



---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

**Nº 67**

ENERO 2019

---

VALORACIÓN TURÍSTICA  
EMPRESARIAL DE 2018  
Y PERSPECTIVAS PARA 2019



---

PERSPECTIVAS  
TURÍSTICAS

---

BALANCE EMPRESARIAL DEL  
AÑO 2018

# 1. El sector turístico español estabiliza su comportamiento en 2018 registrando un crecimiento del PIB del +2,0%, hasta alcanzar los 142 mil millones de euros

El devenir del año 2018 ha estado marcado por la relajación de los diferentes y excepcionales vientos de cola que han venido impulsando la demanda turística extranjera hacia España en los últimos años. Como resultado, la actividad turística ha experimentado una normalización en sus ritmos de crecimiento hasta el +2,0%, más acordes a los fundamentos macroeconómicos y al efecto de la recuperación de turistas experimentado por los países competidores del Mediterráneo Oriental, que ha afectado principalmente a los destinos de la costa española.

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

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Banco de España (Dic 18)



## Reflexiones sobre el crecimiento turístico de 2018

- El turismo cerraría 2018 con un crecimiento inferior al del conjunto de la economía española, para la que los analistas estiman un cierre de 2018 en el +2,5%, lo que no se producía desde el año 2009. El año 2018, cerraría un periodo de 8 años consecutivos en el que el turismo ha ejercido de principal impulsor de la economía española.
- A pesar de la recuperación de la competencia internacional en el ámbito del sol y playa, la actividad económica generada por el turismo en España ha mostrado una notable resistencia, alcanzando sus valores máximos cifrados en 142 mil millones de euros, el 11,8% del total de la economía española.
- El +2,0% de cierre de 2018 se alcanza tras un repunte en el cuarto trimestre debido a la comparación con el mismo periodo de 2017, que se vio afectado por el impacto de la inestabilidad en Cataluña, y al buen comportamiento del turismo de negocios y las ciudades, en general.
- El contexto de normalización impone el reto de reaccionar con una nueva política turística país que, a través de una mayor coordinación y colaboración entre todos los agentes turísticos y basado en el fomento de la inversión en la renovación y reposicionamiento del producto, suponga una nueva hoja de ruta que refuerce la mejora de la oferta que ciertos destinos y empresas han iniciado para atraer a un turista de mayores ingresos y empleo.

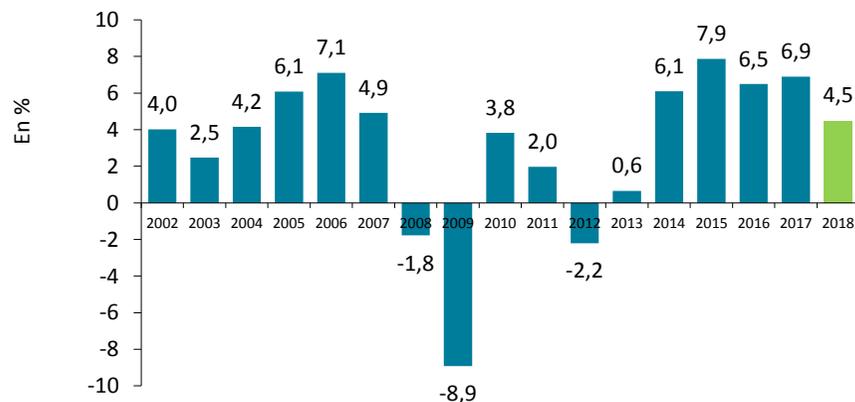
## 2. Las empresas turísticas españolas registran un incremento en las ventas del +4,5% en 2018, con un comportamiento muy dispar entre empresas y subsectores.

El aumento de la actividad turística en España durante 2018 ha permitido un incremento de las ventas de las empresas turísticas españolas del +4,5%, según los resultados de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 8 de enero.

La desaceleración en el crecimiento de las ventas respecto a los registros de 2017 ha sido menos intensa que la registrada en términos de PIB real por el positivo devenir de los precios (+2,5%), especialmente en los productos y empresas que han invertido en la renovación de sus productos y que han podido trasladar a sus ingresos su apuesta por la atracción de un cliente de mayor capacidad de gasto.

### Evolución de las ventas del conjunto de empresas turísticas españolas % de variación de las ventas 2002-2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Balace de las ventas por subsectores

- 2018 consolida un comportamiento empresarial a varias velocidades entre las compañías que han invertido en la mejora del producto y el aprovechamiento de las oportunidades digitales y de la tecnología y las que no, lo que se traduce en un balance desigual.
- Las **empresas de transporte (+8,5%)**, por la apertura de nuevas rutas y el positivo devenir del turismo de negocios, que benefician también a las de **rent a car (+6,4%)** registran los mayores aumentos en ventas.
- En la misma senda por el positivo balance del **turismo urbano** se sitúan las **empresas de ocio (+3,6%)** y los **hoteles de ciudad (+2,9%)**.
- A ellos se suman, las **AA.VV. (+5,4%)**, por la recuperación de la demanda española y el acceso a mayor oferta en zonas vacacionales.
- Los **hoteles de costa (+0,7%)** crecen menos por la fuerte recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental.

### Evolución de las ventas de las empresas turísticas en 2018 por subsectores % de variación de 2018 respecto a 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## Los resultados de las empresas turísticas españolas se incrementan un +4,3% en 2018 respecto a los positivos registros de 2017, gracias a un aumento de precios por mejora de producto y a una mayor eficiencia operativa

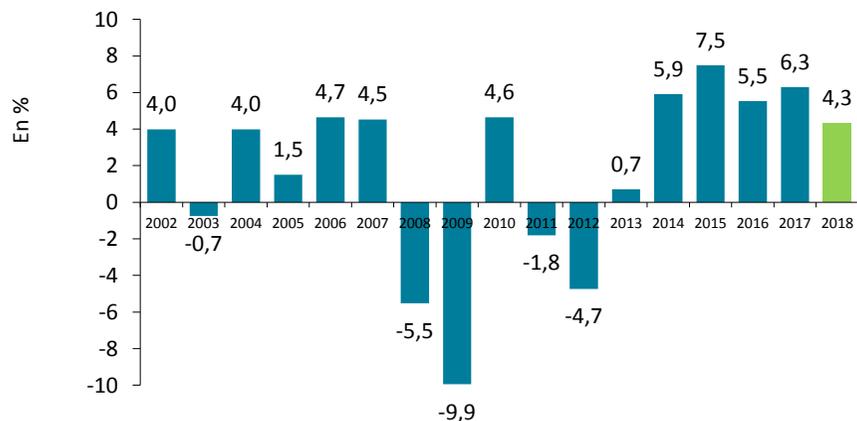
Se mantiene la mejora en los resultados (+4,3%) de las empresas turísticas españolas respecto a un excelente 2017. La mayor parte de subsectores ven mejorar notablemente sus resultados, salvo en los hoteles de la costa (+0,5%), donde el mantenimiento de la cuenta de resultados se ha alcanzado en los productos mejorados por el avance en precios y una mayor eficiencia operativa, en un contexto de incremento general de los costes de suministros y de personal. El desempeño es mejor en los **hoteles urbanos (+2,6%)**, salvo Barcelona, y en **las empresas e instituciones de ocio (+4,0%)** por el notable aumento del gasto en destino.

Las **empresas de transporte de pasajeros se ven beneficiadas (+8,3%)** por el control de los costes del carburante y el fuerte aumento de la demanda, si bien con una notable competencia en precio. Situación similar a la del **alquiler de coches (+8,4%)**, donde el fuerte aumento de la flota ha limitado el recorrido en los precios en los destinos vacacionales, mientras la demanda corporativa ha permitido mejorar márgenes en los últimos meses del año, gracias al buen comportamiento de los viajes de negocios.

Las **agencias de viajes mejoran resultados (+5,7%)** por mayores ventas de los productos de mayor margen y un mayor inventario de venta de destinos vacacionales por el menor empuje de la demanda extranjera en la segunda mitad del año.

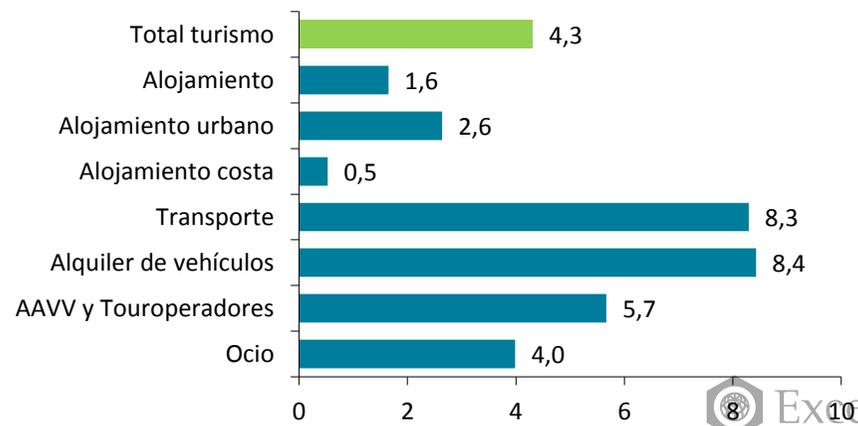
### Evolución de los resultados del conjunto de empresas turísticas españolas % de variación de las ventas 2002-2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Evolución de los resultados de las empresas turísticas en 2018 por subsectores % de variación de 2018 respecto a 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



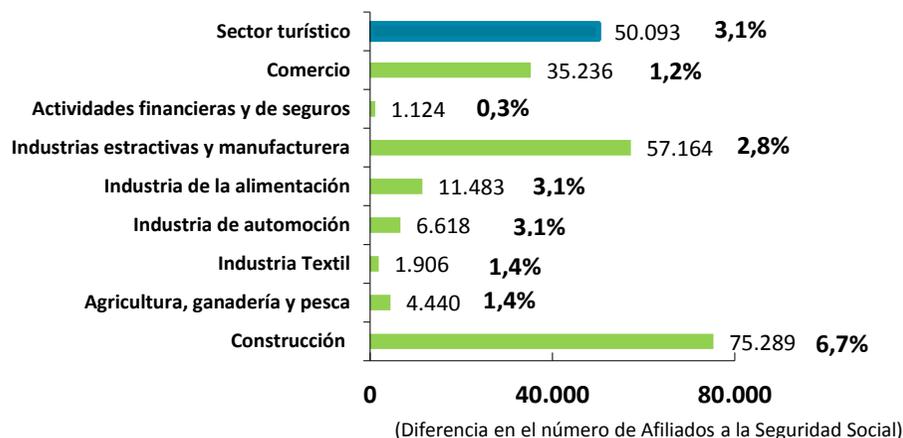
### 3. El empleo turístico crece en 2018 (+3,1%) por encima de la actividad económica, con un alza en los salarios (2,7%) pactados en los convenios de hostelería, confirmando el compromiso del sector con el empleo

El empleo en las empresas turísticas (alojamiento, distribución, transporte aéreo y ocio) ha vuelto a crecer en 2018 a un ritmo del **+3,1% de media anual** (+3,5% a cierre de diciembre), lo que supone un **aumento de 50.093 nuevos puestos de trabajo**, según las afiliaciones a la Seguridad Social. La creación de empleo ha venido acompañada de un **alza generalizada (del 2,7% de media) de los salarios** pactados en los convenios colectivos de 2018, por encima de la subida media de los precios en España del 1,7% durante 2018.

#### Comportamiento del empleo en España por ramas de actividad

Promedio 2018 vs promedio 2017

Diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual  
Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social



#### Implicaciones de la evolución del empleo turístico en 2018

La realidad de las cifras del mercado de trabajo de las principales actividades turísticas refleja:

- El compromiso del sector con la creación de empleo, que se eleva (+3,1%) por encima del aumento de la actividad turística (+2,0%), lo que denota una pérdida de productividad aparente, que rompe con el incremento de los últimos dos años.
- La positiva incidencia que el aumento de resultados y la inversión en creación y mejora del producto tiene sobre la generación de un mayor empleo, mejor remunerado.
- El esfuerzo de mejora de las condiciones salariales con un aumento del 2,7% en la hostelería, en un año de deterioro de la productividad aparente.
- El riesgo que, en este contexto, y sobre la creación de empleo del sector supone incrementar los costes laborales con medidas como las aplicadas por el Gobierno para 2019, en relación al aumento del salario mínimo interprofesional y las cotizaciones sociales.

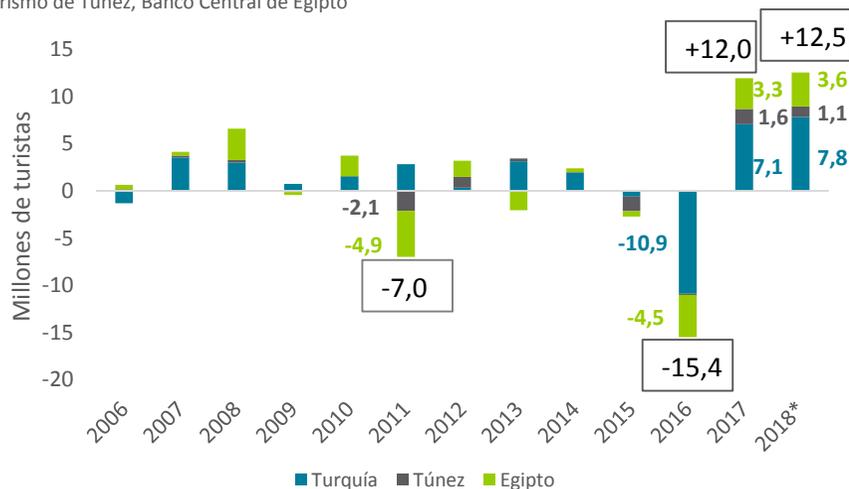
## 4. La demanda extranjera hacia los destinos del sol y playa español pierde fuerza en 2018 por la notable recuperación (+12,5 mlls) de los competidores del Mediterráneo

El principal factor explicativo de la desaceleración del crecimiento del turismo en España durante 2018 ha sido la **notable ralentización en el crecimiento de la demanda extranjera**, mucho más marcada en términos de afluencia (+0,9% en el acumulado hasta diciembre) y de pernoctaciones, caen el -3,3% hasta noviembre, que en términos de ingresos, suben un +3,3% hasta octubre, según el Banco de España.

1. La fuerte recuperación de los mercados competidores del Mediterráneo Oriental, acentuada en el caso de Turquía por la depreciación de la Lira durante el verano, ha sido el principal factor explicativo de la caída de la demanda extranjera hacia España en los mercados tradicionales durante 2018. La llegada de turistas a Turquía en 2018 ha crecido un +22,3% (lo que supone 7,8 millones de turistas más que en 2017), a Egipto un 44,5% (+3,6 millones) y 1,1 millones a Túnez, **suponiendo un aumento total de 12,5 millones de turistas.**

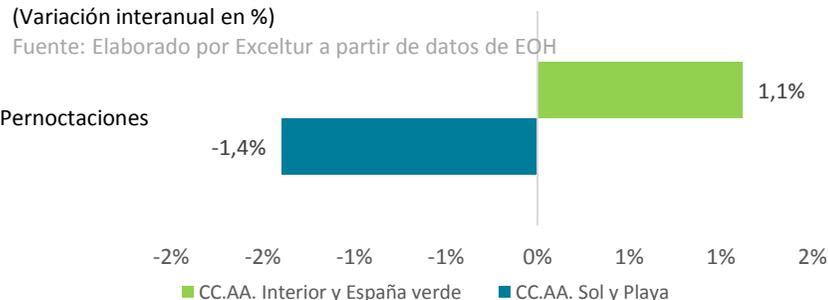
2. Como consecuencia, la demanda extranjera hacia España, medida en el número de pernoctaciones en la oferta reglada, ha caído un -1,4% en 2018 en las comunidades del sol y playa español (Andalucía, Baleares, Canarias, Co. Valenciana, Cataluña y Murcia), mientras ha crecido un +1,1% en el resto de destinos españoles del interior y la España Verde.

**Diferencia en volumen de llegadas de turistas a los principales destinos competidores. Periodo enero-diciembre(\*) 2018/2017**  
 Fuentes: Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía, OMT, Ministerio de Turismo de Túnez, Banco Central de Egipto



\*Los datos de 2018 son del período enero-noviembre

**Variación de las pernoctaciones de turistas a España en CC.AA. de sol y playa y CC.AA. del interior y España verde. Enero - Noviembre 18/17**  
 (Variación interanual en %)



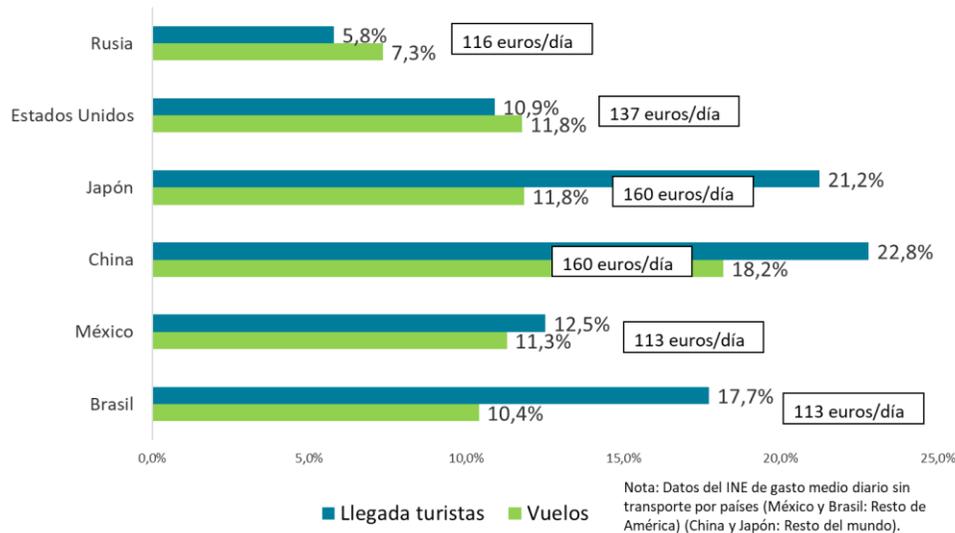
3. La mayor competencia ha afectado a la llegada de turistas a España desde nuestros mercados tradicionales, especialmente de **Alemania** (-4,7% en turistas y -8,8% en pernoctaciones), **Reino Unido** (-2,0% en turistas y -3,4% en pernoctaciones), **Italia** (-3,4% en pernoctaciones) y **Francia** (-1,4% en pernoctaciones).

## 5. El aumento de la conectividad aérea ha permitido el aumento de turistas de larga distancia de un mayor gasto en destino

**España ha disfrutado en 2018 de una multiplicación del número de vuelos (+5,6%; 56.602 vuelos más que en 2017 con datos hasta noviembre) que ha favorecido el aumento de la demanda turística, especialmente desde mercados de larga distancia caracterizados por un mayor gasto en destino.** Este es el caso de los vuelos desde **EE.UU** (+11,8%), **Colombia** (+7,2%), **Brasil** (+10,4%) y **México** (11,3%) en América y **Qatar** (+15,5%), **Emiratos** (+6,3%) (canalizando vuelos de Asia), **China** (+18,2%) o **Japón** (+11,8%) en Oriente Medio y Asia, más **Rusia** (+7,3%) en Europa del Este.

Aumento del número de vuelos y de las llegadas de turistas por nacionalidad de procedencia, según orígenes de mayor aumento en los vuelos  
 TV Ene-Nov 2018/2017

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



### Principales factores explicativos del aumento de vuelos a España desde mercados de larga distancia

- Facilidades de acceso a flota inactiva en otros países
- Planes de expansión de las compañías.
- Aumento de los viajes al exterior en algunos países, principalmente asiáticos.
- Atractivo creciente de los destinos españoles en los países de origen.
- Incremento de los viajes de negocios por crecientes inversiones en España.
- Escenario de precios del petróleo en valores medios de 61 €/barril de la última década y cubiertos con seguros por parte de las compañías.

## 6. Los ingresos por turismo extranjero (+3,3%) se incrementan en 2018, gracias a la combinación de avances en precio por inversiones en mejora de producto y la llegada de un turista de mayor gasto en destino

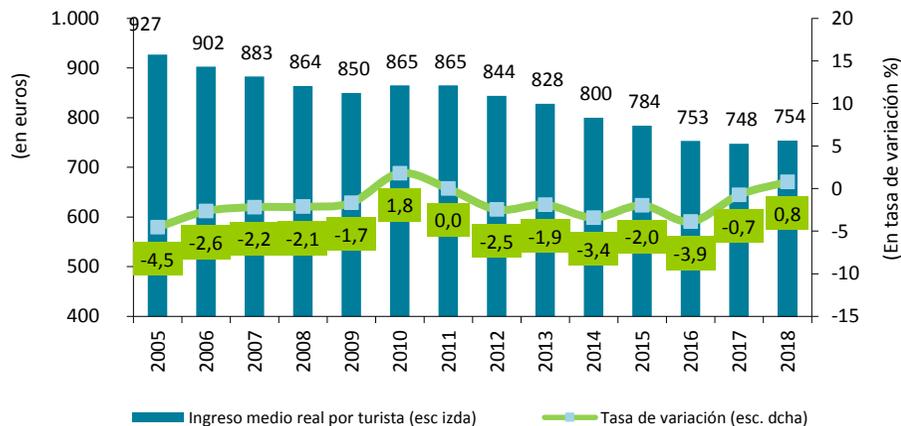
Los ingresos por turismo extranjero se han incrementado de una forma notable en 2018 (+3,3% hasta octubre, según el Banco de España), a pesar de la caída en su volumen de noches en España. Con esta evolución se consolida la positiva tendencia iniciada en 2017 marcada por mayores aumentos en los ingresos que en la afluencia, especialmente relevante en un contexto de congestión en algunos momentos de la temporada y espacios turísticos emblemáticos de la geografía española.

Como resultado, los ingresos por cada turista extranjero han crecido un +2,7% en 2018, intensificando el aumento ya acontecido en 2017 (+1,7%), pero sobre todo rompiendo la tendencia de caída de los ingresos por turista extranjero calculado en términos reales que se venía produciendo de manera consecutiva desde el año 2010. En 2018 alcanza los 754€, un +0,8% superior al registro de 2017.

### Ingreso medio real por turista extranjero. Enero-noviembre 2005-2018

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

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



### Principales factores determinantes del aumento de los ingresos por turismo extranjero en España

- Renovación de negocios de los distintos subsectores de la cadena de valor turística (alojamiento, restauración, comercio, transporte y ocio) de destinos urbanos y vacacionales y su correspondiente traslación a los precios gracias al acceso a un turista de mayor gasto.
- Atracción de turistas de mercados de mayor gasto en destino por la multiplicación de conexiones aéreas.
- Pérdida de cuota de mercado hacia los países del Mediterráneo Oriental de parte de los segmentos de turistas más sensibles al precio.

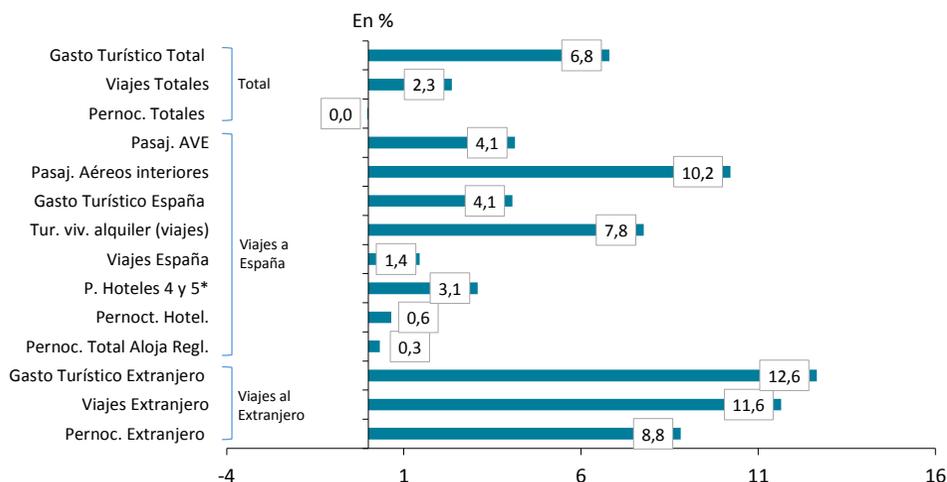
## 7. La demanda española crece de forma moderada en 2018, cubriendo parte de la caída en volumen del turismo extranjero en el sol y playa y aumentando con intensidad a destinos internacionales

**La demanda española ha mostrado un moderado dinamismo en 2018**, con registros positivos en todos sus indicadores de consumo turístico, salvo en los de menor gasto asociado; estancias en hoteles de menor categoría, en turismo rural y en el uso de las viviendas propias y de familiares y amigos.

### Indicadores de demanda NACIONAL. Ene-Nov 2018 vs 2017

(Tasa de variación interanual en %)

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



(\*) Datos de la ETR hasta el mes de septiembre.

### Principales rasgos de los viajes de los españoles en 2018

- **Los españoles han viajado más** en 2018 (los viajes suben el +2,3% hasta septiembre, según la ETR del INE), los **viajes han sido más cortos** (la estancia desciende un -2,3%) y **de un mayor gasto asociado** (se incrementa un +6,8% el gasto total y un +4,3% el gasto por viaje).
- **El mayor aumento** de los viajes y el gasto turístico de la demanda nacional se produce **a destinos internacionales** (+11,6% viajes, +8,8% pernoctaciones y +12,6% el gasto), mientras **dentro de España el dinamismo se modera sustancialmente** (+1,4% viajes, -1,8% pernoctaciones y +4,1% el gasto).
- **Dentro de España, aumentan los viajes y servicios de mayor gasto** (hoteles, +4,7% viajes, +0,8% pernoctaciones y +5,5% gasto, con los de 4 y 5 estrellas aumentando el +3,1% en noches y los viajes en avión +10,5% hasta octubre).
- **Repunta con mayor intensidad la utilización de viviendas de alquiler** (+7,8% viajes, +8,8% pernoctaciones y +12,6% el gasto), impulsado por el crecimiento descontrolado de la oferta comercializada a través de plataformas.
- **La demanda española ha crecido** (+1,3% en las pernoctaciones regladas) **en los destinos del sol y playa** gracias al mayor acceso a la oferta, por la debilidad de la demanda extranjera.

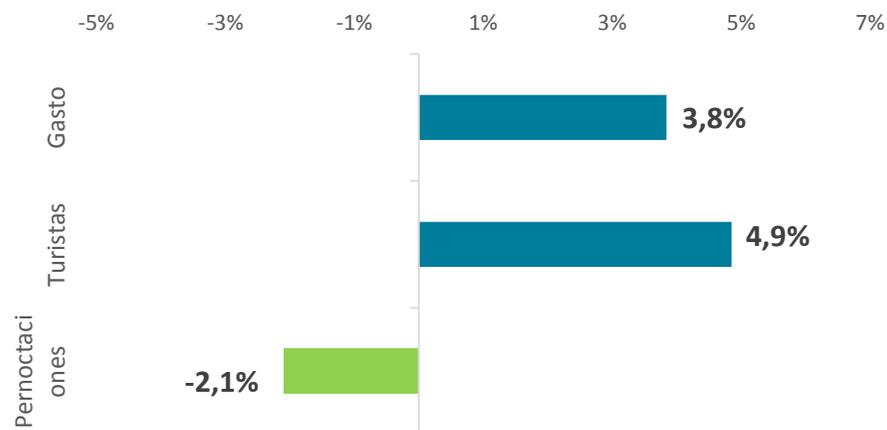
## 8. El turismo de negocios crece de forma notable en 2018 e impulsa ventas y resultados de empresas de transporte, alquiler de coches y hoteles urbanos

El segmento del “business travel” ha sido uno de los principales impulsores del buen comportamiento del turismo urbano en España. Los viajes por motivos de negocio han crecido un +4,9% y el gasto un +3,8%, a pesar del ligero descenso de las pernoctaciones (-2,1%).

### Comportamiento del turismo de negocios en España Acumulado Enero - septiembre 2018 vs 2017.

Tasa de variación interanual

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la ETR y Egatur (INE)



### Factores determinantes del buen comportamiento del turismo de negocios en 2018

- **Los españoles han sido los principales impulsores del turismo de negocios en 2018.** Con datos hasta septiembre de la ETR del INE, los viajes de negocios interiores se han incrementado un +4,4%, las pernoctaciones un +2,1% y el gasto un +8,9%, mientras el impacto de los viajeros de negocios internacionales ha sido mucho más limitado (el gasto apenas sube un 0,2%, con datos hasta noviembre).
- **El notable dinamismo de la economía española**, con un crecimiento del PIB del 2,6%, a la cabeza de los países europeos ha sido el principal detonante del dinamismo del segmento business, lo que se refleja en todos los indicadores de movilidad, alquiler de coches y de ventas de hoteles urbanos.
- **Se identifica una tendencia a la realización de viajes más cortos** (las pernoctaciones se reducen un -2,1%), **buscando un mayor aprovechamiento del tiempo, pero con menores restricciones de gasto.**
- **2018 ha puesto en valor la notable apuesta e inversión pública y privada por el segmento MICE**, que ha tenido un excelente comportamiento en la mayor parte de ciudades españolas.

