

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS

enero de 2025

Viajeros

**267.085**

Mes anterior: **-4,45 %**

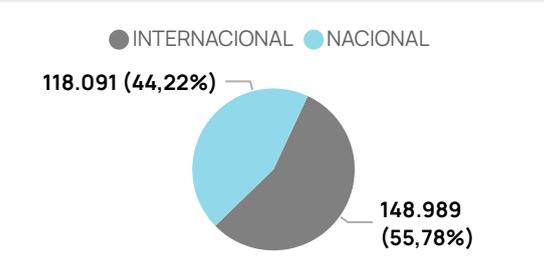
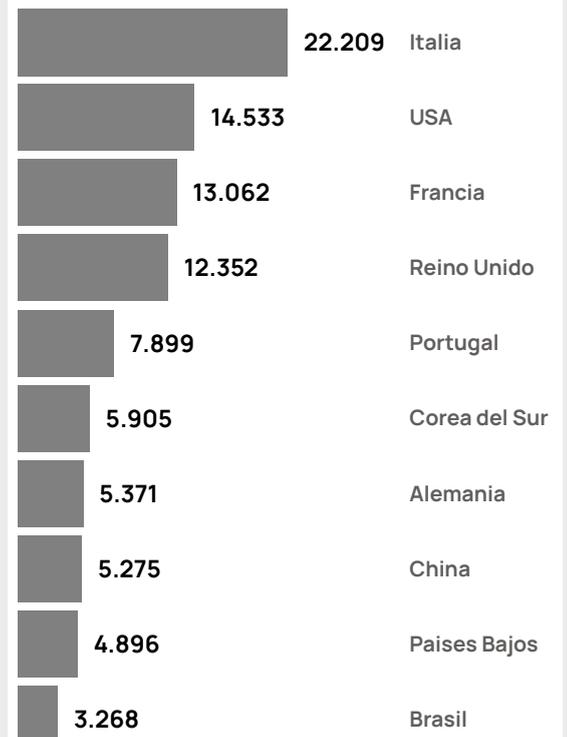
Año anterior: **7,42 %**

Acumulado año: **267.085** **7,42 %**

Top 10 viajeros nacionales



Top 10 viajeros internacionales



Pernoctaciones

**569.412**

Mes anterior: **-5,41 %**

Año anterior: **2,40 %**

Acumulado año: **569.412** **2,40 %**

% Ocupación

**62,47**

Mes anterior: **-0,69 %**

Año anterior: **-1,74 %**

Acumulado año: **62,47** **-1,74 %**

Plazas

**35.359**

Mes anterior: **3,28 %**

Año anterior: **9,74 %**

Acumulado año: **35.359** **9,74 %**

Estancia Media

**2,13**

Mes anterior: **-1,00 %**

Año anterior: **-4,67 %**

Acumulado año: **2,13** **-4,67 %**

Habit. / Apart.

**15.651**

Mes anterior: **2,68 %**

Año anterior: **7,64 %**

Acumulado año: **15.651** **7,64 %**

Establ. abiertos

**576**

Mes anterior: **0,00 %**

Año anterior: **12,06 %**

Acumulado año: **576** **12,06 %**

Pers. Empleado

**4.848**

Mes anterior: **1,08 %**

Año anterior: **6,32 %**

Acumulado año: **4.848** **6,32 %**

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.

NÚMERO DE LICENCIAS VUT EN ANUNCIOS DE PORTALES ONLINE

noviembre de 2024

Licencias

**5.040**

**0,08 %**

Número de licencias informadas en los anuncios de portales online tras aplicar técnicas de Text Mining en el texto del anuncio.

Fuente: LightHouse.

