

Mayo consolida el gran despegue de la primavera y mantiene el crecimiento del empleo y del turismo estadounidense

El mes de mayo confirma la remontada del turismo en Sevilla. Tras el boom de las fiestas de primavera, que consagraron la tendencia al alza experimentada desde primeros de año, las cifras tanto de visitantes como de pernoctaciones se han mantenido estables y en niveles incluso ligeramente superiores a los de mayo de 2019, antes de la pandemia.

El mes de mayo confirma las tendencias al alza de este año y consagra a los mercados principales.

En total, este año se han registrado en mayo 323.981 viajeros, un 8,31 % más que antes de la pandemia; y 694.900 pernoctaciones, un 8,69% más. Y todo ello con un 19,08% más de plazas disponibles.

Un mes más, Estados Unidos se sitúa en segundo lugar, por detrás del mercado líder en la capital, que sigue siendo Francia. Y al margen de los cinco principales mercados europeos, destaca la subida de viajeros procedentes de los países nórdicos y de Centroeuropa, especialmente de Croacia y de la República Checa.

La estancia media en este mes (2,14 días) supera levemente los niveles de 2019, (0,35%), si se analizan sólo los datos de la demanda internacional, ésta se sitúa en 2,36 la cifra más alta de los últimos cinco años.

La demanda nacional supera a la de 2019 con 16,84 % de viajeros y los de 2022, con un 8,26 %. El principal mercado es el de cercanía, el andaluz, seguido del madrileño y el catalán, aunque estos dos últimos decrecen, mientras suben el insular y el extremeño. La coincidencia en mayo de varios congresos del ámbito sanitario en Fibes con un volumen importante de participantes también ha contribuido a este positivo balance.

Hay un dato positivo que merece la pena reseñar, el aumento del empleo. En alojamiento se emplearon a 4.510 personas en mayo, lo que supone un incremento del 7,84% con respecto a 2019. Aunque la tasa de crecimiento no se corresponde aún con la de las nuevas plazas abiertas, sí se confirma una tendencia al alza en los últimos meses.

En cuanto a los atractivos turísticos, sólo la Catedral y el Alcázar registraron en mayo más de 432.000 visitas, la cifra más elevada desde primeros de año. Y el gasto en recursos turísticos también fue ese mes de los mayores de 2023, situándose en 28,6 euros por visitante.

En lo que respecta a vivienda turística, la oferta fue algo superior en mayo (3.739 plazas), pero la ocupación fue algo inferior, del 66,5%.

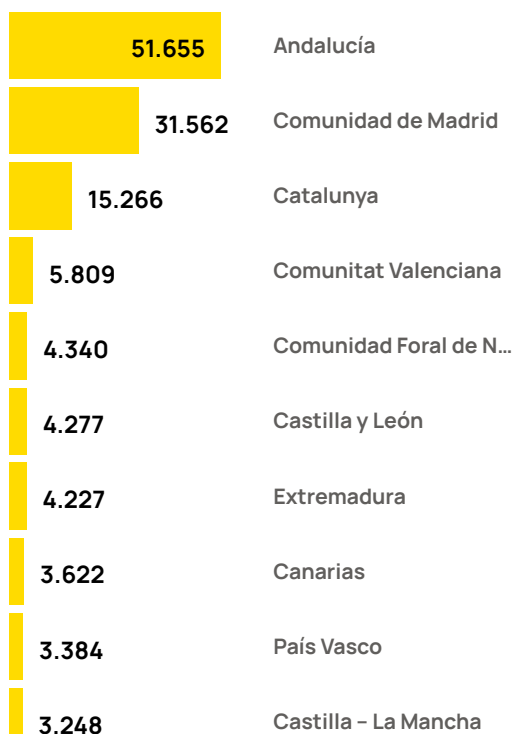
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS

mayo de 2023

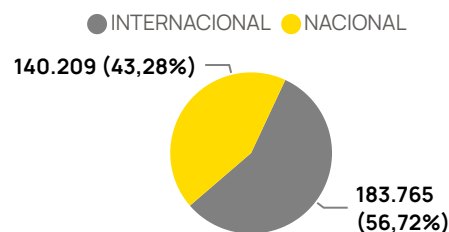
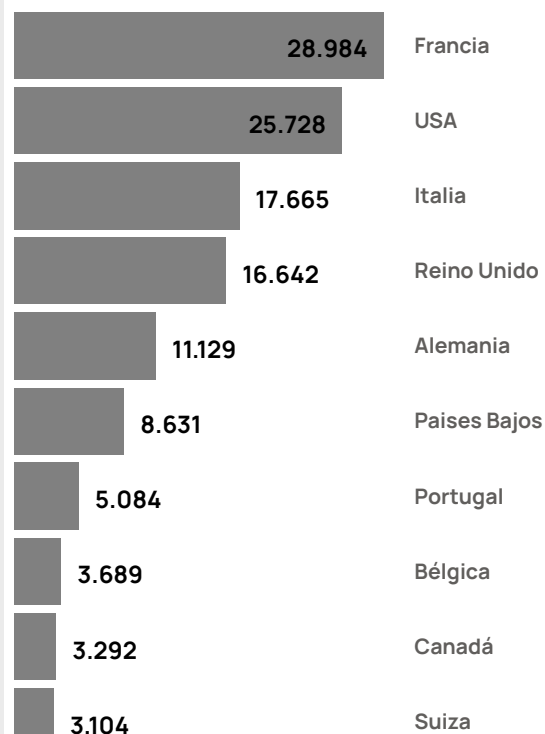
Viajeros

