



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Nº 66

OCTUBRE 2018

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL
TERCER TRIMESTRE (VERANO) Y
EXPECTATIVAS PARA EL CIERRE DE
2018



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
TERCER TRIMESTRE
(VERANO) DE 2018

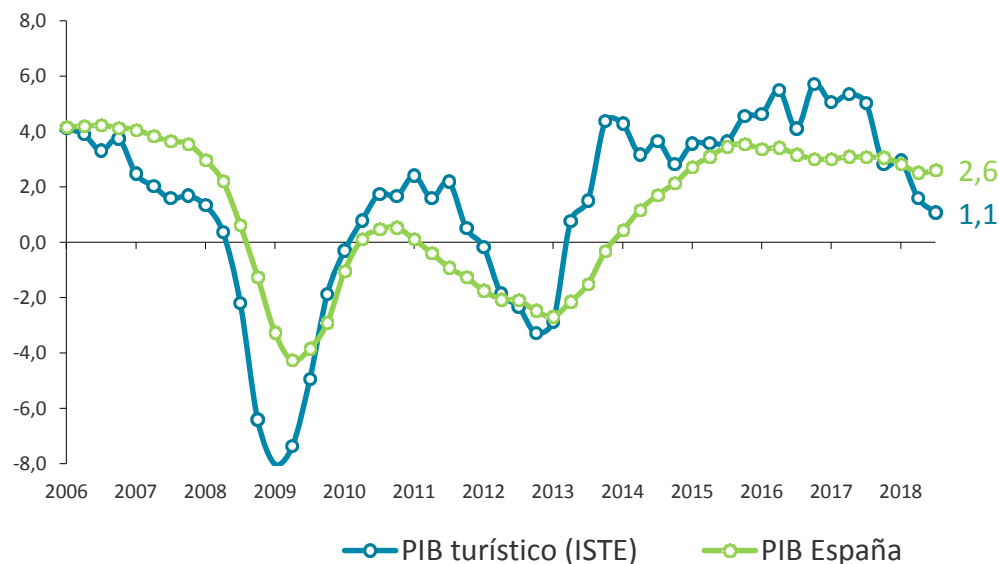
La actividad turística crece durante el verano de 2018, a una tasa del 1,1%, más acorde con los condicionantes geopolíticos y macroeconómicos actuales y que han marcado los meses estivales

Se **confirma la tendencia a una progresiva estabilización** en el comportamiento del conjunto del sector turístico español, tras ir suavizándose los diferentes “vientos de cola y elementos exógenos” que han impulsado su extraordinario crecimiento en los últimos 5 años y coincidir en los meses centrales de este verano otros factores que no han favorecido los flujos turísticos a España. Con todo ello, la actividad turística ha vuelto a crecer en los tres meses de verano, si bien a un ritmo del +1,1%, por debajo del crecimiento de la economía española (+2,6%), como ya anticipaba el Banco de España en su último informe, acorde a la desaceleración en el crecimiento de los ingresos turísticos extranjeros y el menor empuje del esperado de la demanda nacional.

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 (sep18)



Factores limitativos del tercer trimestre de 2018

- Fuerte **recuperación de los mercados competidores acentuada por el desplome de la Lira Turca**, que ha afectado a la demanda turística a los principales mercados para España: Alemania (-6,1% jul-ago), Reino Unido (-4,7%) e Italia (-3,6%).
- Las **buenas condiciones meteorológicas** experimentadas en los principales países europeos de origen que han favorecido las vacaciones interiores (staycation).
- La **comparación con un muy buen tercer 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 **subida de los precios del petróleo** y su traslación a los trayectos por carretera por el aumento de la gasolina.
- La **menor fortaleza del consumo de los españoles**, que ha afectado a sectores claves de la cadena de valor turística como la restauración, el alojamiento y el comercio.
- La **inestabilidad política en Cataluña**, que sigue afectando principalmente a los turistas de negocio y de mayor gasto, que visitan Barcelona, junto a una menor demanda nacional.
- La **cancelación de vuelos por las huelgas de los TCP de Ryanair**

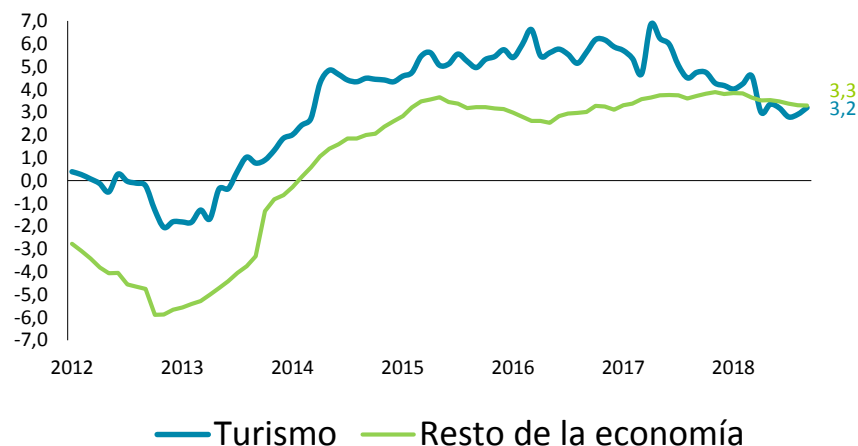
La capacidad de generación de empleo del sector turístico hasta septiembre (+3,2%) no se resiente, y ha sido impulsado por la mayor contratación de las empresas de transporte aéreo, las agencias de viajes y las empresas de ocio

A pesar de la desaceleración respecto a los ritmos de creación de empleo registrados desde 2014, hasta septiembre las ramas turísticas creaban empleo a un ritmo del 3,2%, en los mismos niveles que el resto de sectores de la economía española (3,3%).

Las ramas del transporte aéreo (+7,5%) y de agencias de viajes (+6,8%) y de actividades de ocio (+6,3%) son las que más tiran de la creación de empleo de las ramas relacionadas con el turismo, acorde con sus buenos resultados, mientras la restauración (+2,6%) y el alojamiento (+2,9%) crecen aunque por debajo de la media española.

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

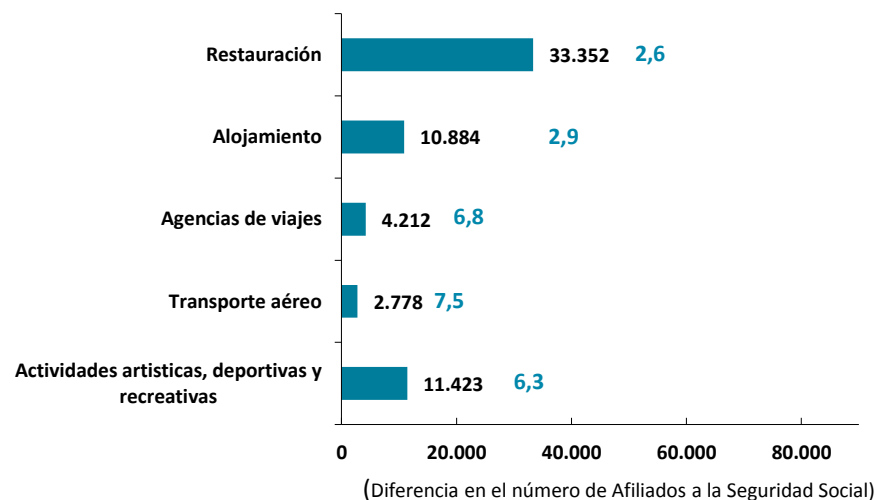
Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



Creación de empleo por subsectores de la cadena de valor turística septiembre 2018 vs septiembre 2017

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

Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

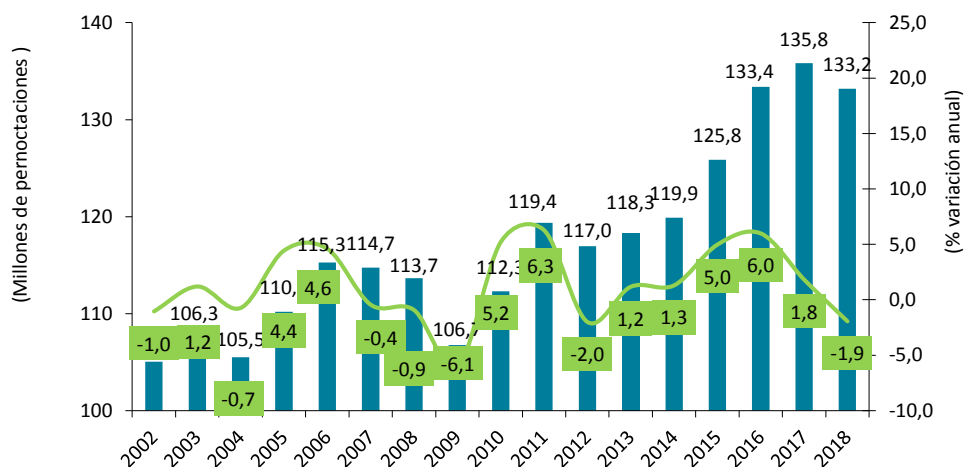


El crecimiento de actividad turística se produce más por un leve aumento del gasto que por una mayor afluencia, que se resiente en los meses del verano, donde la ligera mejoría de la demanda española no compensa la bajada de la extranjera

Los indicadores comparables para el conjunto de la demanda turística en España reflejan caídas en los meses de julio y agosto (-1,9% en el total de pernoctaciones en alojamientos reglados, del INE) provocado por el descenso de la afluencia y la caída de la estancia media de la demanda extranjera (-3,2% en el conjunto de alojamientos reglados y -9,1% en el total de la oferta), que no se ve compensado por la mejoría de la demanda española, que repite los registros de 2017.

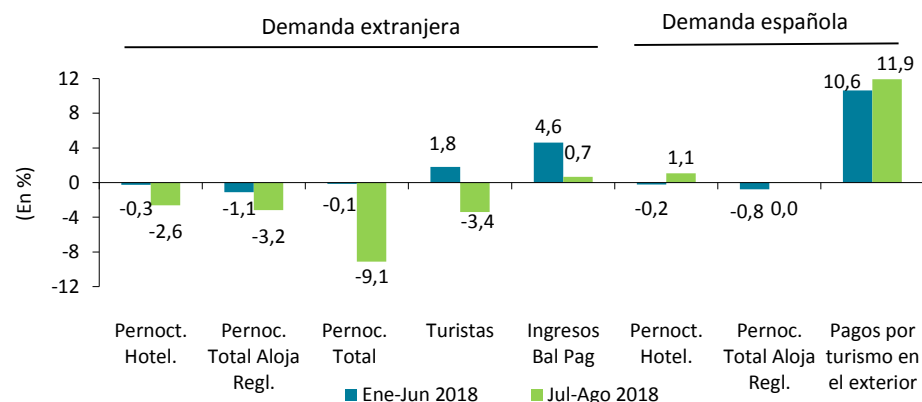
Pernoctaciones del total de viajeros en establecimientos de alojamiento reglado en España. (Acum. Jul-Ago)

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



Evolución de los indicadores de demanda española y extranjera. Enero - junio y julio - agosto 2018/2017 (Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, ETR, Balanza de pagos (*), Enc. Ocupación



(*). Datos de pagos por turismo en el exterior hasta el mes julio. Datos de ingresos con previsión de EXCELTUR de agosto

Los flujos de turistas extranjeros caen notablemente en España durante los meses de verano, mientras suben ligeramente sus ingresos (+0,7%), en un contexto de buen comportamiento de los mercados americanos, con un mayor gasto en destino.

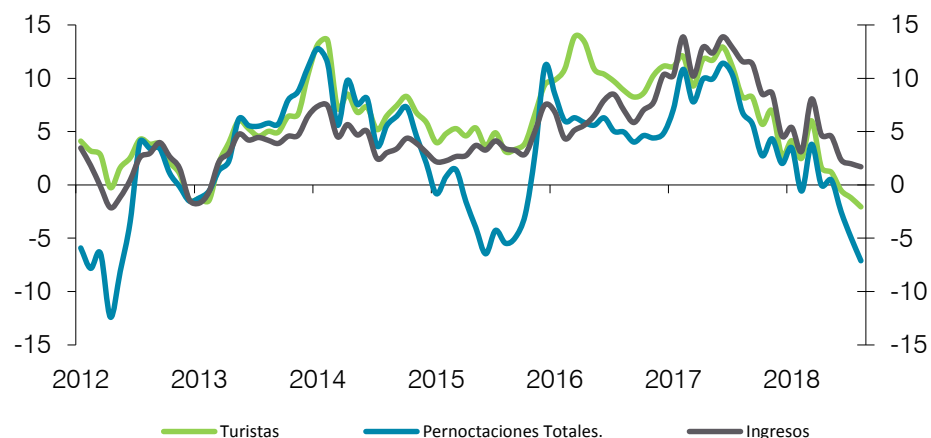
La esperada pérdida de fortaleza de la demanda extranjera en los meses centrales del verano, en un escenario de fuerte recuperación de los destinos competidores, junto a un clima excelente en los principales países europeos de origen que ha limitado los viajes al exterior, se ha materializado en una caída de las llegadas de turistas hacia España del -3,4% en los meses centrales de verano.

Ese descenso se ha dejado notar aún con mayor intensidad en términos de pernoctaciones (-9,1% en el total de alojamientos y -3,2% en los reglados en el acumulado de julio y agosto) por la fuerte caída de la estancia media, que parece haberse atenuado en el mes de septiembre. La media de días que han permanecido los turistas extranjeros en los meses de julio y agosto de 2018 se sitúa en 7,9 días, muy por debajo de los 10,5 que registraba hace una década (un 24,8% menos).

Evolución de los Indicadores de demanda EXTRANJERA 2011-2018

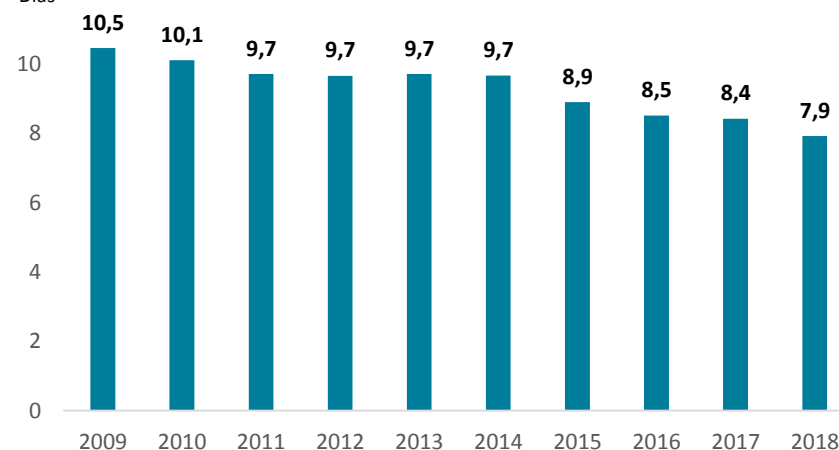
(Tasa de variación interanual trimestral)

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



Estancia media de los turistas extranjeros en España durante julio-agosto. 2009-2018

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos de Egatur del INE
Días



La fuerte recuperación de los países competidores del Mediterráneo Oriental, con el añadido de la depreciación de la Lira Turca, han seguido afectando a los flujos de turistas de nuestros mercados tradicionales, a los destinos del sol y playa español

En los meses de verano se ha mantenido la recuperación de turistas extranjeros por parte de los principales destinos del Mediterráneo Oriental competidores en el segmento del sol y playa (principalmente Turquía y Egipto), que en el caso turco han contado con la ventaja adicional de la fuerte depreciación de la Lira Turca (de 0,19 euros por lira al inicio del mes de julio a 0,13 a finales de agosto).

No obstante, **a lo largo de 2018 los ritmos de crecimiento de estos países se han ido normalizado en torno a tasas interanuales del +13%** (con datos disponibles de Turquía de julio y agosto), por debajo de los aumentos del +30-40% registrados desde mediados de 2017.

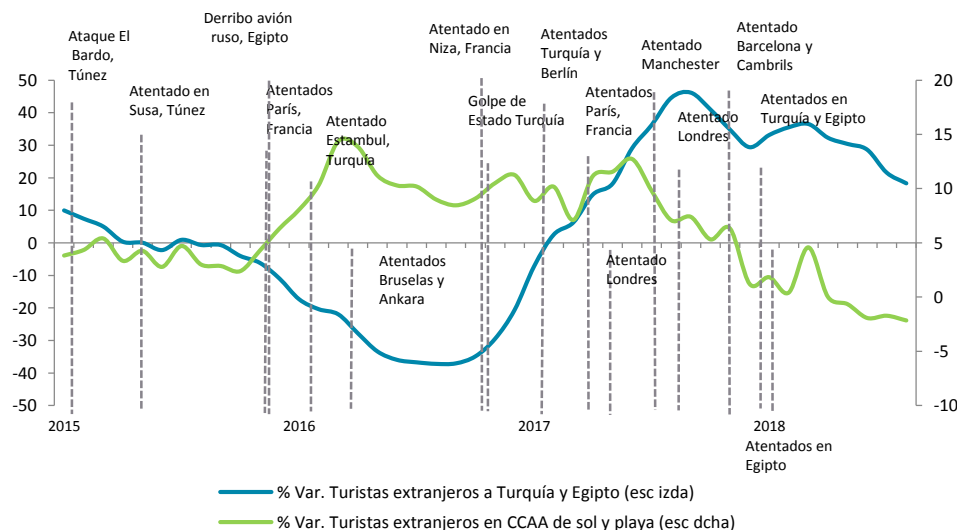
En el último año (período septiembre 2017 – agosto 2018) ambos países recibieron 47,7 millones de turistas, un millón más que los 46,8 que recibían en el mismo periodo de 2014 y 2015 o los 42 millones de 2010, antes de la ola de atentados e inestabilidad que afectó gravemente a su atractivo turístico.

Si bien en cifras absolutas de llegadas de turistas, estos países habrían recuperado en su conjunto casi la totalidad de los flujos que recibían antes de sus brotes de inestabilidad, **en los mercados emisores clave para España (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Holanda y los países nórdicos) todavía tienen aún margen de recuperación.**

De hecho, desglosando por países las llegadas de turistas a Turquía se observa que la recuperación de sus niveles en 2018 es gracias al fuerte aumento del mercado ruso y países de su entorno. **En los mercados europeos emisores de turistas mas relevantes para España, todavía se encuentran un 28,0% por debajo de los niveles previos a la crisis.**

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 Egipto a partir de la variación presentada en el acumulado diciembre-febrero 2018/2017 y la evolución de Turquía.

Los mercados de larga distancia con EE.UU y Latinoamérica a la cabeza, junto al mercado portugués y el nórdico crecen de forma notable durante el verano, mientras el mercado alemán, el británico, el francés, el italiano, el holandés y el ruso descenden en consonancia con su aumento a los destinos competidores

La demanda turística a España de los dos principales mercados, Alemania (-6,1% en llegadas y -11,4% en sus pernoctaciones hoteleras en el acumulado julio-agosto) y Reino Unido (-4,7% en llegadas y -3,3% en sus pernoctaciones hoteleras), se ha resentido este verano de 2018, mientras crecen de forma notable hacia los destinos competidores. La misma tendencia la experimentan el mercado Ruso (-2,0% en llegadas y -9,0% en sus pernoctaciones hoteleras) y el holandés (-4,5% en llegadas y -10,0% en sus pernoctaciones hoteleras), que parecen haber mejorado en septiembre. El mercado francés y el italiano se resienten en llegadas a España (-2,0% y -3,6%, respectivamente), mientras aumenta la demanda a hoteles (+7,8% y +0,3%)

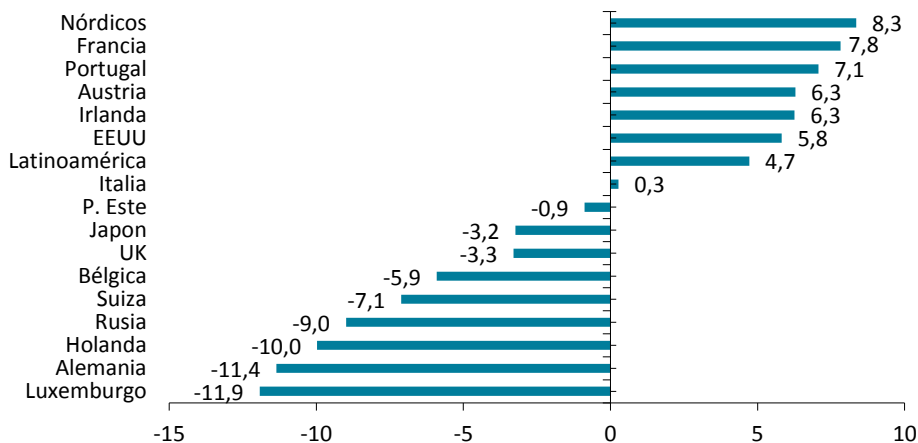
Aunque parecen acusar una ligera caída en septiembre, los mercados americanos (EE.UU. +5,8% y Latinoamérica +4,7% en pernoctaciones hoteleras julio-agosto) y los nórdicos (+8,3%), de mayor gasto en destino, tiran de los ingresos turísticos hacia España, acompañado de Portugal (+7,1%).