## 9. Los comunidades de Interior, con Castilla–La Mancha, Madrid, Extremadura, Navarra y Aragón a la cabeza, registran la mayor mejora en ventas y resultados empresariales durante 2018, mientras sufren Canarias y Cataluña

Impulsado por una aumento tanto de la demanda española como de la extranjera, las comunidades que lideran la mejora de resultados en 2018 se sitúan en las zonas de interior; **las empresas de Castilla-La Mancha incrementan sus resultados un +4,8%, las de Navarra el +3,6%, Extremadura +2,4% y Aragón +2,2%**, según los datos recogidos por la encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada por Exceltur.

Las empresas **turísticas madrileñas registran un aumento (+3,1%)**, gracias a un notable crecimiento en el primer semestre y en los últimos meses del año, favorecidas por al aumento de la conectividad aérea, el buen comportamiento del turismo de negocios y la notable mejora de su oferta.

En la España Verde, **Galicia** cierra un balance positivo con aumentos de sus resultados empresariales del +1,9%, al igual que el **País Vasco** +1,0%.

En los destinos de la costa, las empresas de **la Comunidad Valenciana y Murcia experimentan una mejora moderada de sus resultados (+1,0% y +1,7%, respectivamente)**, mientras **Baleares (-1,2%)** y, sobre todo, **Canarias (-3,8%)** sufren los efectos de la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental. **Cataluña cierra igualmente el año en negativo (-3,3%)**, influido por el impacto en la demanda de la imagen de inestabilidad en las calles derivadas de la situación política.

### Variación % de las ventas empresariales en 2018 vs 2017 por CC.AA.

% de aumento/caída en ventas en 2018 respecto 2017

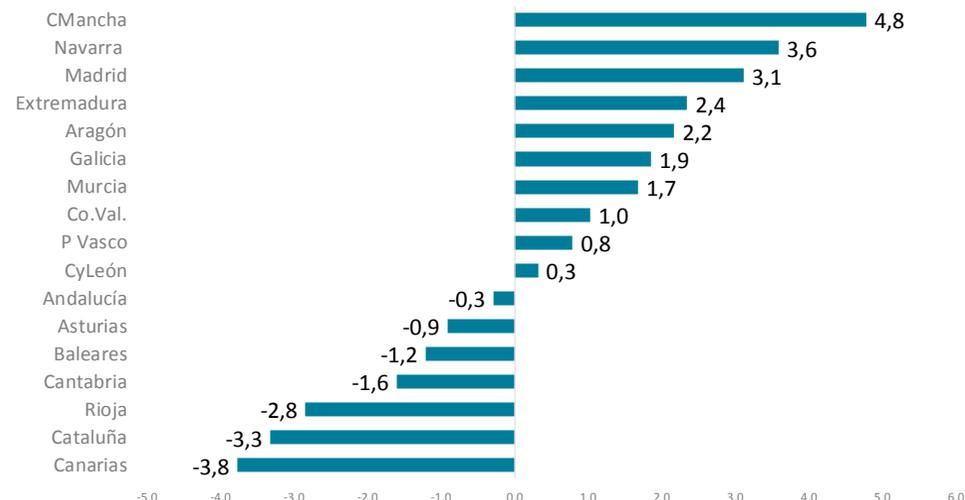
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Variación % de los resultados empresariales en 2018 vs 2017

% de aumento/caída en resultados en 2018 respecto 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





---

PERSPECTIVAS  
TURISTICAS

---

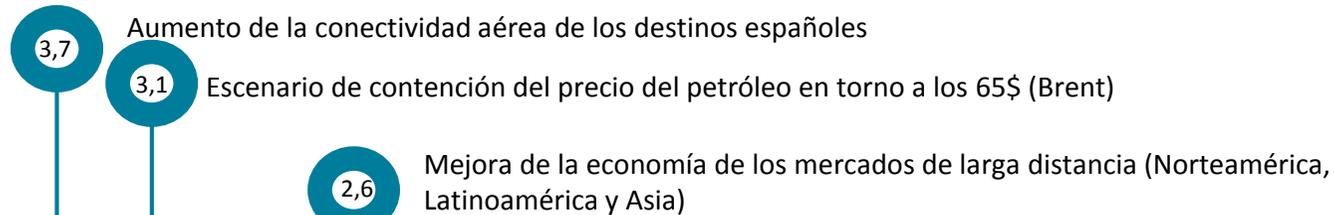
PREVISIONES PARA  
2019

La actividad turística en España mantendrá la tendencia de ralentización de su ritmo de crecimiento en 2019 en un escenario de desaceleración de la economía internacional y española, muy condicionado todavía por la descontada prolongación de recuperación de cuota de mercado de los destinos competidores de la cuenca del Mediterráneo Oriental

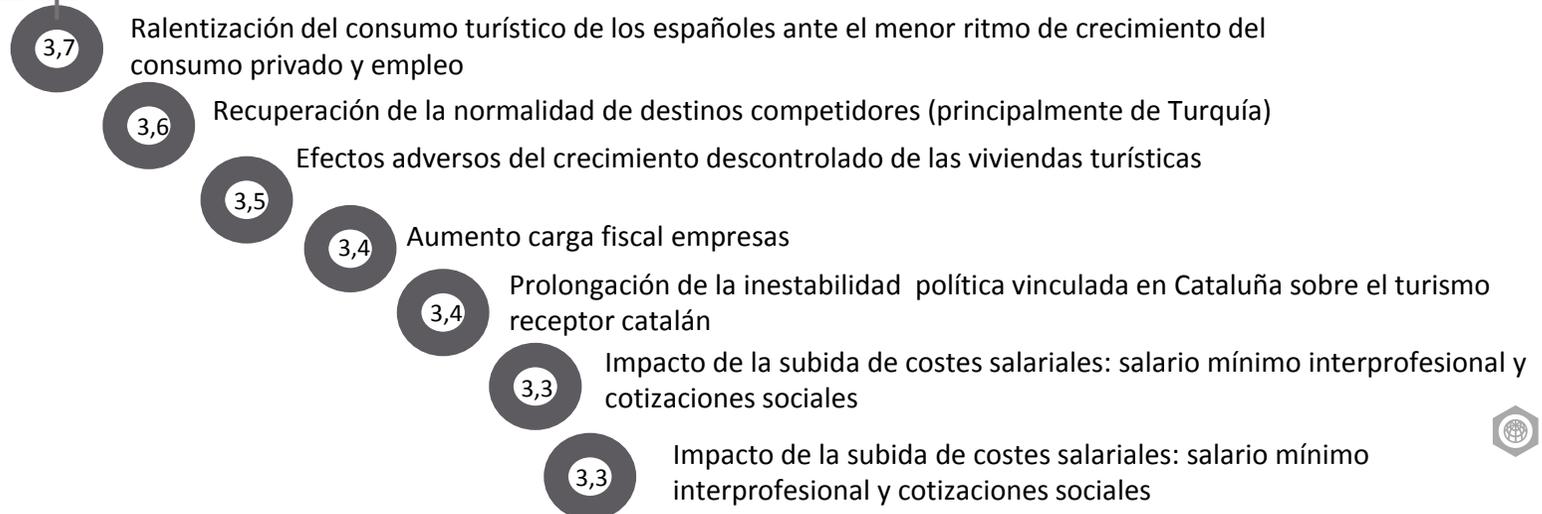
Principales condicionantes de la actividad turística en España en 2019, según la opinión empresarial (1 poco relevante-5 muy relevante)

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

**Factores a favor**



**Factores en contra**



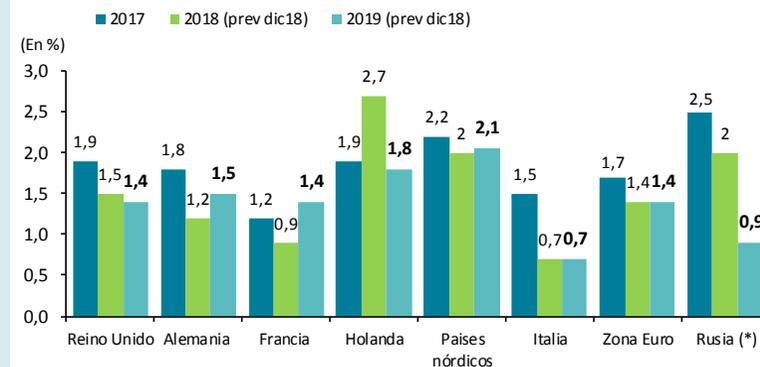
Año 2019 marcado por el efecto de la recuperación de los competidores y la desaceleración económica prevista para nuestros mercados tradicionales, con la incógnita del Brexit, y las buenas perspectivas para los mercados de media y larga distancia favorecidos por la multiplicación de conexiones aéreas

### Principales condicionantes del comportamiento esperado de la demanda turística de internacional en España durante 2019

1. Las expectativas para las **economías familiares europeas** (+1,4% de consumo privado para la zona euro en 2019) sugieren un año de **crecimiento moderado** de su **consumo turístico** en nuestro país.
2. El **incierto escenario político y económico** en **Reino Unido** ante la incertidumbre del proceso de su desconexión con la UE, apuntan cuanto menos a **mantener** en 2019 la **desaceleración de su impacto económico** en los destinos españoles observada en 2018.
3. Los mercados **emisores europeos** estarán afectados por la prolongación de la **recuperación** de los destinos del **Mediterráneo Oriental**. Con los últimos datos disponibles hasta el mes de noviembre de 2018, la llegada de turistas a estos países desde estos mercados todavía se encuentra en niveles un 20,5% previos al año 2016 cuándo, sobre todo en Turquía, se concentraron los mayores niveles de inestabilidad geopolítica por la sucesión de atentados.
4. En los **mercados emisores de larga y media distancia**, que ya revelaron en 2018 un excelente desempeño turístico en España, las principales instituciones económicas internacionales esperan se prolongue el crecimiento económico. Este es el caso de los mercados norteamericano (+2,5% 2019 vs 2018 PIB según Banco Mundial, ene 2019), chino (+6,2%), mexicano (+2,0%) y brasileño (+2,2%), lo que impulsará los ingresos turístico en España en 2019. Todo ello, en un contexto de intenso crecimiento del número de conexiones entre los aeropuertos españoles y los aeropuertos de medio y largo radio.

### Consumo Privado previstos en Zona Euro y principales mercados emisores turísticos. 2017-2019

Fuente: Exceltur a partir de Consensus Forecast (dic18)  
Tasa de variación interanual



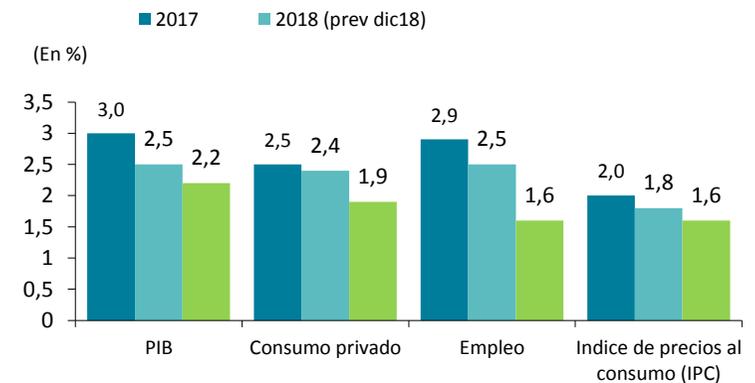
(\*) Rusia. Previsiones Banco Mundial dic18

# El contexto económico de desaceleración previsto para los hogares españoles sugiere un menor dinamismo en el gasto asociado a sus desplazamientos turísticos en 2019

## Principales factores determinantes del desempeño esperado de la demanda turística de los españoles en 2019

1. Merma de la **renta disponible** de las familias españolas para el gasto en sus desplazamientos turísticos en 2019 por la **subida de impuestos** y la **relajación en el ritmo de creación de empleo**, ligeramente compensado por un avance más moderado de la inflación, sí se confirma la contención en el incremento del precio del petróleo.
2. Leve **abaratamiento del coste de los desplazamientos** turísticos en un escenario de ligera reducción de los precios de los carburantes.
3. El menor dinamismo del consumo turístico de los hogares españoles en el año 2019 puede **limitar** el crecimiento de los **viajes de mayor coste** a destinos internacionales y **favorecer** los **desplazamientos internos**, en un contexto en el que los operadores de distribución españoles tendrán mayor capacidad de venta del producto interno.
4. El crecimiento previsto de actividad económica en España (2,2%) debería favorecer la continuidad del **buen desempeño** evidenciado en 2018 del **turismo de negocios**.

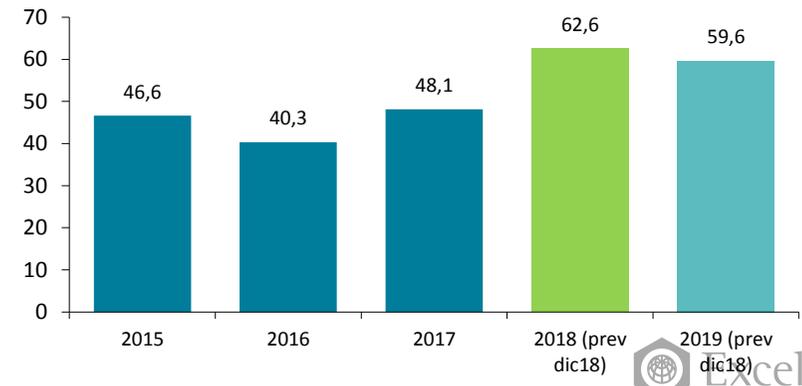
Comportamiento previsto de las principales variables macroeconómicas del mercado emisor español. 2016-2019



Comportamiento previsto del precio del barril de petróleo en euros

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

Unidades: euros  
(En euros)



La mayoría de los empresarios turísticos españoles esperan volver a mejorar sus resultados (+5,2%) y ventas (+5,5%) en 2019, con recuperación de precios, y continuidad en la creación de empleo, aunque a ritmos menos intensos que en 2018

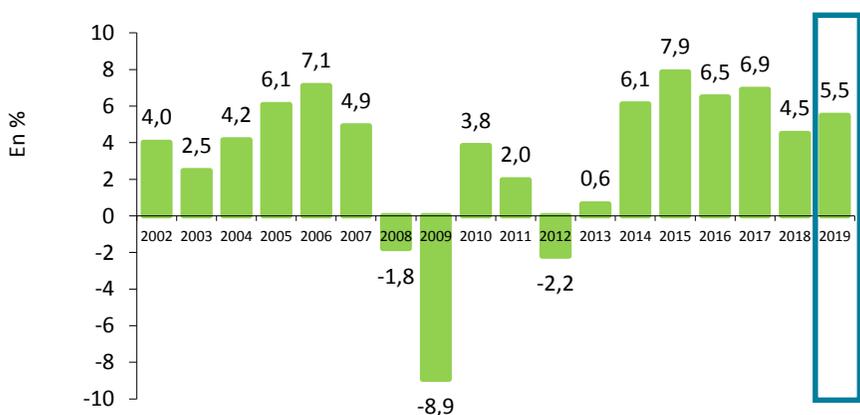
A pesar de la incertidumbre, se aprecia un **generalizado tono positivo en las previsiones empresariales para el año turístico 2019** en un contexto económico externo, que aunque en desaceleración, todavía favorecerá unos mayores niveles de demanda turística hacia España, anclado en el mayor dinamismo de la economía española frente al resto de países europeos, la mayor conectividad aérea respecto a mercados de larga distancia y los resultados de las inversiones en mejora de producto y su capacidad para atraer perfiles de turistas de mayor capacidad de gasto.

**Los empresarios turísticos españoles descuentan una generalizada mejoría en las ventas (+5,5%) y resultados (+5,2%),** de una leve mayor intensidad de los alcanzados a cierre de 2018 por la recuperación prevista en tarifas (+4,2%), gracias al mencionado esfuerzo inversor en reposicionamiento de producto de los últimos ejercicios.

**Opinión empresarial sobre las ventas. Total Sector Turístico.**

% de caída/aumento en ventas respecto al año anterior

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial sobre los resultados. Total Sector Turístico.**

% de caída/aumento en resultados respecto al año anterior

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur evidencian que un 81,7% de los empresarios turísticos españoles descuenta un nuevo incremento en sus ventas en 2019, que se trasladará en un 80,9 % de ellas en una mejora de sus resultados, gracias a la recuperación prevista de los precios en el 82,8% de las empresas turísticas españolas.

La opinión de los profesionales de los diferentes subsectores de la cadena de valor turística sugiere que **el sector prolongará de manera más moderada su senda de creación de nuevos puestos de trabajo en España en 2019: el 61,7% de las empresas turísticas prevén crecimientos en sus plantillas en 2019, que el 47,9% de los casos cuantifica en un rango hasta el 5%.** Estas expectativas podrían verse afectadas por la subida del 22% del Salario Mínimo Interprofesional aprobada por el Gobierno y la subida de las cotizaciones sociales.

**Perspectivas empresariales para 2019. Total Sector Turístico**

Var interanual % esperado en resultados y ventas

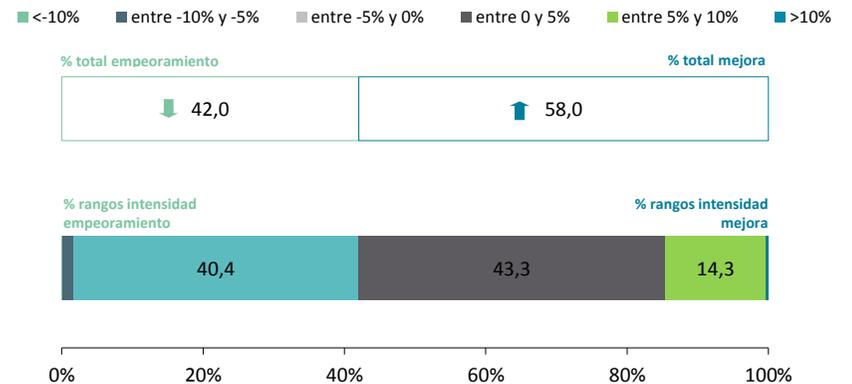
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Perspectivas empresariales sobre el empleo para 2019. Total Sector Turístico**

Var interanual % esperado en empleo

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



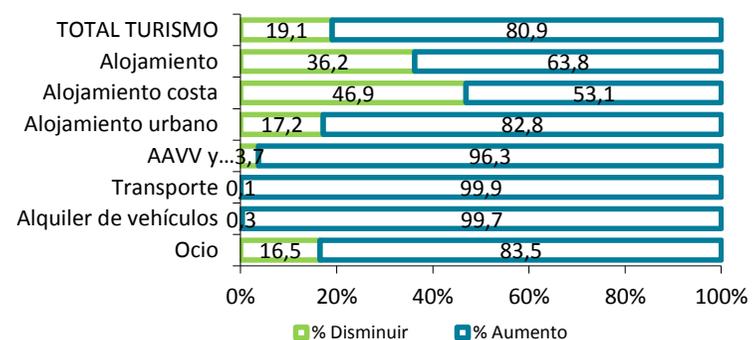
# Las expectativas para 2019 son notablemente dispares entre los subsectores y empresas de la cadena de valor turística

## Principales claves por subsectores para 2019

1. **Dispar comportamiento entre subsectores y empresas**, en favor de aquéllos que han realizado en los últimos ejercicios **inversiones en reposicionamiento y puesta en valor** de productos y servicios, los que han apostado por su **transformación digital** y aquéllos que están **menos expuestos** a la competencia internacional de **producto touroperizado**.
2. Entre ellos destacan las **compañías de transporte de pasajeros** (+8,9% en resultados), que en un escenario de moderación de precios del petróleo, se verán beneficiadas por la respuesta de la demanda al aumento de la conectividad y por la reducción del 12% en las tasas de ruta y la congelación de tarifas aeroportuarias a partir de marzo en el caso de las líneas aéreas. Esta coyuntura favorecerá igualmente a las empresas de alquiler de vehículos (+8,7%).
3. La venta de productos de mayor margen (viajes a capitales europeas, de larga distancia y cruceros) y el acceso a mayor oferta en zonas vacacionales por la menor presión de la touroperación internacional, apoyarán la mejora de los resultados previsto en los principales **grupos de agencias de viaje** en 2019 (+6,0%).

## Opinión empresarial sobre la evolución de los resultados previstos para 2019 por subsectores

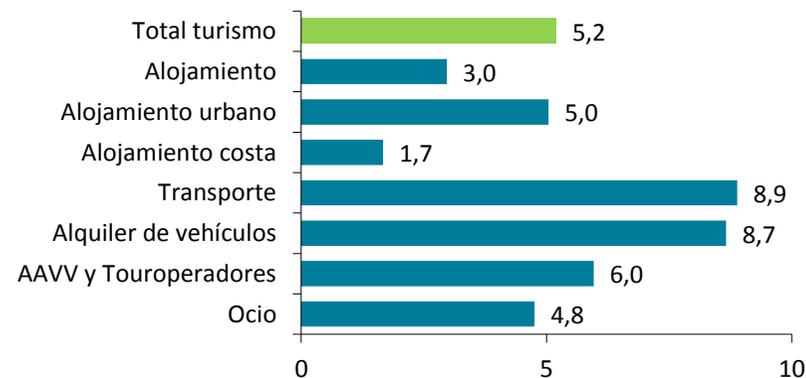
Var % en resultados. 2019/2018



## Evolución prevista de los resultados de las empresas turísticas en 2019 por subsectores

% de variación prevista de 2019 respecto a 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Principales claves por subsectores para 2019 (cont)

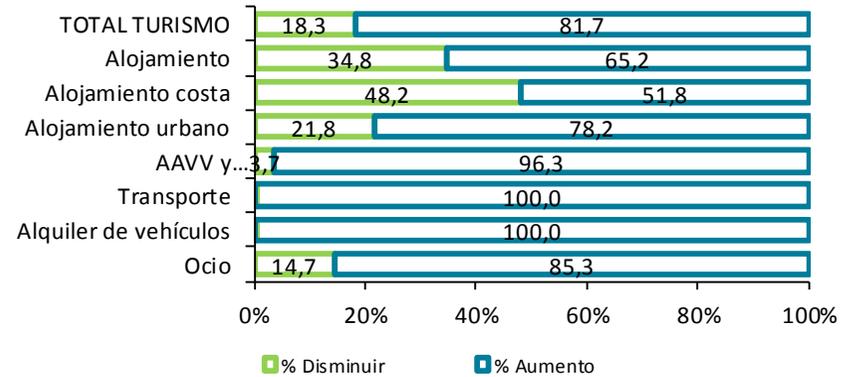
4. Los establecimientos **hoteleros urbanos** (+5,0% en resultados) y **empresas prestadoras de servicios de ocio** (+4,8%) en principales ciudades españolas o sus zonas de influencia se favorecerán del esfuerzo inversor en reposicionamiento y generación de nuevo producto, la mayor conectividad prevista, la dinamización de eventos culturales, deportivos o festivos en los principales destinos urbanos españoles, el favorable desempeño descontado para el turismo de negocios y el auge del *“bleisure”*.

5. Muy condicionados por la incertidumbre sobre el mercado británico y la falta de dinamismo de la demanda nacional, los **hoteles vacacionales** anticipan cerrar 2019 con limitados incrementos interanuales de sus resultados (+1,7%), que además en las zonas más maduras y no rehabilitadas continuarán acusando notablemente la recuperación de los destinos competidores en este segmento (Turquía, Egipto, Túnez..).

### Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas previstas para 2019 por subsectores

Var % en ventas. 2019/2018

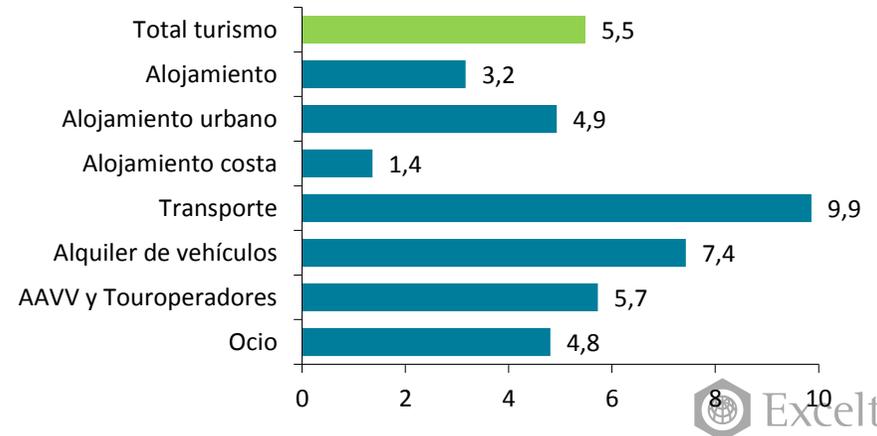
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Evolución prevista de las ventas de las empresas turísticas en 2019 por subsectores

% de variación prevista de 2019 respecto a 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



# Los principales destinos turísticos urbanos españoles y comunidades de interior destacan por sus buenas perspectivas empresariales para 2019, mientras los empresarios turísticos de costa muestran un mayor grado de cautela

## Principales claves por destinos para 2019

1. Los principales destinos urbanos, encabezados por las **ciudades andaluzas (+6,3% en resultados)** y **Madrid (+4,6%)**, serán los más beneficiados de la conectividad puesta en mercado y el dinamismo esperado los viajes de negocio.
2. Junto a ellos destacan las expectativas de los **destinos de interior (Extremadura, Navarra, Castilla y León y Castilla-La Mancha), Galicia**, en la España Verde, y la **Comunidad Valenciana**, que han apostado en los últimos años por el reposicionamiento y reinención de producto y la diversificación de mercados, reforzando la fidelización de demanda interior y una mayor presencia de demanda internacional.
3. Los **archipiélagos y zonas vacacionales del litoral mediterráneo** verán muy **condicionados** sus resultados de 2019 por la **recuperación** de cuota de mercado en los destinos del **Mediterráneo Oriental**.
4. La mayoría de **destinos del norte de España** y de **interior**, más dependientes de la demanda nacional, revelan un **menor grado de optimismo** ante la **menor capacidad de consumo para las familias españolas** en 2019.

## Expectativas de los resultados empresariales en 2019 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2019 respecto 2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Estimamos para 2019 un nuevo crecimiento del +1,7% del PIB Turístico, por segundo año consecutivo por debajo de la media del prevista para la economía española (2,2%), que prolonga la senda de normalización del sector turístico español

### Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2019

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, CNE (INE), Banco de España (dic18)



### Hipótesis del crecimiento del PIB turístico para 2019

1. Normalidad y continuidad de la recuperación de los destinos del mediterráneo Oriental, a expensas de valorar el impacto de los recientes atentados de Egipto y Marruecos.
2. El escenario actual de crecimiento económico en la economía mundial previsto por los analistas que refleja un ritmo más moderado que en el ejercicio 2018.
3. La desaceleración prevista en los ritmos de actividad económica, consumo de los hogares y empleo previstos para la economía española, en un año de incertidumbre por los distintos procesos electorales en marcha y la inestabilidad política de Cataluña.
4. Escenario de Brexit sin relevantes impactos económicos.
5. Precios del petróleo en un entorno de 69\$ barril de media a lo largo del año.