Mes anterior: **2,49 %****323.981**Año anterior: **12,04 %**Año 2019: **8,31 %**Acumulado año: **1.419.474** **21,46 %**

Top 10 viajeros nacionales



Top 10 viajeros internacionales



Pernoctaciones

Mes anterior: **-2,98 %****694.900**Año anterior: **9,41 %**Año 2019: **8,69 %**Acumulado año: **3.089.095** **23,09 %**

% Ocupación

Mes anterior: **-1,20 %****80,69**Año anterior: **4,27 %**Año 2019: **-7,72 %**Acumulado año: **73,14** **12,54 %**

Plazas

Mes anterior: **2,51 %****32.938**Año anterior: **7,19 %**Año 2019: **19,08 %**Acumulado año: **32.351** **10,72 %**

Estancia Media

Mes anterior: **-5,33 %****2,14**Año anterior: **-2,35 %**Año 2019: **0,35 %**Acumulado año: **2,18** **1,34 %**

Habit. / Apart.

Mes anterior: **1,06 %****14.626**Año anterior: **3,66 %**Año 2019: **16,04 %**Acumulado año: **14.512** **7,21 %**

Establ. abiertos

Mes anterior: **1,68 %****483**Año anterior: **5,92 %**Año 2019: **27,11 %**Acumulado año: **474** **11,63 %**

Pers. Empleado

Mes anterior: **1,99 %****4.510**Año anterior: **13,17 %**Año 2019: **7,84 %**Acumulado año: **4.376** **22,17 %**

Resultados difundidos por el Instituto Nacional de Estadística de las encuestas de ocupación hotelera, índice de precios hoteleros e indicadores de rentabilidad del sector hotelero. Incluye también información sobre la oferta y la demanda de apartamentos turísticos.

Fuente: INE.

OFERTA VIVIENDA TURÍSTICA.
PORTALES ONLINE

mayo de 2023

Oferta

Mes anterior: **1,27 %****3.739**Año anterior: **11,78 %**Año 2019: **-19,00 %**

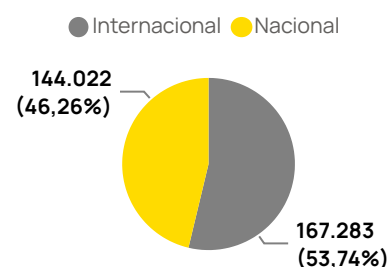
Número de alojamientos encontrados en un mes en Airbnb.

Fuente: Smart-Data Andalucía.

PASAJEROS AÉREOS

abril de 2023

Llegadas

Mes anterior: **1,34 %****311.305**Año anterior: **6,72 %**Año 2019: **-7,17 %**Acumulado año: **1.129.842** **25,59 %**

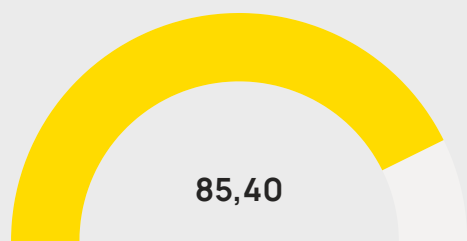
Volumen de pasajeros por vía aérea entre cualquier origen mundial y Sevilla, tanto de forma directa como con escalas.

Fuente: GPA a través de GDS.

