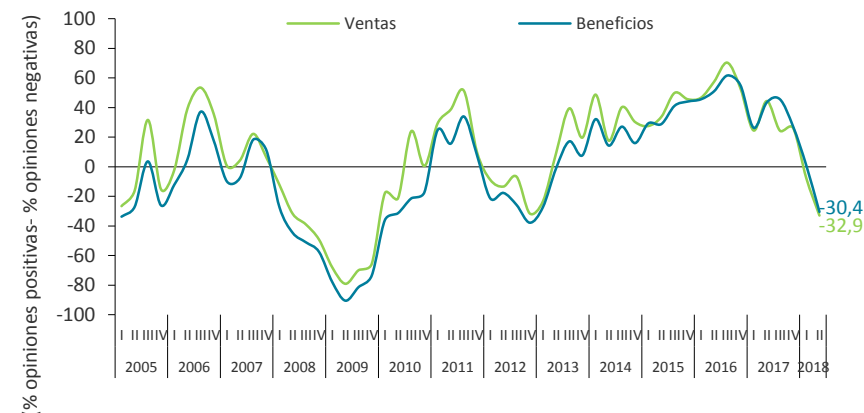
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

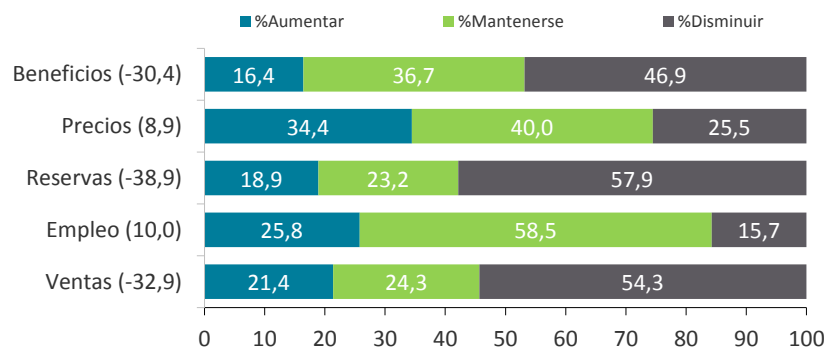
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles SEGUNDO trimestre de 2018

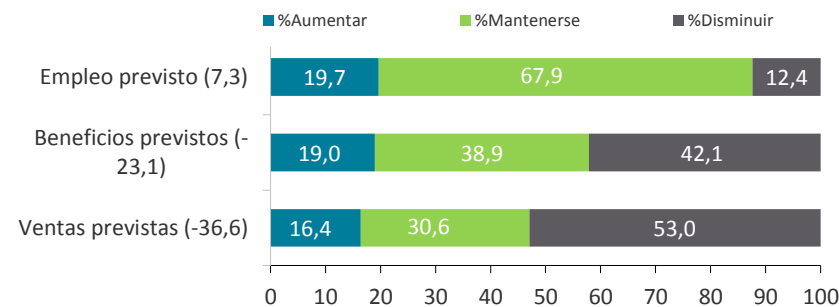
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

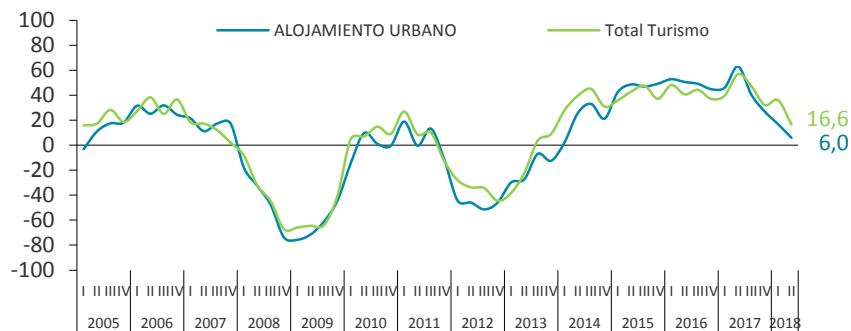
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 1. b. Hoteles urbanos

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

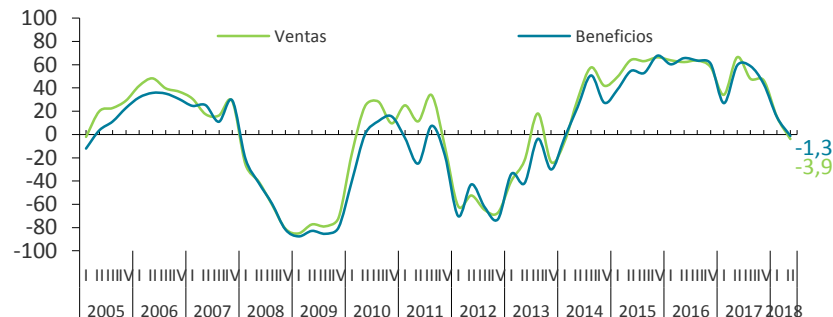
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano

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



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

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

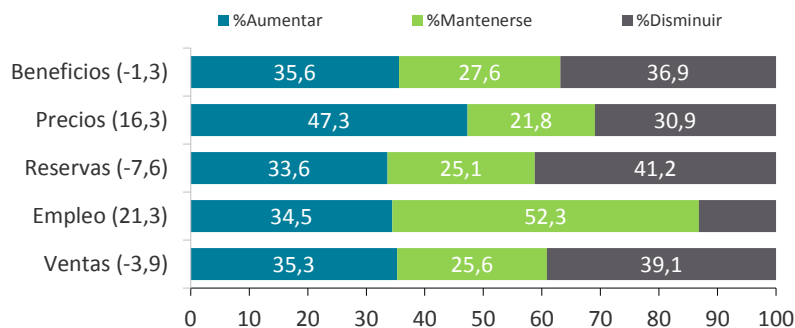


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles SEGUNDO trimestre de 2018

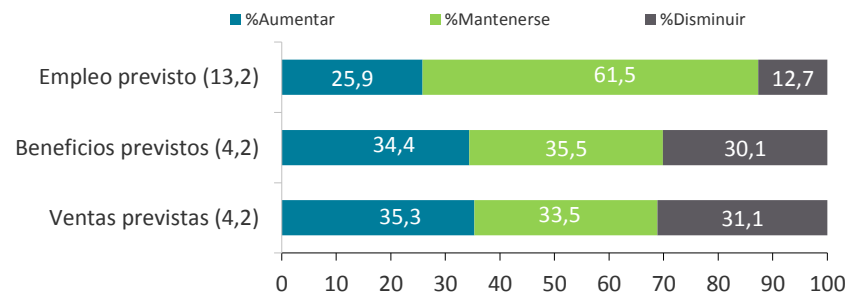
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



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

### Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles. Expectativas para el TERCER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

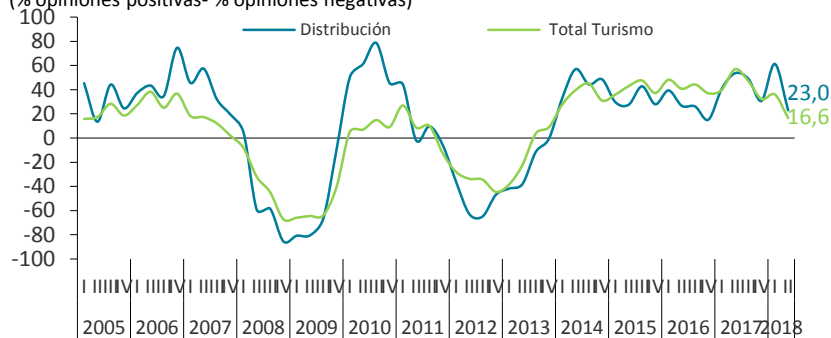
## 2. Grandes grupos de Agencias de viajes y Touroperadores

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

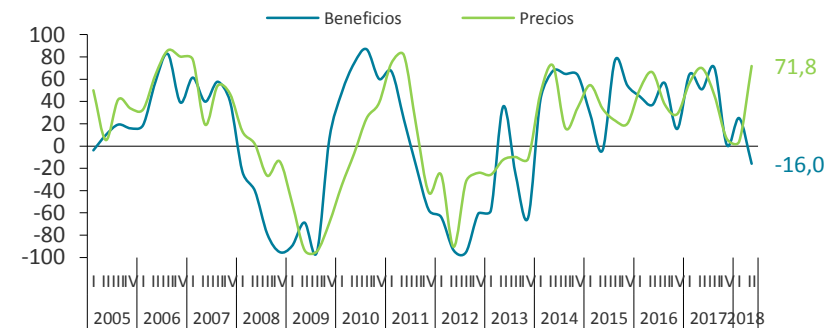
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



#### Opinión empresarial (\*) AA.VV y Turoperadores españoles

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

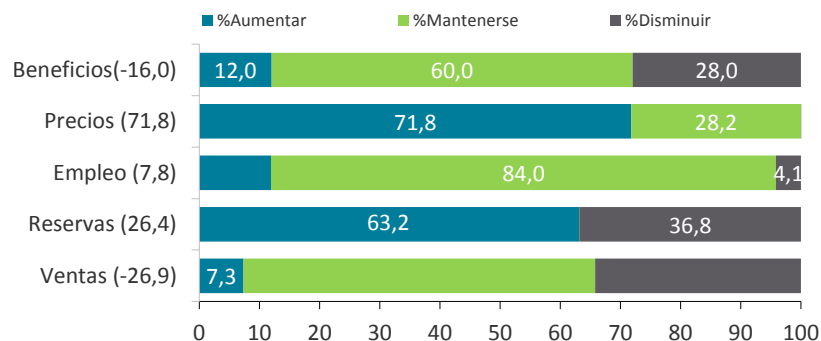


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

#### Opinión empresarial (\*) de las AA.VV. y Touroperadores españoles SEGUNDO trimestre de 2018.

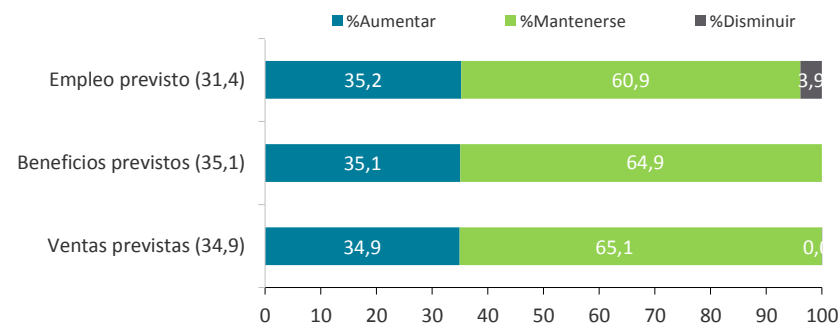
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 TERCER Trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

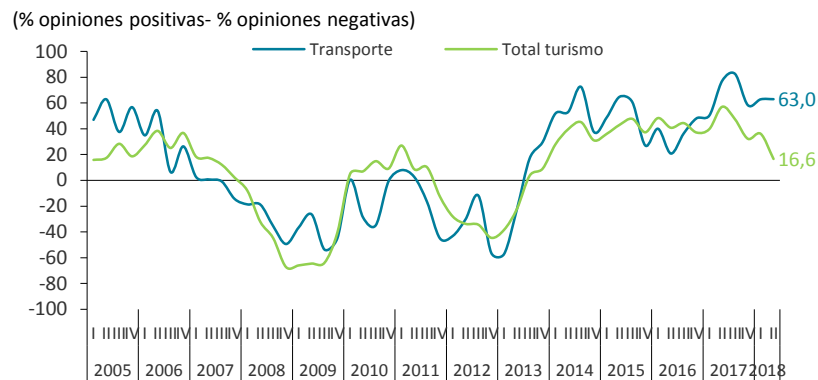


# 3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

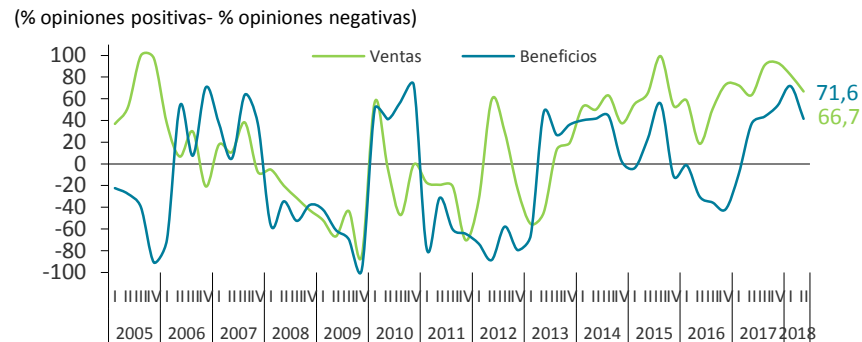
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial (\*) Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

