



---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

**Nº 71**

ENERO 2020

---

VALORACIÓN TURÍSTICA  
EMPRESARIAL DE 2019  
Y PERSPECTIVAS PARA 2020



---

PERSPECTIVAS  
TURÍSTICAS

---

BALANCE EMPRESARIAL DEL  
AÑO 2019

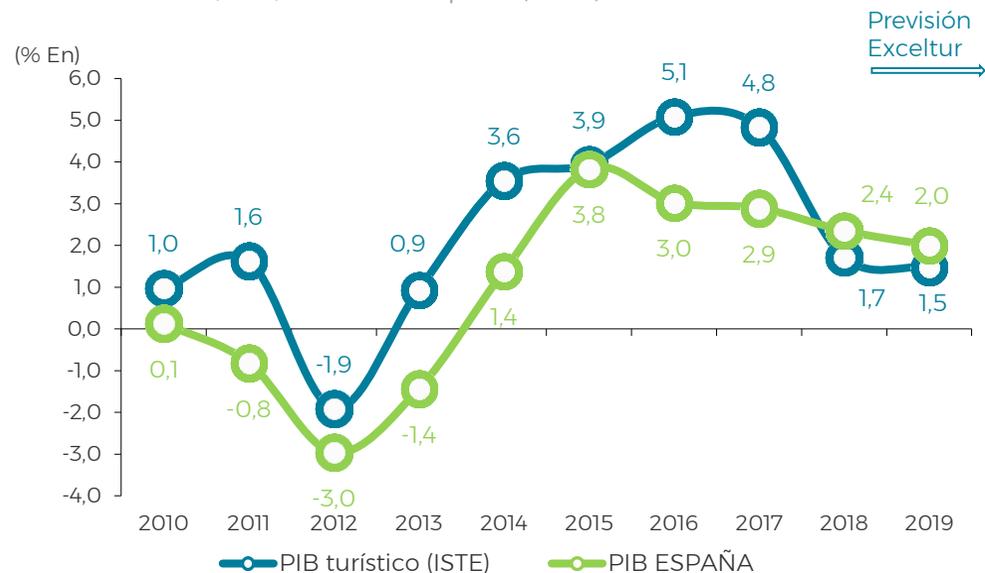
# 01 2019 consolida la desaceleración en el crecimiento de la actividad turística hasta el +1,5%, por debajo del dinamismo de la economía española (+2,0%) por segundo año consecutivo

El sector turístico español acusa el contexto general de desaceleración económica de 2019 y, especialmente, la caída de la demanda extranjera en los destinos del sol y playa, a pesar del mayor dinamismo de la demanda española y el repunte en los destinos urbanos.

En conjunto, 2019 se cierra con un crecimiento turístico 0,5 p.p por debajo de la economía española (+1,5% PIB turístico vs +2,0% PIB del total economía), lo que supone por segundo año consecutivo romper la condición de motor de la economía española que venía registrando el turismo desde 2010.

## Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2010-2019

Tasa de variación interanual  
 Fuente: Exceltur, INE, Banco de España (dic19)



La Cuenta Satélite del Turismo publicada por el INE el pasado 23 de diciembre estima que el crecimiento del PIB turístico en 2018 fue del +1,4%

## Desempeño del turismo español en 2019

- El +1,5% de crecimiento del PIB turístico de 2019 hace que el turismo registre en 2019 el peor desempeño en términos de crecimiento desde 2013, (+0,9% entonces).
- El balance final es algo más positivo que el que preveíamos en septiembre (+1,4%,) por el mejor desempeño respecto al esperado del cuarto trimestre de 2019 (el PIB turístico ha crecido apenas un 0,7%), acusando en menor medida de la prevista la caída de afluencia por la quiebra de Thomas Cook y la tensión vivida en octubre en Barcelona, que anticipaban mayores impactos desfavorables sobre la demanda, que los que al fin han resultado, junto a la celebración de última hora de la Cumbre del Clima en Madrid en el mes de diciembre.
- A pesar de ello, 2019 concluye con el mayor volumen de actividad turística de la historia (153 mil millones de euros), lo que ha permitido mejorar las ventas y los resultados de un buen número de empresas, salvo en las zonas del litoral y archipiélagos.
- El menor dinamismo del sector refuerza la necesidad de impulsar una nueva hoja de ruta y política turística de Estado que, liderada por el nuevo gobierno y basada en una nueva gobernanza público privada, fortalezca la capacidad inversora en mejoras de la oferta, abrace aceleradamente y aproveche al máximo las oportunidad que brinda la digitalización, afronte los retos ambientales y persiga una mayor empatía ciudadana.

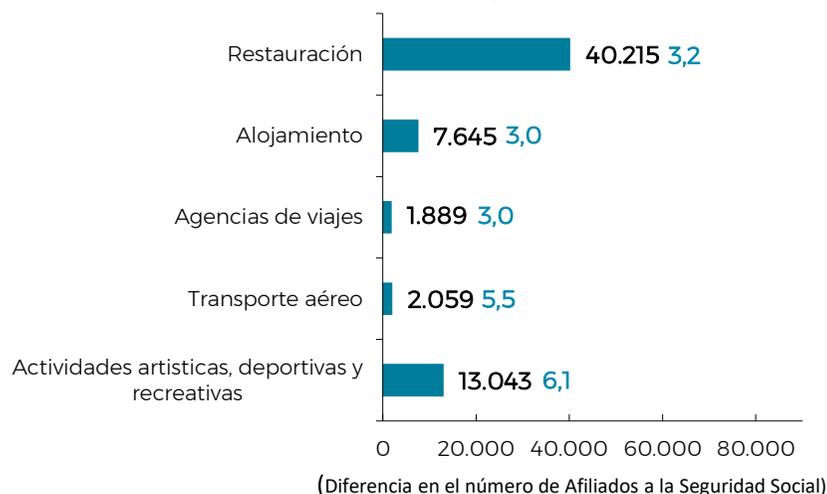
## 02 El turismo en 2019 mantiene su capacidad de generación de empleo (+3,5%; 64.851), 1,2 puntos por encima del resto de sectores (+2,3%), a pesar de una preocupante caída de la productividad y aumento de los costes laborales



2019 ha vuelto a demostrar la notable capacidad de generación de empleo de las actividades turísticas (crece el número de afiliados un +3,5% hasta diciembre, lo que supone 64.851 más que en 2018), sin que se haya resentido el ritmo de creación de empleo respecto del año anterior (en diciembre de 2018 el empleo turístico aumentaba un +3,2%).

El aumento de los afiliados del +3,5% (+3,1% en términos de trabajo a tiempo completo equivalente) por encima de la actividad (+1,5%), refleja la apuesta del sector por la creación de empleo. No obstante, ello refleja, a su vez, un descenso de la productividad, a pesar del aumento de los costes laborales (+2,8% en el promedio de las actividades turísticas en 2019), por el notable esfuerzo empresarial en las subidas de los últimos convenios y el impacto del alza del Salario Mínimo Interprofesional, lo cual es difícilmente sostenible a medio plazo.

**Creación de empleo por subsectores de la cadena de valor turística**  
 diciembre 2019 vs diciembre 2018  
 Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual en %  
 Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



### Factores explicativos de la buena marcha del empleo turístico

- La **inversión en nueva oferta de alojamiento, ocio y restauración**, especialmente en el caso de los destinos urbanos, que demanda más empleo y más estable.
- El destacado **crecimiento del empleo en el subsector del transporte aéreo** (+5,5%), se ve **impulsado por el dinamismo de la actividad** en el sector (operaciones +2,6% en 2019).
- Reinversión en el reposicionamiento de una oferta de mayor valor añadido** (+8,4% el número de hoteles de 5\*: Ene-nov) que conllevan el crecimiento de un empleo en mejores condiciones, al tratarse de actividades basadas en una mayor calidad de servicios, mas experienciales y diferenciales, que requiere ratios más altos de empleados por cliente (1 empleado por cada 2 clientes en 5 estrellas según la EOH, frente a 1 para cada 5 en los de 1 a 3 estrellas).
- La caída de la estancia media (-2,2% en hoteles hasta noviembre) supone una **mayor rotación en la demanda** que asimismo implica una necesidad de más empleados.

# 03 La demanda nacional ejerce de motor del crecimiento de la actividad turística en España durante 2019, a pesar del notable debilitamiento observado en el último trimestre



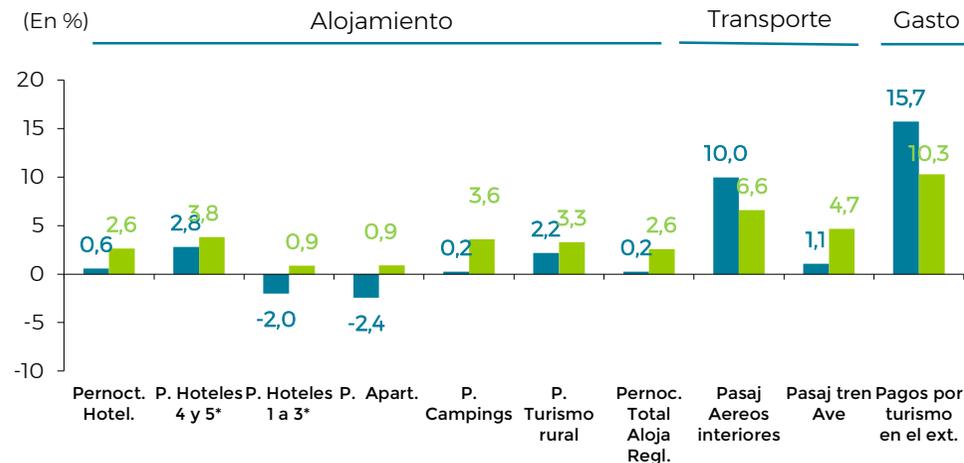
La demanda turística de los españoles ha registrado un notable dinamismo en 2019, que ha servido de impulso a la mayor parte de destinos y empresas españolas, con una mayor incidencia en los destinos de sol y playa.

Todos los indicadores de su consumo turístico crecen en 2019 por encima de los registros de 2018 (pernoctaciones en el total de alojamientos reglados +2,6%, hoteleras +2,6%, turismo rural +3,3%, vuelos interiores +6,6%, pasajeros en AVE +4,7% y gastos de viaje en el exterior +10,3% ).

Indicadores de demanda NACIONAL. Ene-Nov 2019/2018 vs Ene-Dic 2018/2017

(Tasa de variación interanual en %)

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



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

■ Ene-Dic 2018 ■ Ene-Nov 2019

## Factores explicativos del positivo desempeño de la demanda española en 2019

- 🎯 **Favorable comportamiento del empleo y la renta disponible de las familias españolas** que ha impulsado su consumo (+1,2%), en general, y el turístico, en particular.
- 🎯 **Abaratamiento de los precios del transporte aéreo**, tanto a destinos nacionales (-0,9% según el IPC del INE) como internacionales (-3,8%), que ha multiplicado los pasajeros (+6,8%) en vuelos interiores.
- 🎯 **Acceso de los tour operadores españoles por la menor demanda extranjera a un mayor cupo de camas en destinos nacionales**, tradicionalmente de mayor peso de la extranjera, lo que ha permitido poner en el mercado más oferta a precios más bajos (los precios de los paquetes vendidos a españoles hacia destinos nacionales descienden un -5,6%, mientras a destinos internacionales suben un +0,7%). Esta realidad ha favorecido un aumento de la demanda hotelera en zonas vacacionales de sol y playa del +3,9%, según la EOH del INE, mientras que, en el resto de destinos españoles, crece un +1,8%.

## Rasgos más relevantes de los viajes de los españoles en 2019

**Fuerte aumento de los viajes al exterior** (los pagos en el exterior de la Balanza de Pagos se elevan un +10,3%), **por encima del gasto en viajes interiores** (+3,2% hasta septiembre, según la ETR del INE).

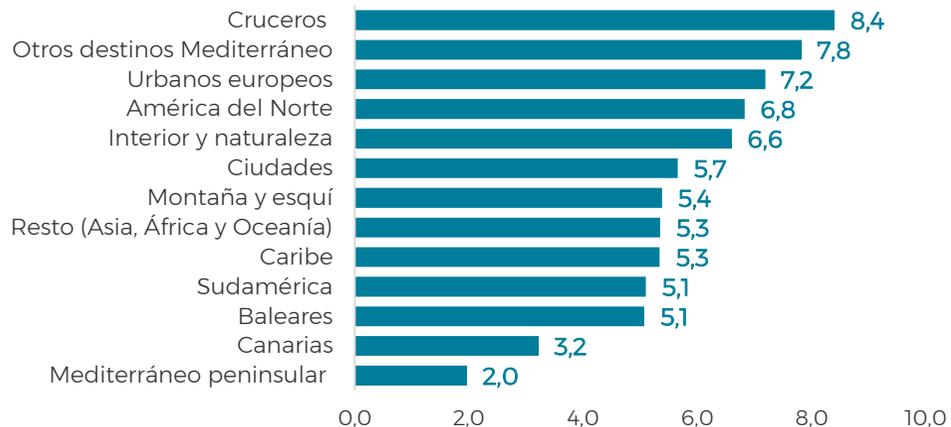
**Mejor desempeño de las gamas de servicios/productos/destinos de mayor gasto** (las pernoctaciones de los españoles en hoteles de 5\* son las que registran un mayor incremento en 2019 hasta el +4,9%, frente al aumento del +0,9% en sus pernoctaciones en hoteles de 1 a 3\*) y de **los cruceros** (las ventas de este producto por parte de las AA.VV crecen un 8,4%) en 2019.

**Notable dinamismo de la movilidad en avión (+6,6%) y del AVE (+4,7%),** en un contexto de precios a la baja, que ha favorecido en el caso del avión los viajes a Canarias, a destinos europeos y de larga distancia como se deriva de la información de crecimiento de ventas de las AA.VV en 2019.

### Ventas de los grandes grupos de agencias de viajes españolas por destinos y productos para el 2019

de variación de 2019 respecto a 2018 %

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de Exceltur



## Desaceleración de la demanda española en el último trimestre del año 2019

A diferencia de los trimestres anteriores, la demanda española ha experimentado un notable debilitamiento en los últimos meses de 2019; sus pernoctaciones en alojamientos reglados cayeron en el período oct-nov un -3,1%, mientras hasta septiembre venían creciendo un +3,5%. Este comportamiento se explica principalmente por:

El **deterioro de la confianza del consumidor** de 3 puntos de septiembre a diciembre (80,7 a 77,7), ante el menor ritmo de creación de empleo.

Un **calendario menos propicio para escapadas** que incluye el fin de semana de las elecciones del 10N.

La **posposición de decisiones de consumo y de inversión** ante la incertidumbre política asociada a la formación de gobierno.

### Evolución de los Indicadores turísticos de demanda NACIONAL 2014-2019 (Tasa de variación interanual trimestral)

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



— Pernoc. total reglado — Pagos por turismo — Pernoctaciones en hoteles

# 03 Un positivo patrón de conducta impulsa el mayor impacto económico del turismo extranjero en España; suben los ingresos (+3,3%) al mejorar el gasto medio diario (+6,1%; 110€) si bien se reduce el volumen de pernoctaciones (-2,6%) por la caída de la estancia

Por segundo año consecutivo, el impacto económico del turismo extranjero en España crece por los mayores ingresos que revierten a España, según datos de la Balanza de Pagos del Banco de España (suben un +3,3% hasta noviembre\*) y no tanto por récords de afluencia en volumen de pernoctaciones (se reduce el número de noches un -2,6%).

La tendencia iniciada ya en 2018 apunta un favorable patrón de crecimiento más sostenible, ante las señales negativas por superación de las capacidades de carga, que ya se acusan en algunos destinos y momentos de su temporada punta, y que han llegado a poner en cuestión aquellos modelos de crecimiento que básicamente aspiran al mayor volumen de turistas “per se”.

Esta tendencia es, sin embargo, muy dispar y distinta por destinos, revelándose como muy positiva, especialmente en los destinos urbanos, mientras los vacacionales sufren los problemas de la obsolescencia de sus espacios e instalaciones.

Principales indicadores del turismo extranjero en España  
 2014-2019

Tasa de variación trimestral interanual  
 Fuente: elaborado por Exceltur a partir de los datos de Egatur del INE



## Factores explicativos de la mejora del gasto medio diario del turista extranjero en España

- El esfuerzo inversor en apertura, renovación y reposicionamiento de establecimientos privados y mejora de espacios urbanos, que en ciertas ciudades y algunos destinos vacacionales ha favorecido la atracción y repetición de un turista de mayor gasto en destino.
- La llegada de turistas de mercados de larga distancia y de un mayor gasto medio diario, esencialmente a grandes ciudades por incremento de la conectividad.
- El desvío y progresivo retorno de los segmentos de turistas de “sol y playa” más sensibles al precio, a sus destinos naturales y competidores del Mediterráneo Oriental, gracias a propuestas basadas en precios bajos, ofertas y descuentos, muy por debajo de los españoles.

\* Dato noviembre estimación Exceltur

## 04 Notable disparidad en el comportamiento de la demanda extranjera por mercados: cae la afluencia a España de los grandes mercados tradicionales europeos, especialmente a las islas y las zonas del litoral de sol y playa, debido a la recuperación de los países del Mediterráneo Oriental ...

La caída observada en 2019 de la demanda turística de los principales países europeos; sobre todo de Alemania (-6,5% en pernoctaciones y -2,2% en gasto), y los países Nórdicos (-8,3% en pernoctaciones y -4,2% en gasto) y, en menor medida, de Reino Unido (-5,2% en pernoctaciones y +0,5% en gasto) y Francia (-4,2% en pernoctaciones, mientras sube levemente su gasto +2,6%) se debe un año más a la caída experimentada en las zonas del sol y playa español, por el efecto de la recuperación de la competencia (+13,3%, +1,2 millones más de turistas mercados tradicionales europeos en Turquía hasta el mes de noviembre).

### Gasto de los turistas procedentes de los principales países emisores

Tasa de variación interanual (en %)

Fuente: Egatur (INE), BCE, Bundesbank, Banque de France, Office for National Statistics, Tilastokeskus, Statistiska Centralbyrån, Statistisk sentralbyrå



### Influencia del efecto de la competencia sobre las cifras de los mercados europeos en España

Los grandes mercados europeos origen para España han elevado en general en 2019 sus gastos de viajes al exterior (+1,9% alemanes, +3,6% británicos, a pesar de la incertidumbre en torno al Brexit y su efecto sobre la Libra y +10,6% franceses, los nórdicos lo mantienen +0,8%), mientras sus registros de gasto en España caen o crecen mucho menos (cae el gasto de alemanes y nórdicos y crece mucho menos el de británicos y franceses).

Estos grandes mercados de origen europeos concentran sus mayores descensos de gasto turístico en España en los destinos del sol y playa, mientras en el caso alemán y nórdico, suben de forma notable en el resto de destinos del interior y de la España Verde (un +10,8% en llegada de turistas los alemanes y por encima del +20% los nórdicos, si bien desde volúmenes muy inferiores).

Nota: En los datos de gasto se ha ajustado el efecto de los tipos de cambio frente al euro de las libras, coronas suecas, coronas noruegas y coronas danesas, correspondientes a los períodos de tiempo analizados.

... mientras crecen de forma notable en afluencia e ingresos los turistas de los países europeos periféricos y sobre todo los de larga distancia, con un mayor gasto asociado en destino

### Países europeos del sur (Italia y Portugal) e Irlanda

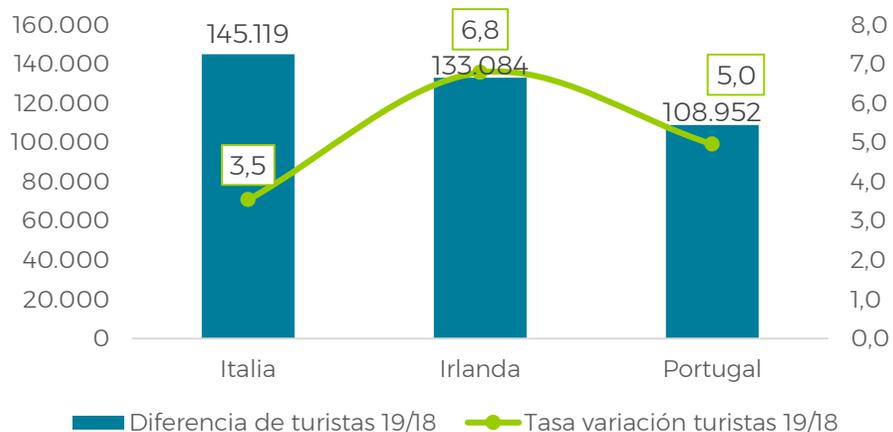
Los principales países europeos periféricos contribuyen de forma positiva a la demanda extranjera hacia España, es el caso de Italia (+3,5% turistas ene-nov), Portugal (+5,0%) e Irlanda (+6,8%).

Su afluencia crece en mayor medida en los destinos urbanos y en los vacacionales peninsulares, que en Baleares o Canarias.

#### Turistas procedentes de Italia, Irlanda y Portugal

Tasa de variación interanual (%), diferencia en volumen, ene-nov 19/18

Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur (INE)



### Mercados de larga distancia

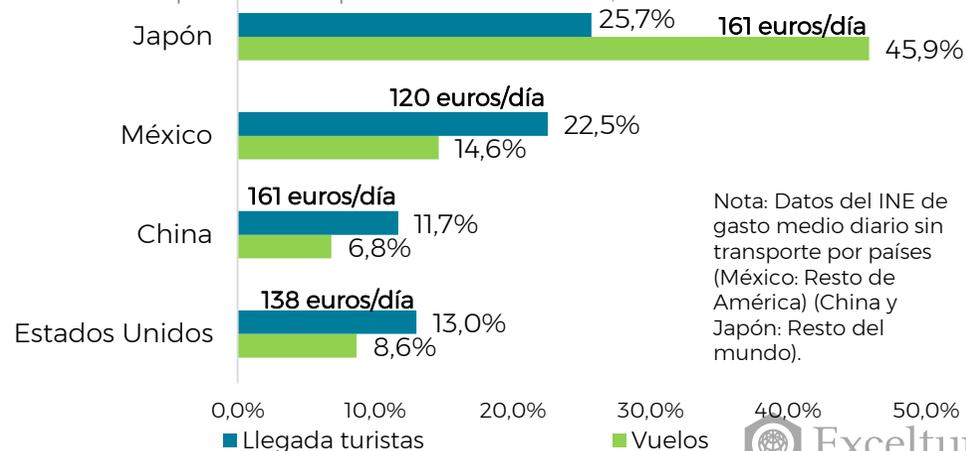
Los mercados de larga distancia han crecido de forma intensa en 2109 impulsados por el aumento de vuelos y conexiones **directas**, como es el caso de los procedentes de EE.UU., Latinoamérica, favorecidos además por un dólar fuerte, y de Asia.

Su notable concentración en destinos urbanos ha favorecido especialmente con un mayor gasto en destino a las grandes ciudades españolas.

#### Aumento del número de vuelos y de las llegadas de turistas por nacionalidad de procedencia, según orígenes de mayor aumento en los vuelos

TV Enero-Noviembre 2019/2018

Fuente: elaborado por Exceltur a partir de datos de AENA, Frontur e INE



Nota: Datos del INE de gasto medio diario sin transporte por países (México: Resto de América) (China y Japón: Resto del mundo).

## 05 Las ventas de las empresas turísticas crecen en 2019 el +3,5% y los resultados un +3,3%, con cada día más notables diferencias en favor de las empresas y destinos que han invertido en la diferenciación de su oferta de producto y las localizadas en destinos urbanos, más favorecidas por la demanda que los vacacionales



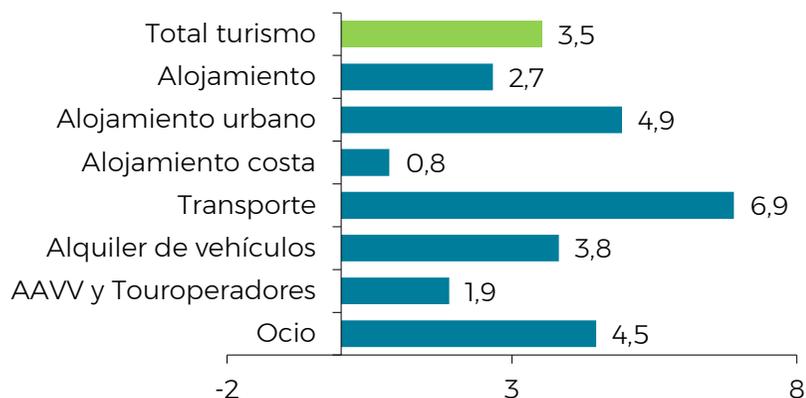
Los condicionantes de 2019 siguen favoreciendo a las empresas que en los últimos años han invertido en la mejora experiencial de su oferta de producto, branding, gestión interna y de distribución y, muy especialmente, a los establecimientos de zonas urbanas.

El subsector que mayor aumento de los resultados registra en 2019 es el de ocio (+6,0%, principalmente museos y monumentos y parques de ocio), las compañías de transporte de pasajeros (+5,1%), los hoteles urbanos (+4,3%) y los touroperadores españoles (+4,5%).

Los hoteles de la costa (-0,7%) y las compañías de alquiler de coches (+0,4%) ven condicionados sus resultados por la caída de la demanda extranjera, especialmente en las islas, con un impacto adicional en el sector del rent a car por la caída de los precios, en un contexto de sobrecapacidad que ha provocado un estancamiento en resultados a pesar del crecimiento de la facturación (+3,8%).

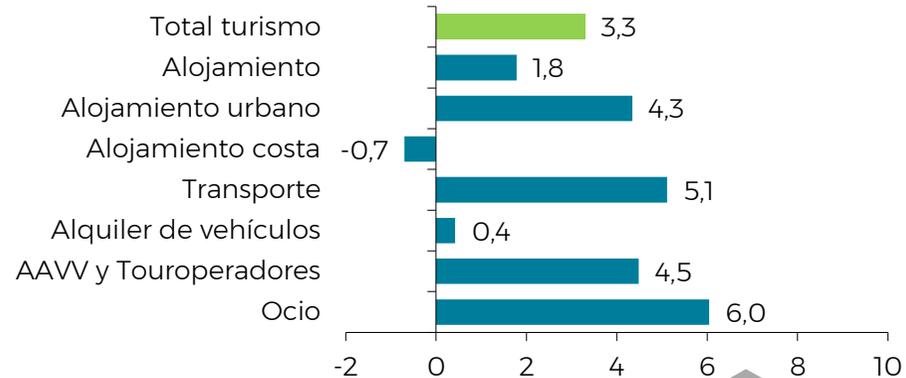
**Evolución de las ventas de las empresas turísticas en 2019 por subsectores**  
 % de variación de 2019 respecto a 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Evolución de los resultados de las empresas turísticas en 2019 por subsectores**  
 % de variación de 2019 respecto a 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



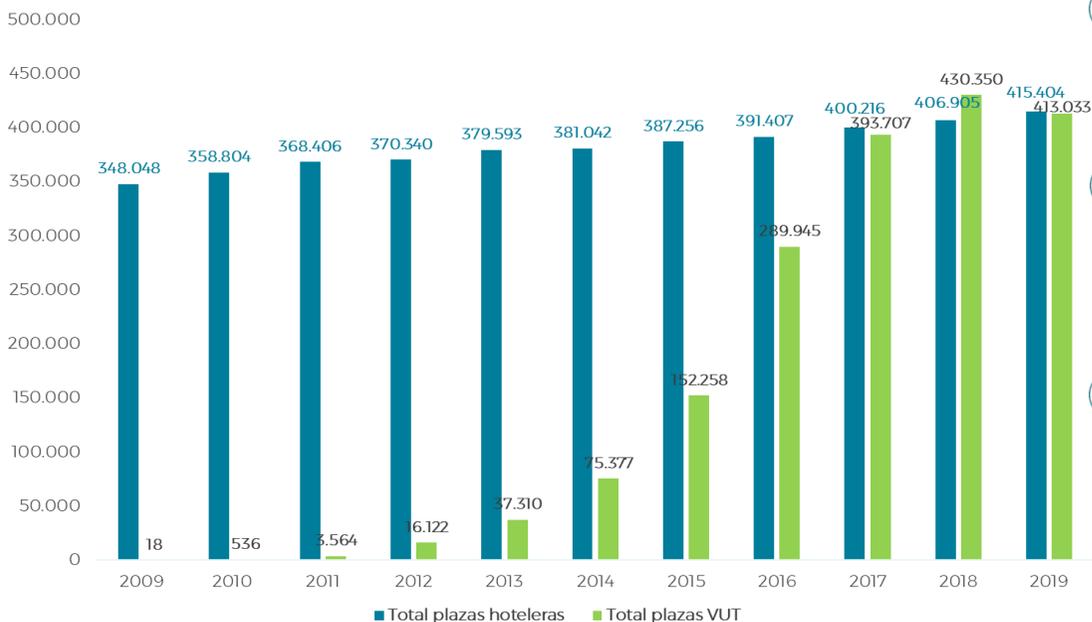
## 06 La mayor concienciación política sobre los múltiples efectos adversos del crecimiento descontrolado de las Viviendas de Uso Turístico por parte de las CC.AA. y ayuntamientos empieza a resultar en un mayor orden y control en su evolución.



La multiplicación de normativas a escala autonómica y local para regular el fenómeno de las Viviendas de Uso Turístico (VUT) por la constatación general de sus perversos y crecientes efectos sociales adversos, sobre el acceso a la vivienda y la convivencia vecinal en los centros de las ciudades, ha empezado a producir resultados en 2019.

Por primera vez desde la irrupción de las plataformas on-line de comercialización de las VUT hace más de 10 años, su número ha dejado de crecer en los 22 principales destinos urbanos españoles y se ha estabilizado en niveles parejos a la oferta hotelera (413.033 plazas en VUT vs 415.404 en hoteles en 2019), tras haberlos superado en 2018.

COMPARATIVA PLAZAS EN ALOJAMIENTOS HOTELEROS RESPECTO A LAS PLAZAS EN VIVIENDAS EN PLATAFORMAS P2P EN LAS 22 CIUDADES ESPAÑOLAS MÁS IMPORTANTES  
 FUENTE: EXCELTUR A PARTIR DE INE, PLATAFORMAS WEB DE ALQUILER DE VIVIENDA



### Factores del estancamiento de la oferta de VUT en 2019

- Generalizada y creciente concienciación pública de los negativos efectos del crecimiento descontrolado de las VUT sobre la vitalidad de los centros de las ciudades de mayor desarrollo turístico, puestos de manifiesto por el activismo de colectivos vecinales afectados.
- Desarrollo de normativas locales y mayor implicación política para su cumplimiento en algunos destinos clave (San Sebastian, Palma, Barcelona, Bilbao) que ha comenzado a dar sus frutos, conteniendo su crecimiento o, incluso, reduciendo su número de forma notable (el mejor ejemplo es San Sebastián).
- A pesar de esta tendencia y los cambios introducidos en la Ley de Arrendamientos Urbanos, el cumplimiento de las normativas es hoy muy complejo con poca capacidad inspectora, por lo que se hace imprescindible en la legislatura que arranca hacer corresponsables a las plataformas on-line para que solo suban a sus webs y comercialicen la oferta que cumple con las normativas turísticas y urbanísticas vigentes.

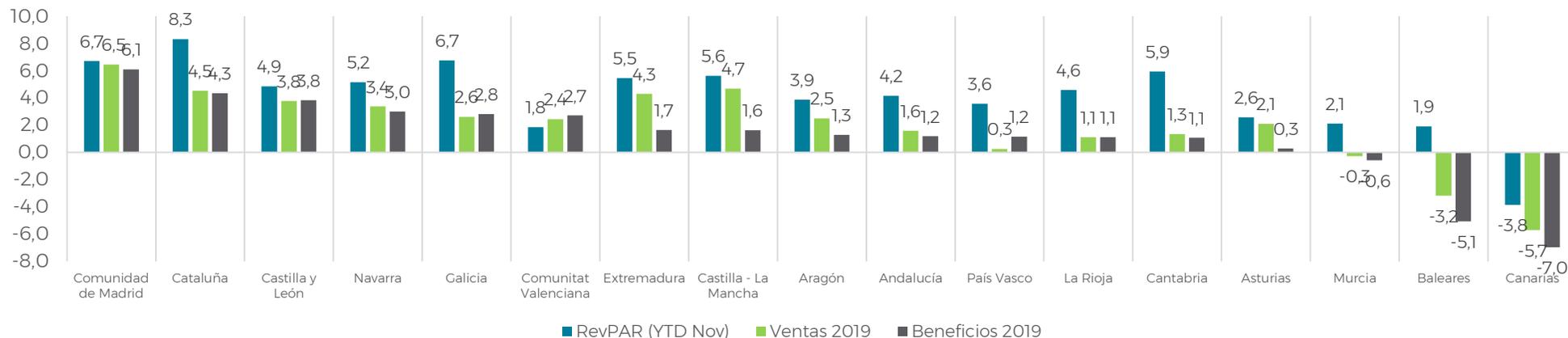
# 07 En 2019 los destinos urbanos y de interior con Madrid a la cabeza, alcanzan los mejores resultados turísticos, versus en las zonas del sol y playa, que acusan peores resultados y con especial intensidad en Canarias

**Madrid** experimenta el mayor incremento de los resultados empresariales (+6,1%) en 2019, gracias al aumento en las ventas (+6,5%), según la encuesta, de confianza empresarial de EXCELTUR. Madrid se ha beneficiado del aumento de la conectividad, la continua inversión empresarial en mejora de producto, su dinamismo como lugar de negocios y la multiplicación de grandes eventos y multitudinarios congresos que han culminado con la celebración de la Cumbre del Clima en diciembre.