PERCEPCIÓN TURÍSTICA

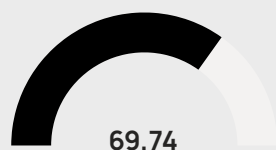
junio de 2023

Índice de Percepción Turística Global



Año anterior: **-1,33 %**

Índice Hotel



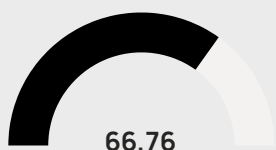
Año anterior: **-1,20 %**

Balance Estacionalidad



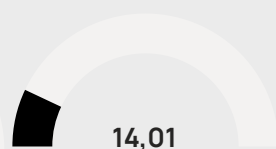
Año anterior: **9,55 %**

Índice Producto



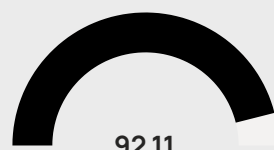
Año anterior: **3,75 %**

Balance Origen



Año anterior: **1,08 %**

Índice Seguridad



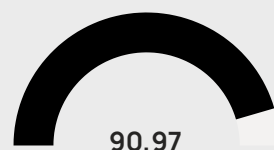
Año anterior: **-3,35 %**

Balance Producto



Año anterior: **4,10 %**

Índice Clima



Año anterior: **-3,85 %**

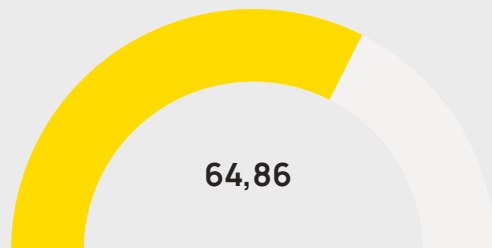
El Índice de Percepción Turística Global mide el nivel general de satisfacción del visitante con el destino. Combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino. Los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima se extraen mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLP). Más información en la página 4.

Fuente: Mabrian

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

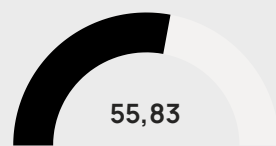
2022 semestre 2

Índice Global de Sostenibilidad Turística



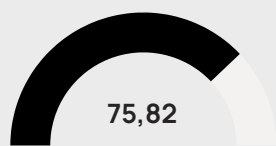
Mismo semestre
año anterior
(Intersemestral): **1,45 %**

Índice de Distribución de
Ingresos Turísticos



Intersemestral: **-0,87 %**

Huella de Carbono -
Emisión de CO2

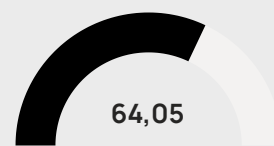


Intersemestral: **2,17 %**

Índice de Concentración
de la Oferta Turística

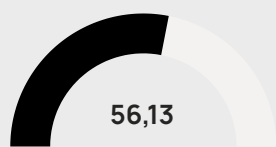


Índice de Percepción de
Sostenibilidad Turística



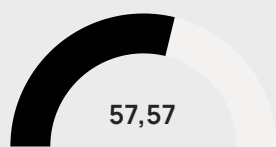
Intersemestral: **5,75 %**

Índice de Diversificación
Motivacional



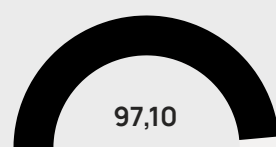
Intersemestral: **-39,36...**

Índice de Dependencia de
Orígenes



Intersemestral: **9,08 %**

Índice de Estacionalidad



Intersemestral: **2,05 %**

El Índice Global de Sostenibilidad Turística mide la sostenibilidad del destino turístico a través del cálculo combinado de siete subíndices.

Más información en la página 4.

Fuente: Mabrian

GASTO INTERNACIONAL EN DESTINO

mayo 2022-abril 2023

Gasto medio tarjeta

\$182

Mismo periodo
año anterior: **-14,03 %**

Datos de gasto internacional realizado en Sevilla a través de compras efectuadas en la ciudad con tarjetas Mastercard.

Fuente: Mastercard-Mabrian.

PRECIO Y VALORACIÓN. HOTELES

junio de 2023

HOTELES 3*

116 € / noche

Mismo mes
año anterior: **1,75 %**

HSi* : 65,98

HOTELES 4*

144 € / noche

Mismo mes
año anterior: **0,00 %**

HSi* : 71,74

HOTELES 5*

278 € / noche

Mismo mes
año anterior: **-6,08 %**

HSi* : 79,89

Precio medio y valoración media por categorías de hoteles en el destino. Se obtiene a través de los datos publicados en OTAs para una noche en habitación doble en el régimen estándar.

HSi* : Índice Satisfacción Hotel. Más información en la página 4.

Fuente: Mabrian

1. El Índice de Percepción Turística Global mide el nivel general de satisfacción del visitante con el destino. Está formado por los índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino. Valores cercanos a 100 muestran una mejor percepción de la ciudad. Los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima se extraen mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLP).