## En opinión de EXCELTUR ello aconseja:

- **Una mayor prioridad y liderazgo transversal del Gobierno para acelerar la gradual evolución competitiva de un sector** que es motor clave para la economía y el empleo y ante algunos destinos con diversos retos estructurales que siguen aún pendientes.
- **Concretar una nueva hoja de ruta turística estratégica con visión de Estado a medio plazo**, que concite tanto el mayor diálogo y consensos interadministrativos y territoriales/CCAA, y amparada en una nueva gobernanza público-privada a nivel país.
- **Una sustancial mejora del primer presupuesto previsto para 2019 del Ministerio para el turismo**, que unido a otras partidas de otros Ministerios, se traduzca en recursos más acordes a lo que el turismo supone en clave de PIB, empleo y divisas, para afrontar una mejor promoción y poder complementar con inversión pública la privada en mejoras de la oferta/destinos.
- Que, a los niveles actuales de afluencia turística, **los nuevos paradigmas de futuro deben basarse en procurar no mas afluencia “per se”, sino en cómo captar la más deseable, la de mayor derrama y con más efectos arrastre para los destinos.**
- **Minimizar las cargas impositivas, tasas y/o gravámenes que puedan afectan al sector, a los diversos niveles de las Administraciones**, para poder impulsar nuevos ciclos de inversión y actividad turística más sostenibles y socioeconómicamente más rentables.
- **Asegurar las mejores condiciones para impulsar el mayor y mejor empleo turístico posible** (según la CSTE: más 2,6 millones de personas), **salvaguardando los aspectos fundamentales de la reforma laboral que han demostrado sus bondades para crear empleo.**

## Ante las reflexiones anteriores sugerimos 8 iniciativas de Política Turística con visión de Estado:

1. **Acelerar el proceso de implantación de la nueva y reciente regulación nacional para los pisos turísticos y su posterior control** del Gobierno, con las CCAA, que evite las externalidades y posibles Turismofobias derivadas de su descontrolado crecimiento.
2. **Poner en marcha con los recursos e incentivos precisos el gran plan nacional de recuperación de destinos turísticos pioneros aún pendiente, que concierne a diversos ministerios e instituciones** similar al Plan Litoral Siglo XXI, aprobado unánimemente por las CCAA, a fines del 2011.
3. **Impulsar y priorizar la más eficiente implantación de la tecnología y procesos de digitalización en los destinos turísticos**, en los ámbitos clave que mejoren la experiencia turística integral para turistas y residentes y facilite la gestión de los operadores.
4. **Reorientar la gestión y especialización de TURESPAÑA, con una gobernanza y enfoque público-privado más comprometido**, segmentado, con más recursos e incorporando prácticas ya acreditadas en otras entidades internacionales de promoción.
5. **Dotar de más contenido y periodicidad a diversos órganos transversales y mixtos**: La Comisión Interministerial de Turismo; la Conferencia Sectorial de Turismo; el Consejo Español de Turismo (CONESTUR); Consejo Asesor de TURESPAÑA.
6. **Abordar con las CCAA y sector privado un plan de concienciación nacional para valorizar lo que representa el turismo y mejorar su reputación y acogida ciudadana**, además induciendo a la reflexión local sobre los escenarios de futuro más deseables, y sin superar sus capacidades de carga.
7. **Asegurar la mayor consistencia y coordinación entre inversión/gestión de infraestructuras públicas de transporte y la deseable hoja de ruta estratégica a medio plazo para lograr un turismo sostenible a medio plazo**, priorizando la intermodalidad y apoyando aquellos modos de transporte internos que faciliten la mayor redistribución/capilaridad del gasto turístico por el territorio.
8. **Disponer de un Plan de emergencia turística nacional negociado por el Gobierno con Bruselas y/o el Reino Unido ante la hipótesis de un posible Brexit Duro**, que contemple entre otros y como ámbito prioritario, asegurar la actual conectividad aérea entre UK y los destinos españoles que resulta clave para mantener la afluencia de un mercado clave como el turístico



---

## PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

---

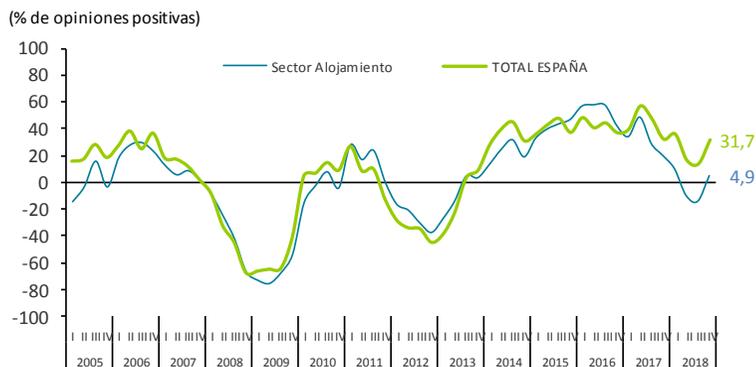
Anexo estadístico.  
Resultados detallados por  
subsectores

# 1. Sector alojamiento hotelero

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

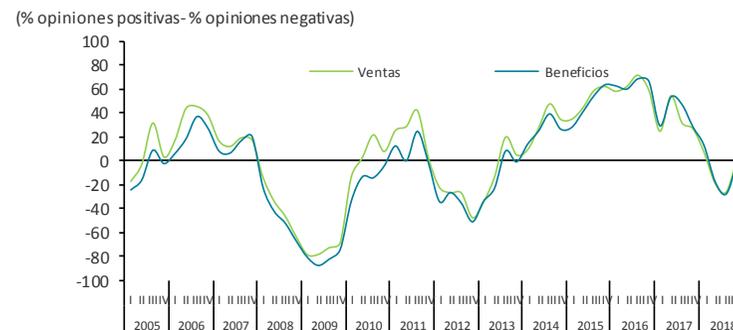
**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Sector alojamiento**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



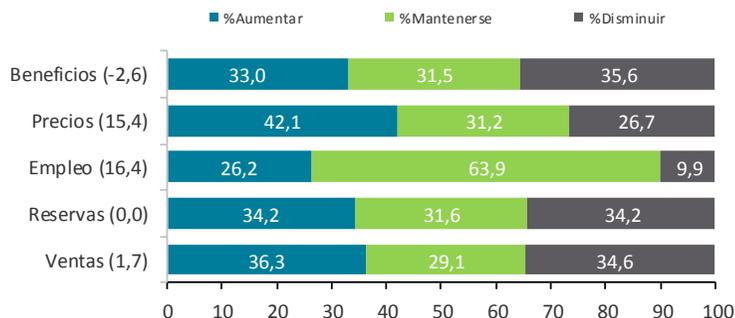
(\* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial de los HOTELES españoles**

**CUARTO trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

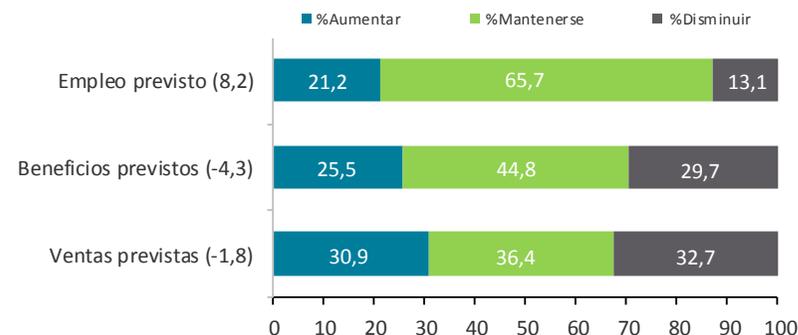


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial de los HOTELES españoles.**

**Expectativas para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

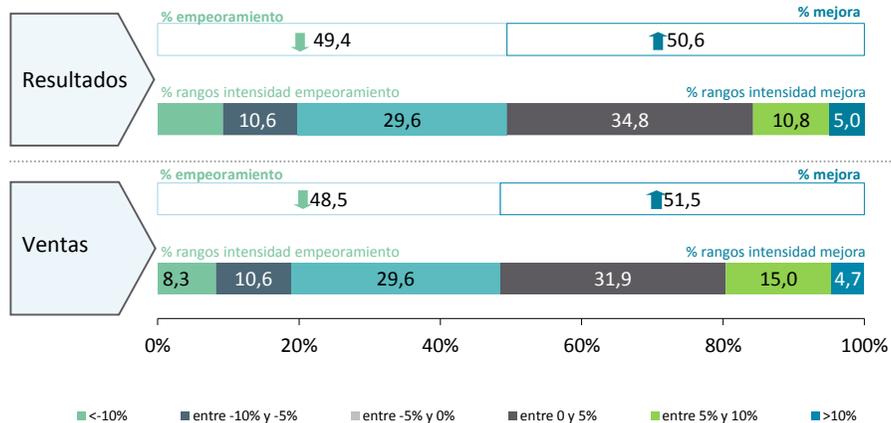
# 1. Sector alojamiento hotelero

## C. Balance de 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial. EXCELTUR

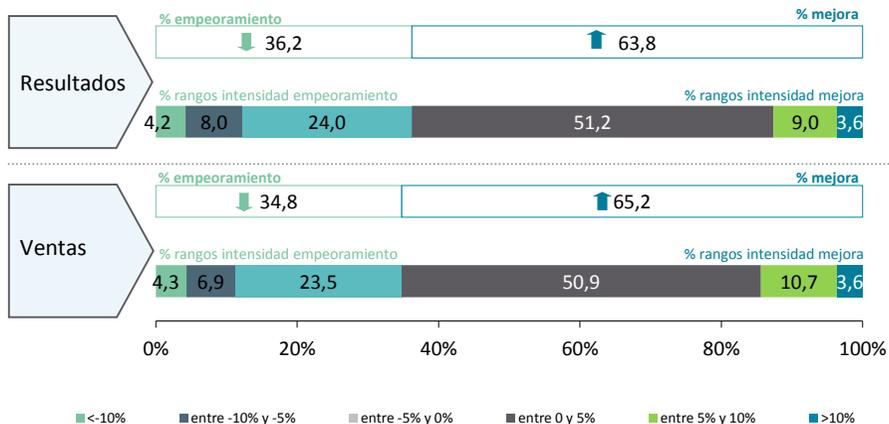


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Alojamiento hotelero

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial. EXCELTUR

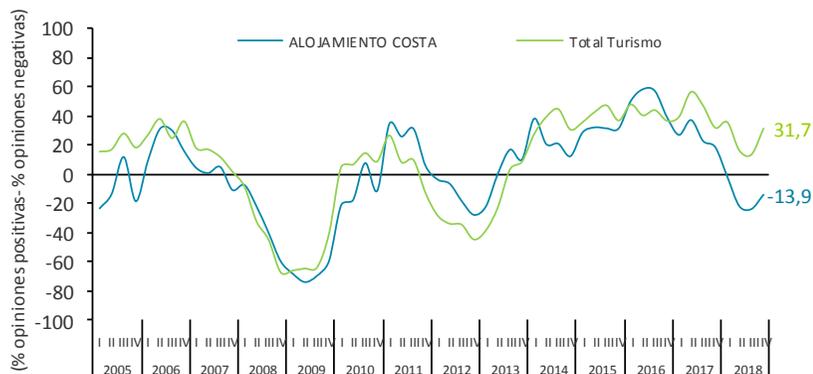


# 1.a. Hoteles costa

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

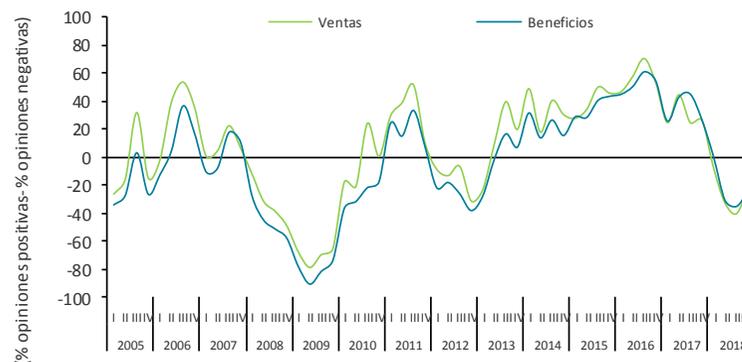
**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). Alojamiento de costa**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

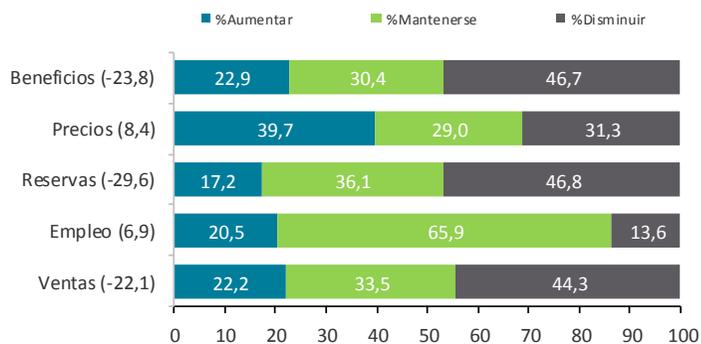


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles CUARTO trimestre de 2018**

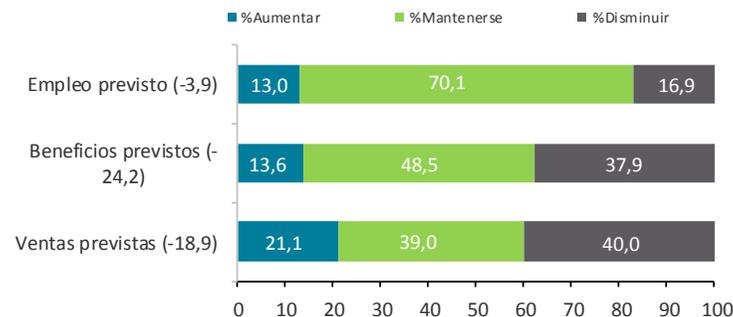
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

**Opinión empresarial de los HOTELES DE COSTA españoles sobre las previsiones para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

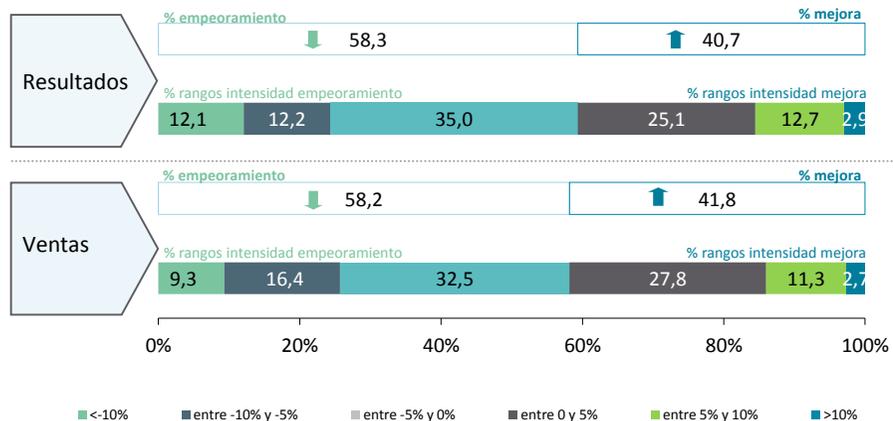
# 1. a. Hoteles costa

## C. Balance de 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Hoteles de costa españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

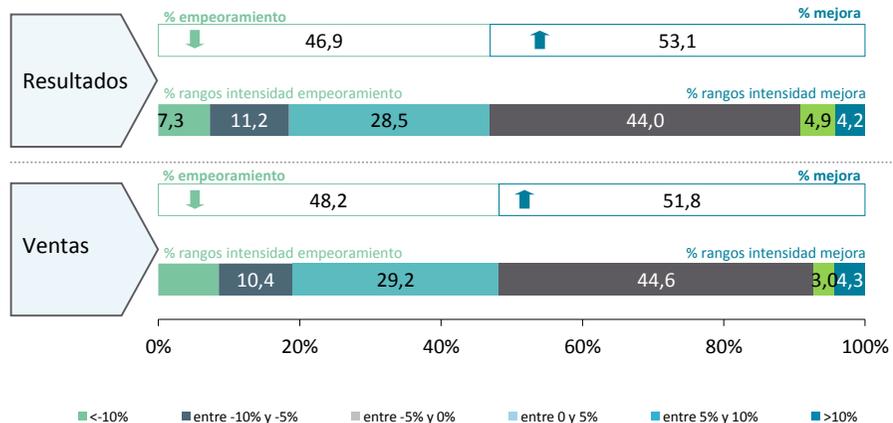


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Hoteles de costa españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



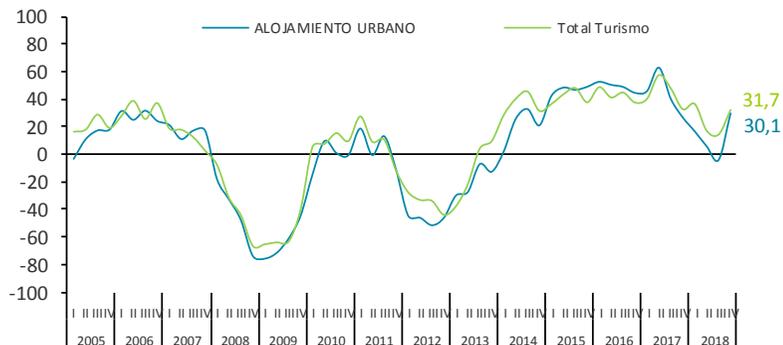
# 1. b. Hoteles urbanos

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

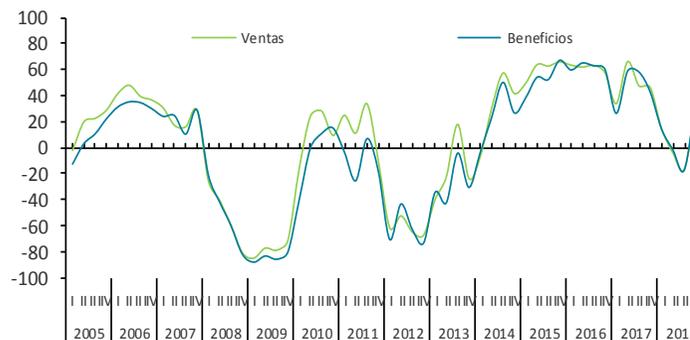
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



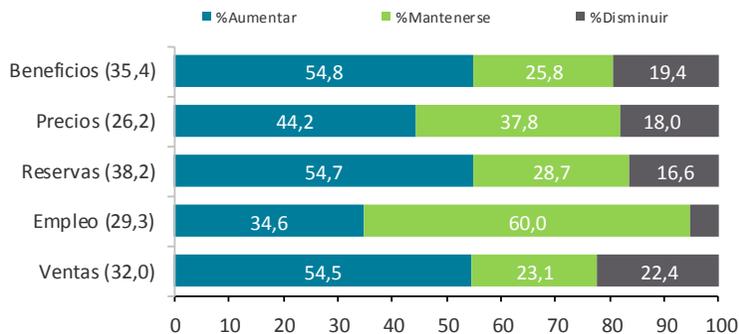
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles**

**CUARTO trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR

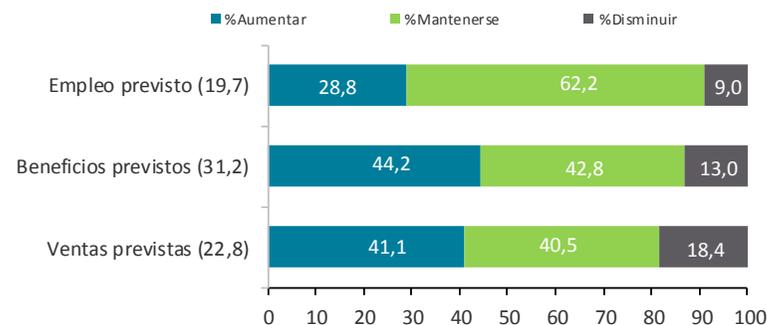


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial de los HOTELES URBANOS españoles.**

**Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

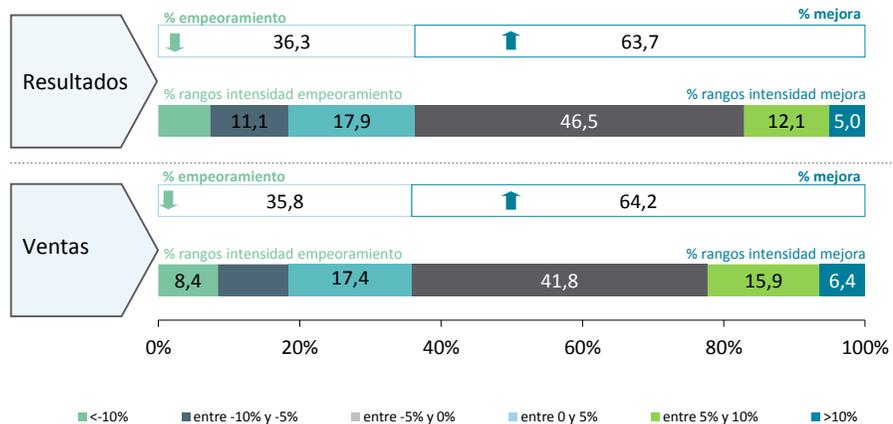
# 1.b. Hoteles urbanos

## C. Balance de 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

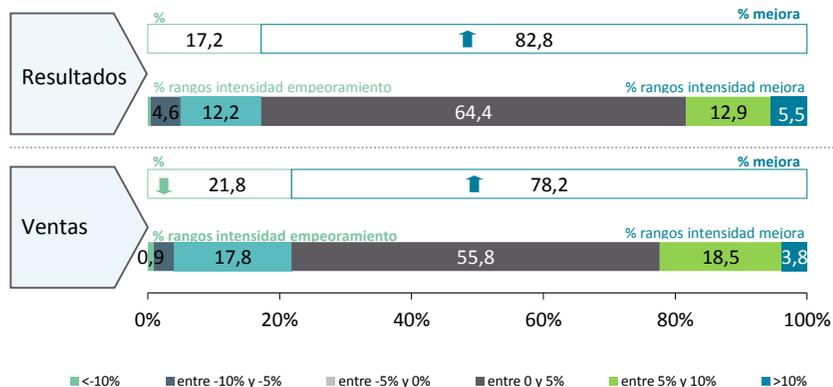


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Hoteles urbanos españoles

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

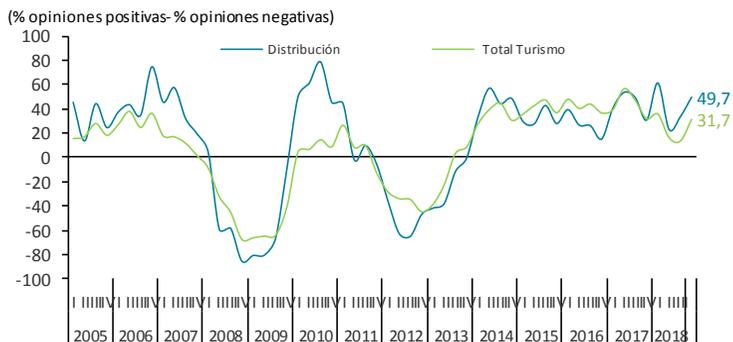


# 2. Grandes grupos de Agencias de viajes y Touroperadores

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

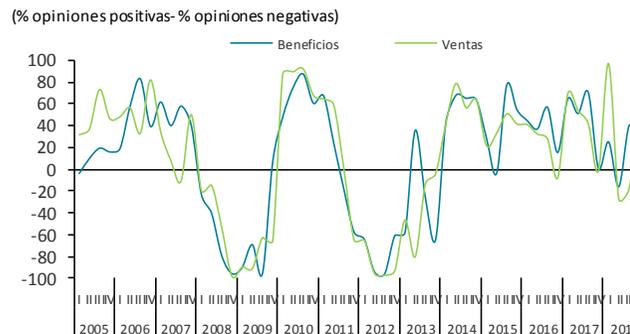
**Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR). AA.VV y Touroperadores españoles y Total Turismo.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



**Opinión empresarial (\*) AA.VV y Touroperadores españoles**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

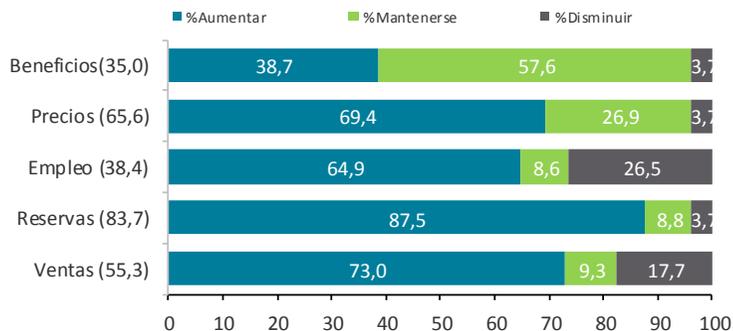


(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

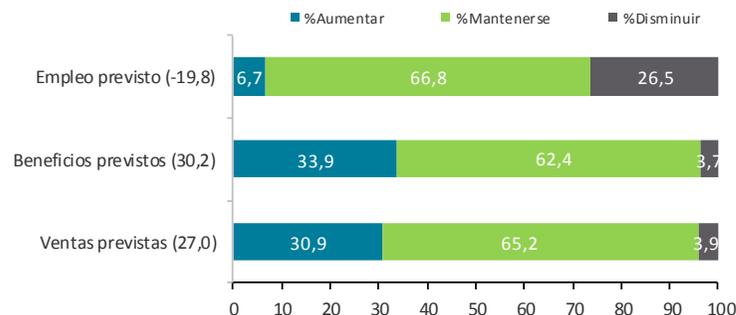
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

**Opiniones empresariales (\*) de AA.VV. y Touroperadores españoles Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

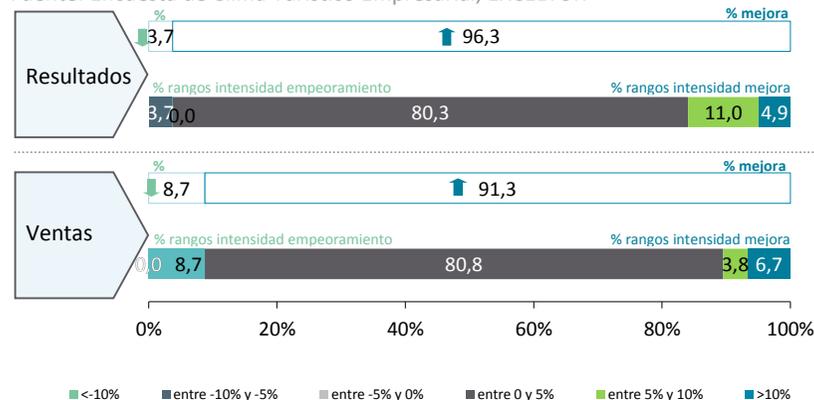
## 2. Grandes grupos de Agencias de viaje y Touroperadores

### C. Balance de 2018

#### Opiniones empresariales cierre 2018. AAVV y Touroperadores españoles

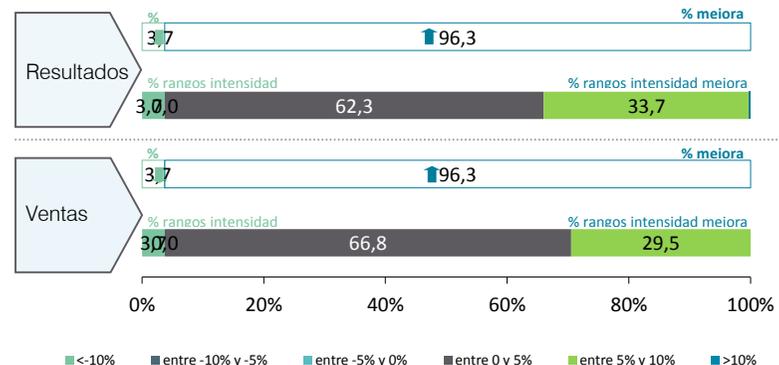
Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### D. Previsiones para 2019

#### Perspectivas empresariales para 2019. AAVV y Touroperadores españoles



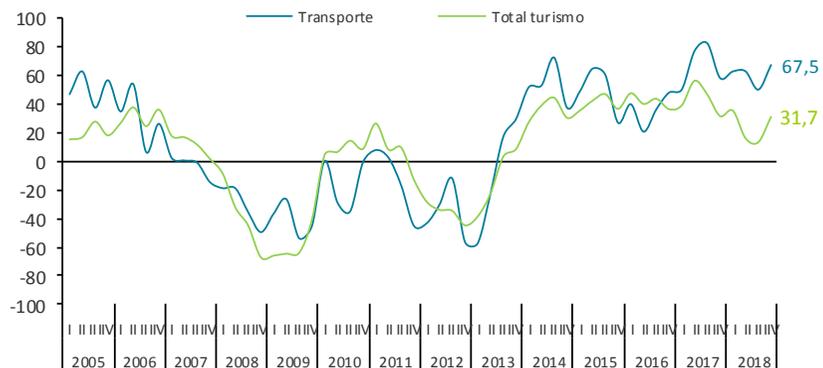
# 3. Empresas de Transporte de pasajeros

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

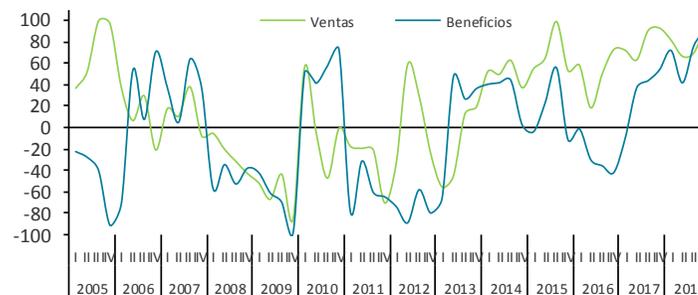
(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



Opinión empresarial (\*) Empresas españolas de transporte

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)