Número de pernoctaciones en hoteles por mercados de origen

Julio - Agosto 2018/2017

(Tasa de variación interanual)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

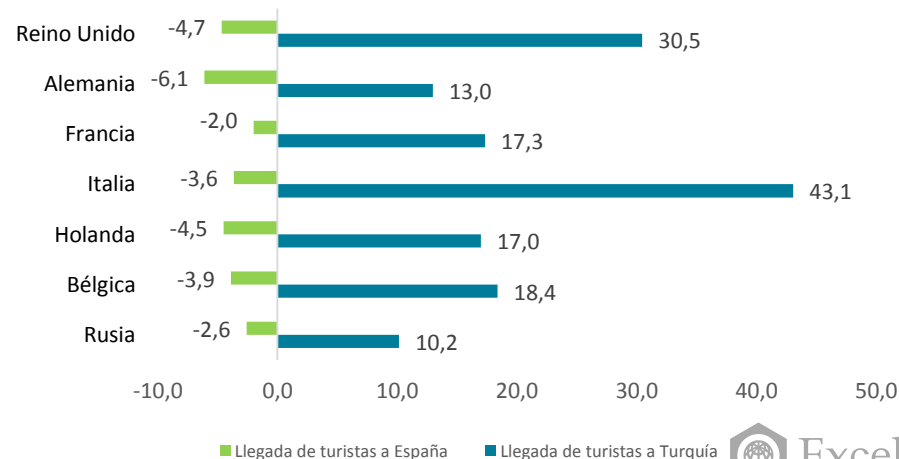


(Tasa de variación interanual en %)

Variación de la llegada de turistas a España y Turquía por país de origen. Julio - Agosto 18/17

(Variación interanual en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos de Frontur (INE) y Banco Central de Turquía



■ Llegada de turistas a España ■ Llegada de turistas a Turquía

A pesar de la caída en afluencia, los ingresos por turismo extranjero en España crecen levemente, gracias al buen comportamiento de los mercados que generan mayor gasto y a la mejora de los precios

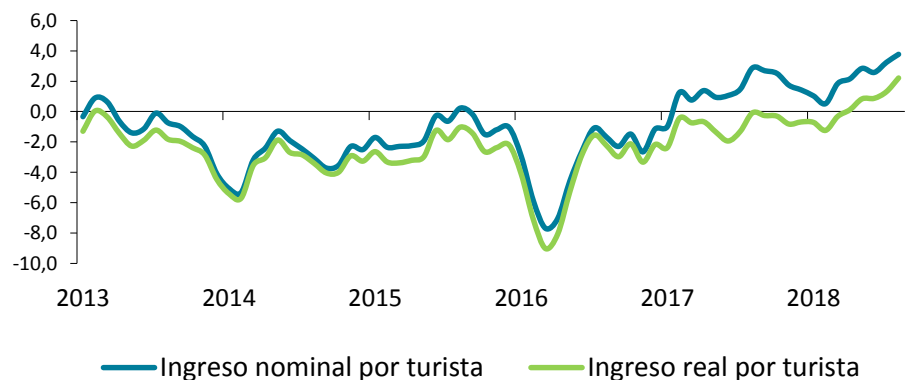
La notable caída del volumen de demanda extranjera no se ha traducido hasta la fecha en una bajada del total de ingresos que suben en el acumulado julio y agosto un +0,7%, respecto a los excelentes registros de 2017. El buen comportamiento responde a:

- El notable **aumento de la afluencia de turistas de los mercados de mayor gasto en destino**, como los norteamericanos (137€ al día frente a una media de 98€), los sudamericanos (113€) y los nórdicos (105€), en gran medida favorecido por el aumento de las conexiones aéreas y, en el caso de los primeros, por la fortaleza del dólar.
- El **trasvase hacia destinos competidores** de los segmentos de los turistas de los mercados tradicionales más sensibles al precio y de menor capacidad de gasto.
- El **mantenimiento y, en algunas líneas de producto renovadas y más diferenciales, el incremento de los precios**.

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.



Ingreso medio nominal por turista extranjero. Jul-Agosto 2007-2018

(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

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



El aumento de los ingresos ante un descenso de la llegada de turistas, refleja una continuada y muy positiva tendencia de aumento del ingreso por turista del +4,2% en los meses de julio y agosto, pasando de 742,1€ en estos meses de 2017 a los 773,3€ registrados en 2018.

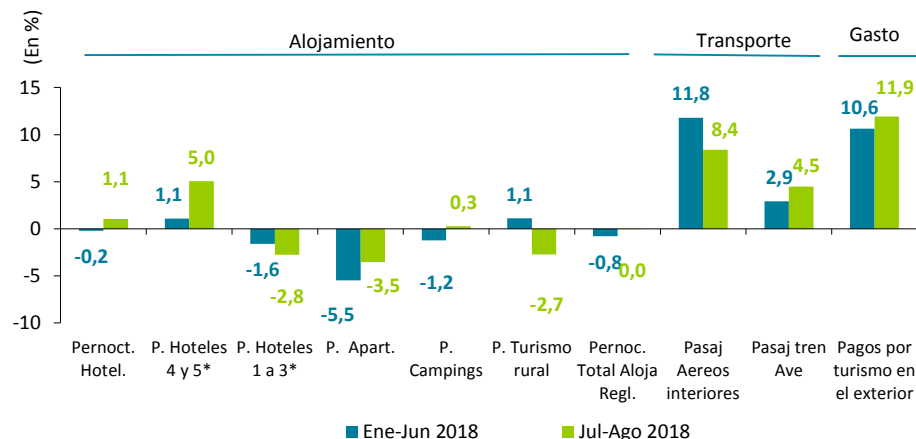
La demanda española mejora ligeramente su comportamiento en verano, con especial intensidad en los productos de mayor gasto y en sus viajes al exterior

En un contexto de cierta debilidad del consumo de los españoles, su gasto turístico ha mejorado ligeramente respecto a los niveles registrados en el segundo trimestre del año 2018. El comportamiento de la demanda española ha sido desigual, caracterizándose por:

- Un mejor **comportamiento de los productos/destinos de mayor gasto asociado**, como los viajes al exterior (el gasto subía un +11,9% en julio, según los últimos datos disponibles del Banco de España) y los hoteles de mayor categoría (sus pernoctaciones suben un +5,0% en el acumulado julio-agosto).
- Un **notable aumento de la movilidad**, gracias al fuerte aumento de la capacidad aérea, ferroviaria y de los rent a car (los pasajeros en viajes por el interior de España se incrementaron un +8,4% en julio y agosto y en AVE un 4,5%).
- Un **mayor crecimiento en las zonas del sol y playa donde más se han resentido del descenso de la demanda extranjera**. Concretamente, en las zonas del litoral mediterráneo y Canarias, la demanda española a hoteles ha crecido un +3,5%, mientras la demanda extranjera ha descendido un -4,3%.

Indicadores de demanda NACIONAL.Comparativa %Var Ene-Ago vs %Var Jul-Ago 2018 (Tasa de variación interanual en %)

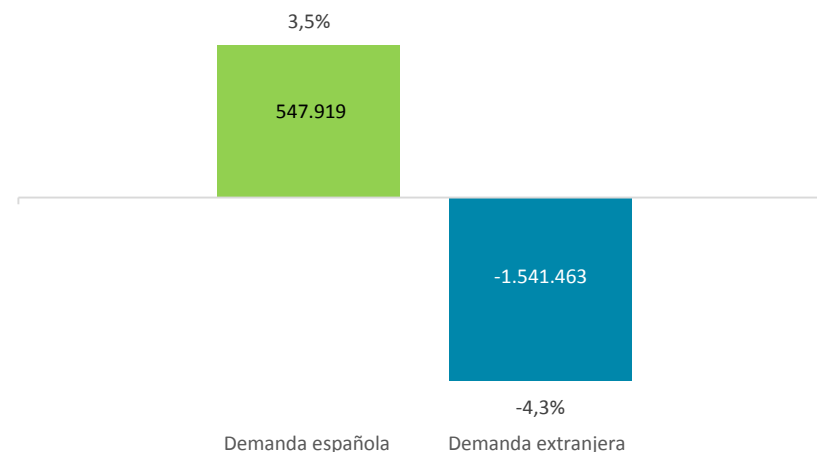
Fuente: Elaborado por Exceltur de EOH, EOAP, EOAC y EOTR del INE, Bco de España



Variación de las pernoctaciones hoteleras en los destinos españoles de la Costa Mediterránea y las Islas por mercados Julio-Agosto 18/17

(Diferencias en miles de pernoctaciones)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos de EOH (INE)



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

Los viajes de negocios crecen de forma notable, favorecidos por el dinamismo económico, impulsando el turismo urbano y a las compañías de transporte

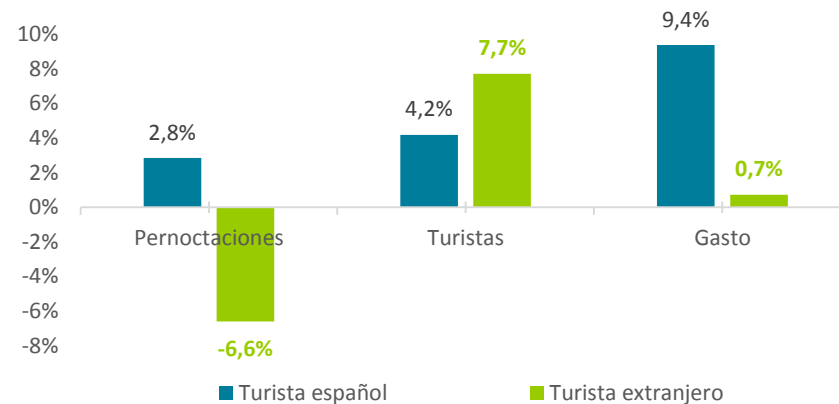
La evolución del segmento de **viajeros de negocios mantiene un notable dinamismo en los últimos meses de 2018** incorporando un elemento de impulso a la evolución de la actividad turística, más allá del segmento vacacional. Aunque no son los meses de temporada alta, su evolución en lo que llevamos de año ha estado marcada por:

- El número de **viajes de negocios de los españoles (+2,8%)**, la estancia y su gasto asociado (+9,4%) crece de forma intensa en el acumulado hasta junio, último dato publicado por el INE.

- En la misma línea, **los viajes de negocios (+7,7%) de los extranjeros** hacia España han crecido de manera notable, si bien marcado por un descenso de su estancia (-6,6%), que ha limitado el aumento en términos de su gasto (+0,7%).

Indicadores del business travel en España. Viajero español y extranjero (*). Var% 2018/2017

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos publicados en la ETR, Frontur, Egatur



(* Los datos del mercado español son los acumulados hasta junio, último dato publicado por el INE)

El positivo comportamiento del segmento de negocios ha favorecido la mejora de resultados de las empresas de transporte, de alquiler de coches y de una parte de hoteles urbanos.

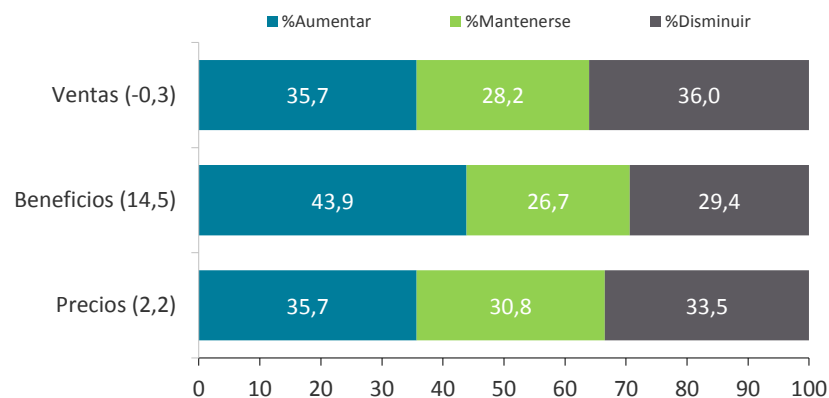
Las empresas turísticas cierran un verano de 2018 con resultados dispares por subsectores y empresas, dentro de una tónica general de ligera mejoría respecto al positivo verano de 2017, gracias a la subida de precios y una mayor eficiencia operativa

En un contexto en el que los volúmenes de demanda agregados se han mantenido cercanos a los niveles del pasado año, lo que no ha favorecido el aumento de sus ventas (caen para un 36,0% de empresas turísticas, se mantienen en el 28,2% y suben en el 35,7%, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR), las empresas turísticas han incrementado mayoritariamente (el 43,9%) sus resultados, aunque con una intensidad en promedio leve. Si bien, ello se materializa en distintos rangos y velocidades por empresas, que se acentúan según sea su eficiencia de gestión, capacidad de innovación y calidad diferencial percibida de su oferta, junto al posicionamiento y diversificación de mercados, que les brinda su imagen y reputación ante el cliente final y sus estrategias de “pricing y distribución on line”.

En general, este verano y ante el menor dinamismo de la demanda, la mejora de resultados se ha visto explicada por la ligera mejora en los precios, especialmente en los productos diferenciados y que han sido renovados, gracias a un notable esfuerzo inversor, y la activación de políticas de contención de costes y mejoras en la eficiencia operativa, en un contexto de crecimiento en los costes.

Balance empresarial del conjunto del sector turístico español TERCER trimestre de 2018

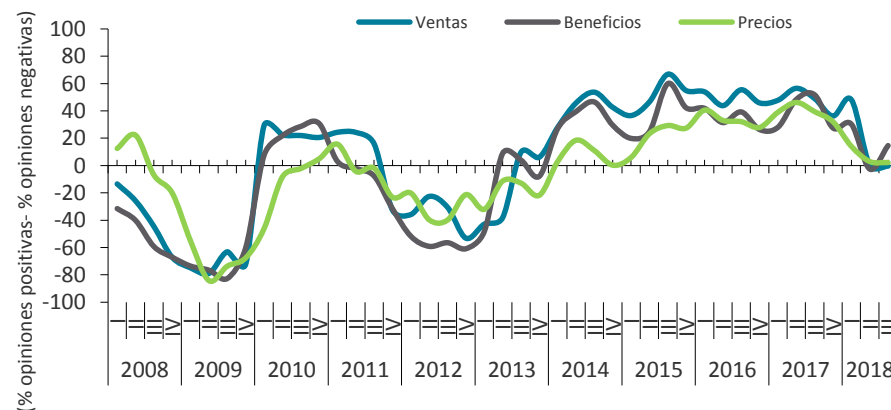
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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-III Tr 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Notable diferencia en el balance empresarial por subsectores y empresas: los hoteles sufren en general una contención de sus resultados, mientras las agencias de viajes, las empresas de ocio y de transporte mejoran respecto al verano de 2017

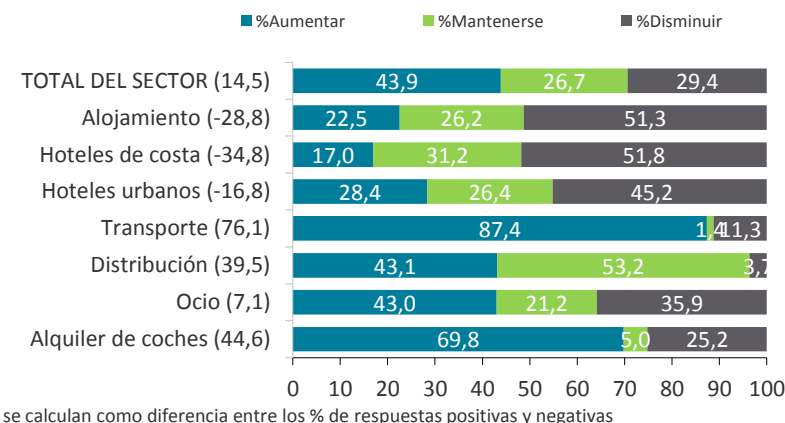
Las **compañías de transporte y especialmente las aéreas**, registran el mejor balance empresarial del verano con una generalizada mejora de sus resultados en un contexto de apertura de nuevas conexiones internacionales con aumento de pasajeros (+3,7% los aéreos en el tercer trimestre y +4,5 el Ave en julio-agosto), tarifas contenidas, costes del carburante controlados por coberturas y los problemas sufridos por algunos competidores. Con todo ello, el 87,4% de las empresas mejoró sus resultados de forma moderada, con un 84,8% que incrementó sus ventas, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

A pesar de la presión a la baja de los precios por la alta competencia derivada de la notable capacidad incorporada en el mercado, el 60,5% de las empresas de **alquiler de coches** han incrementado sus ventas y el 69,8% han mejorado sus resultados según la Encuesta de EXCELTUR. El buen comportamiento de los viajes independientes, asociado a la mayor conectividad aérea, y del segmento corporate han favorecido el aumento de la demanda de coches en julio, agosto y septiembre.

El coche de alquiler sigue siendo una opción clave para garantizar la mayor capilaridad en la distribución de la demanda y su gasto turístico en los destinos. Ello se contrapone al surgimiento de algunas lecturas negativas sobre su impacto ambiental, que no tienen en cuenta ni esa capacidad de distribución de derrama turística por el territorio, ni su menor nivel relativo de emisiones, por la continua renovación de la flota con los vehículos más eficientes disponibles en el mercado.

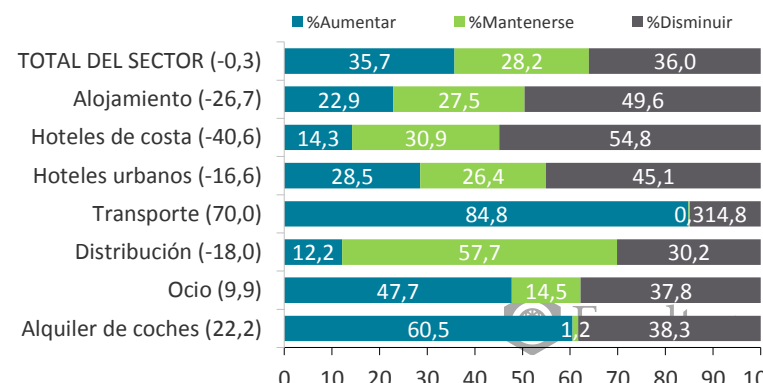
Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Opinión empresarial sobre la evolución de las VENTAS TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



Las **agencias de viajes** consiguieron mejorar sus resultados de forma moderada, principalmente gracias al aumento de las ventas de viajes al exterior de mayor presupuesto y margen y, en menor medida, a la disponibilidad de mayor inventario de alojamientos en España por el descenso de la demanda extranjera y la excelente climatología experimentada en el mes de septiembre, que ha animado las escapadas. Los viajes al exterior han sido los que más han crecido este verano de 2018, salvo los de destinos dolarizados, mientras en España el mejor comportamiento de las ventas se ha centrado en los destinos de interior y los “city breaks” a destinos urbanos, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

Ventas de agencias de viajes por productos en el TERCER trimestre de 2018/2017

Destinos nacionales	Saldo	Destinos internacionales	Saldo
Mediterráneo peninsular	↓↓	Urbanos europeos	↑↑
Baleares	↓	Otros destinos Mediterráneo	↑↑
Canarias	↓	América del Norte	↑
Ciudades	↑	Caribe	↑↑
Interior y naturaleza	↑↑	Sudamérica	↑↑
Montaña y esquí	↓	Resto (Asia, África y Oceanía)	↑↑
		Cruceros	↑↑

Los **hoteles de la costa** registran un balance ligeramente por debajo en ventas y resultados respecto a la excelente temporada de verano de 2017. Concretamente, la debilidad de la demanda extranjera ha provocado que el 51,8% de los establecimientos cierren el tercer trimestre con resultados ligeramente por debajo de los alcanzados en el mismo periodo de 2017, debido mayoritariamente a un descenso en las ventas que ha afectado al 54,8% de la planta abierta este verano, sin que se haya constatado todavía un descenso en las tarifas (el ADR publicado por el INE apunta una subida del +3,9% en el acumulado junio-agosto), estrategia que debiera evitarse, ya que la sostenibilidad del sector a futuro exige nuevos modelos y posicionamientos diferenciales que eviten entrar en guerras de precios a la baja.

El desempeño de **los hoteles urbanos** ha sido algo mejor este verano que el de los hoteles vacacionales de la costa, si bien se cierra el período junio-septiembre con más establecimientos (un 45%) donde han bajado las ventas y los resultados, respecto a aquellos (un 28%) en los que se han incrementado respecto al tercer trimestre de 2017, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR. De hecho, los ingresos por habitación disponible publicados por el INE relativos a los meses de junio, julio y agosto registran en promedio un leve descenso del -2,0%, especialmente intenso en el caso de los establecimientos de 5 estrellas (-5,3%).

Las **empresas e instituciones relacionadas con la cultura, el ocio y entretenimiento** registran un verano de 2018 mejor que el de 2017 tanto en ventas como en resultados, gracias al mayor gasto medio en destino y el buen comportamiento de la demanda urbana y del turismo nacional. El 47,7% incrementó sus ventas y el 43,0% sus resultados, según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR, siendo generalizada la mejora entre los museos y monumentos, los parques de ocio y los campos de golf.

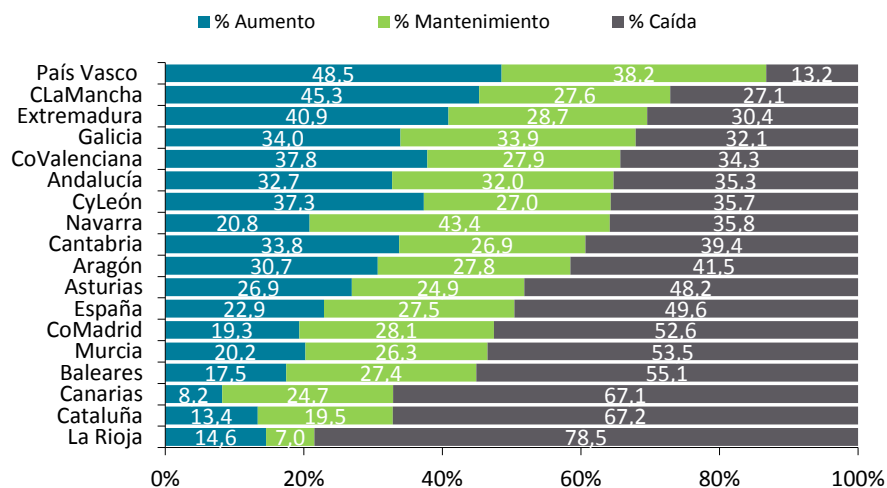
País Vasco, Castilla-La Mancha y Extremadura consiguen cerrar el verano con una generalizada mejora de sus resultados empresariales, mientras los destinos del litoral acusan la presión de los competidores y Cataluña se mantiene en negativo

Las comunidades del mediterráneo y las islas han sufrido en el verano los efectos de la notable recuperación de los mercados competidores, lo que ha mermado de forma generalizada sus resultados respecto a la excelente temporada de verano de 2017. Tanto en el caso de Baleares (más afectado por el impacto en costes de la tasa turística y la notable mejoría en las condiciones del convenio laboral, que por la caída de los ingresos) como en el de Canarias, los empresarios manifiestan mayoritariamente (un 64,6% en el caso balear y un 59,3% en el canario) haber visto levemente reducidos sus resultados, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR. En Baleares, mejoran los ingresos (un +3,9%, según el INE, en un contexto de mejora de precios), mientras en Canarias descienden un -1,6%, en el acumulado junio-agosto.

Si bien estos datos reflejan el promedio empresarial en los destinos del sol y playa español, como antes ya se avanzaba, cada vez se manifiesta con mayor intensidad la diversidad de rangos en cuanto a los márgenes y capacidad de mejorar resultados, entre los que cuentan con un producto diferenciado y a su vez se ubican en entornos/destinos atractivos y renovados y los que compiten principalmente por precio. Se trata de una situación que marcará cada día mas el devenir de los resultados futuros ante el proceso de normalización de mercados que se espera se mantenga en los próximos meses.