- **Índice hotel:** este indicador mide la satisfacción hotelera en el destino en base a los comentarios publicados por usuarios en redes sociales. Valores cercanos a 100 muestran una mayor satisfacción hotelera.
- **Índice producto:** este indicador mide el nivel de satisfacción con los productos del destino (ejemplos productos turísticos: cultural, gastronómico, natural, familiar, ocio nocturno, activo, compras o bienestar) . Está calculado a partir de las menciones en redes sociales de cada uno de los productos y clasificados estos comentarios en positivos, negativos y neutrales. Valores cercanos a 100 muestran una mayor satisfacción con los productos ofertados en la ciudad.
- **Índice seguridad:** este indicador mide el nivel de seguridad que perciben los visitantes en el destino. Este dato es identificado a través del volumen de menciones negativas en redes sociales sobre la seguridad. Valores cercanos a 100 muestran mayor seguridad percibida.
- **Índice clima:** este indicador mide la satisfacción del visitante en relación al clima en el destino. Se obtiene analizando el volumen de menciones en redes sociales negativas sobre el clima en el destino. Valores cercanos a 100 muestran mayor satisfacción en cuanto al clima se refiere.
- **Balance de estacionalidad:** este índice se obtiene de la distribución diaria de las menciones turísticas en redes sociales. Hay una baja dependencia estacional cuando el valor tiende a 100. En otras palabras, valores cercanos a 100 son sinónimos de baja estacionalidad.
- **Balance de origen:** este indicador mide la distribución de las menciones turísticas en redes sociales por origen en un destino. Existe una baja dependencia de los orígenes cuando el índice tiende a 100. En otras palabras, valores cercanos a 100 muestran que existen visitantes de múltiples nacionalidades.
- **Balance de producto:** este indicador mide la distribución de las menciones turísticas en redes sociales por productos. Hay una baja dependencia de los productos cuando el índice tiende a 100. Es decir, valores cercanos a 100 muestran que los productos están mencionados equitativamente y no existen diferencias palpables entre ellos.

2. Índice Global de Sostenibilidad Turística: este indicador resulta de la valoración conjunta de los siguientes índices, ponderados en función su importancia, además de los indicadores de percepción turística global y el índice de percepción de seguridad del destino, citados anteriormente.

- **Índice de distribución de ingresos turísticos:** este indicador se obtiene a través del análisis cruzado del gasto por visitantes y su distribución, tanto temporal como por diferentes categorías de establecimientos. También se tiene en cuenta la estancia media en el destino. Un valor cercano a 100 muestra un gasto elevado por visitante y una distribución diversificada de los ingresos en materia turística.
- **Huella de carbono - emisión de CO2:** este indicador analiza el volumen total y relativo según capacidad aérea hacia el destino de las emisiones de CO2 a la atmósfera en relación a la totalidad de la capacidad aérea mundial, además del análisis cruzado de estas variables con el gasto por persona en destino. Un valor cercano a 100 supone un volumen de CO2 emitido bajo, así como un nivel de compensación económica alto, o lo que es lo mismo, un gasto en destino elevado.
- **Índice de concentración de la oferta turística:** este indicador analiza la ubicación de la oferta de alojamiento (hotelero y extra hotelero) en el destino a través de la geolocalización. Además, el volumen de menciones o comentarios que generan estos establecimientos durante un periodo, permiten calcular la afluencia en la zona. Se establecen 3 etiquetas que describen la concentración de los establecimientos y su expansión en el territorio construido, para así analizar si hay alojamientos en todo el territorio del destino o solo en localizaciones concretas. Estas etiquetas son: denso (la mayoría de los alojamientos están en zonas concretas del destino), equilibrado (los alojamientos están distribuidos de manera homogénea del territorio en el destino) y extenso (no existen desequilibrios relevantes en el territorio en cuanto a distribución).
- **Índice de percepción de sostenibilidad turística:** este indicador mide la percepción que tiene el visitante sobre la variable sostenibilidad en el destino a través de las menciones turísticas en redes sociales en las que se habla sobre sostenibilidad en destino. Valores cercanos a 100 muestran una percepción del destino como sostenible.
- **Índice de diversificación motivacional:** este indicador se calcula a través del análisis de las motivaciones de visita e intereses expresados por los visitantes durante su estancia en el destino, gracias a comentarios en redes sociales. También se tiene en cuenta las preferencias en cuanto a la tipología y categoría de alojamiento y estancia media para medir la dependencia que se tiene de productos y perfiles turísticos concretos. Valores cercanos a 100 indicarían una distribución heterogénea de motivaciones y que el destino no muestra dependencia de ningún segmento o producto turístico en concreto.
- **Índice de dependencia de orígenes:** este indicador analiza los visitantes por orígenes a través de diferentes metodologías (tráfico aéreo y demanda hotelera). Esto permite valorar la dependencia del destino de algún o algunos orígenes concretos. El valor 100 indicaría una dependencia nula de cualquier país de origen.
- **Índice de estacionalidad:** este indicador se obtiene a través del análisis cruzado de diversas fuentes (tráfico aéreo, demanda hotelera y gasto en destino). Un valor cercano a 100 indicaría una distribución homogénea de la actividad turística en el periodo, en otras palabras, nula estacionalidad.