**Cataluña, liderada por Barcelona**, también experimenta una mejora de sus resultados algo más modesta (+4,3%, con un aumento de los ingresos del +8,3%), si bien se comparan con las del 2018, un año marcado por fuertes caídas derivadas de la inestabilidad política. Los nuevos episodios de inestabilidad vividos en octubre han limitado puntualmente el ritmo de recuperación, que se estaba evidenciando de forma notable en 2019, confirmando los desfavorables efectos que cualquier imagen de disturbios tiene sobre las reservas, así como la resiliencia y capacidad de recuperación de los destinos catalanes, en cuanto éstas cesan (entre sep-nov el REVPAR sube el +7,6%).

## Variación % del RevPAR, las ventas y los resultados empresariales en 2019 vs 2018

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial y la EOH (INE)

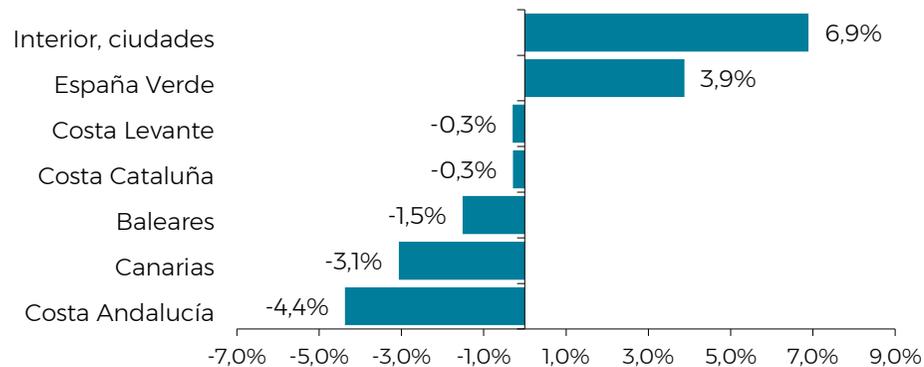


- Los resultados empresariales también mejoran en las **CC.AA. del interior**, favorecidas por el buen comportamiento del turismo extranjero hacia esas zonas y, en menor medida, del nacional. Entre ellas destaca **Navarra** (donde los beneficios de las empresas crecieron un +3,0%), **Castilla y León** (+3,8%), **Extremadura** (+1,7%), **Aragón** (+1,3%) y **Castilla la Mancha** (+1,6%).
- Los destinos de las comunidades de la **España Verde** cierran 2019 en positivo, con notables aumentos en los ingresos, favorecidos por el fuerte aumento de la demanda extranjera cercana a los dobles dígitos. Gracias a esta mayor afluencia y, a pesar de la adversa climatología de los últimos meses, todas cierran el año con leve mejora en sus resultados e ingresos: **Galicia** (+2,8% en resultados), **Cantabria** (+1,1%), **País Vasco** (+1,2%) y **Asturias** (+0,3%).
- La **Comunidad Valenciana y Andalucía** mejoran sus resultados en 2019 (beneficios empresariales: +2,7% y +1,2% respectivamente), impulsadas por el favorable desempeño de sus destinos urbanos, donde los beneficios crecen en mayor medida (+5,5% y +2,2%), gracias al buen comportamiento de los ingresos en las grandes ciudades: Valencia (RevPAR: 12,8%) y Alicante (+5,9%) en la Co. Valenciana y, Sevilla (+8,8%), Málaga (+5,7%) y Granada (+7,9%) en Andalucía.
- La evolución más negativa de los resultados empresariales se concentra en los **destinos insulares**, afectados por la caída de la demanda extranjera, tanto por el efecto recuperación de la competencia de los países del Mediterráneo Oriental, como por el descenso de la estancia media por la quiebra de Thomas Cook, y por una conectividad aérea en general a la baja. El paradigma de esta desfavorable conjunción de efectos adversos es **Canarias**, donde la menor demanda y el cierre de rutas aéreas han provocado un descenso de los resultados empresariales del -7,0% en 2019 con respecto del 2018, debido al descenso de las ventas del -5,7%. **Baleares**, se ha visto algo menos afectada por estos condicionantes, experimentando un descenso de la demanda más moderado (las pernoctaciones descienden un -1,5%), si bien con unos precios a la baja que han situado el descenso de los resultados en el -5,1% y las ventas en el -3,2%, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

### Pernoctaciones totales por zonas

Tasa de variación interanual enero-noviembre 2019/2018

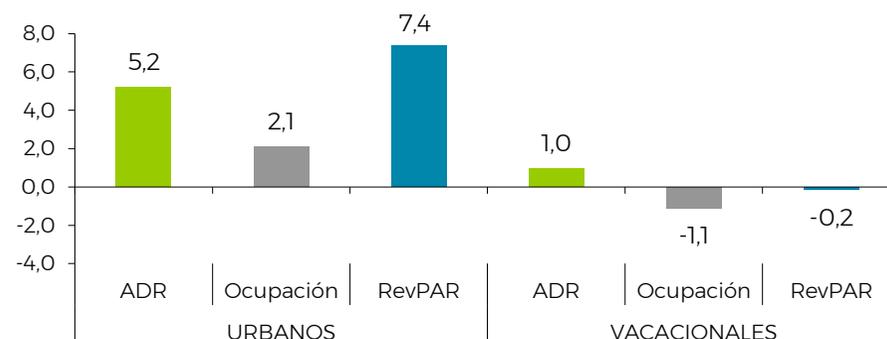
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



### Comportamiento del ADR, la Ocupación y el RevPAR por destinos

% de variación interanual Enero - Noviembre 2019/2018

Fuente: EXCELTUR a partir de los datos de la EOH del INE



\* ADR: Tarifa media diaria / \* RevPAR: Ingreso Medio por Habitación Disponible



---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

PREVISIONES PARA  
2020

# 01 Entorno complejo para el turismo en 2020 por el débil crecimiento económico de los principales mercados, el aleatorio escenario del precio del petróleo, la fortaleza de los competidores y el incierto desempeño final de la economía española



## Principales condicionantes macro y geopolíticos que condicionarán la actividad turística en España durante 2020



- Débil comportamiento descontado para las economías de los mercados tradicionales emisores europeos (+1,2% de consumo privado para la zona euro en 2020) que apuntan a un año de **crecimiento moderado** de su **consumo turístico** en nuestro país.
- Volatilidad del **precio esperado del petróleo** ante las recientes tensiones geopolíticas entre Estados Unidos e Irán y su posible impacto sobre la **estructura de coste de compañías de transporte** e **incremento del gasto asociado** a los desplazamientos turísticos.
- Menor dinamismo estimado para la **economía española** (+1,7% vs 2,0% en 2019) y menor ritmo de **creación de empleo** (+1,3% vs 2,0% en 2019).
- Incertidumbre sobre la **confianza de los agentes económicos nacionales e internacionales** en el desempeño de la economía y la capacidad de creación de empleo en España, derivado de cómo se concreten las políticas y medidas avanzadas en los pactos de gobierno.
- Progresiva **vuelta a la normalidad de los destinos competidores del Norte de África y Mediterráneo Oriental** recuperando sus cuotas de mercado, que seguirá **mermando dinamismo a la demanda turística extranjera de los principales mercados europeos hacia los destinos españoles**, aunque con menor intensidad que en los dos últimos años al situarse ya en el 88% de niveles de demanda europea previos a su crisis de seguridad geopolítica.
- El **devenir del turismo de negocios** podría verse afectado por el moderado crecimiento previsto para la economía española e internacional.



- Despejada la incertidumbre de la guerra comercial a **nivel global**. Se estima que la desaceleración de la economía haya tocado fondo y cabe esperar una suave reactivación, esquivando la recesión. No obstante, el crecimiento económico esperado a nivel mundial para 2020 es volver a repetir el reducido +2,5 de 2019 según el consenso de analistas internacionales.
- Superada la incertidumbre sobre el Brexit hasta finales de 2020 se espera cierta **apreciación de la moneda británica** (+1,6%) que favorecerá su capacidad de gasto turístico en España, **aunque en un entorno de reducido crecimiento de su economía** (+1,1%) y **consumo de sus familias** (+1,3%).
- Crecimiento modesto de la **renta disponible** de las familias españolas para el gasto en sus desplazamientos turísticos en 2020. En cualquier caso muy supeditado a los efectos de las **anunciadas subidas de impuestos**, la **ralentización en el ritmo de creación de empleo** y **niveles de inflación** condicionados por los precios del petróleo.

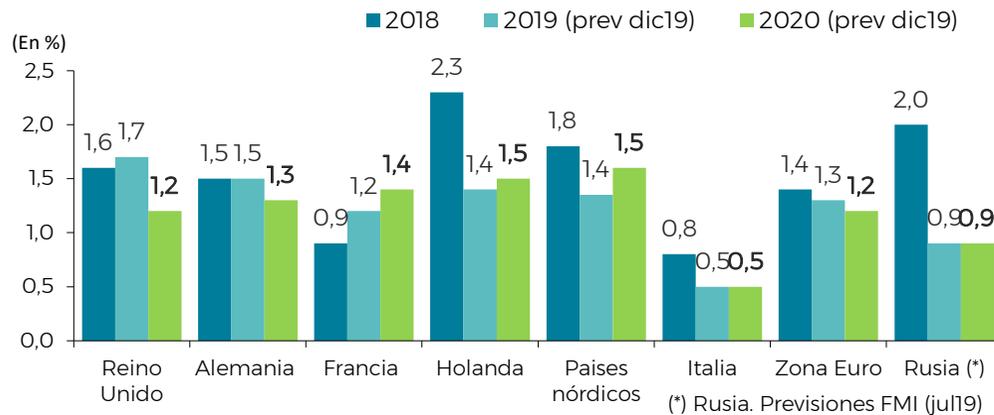
# 02 Prolongación de la debilidad de la demanda turística del Norte de Europa, Alemania y Reino Unido a las zonas vacacionales españolas del Mediterráneo e Islas



## Escenario previsto de debilidad en el consumo de las familias europeas

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (dic19)

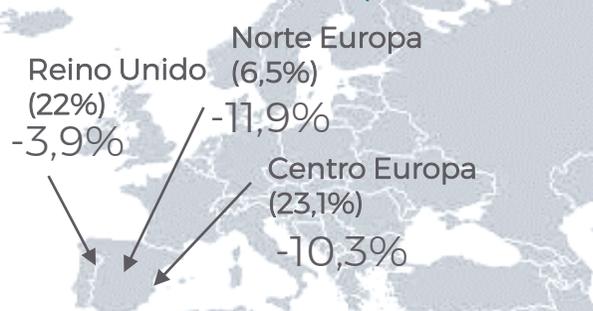


Se mantienen las **señales de debilidad de los mercados alemanes y nórdicos** en los destinos de la costa española en 2020, afectados por la recuperación de las cuotas de mercados y atractivo por precio de los destinos competidores, la menor capacidad aérea dispuesta en el inicio del año 2020 y del posible fenómeno “staycation “ asociado al cambio climático.

Estos mismos condicionantes afectarán al mercado británico. No obstante, se espera una leve mejora respecto a la caída observada en los últimos meses. En efecto, la resolución del **Brexit** sugiere un año de transición hasta fines de 2020 donde el desempeño del turista británico estará anclado al débil crecimiento previsto de su economía (+1,1%) y del consumo de sus familias (+1,3%), parcialmente compensado por una libra que se espera mantenga un buen tono y recupere parte de la depreciación sufrida desde el referéndum de 2016 una vez sorteada la incertidumbre en torno al Brexit y en un **escenario central de salida ordenada**.



## Menor conectividad con mercados del norte y centro europeos con los destinos vacacionales españoles en el inicio de 2020 (\*)

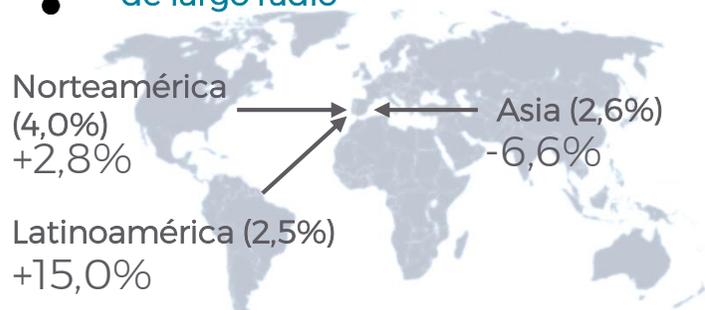


(\*) En paréntesis pesos de mercado en total de llegada de turistas en 2019. Asientos programados mes de enero y febrero de 2020 vs mismo período 2019.

## 03 Se mantiene la apuesta de emisores de larga distancia y mercados europeos de proximidad y españoles por los destinos turísticos españoles



### Incremento conectividad con mercados de largo radio

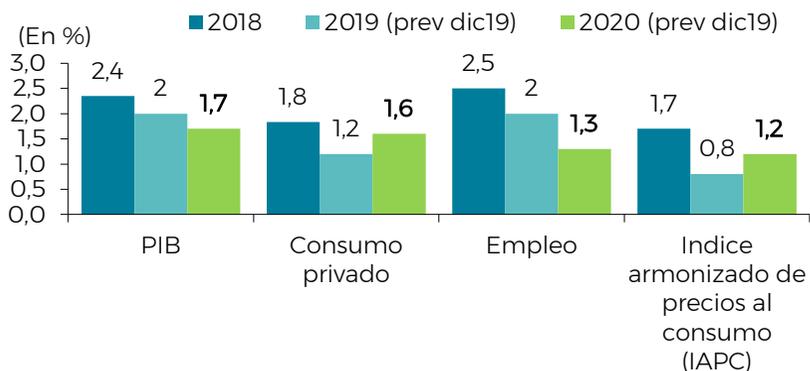


(\*) En paréntesis pesos de mercado en total de llegada de turistas en 2019. Asientos programados mes de enero y febrero de 2020 vs mismo período 2019.



### Escenario previsto para España de desaceleración económica y menor creación de empleo

Fuente: Exceltur a partir de INE y Banco de España (dic19)  
 Tasa de variación interanual



Positivas expectativas para los mercados emisores de larga y media distancia americanos de la mano de la mejora de la conectividad con los principales aeropuertos urbanos españoles. Cautela ante la menor conectividad prevista en el inicio de 2020 con los mercados asiáticos a pesar del mayor dinamismo esperado de sus economías.



Buenas perspectivas de la actividad turística vinculada al **mercado francés**, impulsado por la mejora de la conectividad especialmente con los destinos urbanos y canarios (+4,7% asientos previstos en temporada de invierno 2020). Expectativas algo más cautas para el mercado italiano por sus fundamentos económicos y la menor conectividad aérea en la temporada de invierno (-1,8%).



Se descuenta un **comportamiento positivo de la demanda turística española, aunque con dinamismo contenido**, derivado del menor ritmo de generación de empleo y actividad económica esperado. El moderado crecimiento previsto del consumo de los hogares españoles en 2020 puede **limitar el crecimiento de los viajes de mayor coste a destinos internacionales y favorecer los desplazamientos internos**. A su vez, la ralentización esperada de la actividad económica en España podría condicionar a la baja el **desempeño del turismo de negocios**, tal y como se ha evidenciado en los trimestres centrales de 2019.

# 04 Los empresarios turísticos esperan a cierre de la encuesta de EXCELTUR (8 de enero) un leve repunte de ventas (+3,9%) y un ligero menor crecimiento de resultados (+3,1%) en el año 2020, con una leve mejora de precios (+3,0%) y una creación de empleo moderada (+2,3%) en un contexto de subida de costes operativos



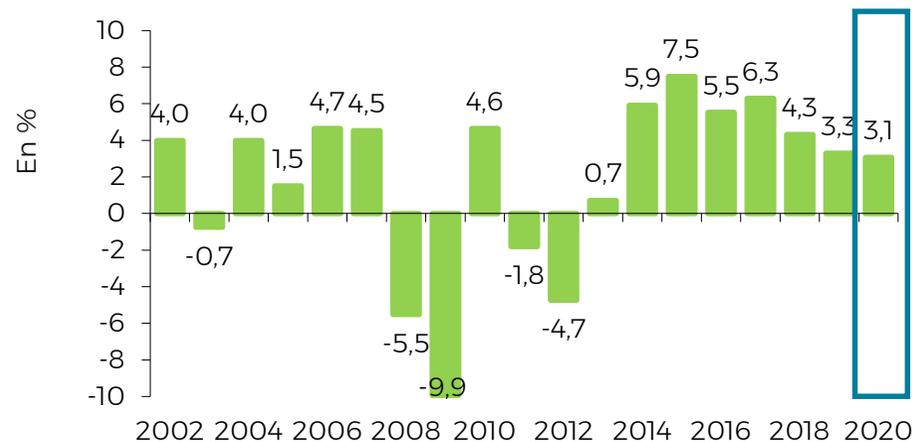
A pesar del incierto panorama, los resultados de la Encuesta de Exceltur cerrada el 8 de enero de 2020 sugieren un tono moderadamente optimista en las previsiones empresariales para el año 2020.

Dentro de este tono general, se observan cada día más unas notables **disparidades** en la expectativas empresariales por **subsectores y empresas** en favor de aquéllos que han llevado a cabo en los últimos años **inversiones en reposicionamiento y puesta en valor de sus marcas, productos y servicios**, los que se localizan en los **destinos urbanos más internacionalizados**, los que han impulsado su **transformación digital** y los vacacionales **menos expuestos a la competencia por precio de los servicios distribuidos por Tour Operación**.

## Opinión empresarial sobre los resultados. Total Sector Turístico

% de caída/aumento en resultados respecto al año anterior

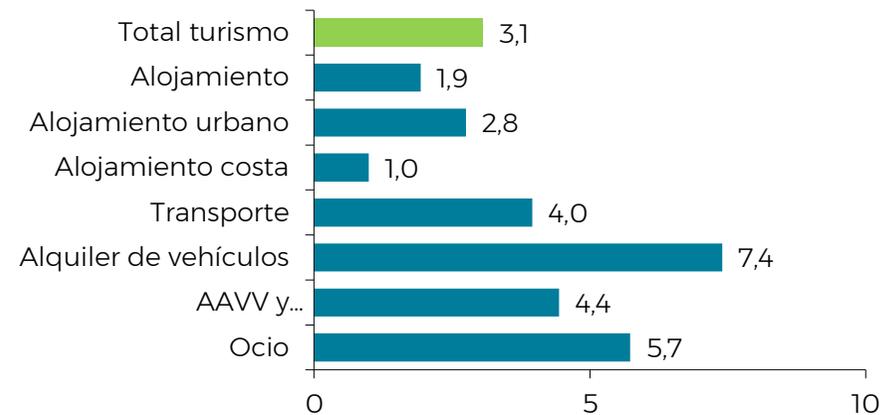
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## Evolución prevista de los resultados de las empresas turísticas en 2020 por subsectores

% de variación prevista de 2020 respecto a 2019

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

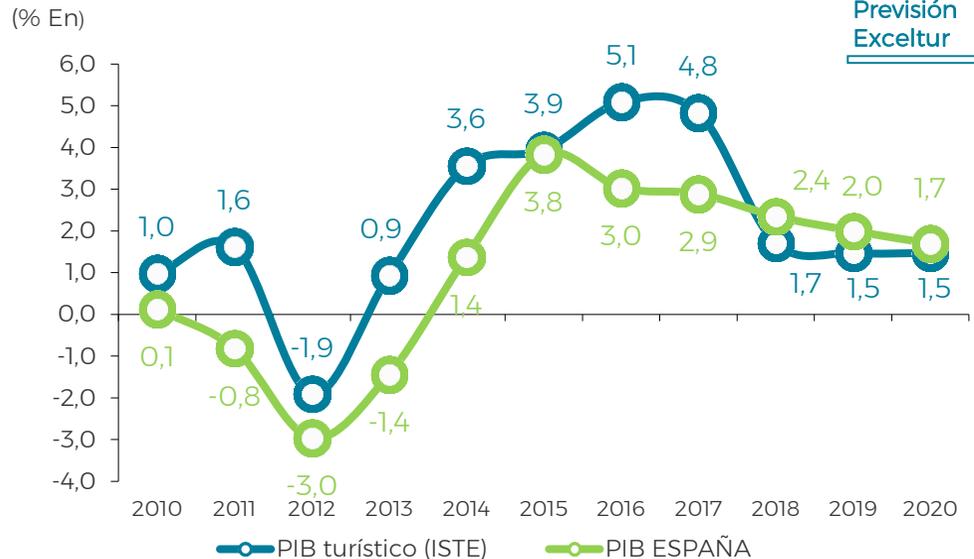


# 05 Anticipamos para 2020 una prolongación de la senda de atonía del ritmo de crecimiento del PIB turístico, manteniendo una tasa del +1,5% para el cierre del año similar a la registrada en 2019, lo que supondría enlazar tres años de crecimiento del sector turístico inferior a la media prevista para la economía española (+1,7%)

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2010-2020

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE, Banco de España (dic19)



## Principales hipótesis del comportamiento del PIB turístico para 2020

Previsiones actuales de consenso de analistas de **debilidad** para la **economía mundial** en 2020, especialmente para la **Europa** (+1,0% PIB Zona Euro).

Consolidación de la **recuperación de cuota de mercado** de los destinos del **Mediterráneo Oriental** (Turquía se encuentra todavía al 88% de los niveles previos a su período de inestabilidad geopolítica).

**Menor crecimiento previsto de actividad económica** (+1,7% vs +2,0% en 2019) y **empleo** (+1,3% vs +2,0% en 2019) para la **economía española**, en un año de elevada incertidumbre sobre las políticas económicas a aplicar por el nuevo gobierno.

**Proceso de salida del Reino Unido de la Unión Europea ordenada**, con cierta apreciación de la libra respecto a los niveles mínimos alcanzados en el período de elevada incertidumbre tras el referéndum de 2016 (+1,6 vs media 2019).

## 06 La menor flexibilidad en las relaciones laborales puede restar fortaleza a la notable capacidad de creación de empleo del turismo en un contexto de menor dinamismo esperado para 2020



Los empresarios turísticos esperan que en 2020 se modere el ritmo de creación de empleo (+2,3% en 2019 según la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur), de forma que el 53,5% prevé crecimientos en sus plantillas en 2020, pero de menor intensidad a los experimentados en los años anteriores.

Estas expectativas podrían verse afectadas según pueda resultar cualquier reversión de la Reforma Laboral que conlleve una menor flexibilidad del mercado de trabajo, y/o nuevos incrementos en los costes laborales.

Perspectivas empresariales sobre el empleo para 2020. Total Sector Turístico

Var interanual % esperado en empleo

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

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

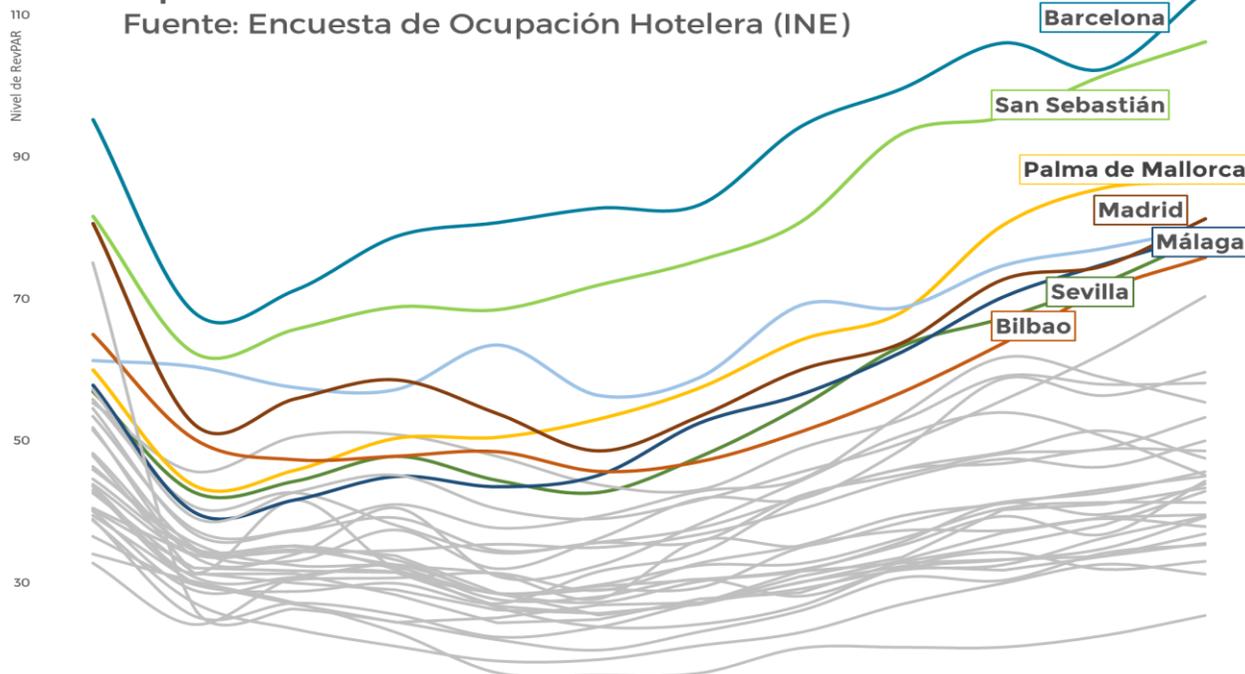


# 07 El refuerzo de los incentivos para favorecer la inversión en renovación o diseño de nuevas propuestas de oferta son la clave para mantener el aumento de los ingresos y la atracción de perfiles de mayor contribución económica en destino

La evolución de resultados en los destinos urbanos españoles que en la última década lideran los resultados del sector turístico español demuestran la relevancia de la inversión en la mejora del producto. Las ciudades donde más se ha incrementado los ingresos desde 2008 (Barcelona, San Sebastian, Palma, Madrid, Málaga, Sevilla y Bilbao) son las que han concentrado una mayor inversión en su mejora de oferta.

**Nivel de Ingresos (RevPAR) de las principales ciudades españolas 2008-2019**

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)



Plazas hoteleras

	2008	2019	TV 19/08
<b>Barcelona</b>	<b>52.272</b>	<b>83.210</b>	<b>59,2%</b>
<b>Málaga</b>	<b>7.783</b>	<b>11.839</b>	<b>52,1%</b>
<b>San Sebastián</b>	<b>4.423</b>	<b>6.250</b>	<b>41,3%</b>
<b>Sevilla</b>	<b>17.010</b>	<b>23.480</b>	<b>38,0%</b>
<b>Bilbao</b>	<b>6.281</b>	<b>8.519</b>	<b>35,6%</b>
<b>Palma de Mallorca (*)</b>	<b>6.966</b>	<b>9.260</b>	<b>32,9%</b>
Córdoba	5.741	7.207	25,5%
Segovia	1.935	2.422	25,2%
<b>Madrid</b>	<b>71.732</b>	<b>89.252</b>	<b>24,4%</b>
Oviedo	4.456	5.513	23,7%
Granada	12.811	15.359	19,9%
Murcia	4.011	4.686	16,8%
Almería	3.995	4.571	14,4%
Santiago de Compostela	6.973	7.951	14,0%
Pamplona	3.090	3.500	13,3%
Salamanca	5.360	6.026	12,4%
Zamora	1.122	1.217	8,5%
Zaragoza	9.625	10.278	6,8%
Coruña (A)	4.969	5.295	6,6%
Santa Cruz de Tenerife	2.761	2.919	5,7%
Valladolid	3.926	4.061	3,4%
Valencia	18.035	18.630	3,3%
León	3.407	3.448	1,2%
Ciudad Real	1.589	1.582	-0,4%
Toledo	4.398	4.358	-0,9%
Alicante	8.623	8.315	-3,6%
Santander	4.830	4.640	-3,9%
Palmas de Gran Canaria (Las)	6.083	5.583	-8,2%

(\*) Plazas en zona urbana de Palma

# 08 La apuesta por una mejor conectividad aérea y ferroviaria seguirá siendo determinante para el crecimiento de las ciudades, mientras preocupa la caída de asientos en los destinos insulares, especialmente en Canarias en el inicio de año.



La pérdida de dinamismo en el aumento de la conectividad que apuntan los datos de programación aérea para el inicio de 2020\* sitúa ésta, de mantenerse esta tendencia en los siguientes trimestres, como una de las claves que marcará el año 2020, tras la incidencia positiva que ha tenido para las ciudades donde se ha elevado dicha conectividad, versus la caída que han sufrido algunos de los principales destinos insulares.

La evolución del precio del petróleo tendrá un papel fundamental, pero también la capacidad de asegurar la mayor oferta de asientos competitivos en las operaciones de concentración empresarial y, en el caso del AVE, la entrada de nuevos operadores y la necesaria inversión en infraestructuras clave de intermodalidad como la largamente esperada inversión en una conexión real de Barajas con el AVE.

## Asientos previstos para los principales aeropuertos enero-febrero de 2020

Tasa de variación internacional (en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de datos de AECFA

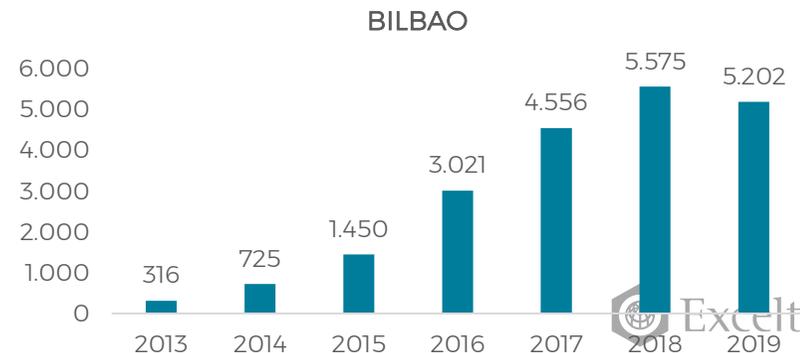
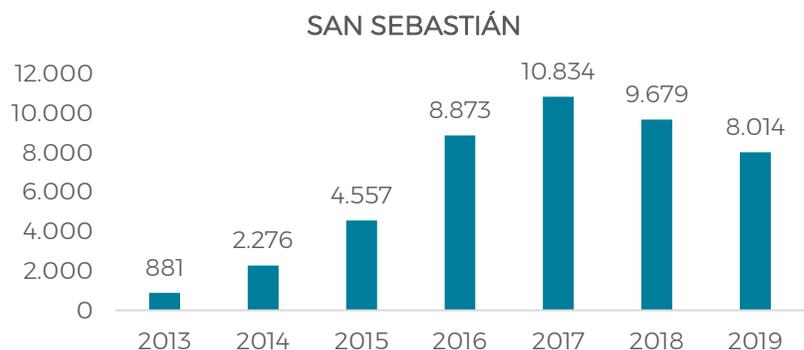
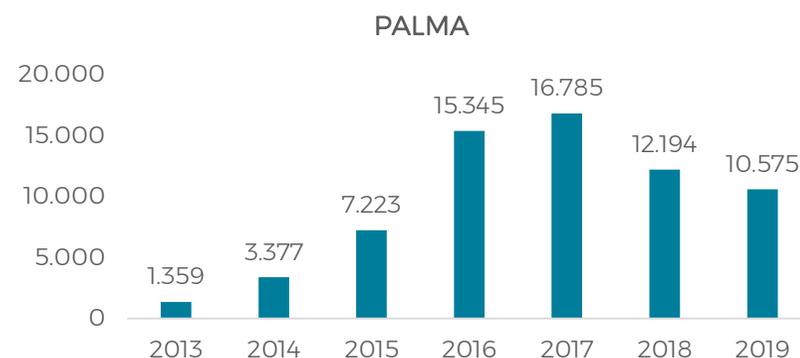
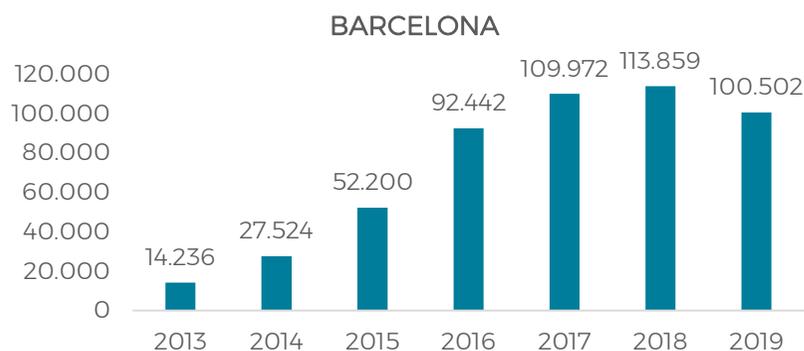


\*Los datos del gráfico de slots hay que tomarlos con cautela por cuanto su resultado final en términos de pasajeros suelen reflejar dinámicas mucho más positivas.

