OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS

marzo de 2025

Viajeros

12.538	Mes anterior:	76,34 %
	Año anterior:	2,54 %
Acumulado año:	25.019	3,68 %

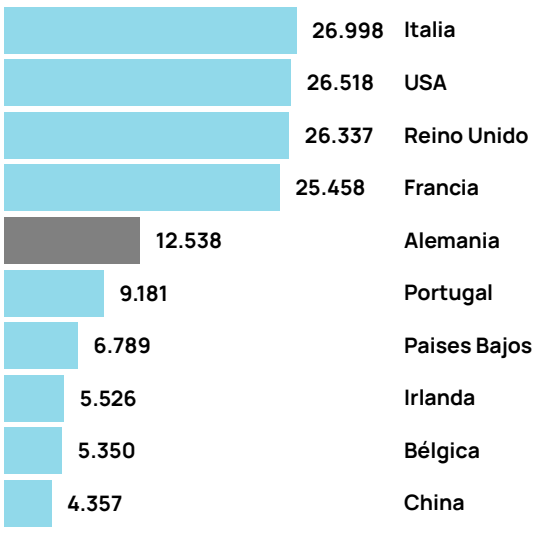
Pernoctaciones

32.049	Mes anterior:	69,84 %
	Año anterior:	2,88 %
Acumulado año:	64.157	2,67 %

Estancia Media

2,56	Mes anterior:	-3,69 %
	Año anterior:	0,33 %
Acumulado año:	2,56	-0,97 %

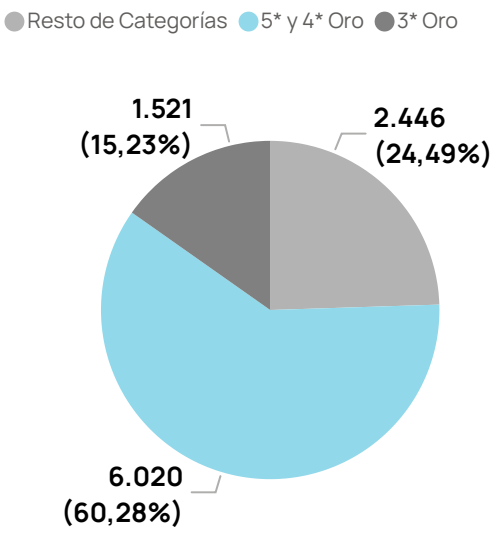
Ranking viajeros internacionales



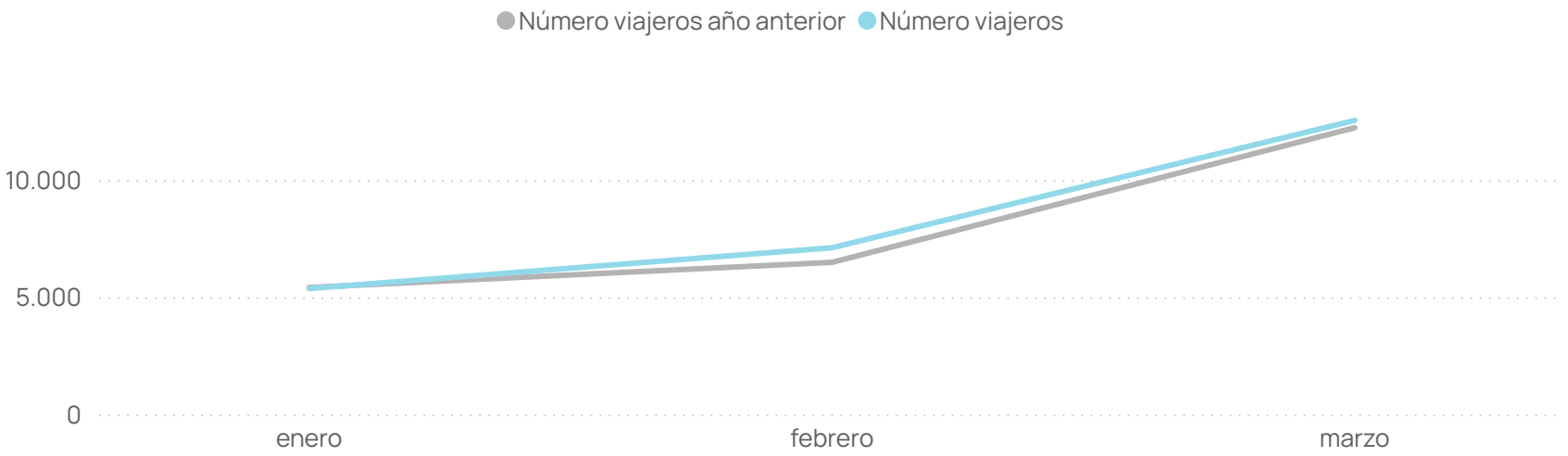
Tasa variación viajeros Alemania

Mes	T.V Interanual
enero	-0,85 %
febrero	9,59 %
marzo	2,54 %
Total	3,68 %

Número viajeros por categoría EH



Evolución viajeros Alemania



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.

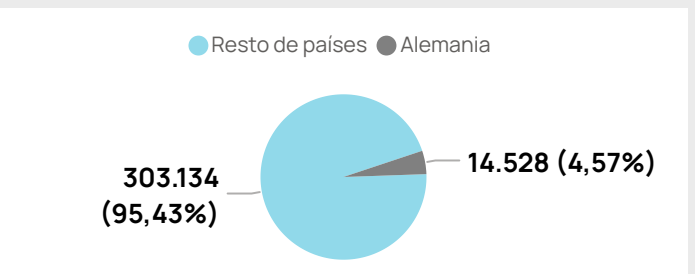
Fuente: INE.