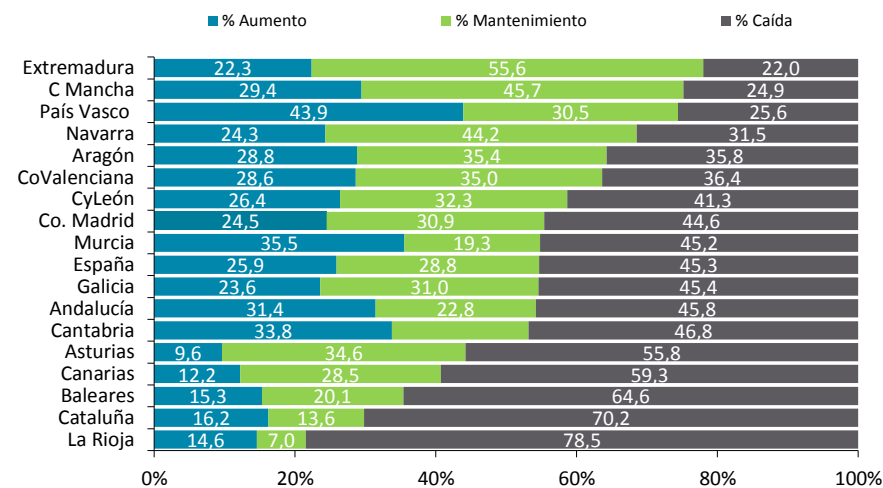
Opinión empresarial sobre las VENTAS. SECTOR ALOJAMIENTO. III Trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Opinión empresarial sobre los RESULTADOS. SECTOR ALOJAMIENTO. III Trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



- El desempeño ha sido algo mejor en la **Comunidad Valenciana y Andalucía** por el buen comportamiento de la demanda nacional, lo que ha permitido mantener resultados (en el 35,% de las empresas valencianas y el 22,8% de las andaluzas) o incluso mejorarlos (en el 28,6% de las empresas de la Co. Valenciana y en el 31,4% de las andaluzas) en relación con la temporada de 2017, con buena parte de sus principales destinos con crecimientos de sus ingresos (Costa Blanca +2,7% con Benidorm +1,7%, Costa de Castellón +3,2% y la ciudad de Valencia +7,8%, en la Comunidad Valenciana y la Costa de Cádiz +7,4%, Costa de Huelva +1,5%, Costa de Almería +1,7%, la Costa Tropical +2,6% y Sevilla +5,4% y Málaga + 1,6%, en Andalucía).
- En un escenario donde la imagen turística en **Cataluña** se ve afectada por una inestabilidad política, que esporádicamente se refleja en manifestaciones publicas de resonancia internacional en calles y playas, la rentabilidad de las empresas turísticas catalanas ha seguido bajando en el tercer trimestre, con especial incidencia en la ciudad de Barcelona. Concretamente, el 70,2% de empresas turísticas catalanas vieron reducir sus resultados en estos meses de verano de 2018 respecto a los de 2017, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, con un descenso de los ingresos del -3,8%, según el INE, en el período junio-agosto, que en Barcelona se ha elevado hasta -6,9% y que también ha afectado a las zonas más emblemáticas de su litoral, como la Costa Brava (-2,7%), la Costa Dorada (-3,9%) y la Costa de El Garraf (-6,2%), influida sobre todo por la caída de la demanda nacional.
- El **País Vasco** cierra el verano con un balance empresarial muy positivo, gracias a una mejora de los ingresos del 6,4%, que explica que el 48,5% de los empresarios turísticos hayan mejorado las ventas y el 43,9% sus resultados respecto al verano de 2017, muy concentrado en los destinos de costa (+8,3% en ingresos en el acumulado junio-agosto), Bilbao (+9,7%), Vitoria (+8,2%) y, en menor medida, San Sebastian (+1,6%) y su franja costera (+1,7%). El resto de comunidades de la España Verde hasta agosto habían registrado un verano con niveles de ingresos similares a los del pasado año, que se han visto mejorados por los notables incrementos en los ingresos registrados en el mes de septiembre, impulsadas por una excelente climatología, que se ha dejado notar especialmente en **Asturias y Cantabria**.
- Las **comunidades de interior**, especialmente **Castilla-La Mancha, Extremadura y Aragón**, cierran un verano con generalizadas e intensas mejoras en sus resultados, respecto a los niveles de 2017. Impulsados por notables aumentos, tanto de la demanda española como extranjera, el 29,4% de los empresarios turísticos castellano-manchegos, el 22,3% de los extremeños y el 28,8% de los aragoneses mejoraron sus resultados en el tercer trimestre de 2018, gracias a un aumento de los ingresos del del 6,2%, del 11,2% y del 9,8%, respectivamente.
- **Madrid** sufre una notable caída de los ingresos del 8,2% en julio-agosto y que la opinión empresarial anticipa se mantendrá en el mes de septiembre, lo que repercute en una generalizada bajada de los resultados para el 44,6% de las empresas turísticas madrileñas, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR. Se trata, no obstante, de una caída muy condicionada por la comparación con un excepcional verano de 2017, que contó con la celebración en la capital de eventos singulares de trascendencia mundial, así como por la continuada competencia desleal y de bajo impacto socioeconómico percibido, derivada del crecimiento exponencial de las viviendas de uso Turístico en el centro de la ciudad



PERSPECTIVAS
TURISTICAS

PREVISIONES PARA EL
CUARTO TRIMESTRE Y
CIERRE DE AÑO 2018

Se anticipa un cuarto trimestre de 2018 en el que se consolidará la tendencia de una evolución de la actividad turística mas asociada a los fundamentos macroeconómicos

Dentro de esta senda de comportamiento, se espera un cierto repunte en los ritmos de crecimiento de la actividad turística en España respecto a los observados en los meses de verano de 2017, principalmente por los siguientes factores:



1

La comparativa con unos últimos meses de 2017 que fueron mucho menos dinámicos que los excepcionales de los tres primeros trimestres de ese año (2,9% el IVT vs 4,9% en media de los tres primeros trimestres de 2017) , debido al impacto sobre la actividad turística de los acontecimientos asociados a la tensión política en Cataluña, que se concentraron principalmente en Barcelona, y que restaron 0,7 puntos de crecimiento al PIB turístico en España en dicho cuarto trimestre de 2017 (0,3 p.p. en el conjunto del año).

2

El mayor dinamismo previsto para el ultimo trimestre de 2018 de la demanda turística nacional al hilo del buen desempeño esperado del turismo de negocios y MICE y el calendario laboral con varios puentes y festivos que permitirán organizar más viajes y escapadas en los próximos meses de otoño y en navidades.

3

La leve mejora esperada, según el consenso de analistas, para el consumo privado en los mercados emisores europeos en la recta final del año 2018 respecto a los trimestres centrales del año.

El desempeño de la demanda turística internacional hacia España en los últimos meses de 2018 seguirá muy condicionada por la recuperación de los competidores, aunque registrará un mayor crecimiento respecto a lo meses del verano por el mejor comportamiento previsto del consumo privado en los mercados emisores y su comparativa respecto a un cuarto trimestre turístico de 2017 afectado por la incertidumbre política en Cataluña

El **escenario de moderado crecimiento en las economías europeas** que el consenso de analistas descuenta para el cuarto trimestre 2018, junto a la conectividad aérea hacia España dispuesta desde Europa y emisores de largo radio como Norte América y mercados asiáticos y la reciente depreciación del euro frente al dólar impulsarán un mayor crecimiento del consumo turístico de los principales mercados internacionales hacia España en la recta final de 2018.

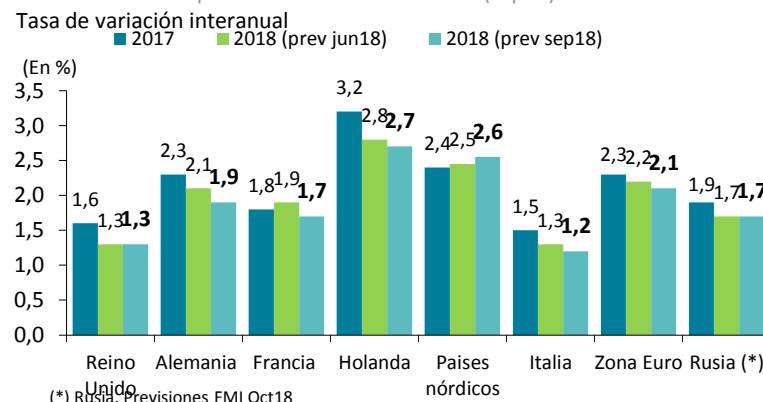
Los principales mercados europeos emisores de turistas a España se verán beneficiados por las expectativas de aceleración de los ritmos de crecimiento del consumo de las familias esperadas para los meses del cuarto trimestre; **Francia (+1,2%), Alemania (+1,7%), Reino Unido (+1,2%) e Italia (+1,1%)**.

En paralelo, y de mantenerse la vuelta a la normalidad en los flujos de los mercados de origen del norte hacia destinos del Mediterráneo Oriental evidenciada a partir de la segunda mitad de 2017, se seguirá produciendo un trasvase de turistas que restará dinamismo a la llegada de turistas hacia España desde nuestros principales emisores.

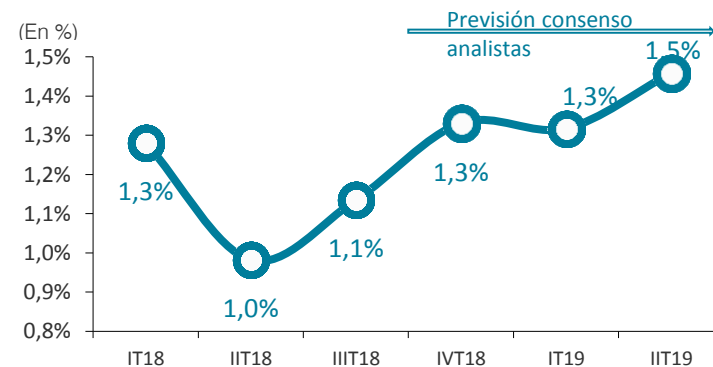
Por su parte, el posicionamiento en reservas para el mercado **británico** sugiere una tendencia en positivo de sus desplazamientos en el extranjero, a pesar de la elevada incertidumbre en torno al Brexit y la depreciación de la libra. No obstante, es probable que estos factores favorezcan más los viajes de los británicos hacia los destinos competidores del Mediterráneo de menor precio y principalmente a **Egipto**, como principal competidor en los meses de otoño-invierno, restando dinamismo a los destinos vacacionales españoles y, principalmente, a Canarias.

PIB previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2017-2018

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (sep18)



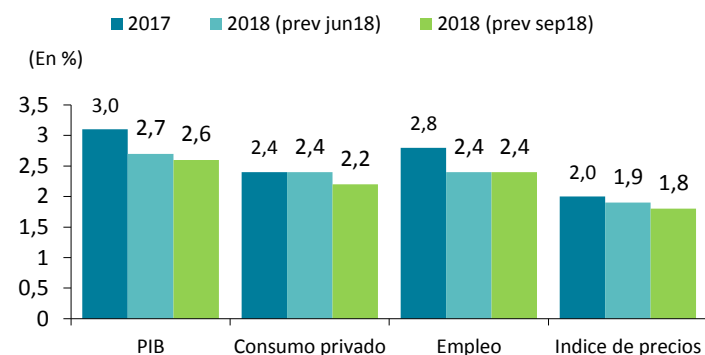
Comportamiento del consumo privado ponderado de los principales mercados europeos a España



El buen tono de la actividad MICE y viajes de negocios, junto al mayor número de desplazamientos previsto de los españoles por el favorable calendario laboral, sugieren un positivo comportamiento del consumo turístico de los españoles en la recta final de 2018

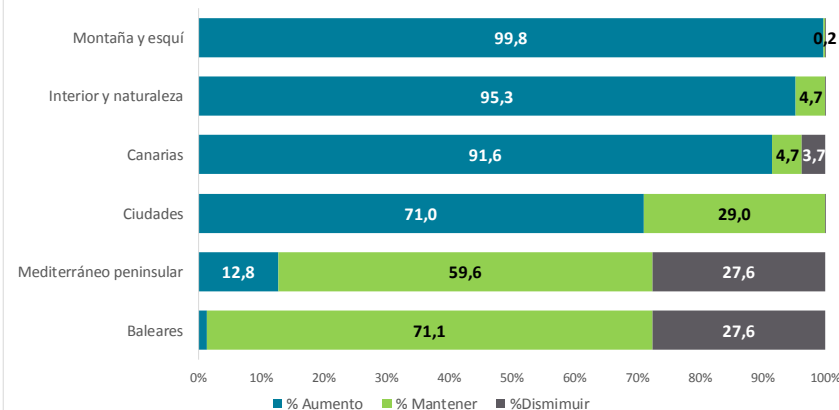
1. La creación de empleo y consumo privado previsto para los últimos meses de 2018 si bien se atenúan, seguirán siendo elementos que **favorecerán el consumo turístico de los españoles**. A ello se sumará un calendario laboral que impulsará las escapadas en semanas, puentes y fines de semana largos.
2. Por otro lado, la dinámica esperada de la actividad económica y del segmento MICE, propiciará un **positivo desempeño en la actividad turística vinculada los viajes de negocios** (+7,0% de crecimiento del gasto turístico de este tipo de viajes en el primer semestre de 2018, según la ETR del INE). Todo ello tiene su reflejo en las mejores expectativas para el último trimestre de 2018 que anticipan los hoteles urbanos, y el positivo comportamiento descontado por grandes grupos de agencias de viajes, compañías de transporte de pasajeros y rent a car.
3. En este escenario, **las expectativas de los grandes grupos de turoperadores y agencias de viajes revelan una favorable tendencia para las escapadas urbanas en destinos españoles y europeos**. También destacan las ventas previstas de otros productos más tradicionales de la temporada de invierno, como son los viajes relacionados con deportes de montaña y nieve (si las condiciones climatológicas son propicias) y a destinos de interior y naturaleza, junto a los destinos canarios. Así mismo, la elevada conectividad aérea seguirá impulsando los desplazamiento de los turistas españoles a destinos exteriores de medio y largo radio, para los que los empresarios de distribución anticipan crecimientos interanuales.

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



Ventas previstas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas en destinos españoles para el IV Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur



Las expectativas de resultados de los empresarios turísticos para el cuarto trimestre de 2018 arrojan un dispar aunque generalizado tono positivo

Según la Encuesta de Confianza Turística Empresarial cerrada a 9 de octubre de 2018, los empresarios mostraban un cierto tono de optimismo, aunque con un mayor grado de cautela y más disparidad entre los diferentes subsectores. El **48,1%** de los empresarios anticipan un nuevo incremento de las **ventas** respecto los niveles del cuarto trimestre de 2017, y el **38,4%** esperan poder trasladar esta mejora en un crecimiento **interanual** de sus **resultados, aumentos que en la mayoría de los casos serán de leve intensidad.**

Los establecimientos hoteleros mantienen un menor nivel de confianza que el resto de subsectores, marcados por las **bajas expectativas previstas entre los hoteles vacacionales** de costa que se mantienen abiertos en los meses de invierno, que en un elevado porcentaje (**45,4%**) estiman que sus **resultados se sitúen por debajo de los del cuarto trimestre de 2017**, muy condicionados por el efecto de la vuelta a la normalidad de los competidores (el 94,0% lo destaca como el factor de mayor impacto para el devenir de sus negocios).

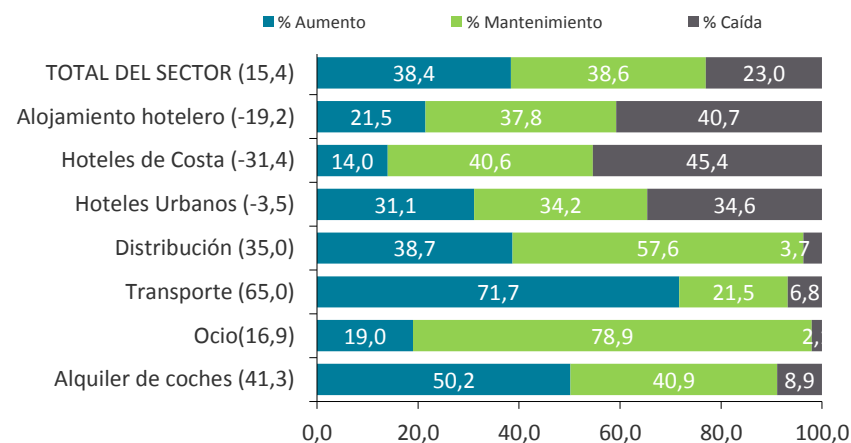
Por su parte, los gestores de los **establecimientos urbanos**, especialmente de los hoteles madrileños, vascos y ciudades de interior, anticipan una **mejora** en sus resultados en el cuarto trimestre de 2018 de la mano del dinamismo esperado en las escapadas urbanas y del turismo de negocio.

El **balance** del conjunto de la hotelería urbana española está condicionado por el **64,7%** de empresarios de **Barcelona** que aún no ven una mejoría interanual en sus resultados para los últimos meses de 2018.

Bajo estos condicionantes, aunque las perspectivas de los hoteles urbanos se encuentran muy repartidas, sugieren cierta mejoría respecto al balance de los meses de verano.

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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Empresas de transporte de pasajeros, de alquiler de vehículos y grandes grupos de agencias de viajes destacan como los más optimistas respecto a los últimos meses del año turístico 2018

La mayor demanda turística nacional prevista para los últimos meses del año **beneficiará en el cuarto trimestre a los grandes grupos de agencias de viajes, empresas de transporte de pasajeros y empresas de alquiler de coches.**

En concreto, el **69,7%** de los principales grupos de **agencias de viaje** esperan mejorar las **ventas** de los últimos meses de 2018, mientras que la mayoría de ellos sugieren **repetirán resultados (57,6%) y el 38,7% descuentan mejoras** respecto al cuarto trimestre de 2017.

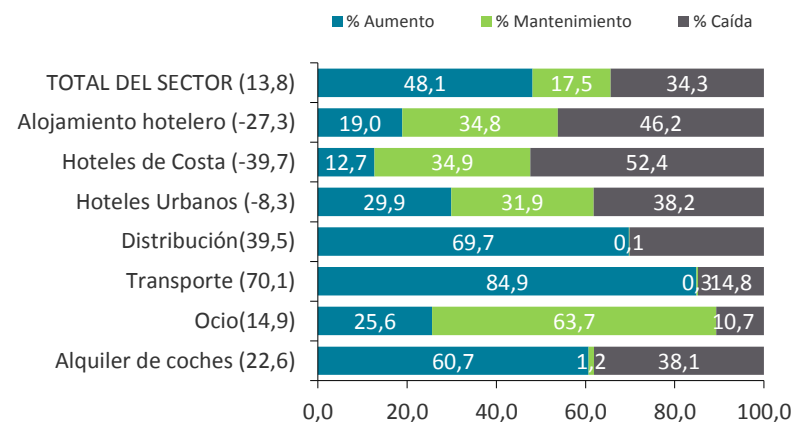
Por su parte, el **84,9%** de las **compañías de transporte de pasajeros** esperan mejoras interanuales en sus niveles de **ventas** que se trasladarán en incrementos en sus **resultados en el 71,7% de las mismas**. En el caso de las aerolíneas, el elevado nivel de oferta de conexiones aéreas domésticas e internacionales seguirá presionando a la baja las tarifas aéreas e impulsando la demanda, en entorno operacional de control de costes gracias a las eficiencias operativas ganadas en los últimos años.

Mientras, el **60,7%** de las compañías las **compañías rent a car** esperan mejoras interanuales en sus **niveles de ventas** que se trasladarán a incrementos en sus **resultados en el 50,7%** de las mismas, muy beneficiadas por el dinamismo del turismo de negocio, según el 99,2% de sus gestores, a pesar de la elevada competencia y crecimiento del precio del carburante.

El sentimiento generalizado entre los **prestadores de servicios de ocio** es de **repetir los niveles de ventas (63,7%) y resultados (78,9%)** del cuarto trimestre de 2017. Entre los más **optimistas** destacan algunos de los **museos y monumentos icónicos** en los principales destinos urbanos españoles y destinos de interior.

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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Madrid, junto a ciudades vascas, castellanas, andaluzas y valencianas, a la cabeza de las expectativas empresariales para el último trimestre de 2018

Los destinos turísticos urbanos españoles, liderados por **Madrid**, a la que siguen las ciudades **vascas, castellanas, andaluzas y valencianas**, revelan las mejores expectativas respecto al desempeño turístico en sus territorios en el IV trimestre de 2018. Todos ellos se verán beneficiados del impulso esperado en los desplazamientos turísticos de los españoles, del turismo de negocio, el consumo turístico de mercados internacionales de media y larga distancia y la apuesta por la conectividad aérea y ferroviaria. **Murcia y Galicia** se suman al grupo de comunidades donde las expectativas de mejora de resultados sigue estando por encima de las de empeoramiento.

El desempeño en los establecimientos **canarios** seguirá afectado en los últimos meses de 2018 por la pujanza de los competidores del Mediterráneo, especialmente Egipto. Así, el 46,7% de los profesionales de las islas anticipan caídas en sus resultados respecto a los del muy positivo cuarto trimestre de 2017, que según la mayoría de empresarios cuantifican como leves.

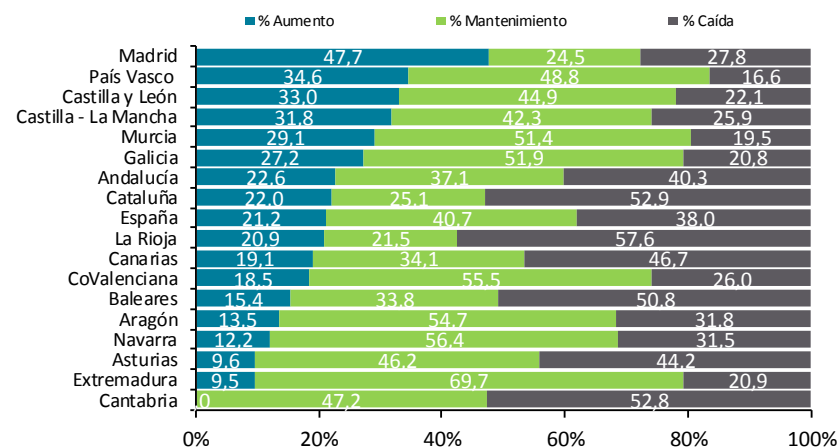
La mitad de los profesionales de **Baleares y el litoral andaluz**, si bien con mucho menos actividad en estos meses, revelan también unas expectativas de caída generalizada en sus resultados, condicionados por la menor intensidad de la demanda extranjera. Por su parte, el sentimiento que predomina en los destinos vacacionales de la **Comunidad Valenciana** es de mantenimiento de resultados en los niveles del último trimestre de 2017 en un escenario de ventas previstas similares a las del año anterior en el mercado nacional e internacional.

El nivel de confianza empresarial en Cataluña sigue muy condicionado por las **desfavorables expectativas** entre los establecimientos hoteleros en **Barcelona** (64,7% anticipan caída en sus resultados en el IVT de 2018), que no obstante se alejan de la caída generalizada para el 81,1% de los establecimientos, que se constató en los meses de verano.

Las perspectivas para el resto de destinos vacacionales sugieren en la mayoría de los casos, mantener en este último trimestre los mismos niveles del 2017.

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

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur



Reconfirmamos la revisión de nuestra estimación de crecimiento del PIB Turístico de un 2,0% para el cierre del año 2018, que ya habíamos avanzado hace pocas semanas.