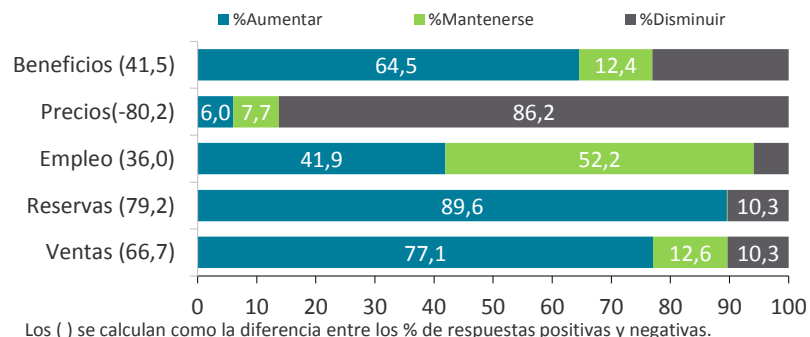


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

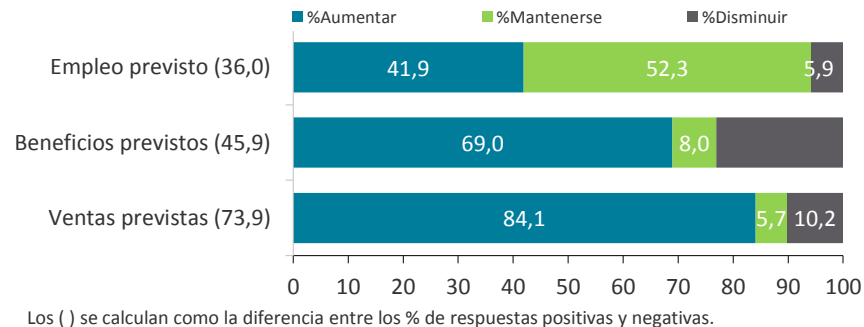
### Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE SEGUNDO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



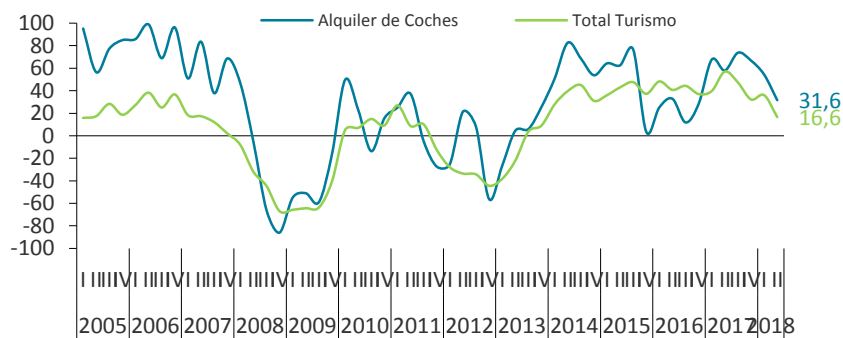
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

### 3. a. Empresas de alquiler de coches

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

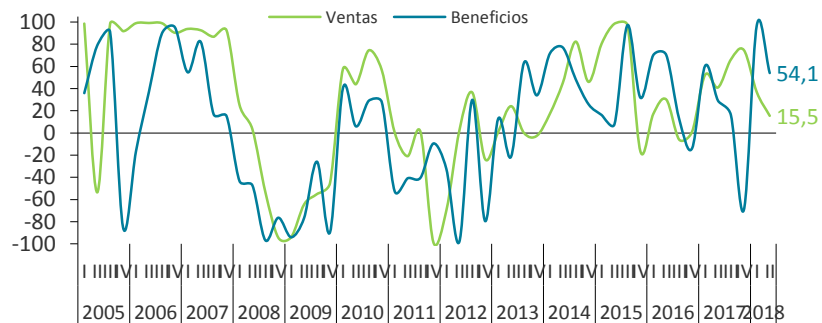
##### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas de alquiler de coches.

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)

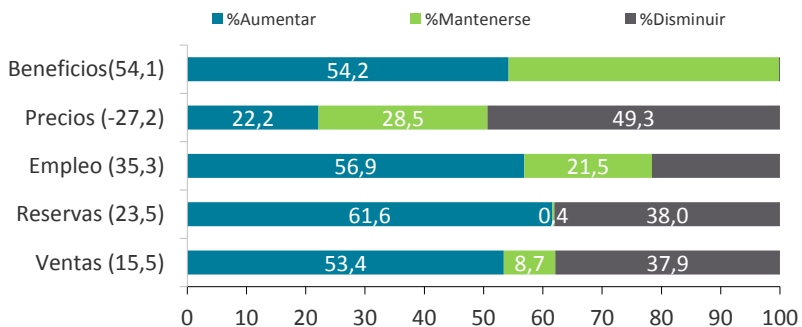


(\*). Los valores. están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas

#### B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

##### Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches SEGUNDO Trimestre de 2018

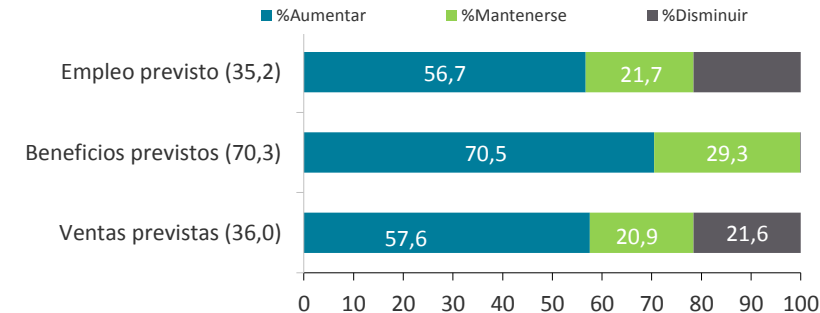
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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 TERCER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

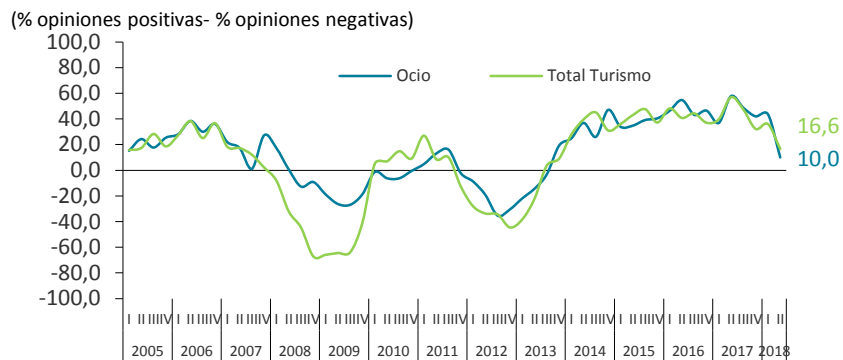
(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 4. Empresas y equipamientos de ocio

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

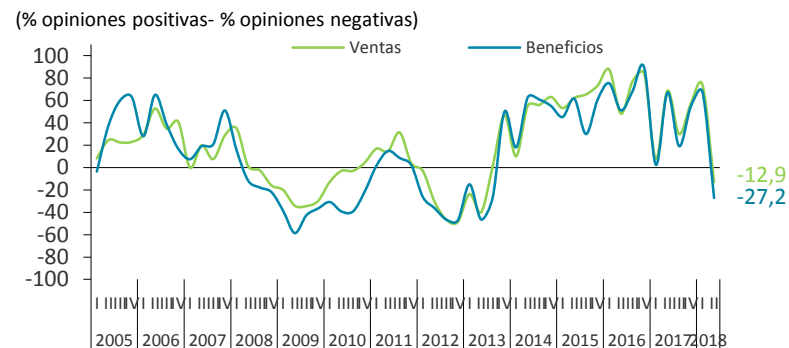
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

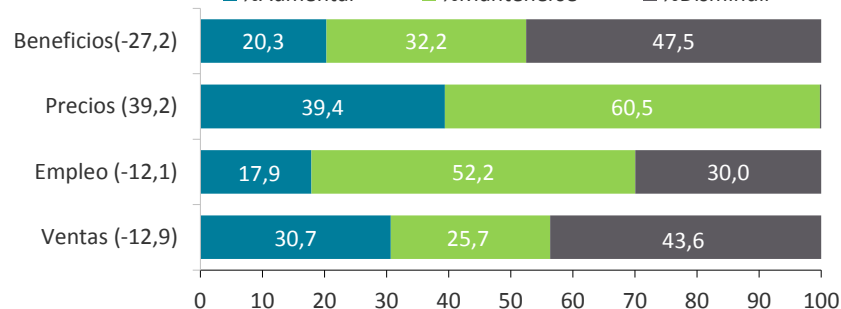


(\* ) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO SEGUNDO trimestre de 2018

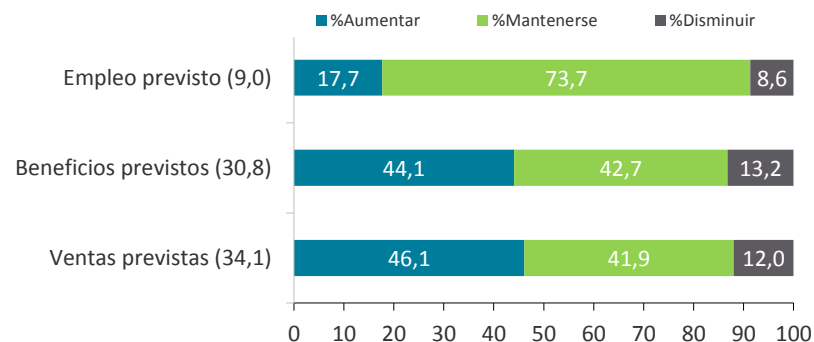
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 TERCER Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



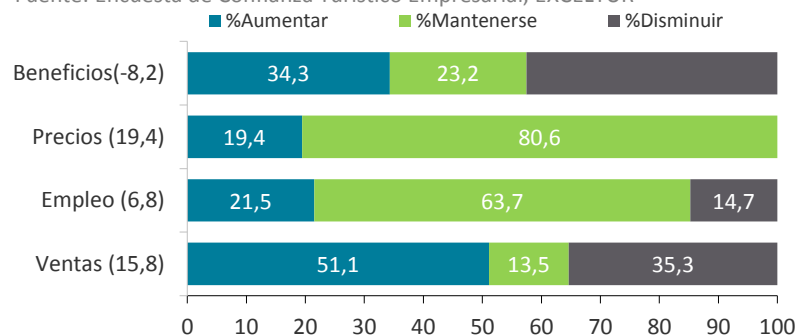
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\* ) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

## 4.a. Museos y monumentos

### Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. SEGUNDO trimestre de 2018.

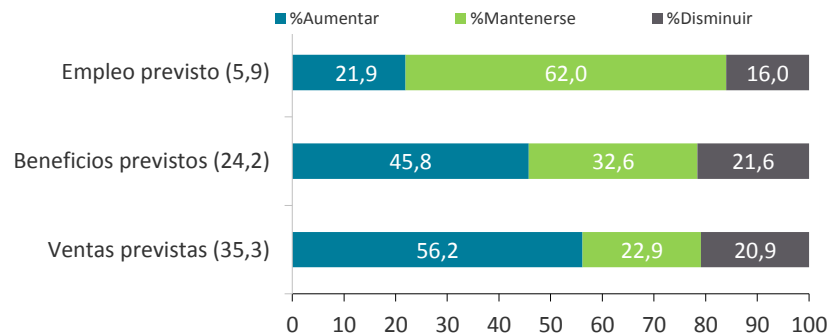
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

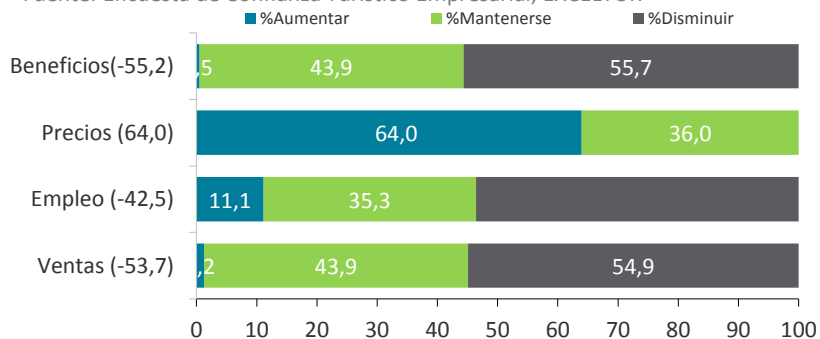


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## 4.b. Parques de ocio

### Opiniones empresariales de los Parques de ocio. SEGUNDO trimestre de 2018.

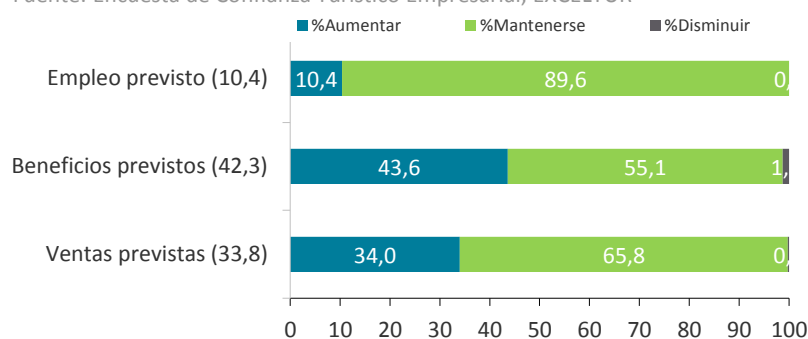
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