PASAJEROS AÉREOS

enero de 2025

Llegadas

**332.222**

Mes anterior: **-12,11 %**

Año anterior: **13,95 %**

Acumulado año: **332.222** **13,95 %**



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.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS INSCRITOS EN EL RTA

enero de 2024 - diciembre de 2024

Tipo establecimiento	Nº establecimientos	Nuevos	Bajas	Distribución (%)	Tasa año anterior	Nº plazas	Nuevas	Bajas	Distribución plazas (%)	Tasa año anterior
⊕ AT	329	76	8	3,19%	26,05 %	9.665	1.660	160	11,55%	18,37 %
⊖ EH	307	14	1	2,97%	4,42 %	27.095	681	35	32,37%	2,44 %
⊖ Albergue	18	3		0,17%	20,00 %	1.368	171		1,63%	14,29 %
Única	18	3		0,17%	20,00 %	1.368	171		1,63%	14,29 %
⊖ Hostal	65	4		0,63%	6,56 %	2.191	245		2,62%	12,59 %
1 Estrella	54	4		0,52%	8,00 %	1.730	245		2,07%	16,50 %
2 Estrellas	11	0		0,11%	0,00 %	461	0		0,55%	0,00 %
⊖ Hotel	160	3	1	1,55%	1,27 %	21.643	156	35	25,86%	0,56 %
1 Estrella	16	0		0,16%	0,00 %	654	0		0,78%	0,00 %
2 Estrellas	22	1		0,21%	4,76 %	766	28		0,92%	3,79 %
3 Estrellas	36	1	1	0,35%	0,00 %	2.835	34	35	3,39%	-0,04 %
4 Estrellas	73	1		0,71%	1,39 %	14.957	94		17,87%	0,63 %
5 Estrellas	6	0		0,06%	0,00 %	1.811	0		2,16%	0,00 %
5 Estrellas Gran Lujo	7	0		0,07%	0,00 %	620	0		0,74%	0,00 %
⊖ Hotel-Apartamento	4	1		0,04%	33,33 %	360	62		0,43%	20,81 %
1 Estrella	1	0		0,01%	0,00 %	11	0		0,01%	0,00 %
2 Estrellas	1	1		0,01%		62	62		0,07%	
4 Estrellas	2	0		0,02%	0,00 %	287	0		0,34%	0,00 %
⊕ Pensión	60	3		0,58%	5,26 %	1.533	47		1,83%	3,16 %
⊕ VUT	9.685	1.663	651	93,84%	11,67 %	46.943	8.312	3.196	56,08%	12,23 %
<b>Total</b>	<b>10.321</b>	<b>1.753</b>	<b>660</b>	<b>100,00%</b>	<b>11,84 %</b>	<b>83.703</b>	<b>10.653</b>	<b>3.391</b>	<b>100,00%</b>	<b>9,50 %</b>

Número de establecimientos turísticos y plazas turísticas inscritos en el Registro de Turismo de Andalucía

Fuente: RTA

Estadísticas de empleo. Contratos (Indefinidos + Temporales)

enero de 2025

Todas actividades Turismo	55.Serv. alojamiento 	56.Serv. comidas y bebidas 	79.Agencias de viajes y otros 
<b>3.636</b>	<b>599</b>	<b>2.986</b>	<b>51</b>
Mes anterior: <b>-21,67 %</b> Año a comparar: <b>-4,67 %</b>	Mes anterior: <b>-0,33 %</b> Año a comparar: <b>-6,99 %</b>	Mes anterior: <b>-25,03 %</b> Año a comparar: <b>-3,99 %</b>	Mes anterior: <b>-12,07 %</b> Año a comparar: <b>-15,00 %</b>

Estadísticas de empleo. Paro

Todas actividades Turismo	55.Serv. alojamiento 	56.Serv. comidas y bebidas 	79.Agencias de viajes y otros 
<b>6.891</b>	<b>751</b>	<b>6.056</b>	<b>84</b>
Mes anterior: <b>2,77 %</b> Año a comparar: <b>-7,27 %</b>	Mes anterior: <b>0,54 %</b> Año a comparar: <b>-8,97 %</b>	Mes anterior: <b>3,17 %</b> Año a comparar: <b>-6,54 %</b>	Mes anterior: <b>-4,55 %</b> Año a comparar: <b>-33,33 %</b>

Estadísticas de contratos y paro, en el sector turístico, para el municipio de Sevilla.

