

Comportamiento de los principales indicadores turísticos en Sevilla. Junio 2023

Índice

1. Los datos oficiales más significativos de demanda de alojamiento.
2. Cruceros
3. Pasajeros

1. Los datos oficiales más significativos

Fuente: INE

Datos generales

Durante el mes de junio se han alojado en establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos un total de **303.741 viajeros**, un 7,86% más que en el mismo mes del año anterior. Estos viajeros han generado un total de **627.983** pernoctaciones, lo que han supuesto casi un 7% más que en junio 2022.

Ambos indicadores están por encima también de los datos de junio de 2019.

Otros de los indicadores con tasas de variación superiores a junio 2022 son las plazas, los establecimientos abiertos y el personal empleado, siendo éste último casi un 24% más que el año anterior. El empleo turístico ha sido de 4.638 personas.

La estancia media ha sido de **2,07 días**, ligeramente inferior a las noches medias de junio de 2022. La ocupación se ha situado en el **74,90%**, igualmente algo inferior.

La **rentabilidad** por habitación disponible de los hoteles, se ha situado en cerca de **€86**, un 7% más y el precio medio diario en **€ 114,26**, más de un 9% con respecto a junio de 2022.

En un análisis específico de la **demanda**, destacar el importante crecimiento que ha tenido el **viajero internacional**, que ha generado casi un 18% más de pernoctaciones que el año anterior, mientras que las procedentes de **viajeros nacionales** ha descendido algo más del 5% debido principalmente al descenso de las noches generadas por los viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid, Cataluña, Valencia y Castilla León, con descensos por encima del 10% y con el caso concreto de Cataluña que ha disminuido en más de un 24%.

En cuanto a los mercados internacionales, **Estados Unidos** es el mercado que mayor número de viajeros ha tenido, 28.326, con un 35% más que en junio de 2022. Le siguen Francia, Italia, Reino Unido y Portugal. Destacar el caso del viajero chino que si bien en valores absolutos ha generado únicamente 3.855 viajeros, su incremento es de más del 250% con respecto a junio de 2022, debido a la fase de reactivación que ha iniciado este mercado en el año 2023.

Datos por tipología de alojamiento: Establecimiento Hotelero y Apartamento Turístico.

Del alojamiento hotelero, destacar tanto la rentabilidad por habitación disponible como el precio medio, que como mencionamos anteriormente, han crecido con respecto a junio de 2022. Sin embargo, tanto en estancia media (1,96 días) como en ocupación (75,32%) no han superado las cifras del año anterior.

Por categoría, el establecimiento hotelero ha tenido en junio los siguientes precios medios y RevPar:

CATEGORÍA	ADR	REVPAR
5 estrellas	€ 243 (+32.76%)	€ 158,09 (+45.29%)
4 estrellas	€ 115 (+6,54%)	€90.15 (+3.86%)
3 estrellas	€ 96.97 (+11.06%)	€ 71.27 (+6.88%)
2 estrellas	€ 74.61 (-20,77%)	€ 54.24 (-21.57%)
1 estrella	€ 49.56 (-10.57%)	€ 31.44 (-19.67 %)

Destacar el importante crecimiento que ha tenido tanto el RevPar como el ADR en los hoteles de 5 estrellas y como los de menor categoría han tenido descensos en ambos indicadores.

El apartamento turístico, por su parte, ha generado una estancia media de 2,7 noches y un 72% de ocupación, ambos indicadores por encima de los datos de junio de 2022, en concreto más de un 7% en lo que respecta a estancia media y cerca de un 5% más en cuanto a ocupación.

Según el origen del viajero, indicar que el estadounidense se encuentra en primer lugar en ambos tipos de alojamiento. Sin embargo, el italiano se sitúa en el ranking en segunda posición en los apartamentos mientras que en el de hoteles se desplaza a la cuarta posición.

Acumulado del año

En el acumulado del año 2023, enero a junio, el total de viajeros se sitúa en **1.723.215**, un 18,82% más que el mismo semestre del año 2022. Las pernoctaciones, **3.717.078**, se han incrementado en un 20%. La estancia media alcanza los 2,16 días y la ocupación se ha incrementado en cerca de un 10%, situándose en el 73,44%.