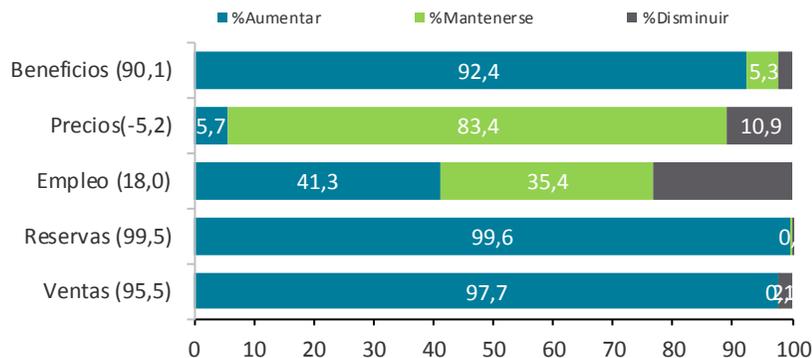
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

Opinión empresarial de las EMPRESAS DE TRANSPORTE

CUARTO trimestre de 2018

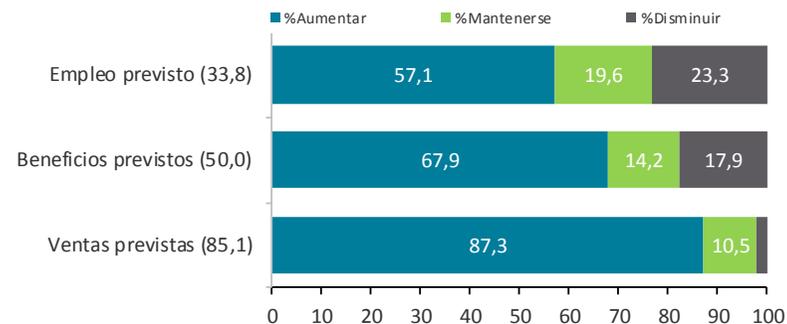
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

Opiniones empresariales empresas españolas de transporte. Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



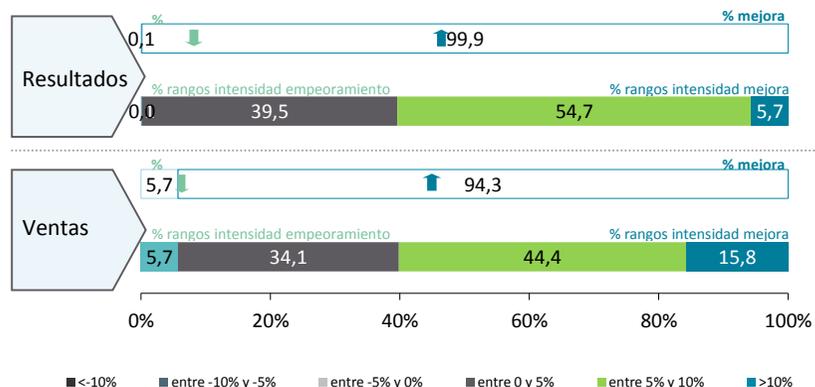
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas. Exceltur

# 3. Empresas de Transporte de pasajeros

## C. Balance de 2018 Opiniones empresariales cierre 2018. Empresas de transporte

Var interanual % en resultados y ventas

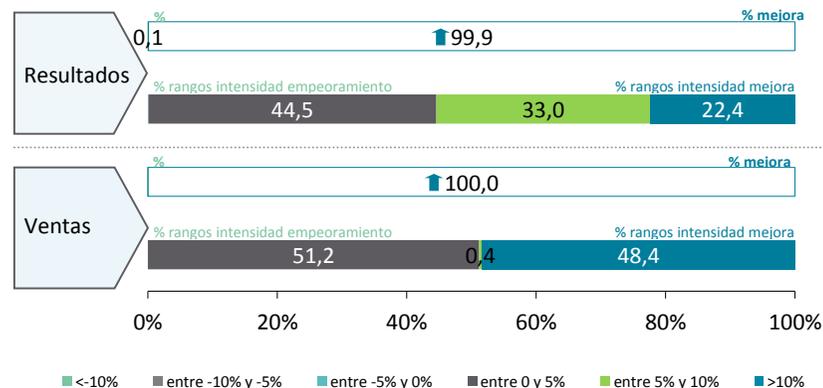
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## D. Previsiones para 2019 Perspectivas empresariales para 2019. Empresas de transporte

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



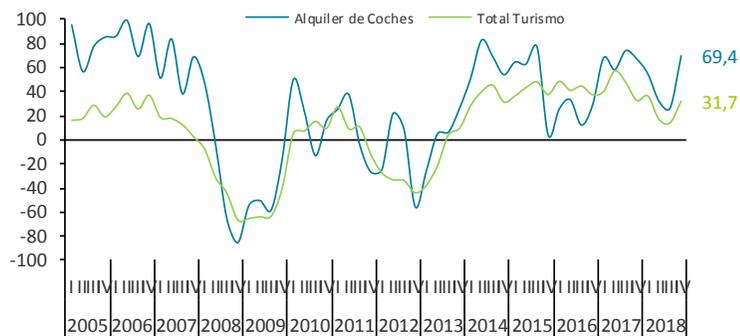
## 3. a. Empresas de alquiler de coches

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

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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

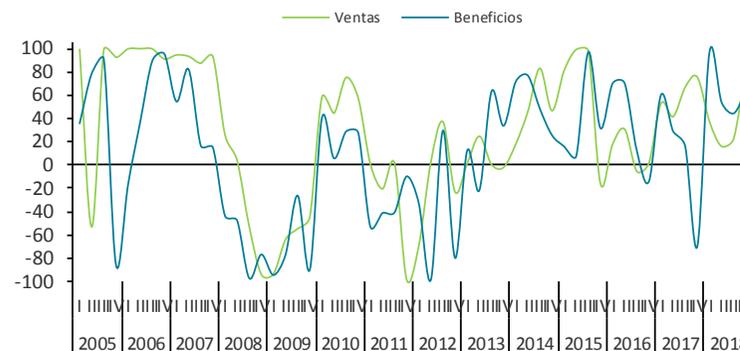
(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas - % opiniones negativas)



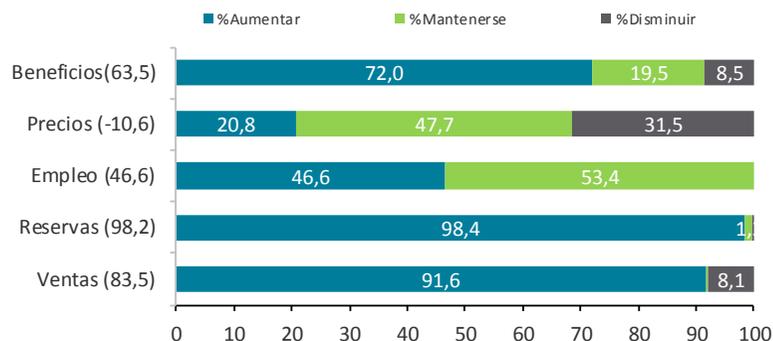
(\*) Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches**

**CUARTO Trimestre de 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR

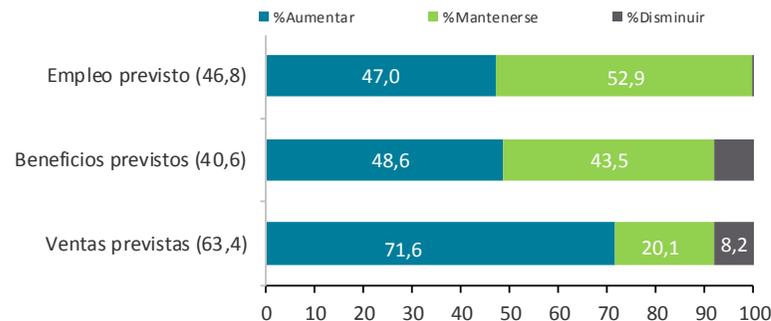


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

**Opinión empresarial de las empresas de alquiler de coches**

**Expectativas para el PRIMER Trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turística Empresarial, EXCELTUR



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

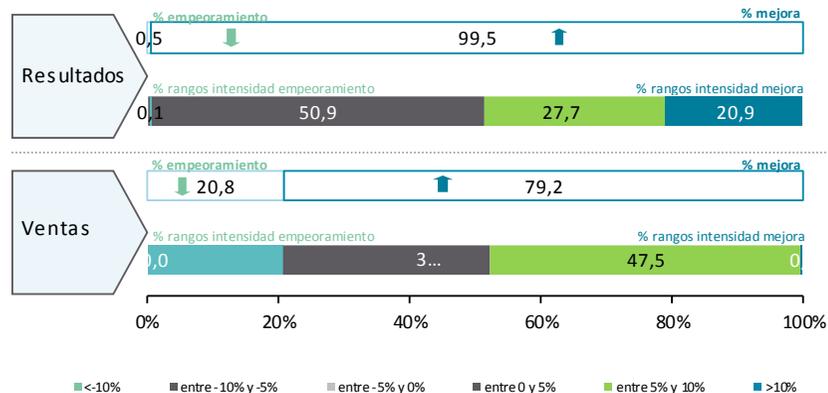
### 3.a. Empresa de alquiler de coches

#### C. Balance de 2018

##### Opiniones empresariales cierre 2018. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % en resultados y ventas

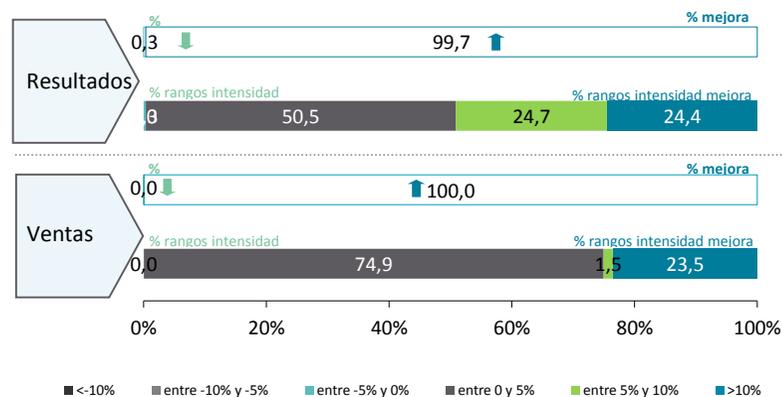
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



#### D. Previsiones para 2019

##### Perspectivas empresariales para 2019. Empresas de alquiler de coches

Var interanual % esperado en resultados y ventas

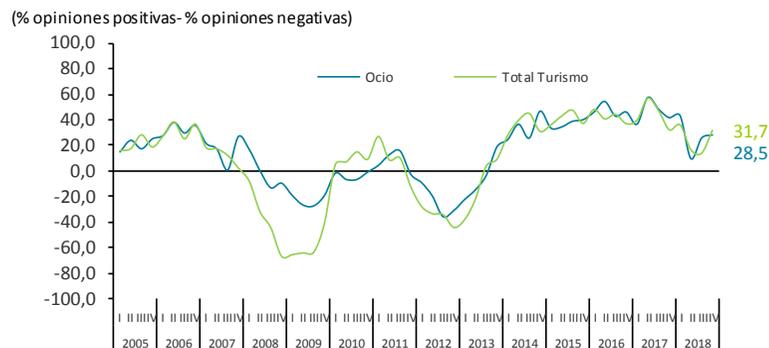


# 4. Empresas y equipamientos de ocio

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

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

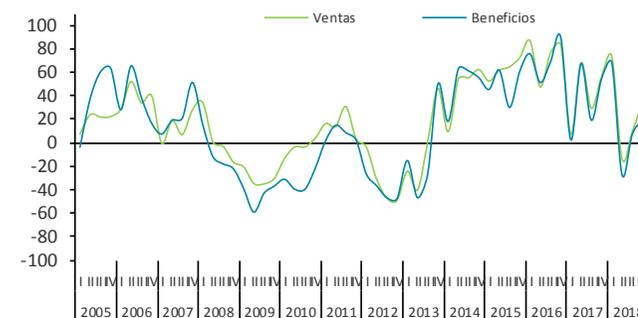
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

(% opiniones positivas- % opiniones negativas)

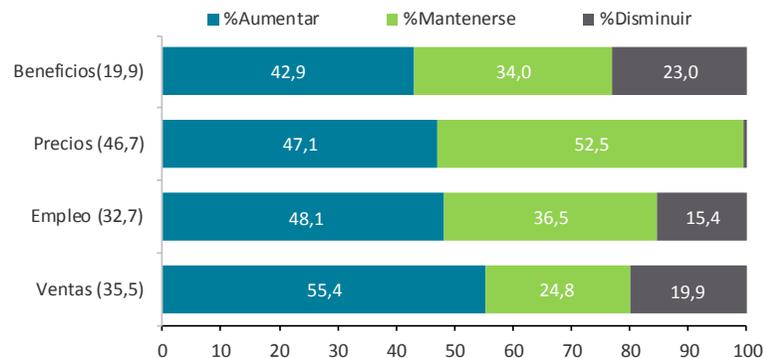


(\* Los valores están calculados como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial de las EMPRESAS Y GESTORES DE OCIO  
 CUARTO trimestre de 2018**

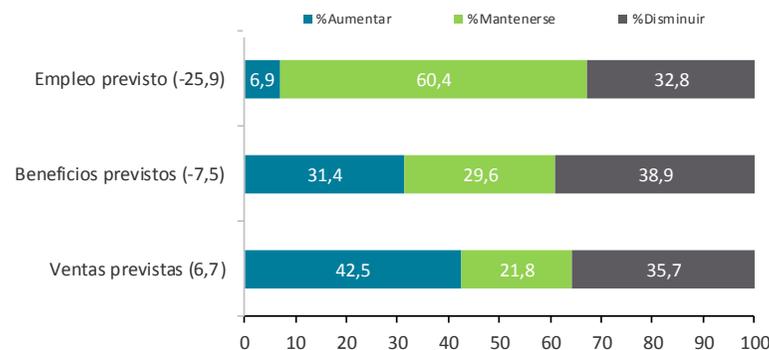
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

**Opinión empresarial de las Empresas y equipamientos de ocio.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR



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

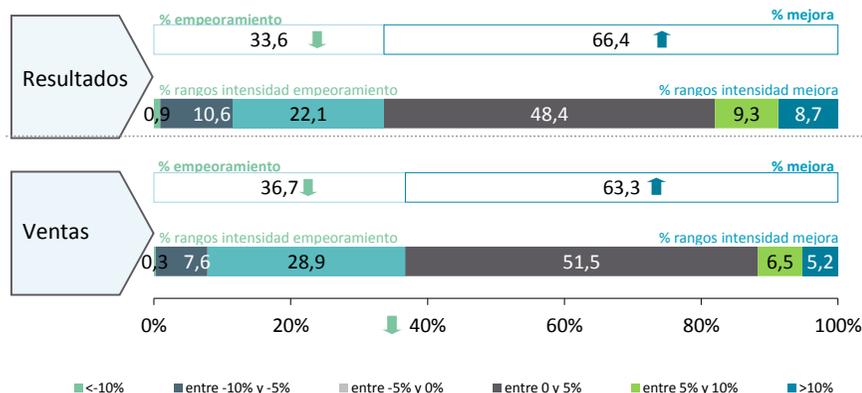
# 4. Empresas y equipamientos de ocio

## C. Balance de 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Actividades de ocio

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

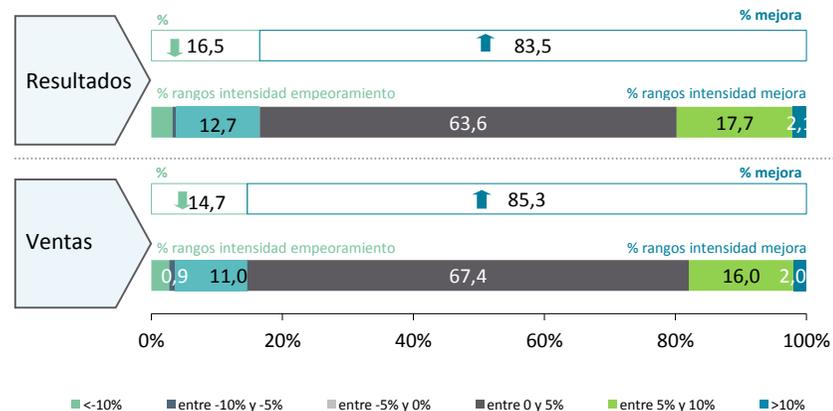


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Actividades de ocio

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

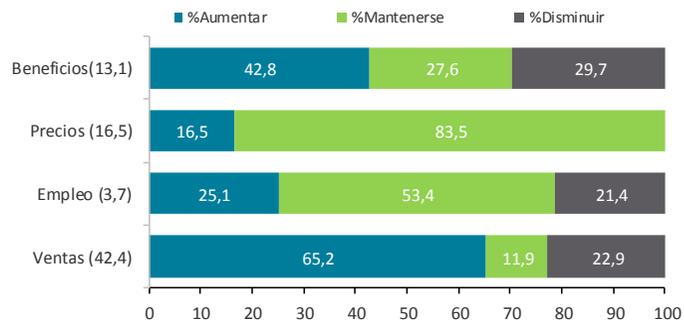


# 4.a. Museos y monumentos

## IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.  
 CUARTO trimestre de 2018.

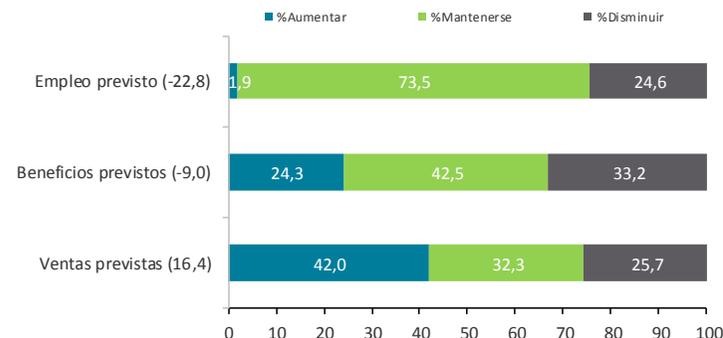
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de Museos y Monumentos.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



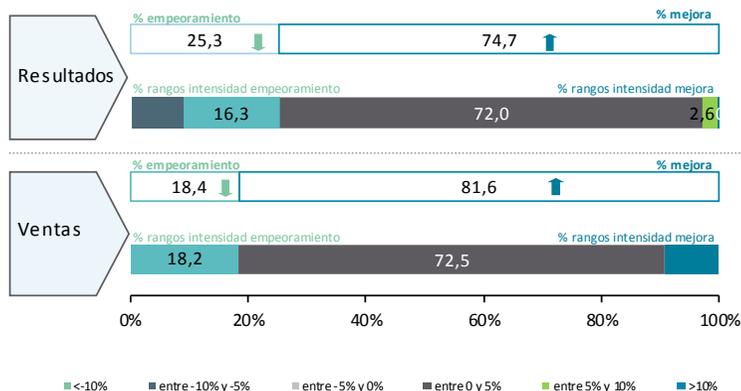
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

## Balace de 2018 y previsiones para 2019

Opiniones empresariales cierre 2018. Museos y monumentos.

Var interanual % en resultados y ventas

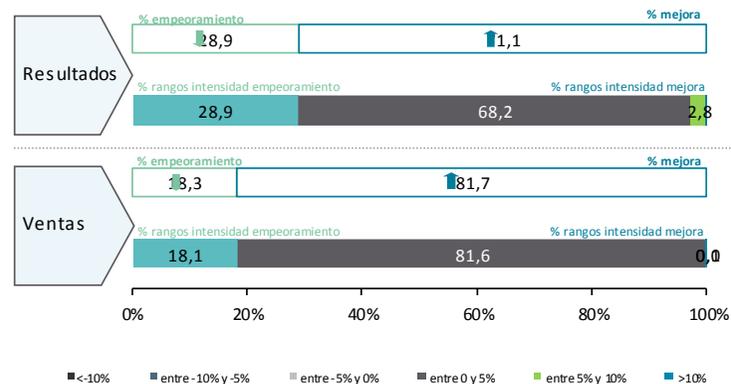
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2019. Museos y monumentos.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



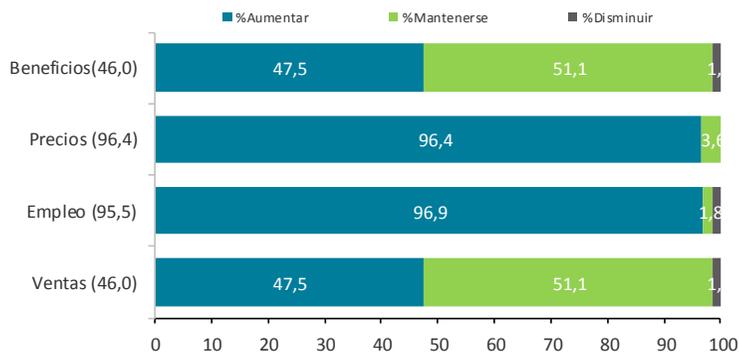
## 4.b. Parques de ocio

### IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

#### Opiniones empresariales de los Parques de ocio.

CUARTO trimestre de 2018.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

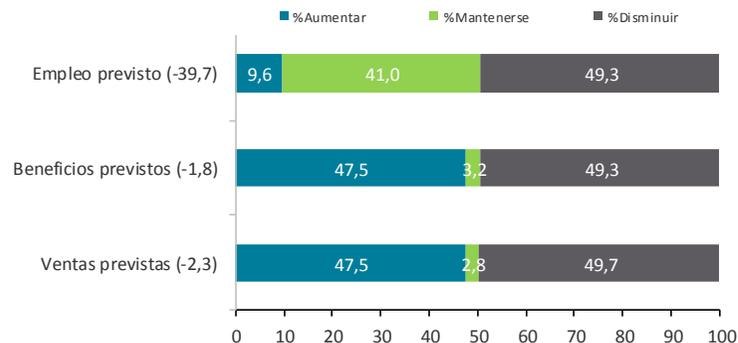


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

#### Opiniones empresariales de los Parques de ocio.

Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



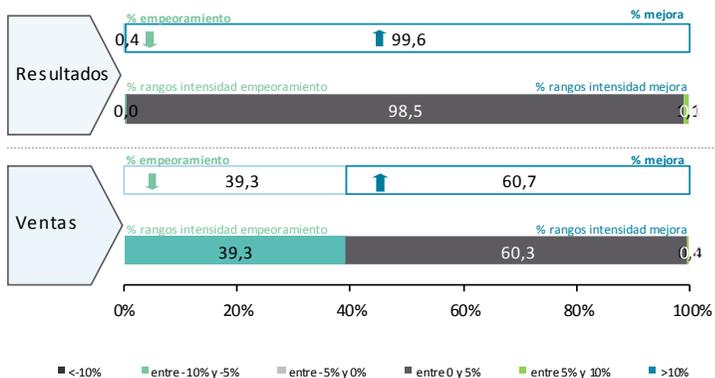
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Balace de 2018 y previsiones para 2019

#### Opiniones empresariales cierre 2018. Parques de ocio.

Var interanual % en resultados y ventas

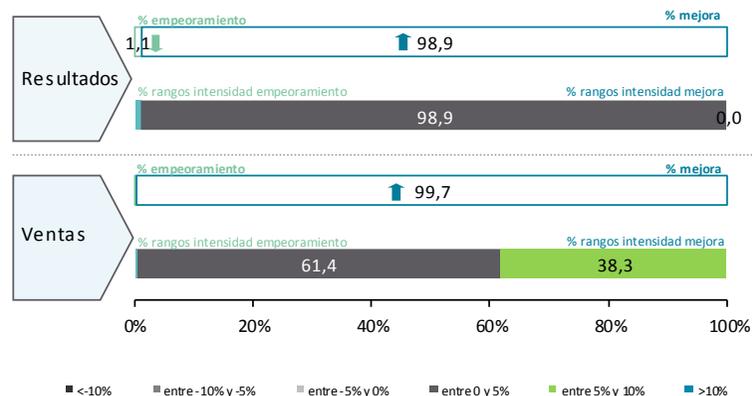
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



#### Perspectivas empresariales para 2019. Parques de ocio.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

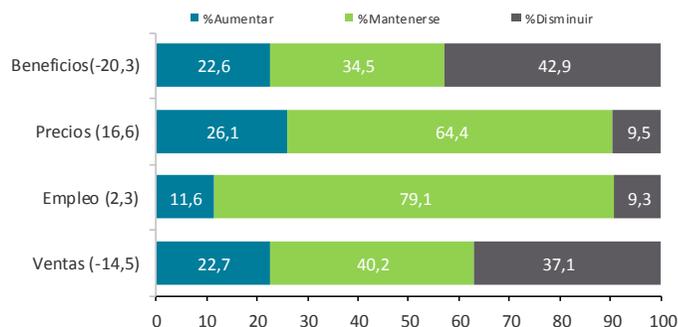


## 4.c. Campos de golf

### IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

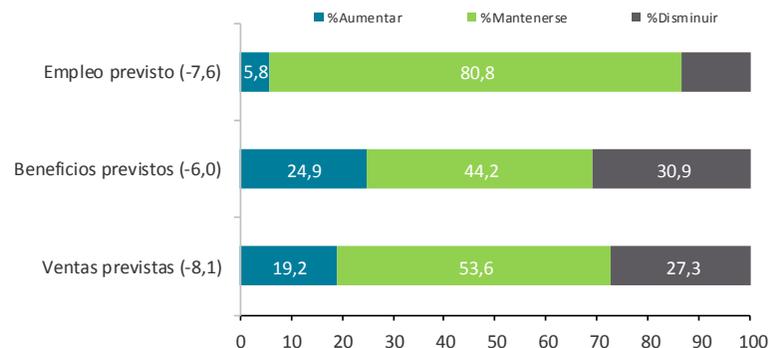
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de los Campos de golf.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



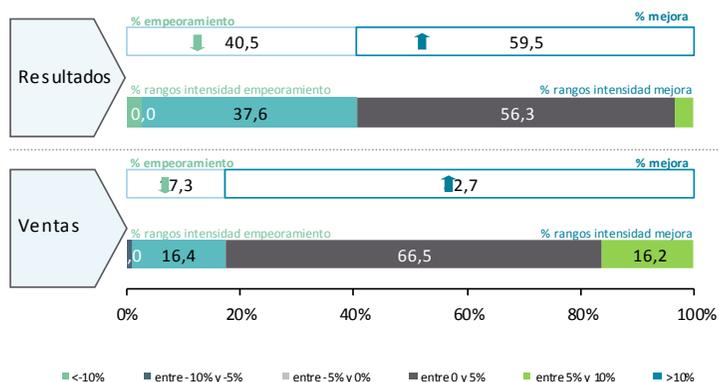
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Balace de 2018 y previsiones para 2019

Opiniones empresariales cierre 2018. Campos de golf.

Var interanual % en resultados y ventas

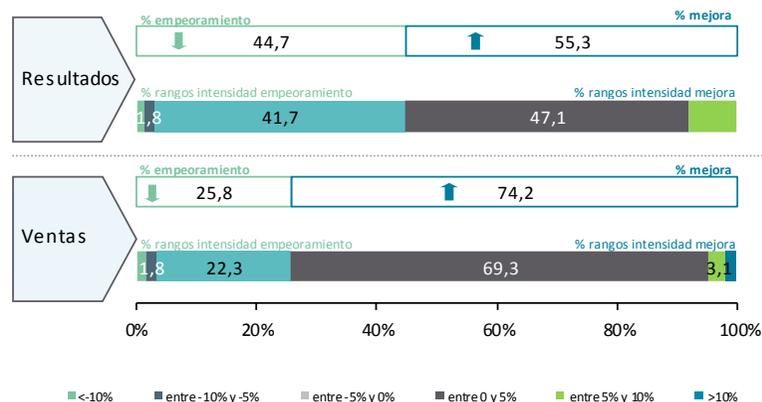
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2019. Campos de golf.