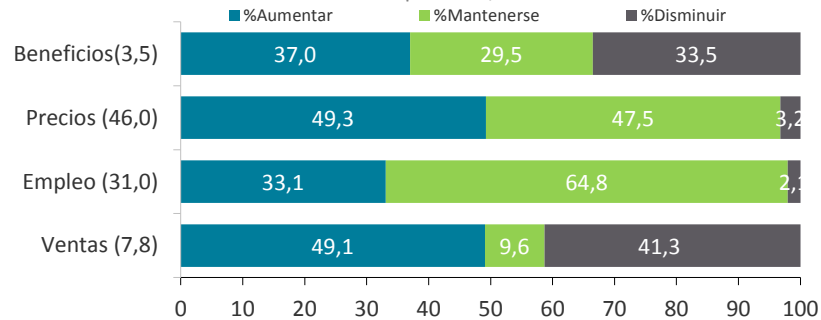


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## 4.c. Campos de golf

### Opiniones empresariales de los Campos de golf. SEGUNDO trimestre de 2018.

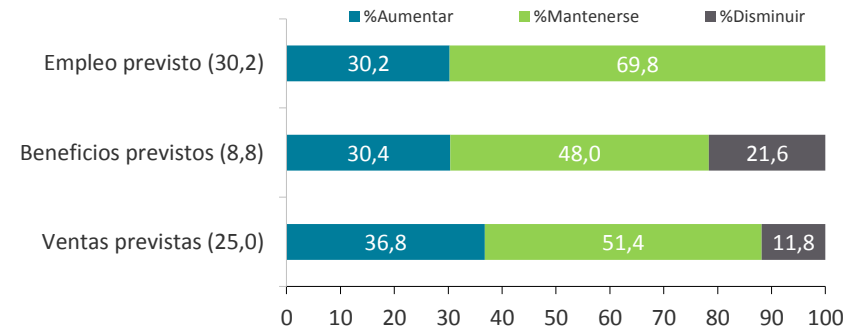
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales de los Campos de golf. Expectativas empresariales para el TERCER Trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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



---

## PERSPECTIVAS TURISTICAS

---

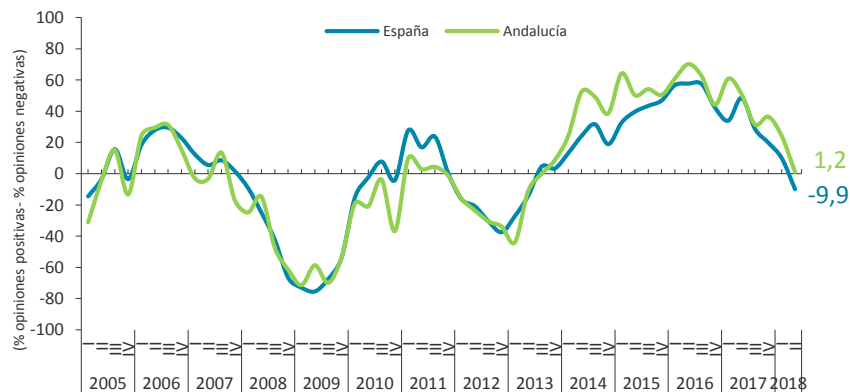
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
comunidad autónoma.

# 1. Andalucía

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

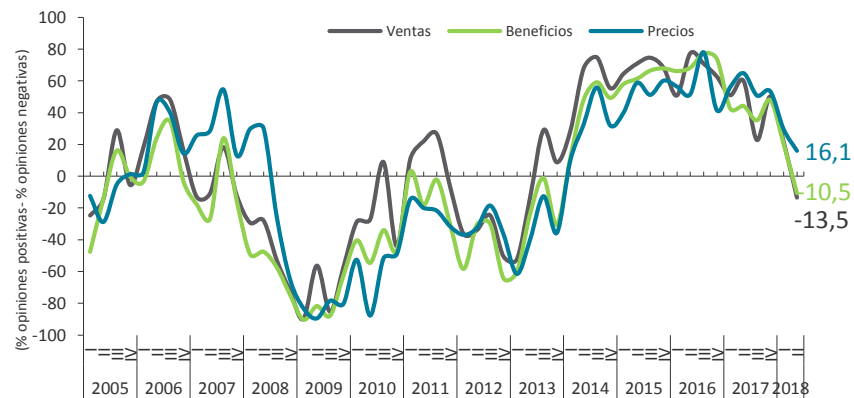
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).**

**Andalucía.**



**Opinión empresarial en Andalucía (\*). Alojamiento hotelero.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

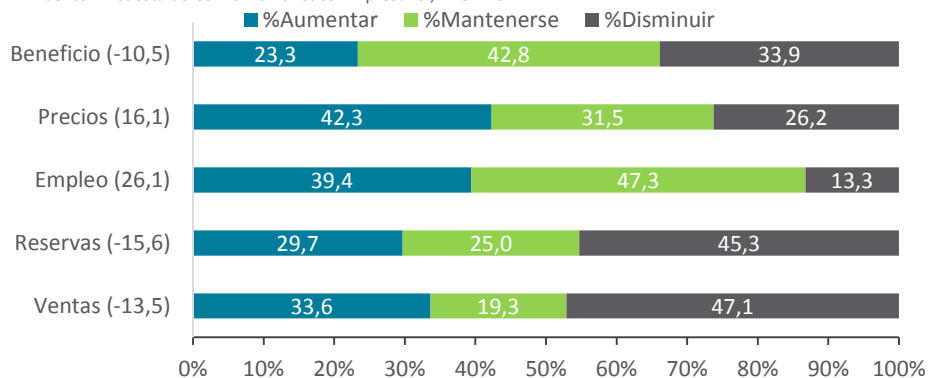


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Andalucía (\*). Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2018**

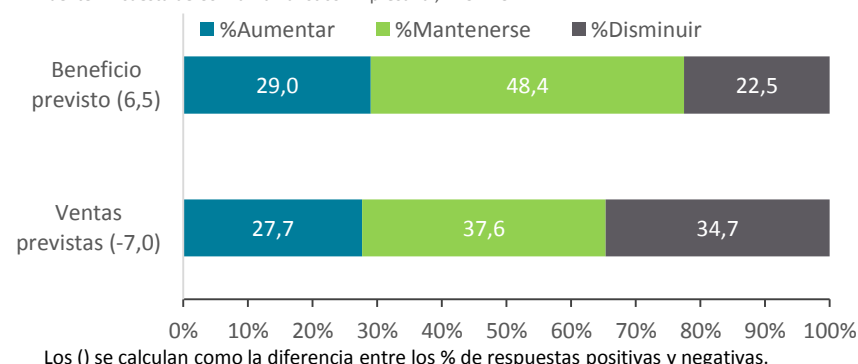
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Andalucía (\*). Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

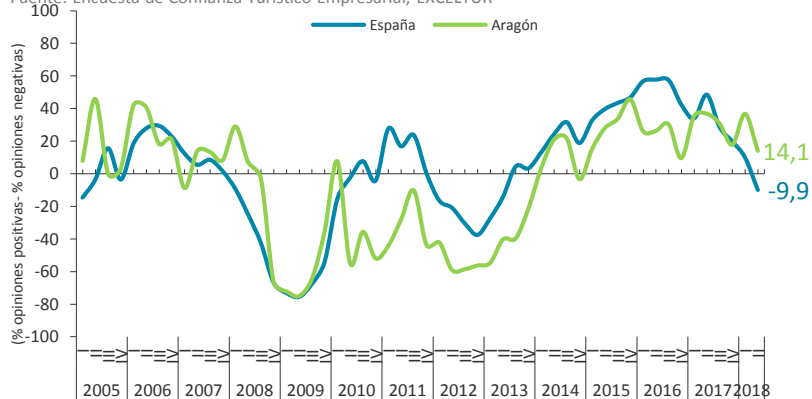
## 2. Aragón

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

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

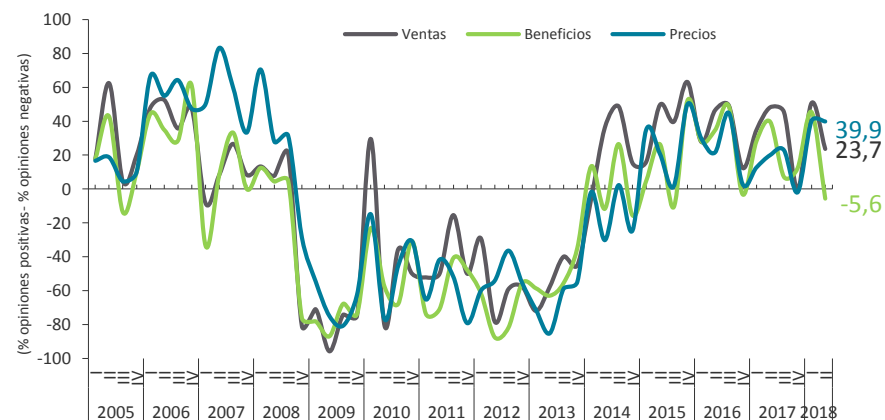
Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Aragón (\*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

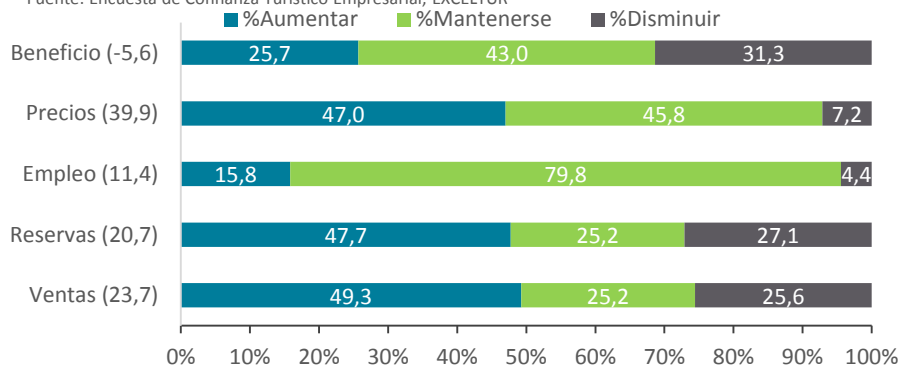


### B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Aragón (\*). Alojamiento.

SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

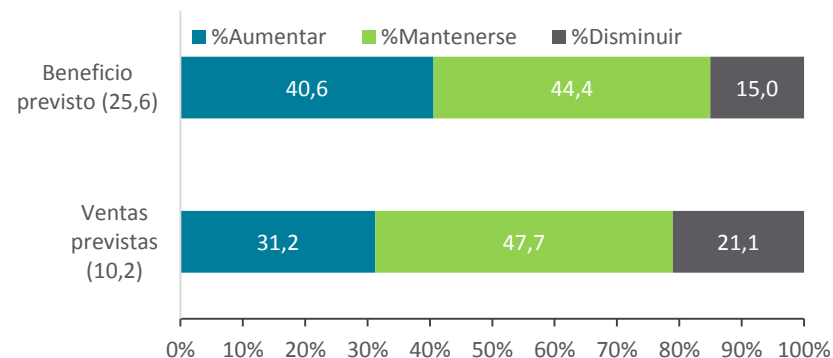


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Aragón (\*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.



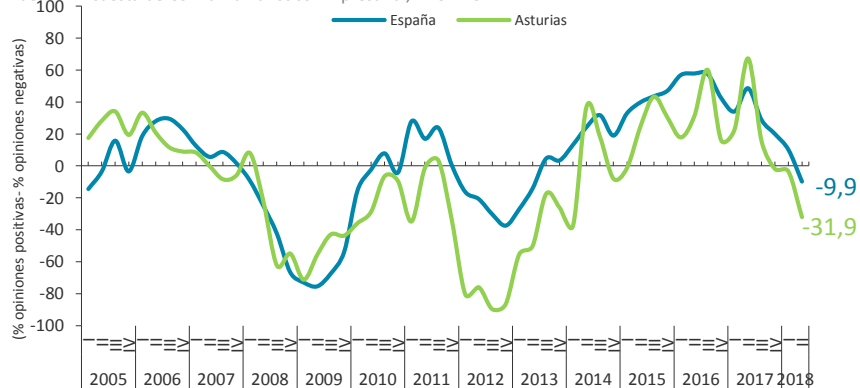
# 3. Asturias

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

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

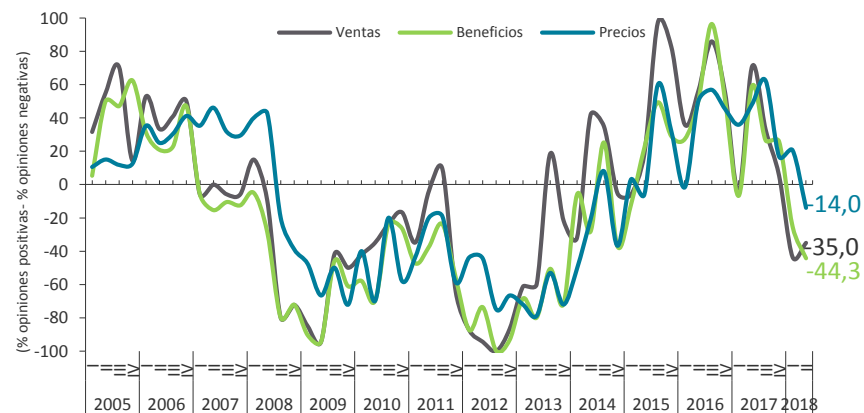
Asturias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Asturias (\*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

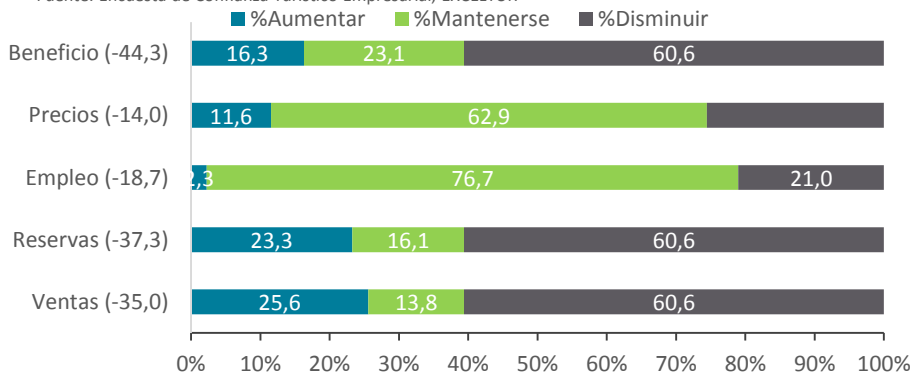


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Asturias (\*). Alojamiento.

SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

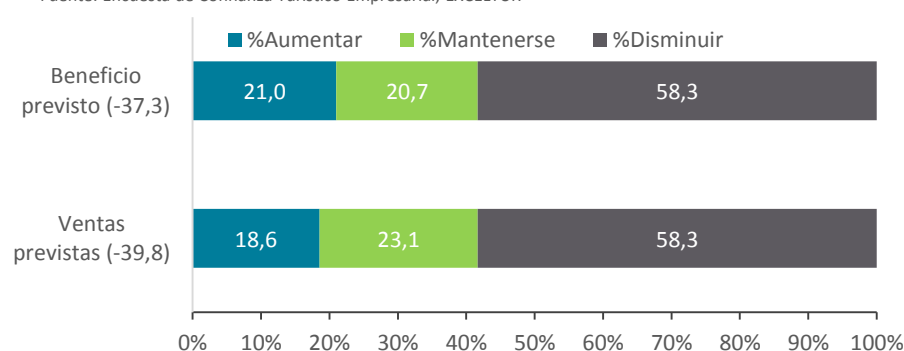


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Asturias (\*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



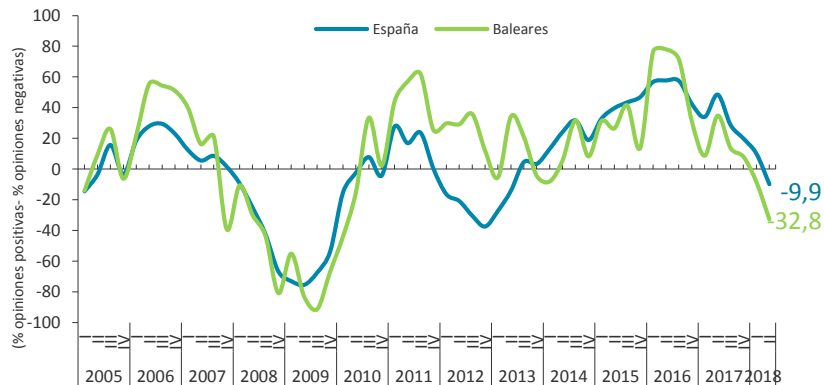
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 4. Baleares

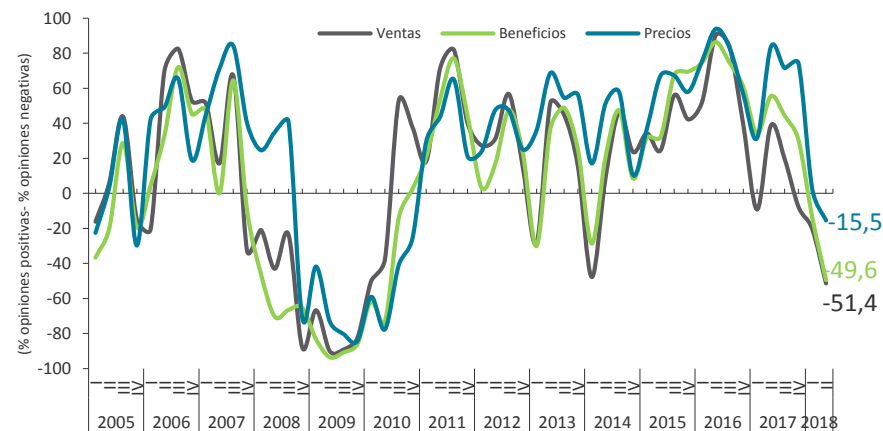
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento hotelero.

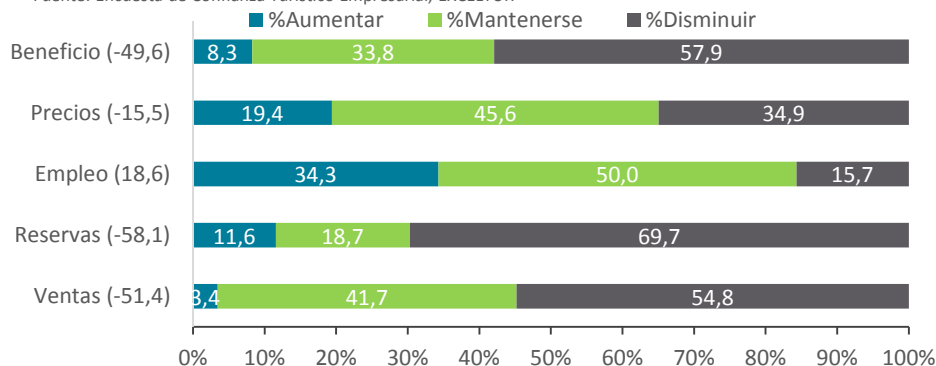
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento.  
 SEGUNDO trimestre 2018

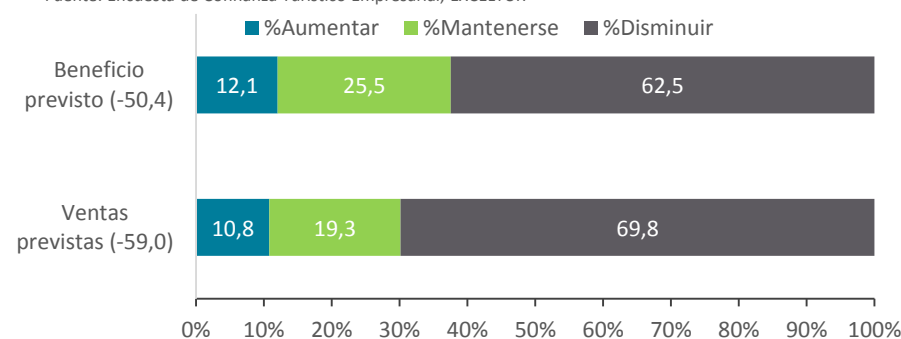
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento.  
 Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



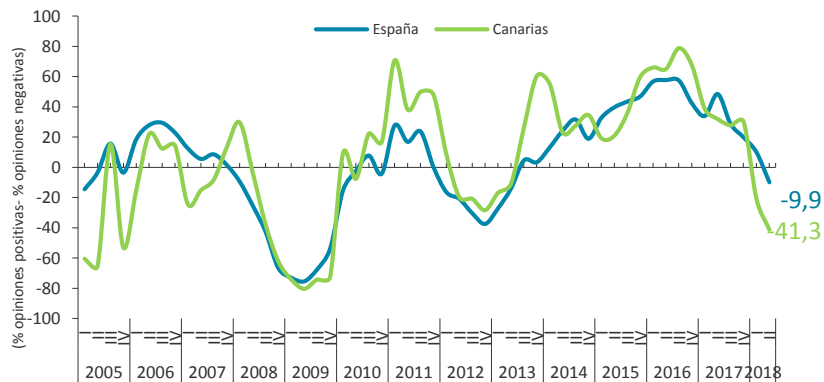
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 5. Canarias

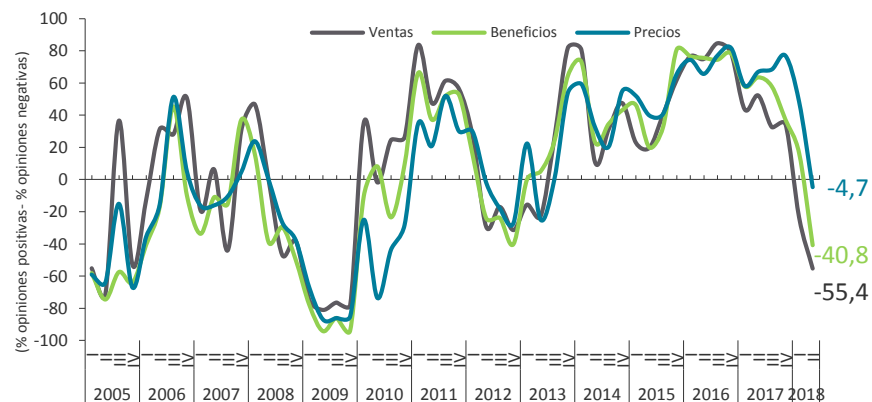
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



**Opinión empresarial en Canarias (\*). Alojamiento hotelero.**

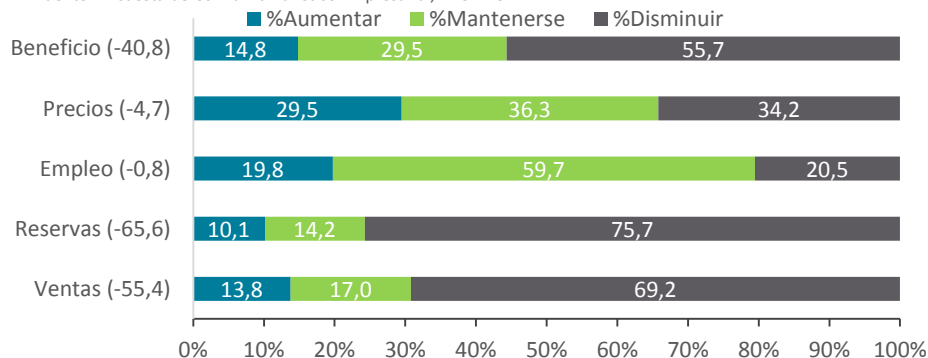
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Canarias (\*). Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2018**

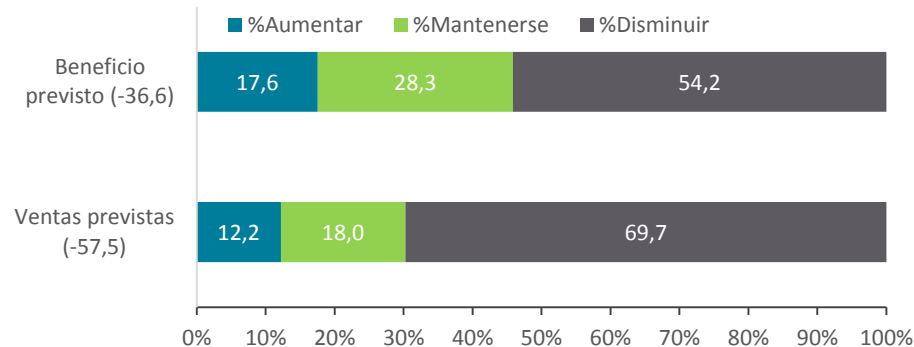
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Canarias (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



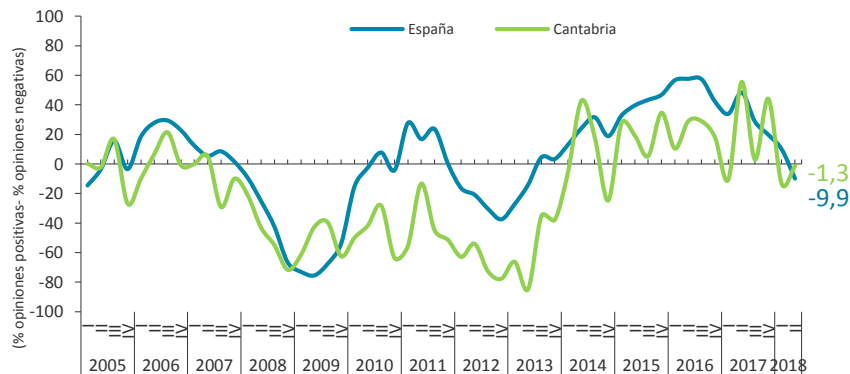
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 6. Cantabria