En cuanto al análisis por mercados, destacar que crecen considerablemente prácticamente todos los mercados internacionales quedando el ranking liderado por el mercado francés seguido por el estadounidense, italiano, británico y alemán. Portugal se sitúa en 6ª posición en el ranking. Destacar el importante crecimiento del procedente de Estados Unidos, +50,94%, y el italiano, +51,50%.

En el mercado nacional, figura Andalucía como la Comunidad que mayor número de viajeros genera en este semestre. A continuación aparece la Comunidad de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Extremadura. Únicamente la Comunidad Valenciana no supera los datos del primer semestre del 2022.

2. Cruceros

Fuente: Puertos del Estado

En el mes de junio han llegado a Sevilla 6 cruceros y 1.590 pasajeros, mismo número de cruceros y ligeramente superior el de pasajeros con respecto a junio de 2022 que supone un 15.9% más.

En el acumulado del año, Sevilla ha recibido 40 cruceros, principalmente entre los meses de abril y mayo, lo que ha supuesto la visita de 11.551 cruceristas, un 18.4% más que en el mismo periodo del año anterior.

3. Pasajeros aéreos

Fuente: GPA

En el mes de junio han llegado a Sevilla algo más de **300.000 pasajeros** aéreos de los que el 84.8% han llegado en vuelo directo y el 15% restante en conexión. En junio de 2022 llegaron 290.000 lo que supone un incremento del 4,22%.

El ranking de los 10 países europeos desde cuyos aeropuertos más pasajeros han volado en junio son, por este orden: España, Francia, Reino Unido, Italia, Alemania, Portugal, Países Bajos, Bélgica, Polonia y Suiza. Asimismo, el ranking de los países no europeos es: Marruecos, Estados Unidos, Colombia, Brasil, Israel, Canadá, México, China, Chile y Argentina. De Marruecos, vienen principalmente en vuelo directo pero del resto de orígenes, la conexión la realizan fundamentalmente desde Madrid y Lisboa.

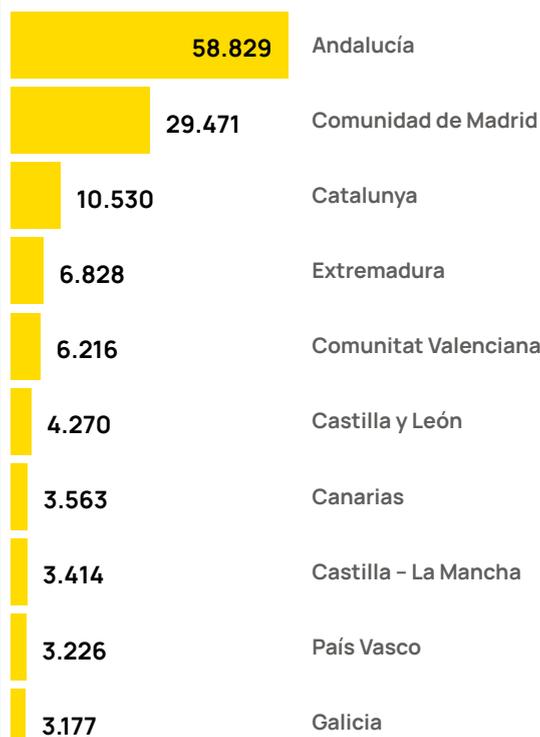
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS

junio de 2023

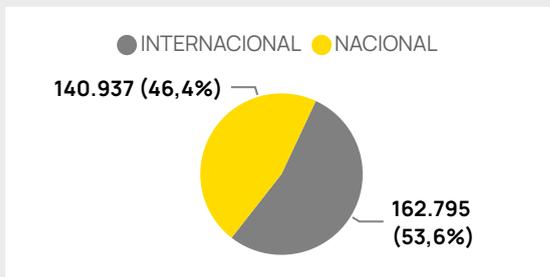
Viajeros

Mes anterior: **-6,25 %****303.741**Año anterior: **7,86 %**Año 2019: **12,04 %**Acumulado año: **1.723.215** **18,82 %**

Top 10 viajeros nacionales



Top 10 viajeros internacionales



Pernoctaciones

Mes anterior: **-9,63 %****627.983**Año anterior: **6,93 %**Año 2019: **9,39 %**Acumulado año: **3.717.078** **20,02 %**

Estancia Media

Mes anterior: **-3,61 %****2,07**Año anterior: **-0,87 %**Año 2019: **-2,36 %**Acumulado año: **2,16** **1,01 %**

% Ocupación

Mes anterior: **-7,17 %****74,90**Año anterior: **-0,86 %**Año 2019: **-7,93 %**Acumulado año: **73,44** **9,95 %**

Plazas

Mes anterior: **-0,43 %****32.795**Año anterior: **7,10 %**Año 2019: **18,54 %**Acumulado año: **32.425** **10,09 %**

Habit. / Apart.