Var interanual % esperado en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

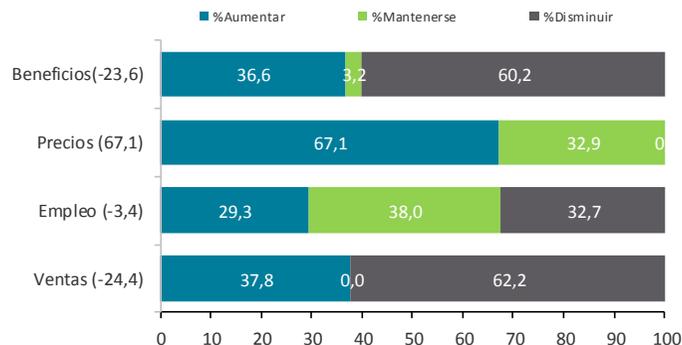


## 4.d. Estaciones de esquí

### IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí.  
 CUARTO trimestre de 2018.

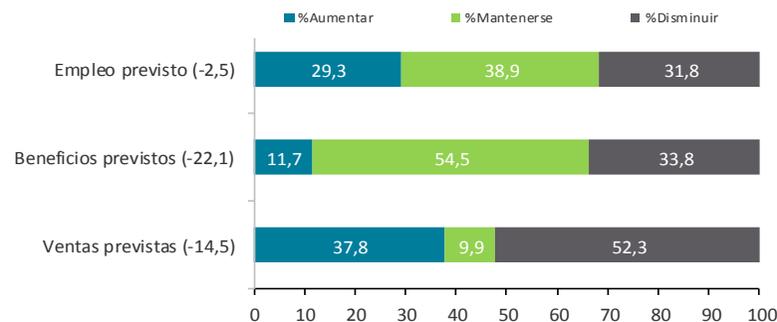
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opiniones empresariales de las Estaciones de montaña y esquí.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER Trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



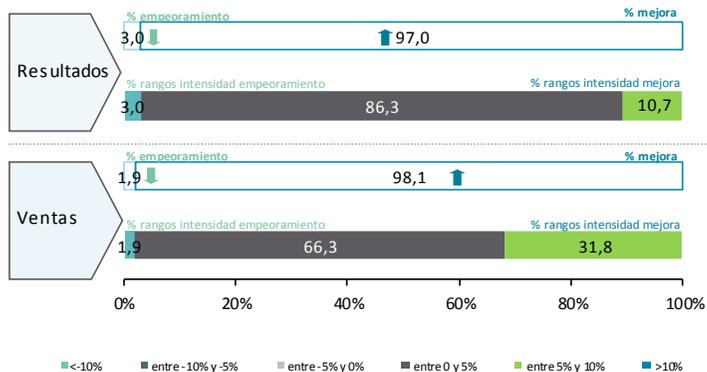
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

### Balace de 2018 y previsiones para 2019

Opiniones empresariales cierre 2018. Estaciones de montaña y esquí.

Var interanual % en resultados y ventas

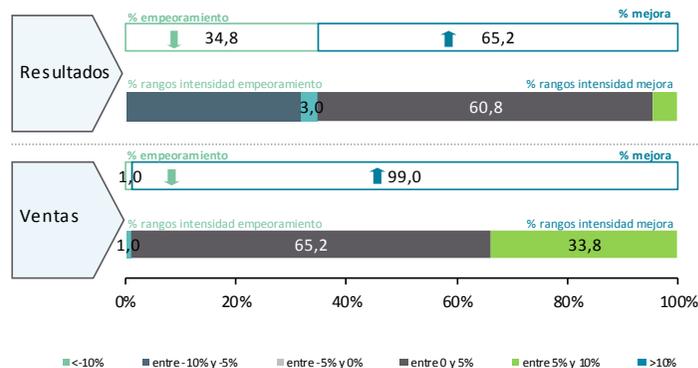
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



Perspectivas empresariales para 2019. 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 2018.

## A. Ventas

### Variación % de las ventas empresariales en 2018 vs 2017 por CC.AA.

% de aumento/caída en ventas en 2018 respecto 2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. Beneficios

### Variación % de los resultados empresariales en 2018 vs 2017

% de aumento/caída en resultados en 2018 respecto 2017

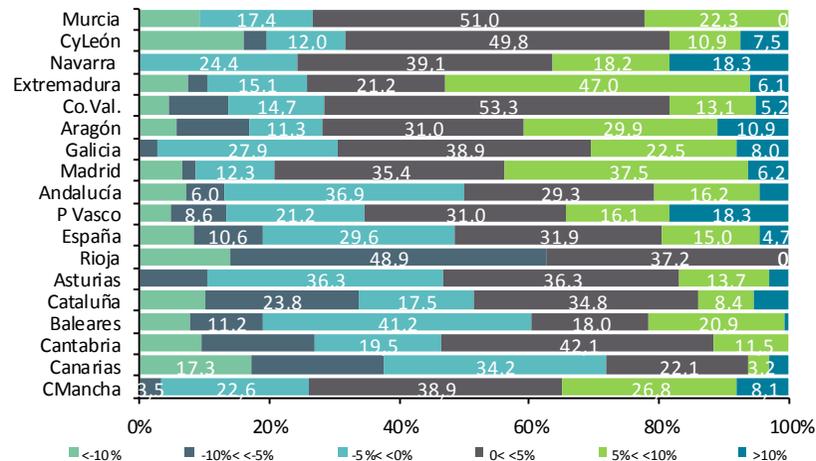
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Var % en ventas 2018/2017

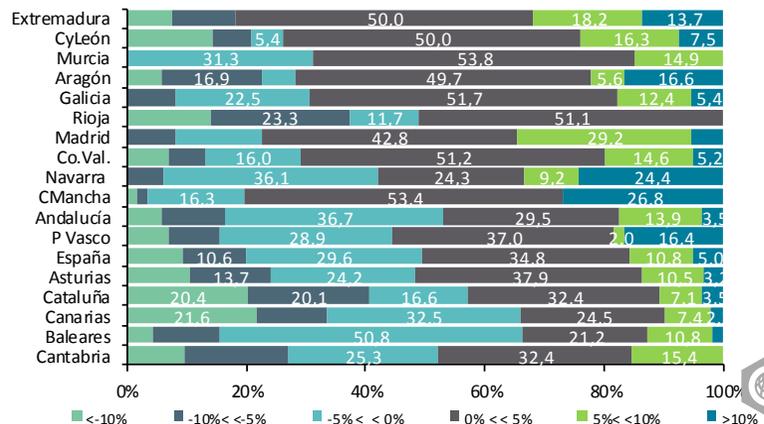
Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



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

Var % en resultados 2018/2017

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur



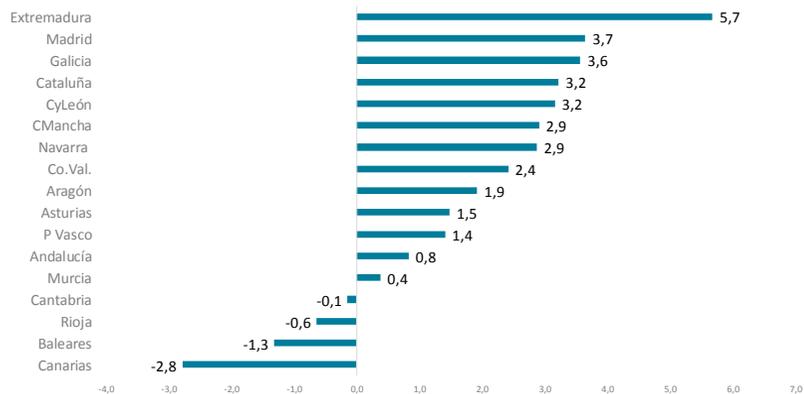
# Resumen por comunidades autónomas. Previsiones 2019.

## A. Ventas

### Expectativas de las ventas en 2019 derivadas de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en ventas en 2019 respecto 2018

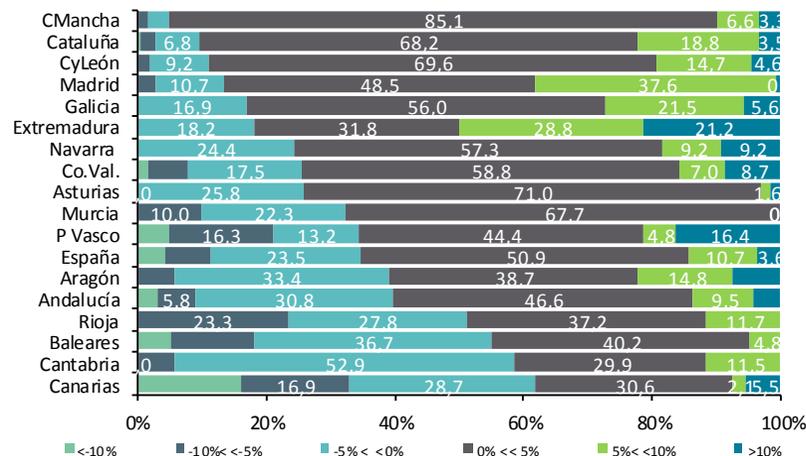
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para el año 2019

Var % en ventas 2019/2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

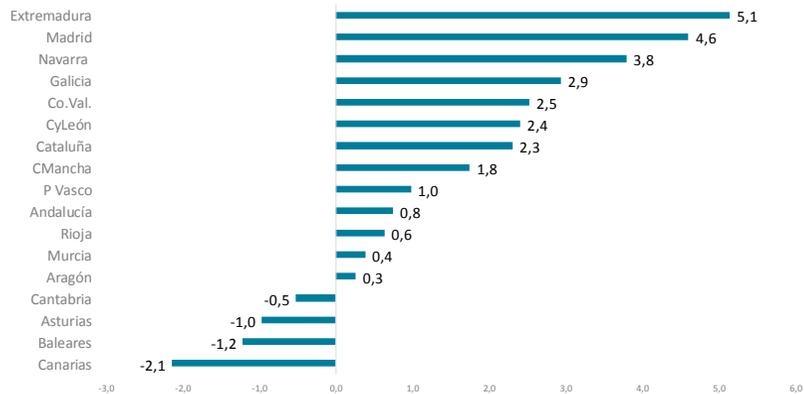


## B. Beneficios

### Expectativas de los resultados empresariales en 2019 derivada de las opiniones empresariales

% de aumento/caída en resultados en 2019 respecto 2018

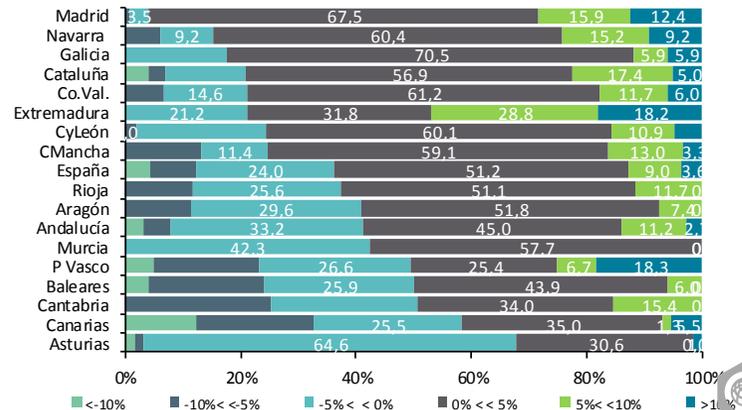
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



### Perspectivas empresariales para el año 2019

Var % en resultados 2019/2018

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

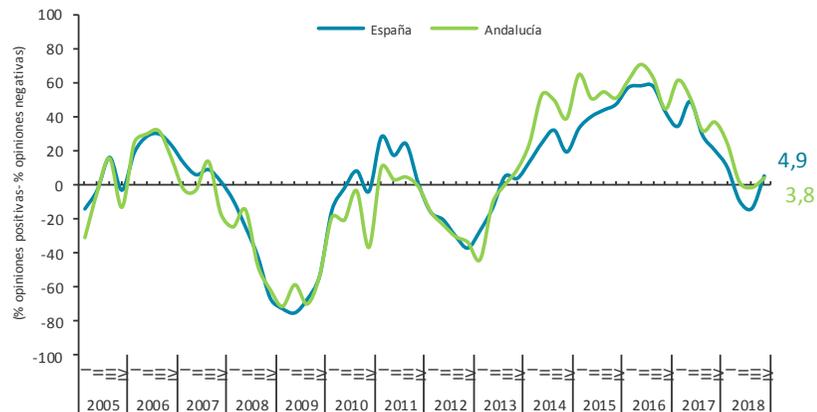


# 1. Andalucía

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

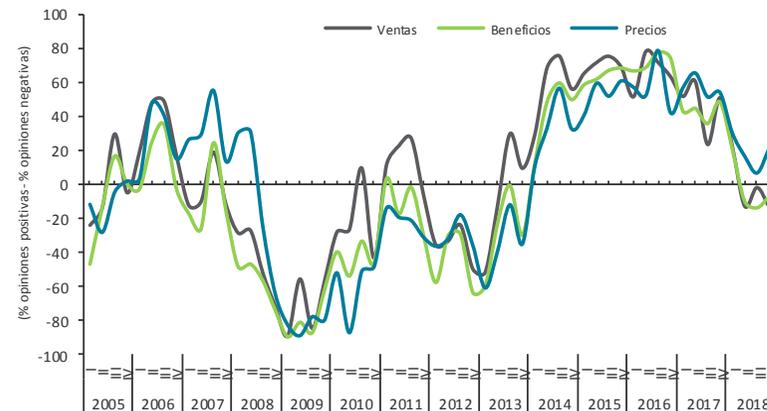
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Andalucía.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

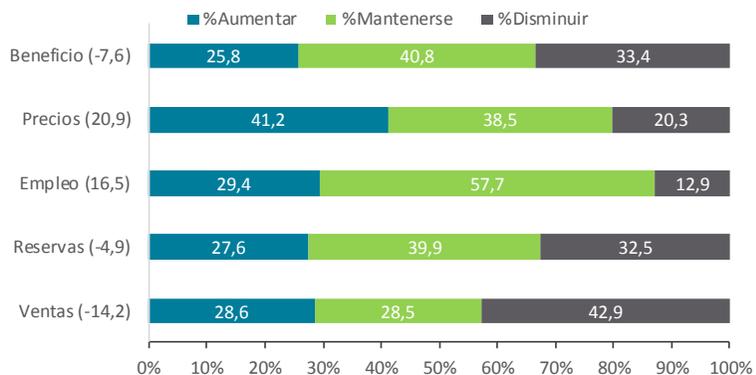


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

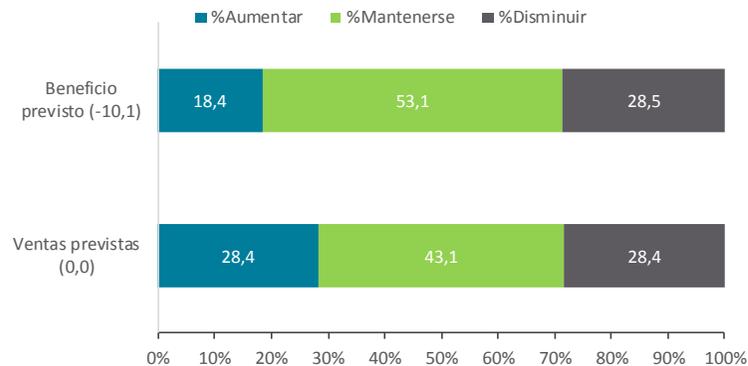


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

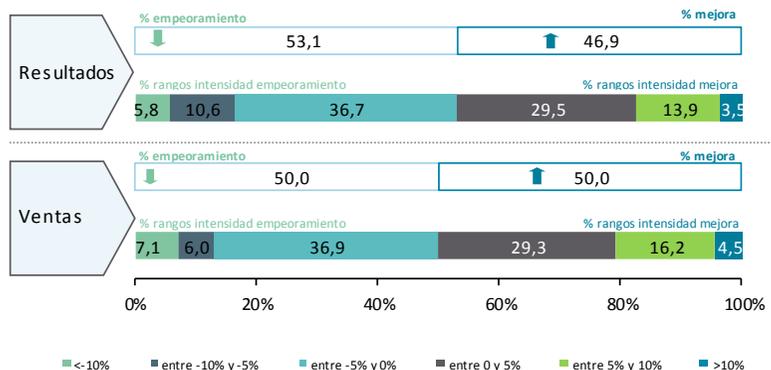
# 1. Andalucía

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Andalucía. Alojamiento hotelero

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

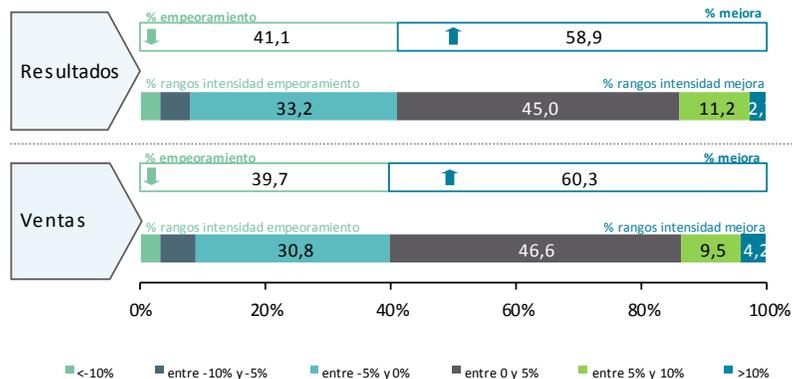


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Andalucía. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

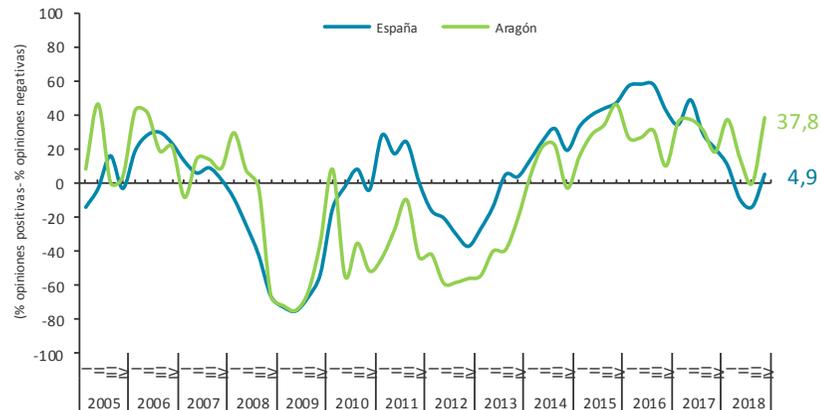


## 2. Aragón

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

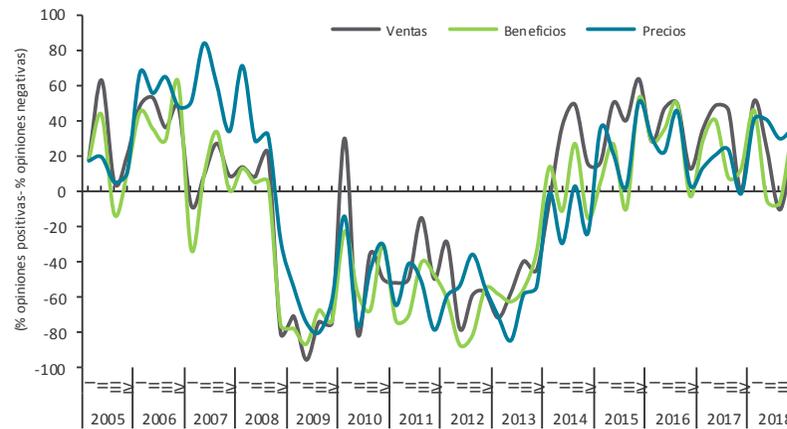
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Aragón.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

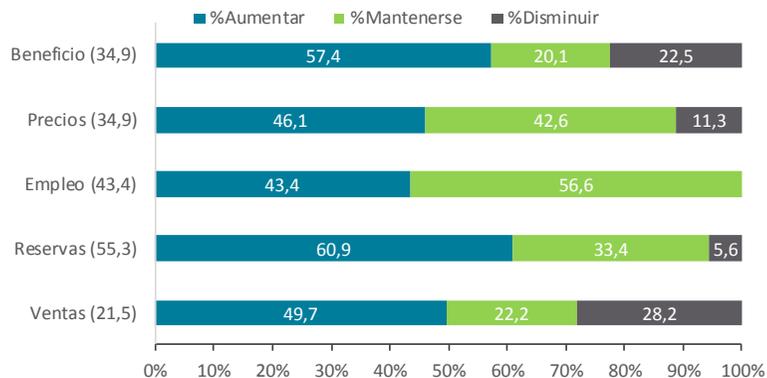


### B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

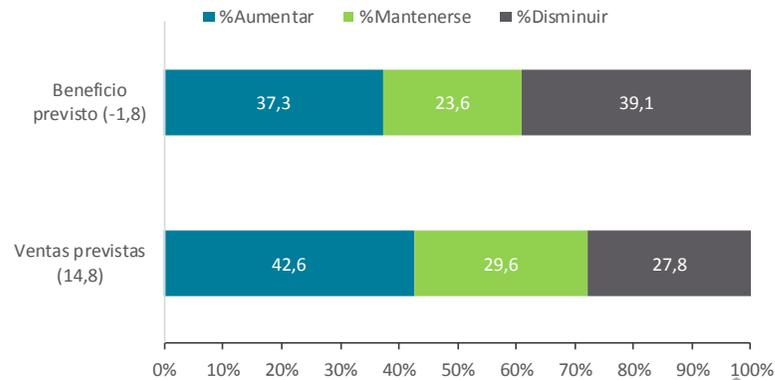


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

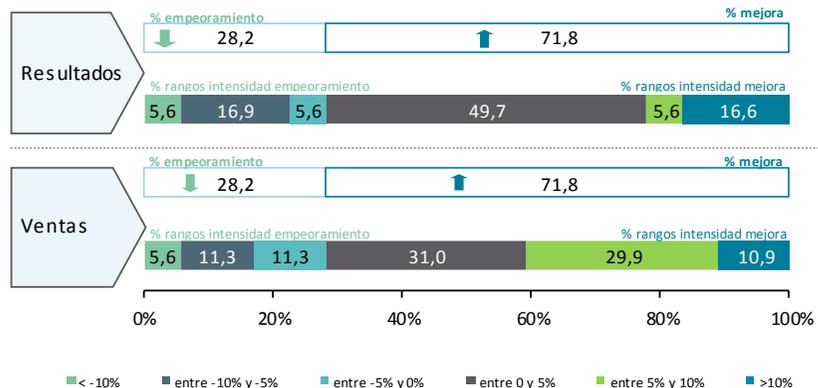
## 2. Aragón

### C. Balance 2018

#### Opiniones empresariales cierre 2018. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

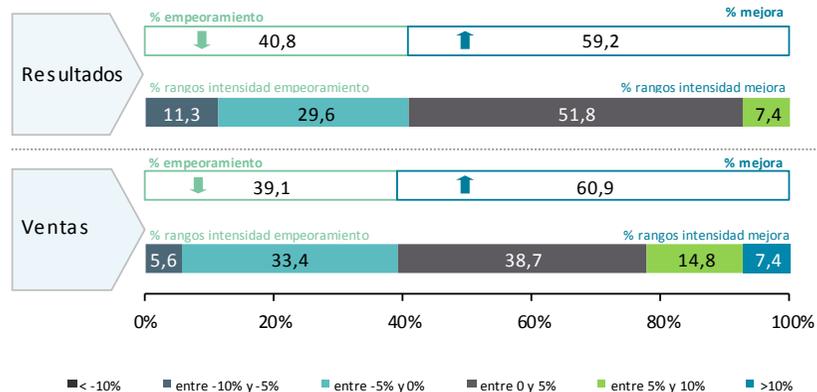


### D. Previsiones para 2019

#### Perspectivas empresariales para 2019. Aragón. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

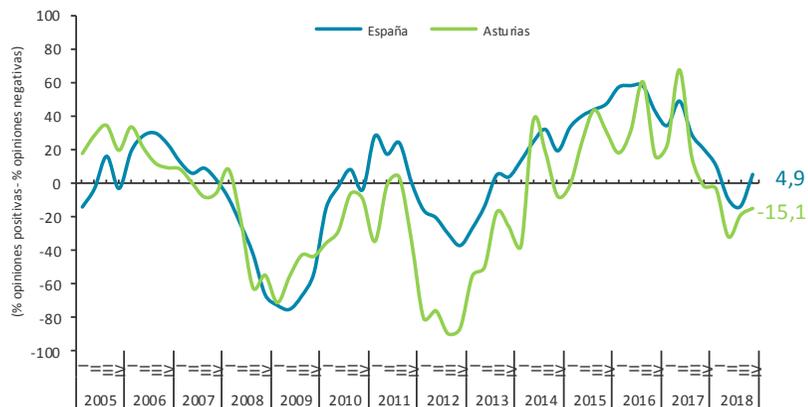


# 3. Asturias

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

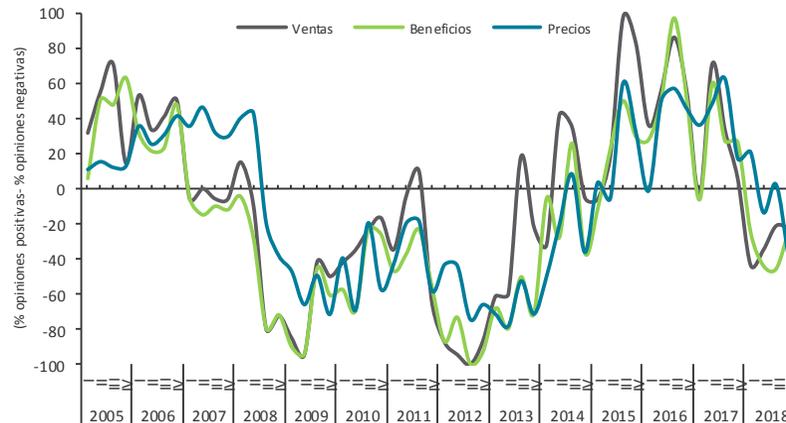
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Asturias.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

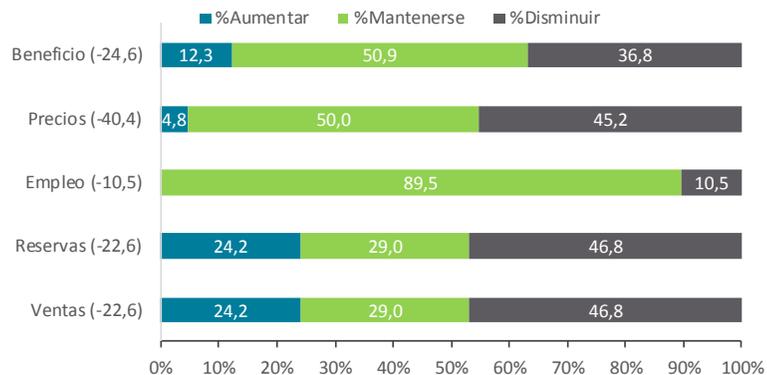


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

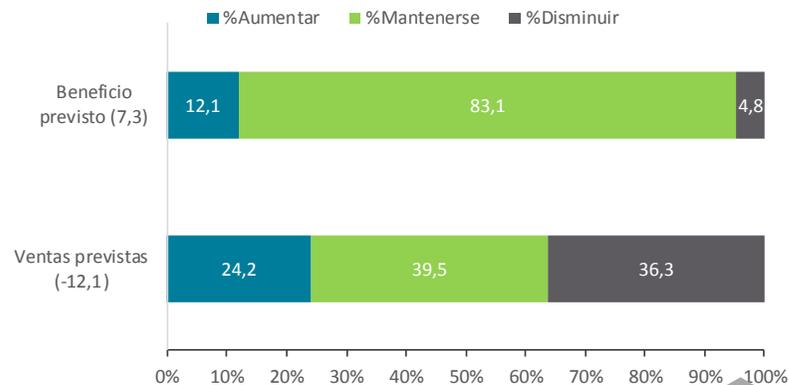


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

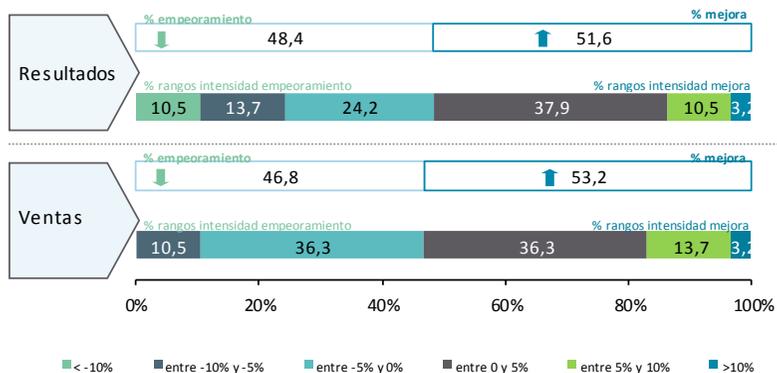
# 3. Asturias

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

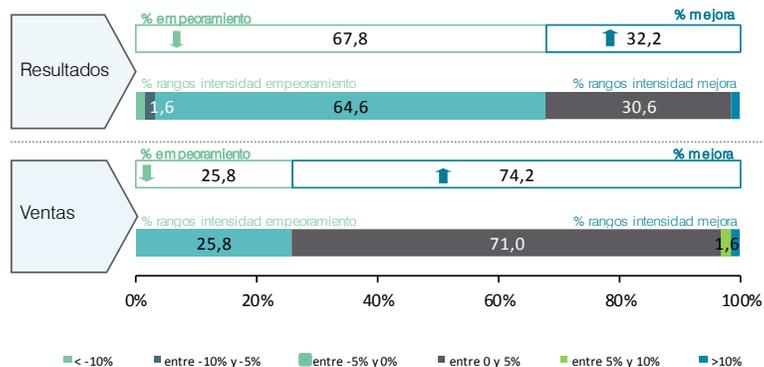


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Asturias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