## 09 La continuidad en los esfuerzos para asegurar el cumplimiento de la normativa de las VUT ayudará a aminorar el cuestionamiento por saturación que hoy sufre la actividad turística en algunos destinos y facilitará la convivencia entre turistas y residentes

El esfuerzo que han dedicado algunos gobiernos locales en la regulación de las VUT para asegurar su control y cumplimiento, y, de esta manera, garantizar el necesario equilibrio entre la actividad turística y la población residente, ha comenzado a dar sus frutos y debería marcar la pauta para otros municipios que sufren la misma problemática.

Las normativas urbanísticas de San Sebastian, Bilbao Palma y, en menor medida, en Barcelona y la creciente concienciación vecinal han provocado el descenso en la oferta de VUT en esas ciudades. El nuevo gobierno de España tiene en su mano reforzar la capacidad de hacer cumplir estas normativas exigiendo a las plataformas que comercialicen sólo la oferta que las cumple.



Oferta de  
Viviendas  
turísticas en  
plataformas  
on line

# 10 Principales ciudades turísticas andaluzas y valencianas, destinos de interior y Galicia están a la cabeza de las cautas perspectivas empresariales para 2020, mientras que los empresarios de la costa revelan unas menores expectativas de crecimiento de sus resultados

Destinos turísticos urbanos **andaluces** (+6,0% en resultados) y **valencianos** (+2,8%) revelan las mejores expectativas empresariales para 2020 impulsados por la conectividad aérea y ferroviaria y por su apuesta en los últimos ejercicios por el desarrollo de nuevos productos, reposicionamiento y la diversificación de mercados, reforzando la fidelización para la demanda interior e incentivando un mayor atractivo y presencia de turistas internacionales.

Junto a ellos destacan las previsiones de la mayoría de los **destinos de interior** encabezados por **Navarra** (+3,2% en resultados) y **Extremadura** (+2,1%) que se verán beneficiados del dinamismo previsto por la demanda nacional en sus viajes de proximidad y por la paulatina mayor presencia del turismo extranjero en la búsqueda de experiencias más vinculadas con la cultural y la naturaleza.

Los empresarios **catalanes** de alojamiento urbano confían igualmente mantener un contenido crecimiento de sus resultados en 2020 (+2,4%). Mientras, los empresarios **gallegos** estiman prolongar su senda de mejora de resultados beneficiados de la próxima celebración del Xacobeo en 2021, aunque con menor intensidad (+1,6%).

Mucha mayor cautela se deriva de las perspectivas empresariales para **Madrid**, tras el excepcional desempeño en 2019, en un escenario de elevada competencia por el crecimiento de la oferta en el mercado, especialmente intenso en el número de plazas en VUT, que según el 66,7% de los empresarios condicionará a la baja los resultados en 2020.

**Canarias** (-3,9% en resultados) y zonas vacacionales del **litoral andaluz** (-0,8%), **litoral valenciano** (-1 %) y **catalán** (+0,4%), junto a **Baleares** (+0,8%) seguirán viendo condicionados sus resultados de 2020 por la recuperación de la cuota de mercado en los destinos del Mediterráneo Oriental y la atonía de los turistas británicos y mercados del centro y norte de Europa. La recuperación de la conectividad aérea, especialmente en las Islas, será clave para superar estas previsiones del inicio de año.

## Expectativas de los resultados empresariales en 2020 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2020 respecto 2019  
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





---

## PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

---

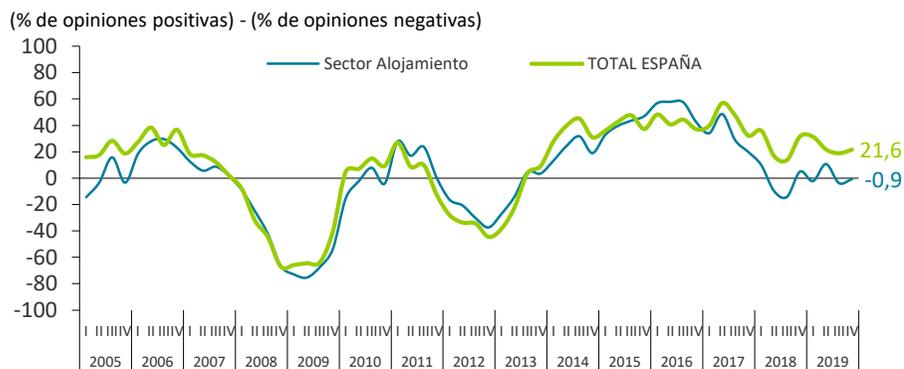
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
subsectores

# 01 Sector alojamiento hotelero

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

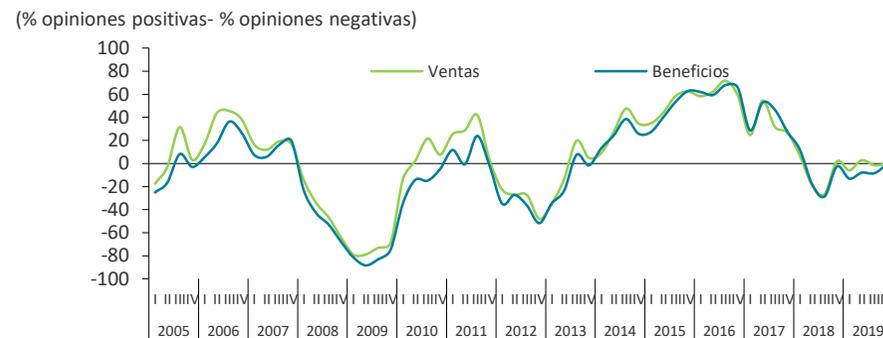
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

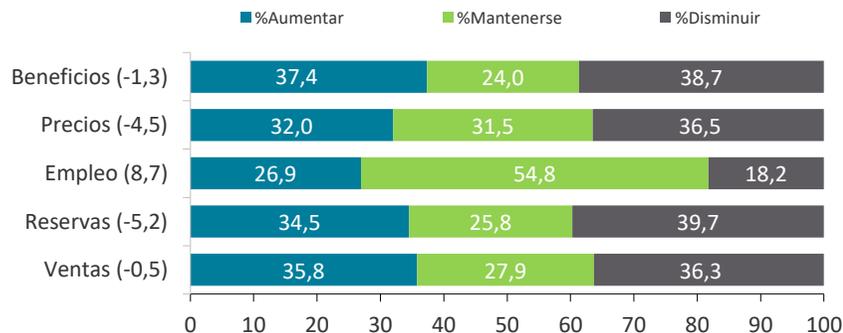


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial de los HOTELES españoles CUARTO trimestre de 2019

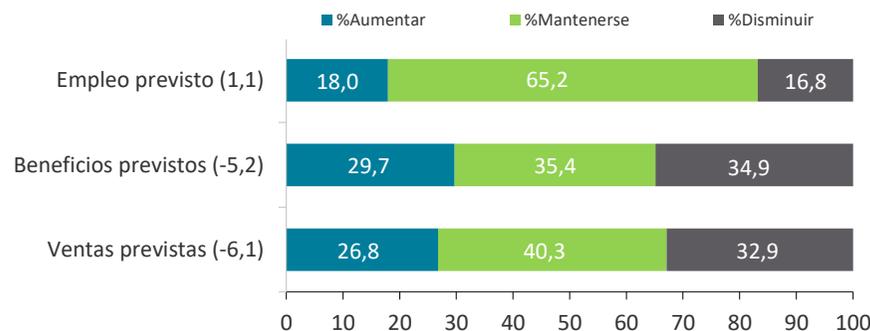
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

### Opinión empresarial de los HOTELES españoles. Expectativas para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



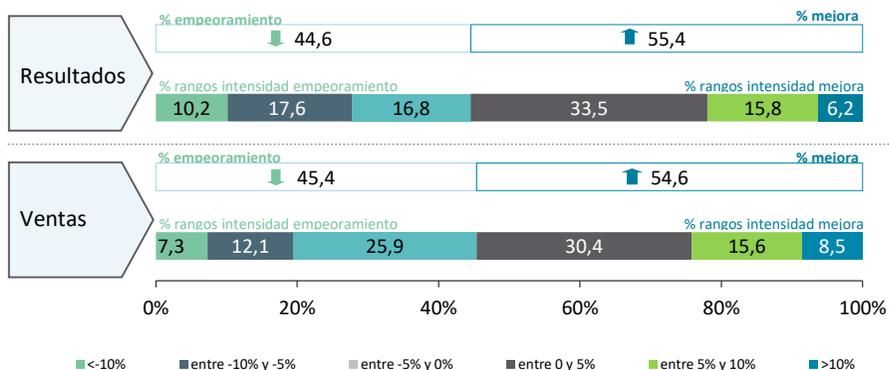
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

# 01 Sector alojamiento hotelero

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

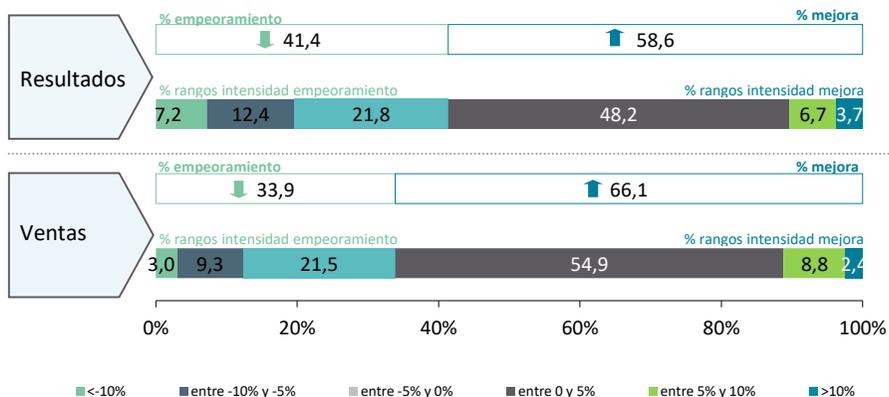


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Alojamiento hotelero

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial. EXCELTUR

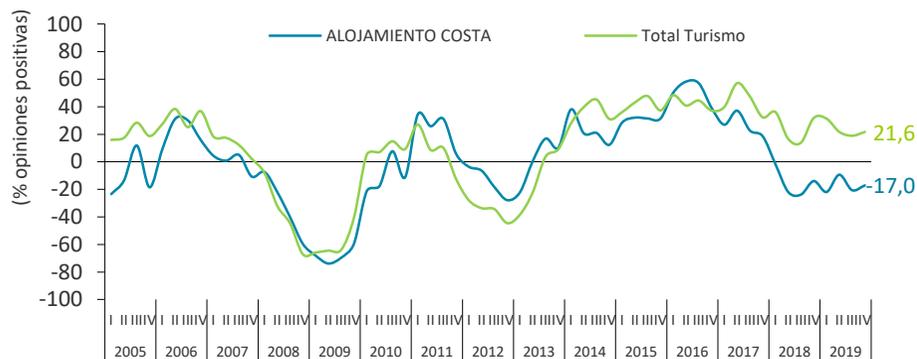


# 01 a. Hoteles costa

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

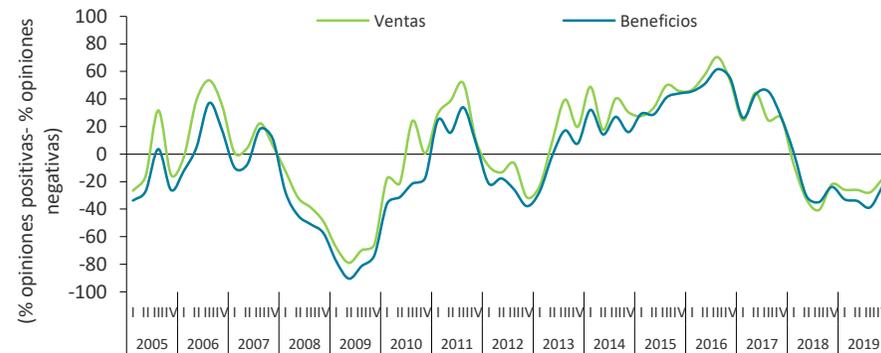
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

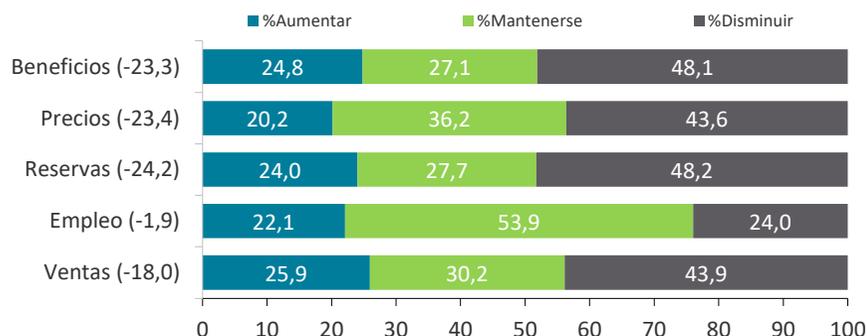


(\* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles CUARTO trimestre de 2019

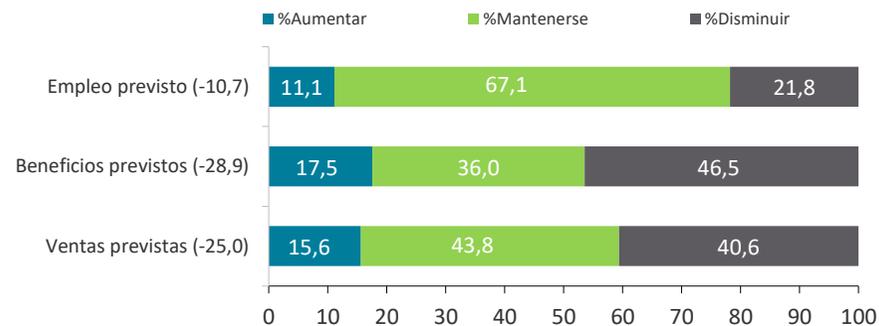
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

### Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles sobre las previsiones para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

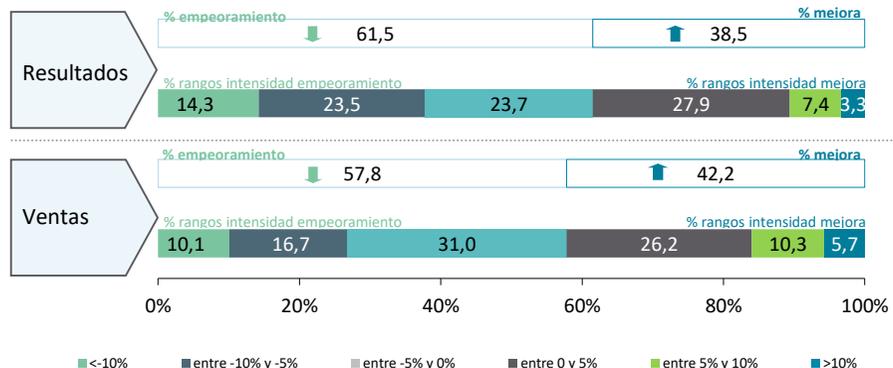
# 01 a. Hoteles costa

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Hoteles de costa españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

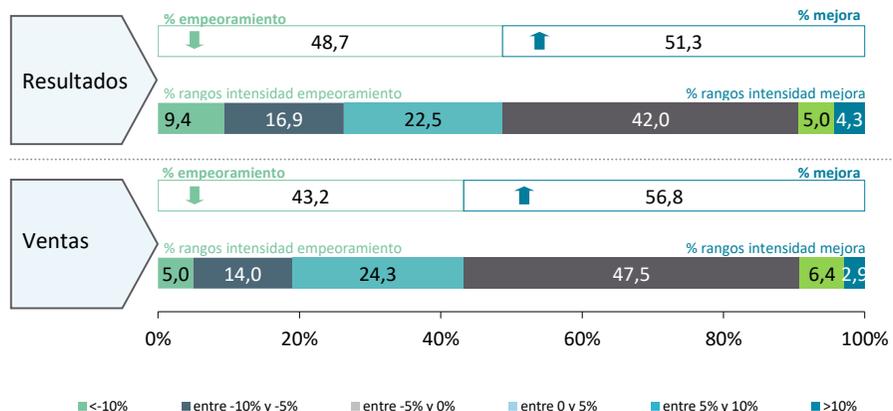


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Hoteles de costa españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



# 01 b. Hoteles urbanos

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

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

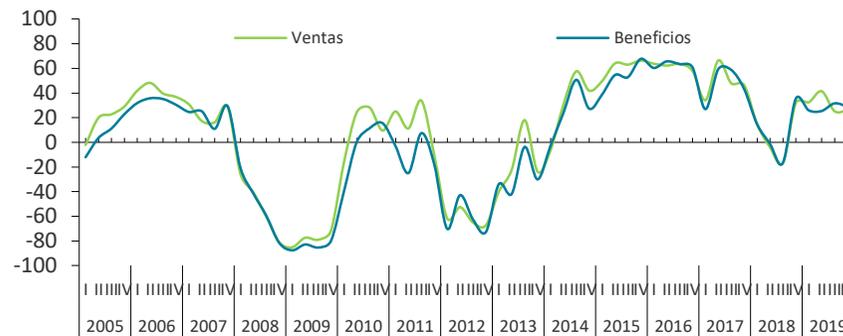
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

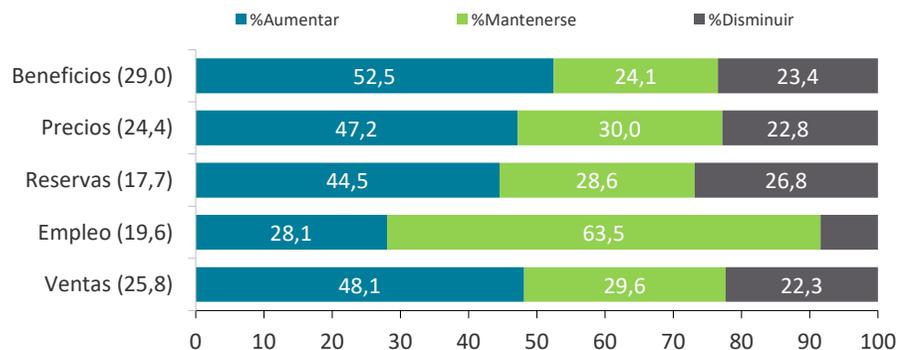
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

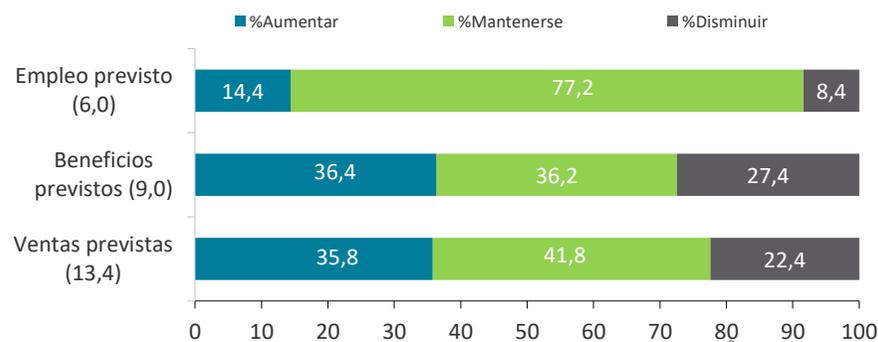
### Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles CUARTO trimestre de 2019



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

### Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles. Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

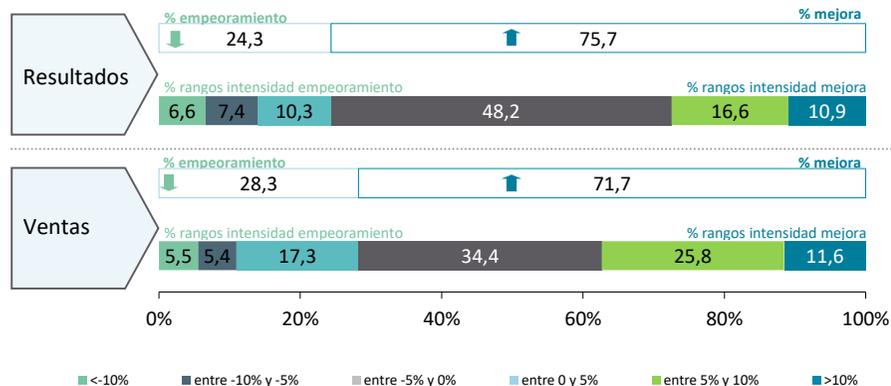
# 01 b. Hoteles urbanos

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

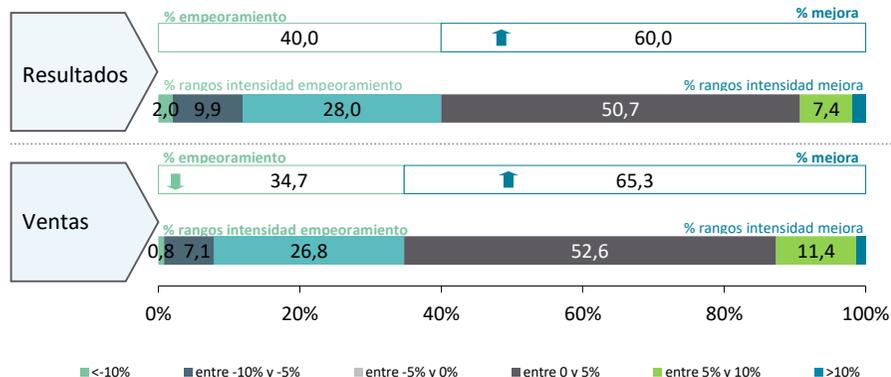


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

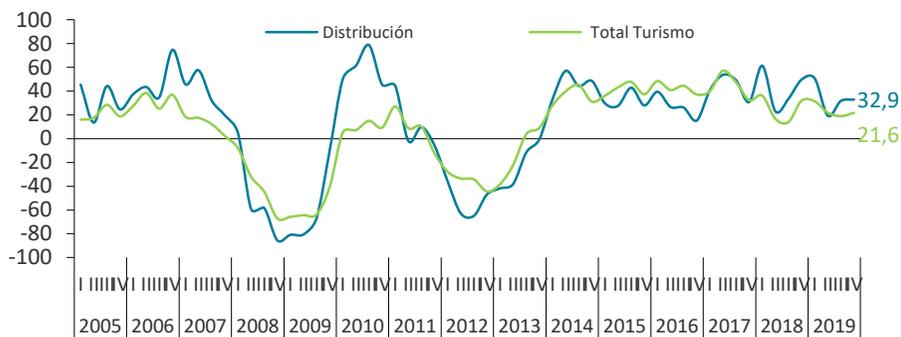


# 02 Grandes grupos de Agencias de viajes y Turoperadores

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

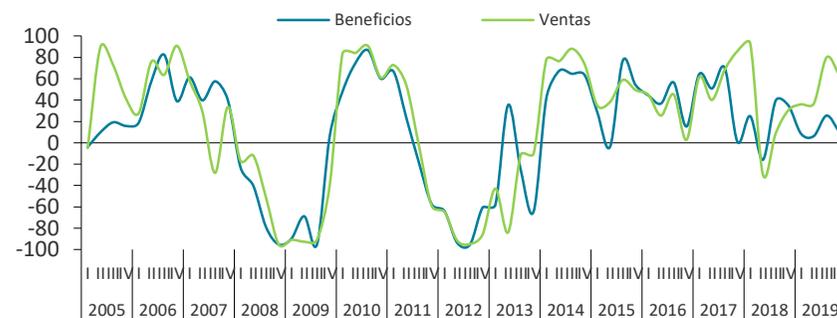
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Turoperadores españoles y Total Turismo.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

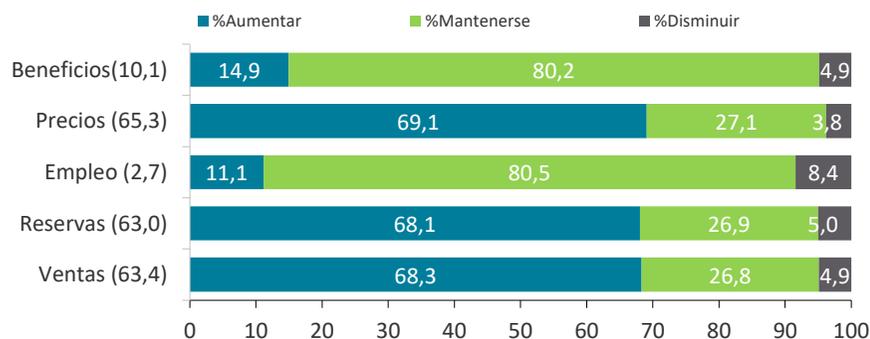


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial (\*) de las AA.VV. y Turoperadores españoles CUARTO trimestre de 2019

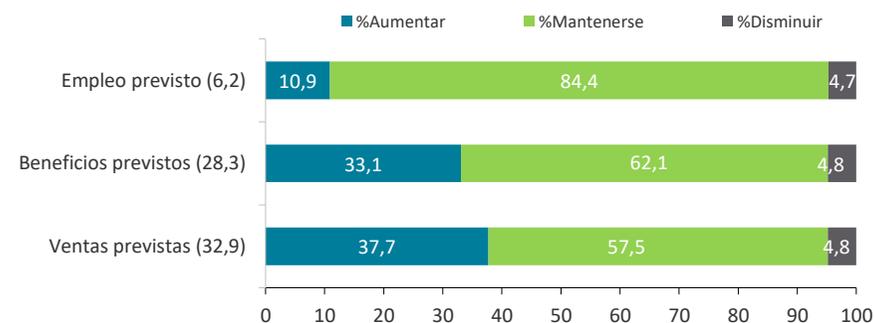
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales (\*) de AA.VV. y Turoperadores españoles Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

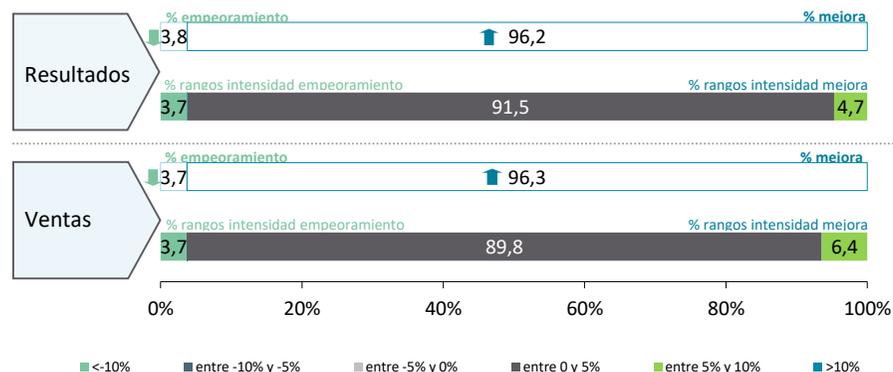
## 02 Grandes grupos de Agencias de viajes y Turoperadores

### C. Balance de 2019

#### Opiniones empresariales cierre 2019. AAVV y Turoperadores españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

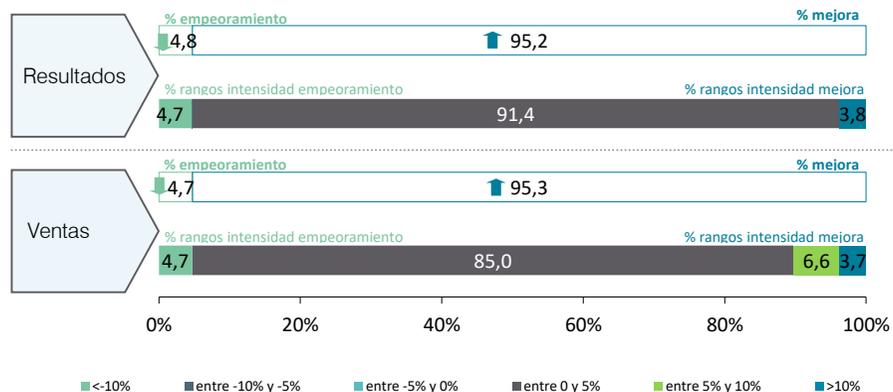


### D. Previsiones para 2020

#### Perspectivas empresariales para 2020. AAVV y Turoperadores españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



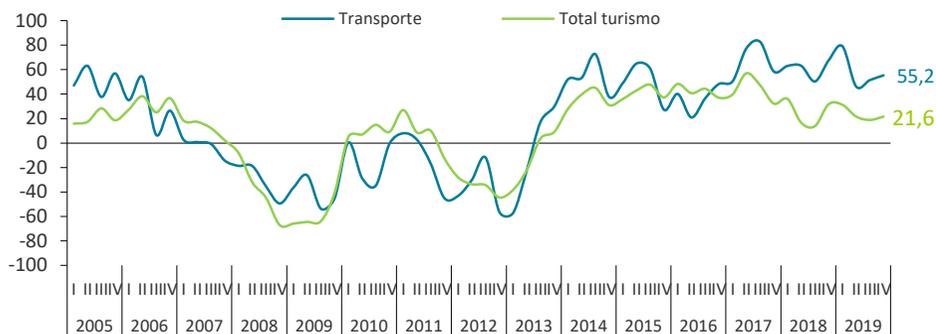
# 03 Empresas de Transporte de pasajeros

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

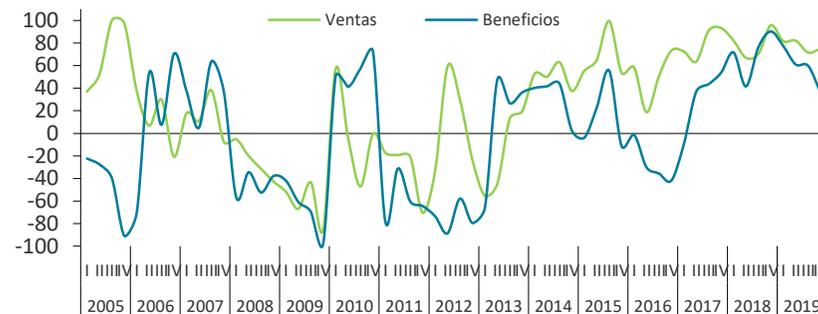
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

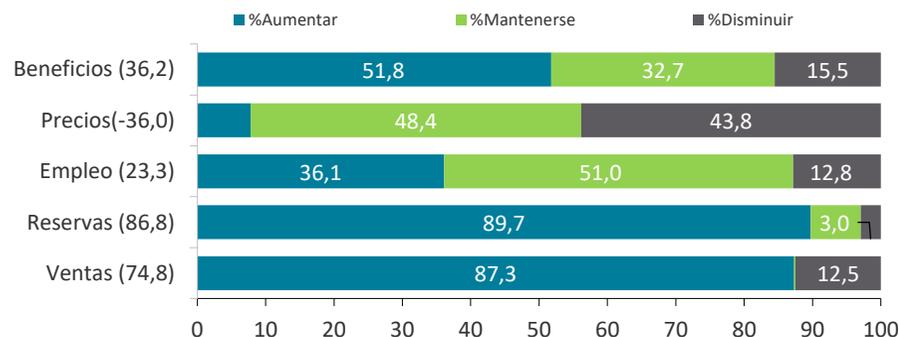


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE CUARTO trimestre de 2019

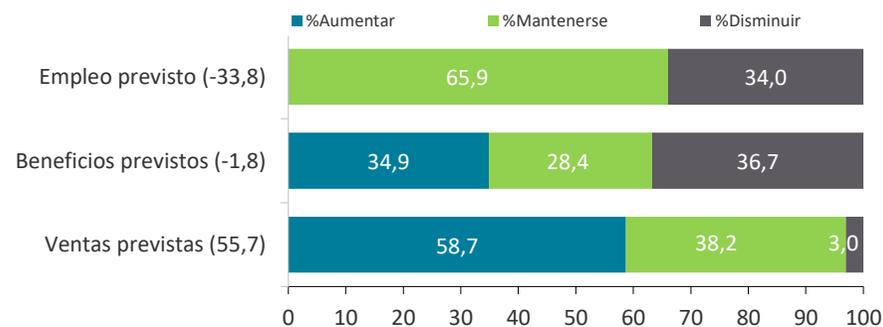
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