Las actividades consideradas al sector turístico han sido la 55, 56 y 79 según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

La estadística de empleo se confecciona de acuerdo a la metodología establecida en el Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo. Dichas actividades se definen como:

55.- Servicios de alojamiento.

56.- Servicios de comidas y bebidas.

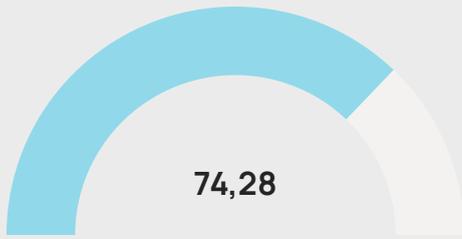
79.- Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos.

Fuente: SEPE

PERCEPCIÓN TURÍSTICA

enero de 2025

Índice de Percepción Turística Global



Año anterior: **-14,14 %**

Índice Hotel



Año anterior: **-0,54 %**

Balance Estacionalidad



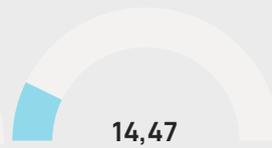
Año anterior: -

Índice Producto



Año anterior: **-24,84 %**

Balance Origen



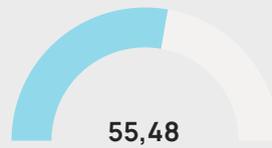
Año anterior: **21,29 %**

Índice Seguridad



Año anterior: **-1,50 %**

Balance Producto



Año anterior: **8,27 %**

Índice Clima



Año anterior: **-10,10 %**

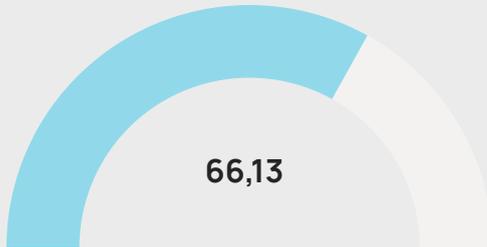
El Índice de Percepción Turística Global mide el nivel general de satisfacción del visitante con el destino. Combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino. Los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima se extraen mediante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

Fuente: Mabrian

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

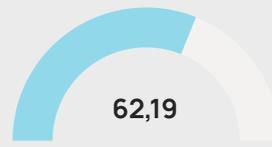
2024 semestre 2

Índice Global de Sostenibilidad Turística



Mismo semestre  
año anterior  
(Intersemestral): **0,29 %**

Índice de Distribución de Ingresos Turísticos



Intersemestral: **3,77 %**

Huella de Carbono - Emisión de CO2



Intersemestral: **-0,42 %**

Índice de Concentración de la Oferta Turística

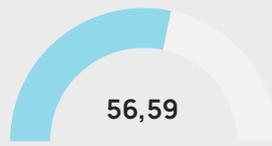


Índice de Percepción de Sostenibilidad Turística



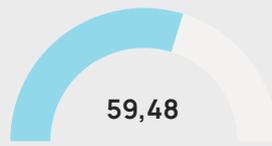
Intersemestral: **-1,06 %**

Índice de Diversificación Motivacional



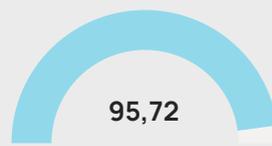
Intersemestral: **-47,94 %**

Índice de Dependencia de Orígenes



Intersemestral: **1,73 %**

Índice de Estacionalidad



Intersemestral: **-1,97 %**

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

PRECIO Y VALORACIÓN. HOTELES

enero de 2025

HOTELES 3\*

90 € / noche

Mismo mes  
año anterior: **-5,26 %**

HSi\* : 69,84

HOTELES 4\*

105 € / noche

Mismo mes  
año anterior: **-7,89 %**

HSi\* : 80,43

HOTELES 5\*

229 € / noche

Mismo mes  
año anterior: **-10,20 %**

HSi\* : 76,29

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.