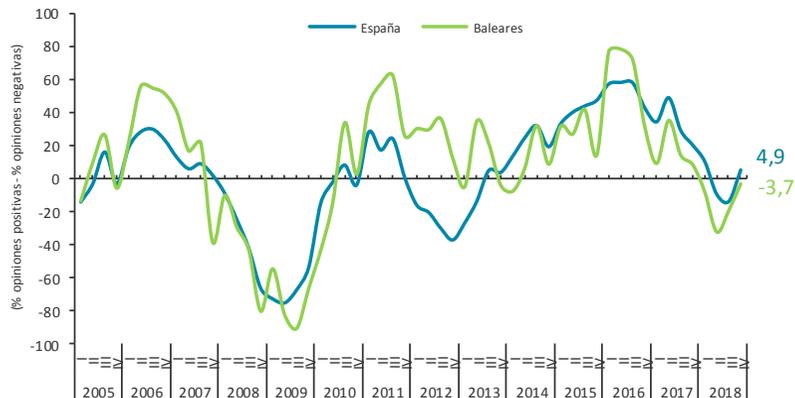


# 4. Baleares

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

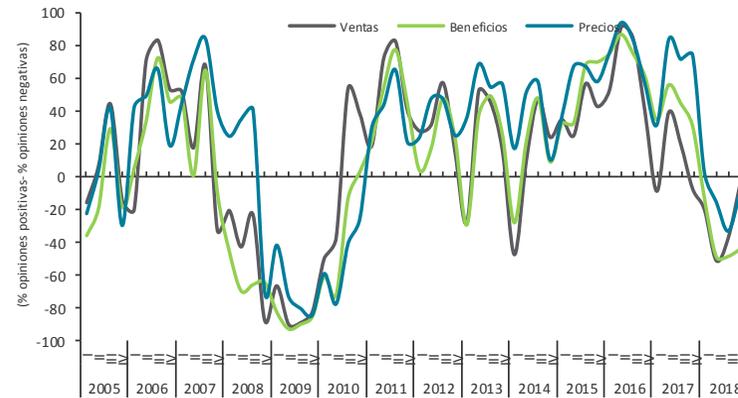
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Baleares.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

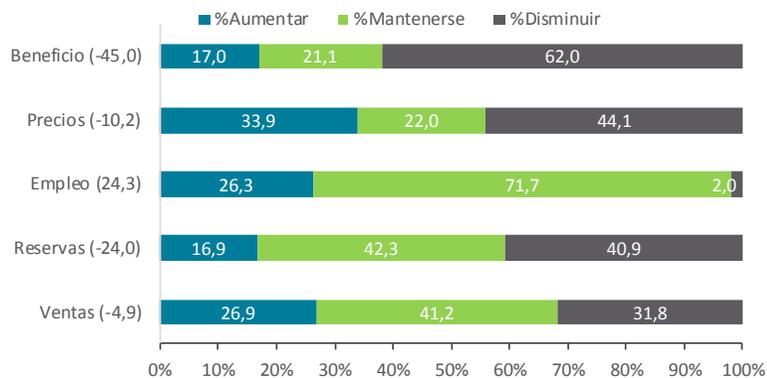
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

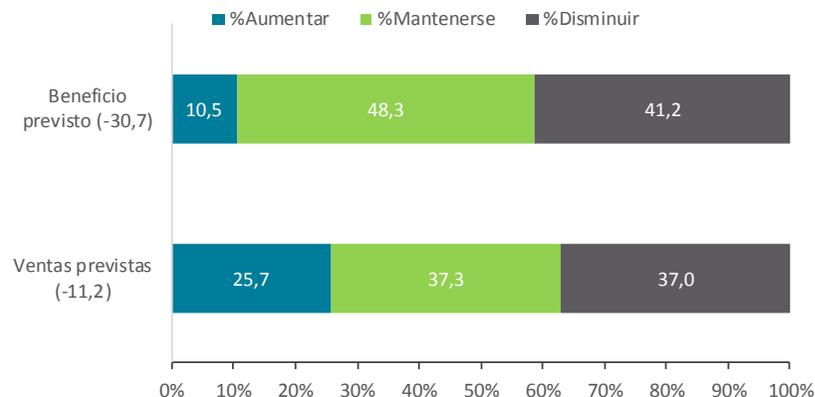
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Baleares (\*). Alojamiento.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

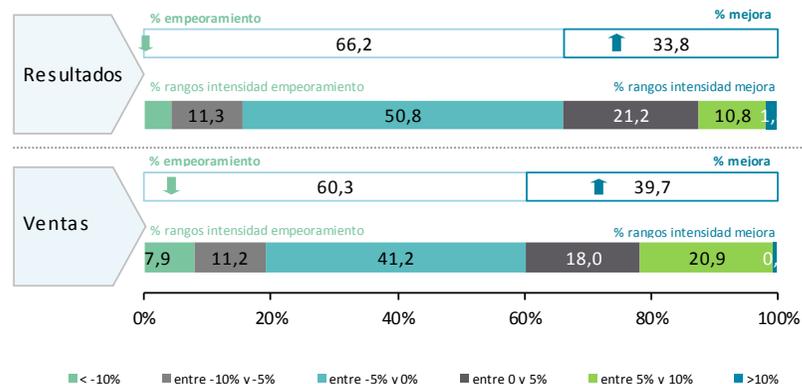
# 4. Baleares

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

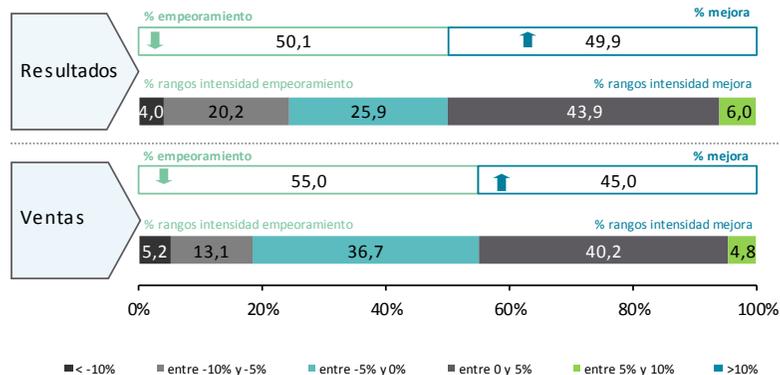


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Baleares. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

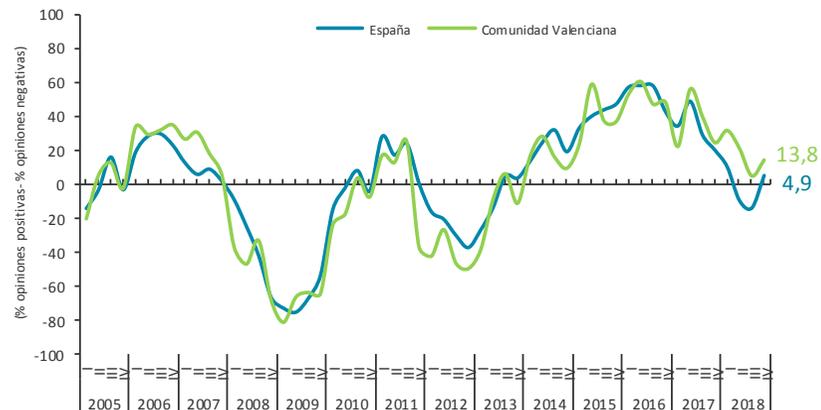


# 5. Comunidad Valenciana

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

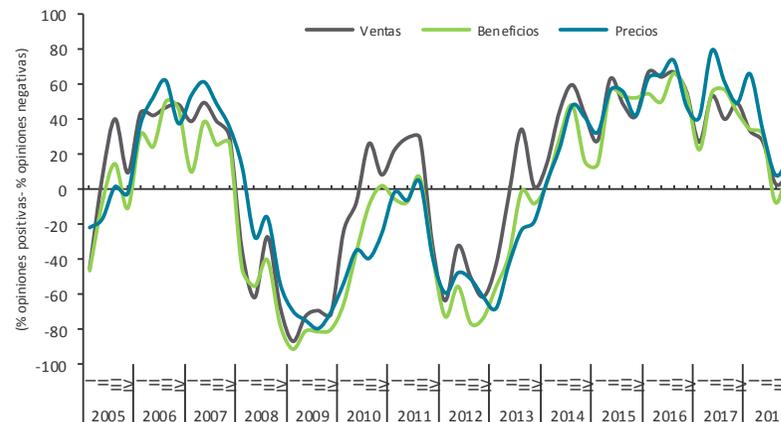
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad Valenciana.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

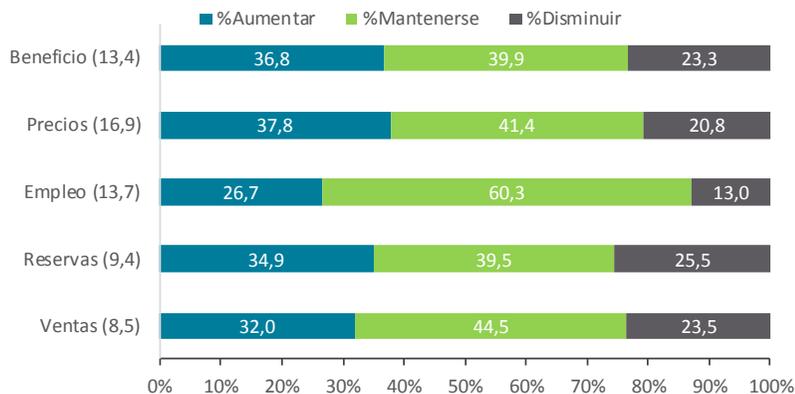
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

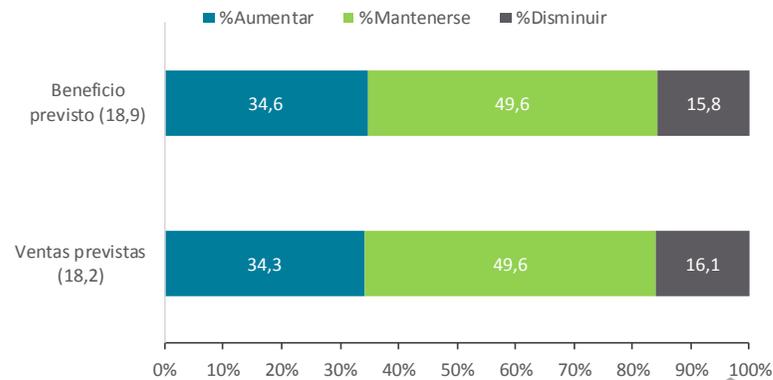
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Comunidad Valenciana (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

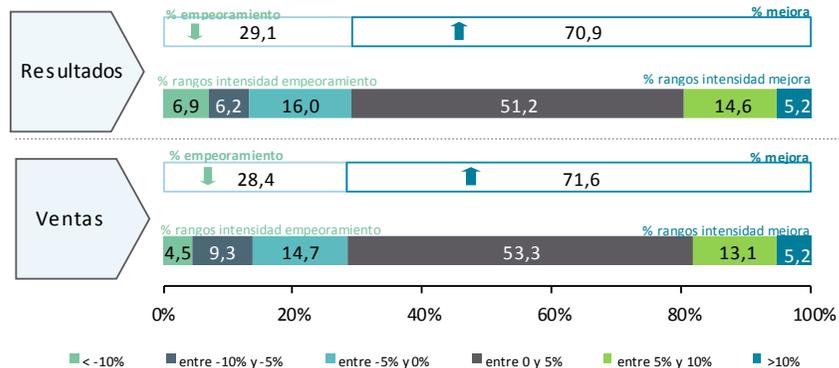
## 5. Comunidad Valenciana

### C. Balance 2018

#### Opiniones empresariales cierre 2018. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

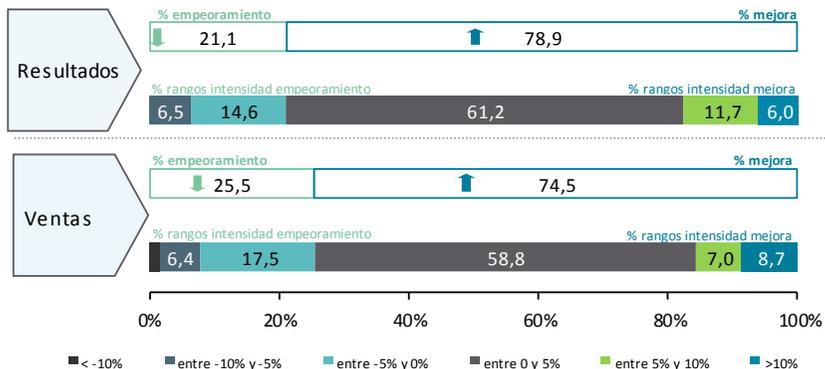


### D. Previsiones para 2019

#### Perspectivas empresariales para 2019. Comunidad Valenciana. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

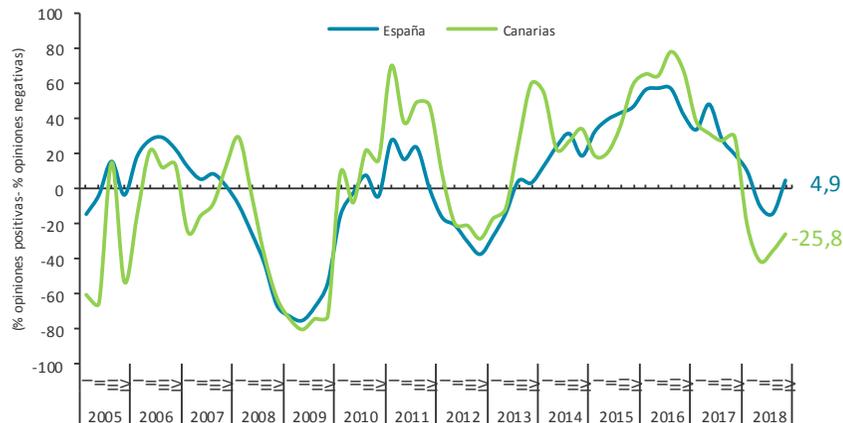


# 6. Canarias

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

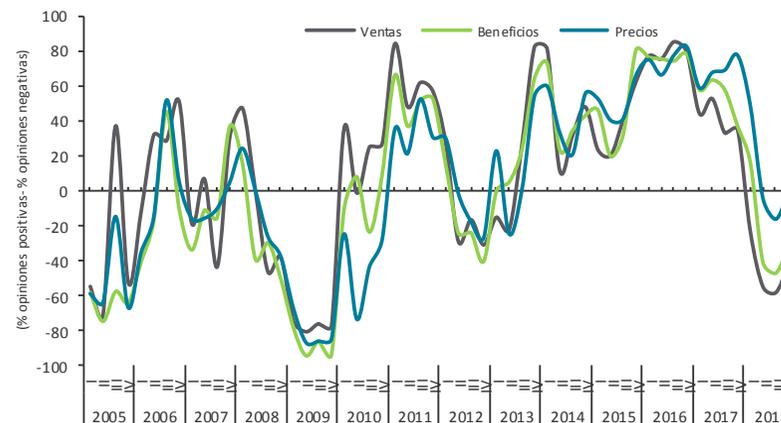
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Canarias.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

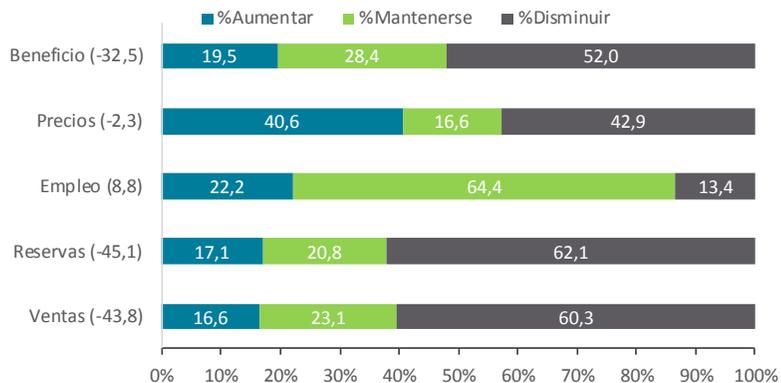


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

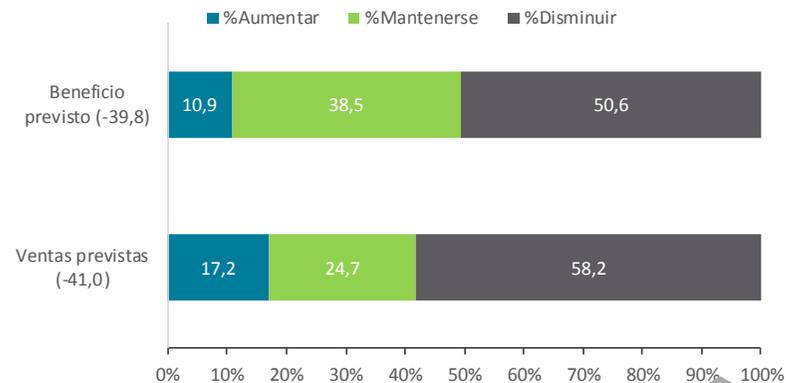


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

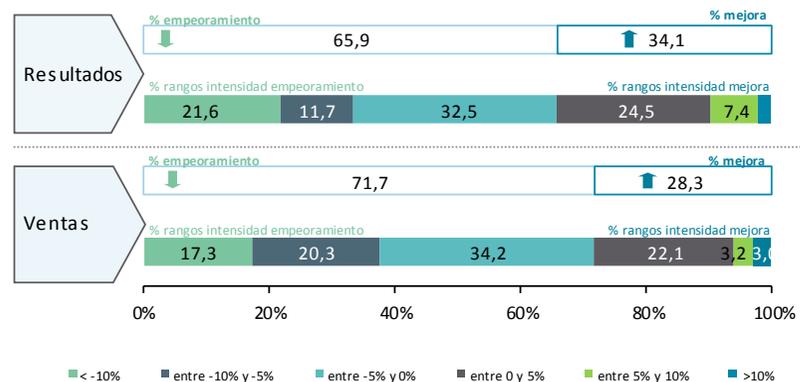
# 6. Canarias

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

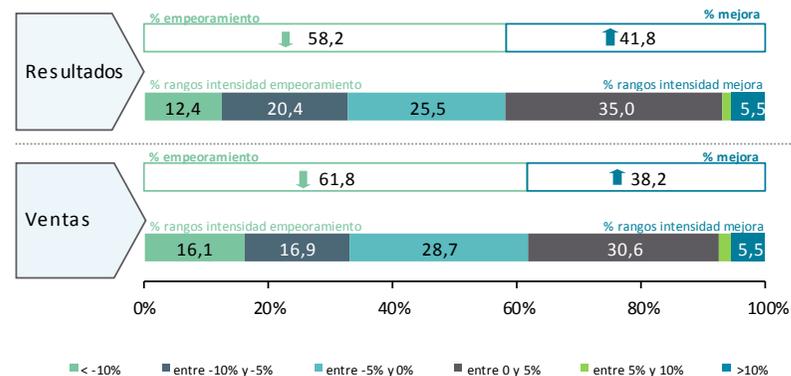


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Canarias. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

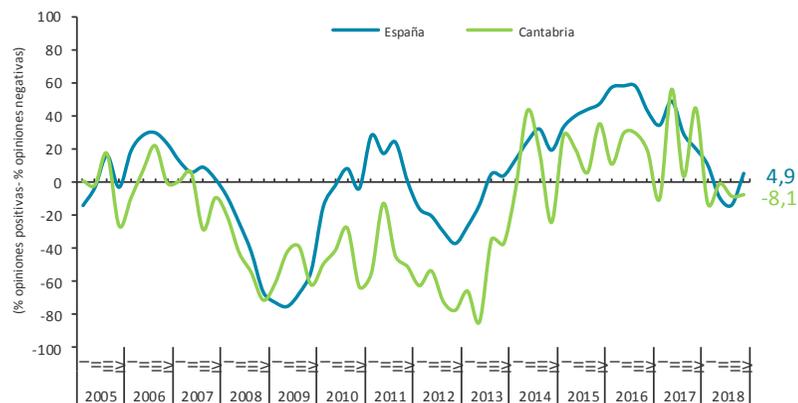


# 7. Cantabria

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

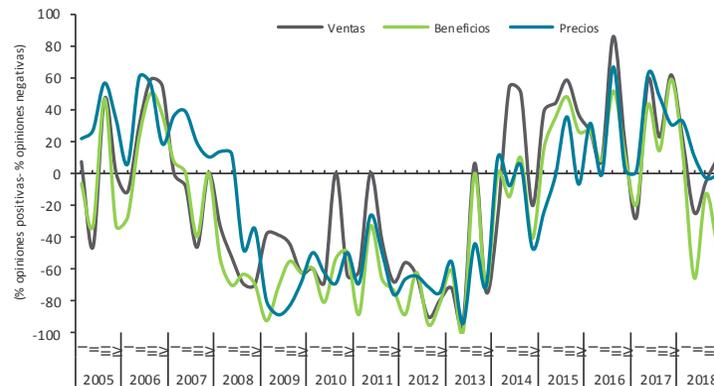
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cantabria.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

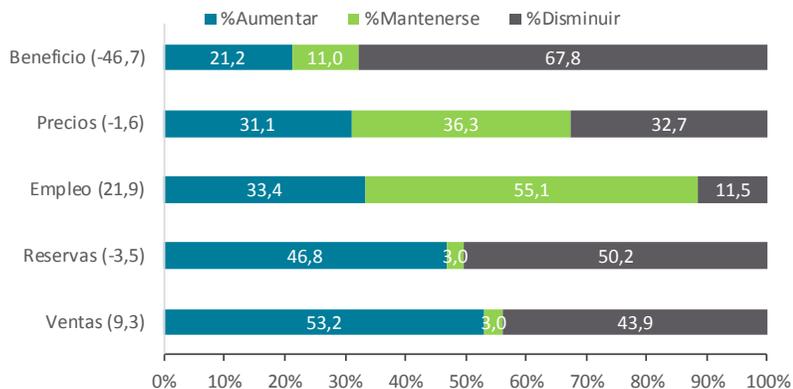


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

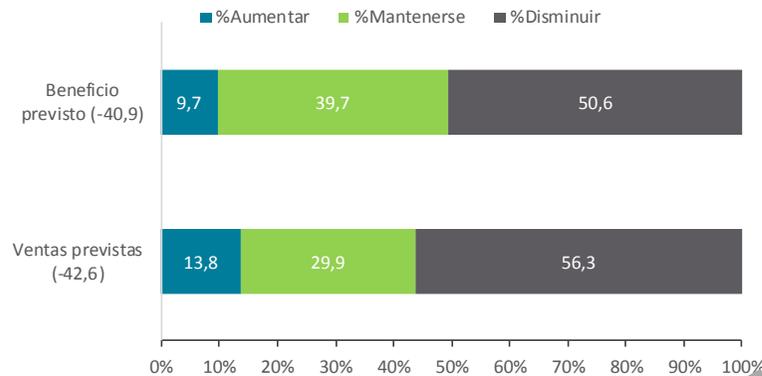


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

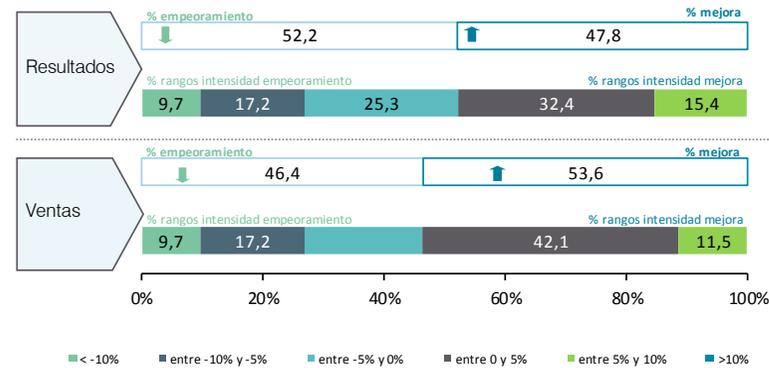
# 7.Cantabria

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

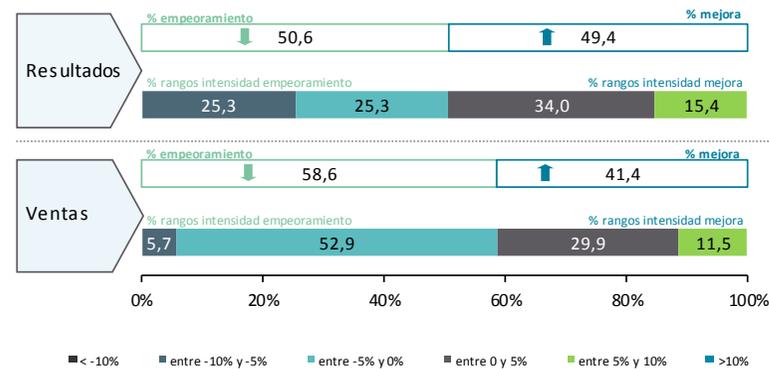


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Cantabria. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

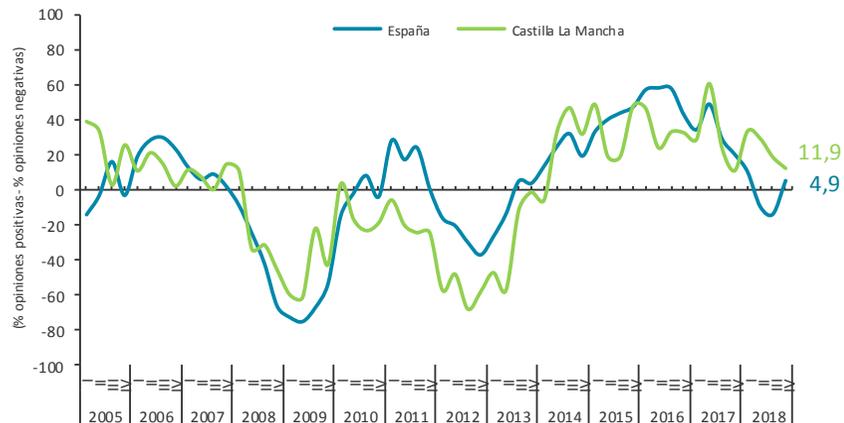


# 8.Castilla La Mancha

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

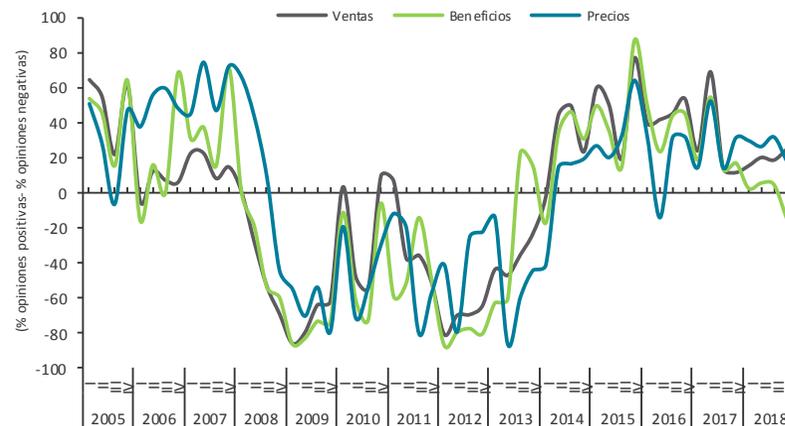
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla La Mancha.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

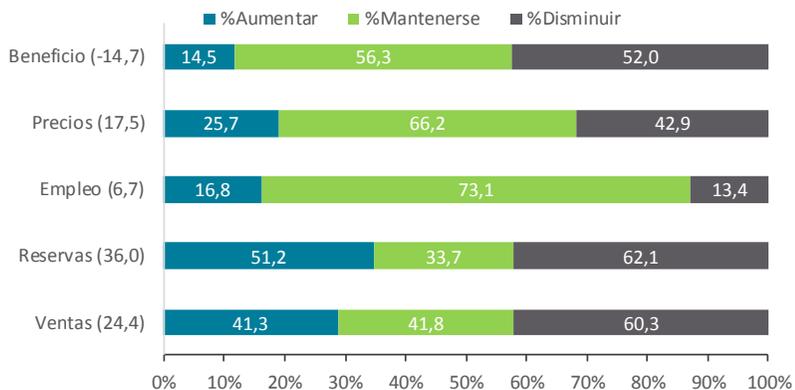
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

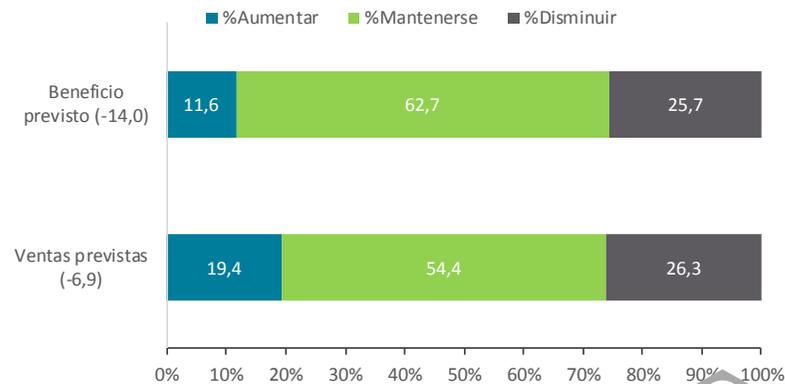
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Castilla La Mancha (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