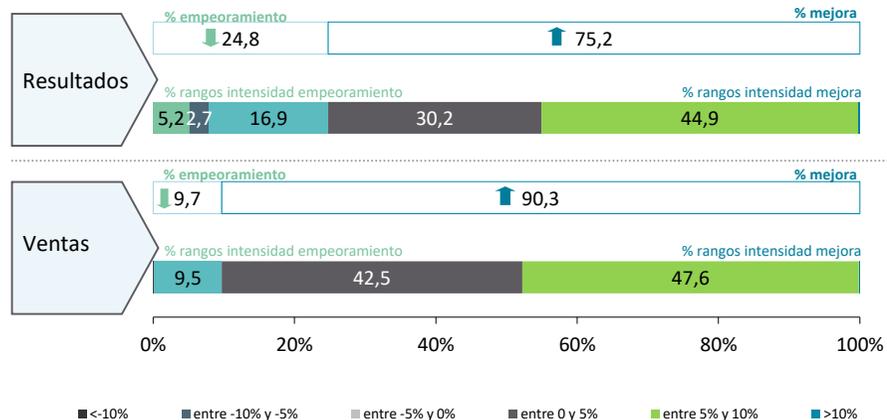
# 03 Empresas de Transporte de pasajeros

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Empresas de transporte

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

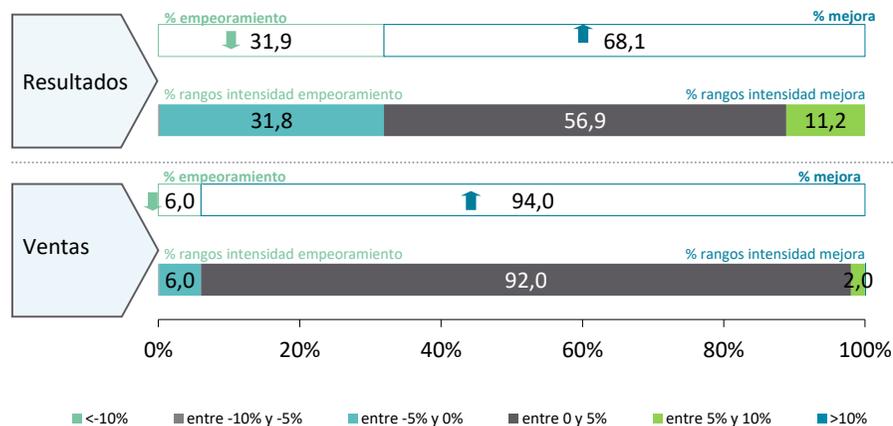


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Empresas de transporte

Var interanual % esperado en resultados y ventas

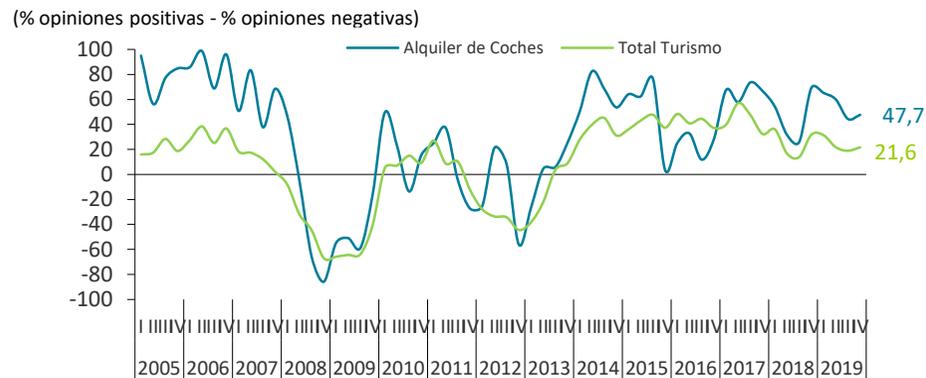
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



# 03 a. Empresas de alquiler de coches

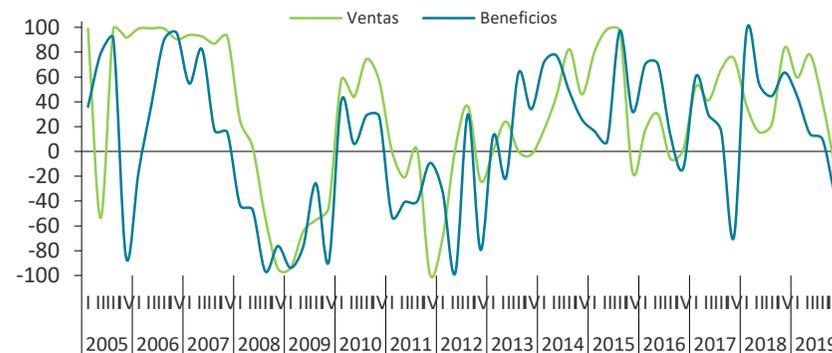
## A. Evolución temporal de la Confianza Empresarial (ICTUR\*) y principales indicadores de negocio

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



**Opinión empresarial (\*). Empresas alquiler de coches.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

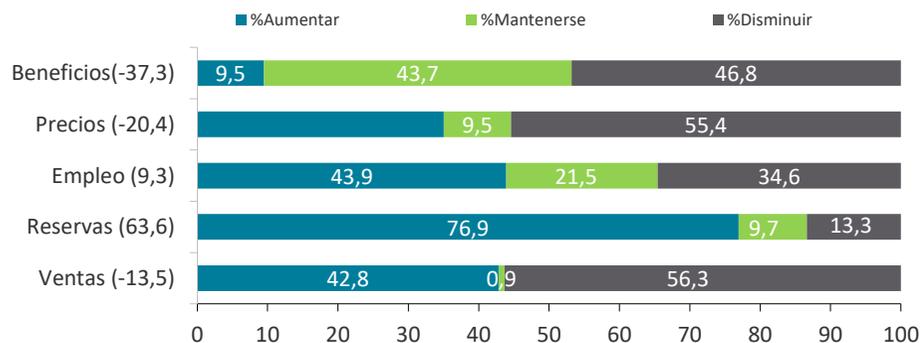


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches  
 CUARTO Trimestre de 2019**

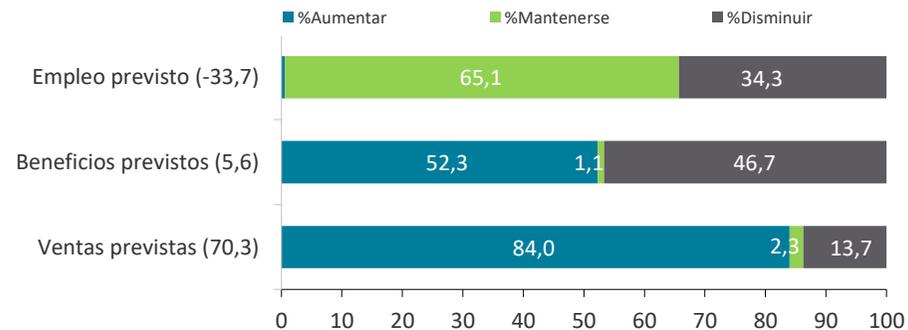
Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches  
 Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

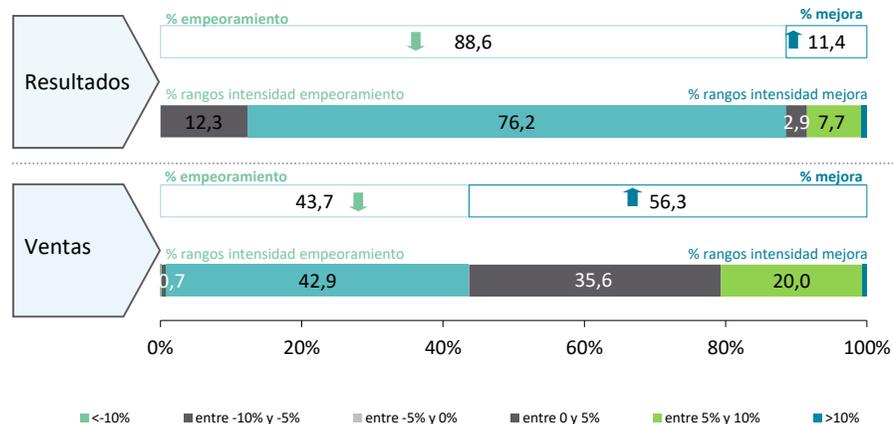
# 03 a. Empresas de alquiler de coches

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

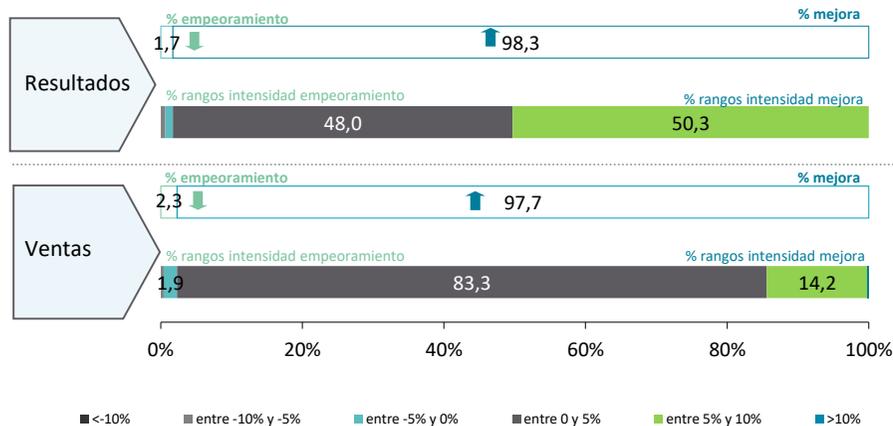


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

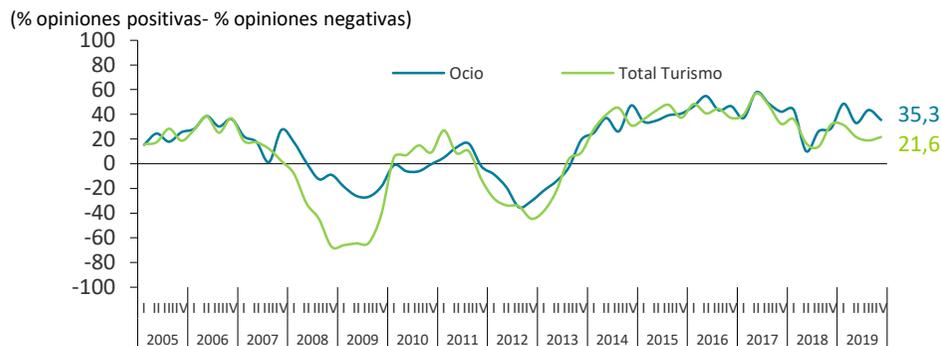


# 04 Empresas y equipamientos de ocio

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

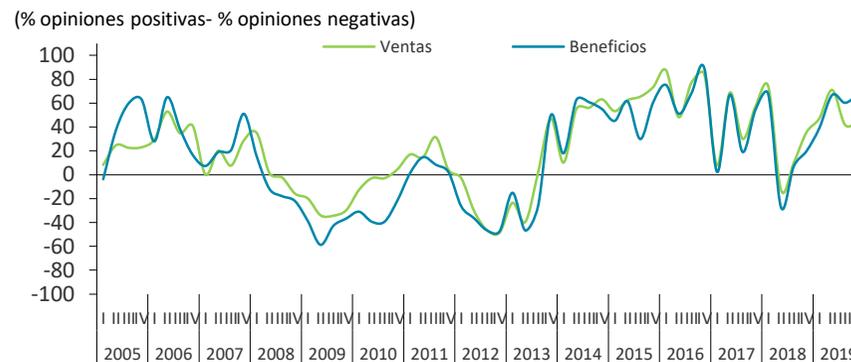
### Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Empresas y equipamientos de ocio.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



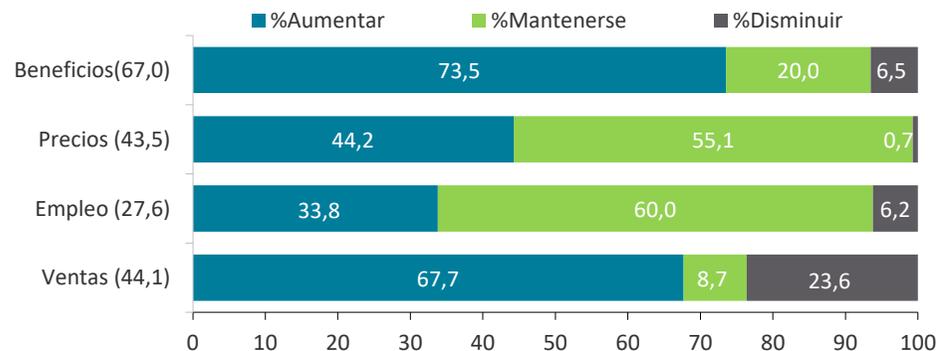
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial de las empresas y equipamientos de ocio

#### CUARTO trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

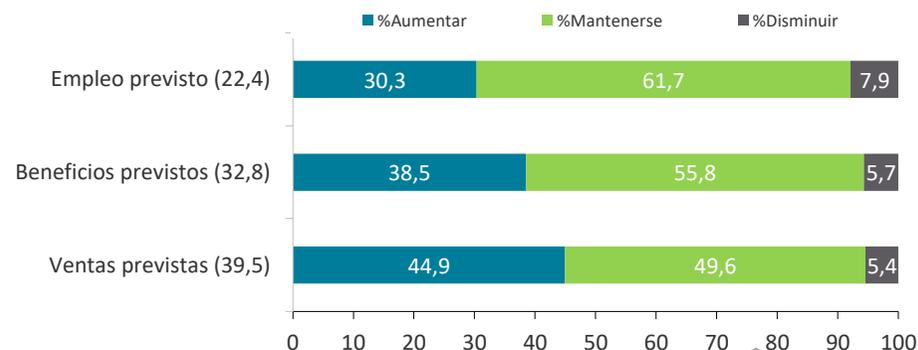


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Opinión empresarial de las Empresas y equipamientos de ocio.

#### Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

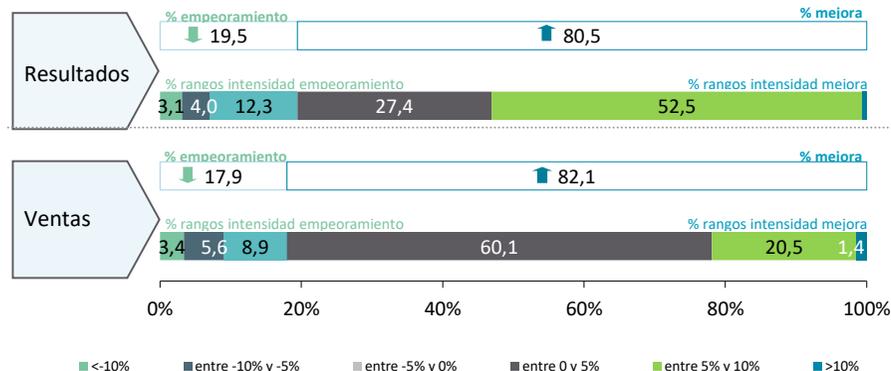
# 04 Empresas y equipamientos de ocio

## C. Balance de 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Actividades de ocio

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

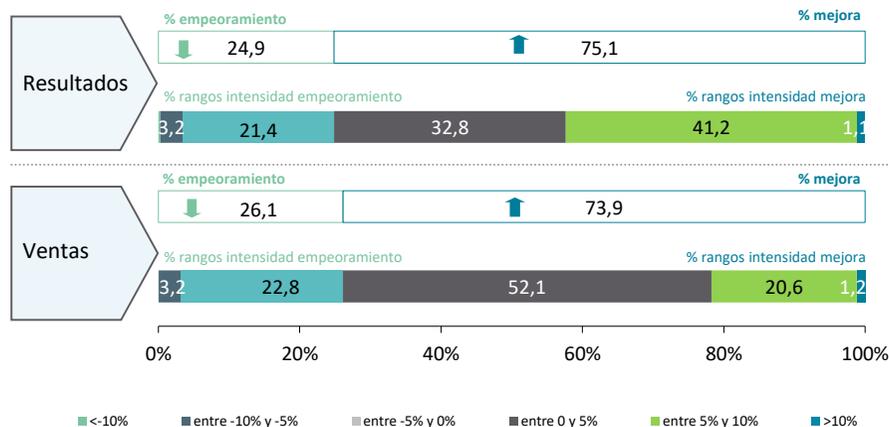


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Actividades de ocio

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

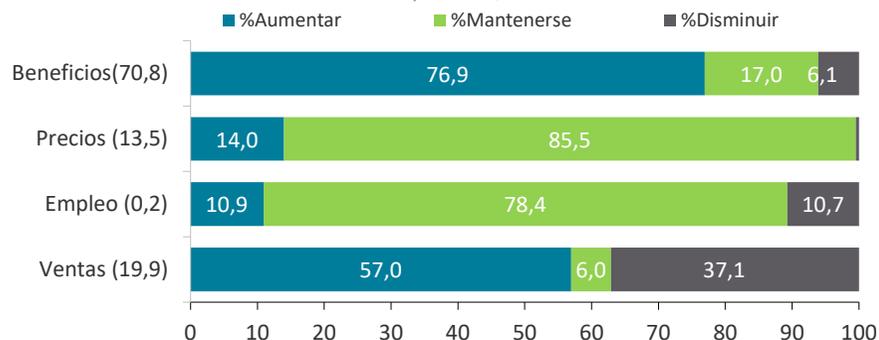


# 04 a. Museos y monumentos

## A. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. CUARTO trimestre de 2019.

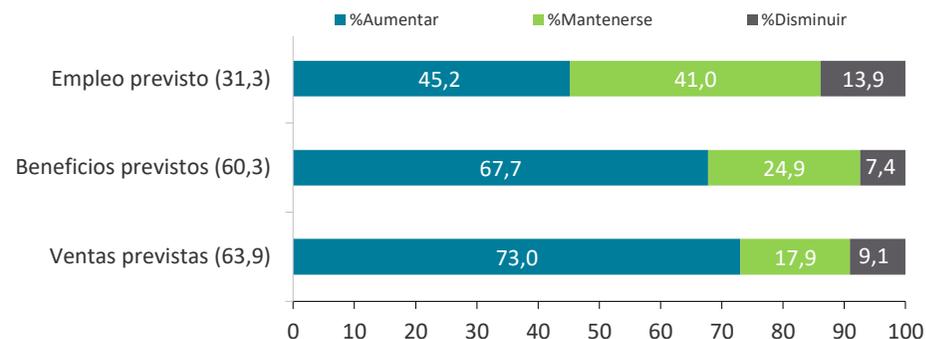
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales de Museos y Monumentos. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



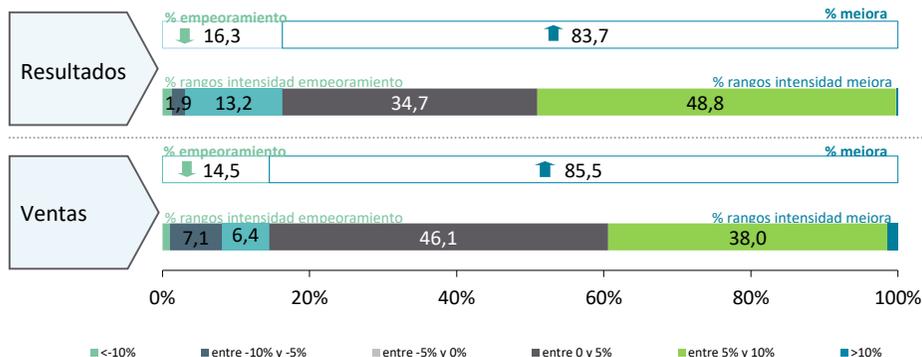
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. Balance de 2019 y previsiones para 2020

### Opiniones empresariales cierre 2019. Museos y monumentos.

Var interanual % en resultados y ventas

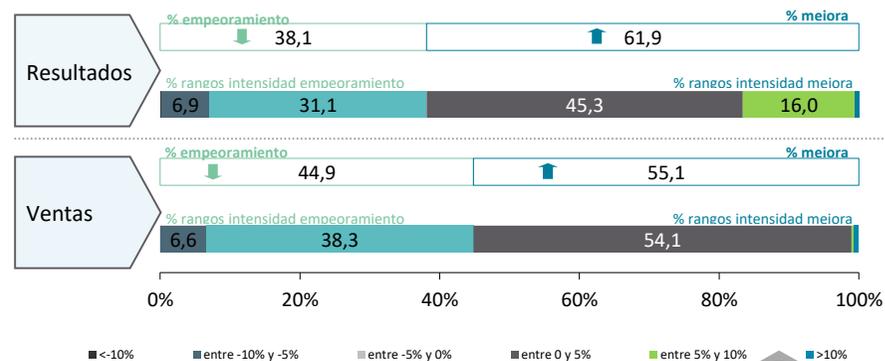
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para 2020. Museos y monumentos.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

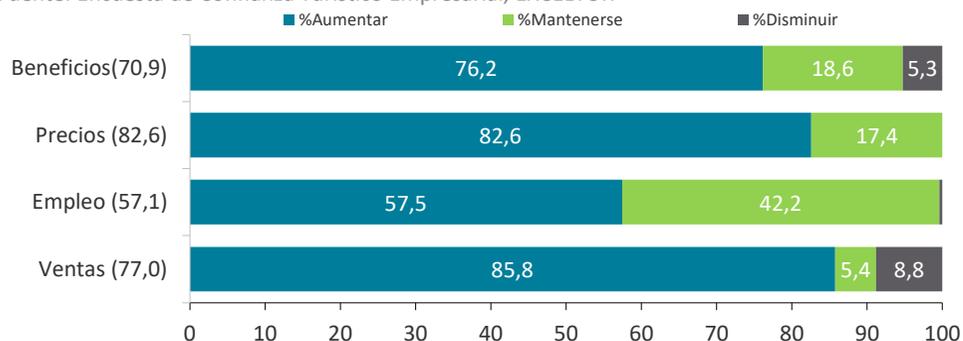


# 04 b. Parques de ocio

## A. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opiniones empresariales de los Parques de ocio. CUARTO trimestre de 2019.

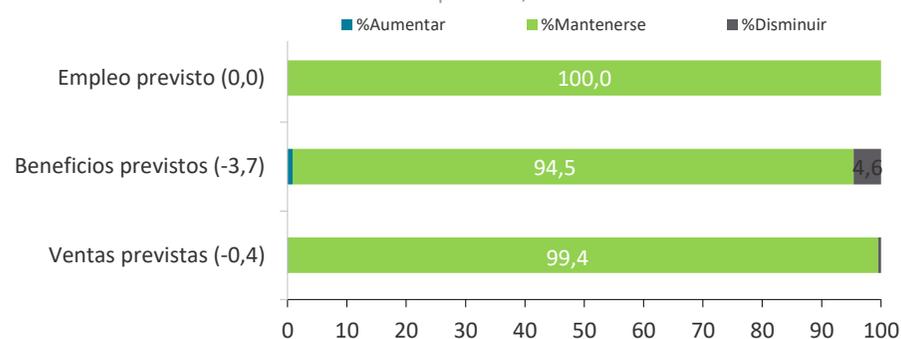
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales de los Parques de ocio. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



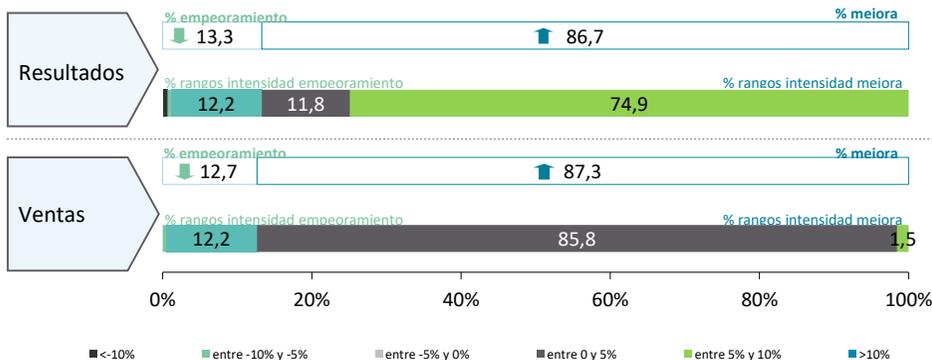
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. Balance de 2019 y previsiones para 2020

### Opiniones empresariales cierre 2019. Parques de ocio.

Var interanual % en resultados y ventas

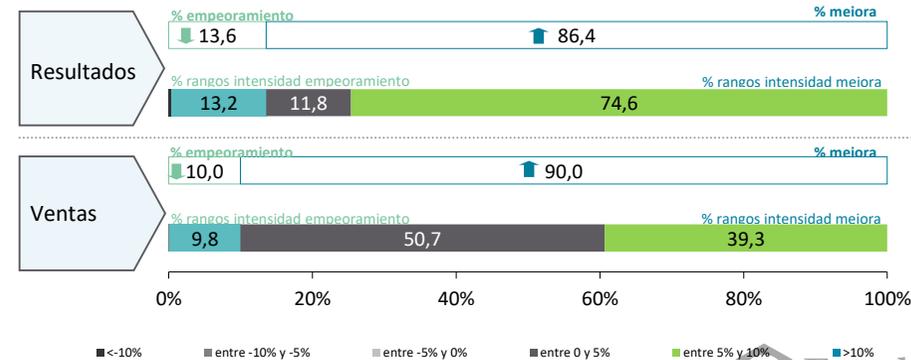
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para 2020. Parques de ocio.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

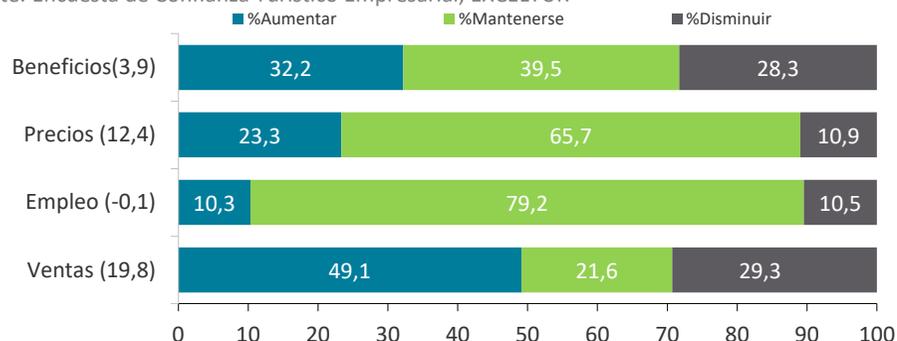


# 04 c. Campos de golf

## A. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

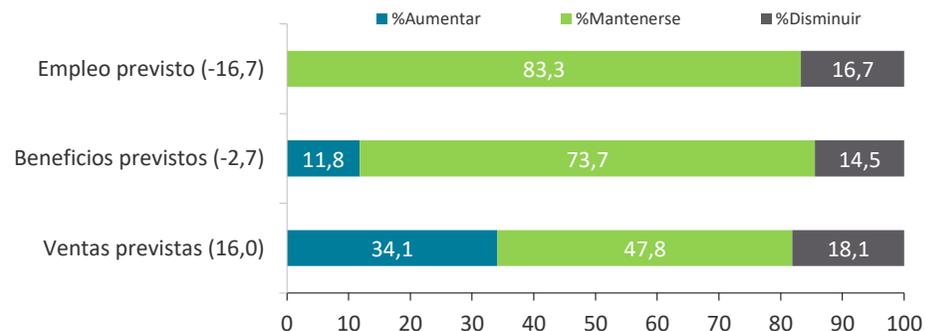
### Opiniones empresariales de los Campos de golf. CUARTO trimestre de 2019.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales de los Campos de golf. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020.