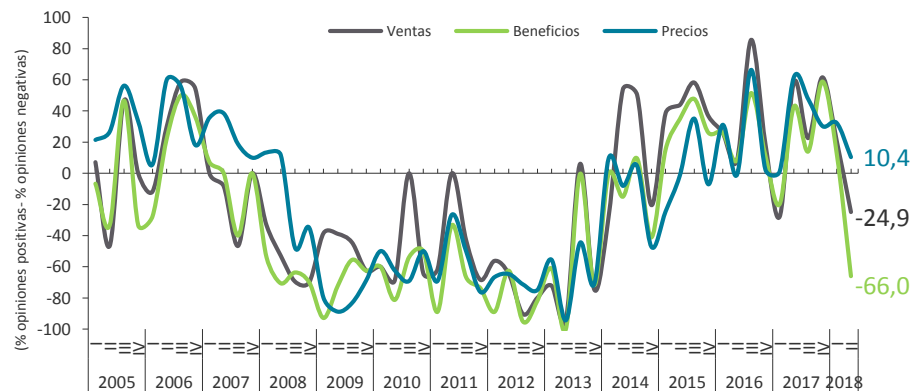
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



**Opinión empresarial en Cantabria(\*). Alojamiento hotelero.**

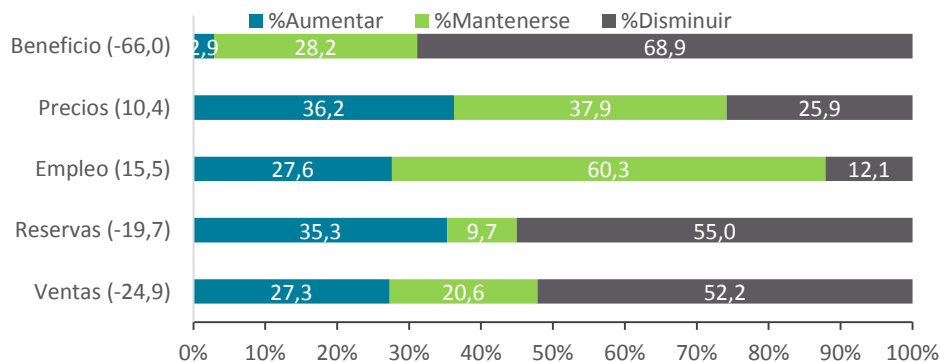
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Cantabria (\*). Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2018**

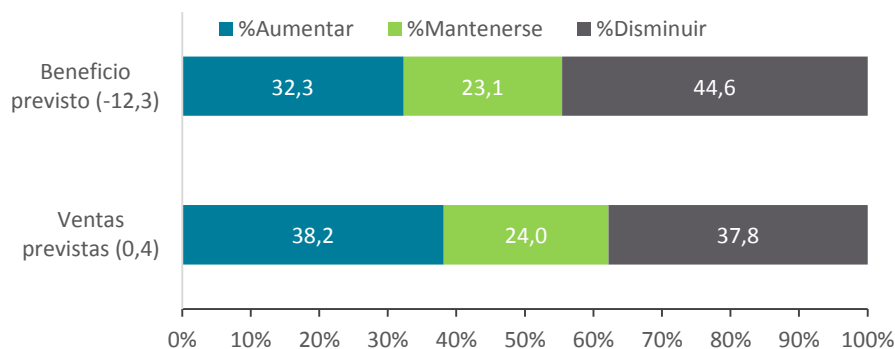
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Cantabria (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



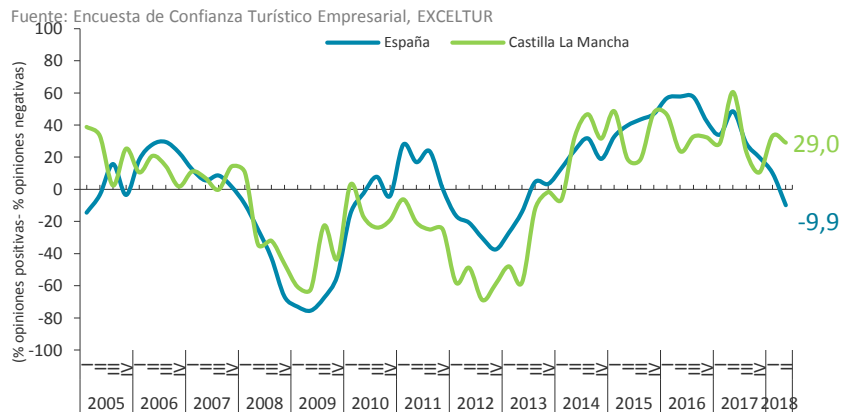
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 7. Castilla La Mancha

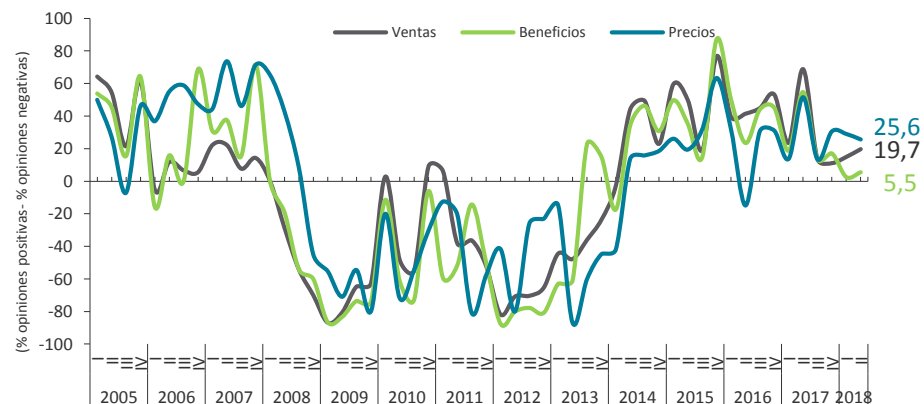
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



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

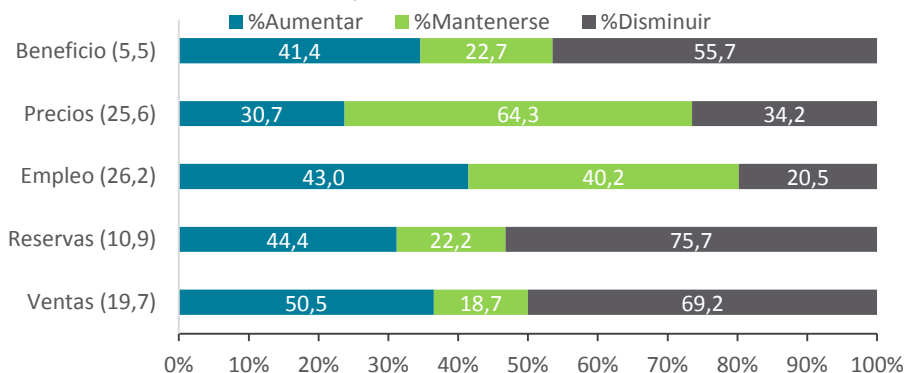
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial en Castilla La Mancha (\*). Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2018

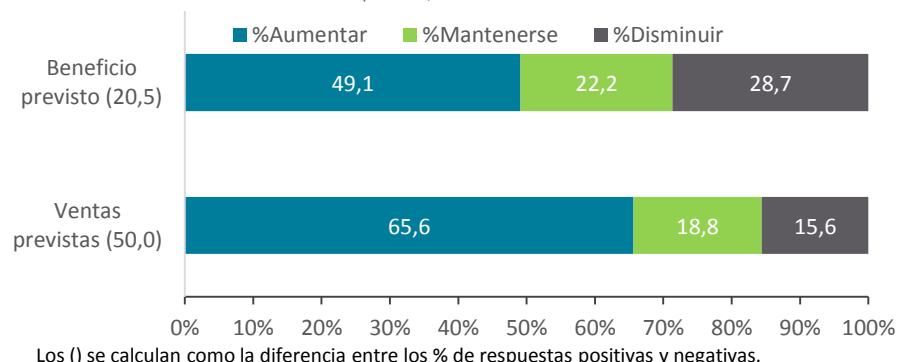
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



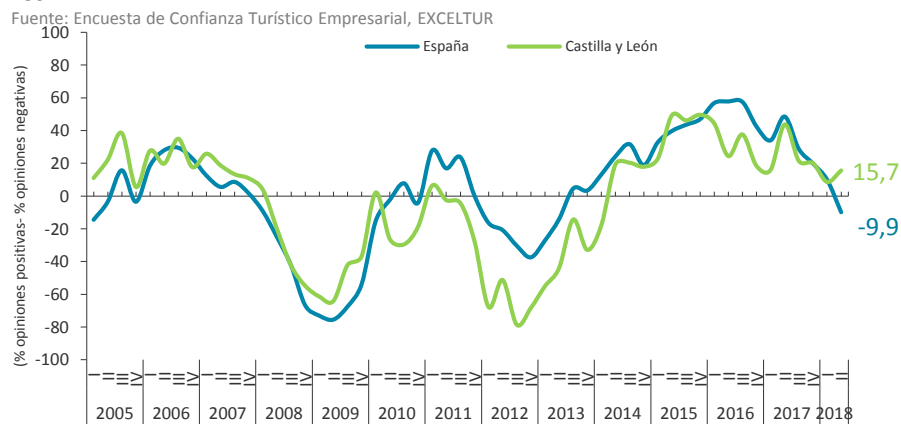
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 8. Castilla y León

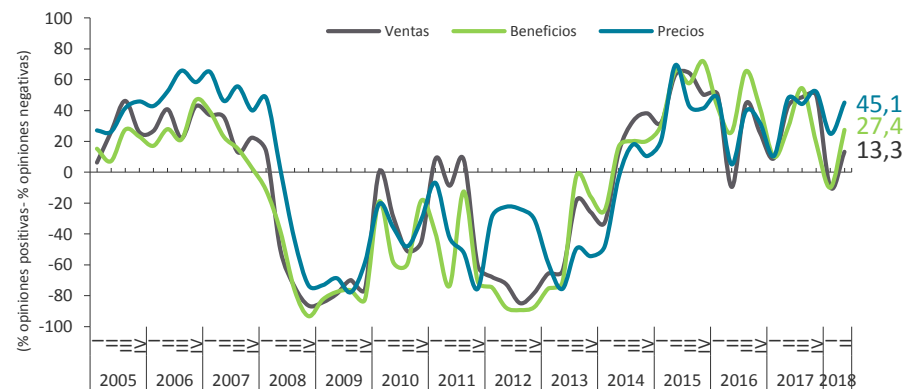
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

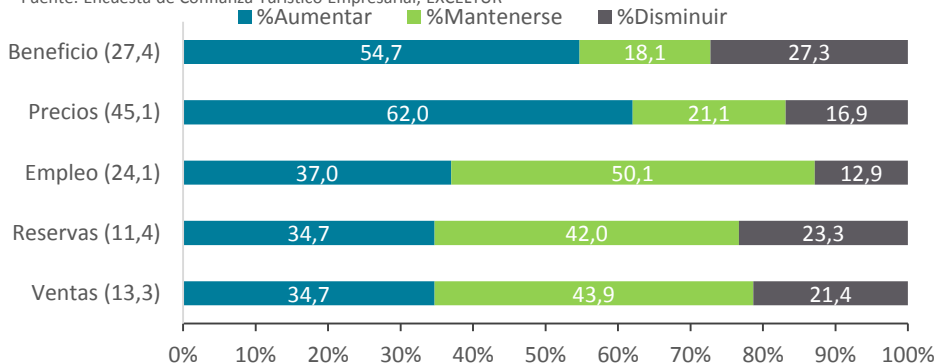


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

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

#### SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

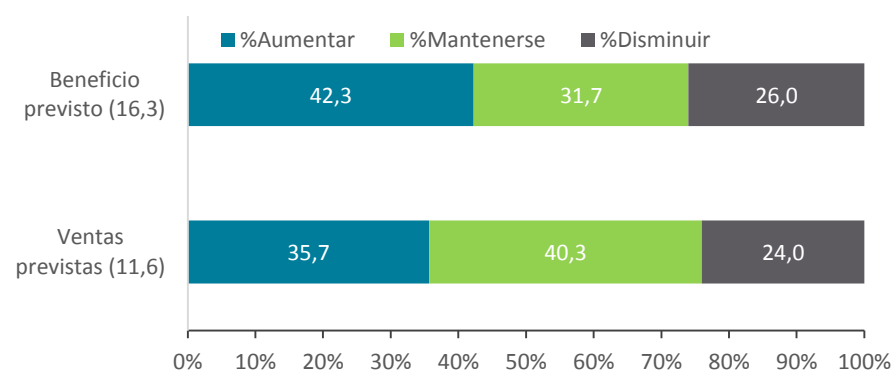


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

#### Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

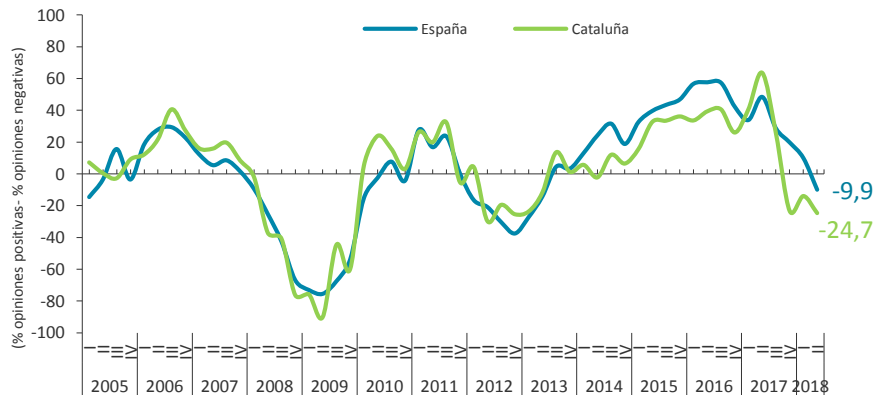
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 9. Cataluña