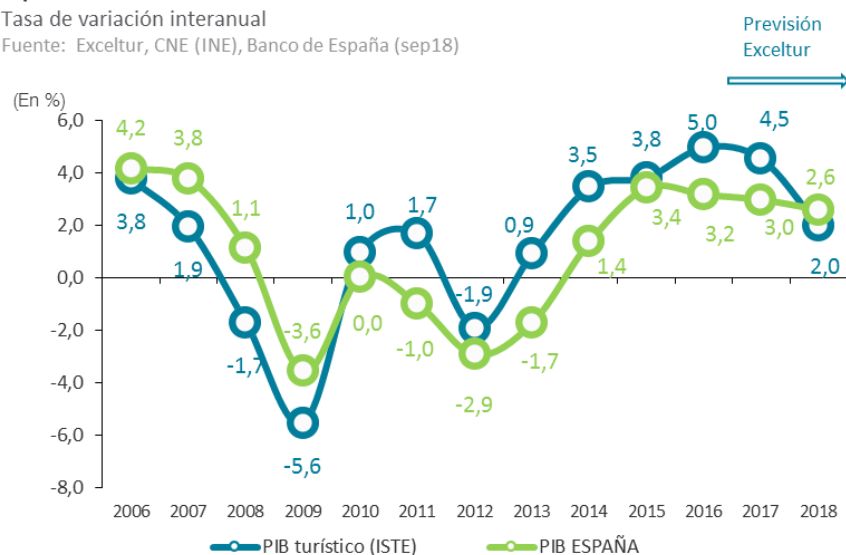
Este crecimiento del 2,0% del PIB turístico para el año 2018 se encuentra 0,6 p.p. por debajo de la previsión en nuestro escenario central del mes de julio de 2018 (2,6%). Esta nueva revisión está sustentada principalmente en los siguientes factores:

1. Menor dinamismo del previsto de la demanda nacional en los principales destinos vacacionales españoles, que no ha compensado la totalidad del retroceso de la demanda extranjera en la temporada de verano.
2. La fuerte intensidad en la recuperación de turistas de nuestros principales mercados europeos en los países competidores del Mediterráneo Oriental, impulsados a partir de julio por la depreciación de la Lira Turca, que, junto a la buena meteorología en los países de origen, ha frenado más de lo esperado la llegada de turistas a España.
3. La prolongación de los efectos negativos sobre el turismo en Cataluña, derivados de la inestabilidad percibida por su elevada incertidumbre política.
4. El peor comportamiento descontado de las economías de nuestros principales mercados europeos, incluido España, cuyas previsiones de crecimiento han sido ajustadas a la baja por analistas e instituciones internacionales.
5. El repunte del precio del petróleo, por encima de lo esperado, y la revisión de sus niveles al alza para los próximos meses, que irá reflejándose paulatinamente en un encarecimiento del coste de los desplazamiento turísticos (aéreos , terrestres..etc).

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 (sep18)



Esta estimación de cierre de 2018 **sigue consolidando la tendencia de evolución del crecimiento turístico en España, a tasas más asociadas y acordes con los fundamentos macroeconómicos del escenario actual** y a su vez condicionada por la recuperación de la demanda ganada por los competidores.

Contempla asimismo un **modelo de crecimiento más sostenible** basado en un **crecimiento por mayores ingresos y derrama socioeconómica en destino que empatiza más con la ciudadanía**, mas que por una mayor afluencia “ per se “.

Este comportamiento previsto del 2,0% para la actividad turística al cierre de 2018, se situaría por debajo de la última estimación de crecimiento para la economía española (2,6%), revelando por vez primera desde 2010, una menor capacidad de aportación del turismo a la economía, tal como ya avanzábamos en julio, **y ha refrendado recientemente el Banco de España, en su último Boletín**

Tal como ya veníamos anticipando en múltiples trimestres anteriores, **no debe llevar a sorpresas ni lecturas especulativas ni tremendistas, la vuelta progresiva a una realidad turística, cuyo crecimiento futuro esté más basado en los fundamentos socioeconómicos que tradicionalmente la han impulsado, que en la conjugación de los muy atípicos y difícilmente repetibles factores exógenos de los que España se ha favorecido en este último lustro.** Todo ello, sin perjuicio que, en un corto periodo de transición adicional a lo largo de 2019, se puedan aún acusar los reajustes de una demanda turística externa que habíamos usufructuado en los segmentos más indiferenciados y de menor precio, y que deberemos recomponer con otros de más valor añadido.

En cualquier caso y partiendo del realista diagnóstico sobre la situación actual que recientemente ha asumido el Ministerio de Turismo, España se enfrenta a otros escenarios de crecimiento turístico sobre nuevas bases ineludiblemente más sostenibles y deseables a su vez, para la ciudadanía. Ello exige abordar otras políticas, estímulos, y modelos de gestión público-privados, que faciliten nuevas inversiones para una mejor reconfiguración /valorización de la oferta turística, y distintas estrategias de marketing y distribución, para su reposicionamiento en los segmentos de mayor interés.

Resulta por ello clave, que aparte de las últimas y positivas iniciativas de nuestro propio Ministerio, **la gradual evolución competitiva que ya exige el conjunto de empresas y destinos españoles (especialmente los maduros), tenga la máxima prioridad transversal de Gobierno, reflejada en los próximos presupuestos,** con políticas y dotaciones apropiadas, dada, además, la notable capacidad locomotora y los efectos multiplicadores clave del turismo sobre la creación de empleo y sobre el conjunto de la economía.

Ante las reflexiones anteriores y las incertidumbres del actual entorno macroeconómico internacional, sugerimos asumir la mejor conjunción de políticas transversales del Gobierno: fiscales, presupuestarias, empleo...etc. que:

1. Eviten/minimicen impuestos, tasas y/o gravámenes disuasorios, a los diversos niveles de las Administraciones, para poder impulsar nuevos ciclos de actividad turística más sostenibles y socioeconómicamente más rentables

- a) Mayores Impuestos a sociedades, que puedan reorientar nuevas inversiones a destinos alternativos a los españoles.
- b) Impuestos sobre los dividendos obtenidos por inversiones turísticas en el extranjero, que en el pasado reciente han asegurado a lo largo de la crisis la viabilidad de empresas y sus reinversiones en España.
- c) Cargas adicionales para preservación medioambiental aplicadas a combustibles fósiles y/o la automoción, que encarezcan los desplazamientos turísticos internos en los vehículos particulares que utilizan estos carburantes y reduzcan la rentabilidad de operadores clave, para asegurar la capilaridad de la derrama turística por el territorio; los Rent a Car.
- d) Tasas/ecotasas turísticas o impuestos sectoriales sin los necesarios consensos previos que bien encarezcan el precio vs otros competidores y/o en cualquier caso, para usos que ni redunden directamente en mejoras competitivas para el conjunto del sector, o eleven su reputación y/o mejoren la calidad de vida que el turismo brinda a las sociedades locales.

- 2. Aseguren en términos laborales, las mejores condiciones para impulsar el mayor y mejor empleo turísticos (afecta a más 1,3 millones de personas)**
 - a) Políticas de remuneración lo más vinculadas posible a la productividad para asegurar la viabilidad del empleo.
 - b) Potenciar con mayores recursos, nuevos programas de formación, más ajustados a las nuevas necesidades del sector.

- 3. Favorezcan la mayor inversión pública, en los ámbitos prioritarios y con mayores efectos tractoros diferenciales para el conjunto del sector. Ello redundará además en la mejora de nuestro posicionamiento competitivo y de la calidad y estabilidad en el empleo**
 - a) Un programa específico y decidido que apueste de una vez por todas de reconvertir algunos destinos turísticos pioneros. Requiere de fuertes inversiones públicas de diversos Ministerios y estímulos para complementarse con inversión privada.
 - b) Inversiones para asegurar la intermodalidad real entre medios de transporte en lugares clave. (Ej. AVE-Avión en Barajas).
 - c) Restituir como mínimo a valores de 2011 el exiguo presupuesto de la Sª de Estado de Turismo y promoción de TURESPAÑA.
 - d) En otro orden más tecnológico, dotar de más recursos a SEGITTUR para promover la digitalización de empresas y destinos.

- 4. Impulsen nuevas Políticas de Vivienda que faciliten la mejor convivencia del Turismo y los residentes en lugares donde coinciden**
 - a) Concretar con los apoyos parlamentarios precisos las reformas urgentes de la LAU y la Ley de Propiedad Horizontal para minimizar las externalidades para la ciudadanía de la eclosión descontrolada de las Viviendas de Uso Turístico (VUT).
 - b) Asegurar el cumplimiento de esas leyes y las de carácter fiscal, seguridad nacional, así como las normativas autonómicas que apliquen a las VUT, mediante la rigurosa aplicación por el Gobierno de la Ley de Servicios de la Sociedad de la información, obligando a una corresponsabilidad de las plataformas en asegurar el cumplimiento de las mismas.

- 5. Den un nuevo impulso a la nueva gobernanza Publico-privada cada día más imprescindible para asumir los retos y compromisos conjuntos que se requieren. (Reorganización/especialización de TURESPAÑA, órganos mixtos de consulta: CONESTUR...etc)**



PERSPECTIVAS TURISTICAS

Anexo estadístico.
Resultados detallados por
subsectores.

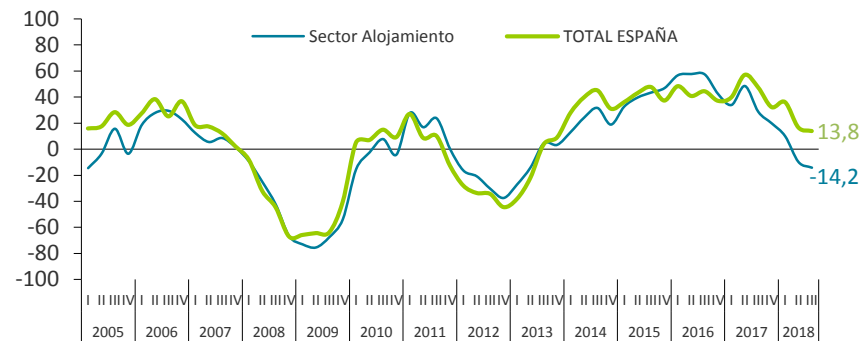
1. Sector alojamiento hotelero

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

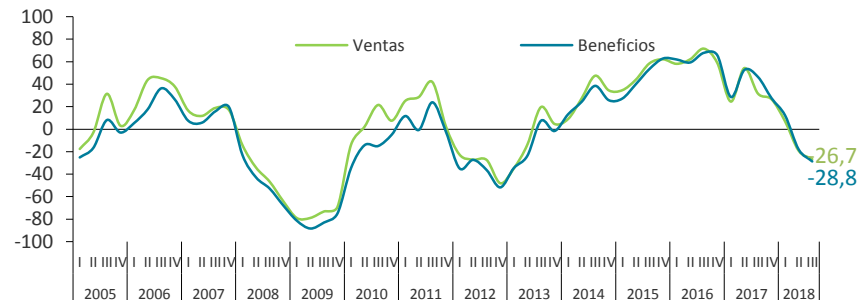
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*). Total España. Alojamiento hotelero

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



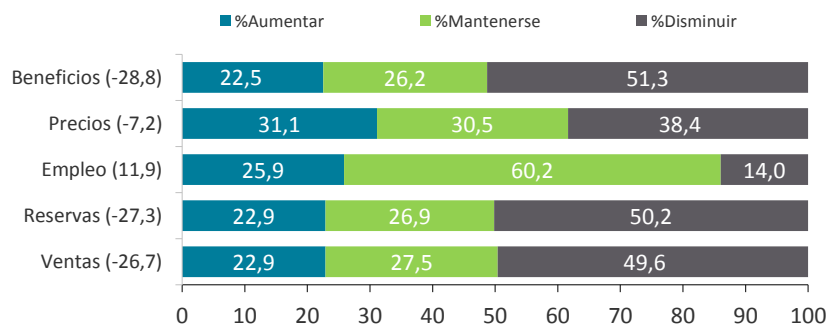
(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial de los HOTELES españoles

TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

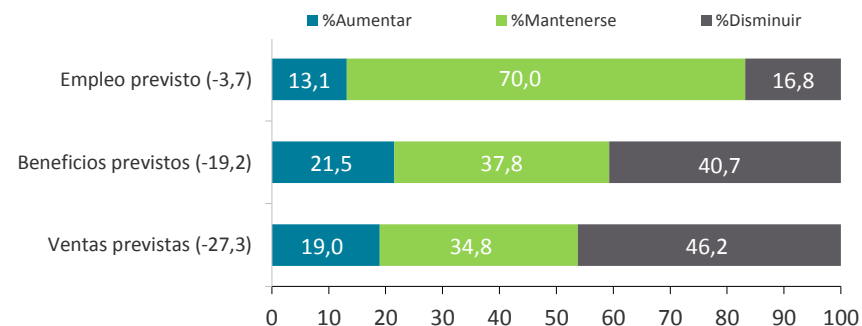


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial de los HOTELES españoles.

Expectativas para el CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

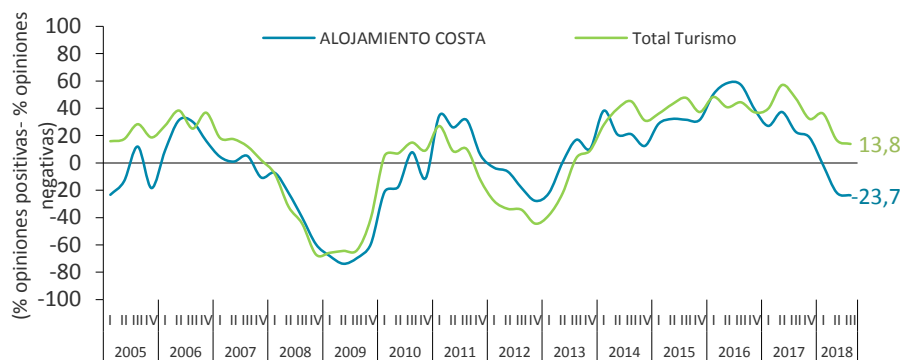
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

1.a. Hoteles costa

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

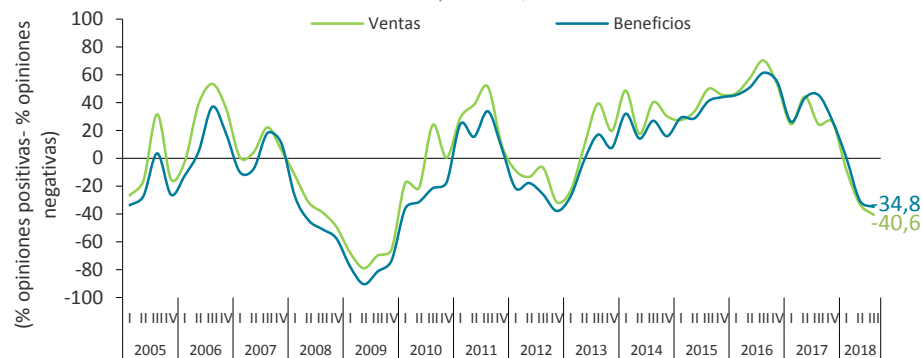
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

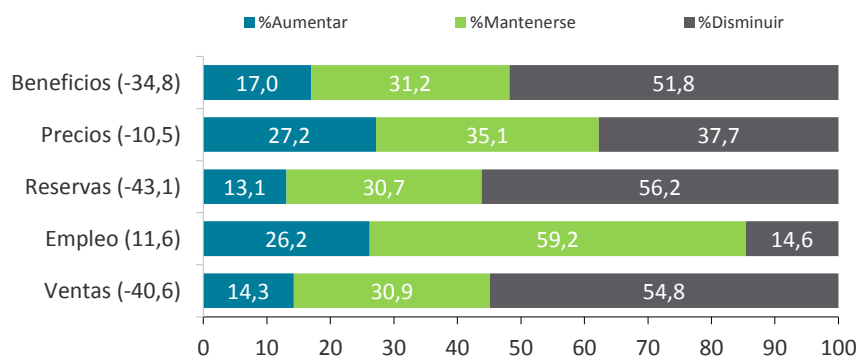


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles TERCER trimestre de 2018

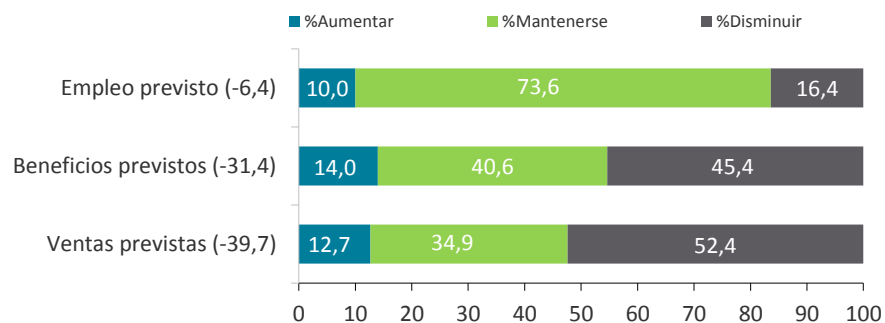
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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 CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

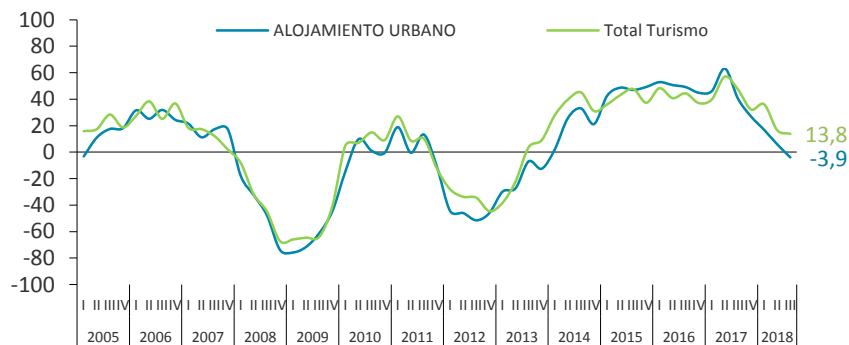
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

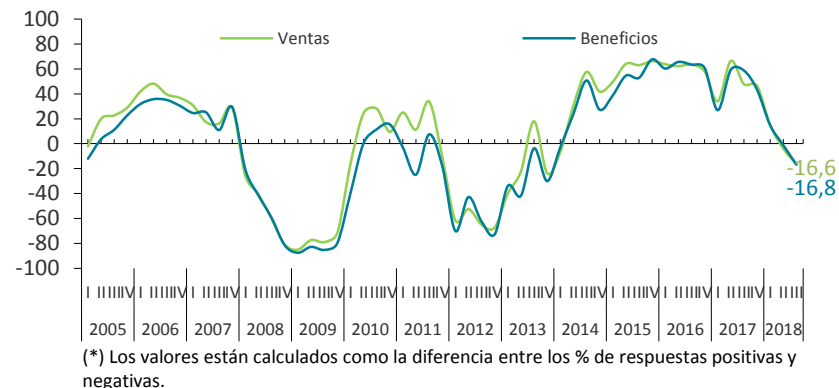
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento urbano

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



Opinión empresarial (*) Alojamiento hotelero. Hoteles Urbanos.

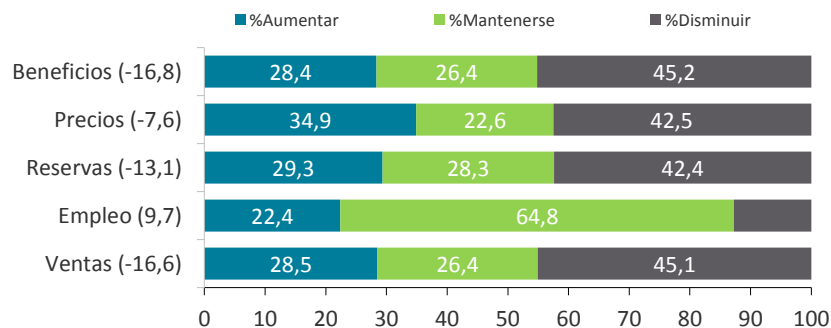
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR
 (% opiniones positivas- % opiniones negativas)



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

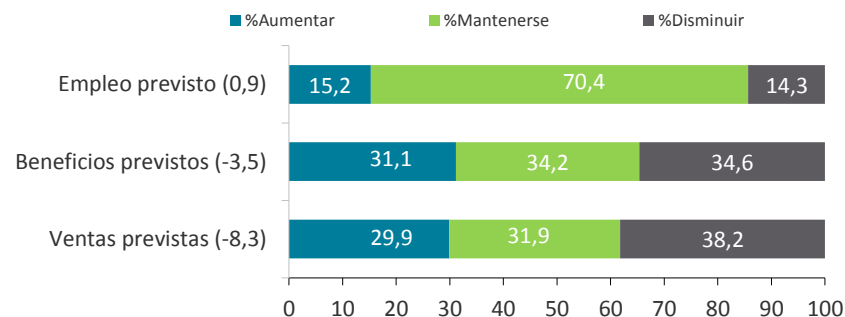
Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles TERCER trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turística 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.

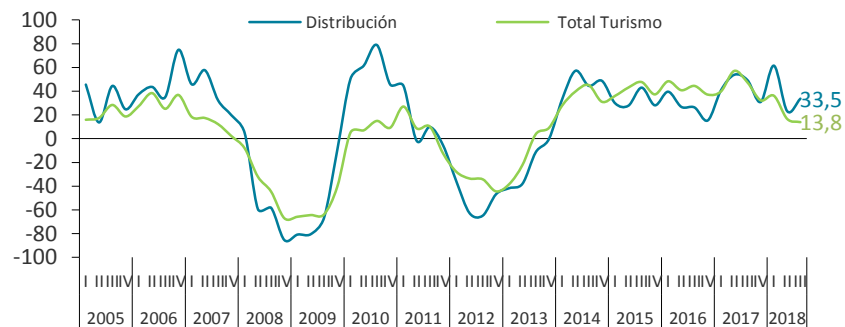
2. Grandes grupos de Agencias de viajes y Touroperadores

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

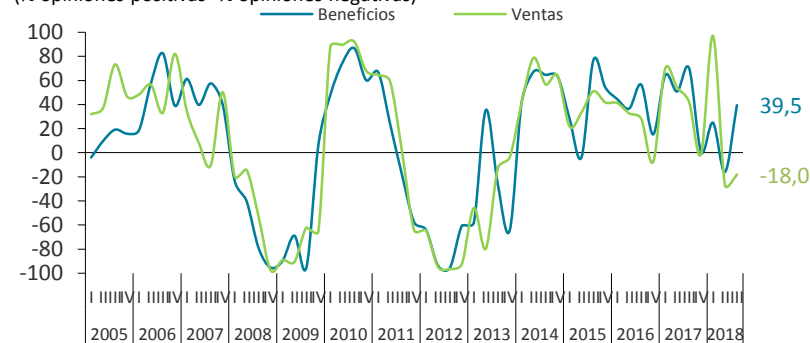
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial (*) AA.VV y Touroperadores españoles

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

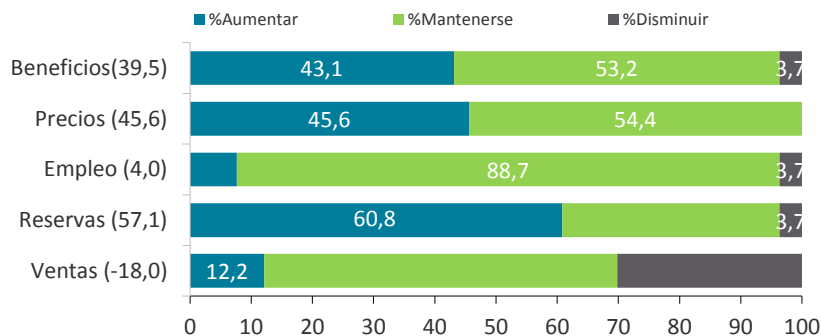


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial (*) de las AA.VV. y Touroperadores españoles TERCER trimestre de 2018.