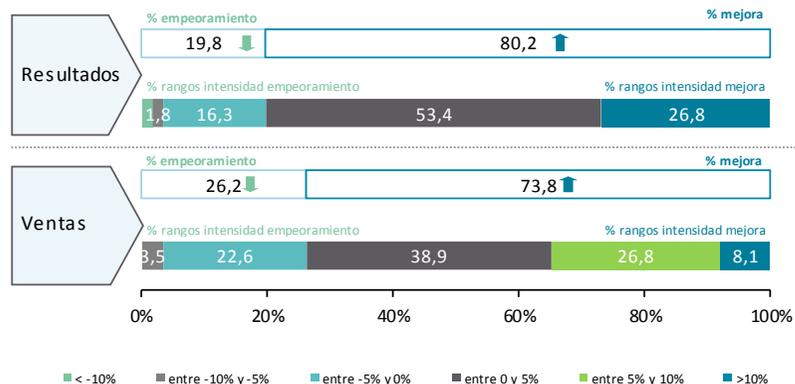
# 8. Castilla La Mancha

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

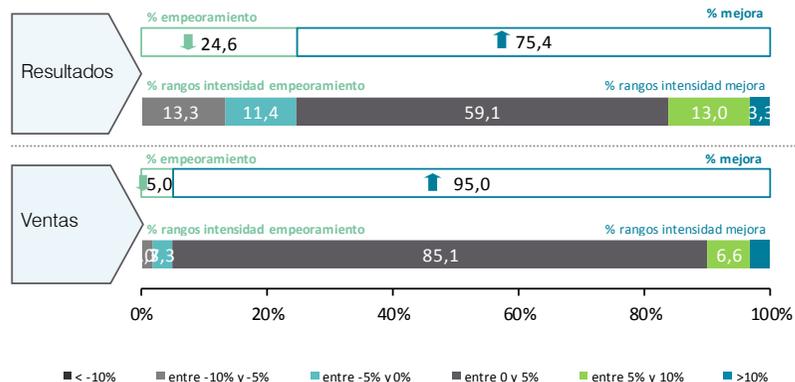


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Castilla La Mancha. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

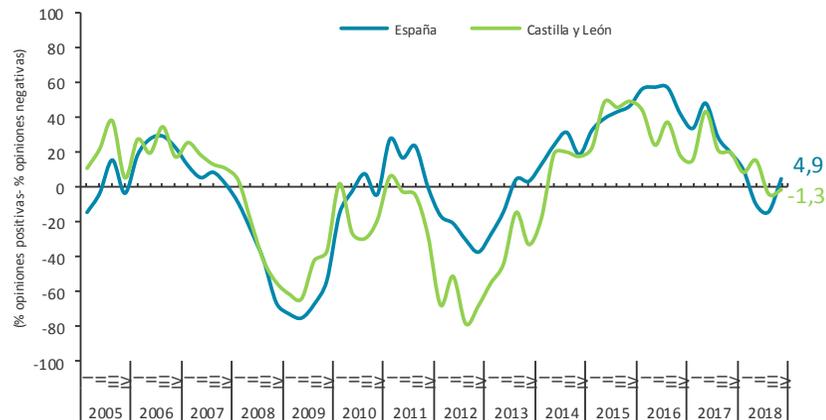


# 9. Castilla y León

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

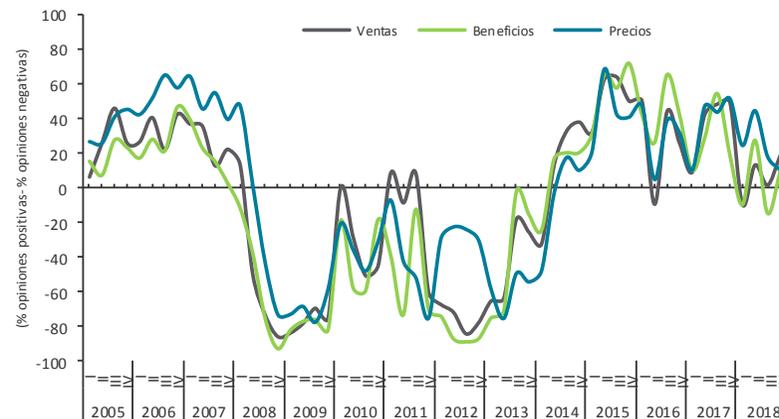
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Castilla y León.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

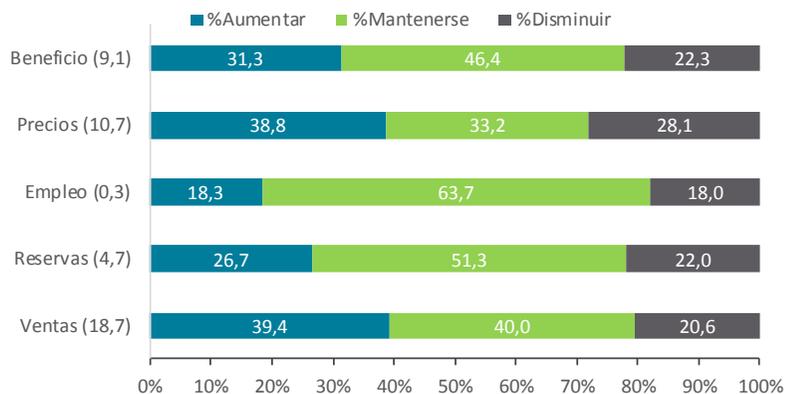


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

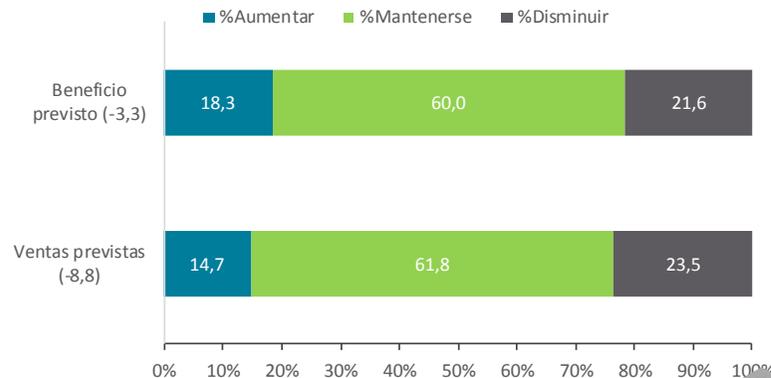


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

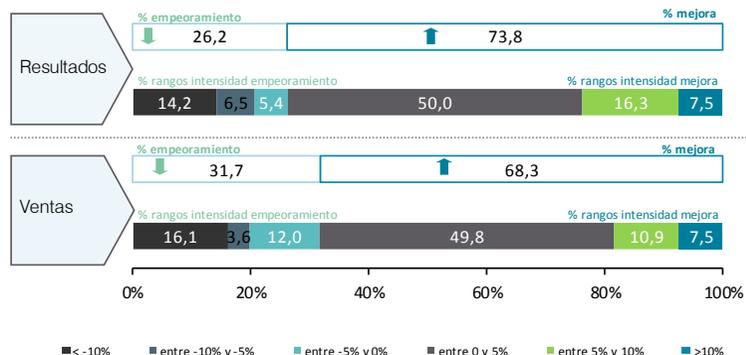
# 9. Castilla y León

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

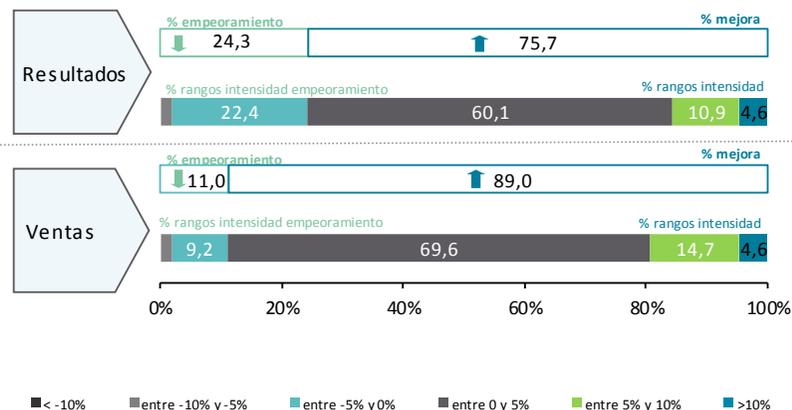


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Castilla y León. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

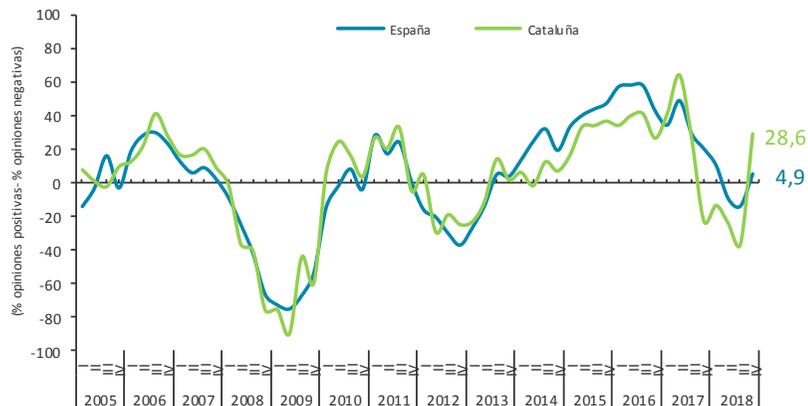


# 10. Cataluña

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

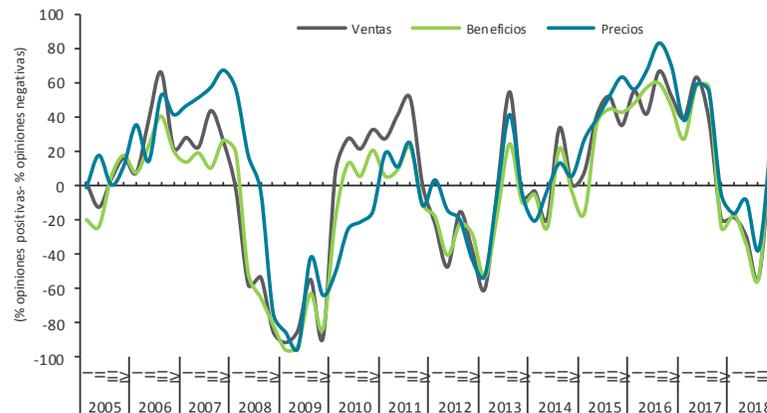
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Cataluña.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

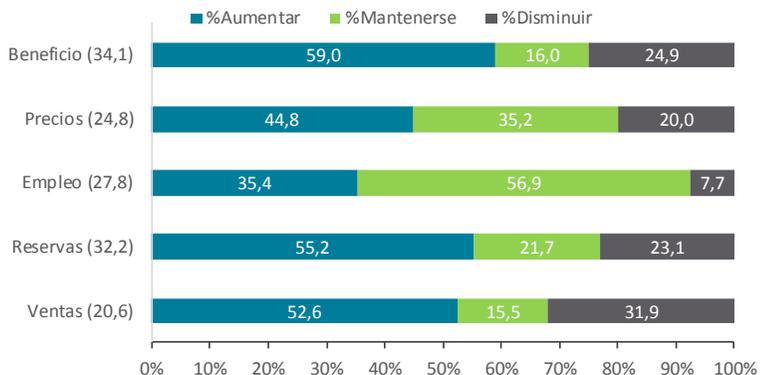


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

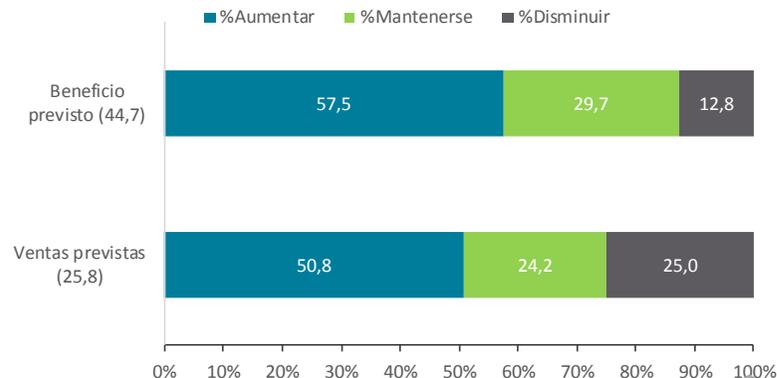


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



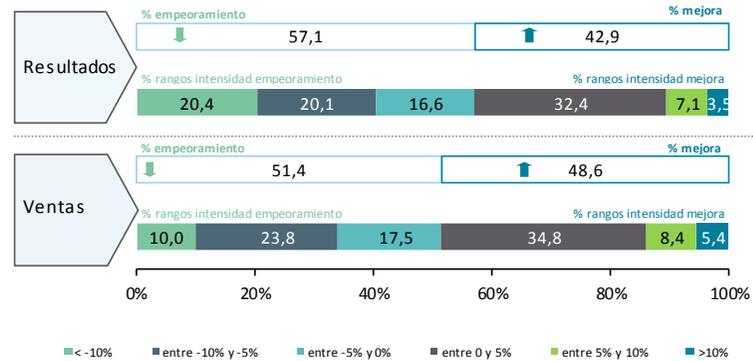
Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

# 10. Cataluña

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Cataluña Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

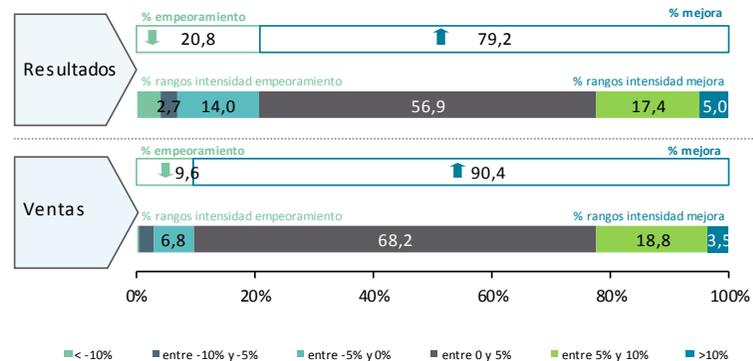
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Cataluña Alojamiento hotelero. Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

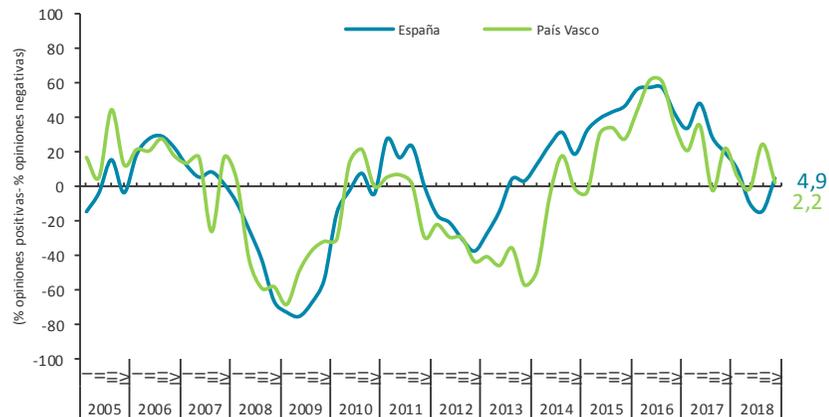


# 11. País Vasco

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

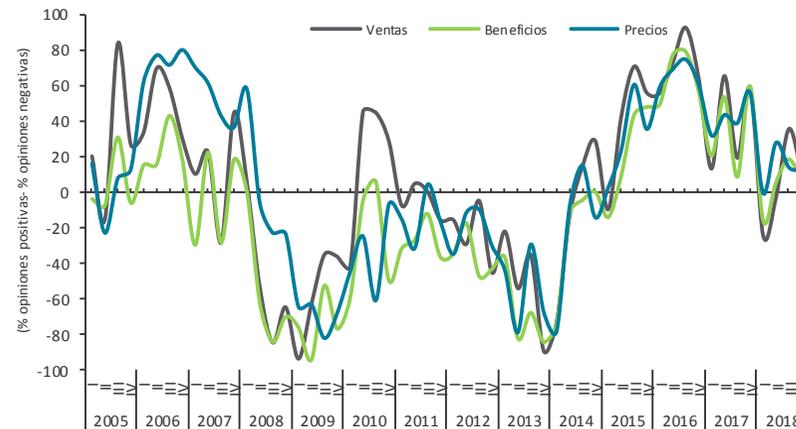
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). País Vasco.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

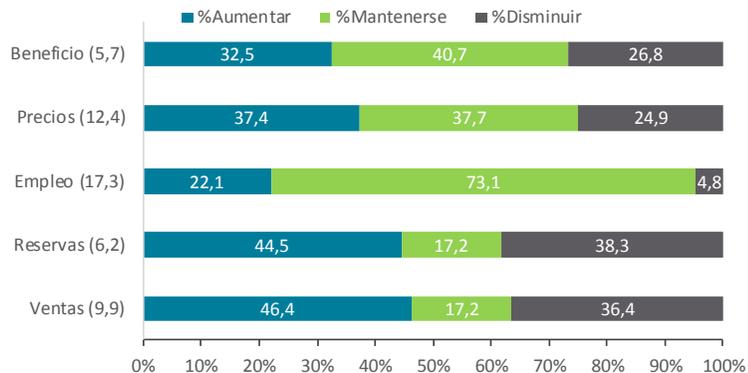


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

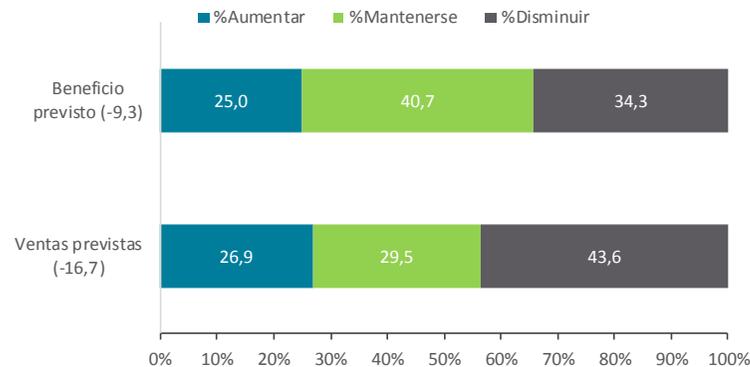


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

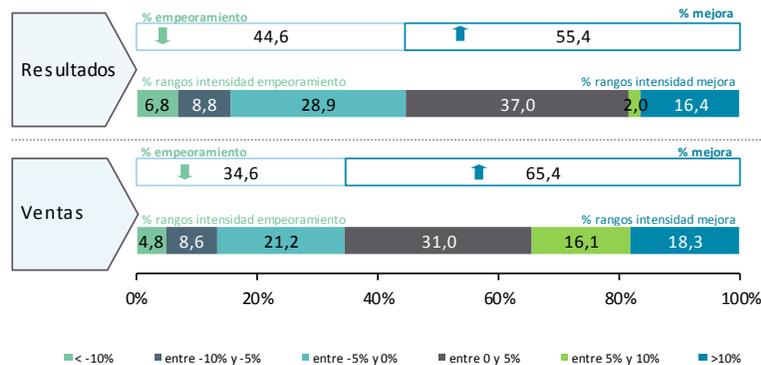
# 11. País Vasco

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

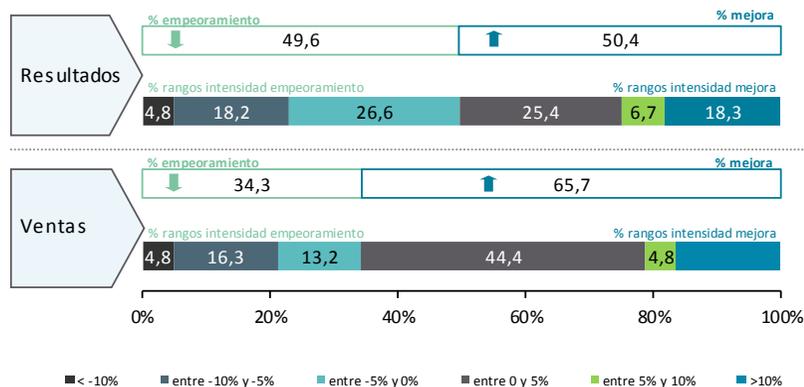


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. País Vasco. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

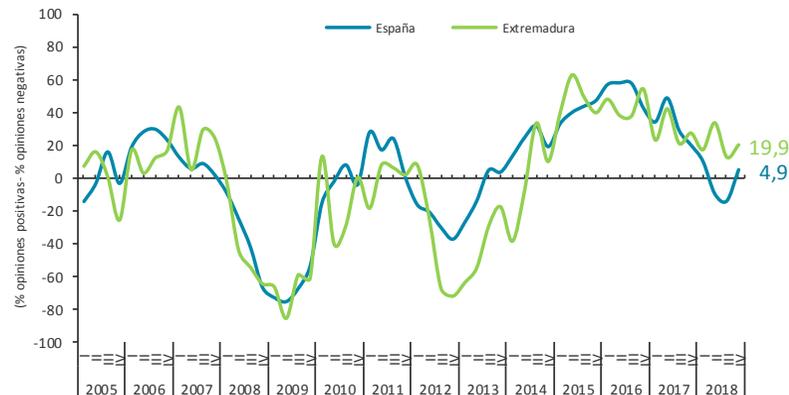


# 12. Extremadura

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

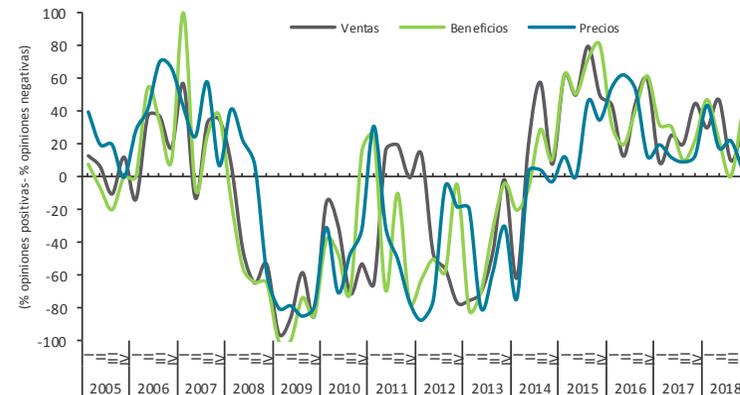
Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Extremadura.

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

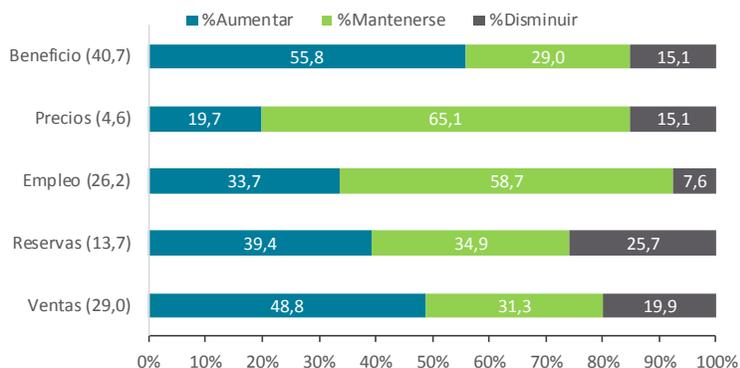
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento.  
 CUARTO trimestre 2018

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Opinión empresarial en Extremadura (\*). Alojamiento.  
 Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

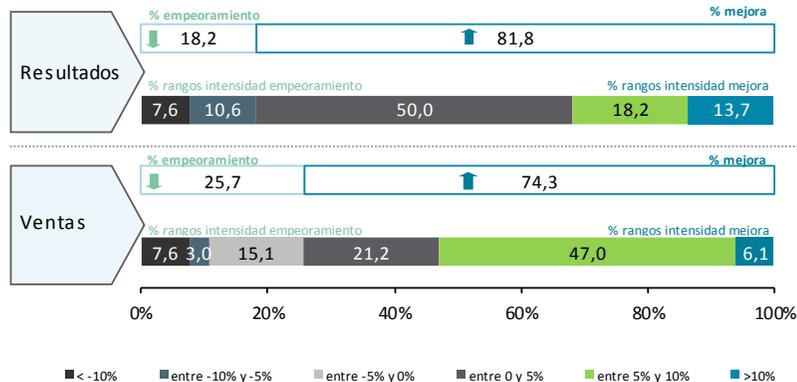
# 12. Extremadura

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

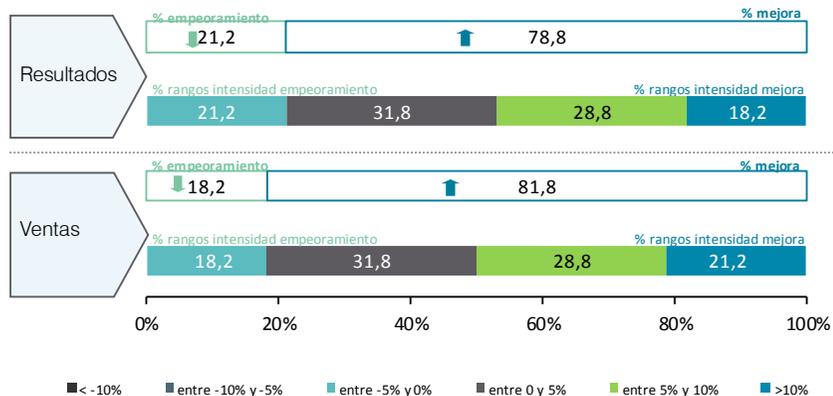


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Extremadura. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

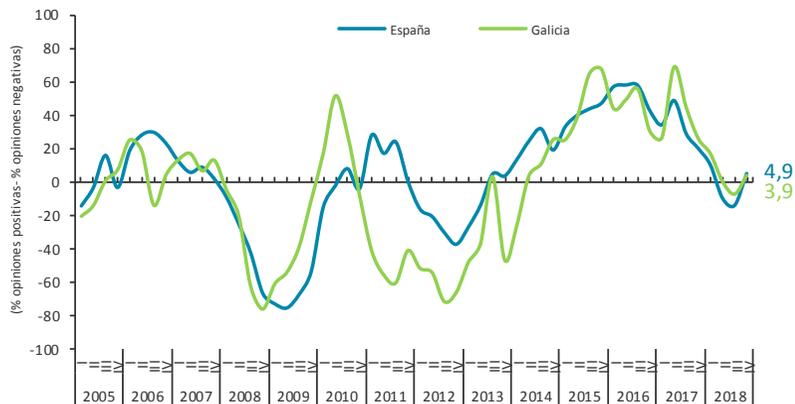


# 13. Galicia

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

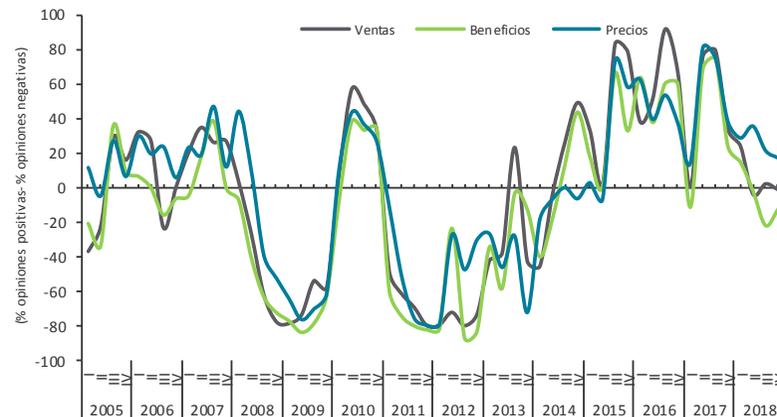
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Galicia.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