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

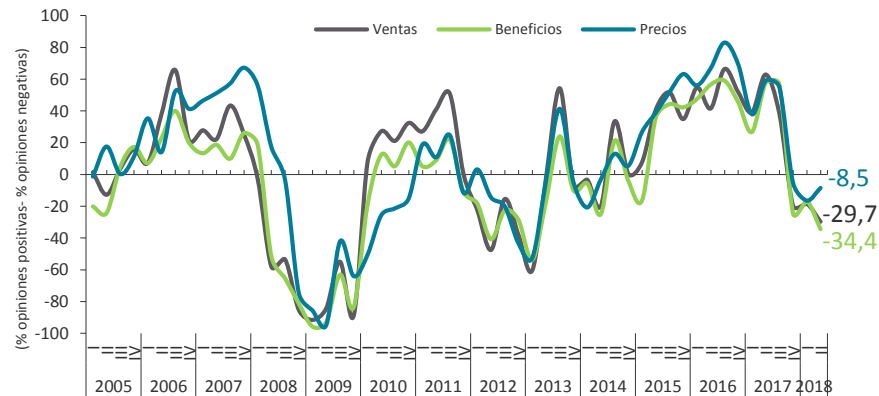
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento hotelero.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

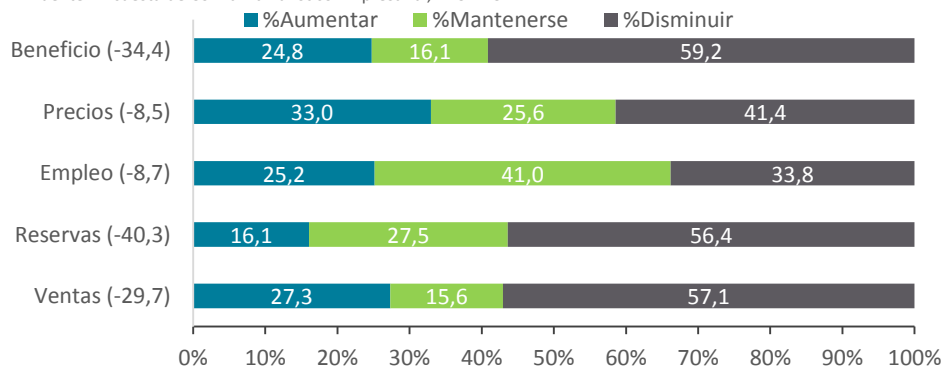


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

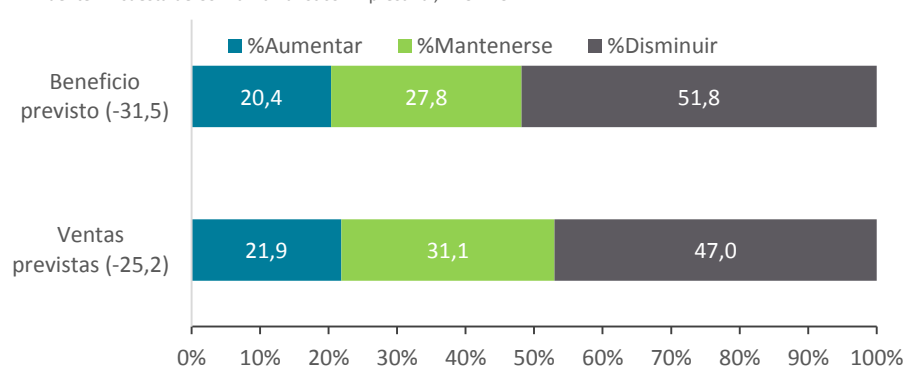


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



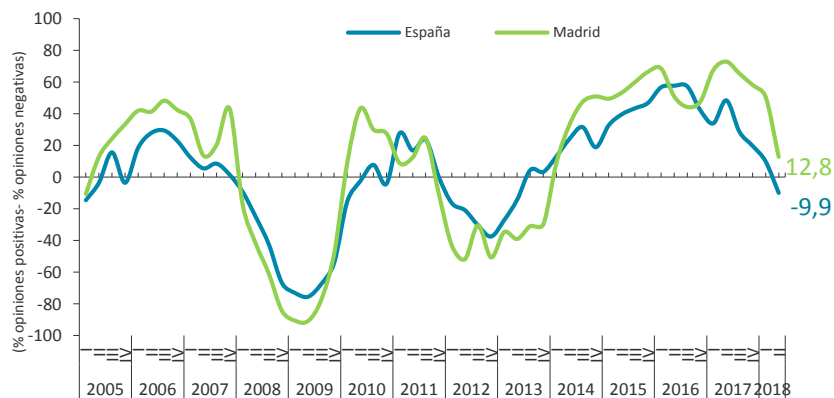
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*). El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 10. Comunidad de Madrid

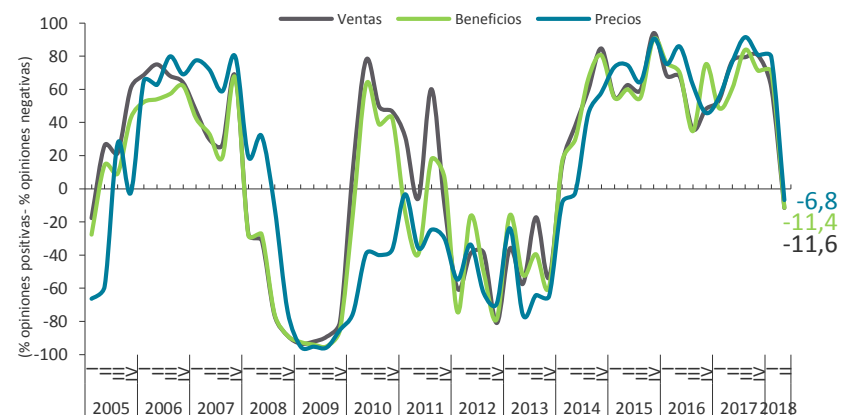
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

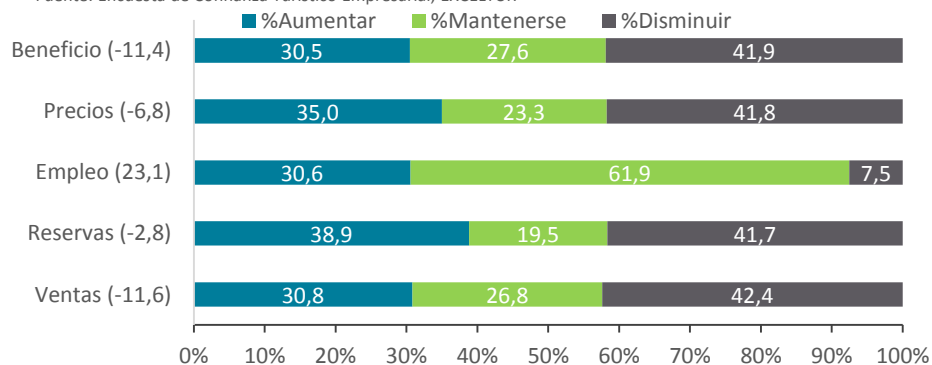


## B. II Trimestre 2018 v previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Madrid (\*). Alojamiento.

SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

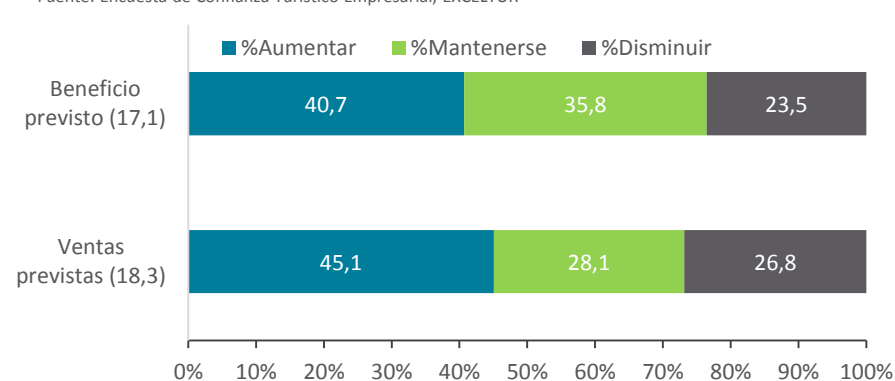


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Madrid (\*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

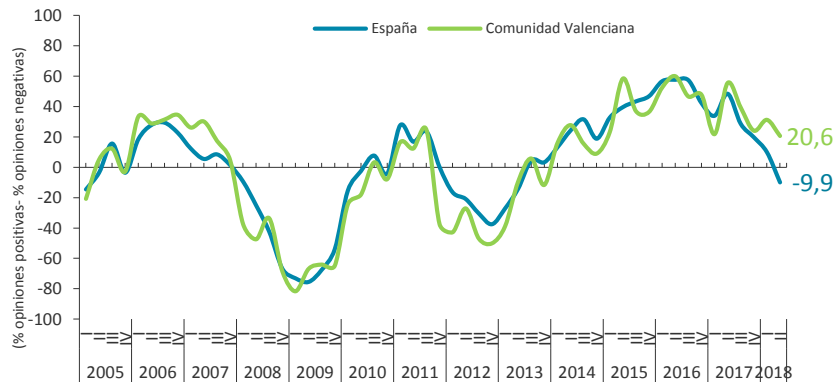
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.



# 11. Comunidad Valenciana

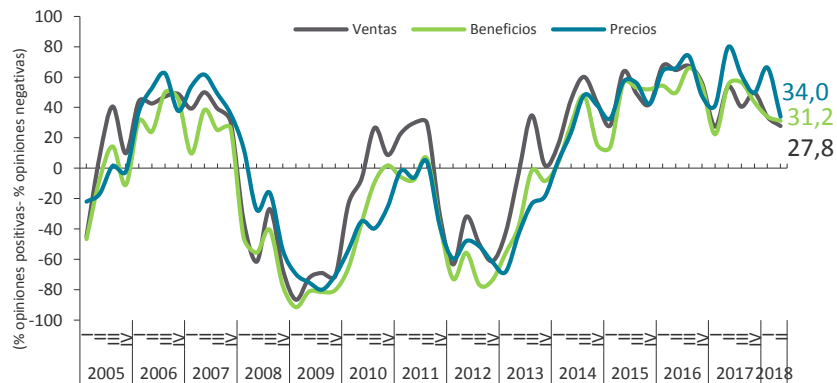
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



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

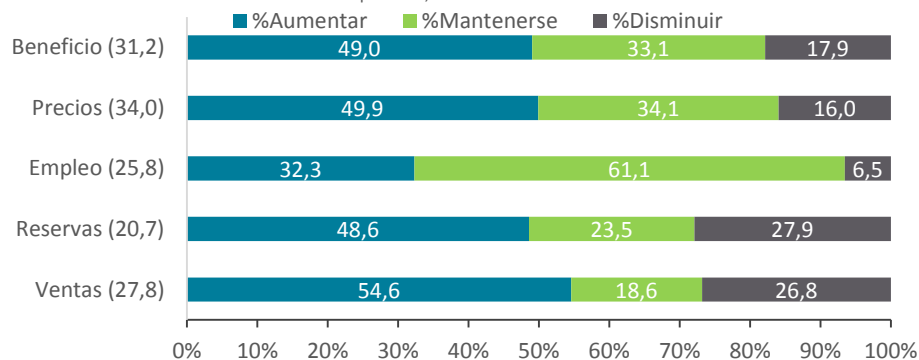
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (\*). Alojamiento.  
 SEGUNDO trimestre 2018

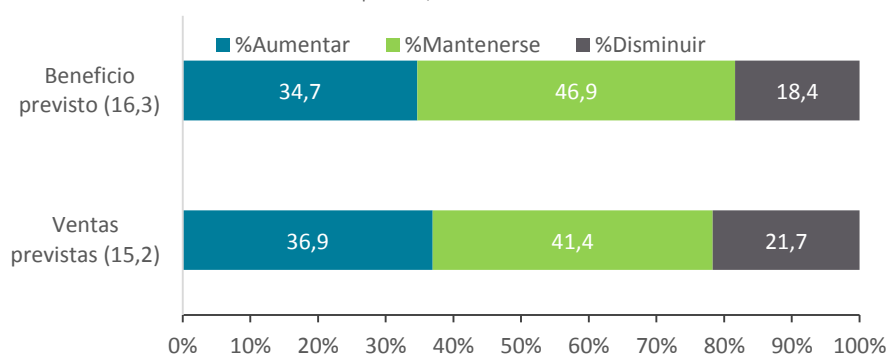
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