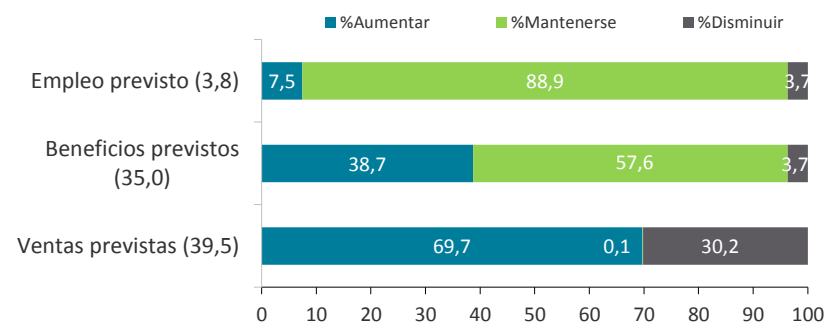
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

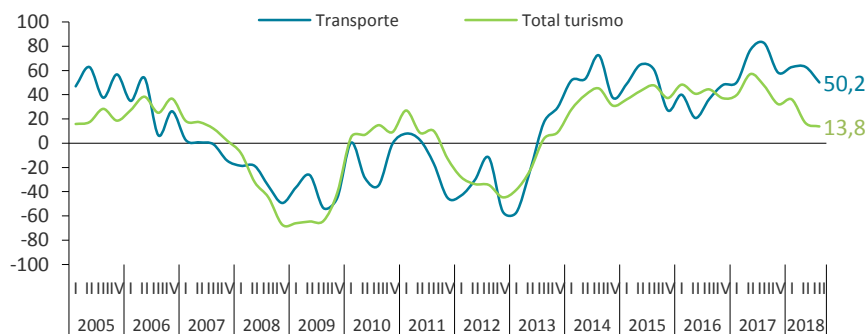
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

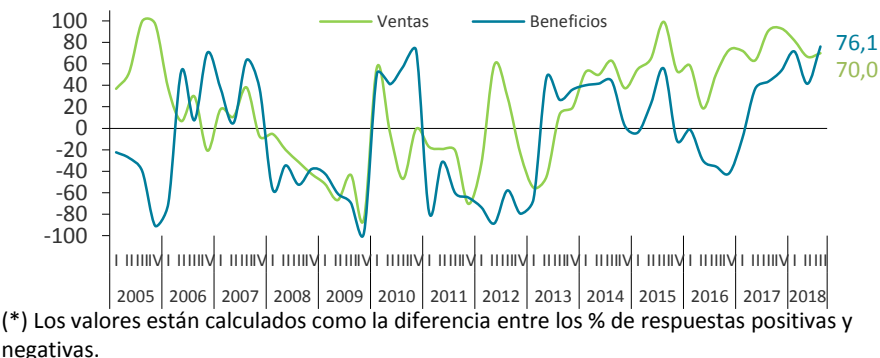
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas españolas de transporte

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



Opinión empresarial (*) Empresas españolas de transporte

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

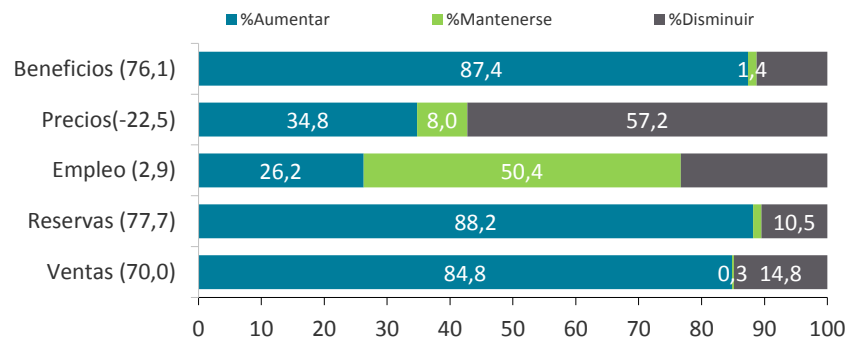


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE TERCER trimestre de 2018

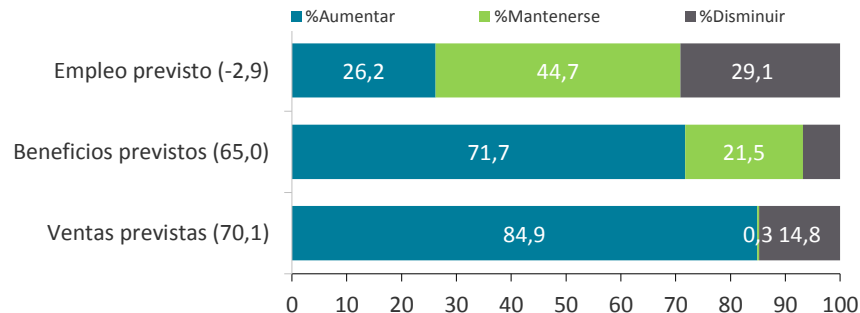
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

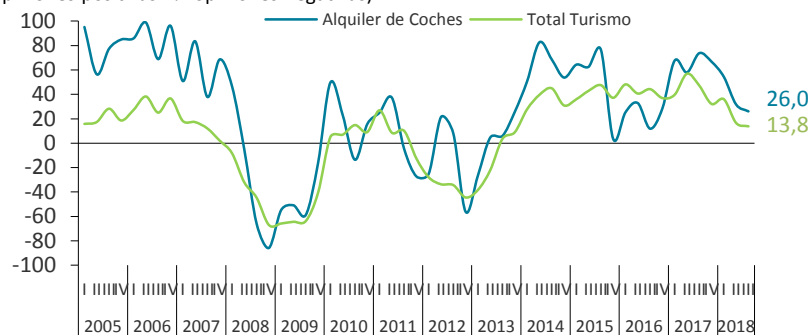
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

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

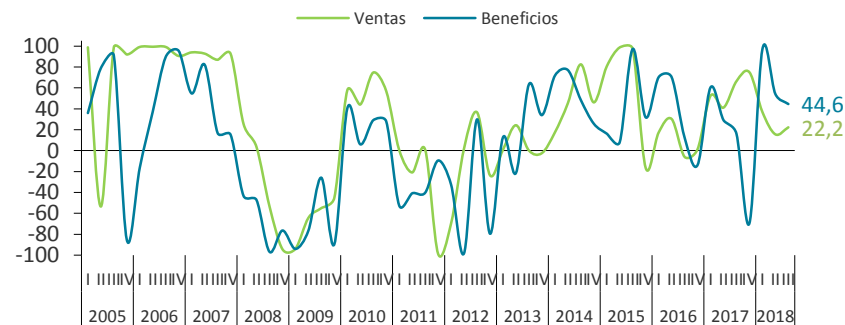
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas de alquiler de coches.

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)

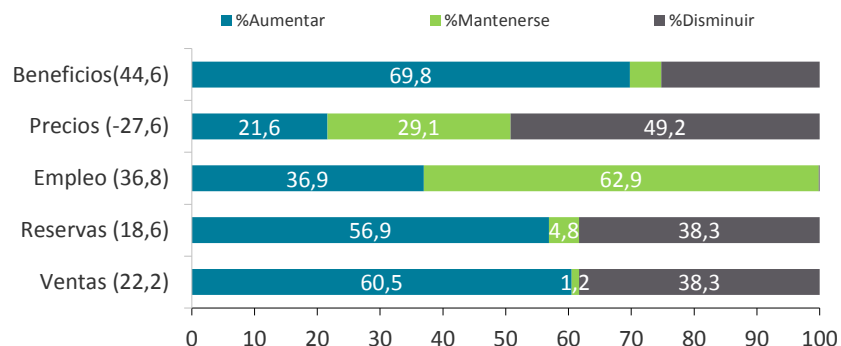


(*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches TERCER Trimestre de 2018

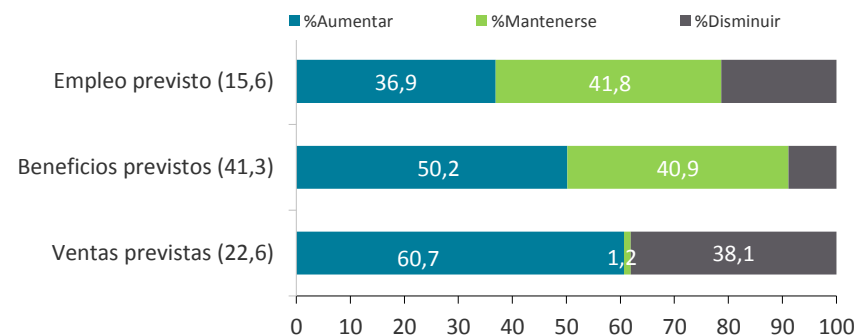
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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 CUARTO Trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

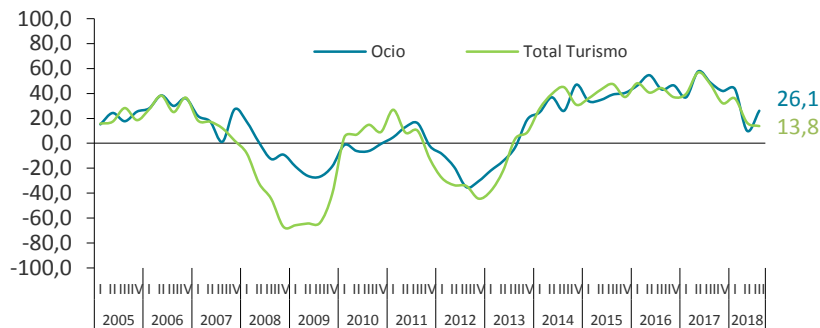
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

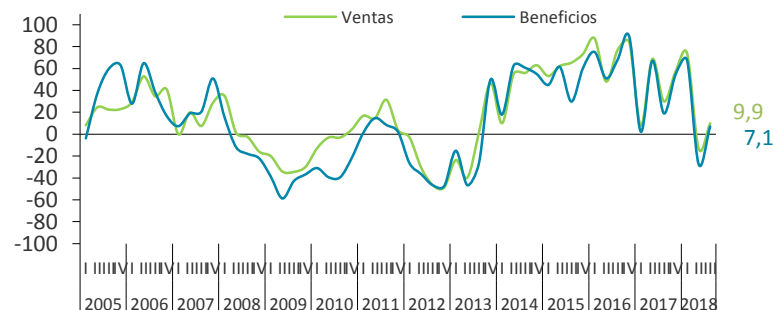
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

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



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

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

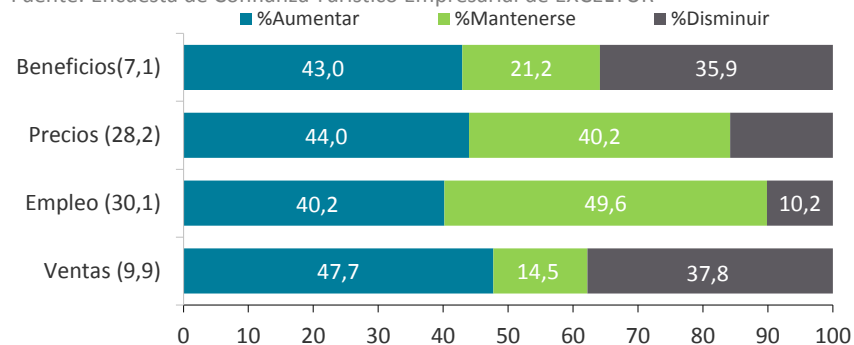


(*). Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO TERCER trimestre de 2018

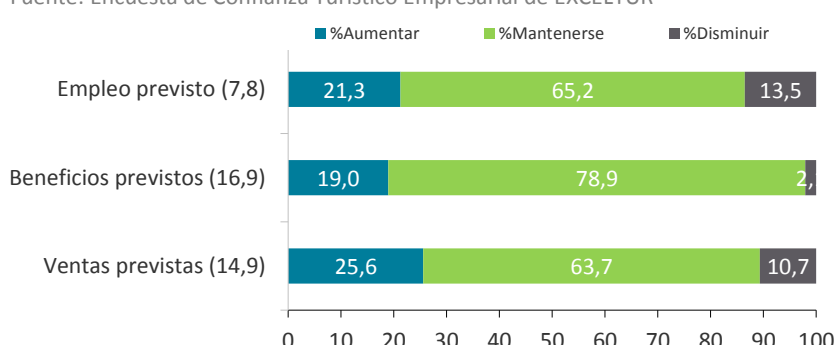
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



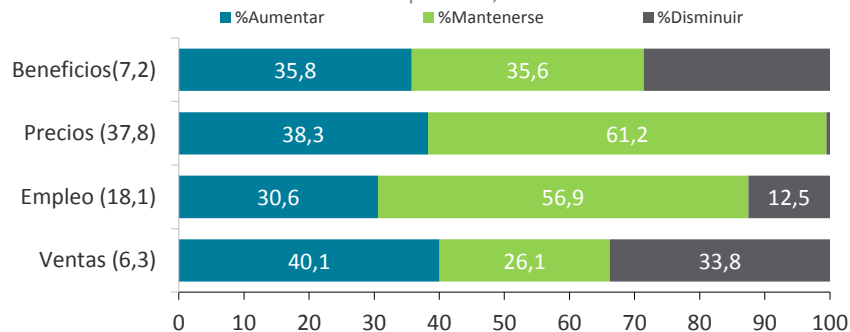
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*). 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. TERCER trimestre de 2018.

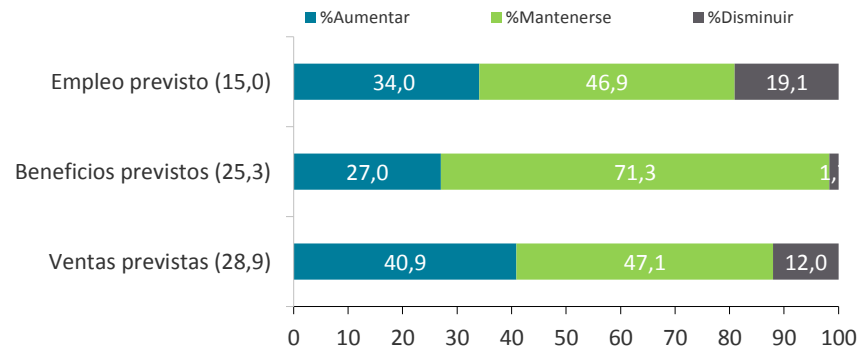
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

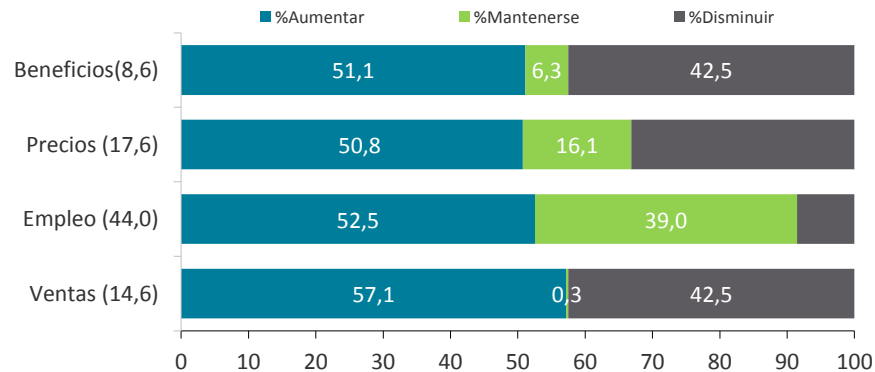


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.b. Parques de ocio

Opiniones empresariales de los Parques de ocio. TERCER trimestre de 2018.

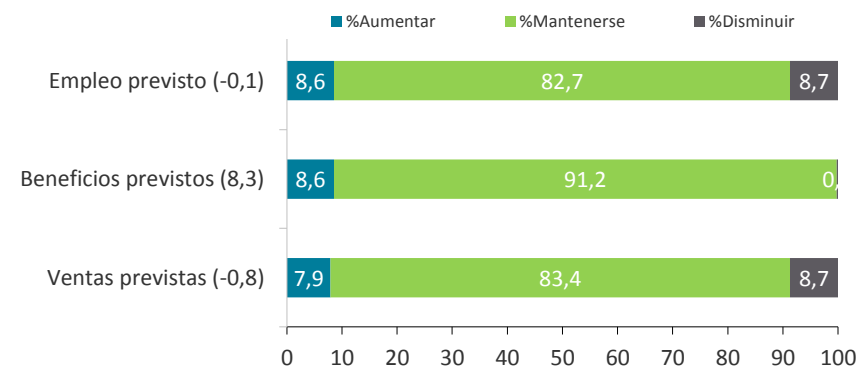
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

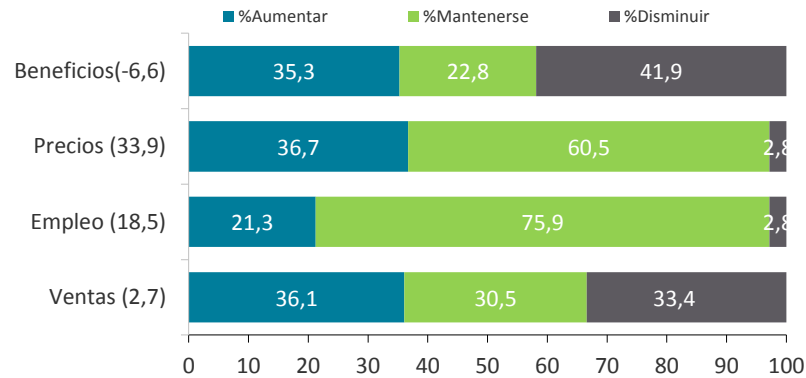


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

4.c. Campos de golf

Opiniones empresariales de los Campos de golf. TERCER trimestre de 2018.

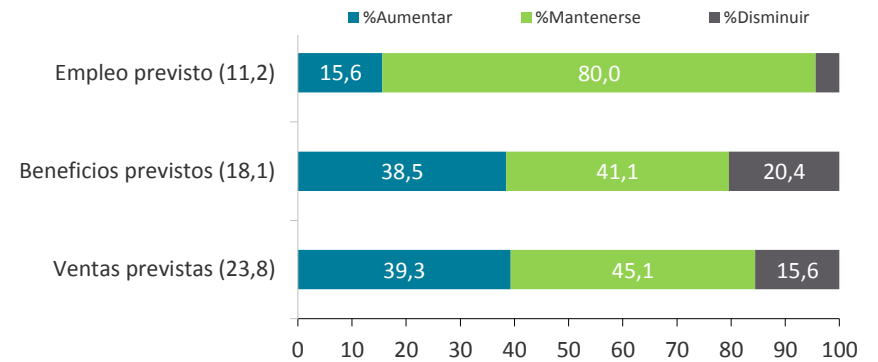
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de los Campos de golf. Expectativas empresariales para el CUARTO 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

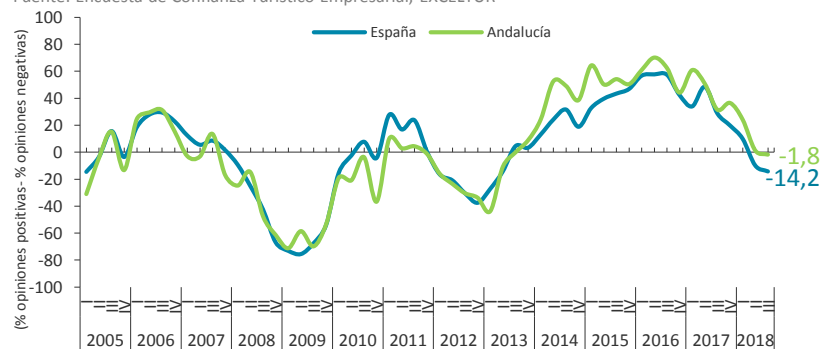
Anexo estadístico.
Resultados detallados por
comunidad autónoma.

1. Andalucía

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

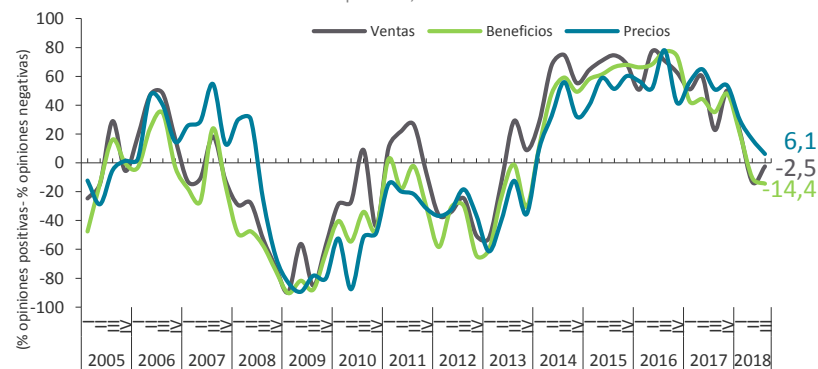
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).
 Andalucía.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento hotelero.