Mes anterior: **0,10 %****14.640**Año anterior: **4,74 %**Año 2019: **16,52 %**Acumulado año: **14.533** **6,79 %**

Establ. abiertos

Mes anterior: **0,62 %****486**Año anterior: **8,00 %**Año 2019: **28,23 %**Acumulado año: **476** **10,99 %**

Pers. Empleado

Mes anterior: **2,84 %****4.638**Año anterior: **23,75 %**Año 2019: **11,14 %**Acumulado año: **4.420** **22,44 %**

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

junio de 2023

Oferta

Mes anterior: **3,13 %****3.853**Año anterior: **16,83 %**Año 2019: **-18,04 %**

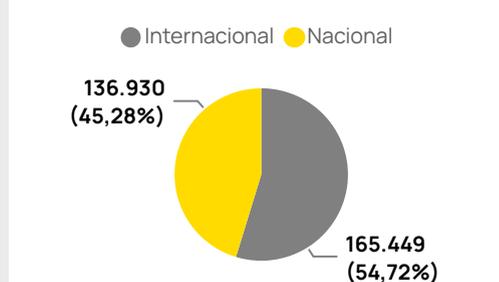
Número de alojamientos encontrados en un mes en Airbnb.

Fuente: Smart-Data Andalucía.

PASAJEROS AÉREOS

junio de 2023

Llegadas

Mes anterior: **-11,57 %****302.378**Año anterior: **4,22 %**Año 2019: **-6,49 %**Acumulado año: **1.794.869** **20,62 %**

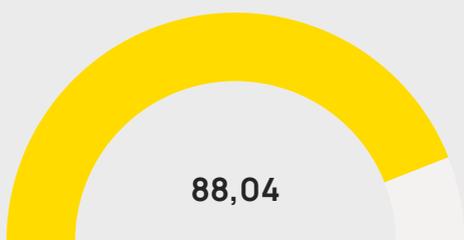
Volumen de pasajeros por vía aérea entre cualquier origen mundial y Sevilla, tanto de forma directa como con escalas.

Fuente: GPA a través de GDS.

PERCEPCIÓN TURÍSTICA

julio de 2023

Índice de Percepción Turística Global



Año anterior: **1,32 %**

Índice Hotel



Año anterior: **-3,90 %**

Balance Estacionalidad

Índice Producto



Año anterior: **3,34 %**

Balance Origen

Índice Seguridad



Año anterior: **1,40 %**

Balance Producto

Índice Clima



Año anterior: **0,37 %**

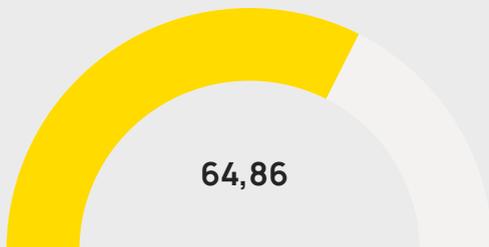
El Índice de Percepción Turística Global mide el nivel general de satisfacción del visitante con el destino. Combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino. Los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima se extraen mediante 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



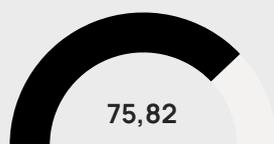
Mismo semestre
año anterior
(Intersemestral): **1,45 %**

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



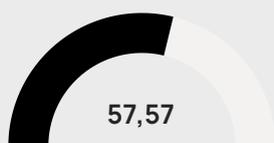
Intersemestral: **5,75 %**

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

junio 2022-mayo 2023

Gasto medio tarjeta

\$181

Mismo periodo
año anterior: **-11,89 %**

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

julio de 2023

HOTELES 3*

91 € / noche

Mismo mes
año anterior: **3,41 %**

HSi* : 71,73

HOTELES 4*

99 € / noche

Mismo mes
año anterior: **3,13 %**

HSi* : 74,66

HOTELES 5*

232 € / noche

Mismo mes
año anterior: **-4,13 %**

HSi* : 79,22

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.