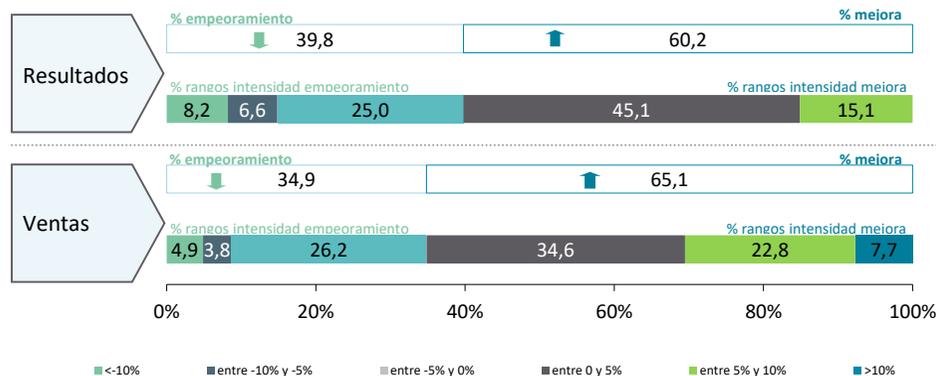
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. Balance de 2019 y previsiones para 2020

### Opiniones empresariales cierre 2019. Campos de golf.

Var interanual % en resultados y ventas

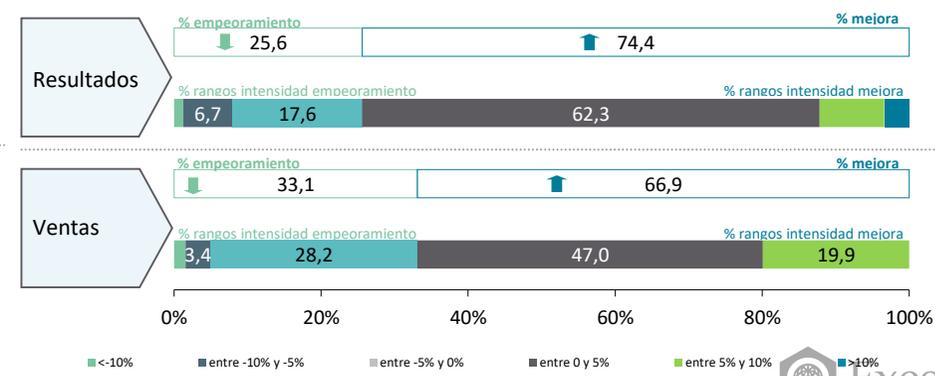
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para 2020. Campos de golf.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

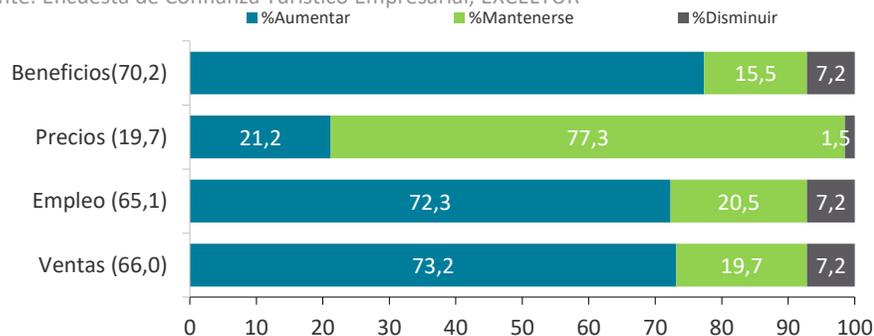


# 04 d. Estaciones de esquí

## A. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí. CUARTO trimestre de 2019.

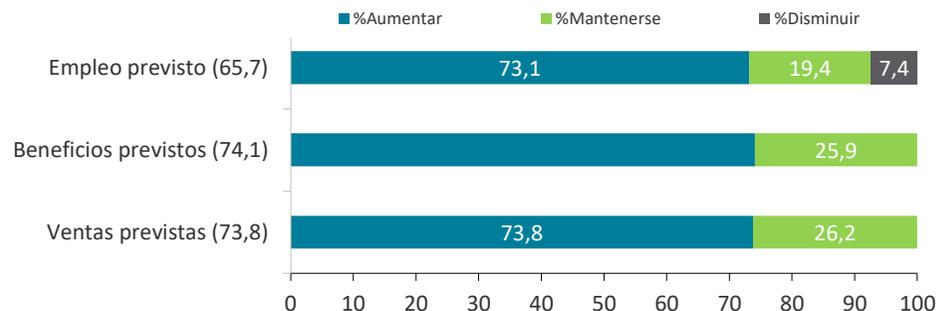
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



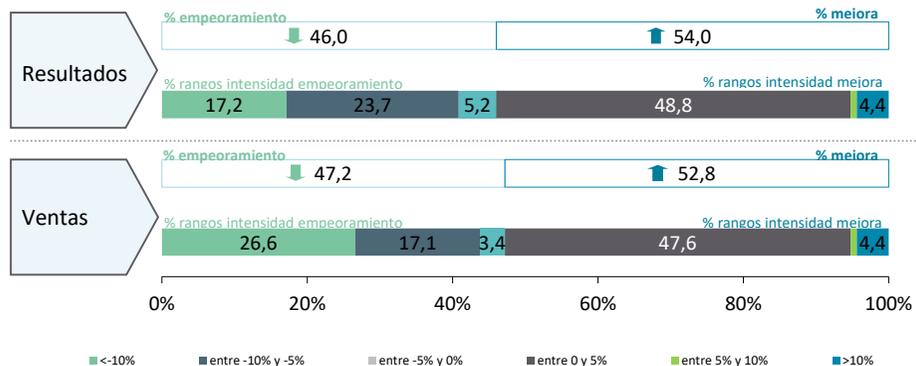
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. Balance de 2019 y previsiones para 2020

### Opiniones empresariales cierre 2019. Estaciones de montaña y esquí.

Var interanual % en resultados y ventas

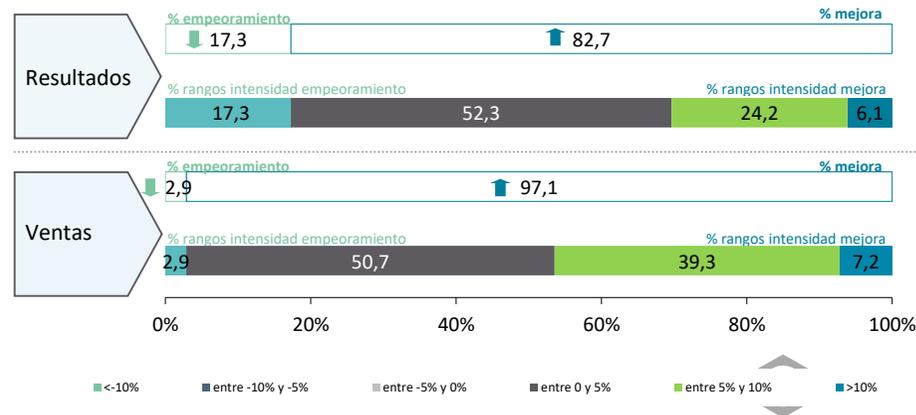
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para 2020. Estaciones de montaña y esquí.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





---

## PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

---

Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
Comunidades Autónomas

# Resumen por comunidades autónomas. Balance 2019

## A. Ventas

### Variación % de las ventas empresariales en 2019 vs 2018 por CC.AA.

% de aumento/caída en ventas en 2019 respecto 2018

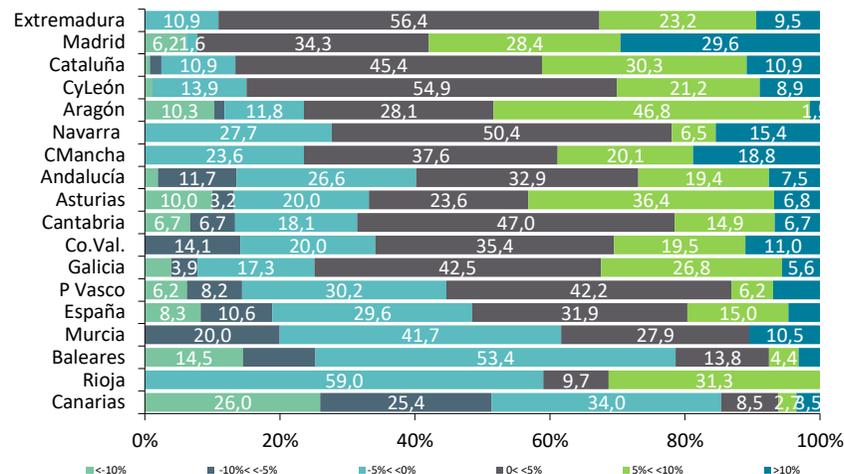
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opiniones empresariales a cierre de año sobre las ventas

Var % en ventas 2019/2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



## B. Beneficios

### Variación % de los resultados empresariales en 2019 vs 2018

% de aumento/caída en resultados en 2019 respecto 2018

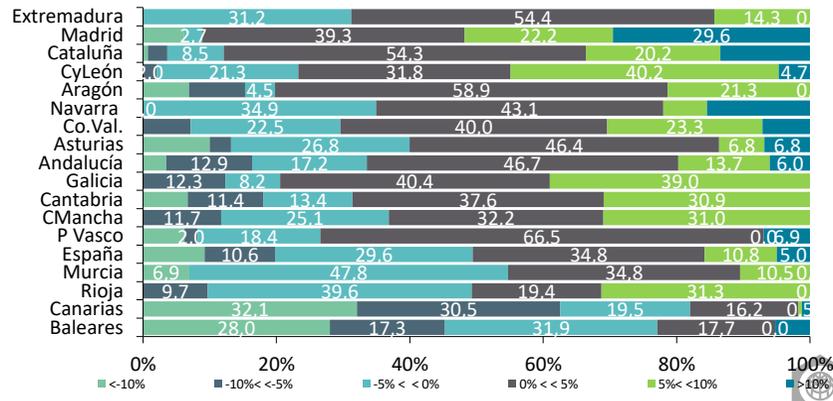
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opiniones empresariales a cierre de año sobre los resultados

Var % en resultados 2019/2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



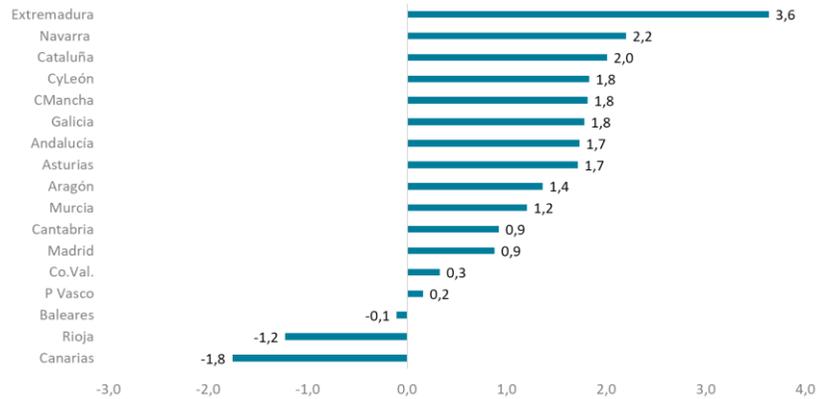
# Resumen por comunidades autónomas. Previsiones 2020

## A. Ventas

### Expectativas de las ventas en 2020 derivadas de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en ventas en 2020 respecto 2019

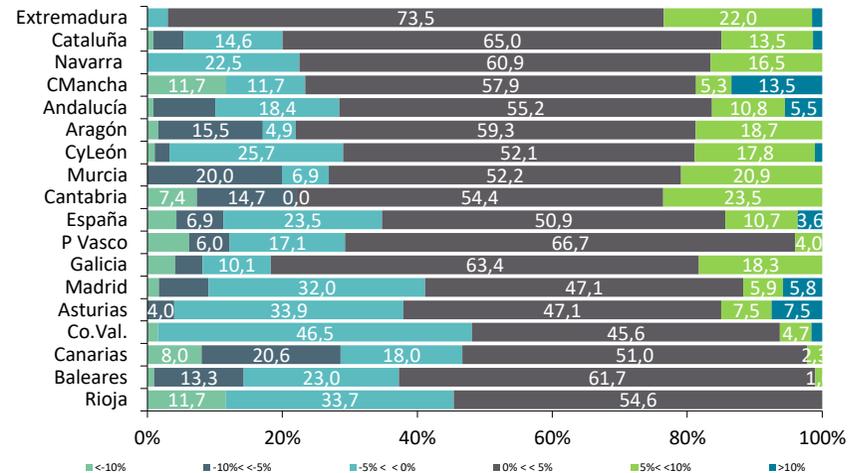
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para el año 2020

Var % en ventas 2020/2019

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



## B. Beneficios

### Expectativas de los resultados empresariales en 2020 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2020 respecto 2019

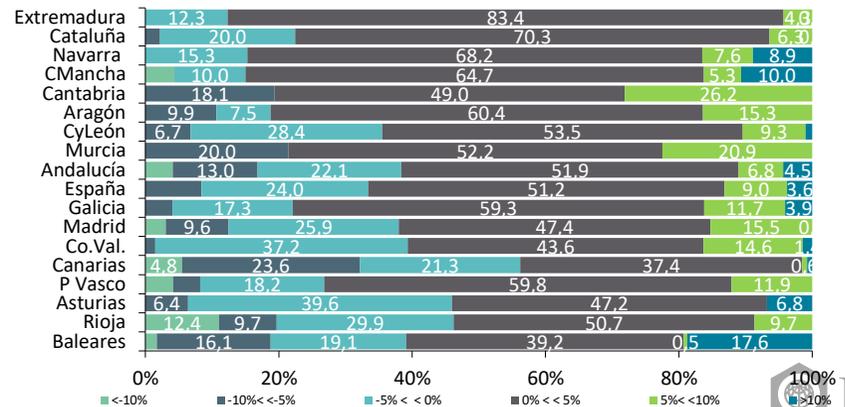
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para el año 2020

Var % en resultados 2020/2019

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

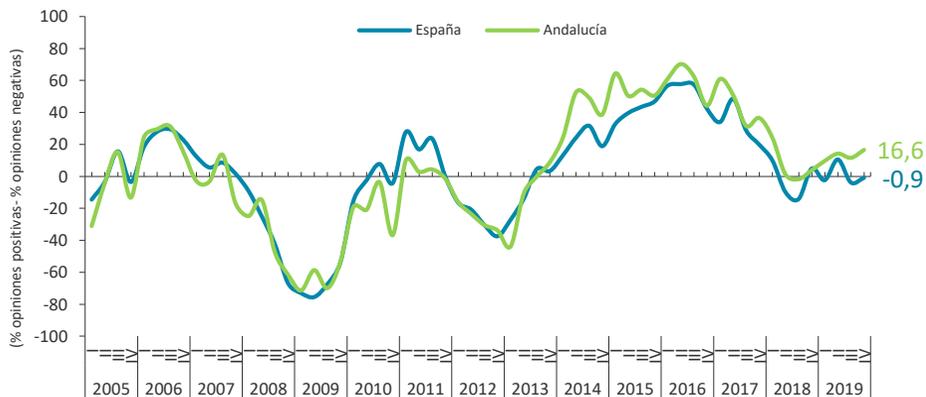


# 01 Andalucía

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

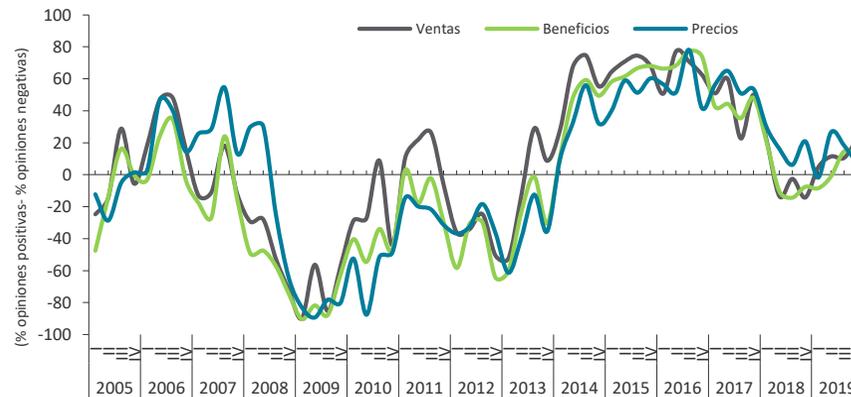
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Andalucía.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

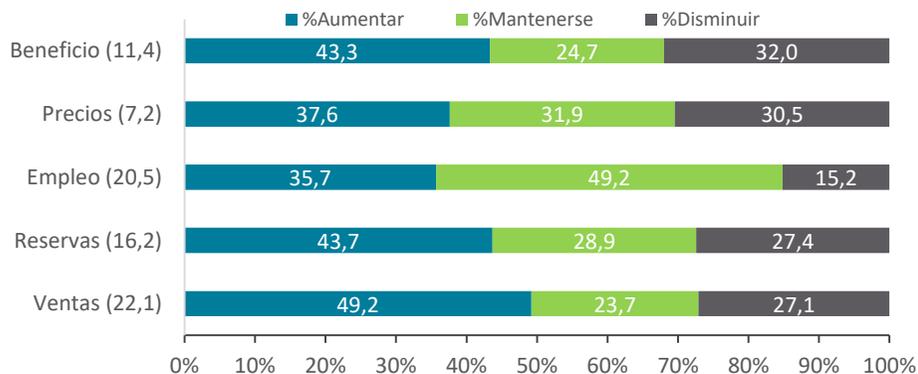


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

#### CUARTO trimestre 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

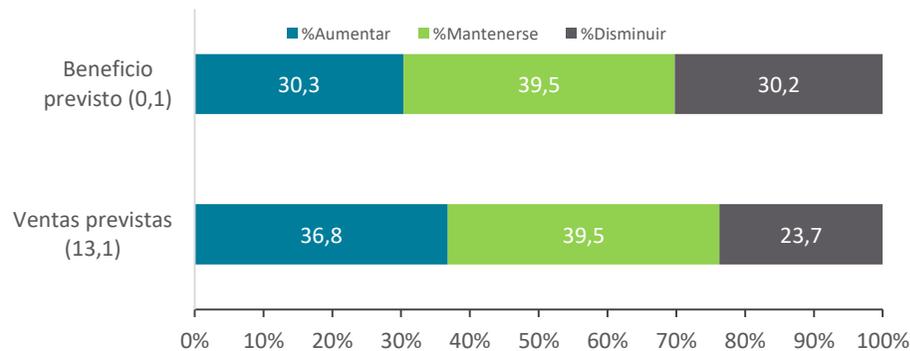


Los (I) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

#### Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

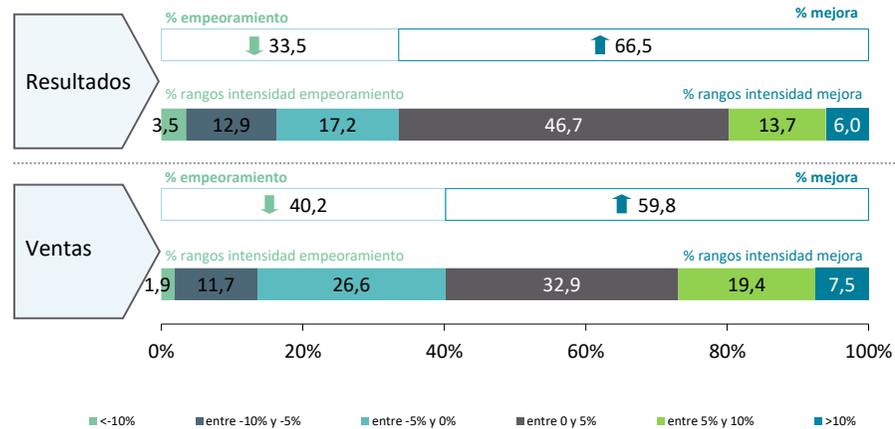
# 01 Andalucía

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Andalucía. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

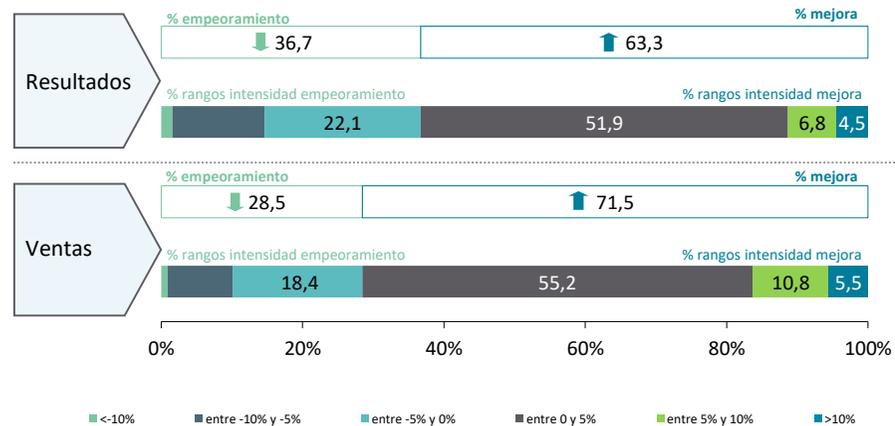


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Andalucía. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

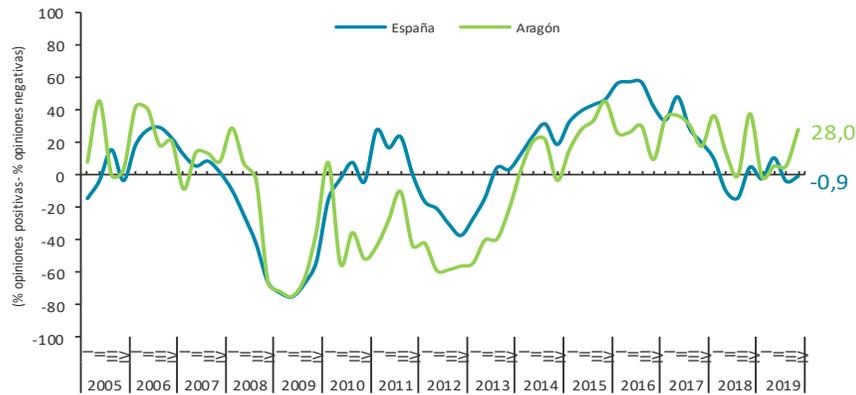


# 02 Aragón

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

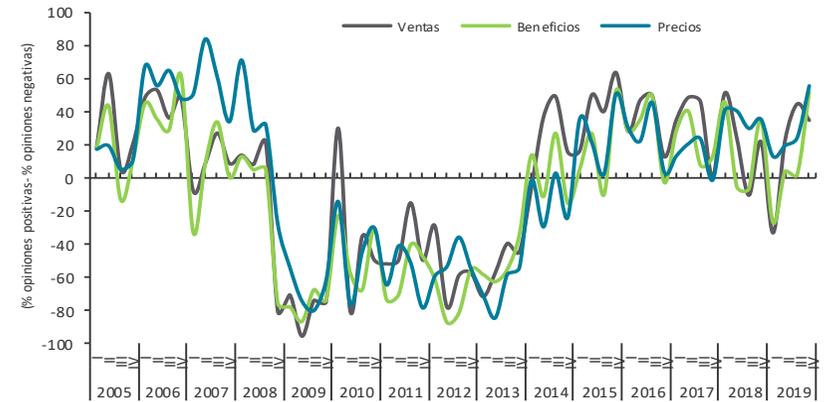
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Aragón.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

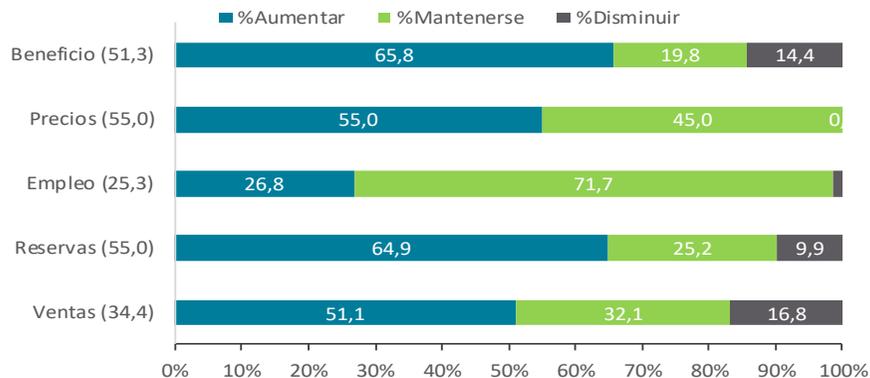


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

#### CUARTO trimestre 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

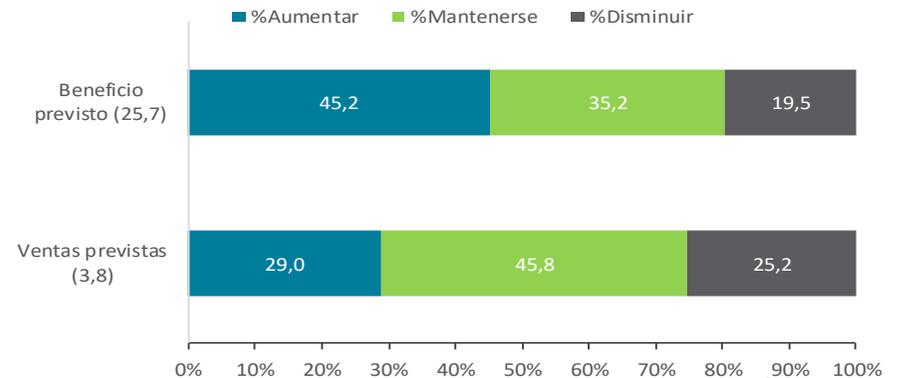


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

#### Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

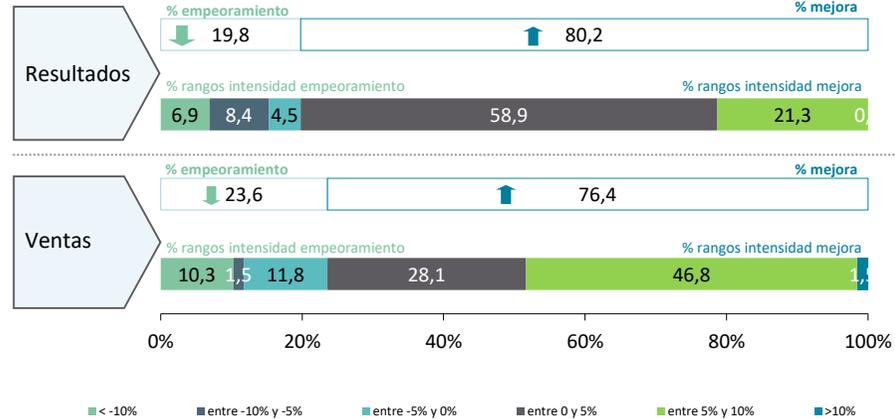
# 02 Aragón

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

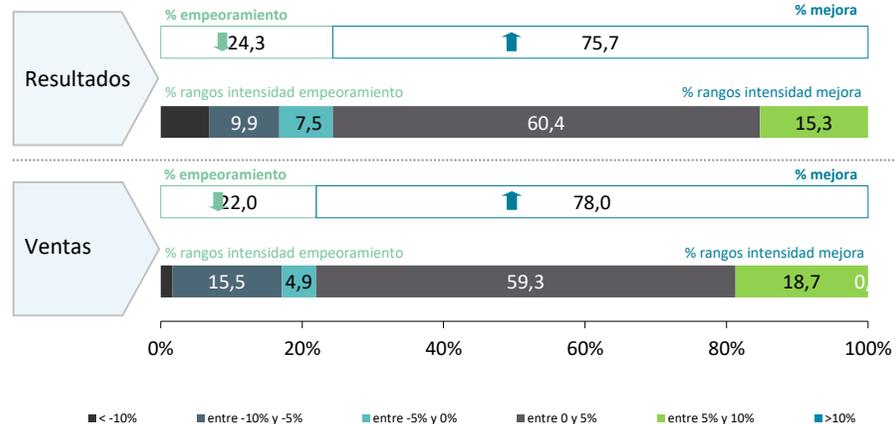


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

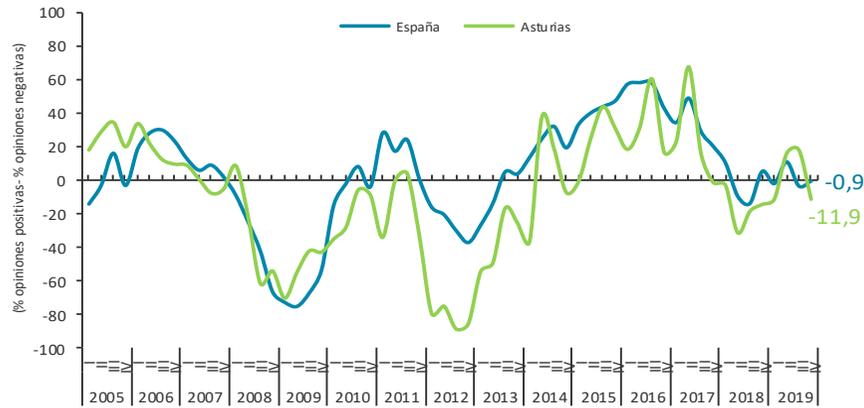


# 03 Asturias

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

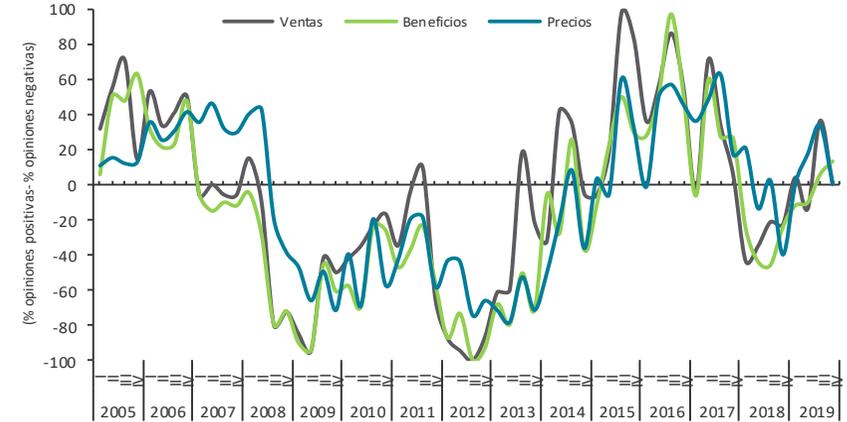
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Asturias.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

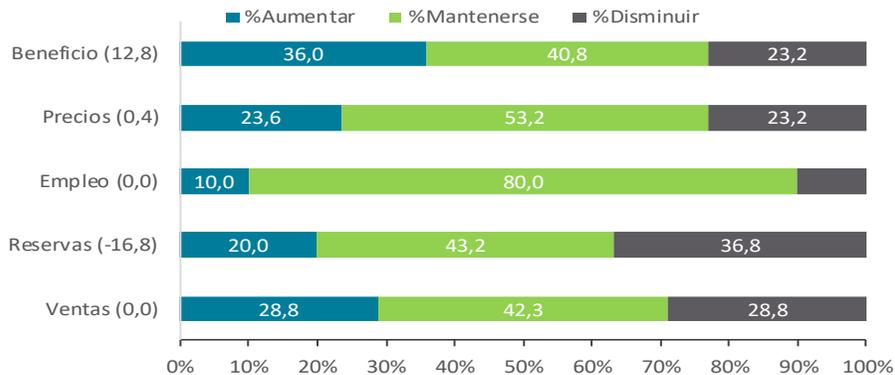
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

**Opinión empresarial en Asturias (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019**

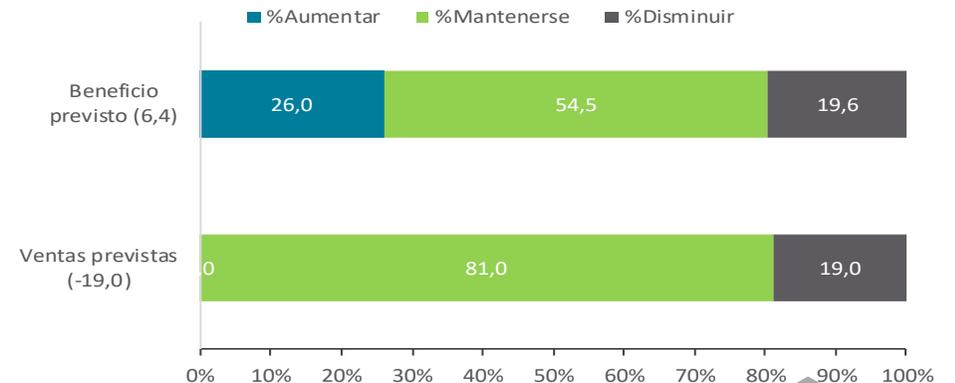
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

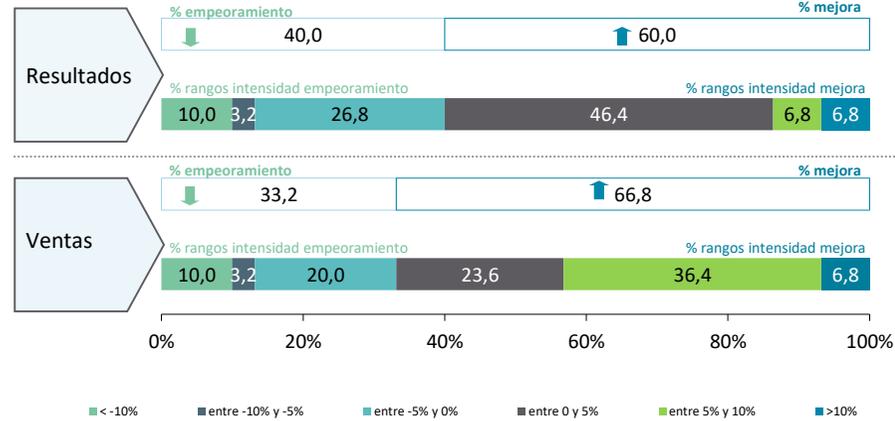
# 03 Asturias

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

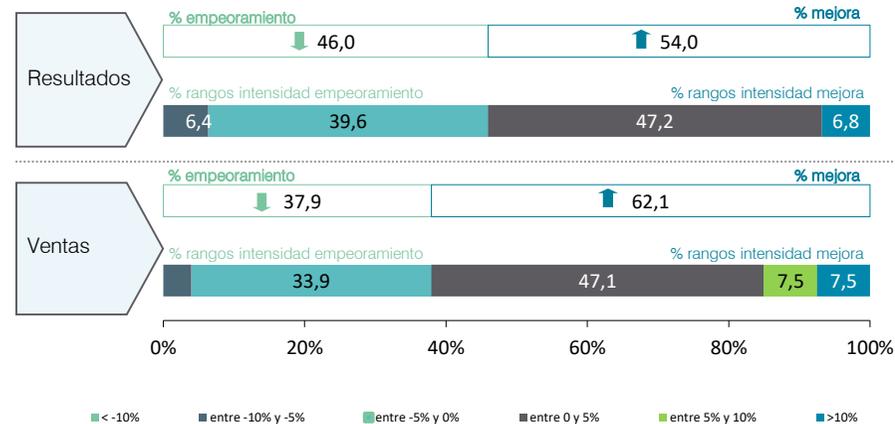


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

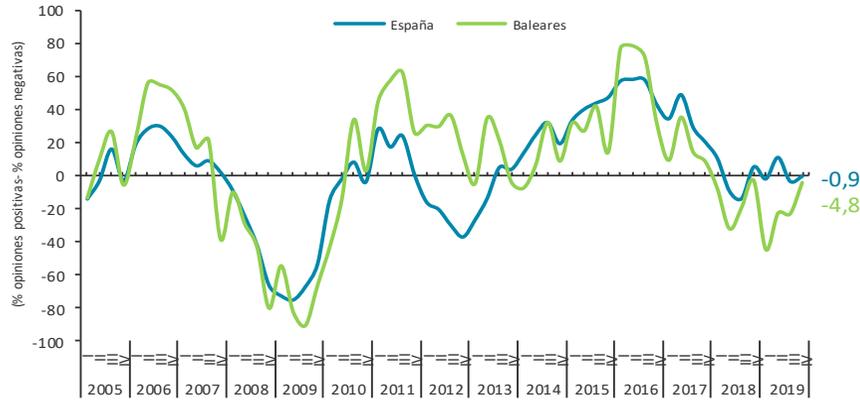


# 04 Baleares

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

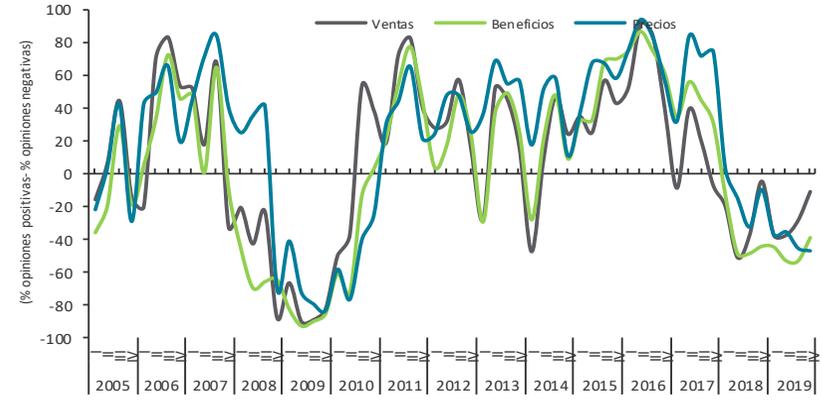
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Baleares.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