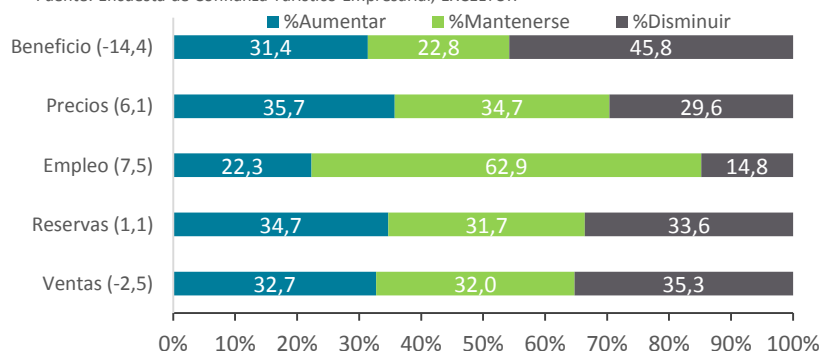
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Andalucía (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**

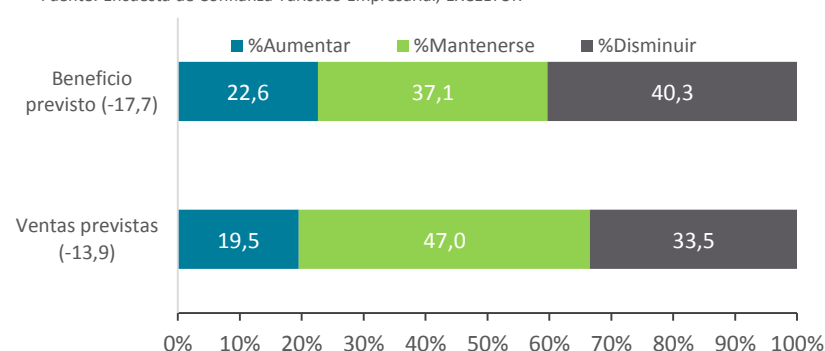
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

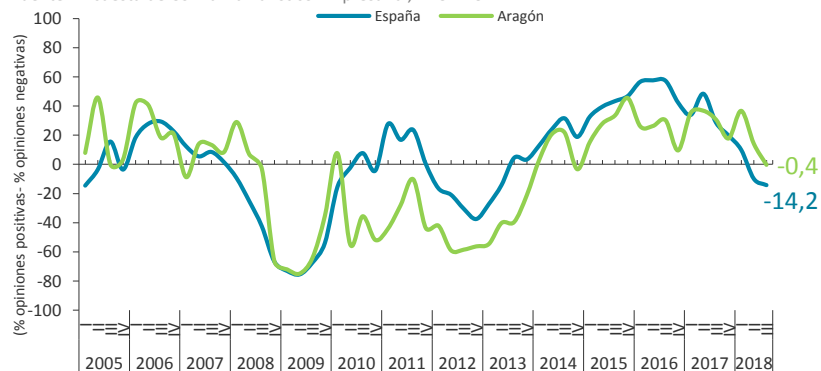
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

2. Aragón

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

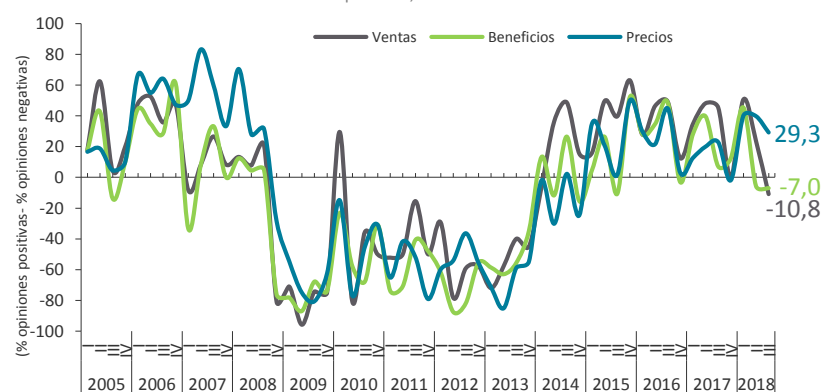
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento hotelero.

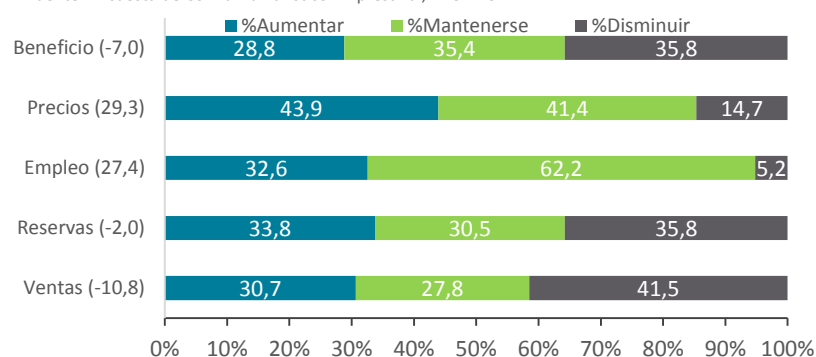
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018

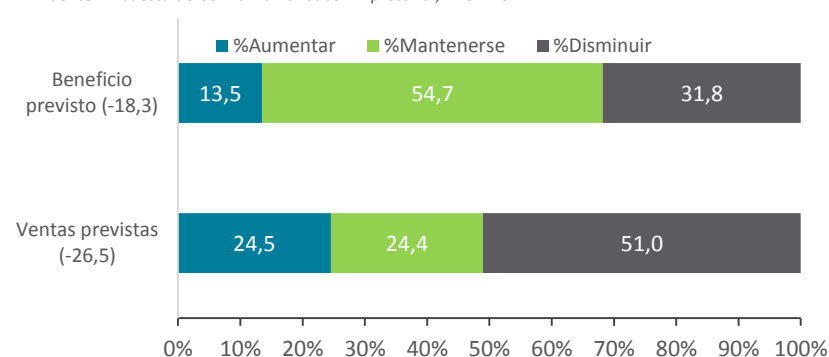
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Aragón (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

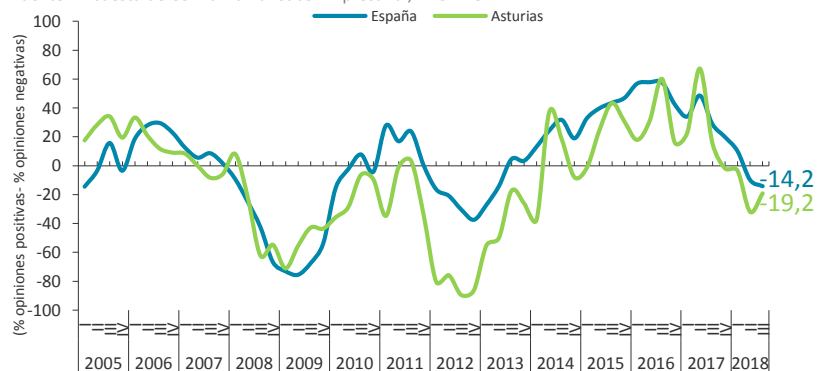
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

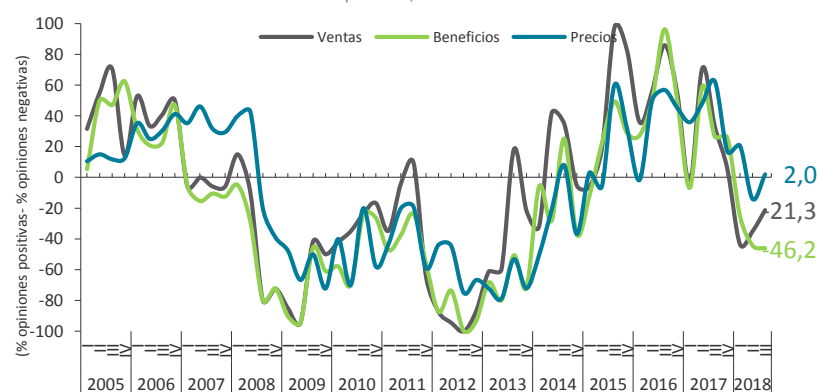
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Asturias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento hotelero.

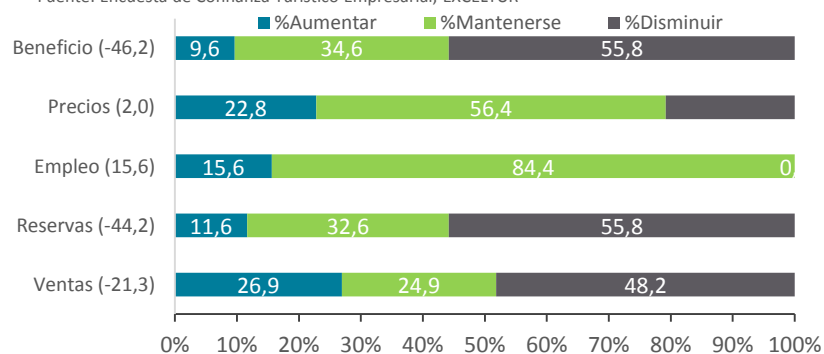
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018

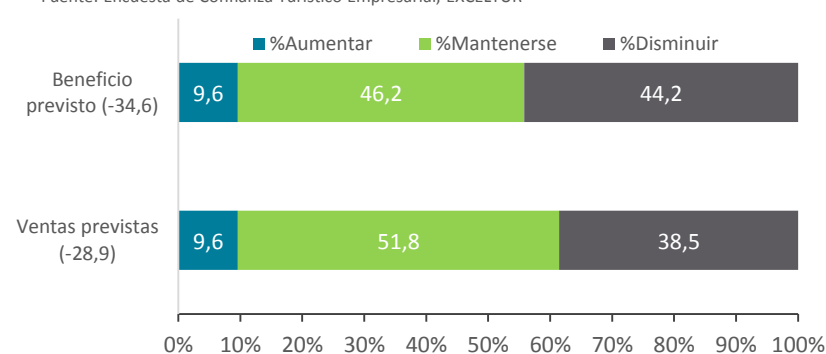
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Asturias (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

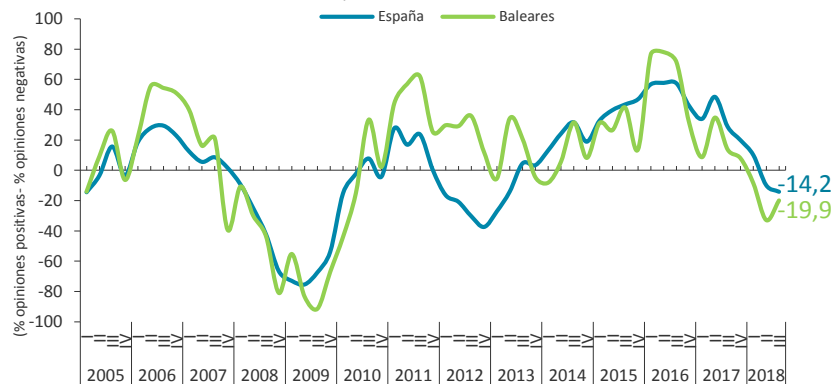
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

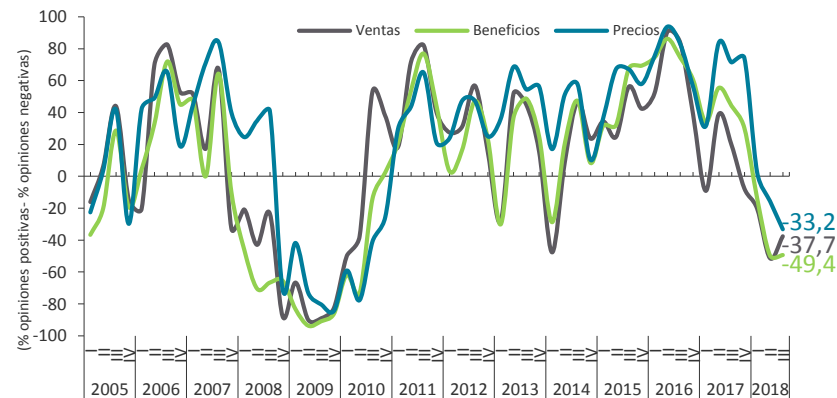
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).
 Baleares.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento hotelero.

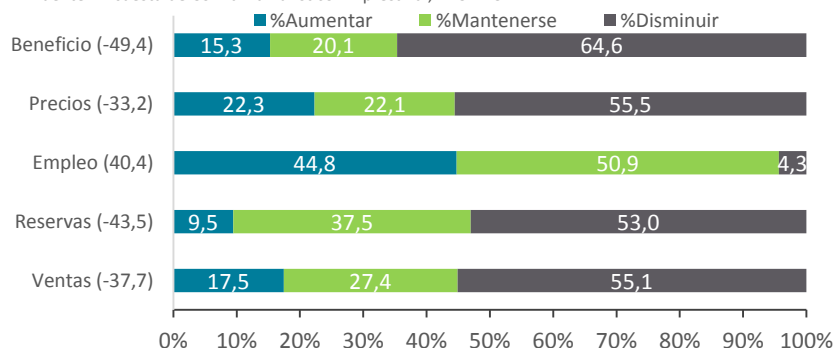
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Baleares (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**

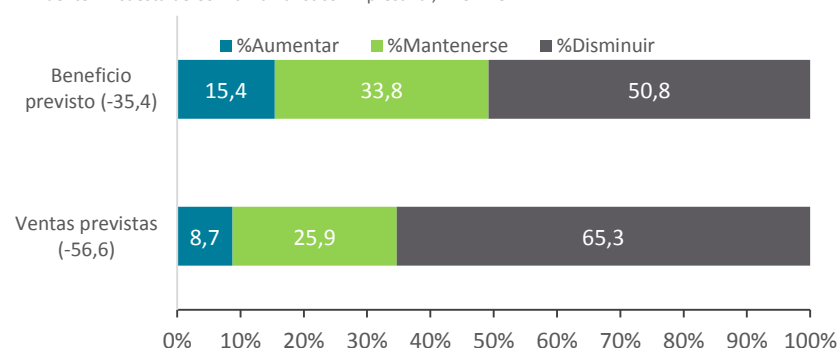
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

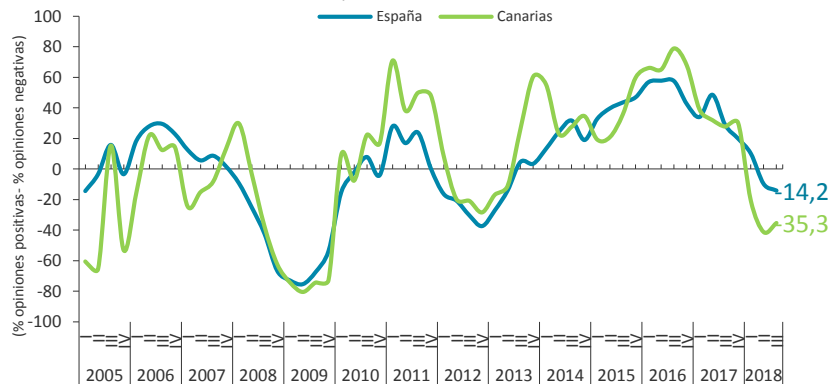
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

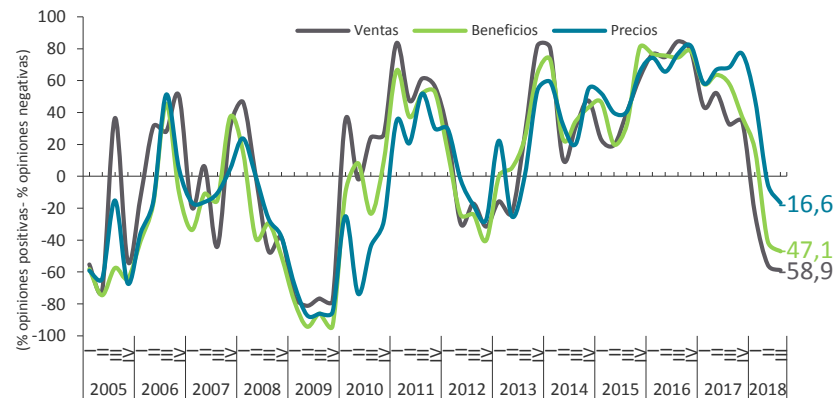
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Canarias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento hotelero.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

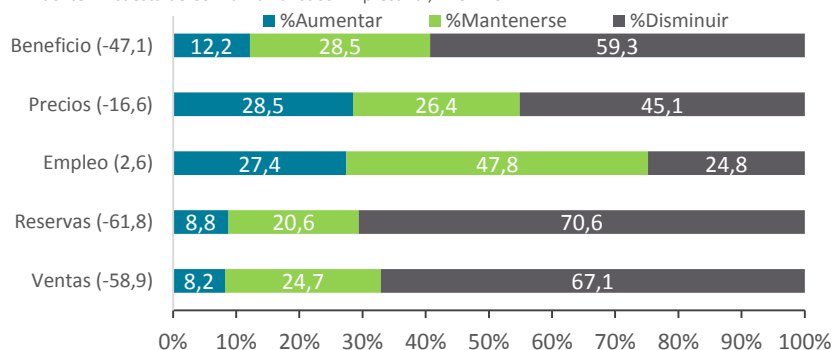


B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.

TERCER trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

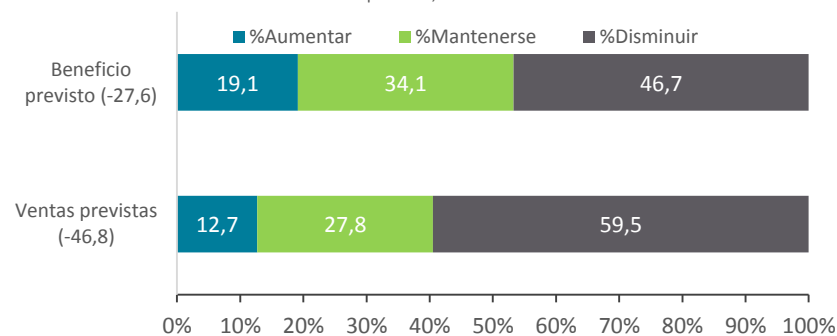


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

Opinión empresarial en Canarias (*). Alojamiento.

Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

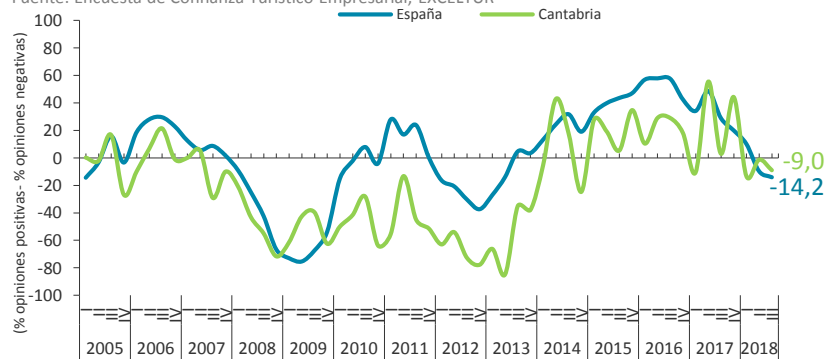
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

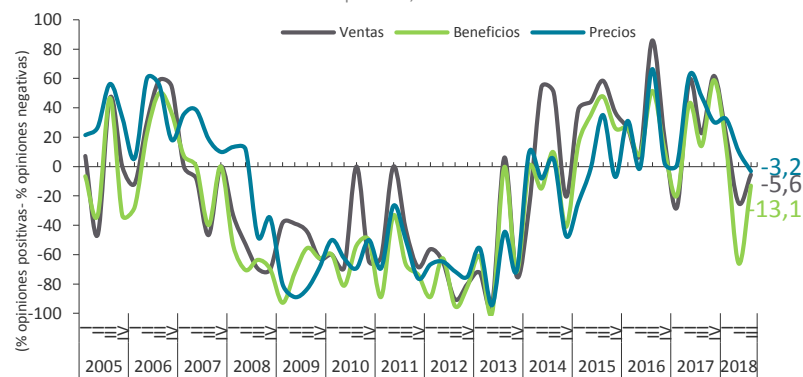
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cantabria(*). Alojamiento hotelero.

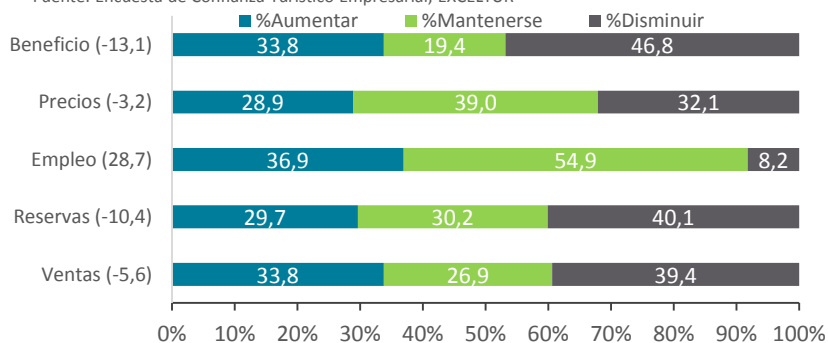
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Cantabria (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018

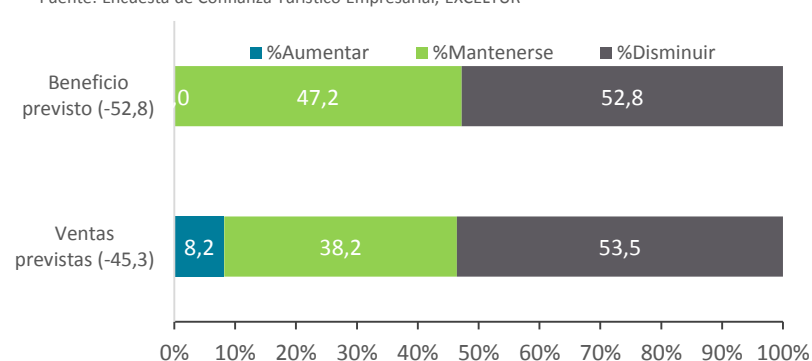
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



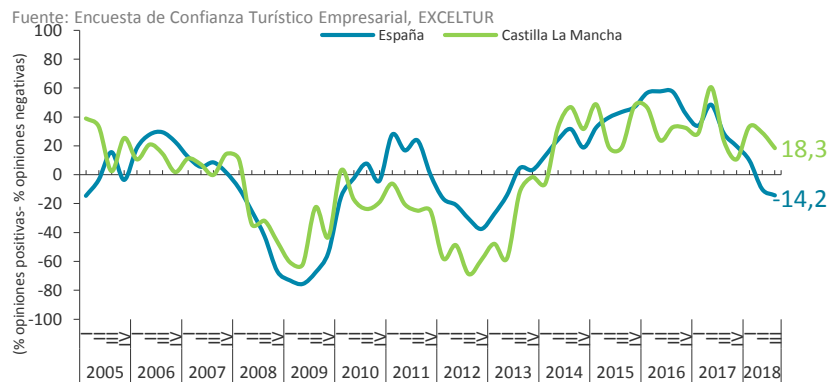
Los (I) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y

(*) 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.

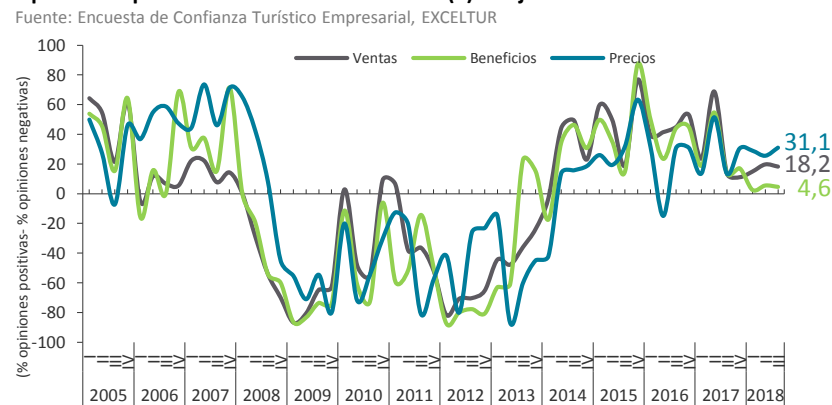
7. Castilla La Mancha

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.**

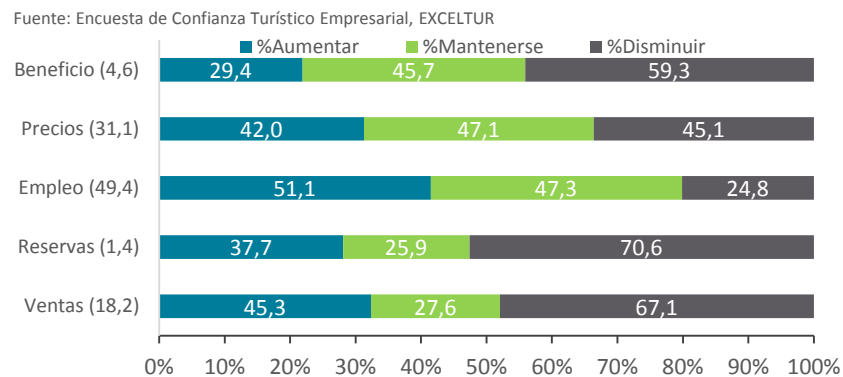


Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento hotelero.