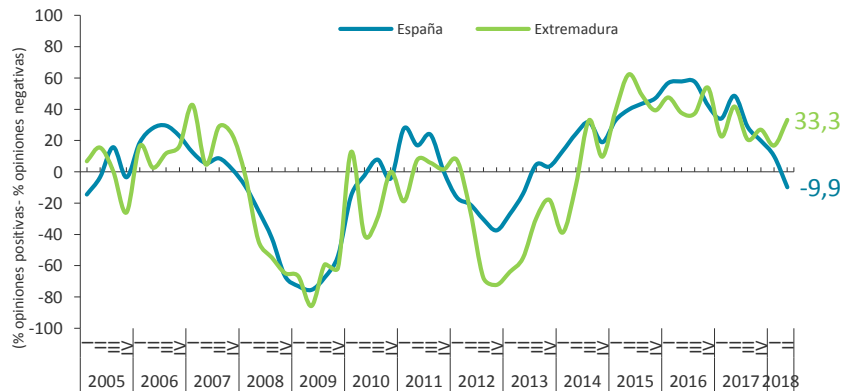
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 12. Extremadura

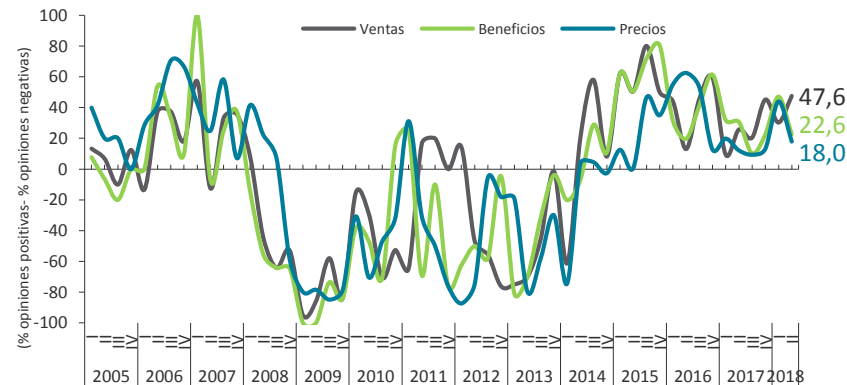
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



**Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento hotelero.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

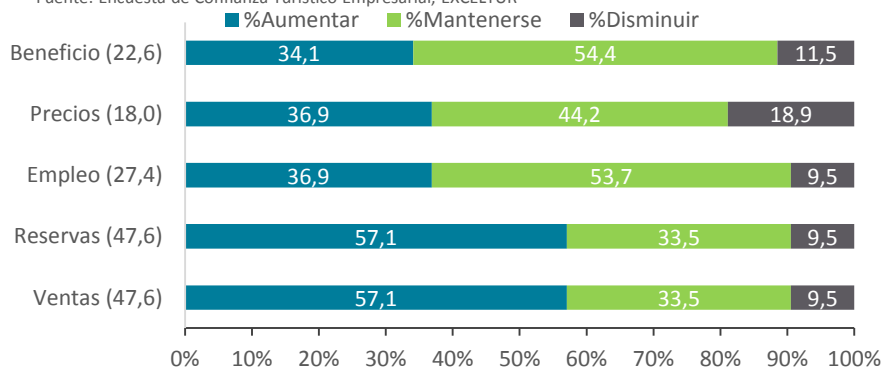


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento.**

**SEGUNDO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

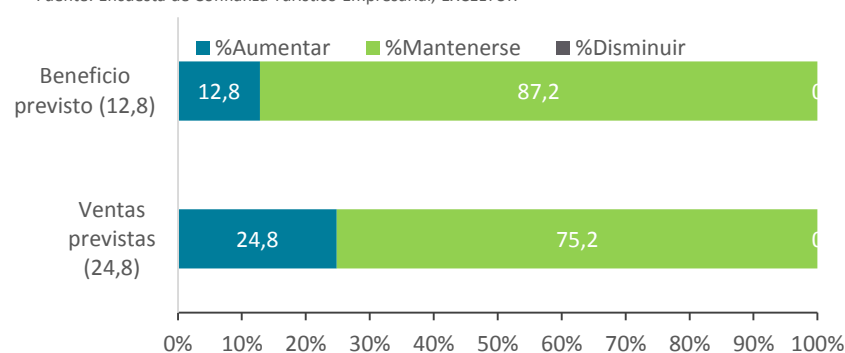


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento.**

**Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



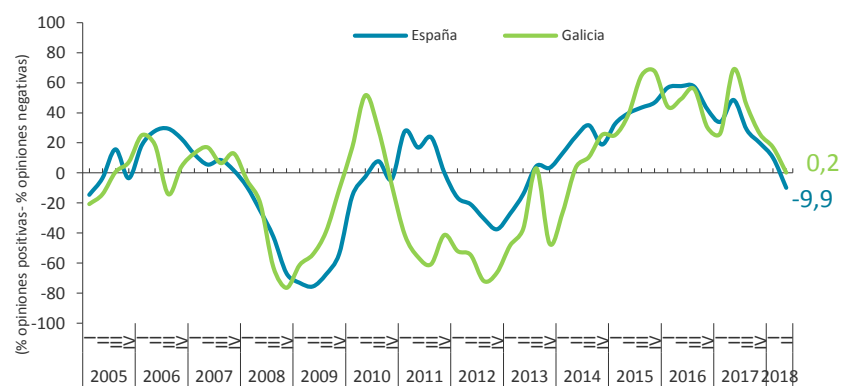
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 13. Galicia

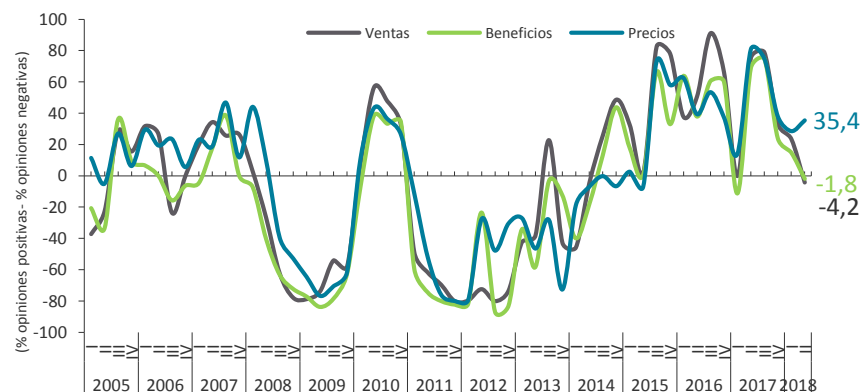
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento hotelero.

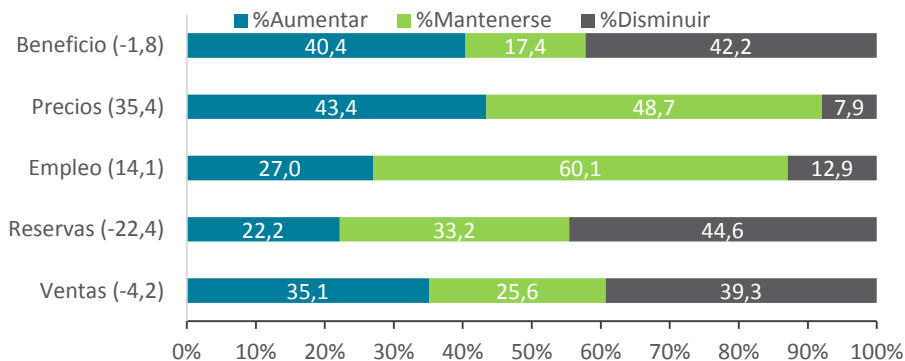
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento.  
 SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

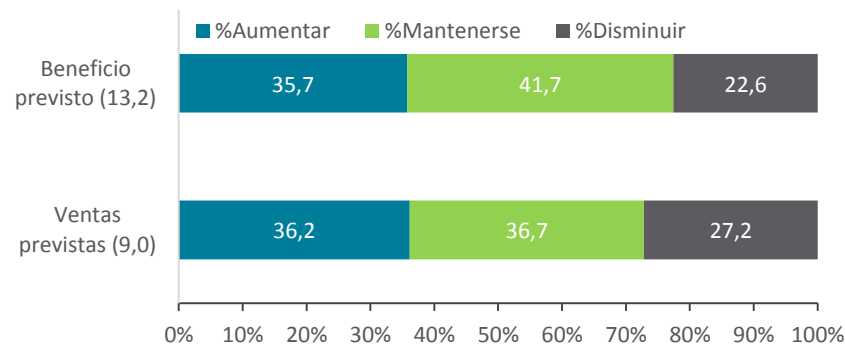


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



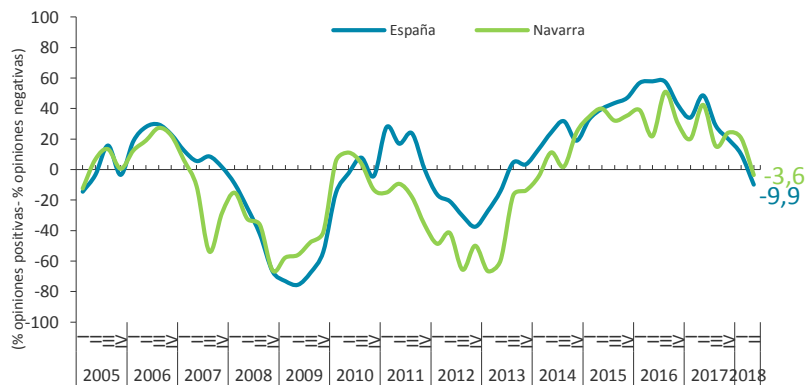
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 14. Navarra

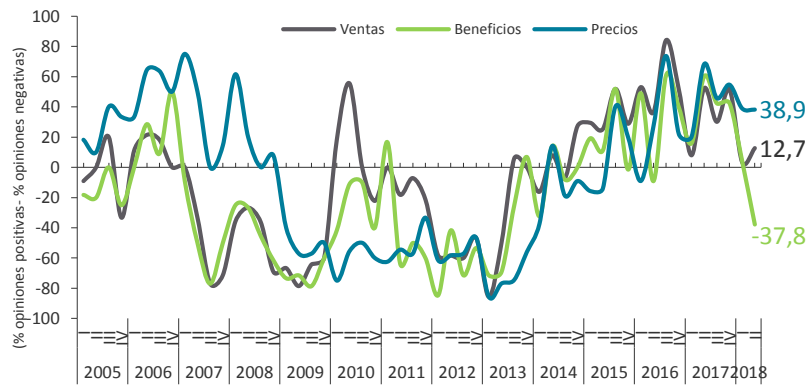
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



Opinión empresarial en Navarra (\*). Alojamiento hotelero.

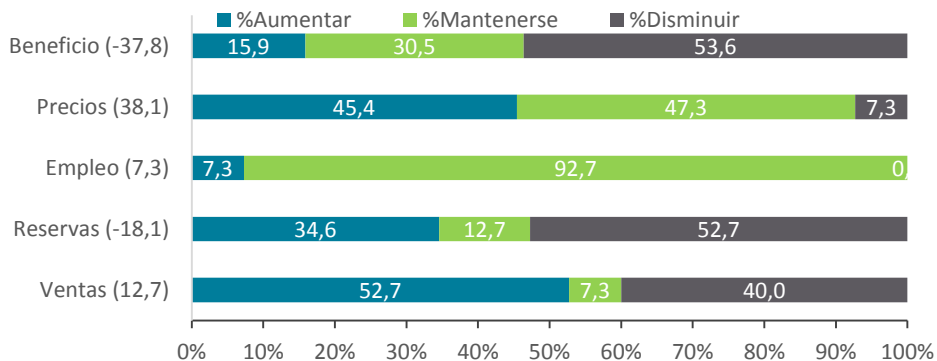
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Navarra (\*). Alojamiento.  
 SEGUNDO trimestre 2018

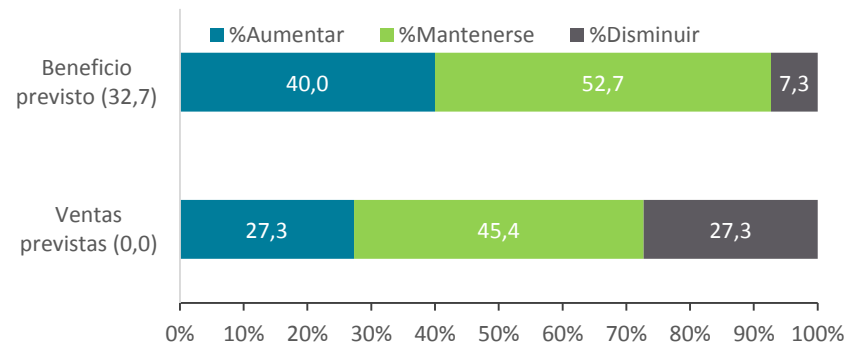
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Navarra (\*). Alojamiento.  
 Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

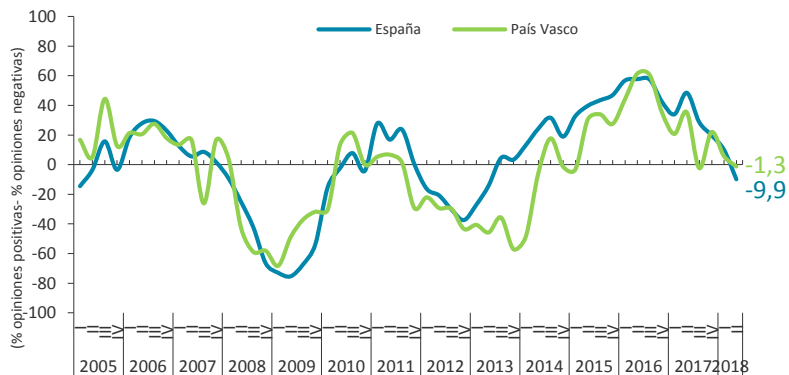
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 15. País Vasco

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

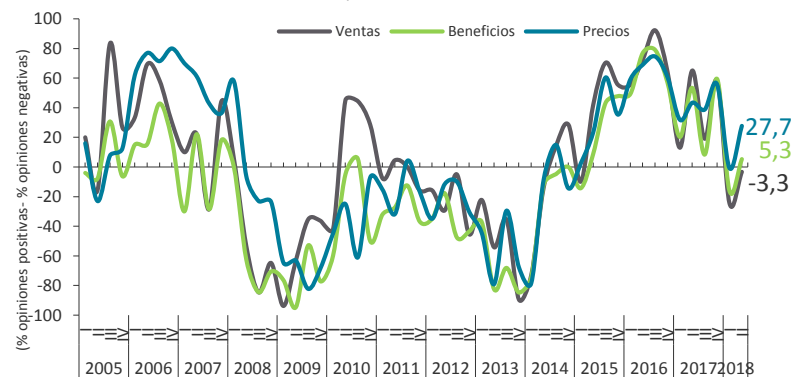
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).