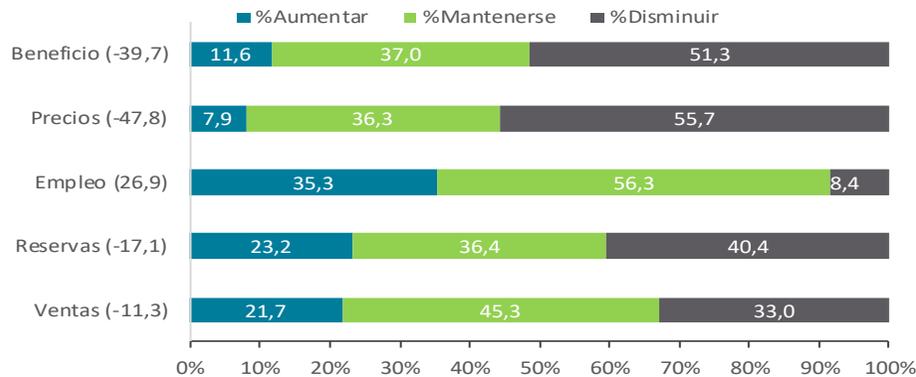
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

**Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019**

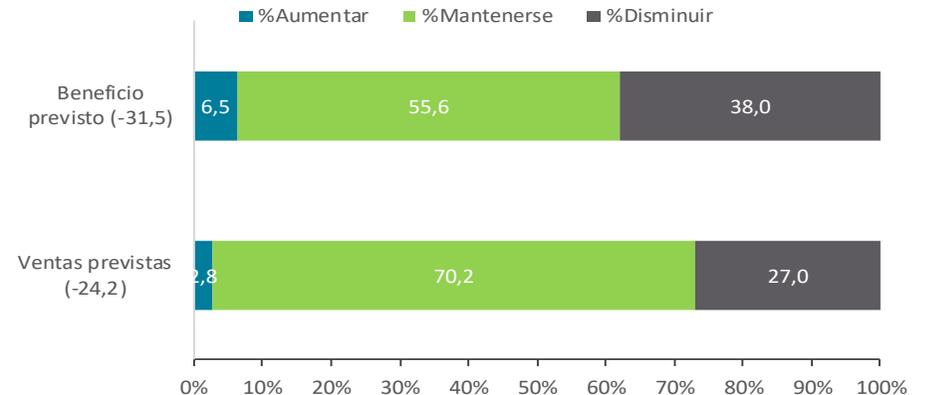
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

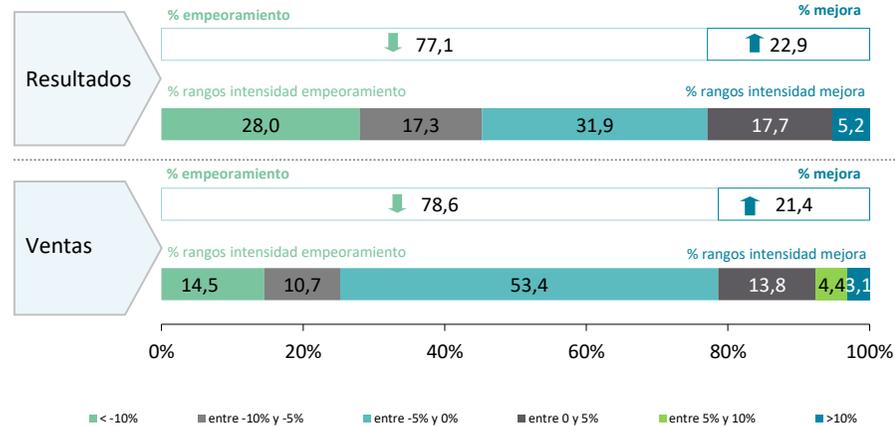
# 04 Baleares

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

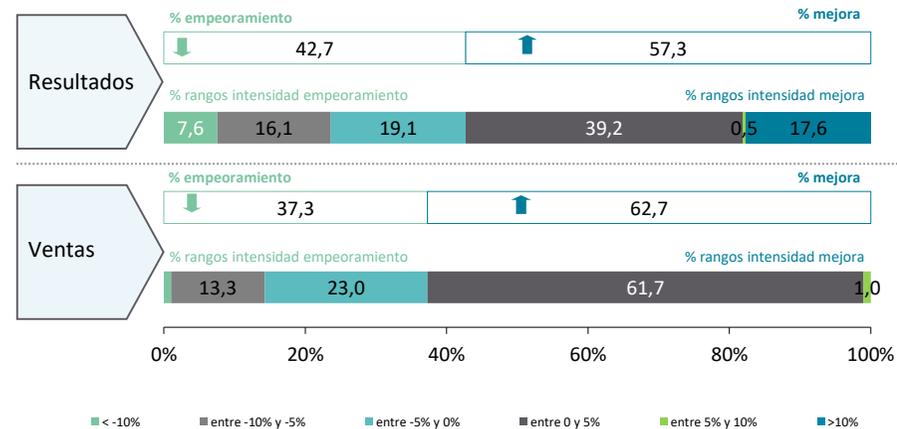


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

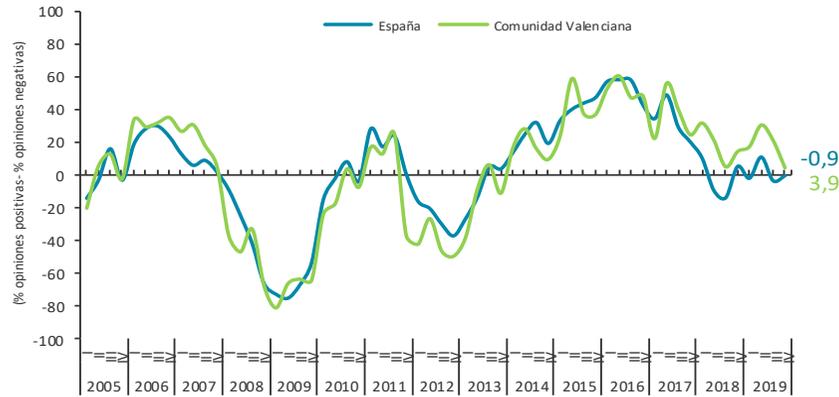


# 05 Comunidad Valenciana

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

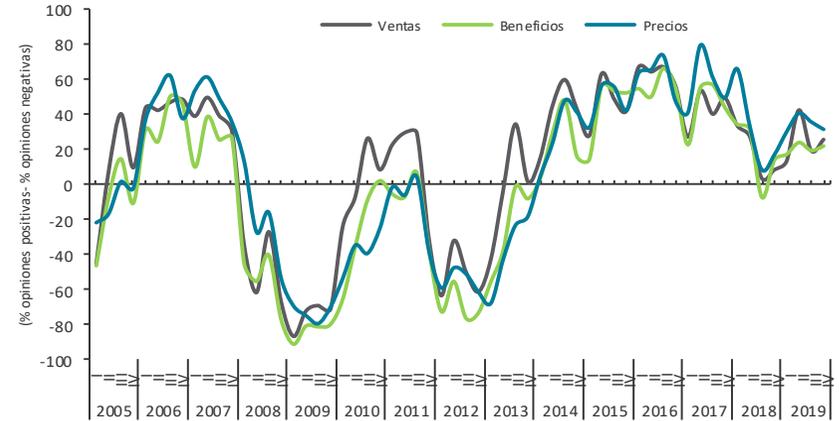
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

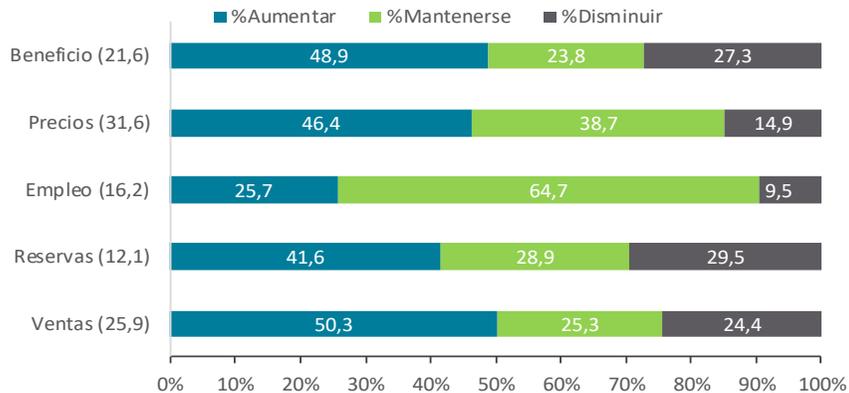
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

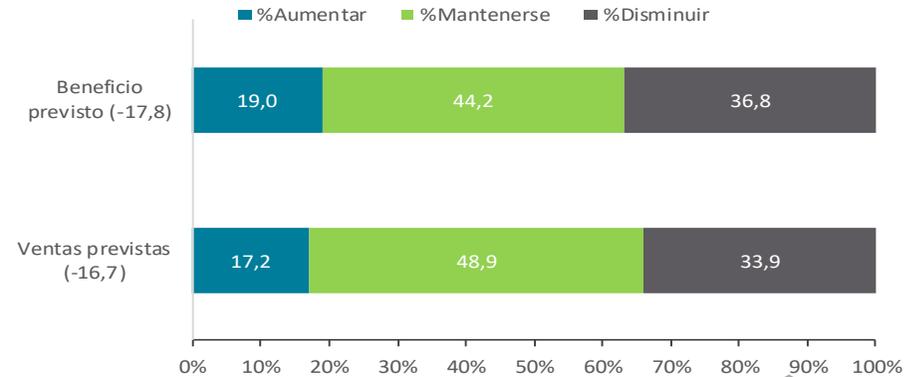
### Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

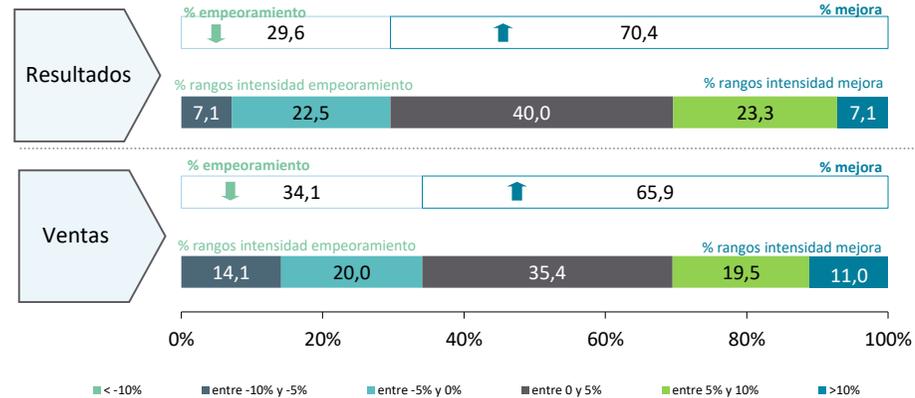
# 05 Comunidad Valenciana

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

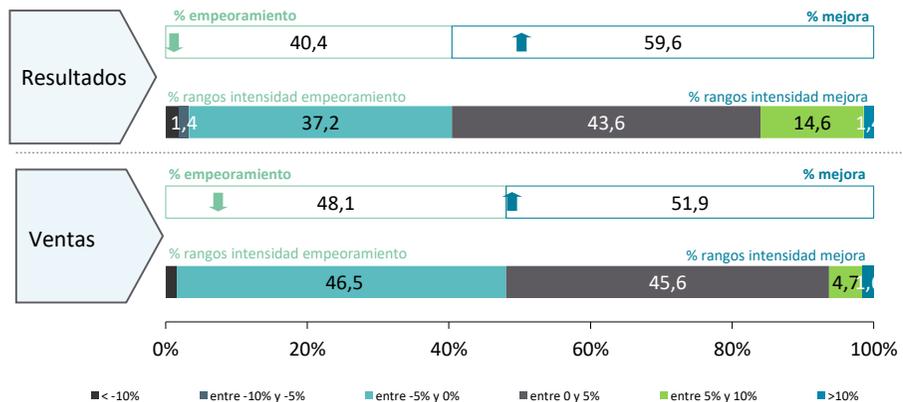


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

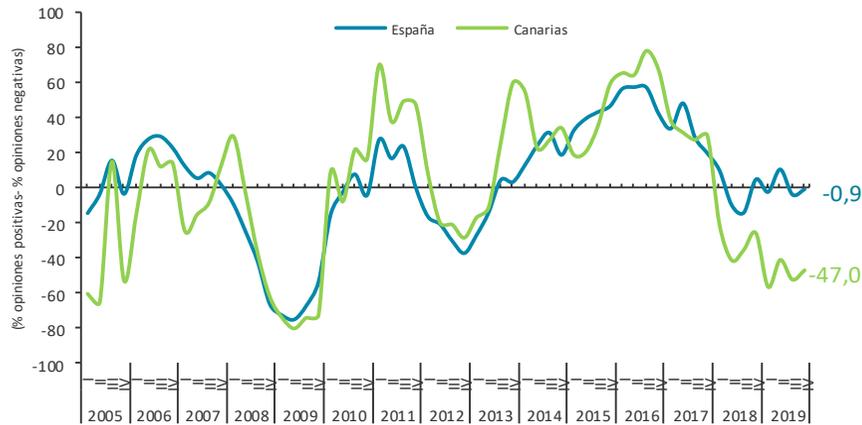


# 06 Canarias

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

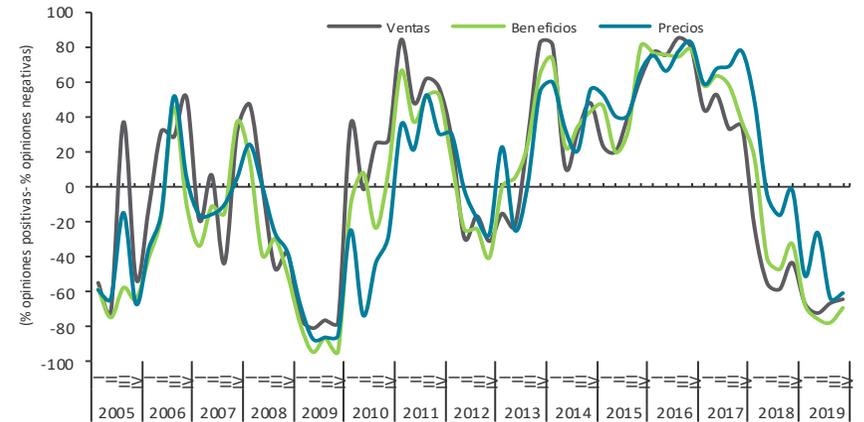
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Canarias.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

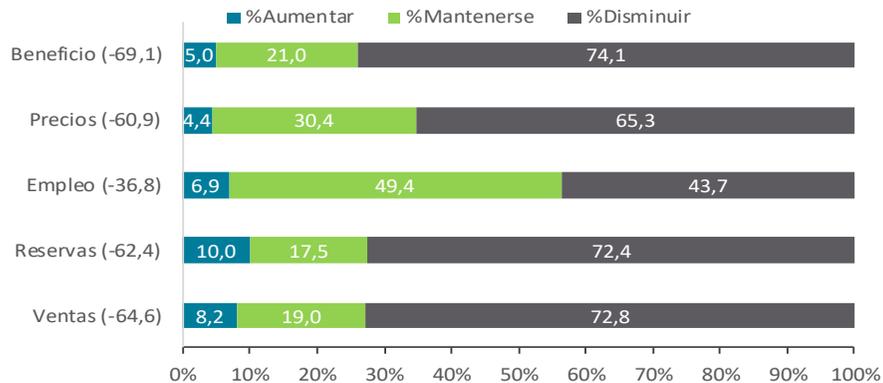


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

#### CUARTO trimestre 2019

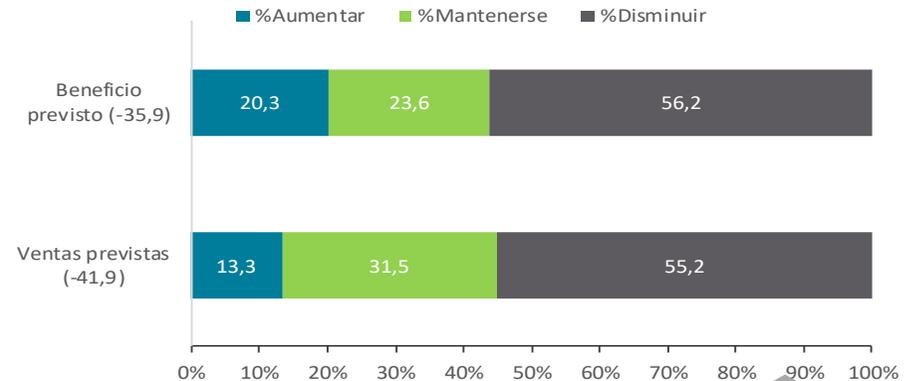
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

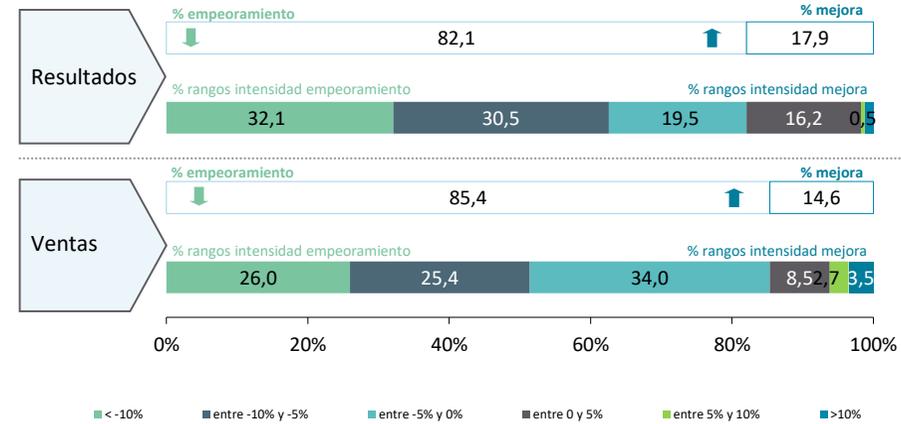
# 06 Canarias

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

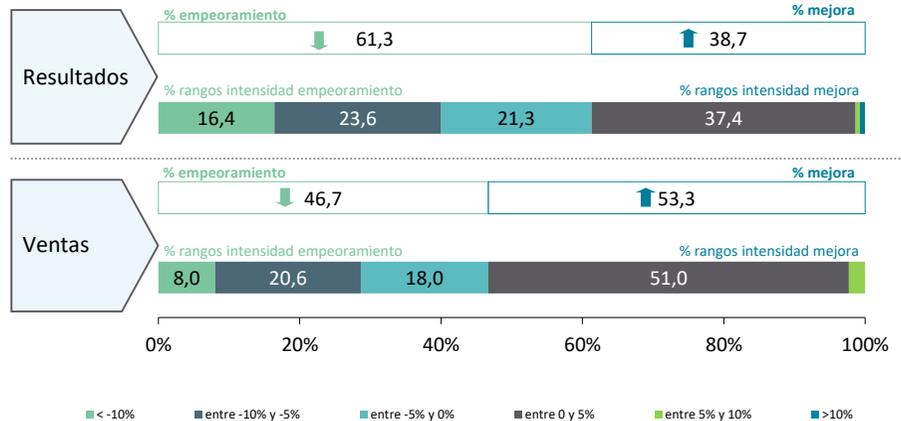


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

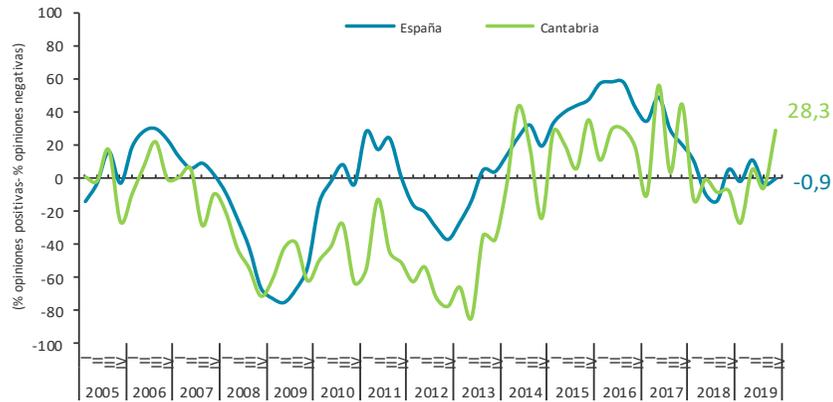


# 07 Cantabria

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

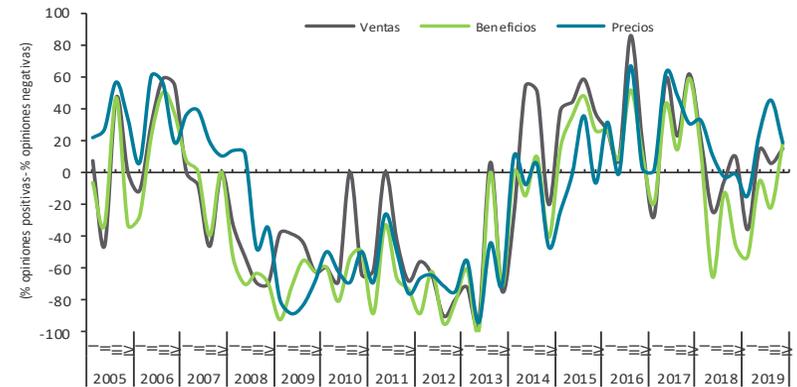
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

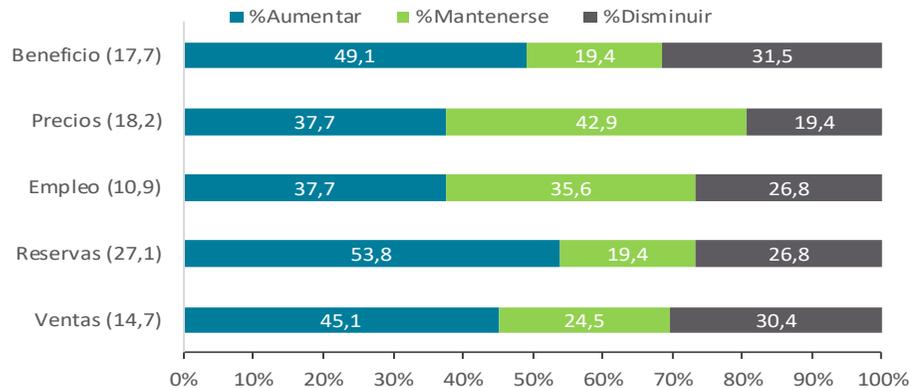


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

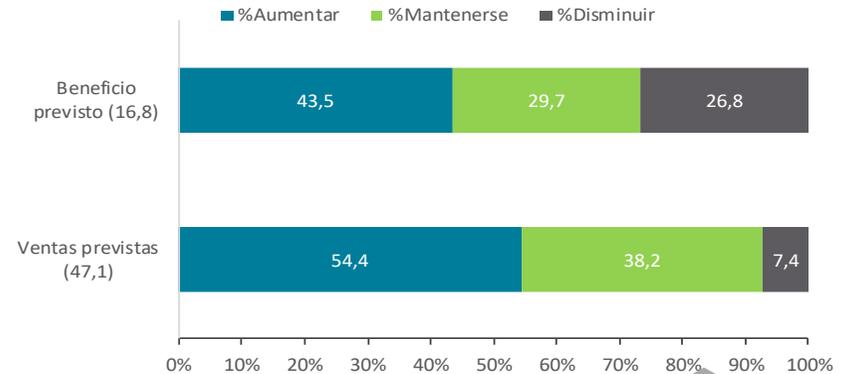
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

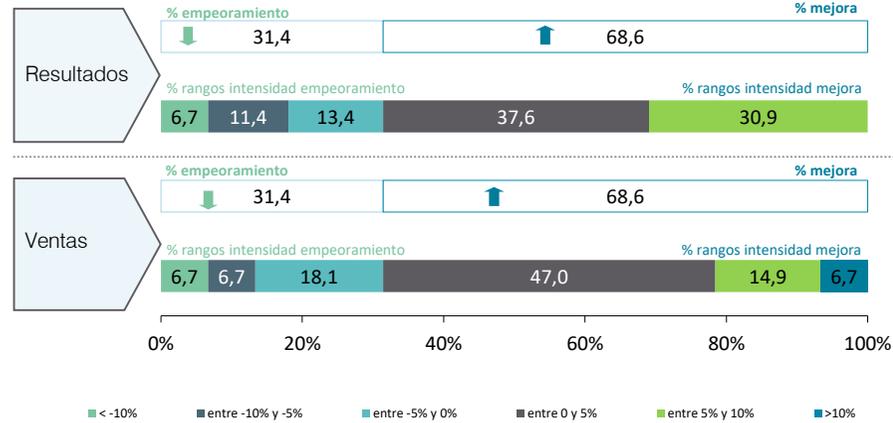
# 07 Cantabria

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

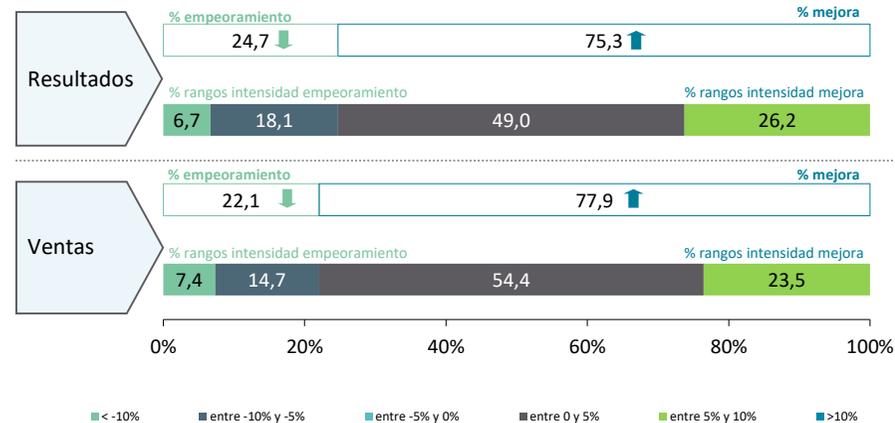


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

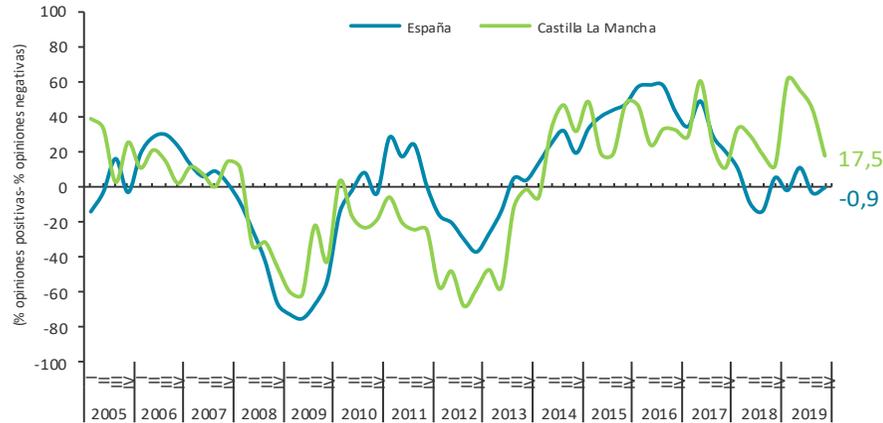


# 08 Castilla La Mancha

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

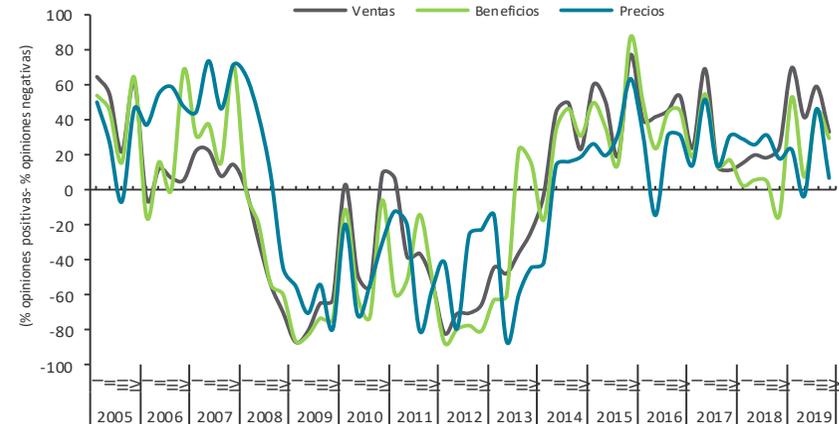
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla La Mancha.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

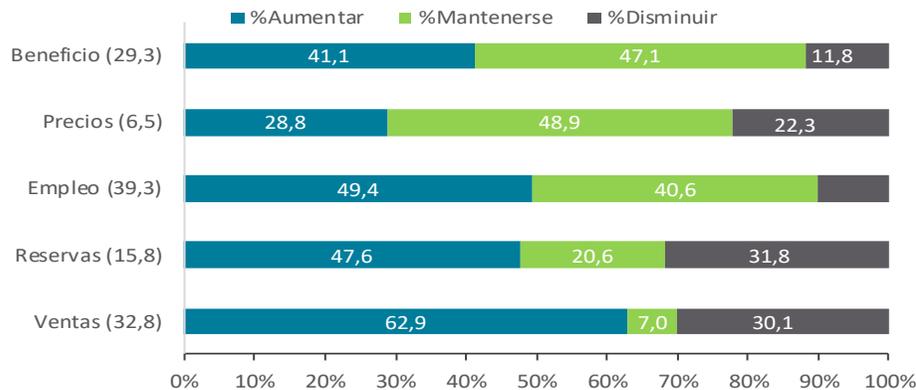
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial en Castilla La Mancha (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019

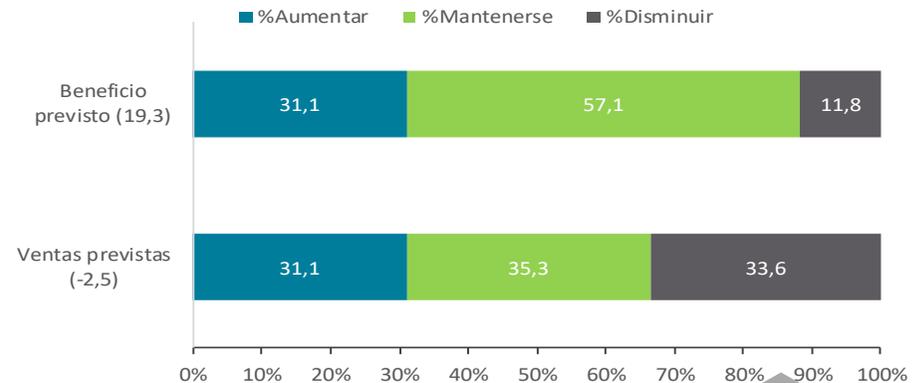
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