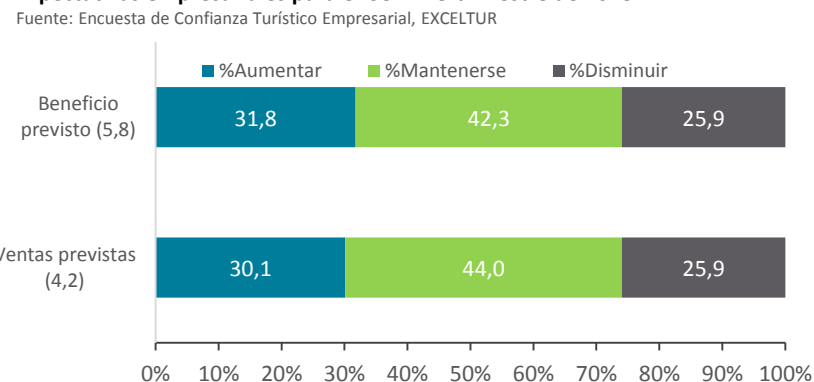
B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Castilla La Mancha (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**



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

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



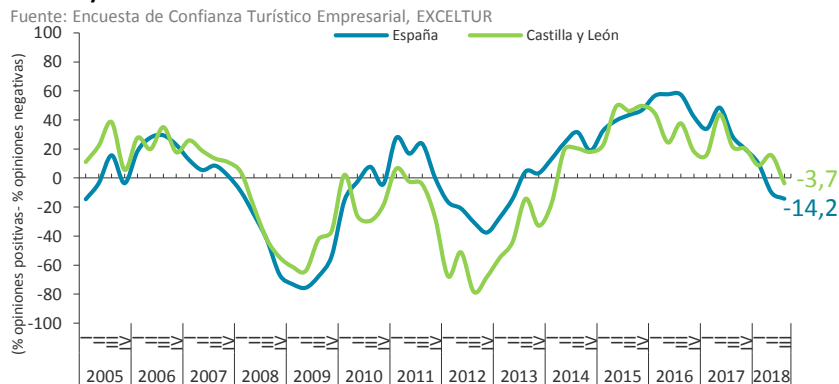
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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.

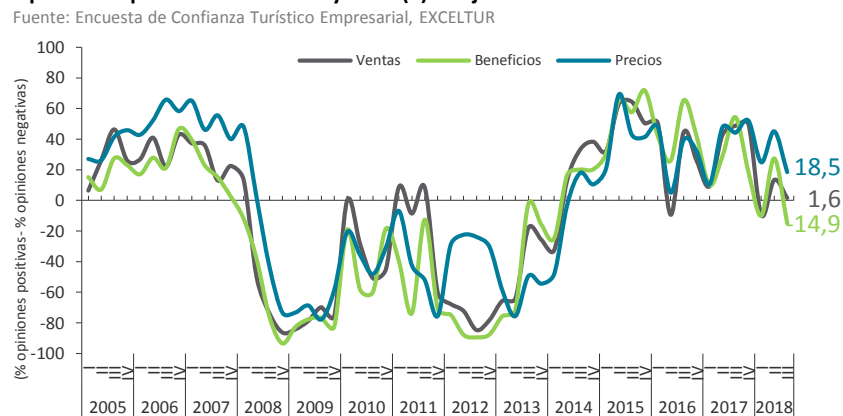
8. Castilla y León

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.**

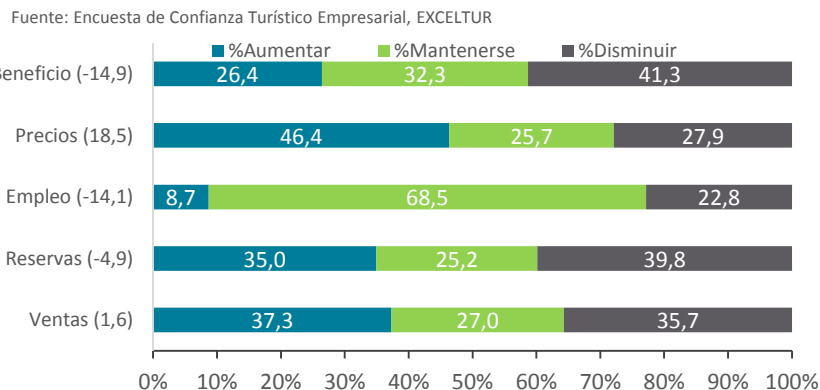


Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento hotelero.



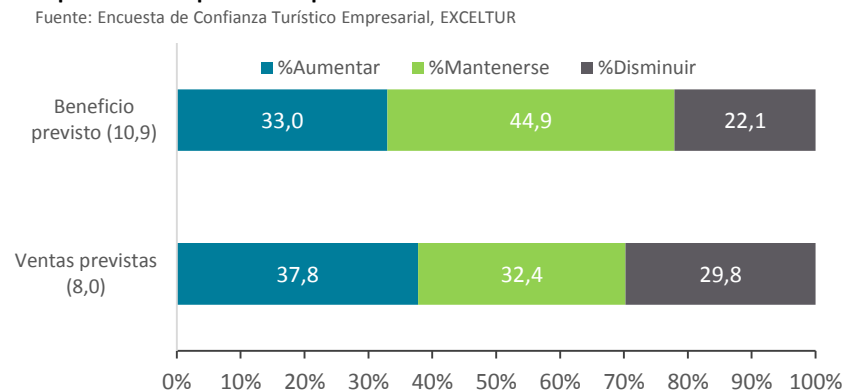
B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**



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

**Opinión empresarial en Castilla y León (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018**



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

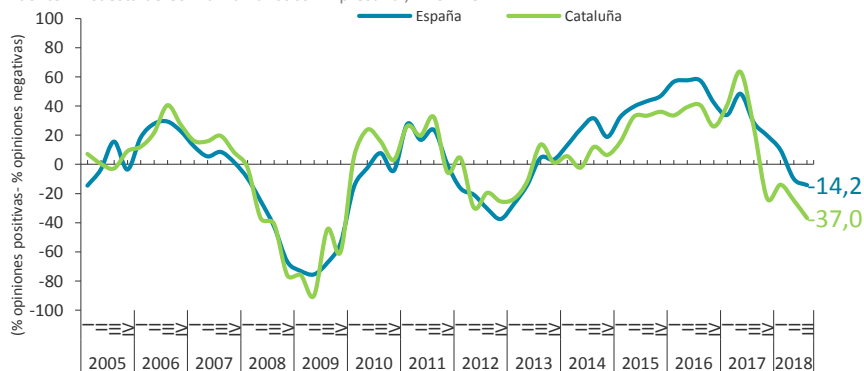
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

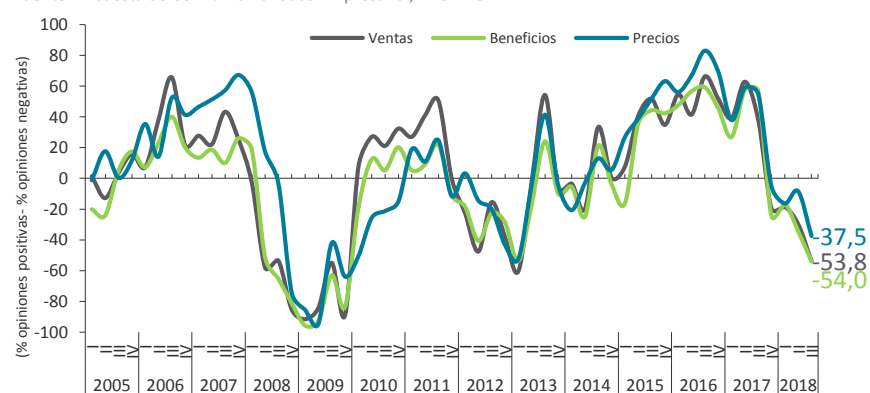
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).
 Cataluña.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento hotelero.

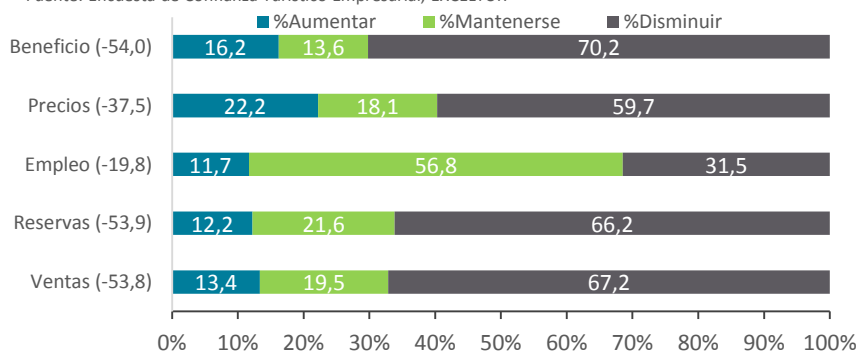
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**

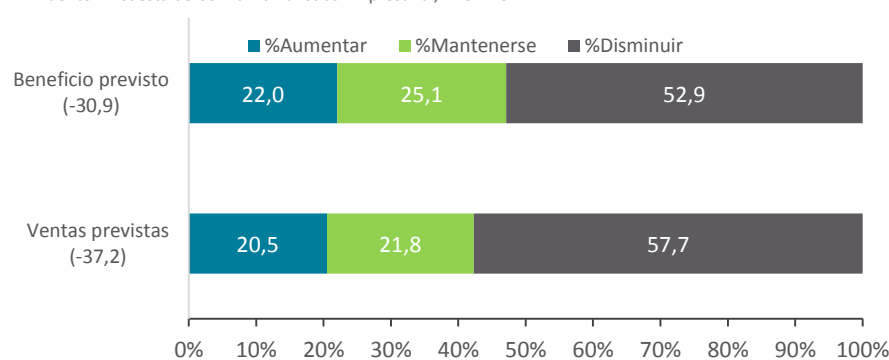
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Cataluña (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

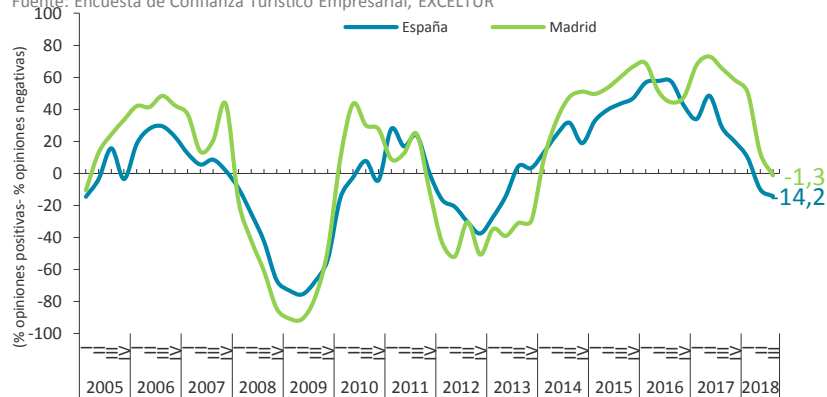
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

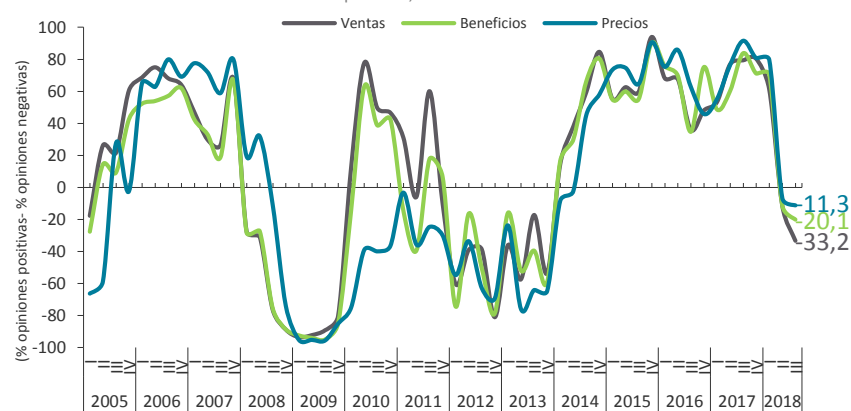
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).
 Comunidad de Madrid.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

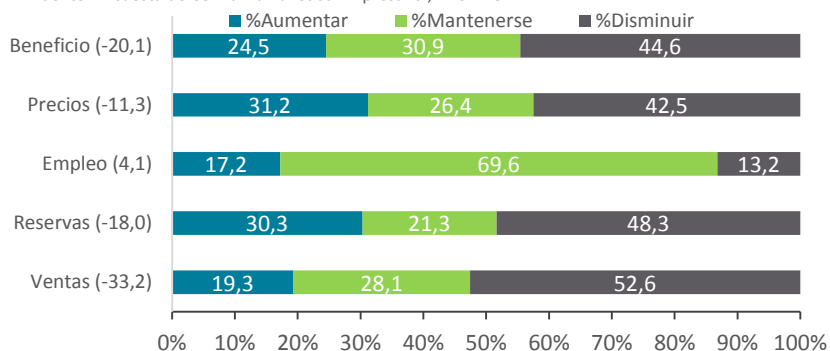
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

**Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento.
 TERCER trimestre 2018**

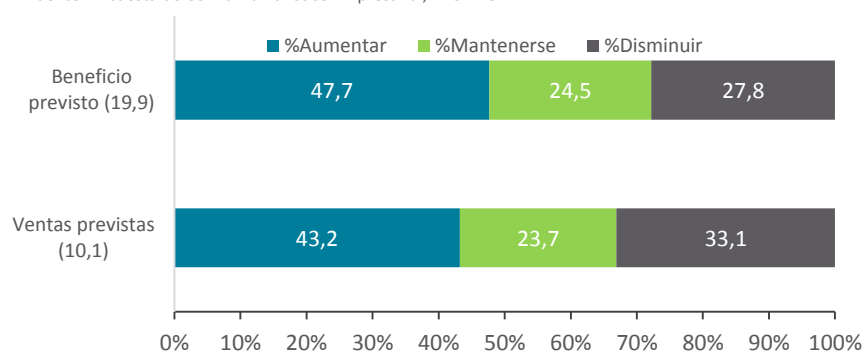
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Madrid (*). Alojamiento.
 Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

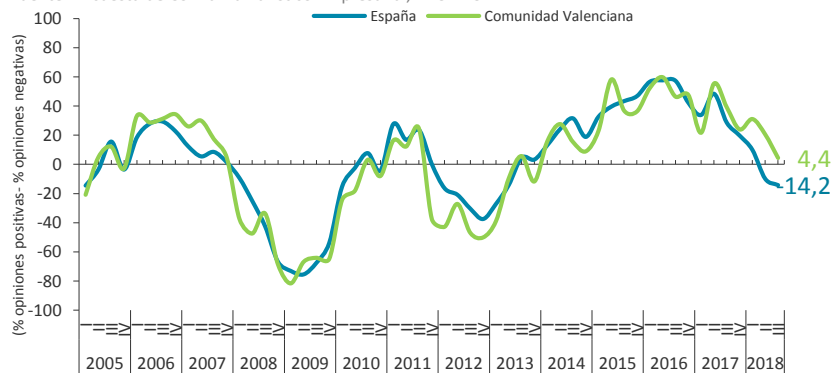
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

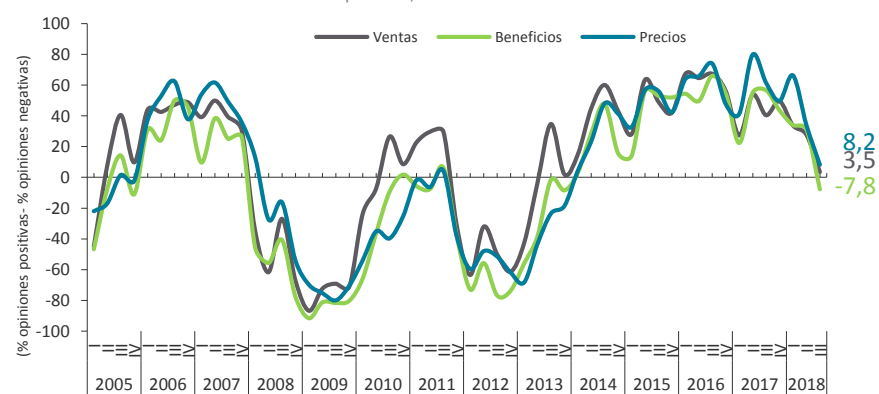
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR).
 Comunidad Valenciana.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

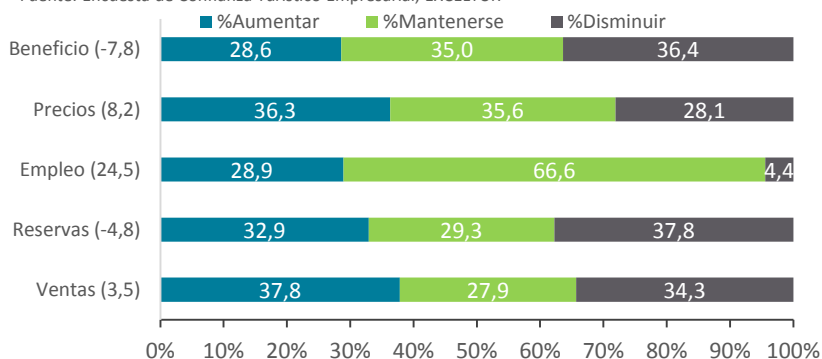
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

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

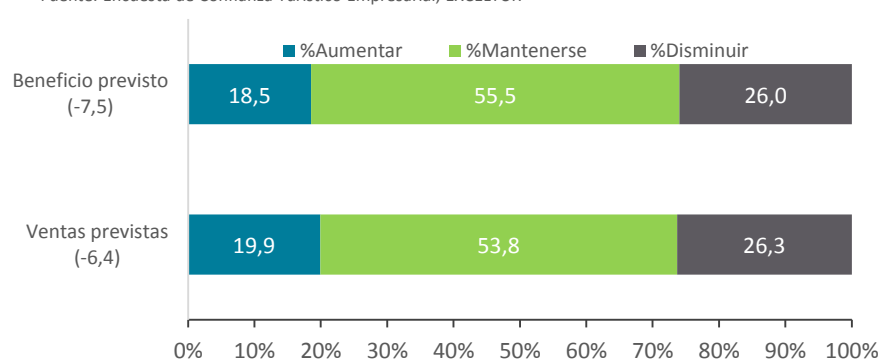
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

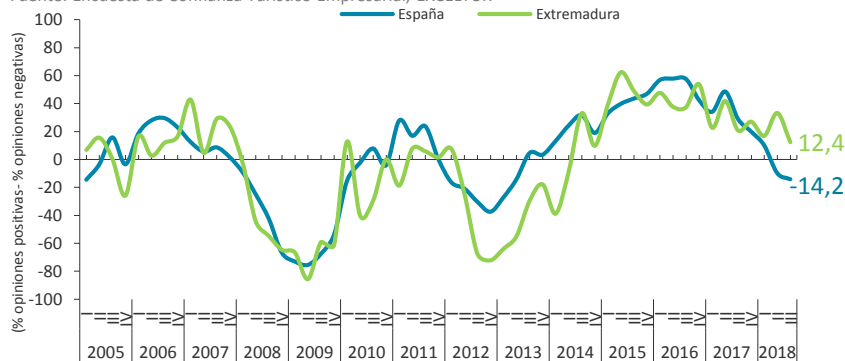
(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

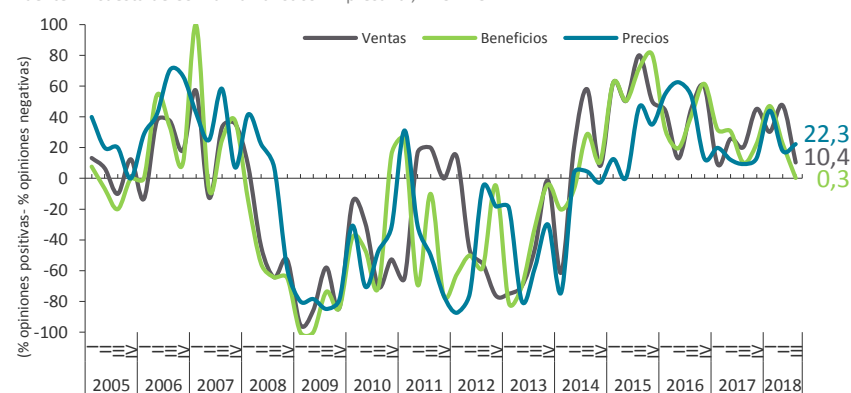
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento hotelero.

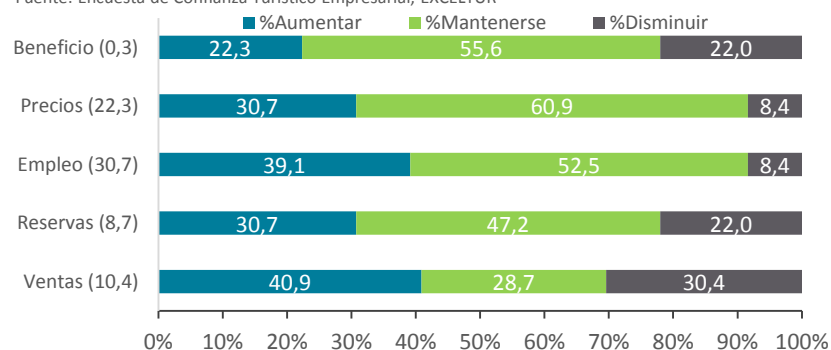
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018

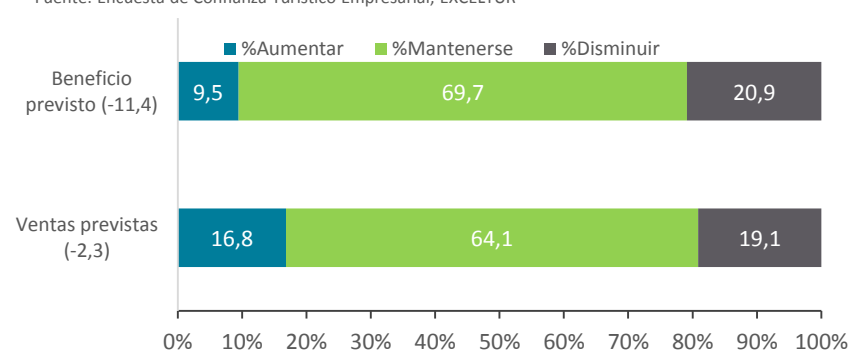
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Extremadura (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



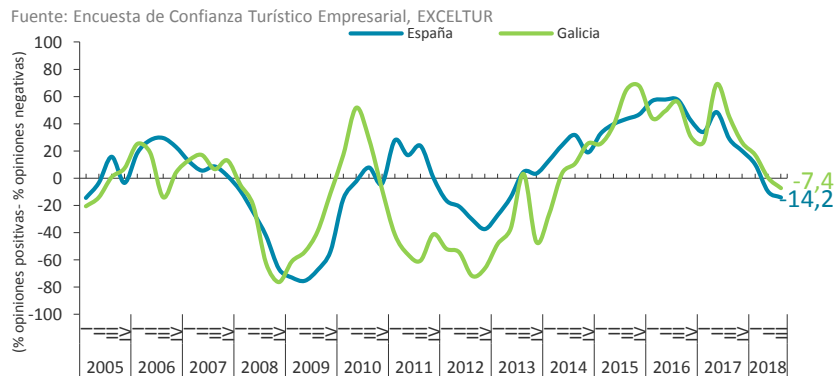
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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.