País Vasco.



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

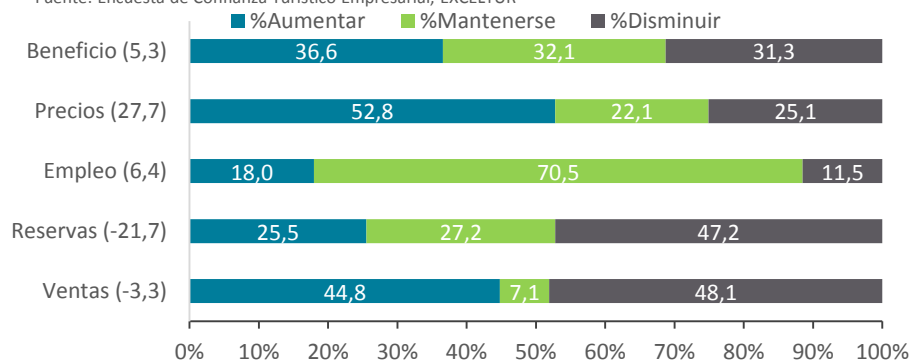


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

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

SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

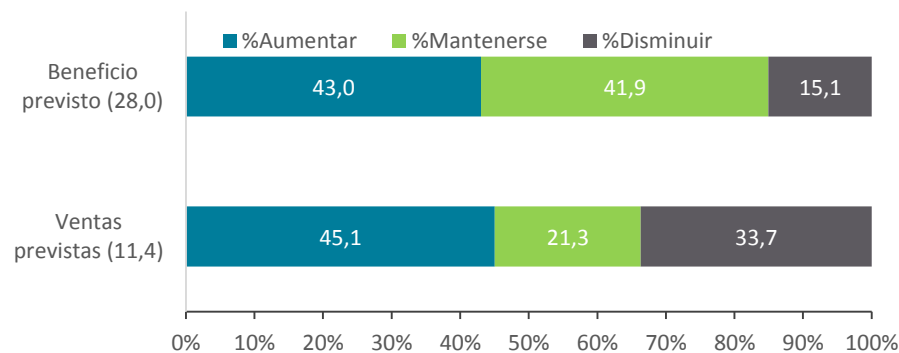


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



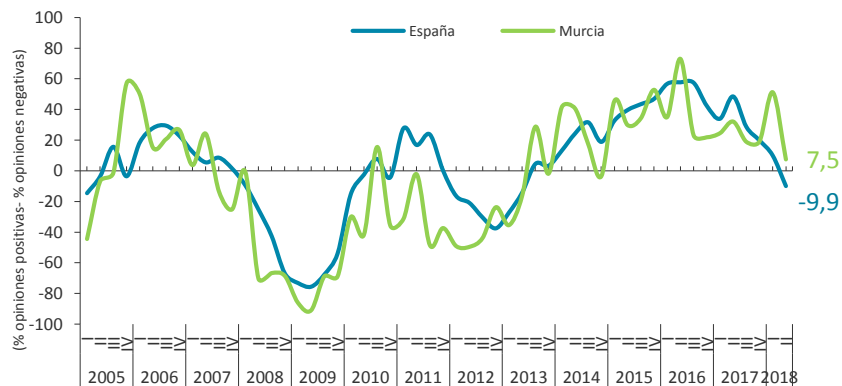
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 16. Murcia

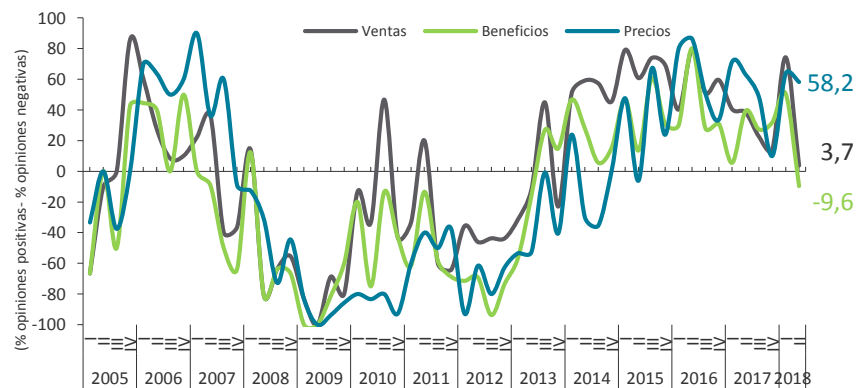
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

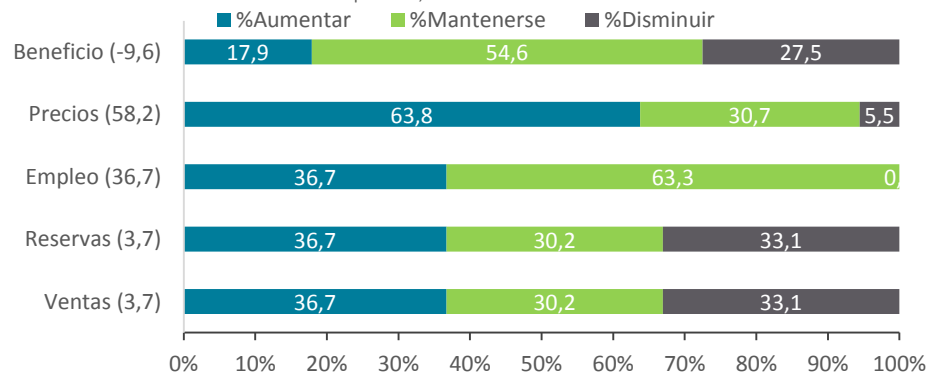


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Murcia (\*). Alojamiento.

### SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

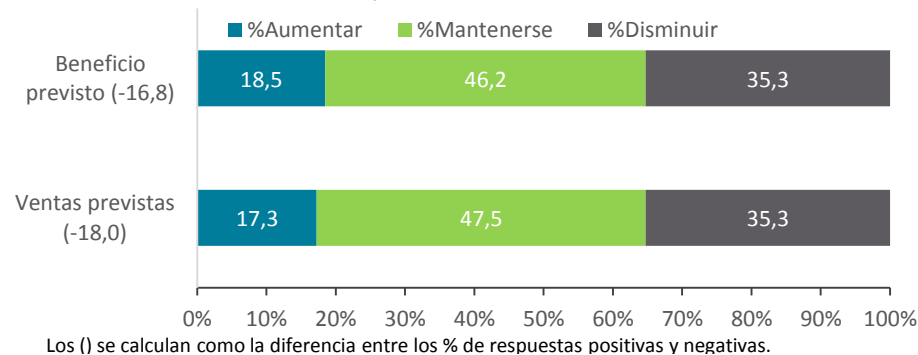


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Murcia (\*). Alojamiento.

### Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

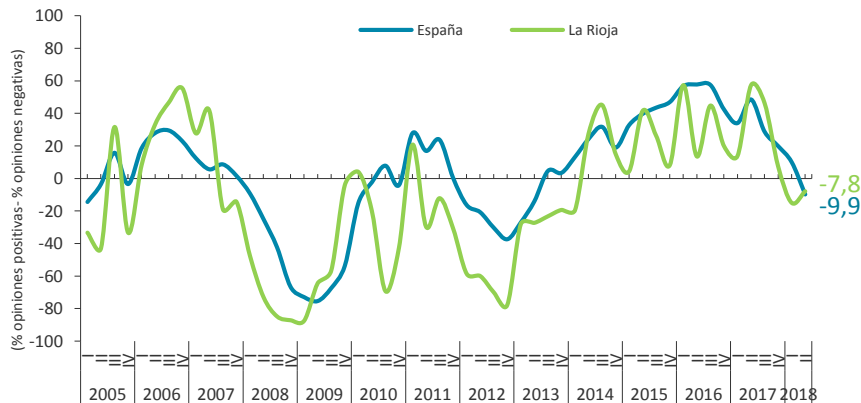
(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.

# 17. La Rioja

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

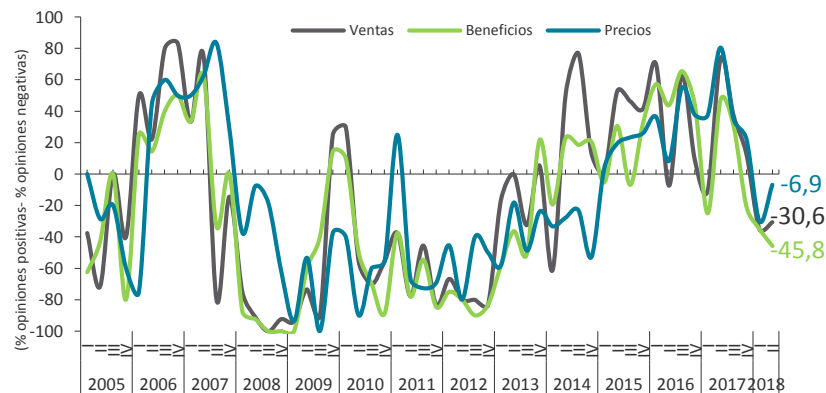
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

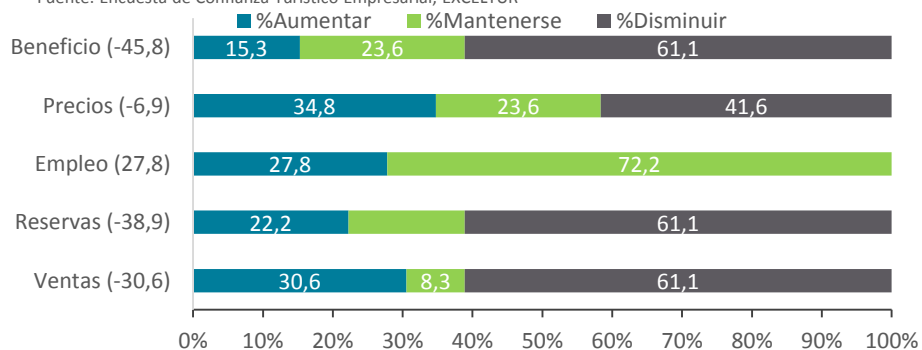


## B. II Trimestre 2018 y previsiones para el III Trimestre de 2018

### Opinión empresarial en La Rioja (\*). Alojamiento.

#### SEGUNDO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

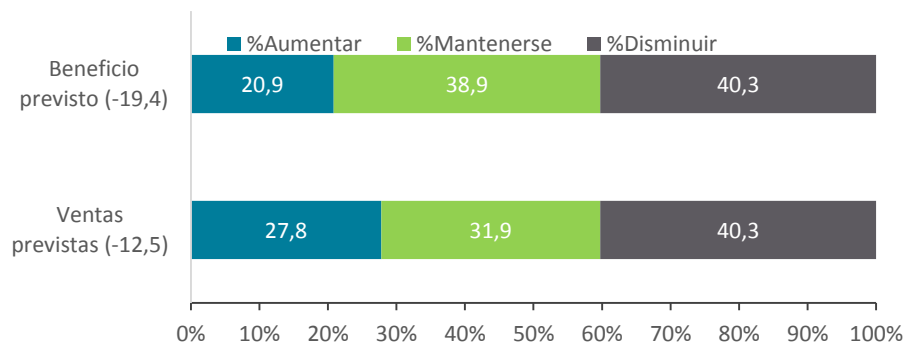


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opinión empresarial en La Rioja (\*). Alojamiento.

#### Expectativas empresariales para el TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

(\*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta los resultados están calculados como la diferencia entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas, de las tres variables que componen el indicador, pudiendo oscilar los resultados entre un valor de +100 y -100.



---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

Nº 65  
Julio 2018

---

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL  
SEGUNDO TRIMESTRE Y  
EXPECTATIVAS PARA EL VERANO DE  
2018