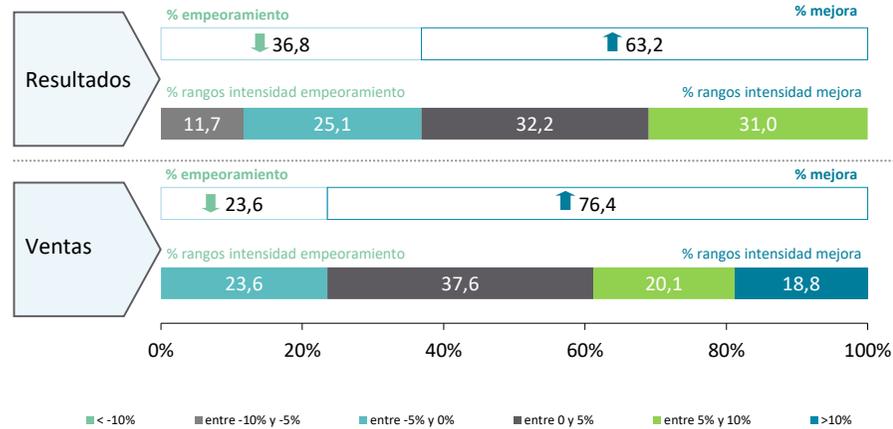
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

# 08 Castilla La Mancha

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

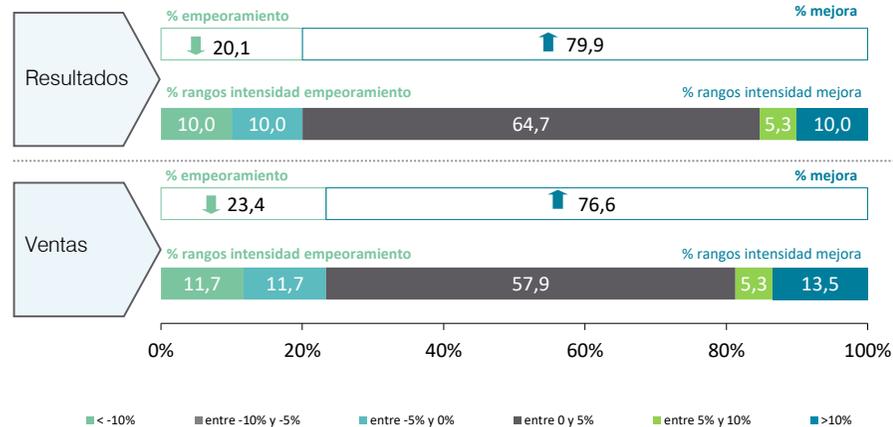
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



# 09 Castilla y León

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

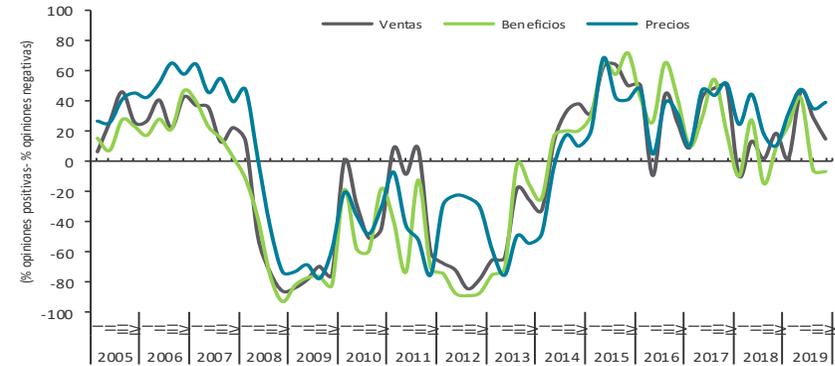
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

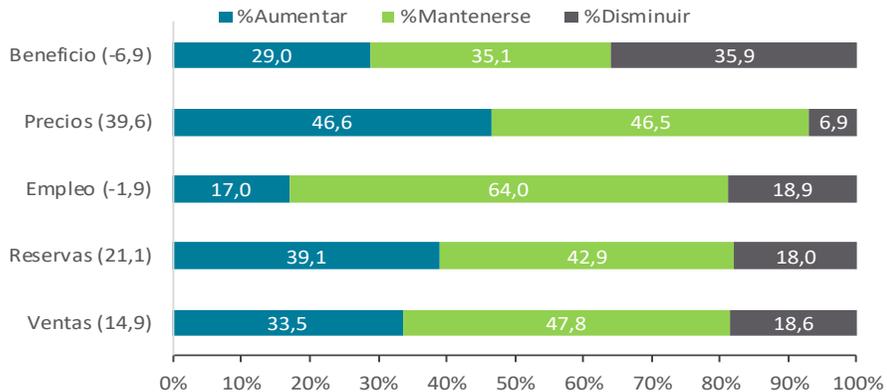


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

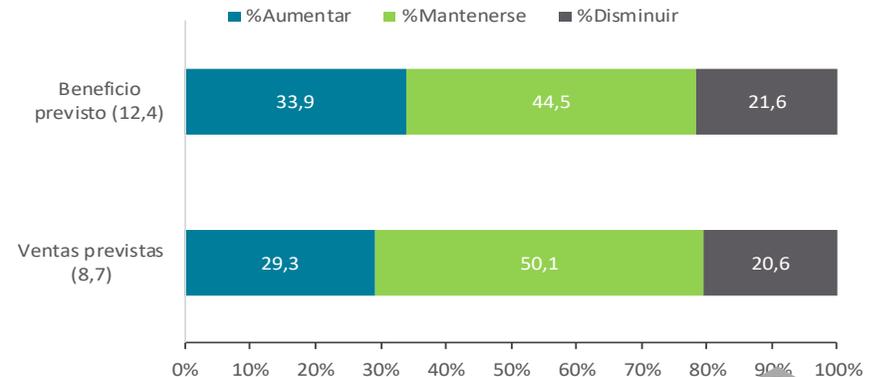
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

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

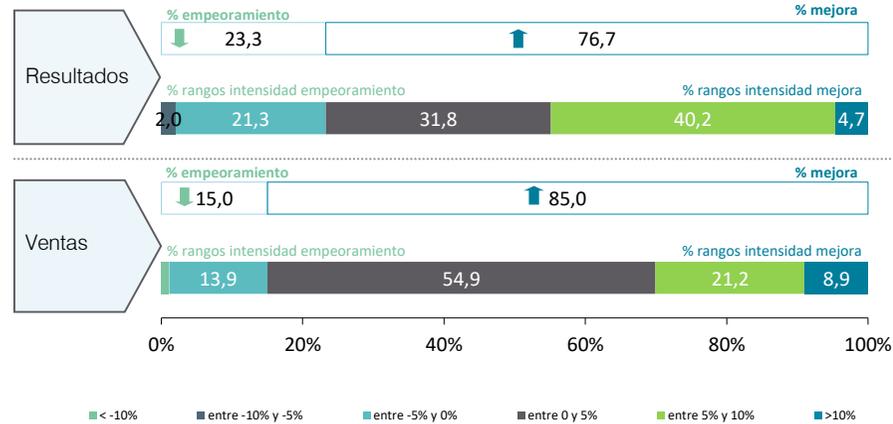
# 09 Castilla y León

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

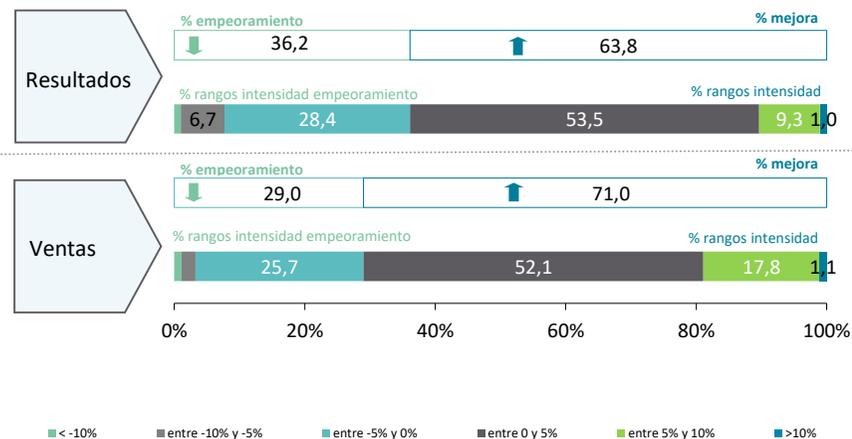


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

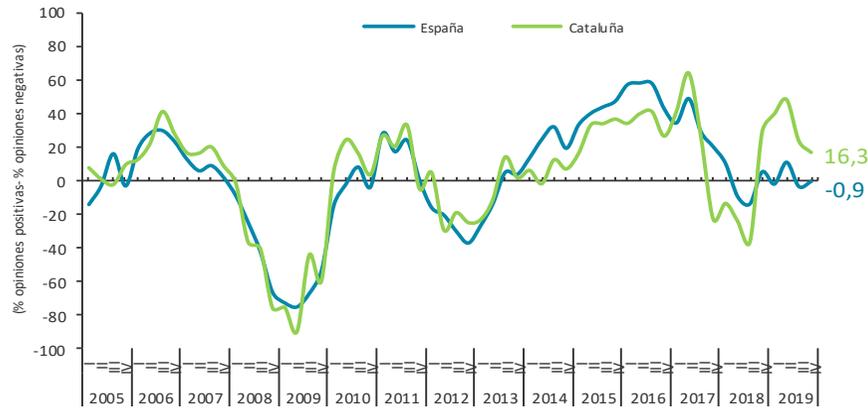


# 10 Cataluña

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

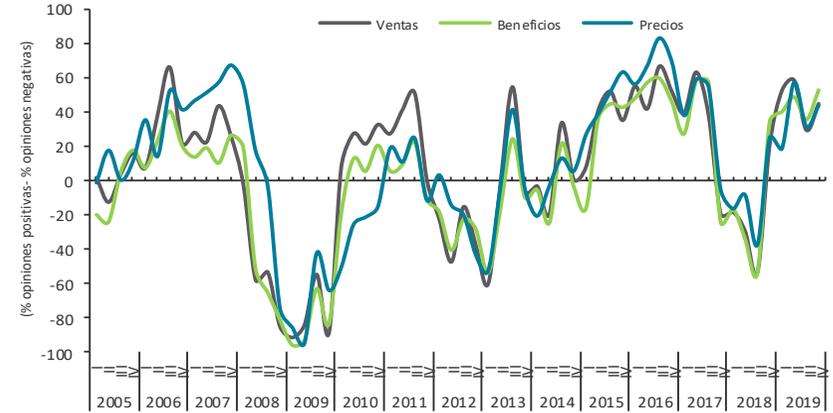
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

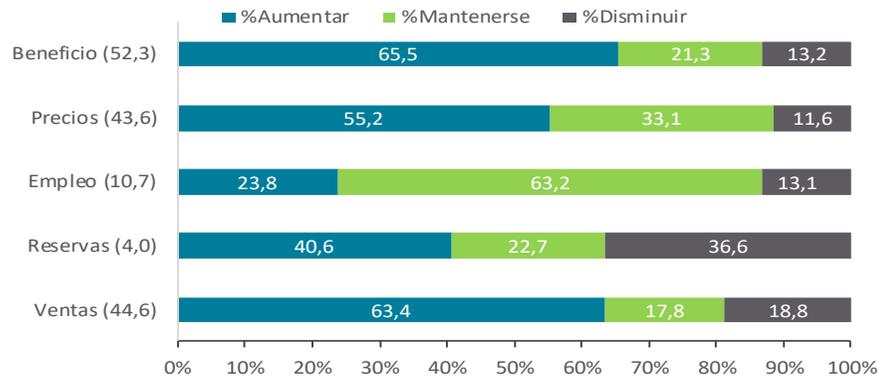
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019

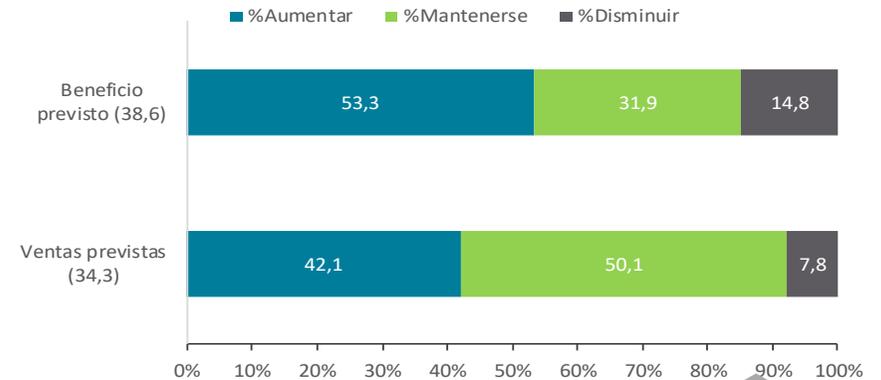
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opinión empresarial en Cataluña (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



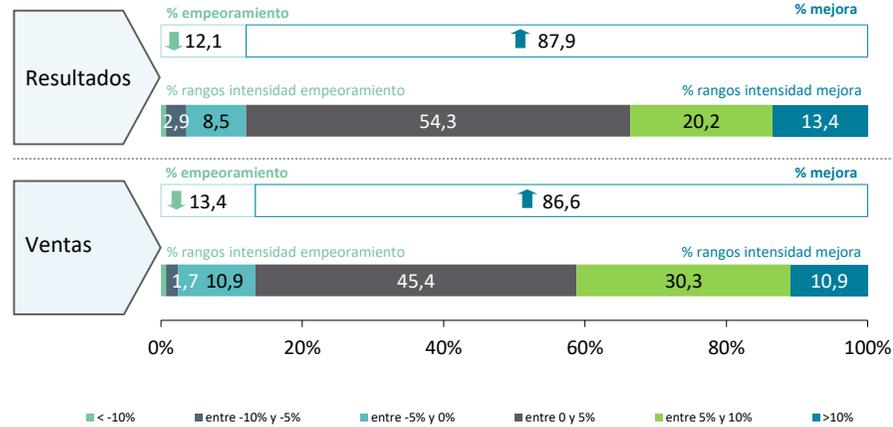
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

# 10 Cataluña

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Cataluña Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

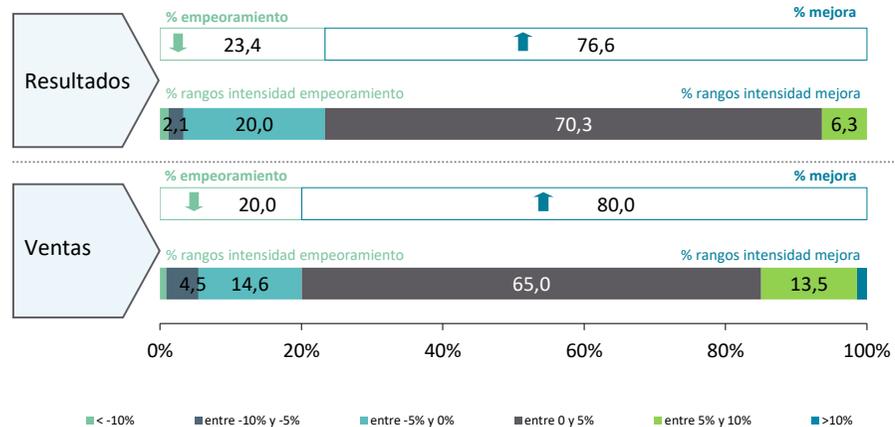
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Cataluña Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

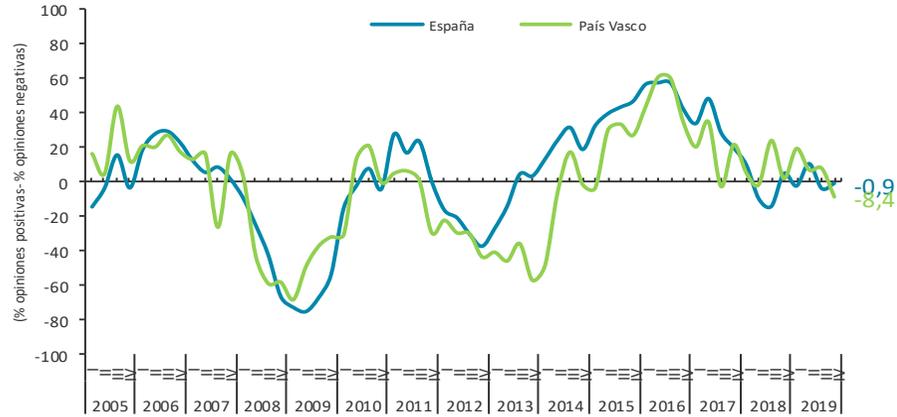


# 11 País Vasco

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

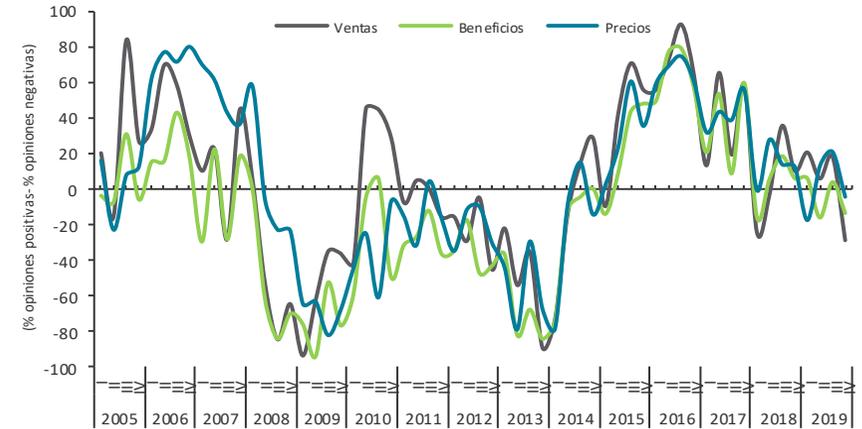
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). País Vasco.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

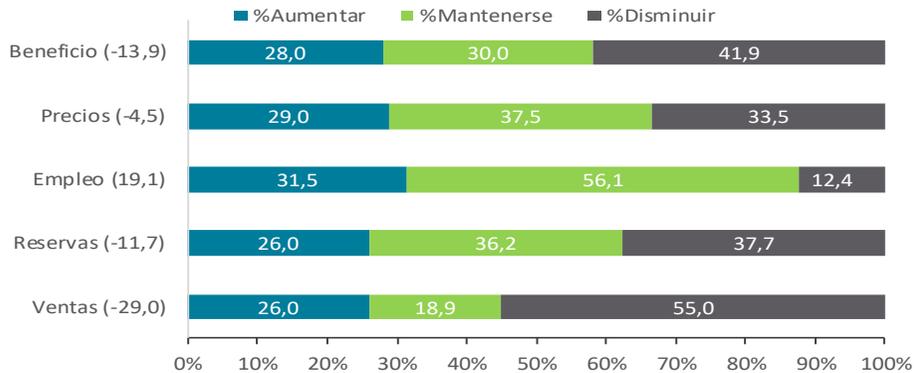


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

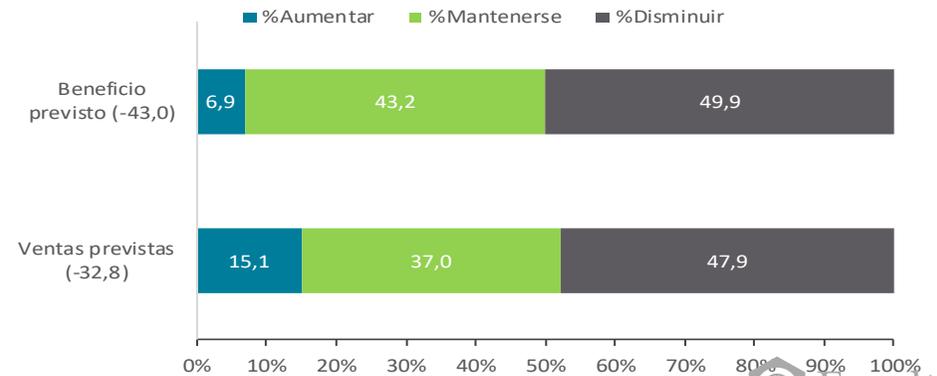


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

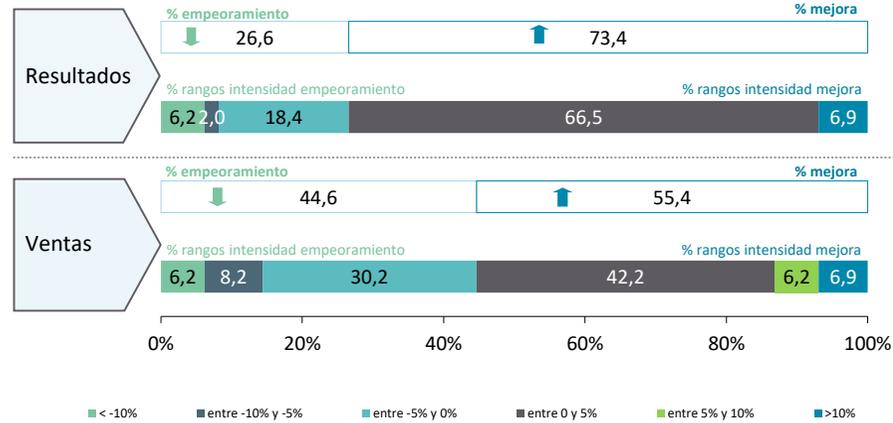
# 11 País Vasco

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

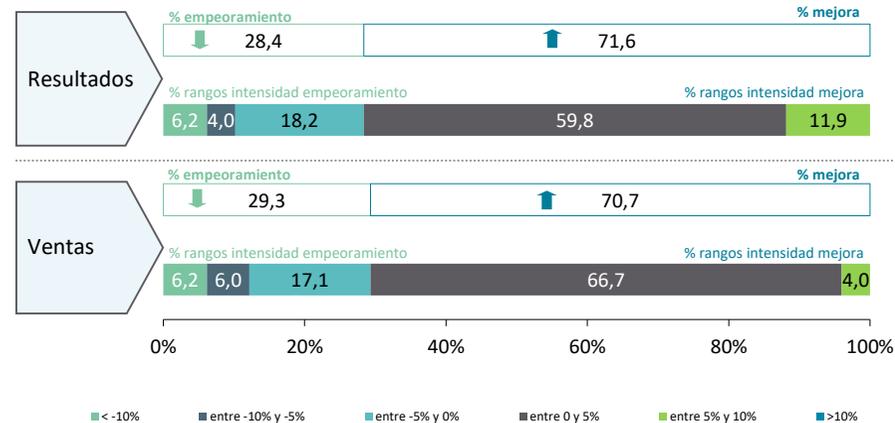


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

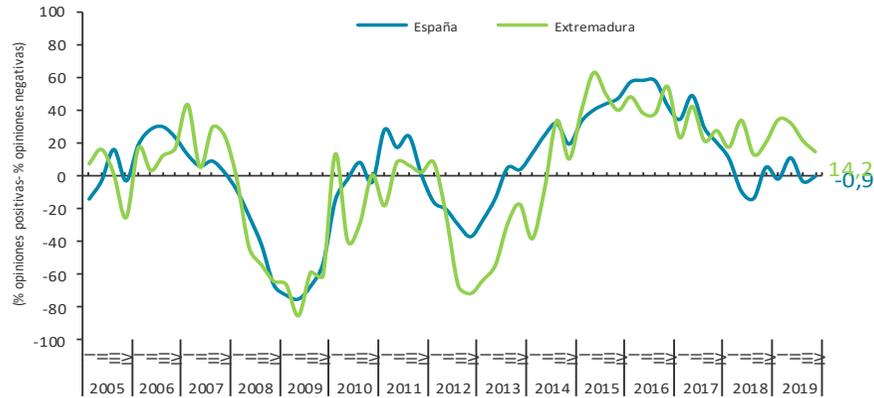


# 12 Extremadura

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

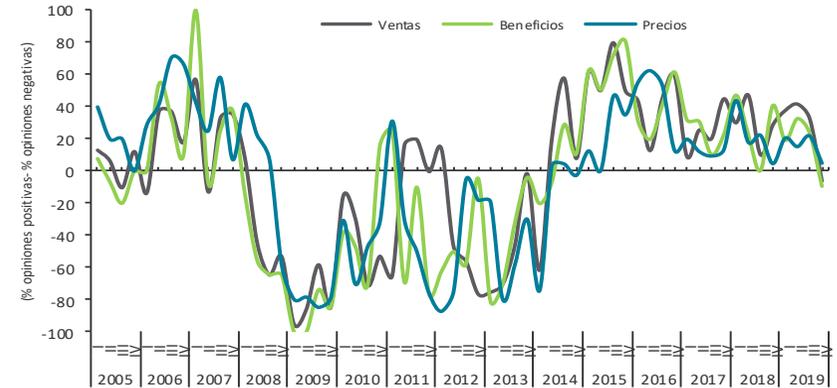
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

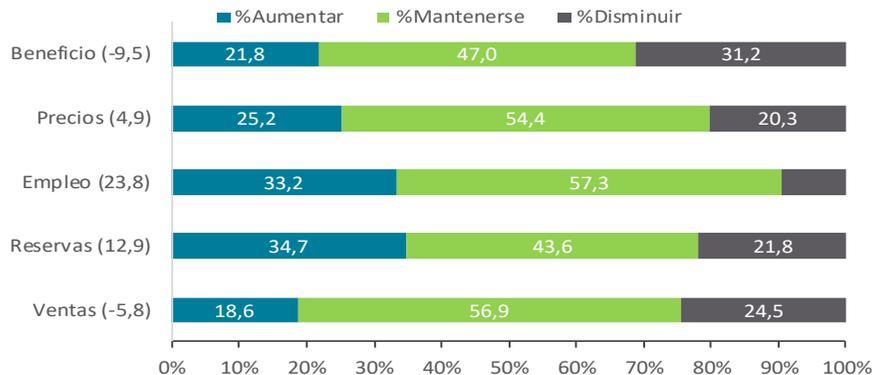


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

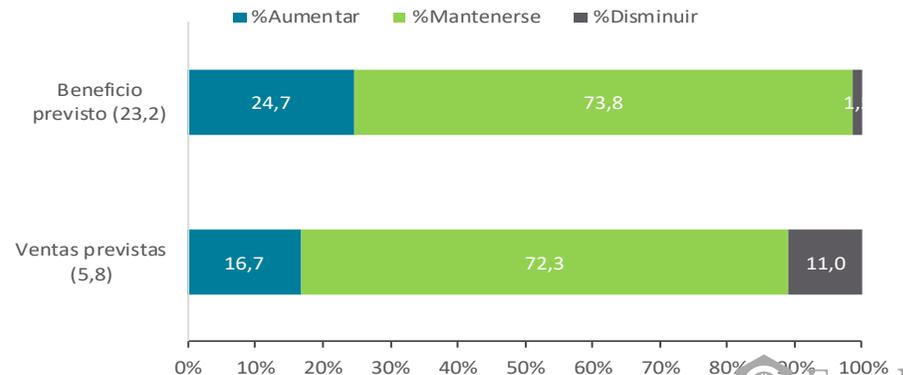


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

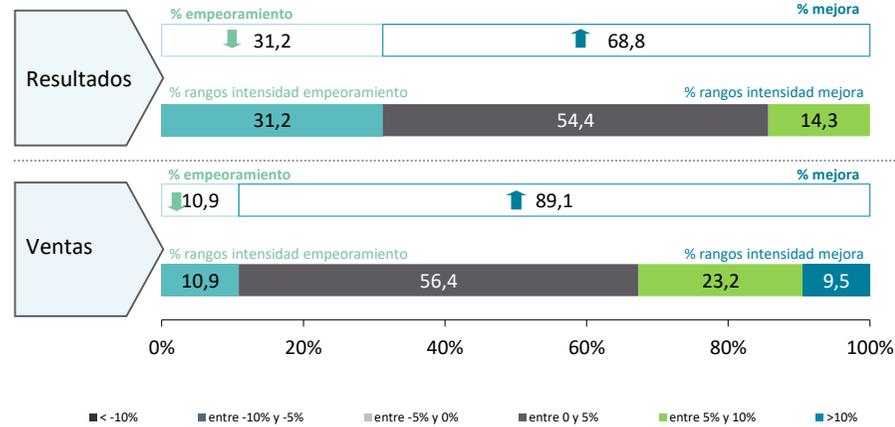
# 12 Extremadura

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

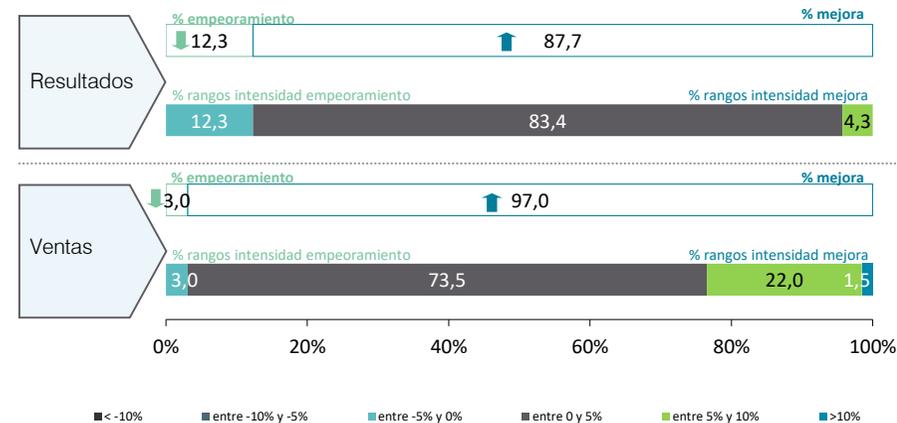


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

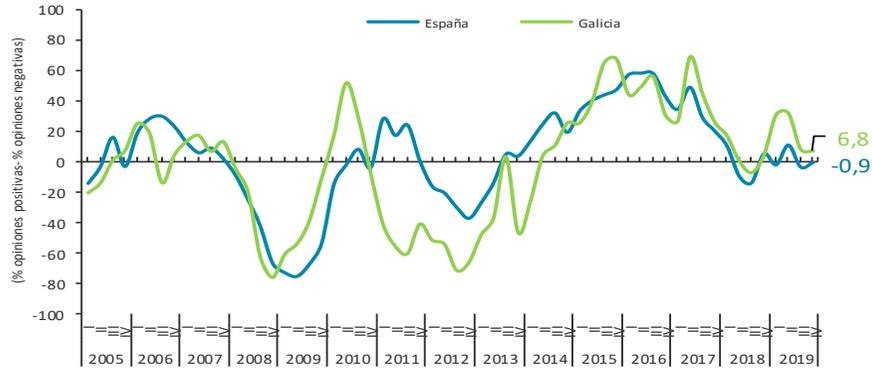


# 13 Galicia

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

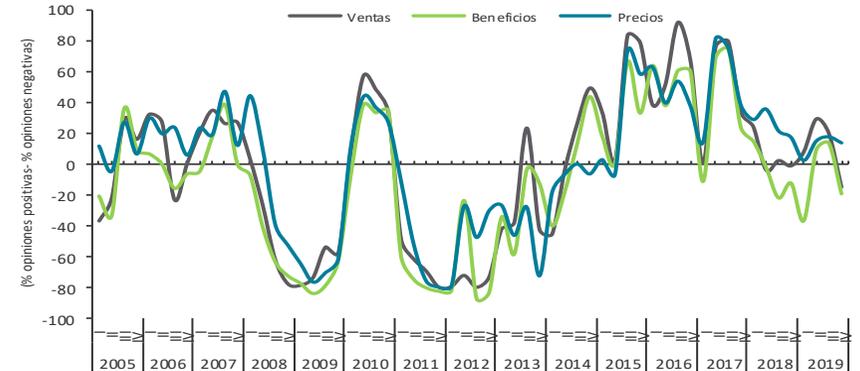
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Galicia.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

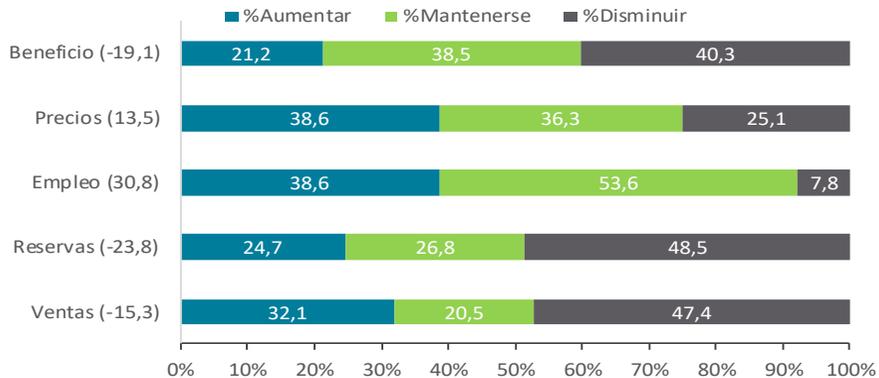
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

**Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019**

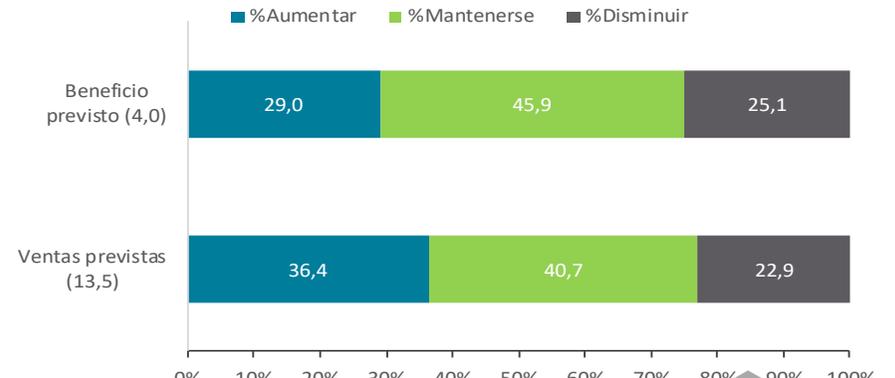
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Galicia (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

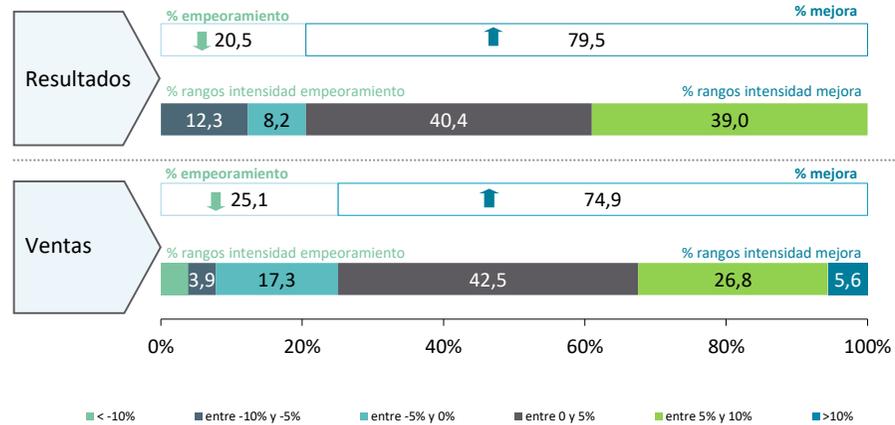
# 13 Galicia

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

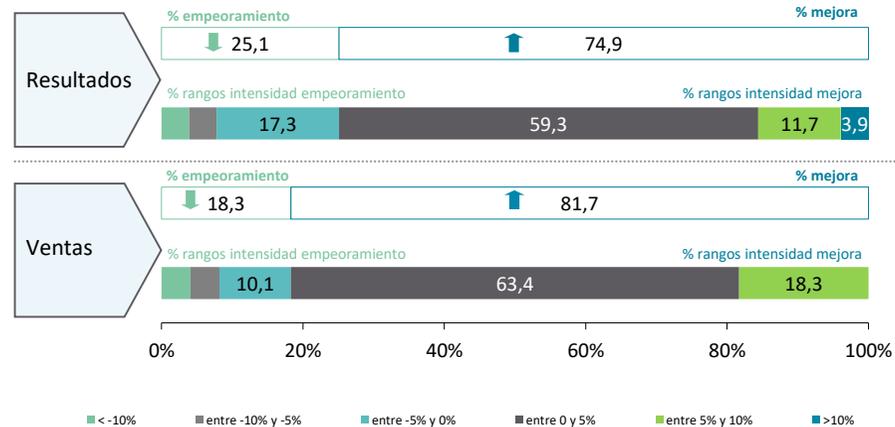


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

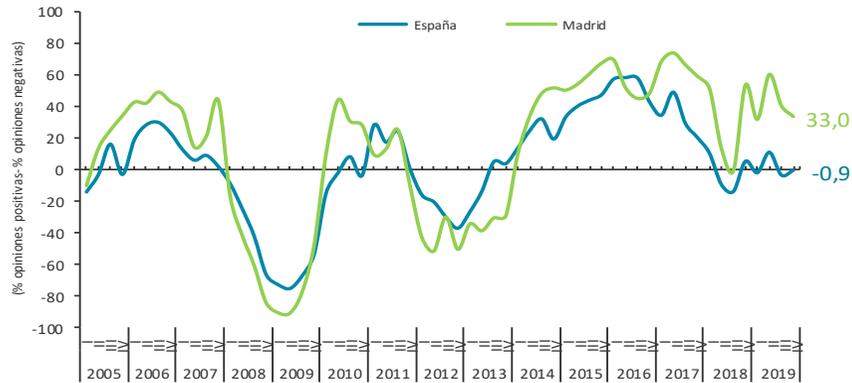


# 14 Comunidad de Madrid

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

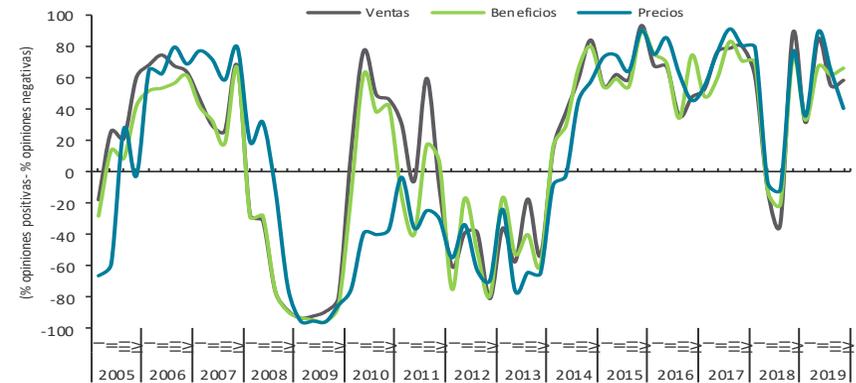
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

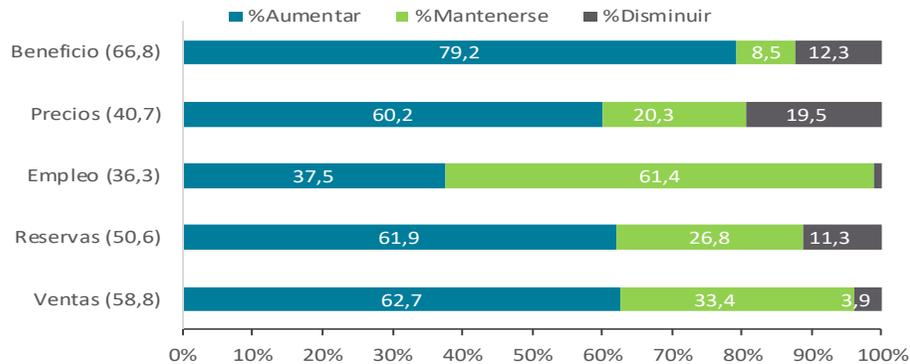
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

**Opinión empresarial en Madrid (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

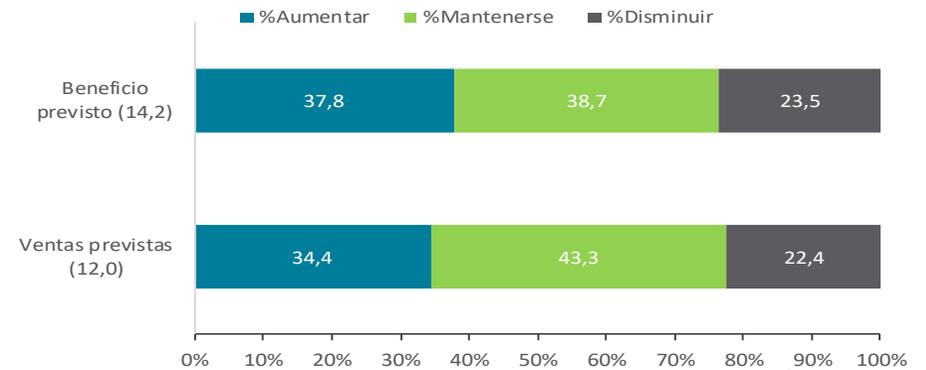


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

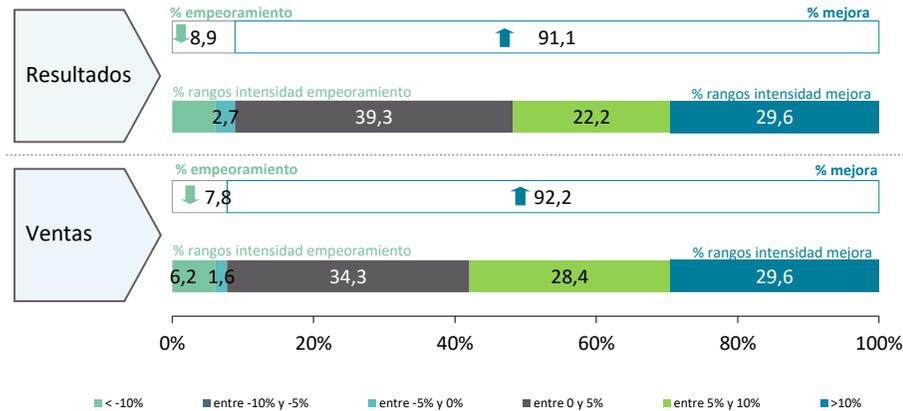
# 14 Comunidad de Madrid

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

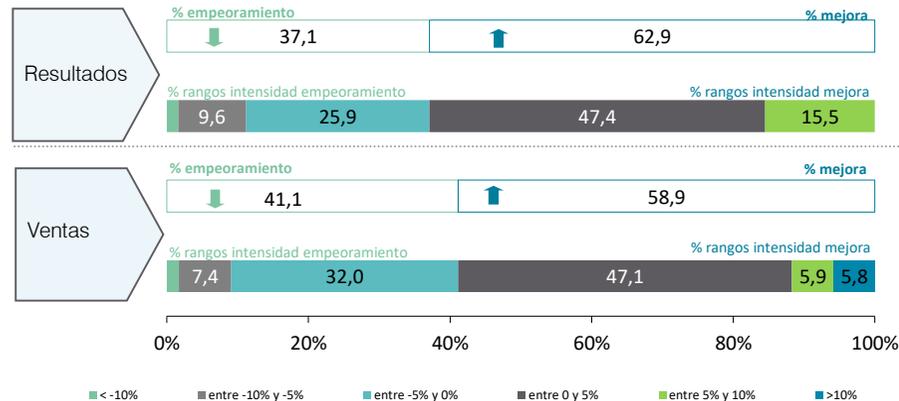


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

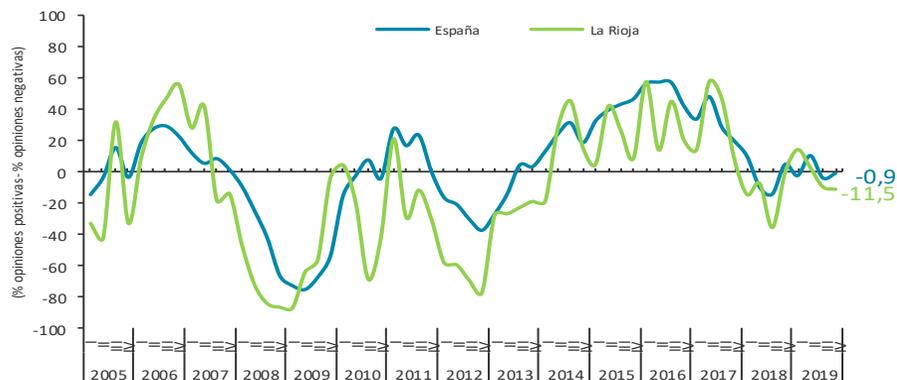


# 15 La Rioja

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

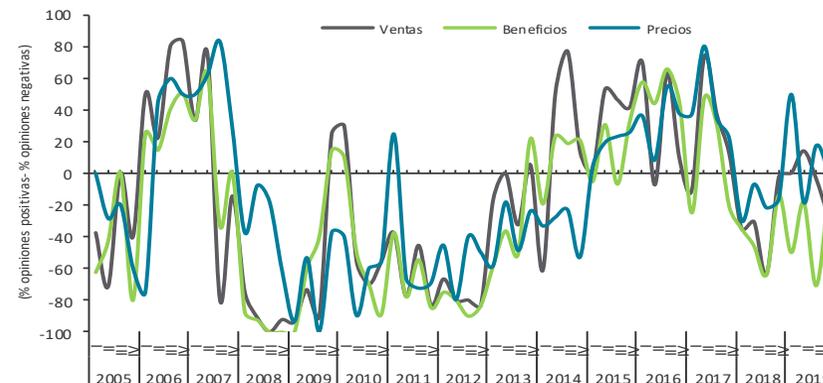
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

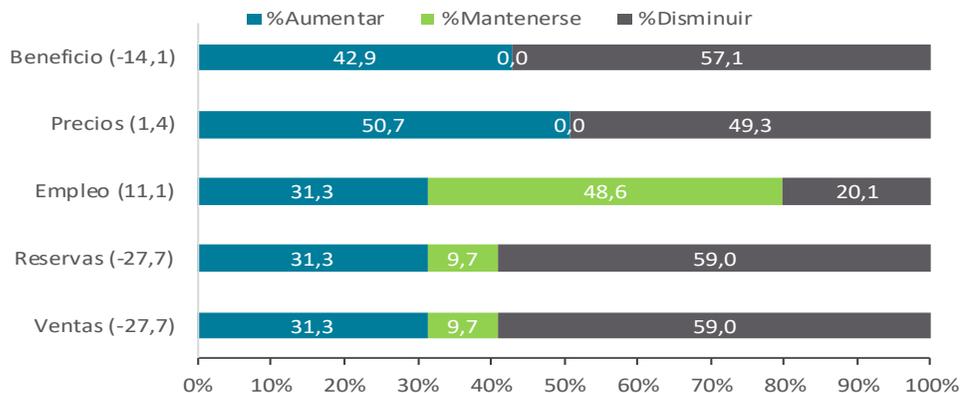


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

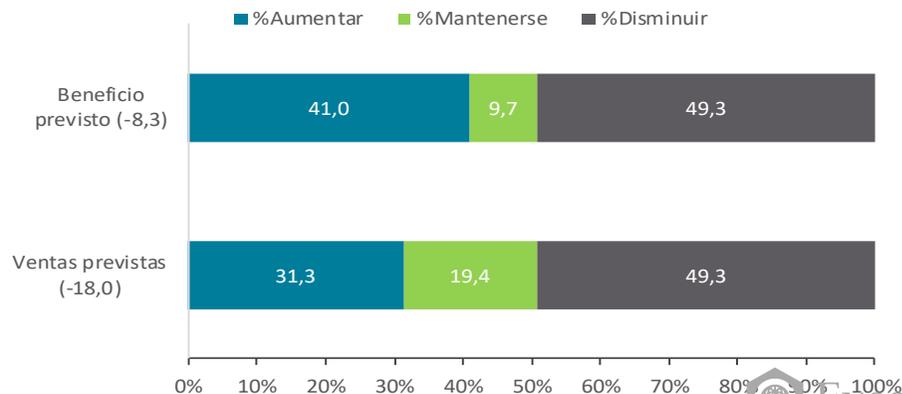


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

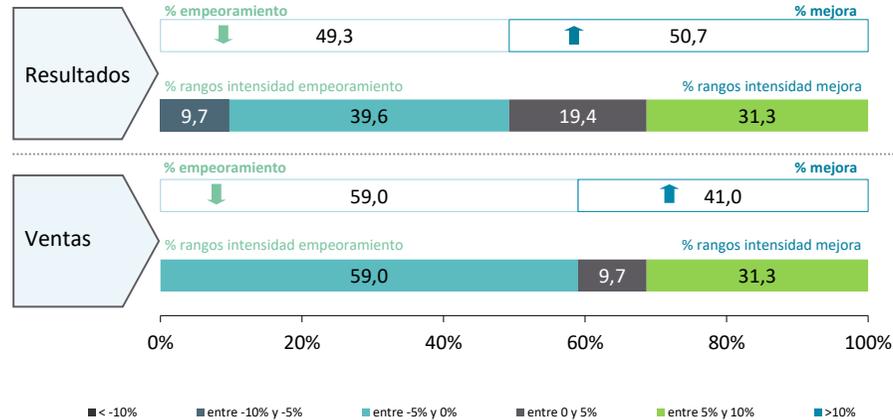
# 15 La Rioja

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

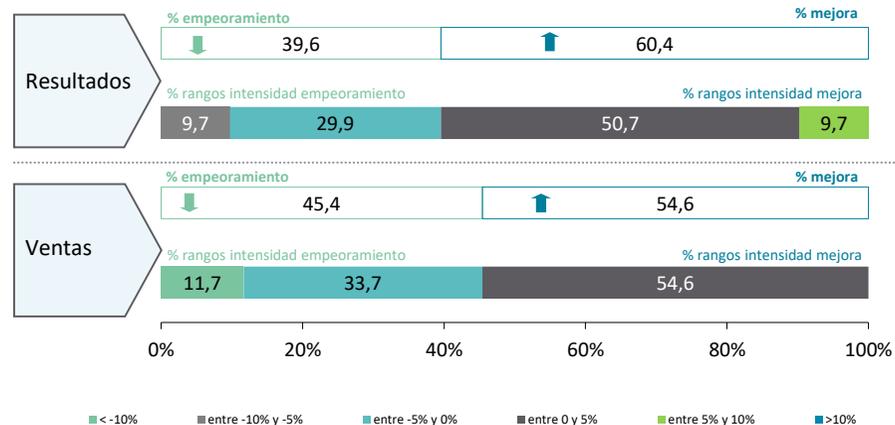


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

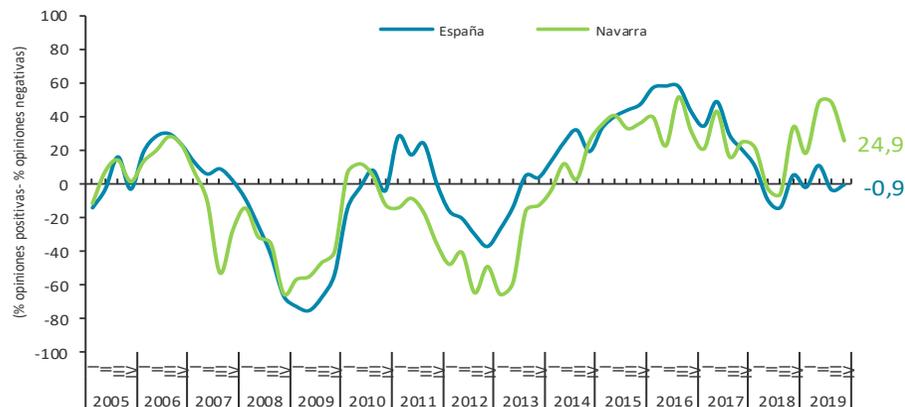


# 16 Navarra

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

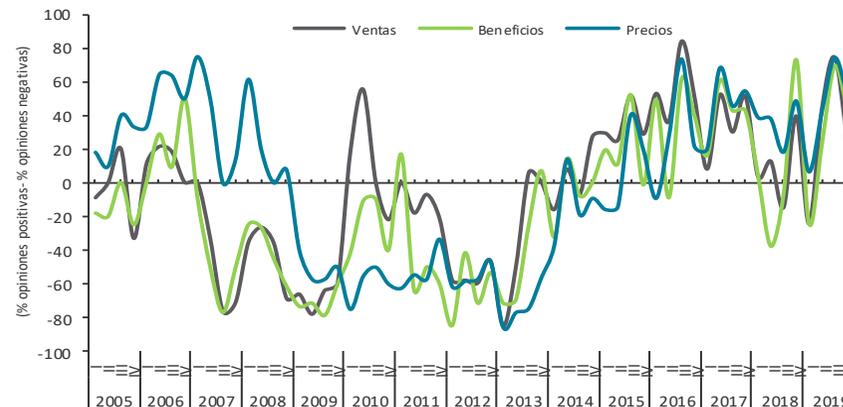
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Navarra.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

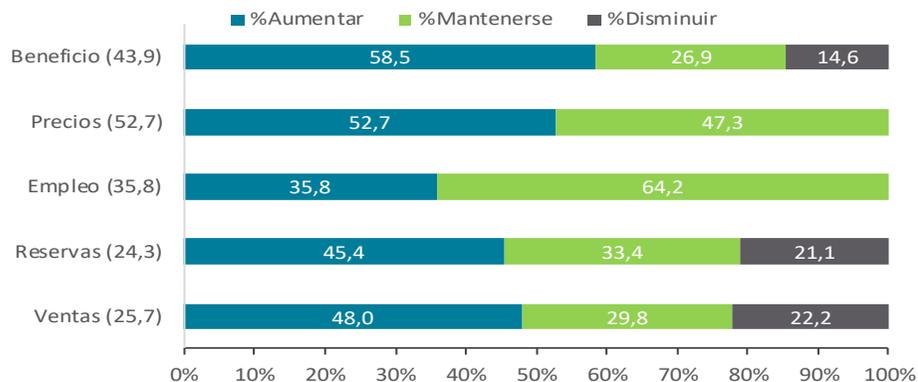


## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

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

**CUARTO trimestre 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

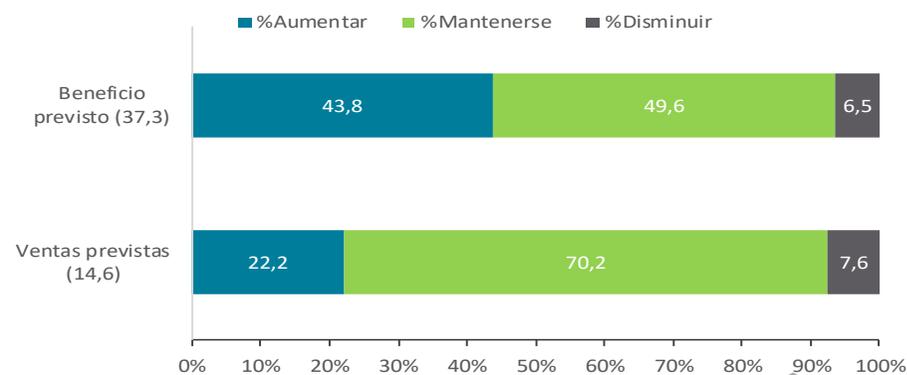


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

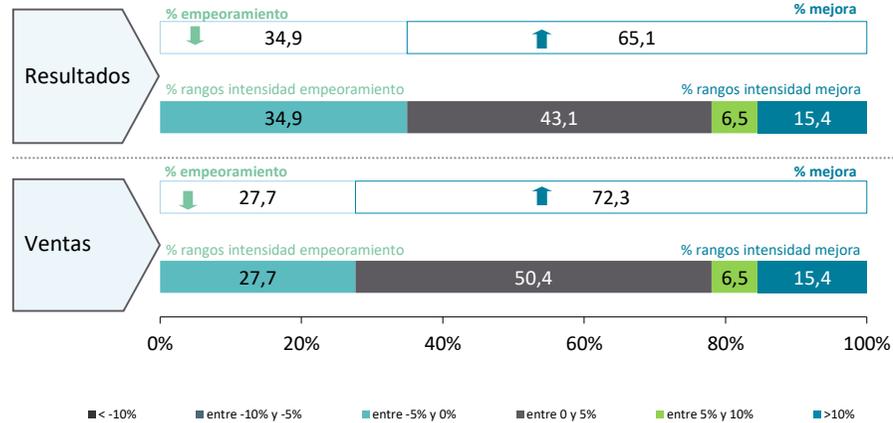
# 16 Navarra

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

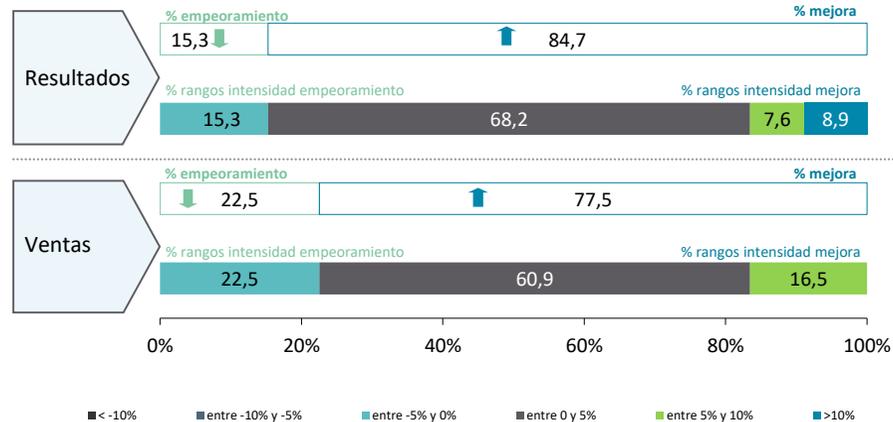


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020 Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

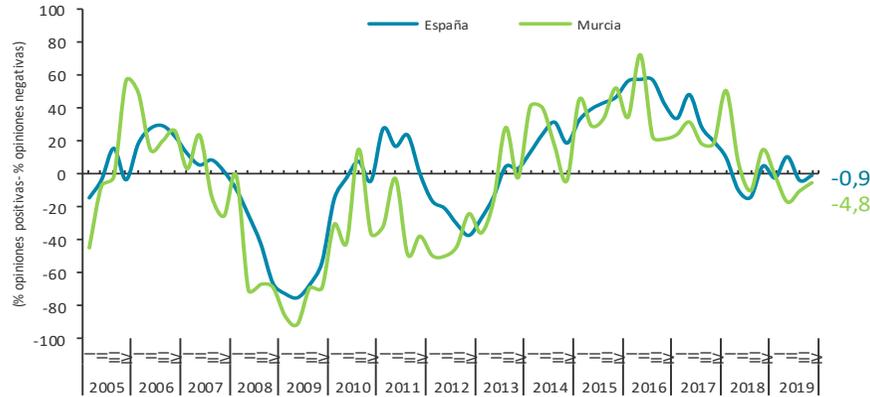


# 17 Murcia

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

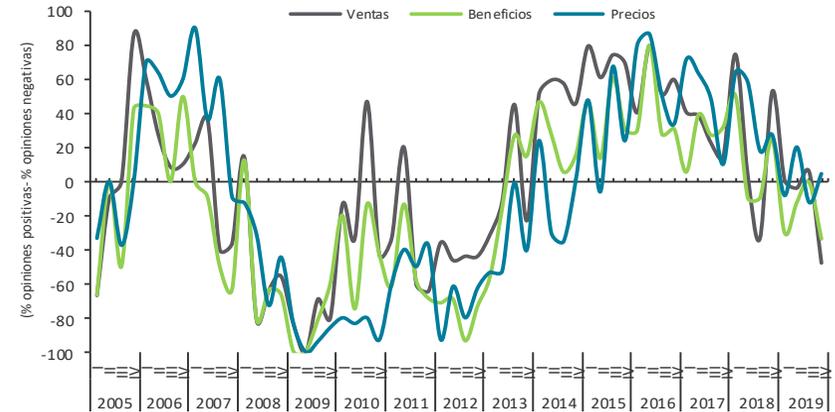
### Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Región de Murcia.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

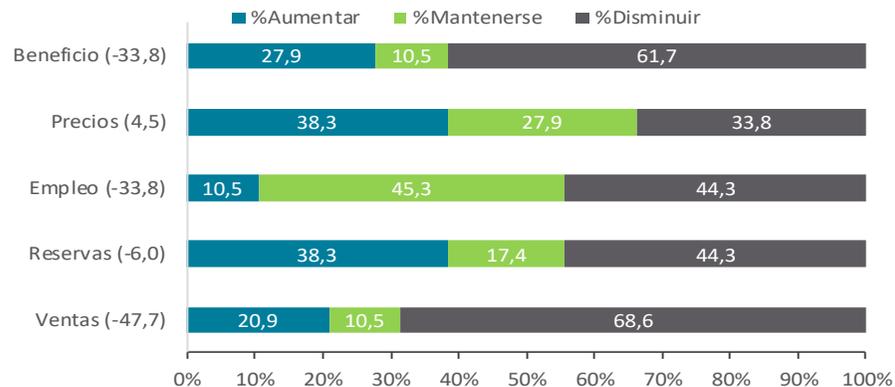
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2019 y previsiones para el I Trimestre de 2020

### Opinión empresarial en Murcia (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2019

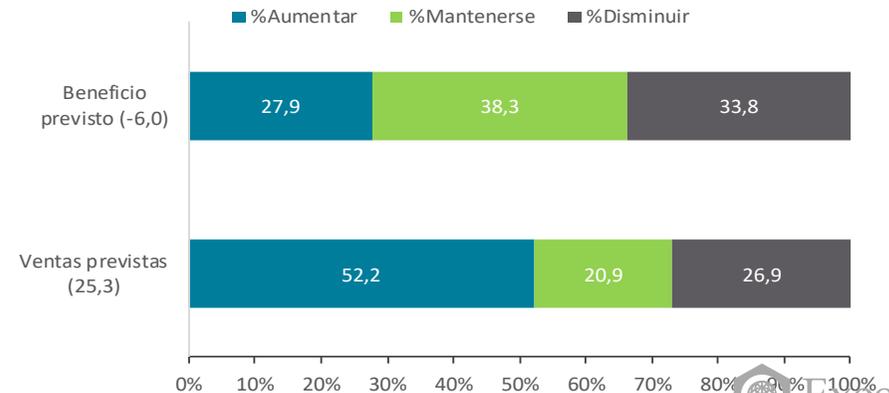
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

### Opinión empresarial en Murcia (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2020

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

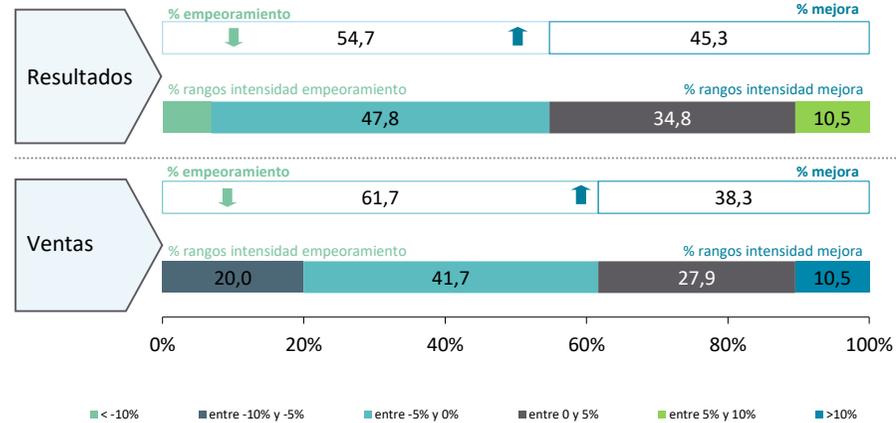
# 17 Murcia

## C. Balance 2019

### Opiniones empresariales cierre 2019. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

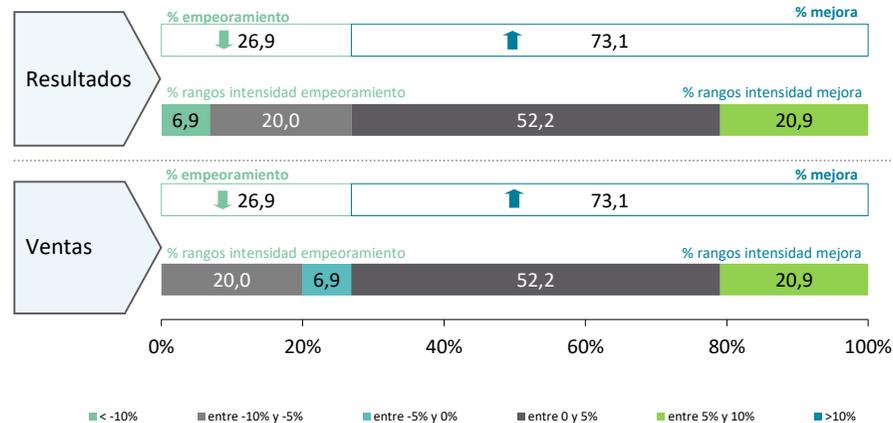


## D. Previsiones para 2020

### Perspectivas empresariales para 2020. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





---

## PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

---

Nº71  
Enero de 2020

VALORACIÓN TURÍSTICA  
EMPRESARIAL DE 2019  
Y PERSPECTIVAS PARA 2020