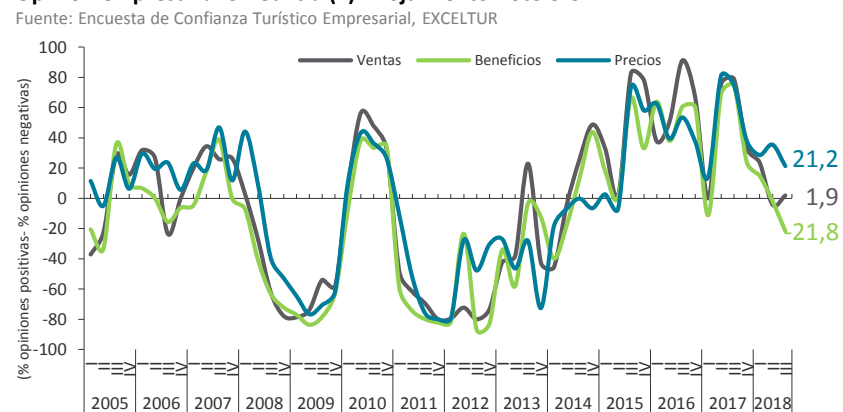
13. Galicia

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

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

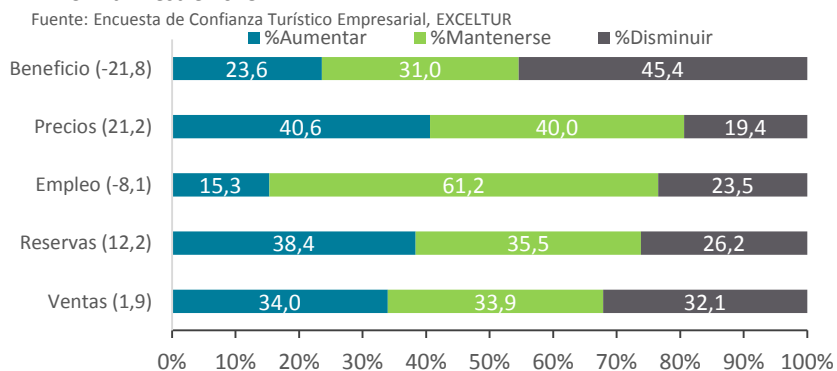


Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento hotelero.



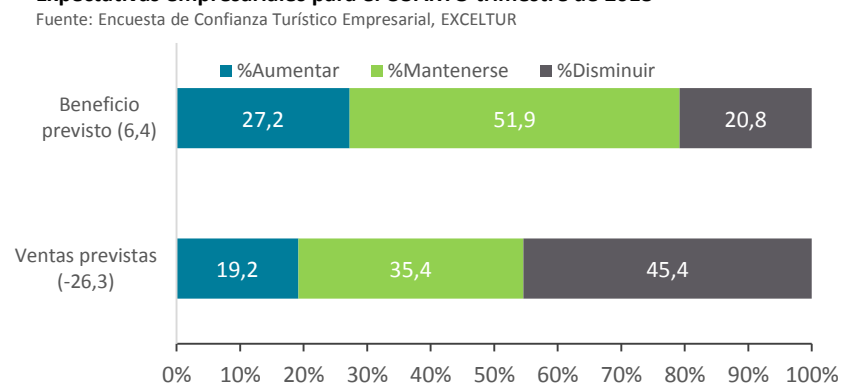
B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018



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

Opinión empresarial en Galicia (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018



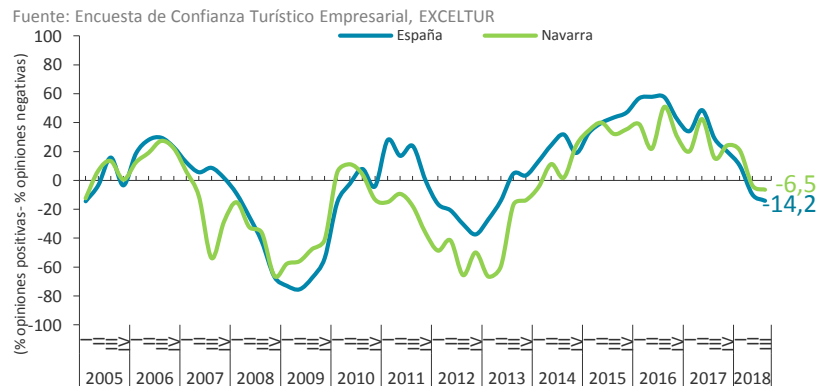
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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.

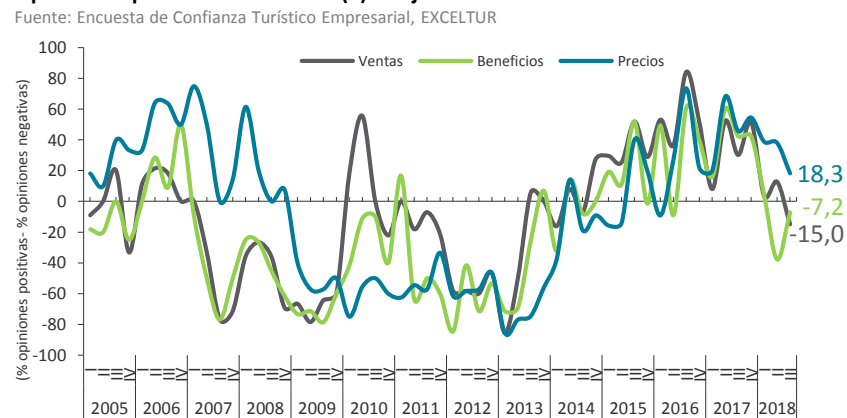
14. Navarra

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

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

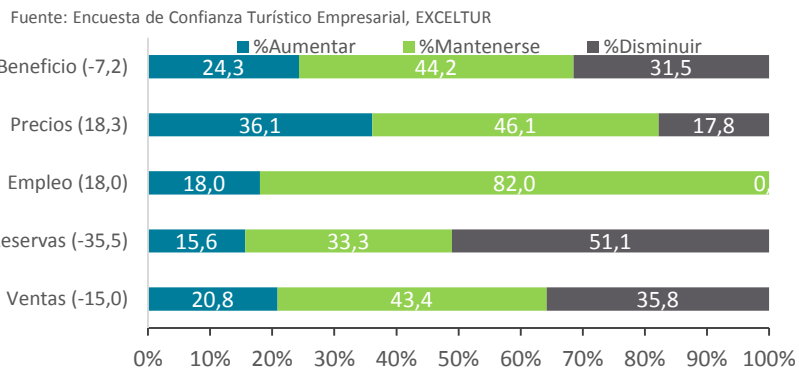


Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento hotelero.



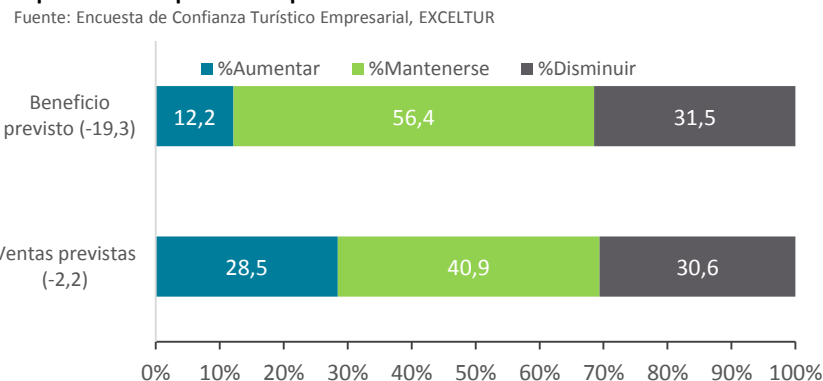
B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Navarra (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018



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

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



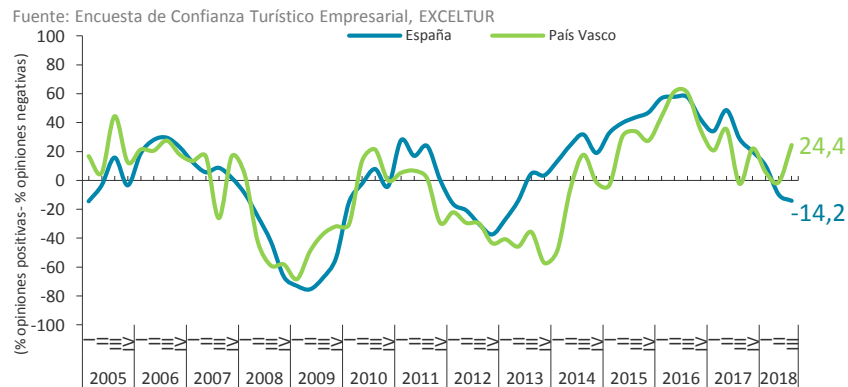
Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

(*) 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.

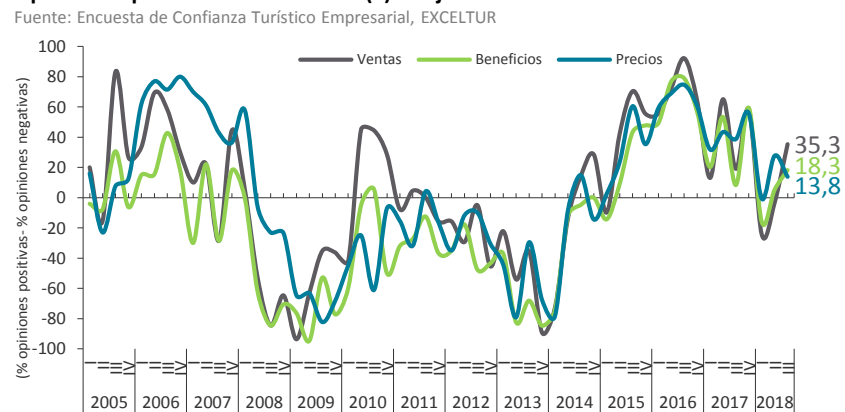
15. País Vasco

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.

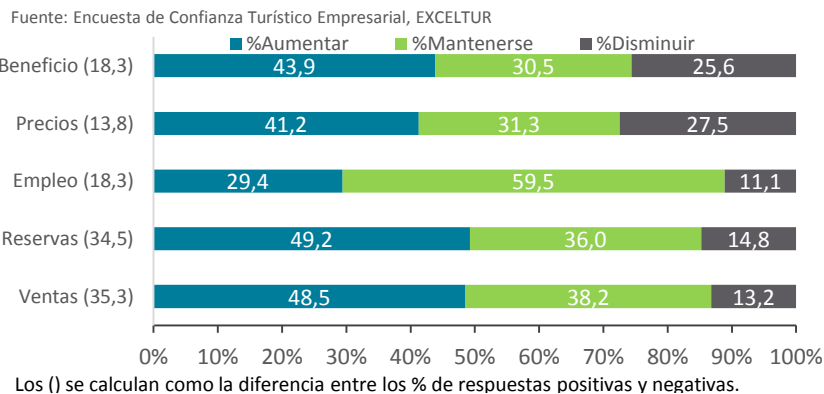


Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento hotelero.

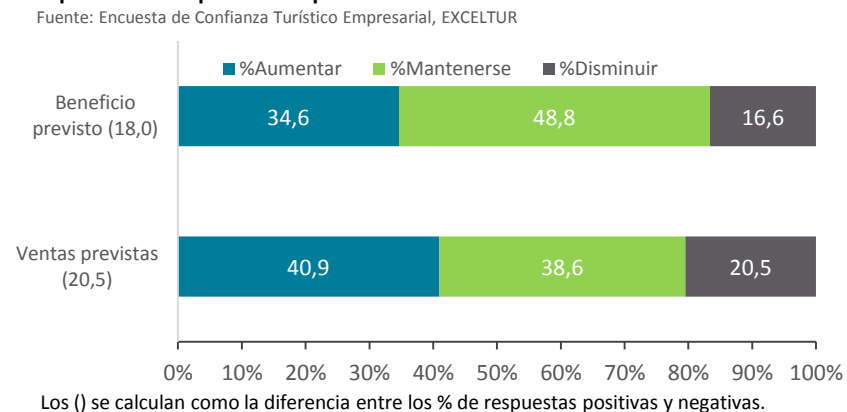


B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018



Opinión empresarial en País Vasco (*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el CUARTO trimestre de 2018

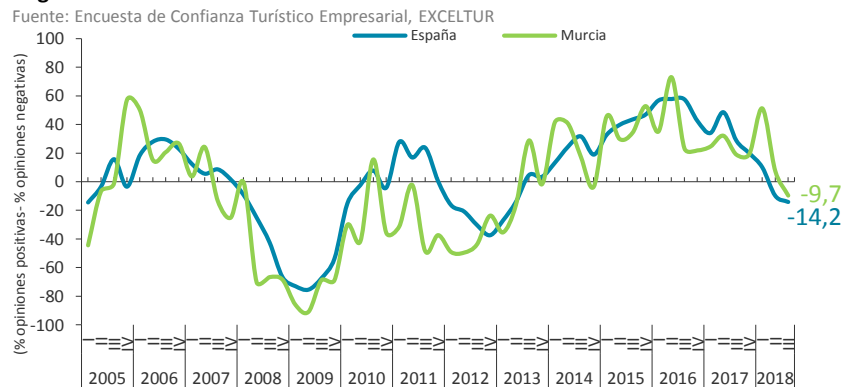


(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

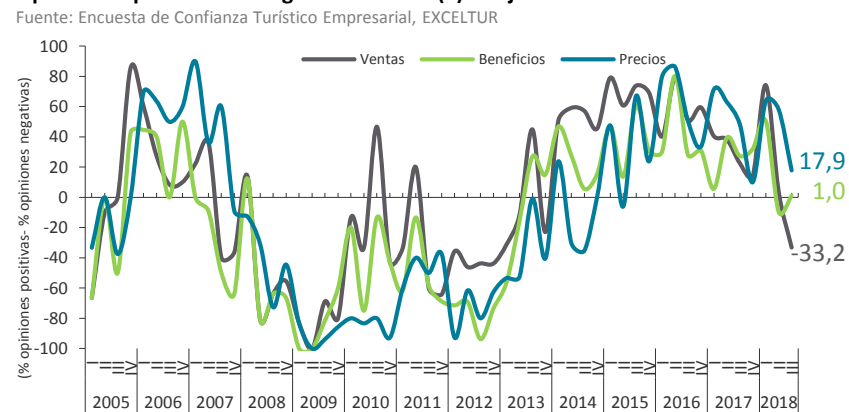
16. Murcia

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.

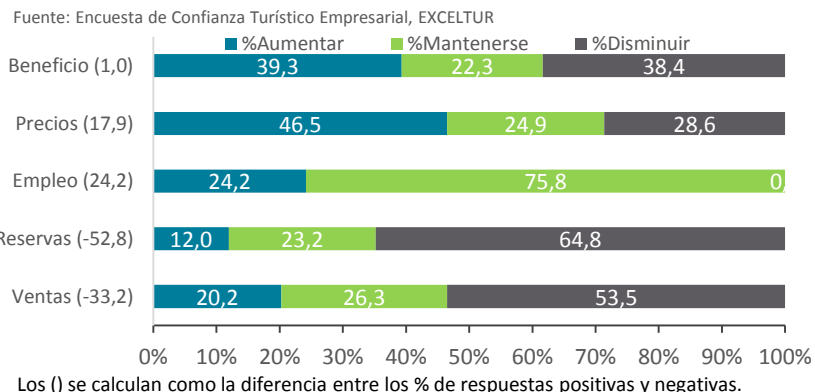


Opinión empresarial en Región de Murcia (*). Alojamiento hotelero.

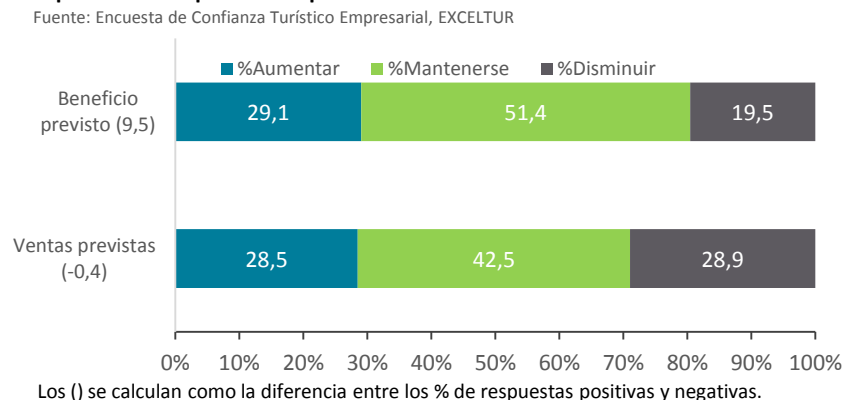


B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en Murcia (*). Alojamiento. TERCER trimestre 2018



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

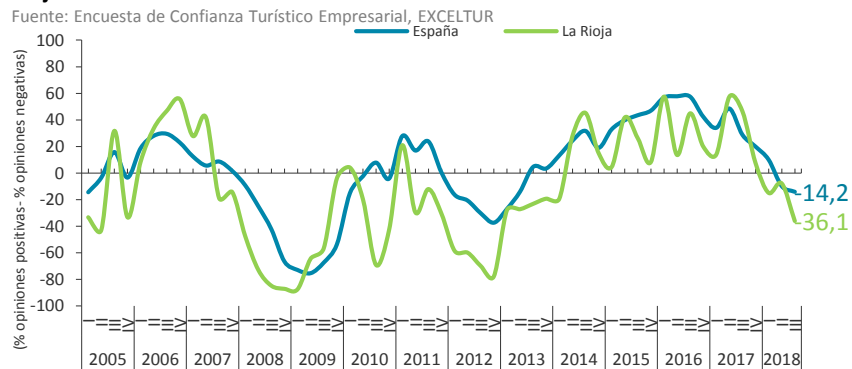


(*) El Índice de Confianza Turístico de EXCELTUR (ICTUR) agrega las opiniones sobre las tendencias de las reservas y el empleo en el trimestre de referencia y las ventas en el próximo trimestre en relación con los mismos períodos del año anterior. Al igual que los datos de las variables de la Encuesta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

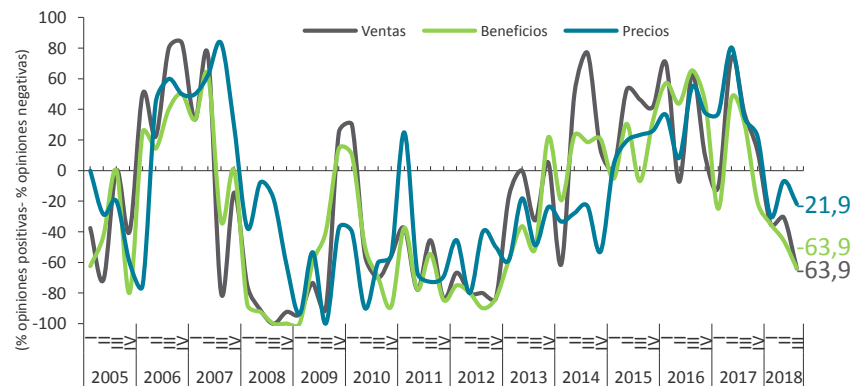
A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR*) y principales indicadores de negocio

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



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

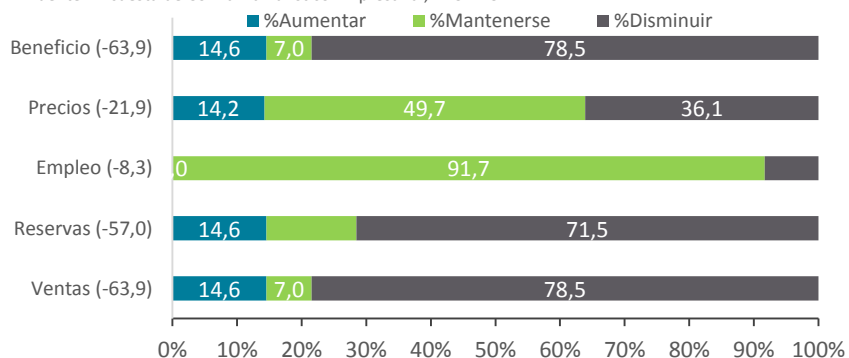
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



B. III Trimestre 2018 y previsiones para el IV Trimestre de 2018

Opinión empresarial en La Rioja (*). Alojamiento. SEGUNDO trimestre 2018

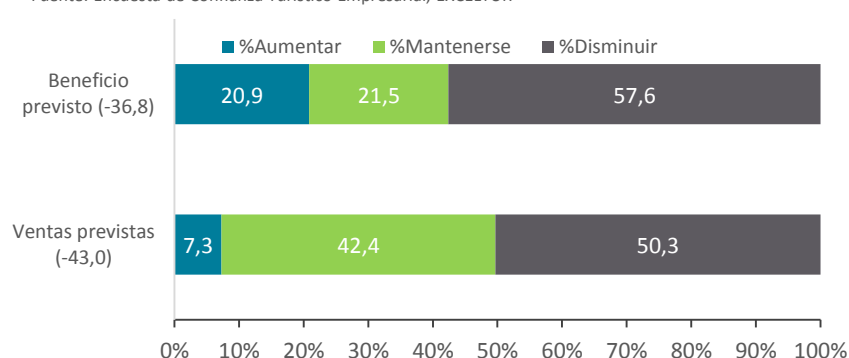
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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 66

OCTUBRE 2018

VALORACIÓN EMPRESARIAL DEL
VERANO Y EXPECTATIVAS PARA EL
CUARTO TRIMESTRE Y CIERRE DE
2018