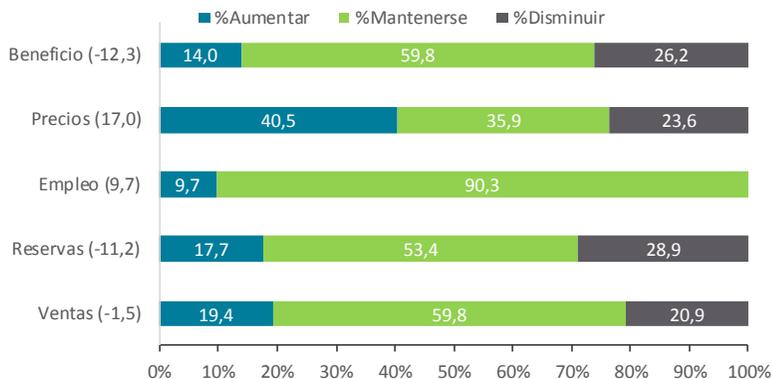


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

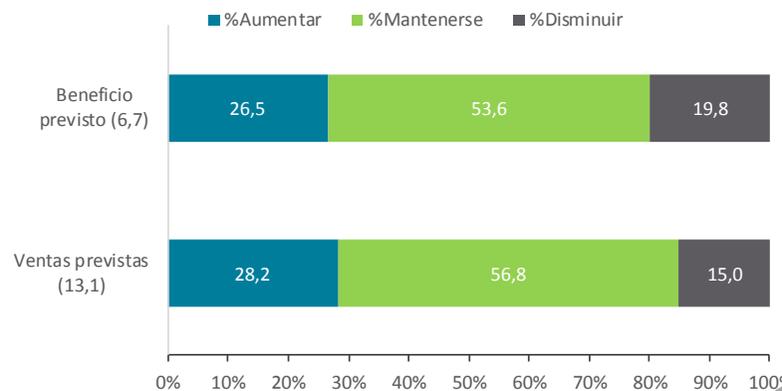


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

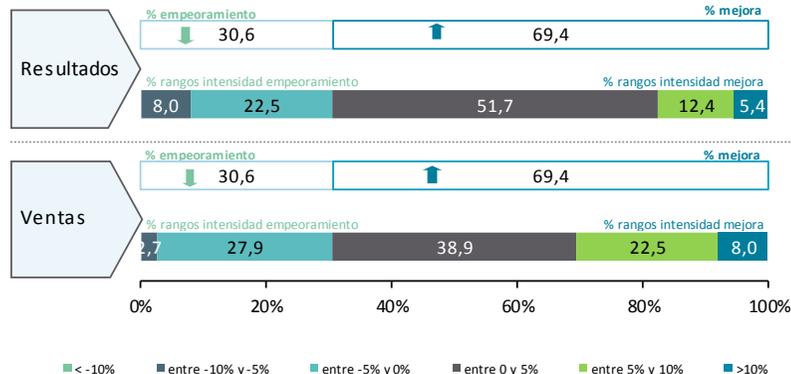
# 13. Galicia

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

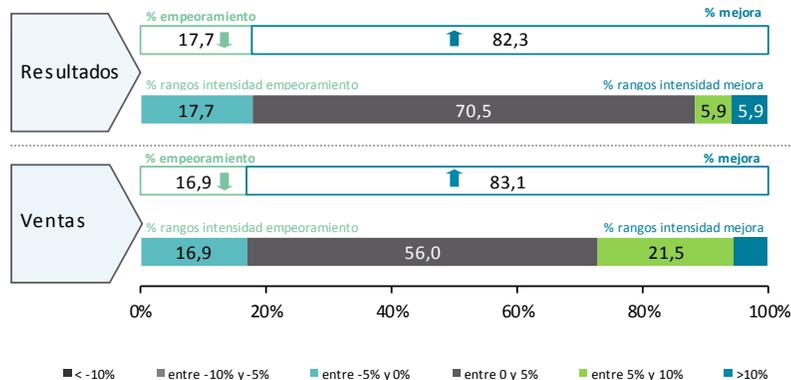


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Galicia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

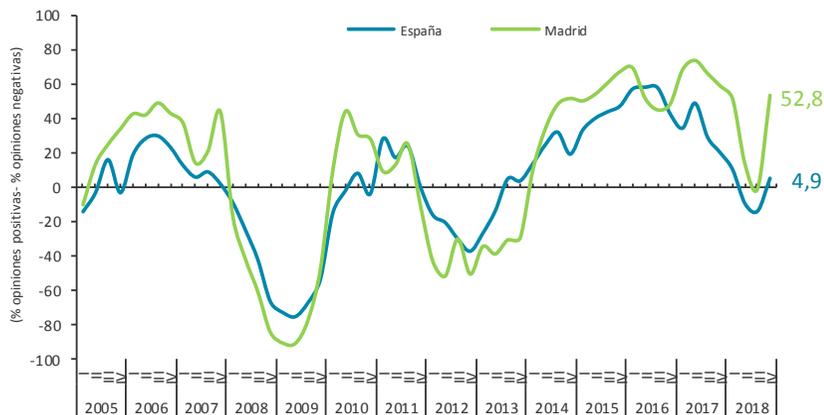


# 14. Comunidad de Madrid

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

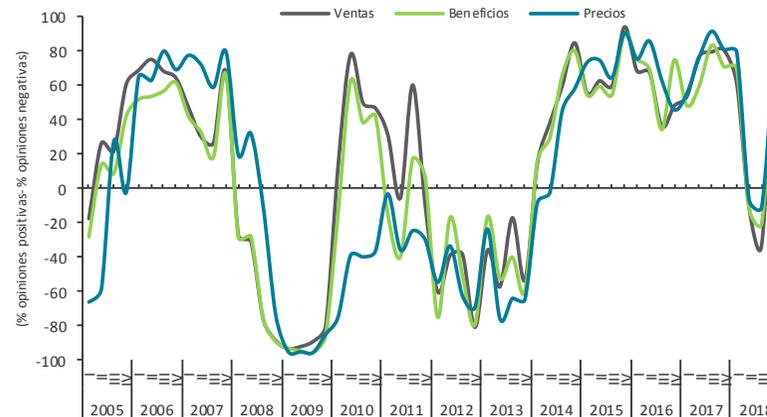
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Comunidad de Madrid.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

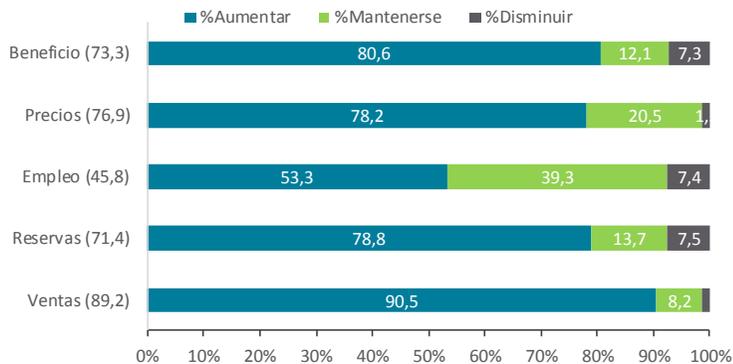
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

**Opinión empresarial en Madrid (\*). Alojamiento. CUARTO trimestre 2018**

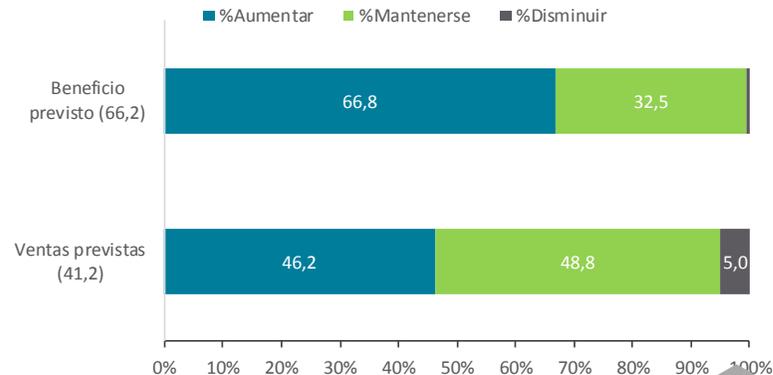
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Madrid (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

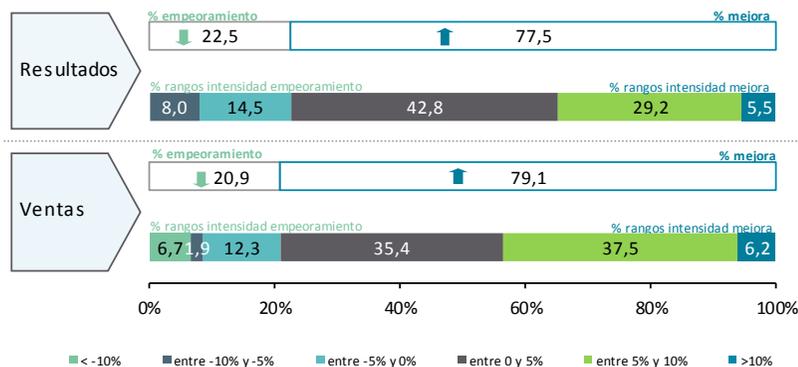
# 14. Comunidad de Madrid

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

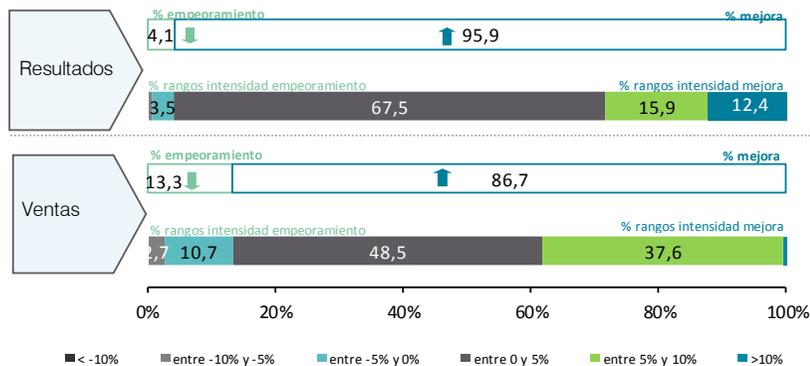


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Comunidad de Madrid. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

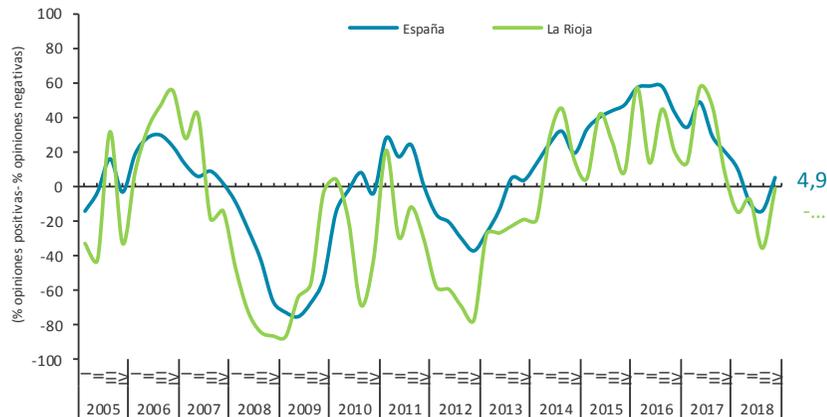


# 15. La Rioja

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

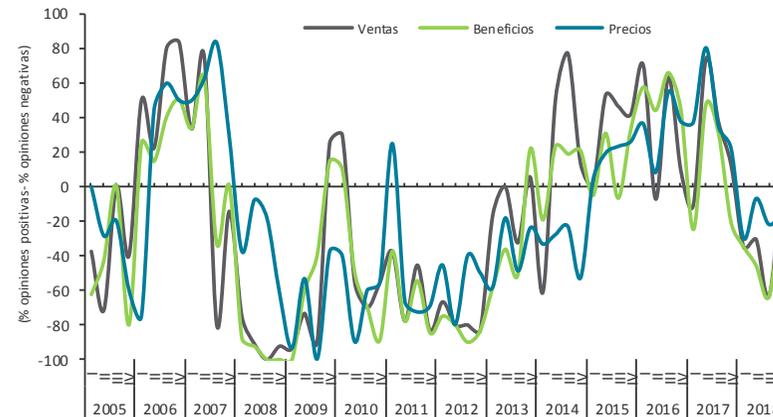
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). La Rioja.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

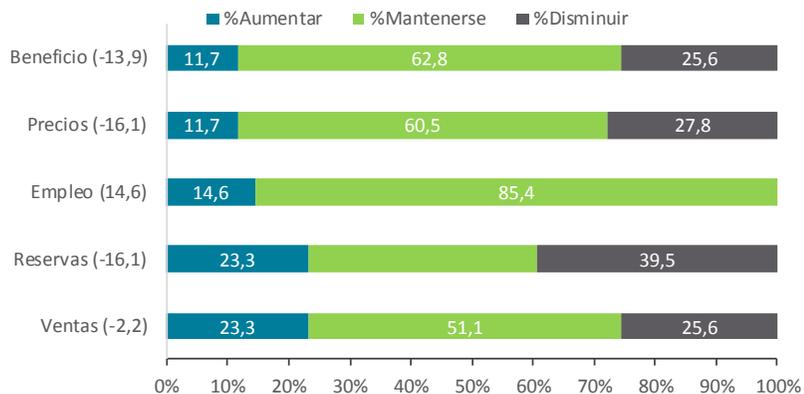


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

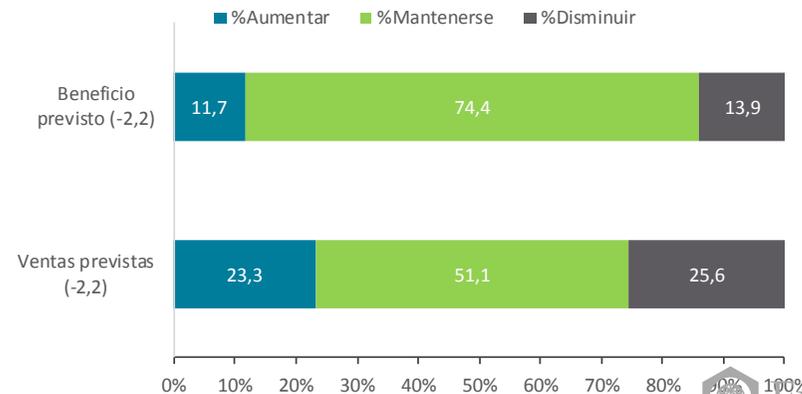


Los () se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

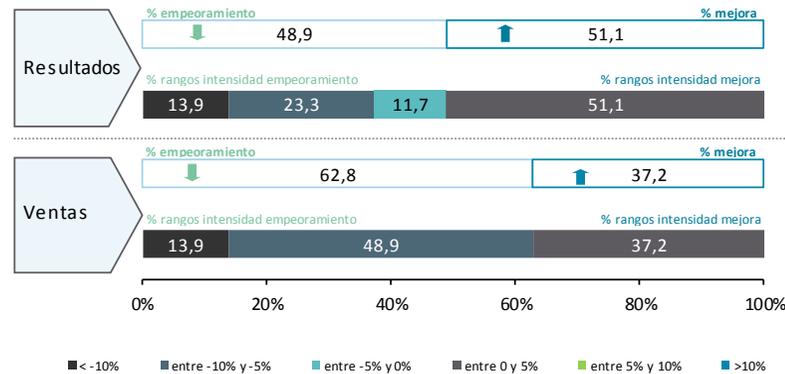
# 15. La Rioja

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

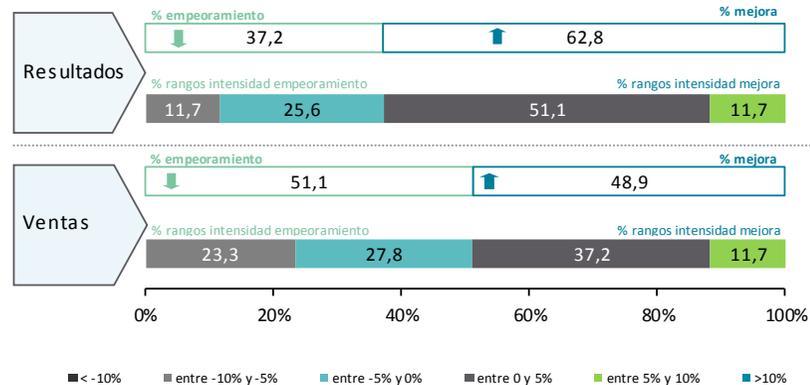


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. La Rioja. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

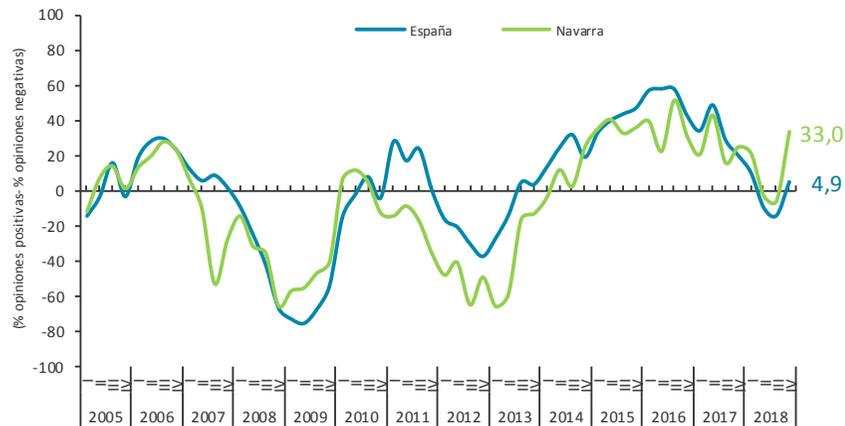


# 16. Navarra

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

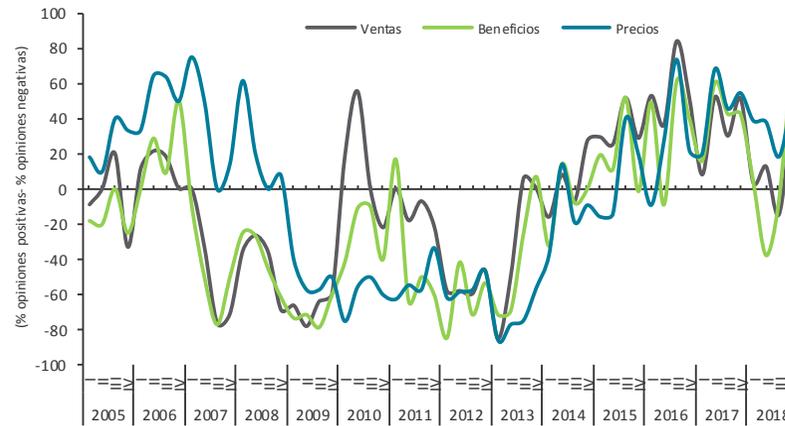
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Navarra.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

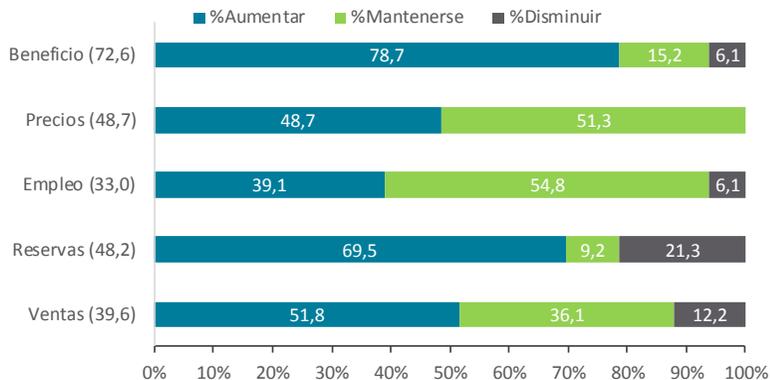
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

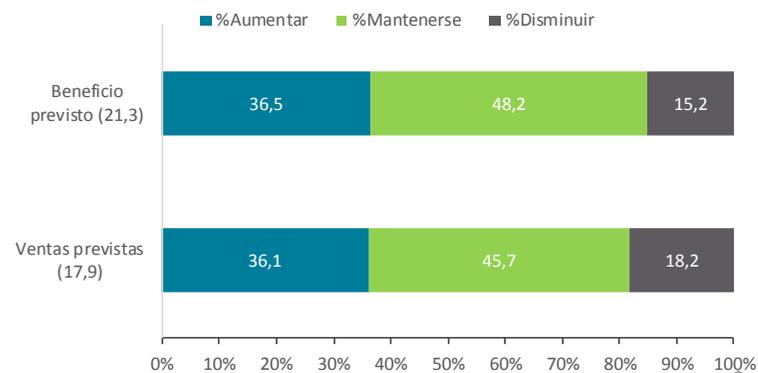
Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

**Opinión empresarial en Navarra (\*). Alojamiento. Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

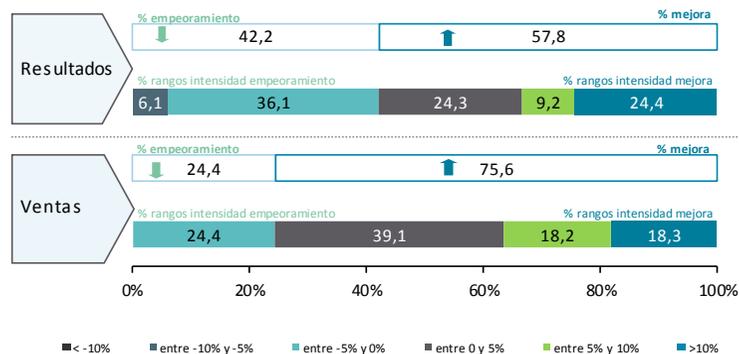
# 16. Navarra

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

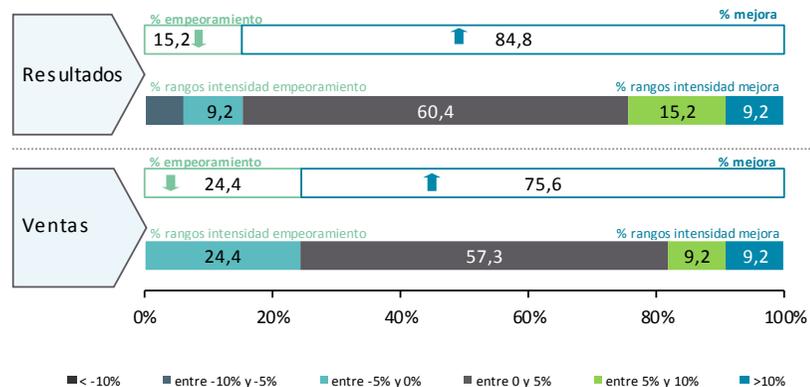


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019 Navarra. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

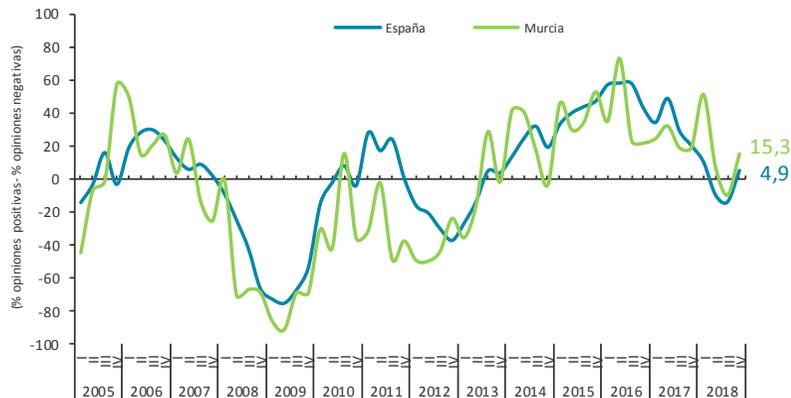


# 17. Murcia

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

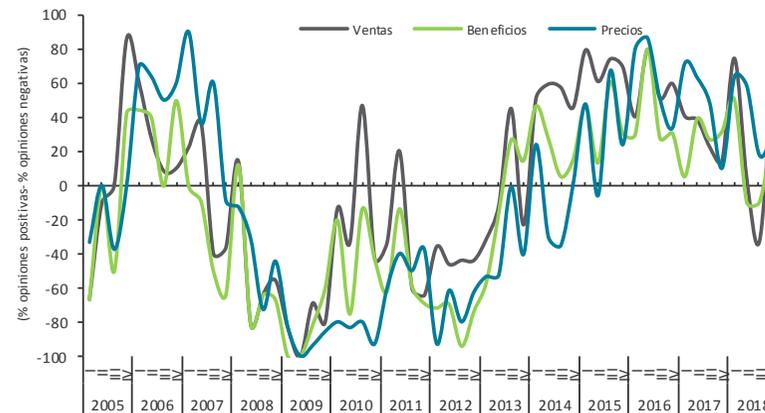
**Índice de Confianza Turístico Empresarial en el sector alojamiento (ICTUR). Región de Murcia.**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

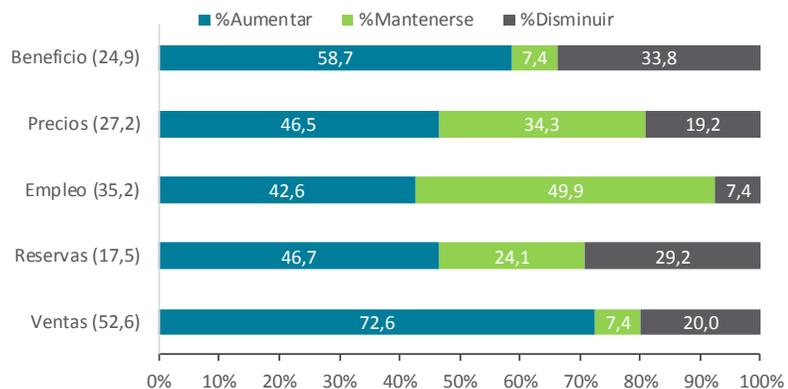


## B. IV Trimestre 2018 y previsiones para el I Trimestre de 2019

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

**CUARTO trimestre 2018**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR

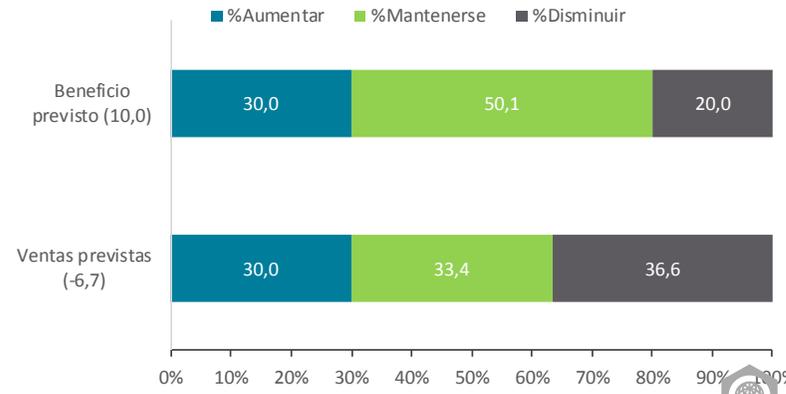


Los ( ) se calculan como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

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

**Expectativas empresariales para el PRIMER trimestre de 2019**

Fuente: Encuesta de Confianza Turístico Empresarial, EXCELTUR



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

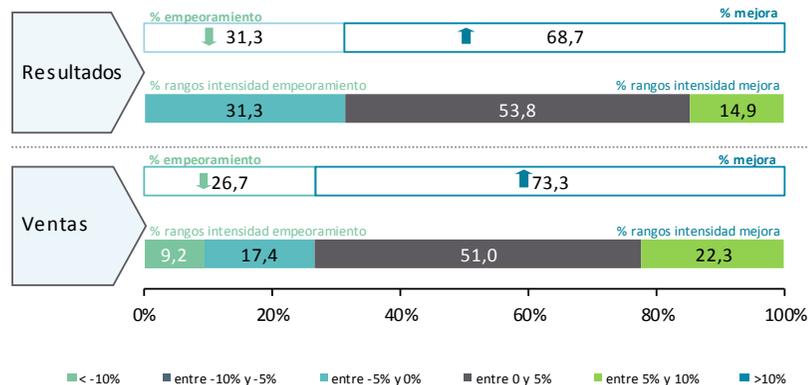
# 17. Murcia

## C. Balance 2018

### Opiniones empresariales cierre 2018. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

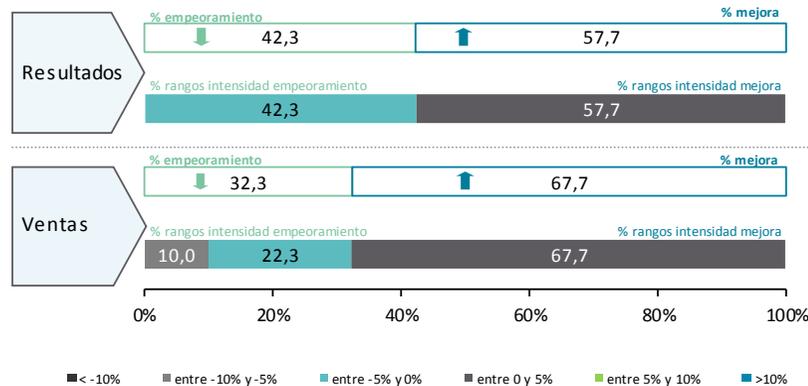


## D. Previsiones para 2019

### Perspectivas empresariales para 2019. Murcia. Alojamiento hotelero.

Var interanual % en resultados y ventas

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR





---

## PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

---

Nº67  
Enero de 2019

VALORACIÓN TURÍSTICA  
EMPRESARIAL DE 2018  
Y PERSPECTIVAS PARA 2019