PASAJEROS AÉREOS

marzo de 2025

Llegadas

14.528	Mes anterior:	-4,94 %
	Año anterior:	-17,72 %
Acumulado año:	42.702	1,19 %



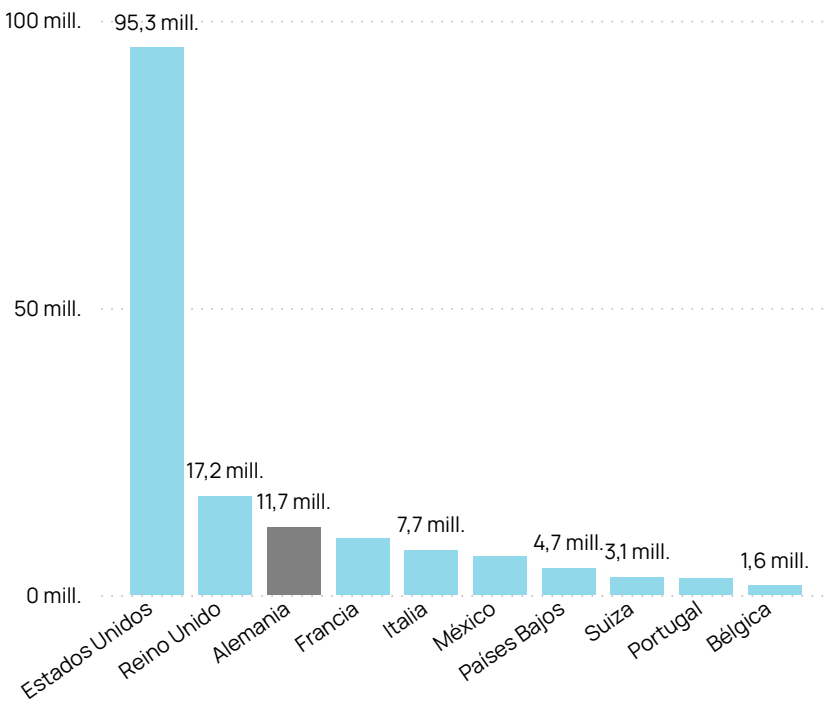
Volumen de pasajeros por vía aérea entre Alemania y Sevilla, tanto de forma directa como con escalas.

Fuente: GPA a través de GDS.

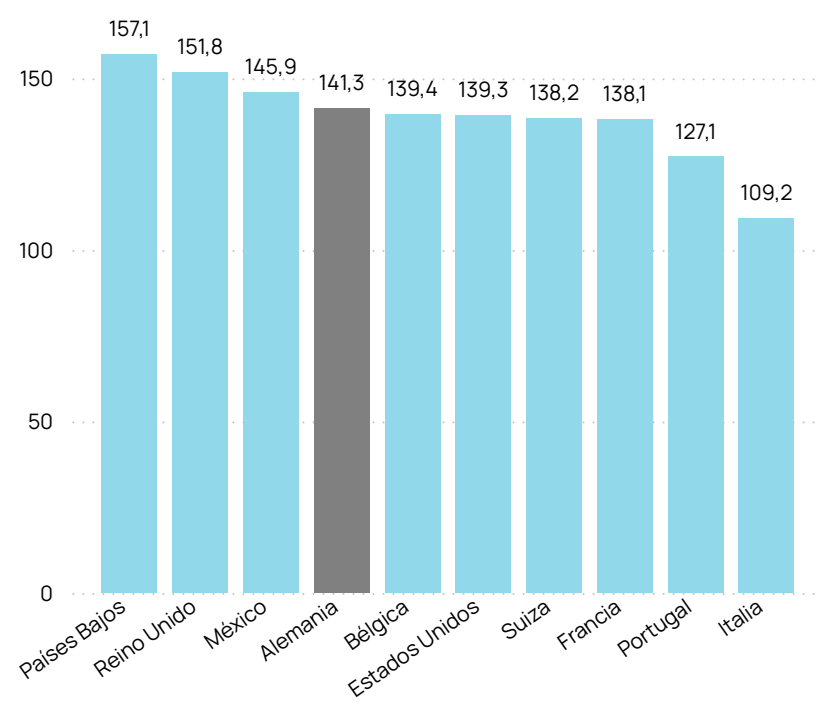
SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

2024 semestre 2

Volumen de CO2 emitido (toneladas)



Emisión de CO2 por pasajero (kg)

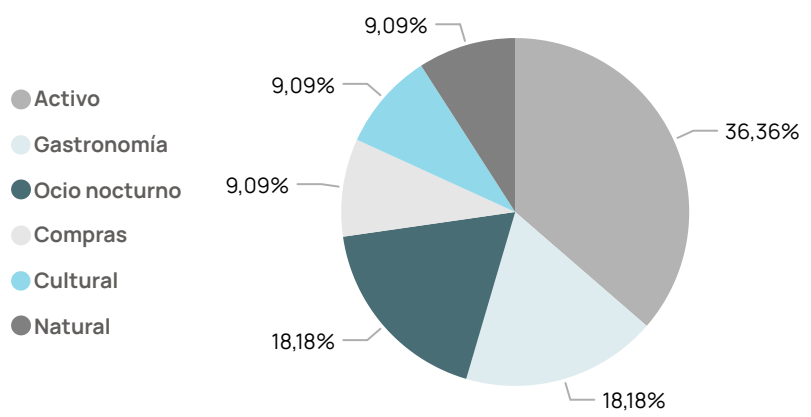


El **volumen de CO2 emitido** por origen representa el volumen total de CO2 emitido a la atmósfera según la procedencia de los vuelos entrantes al destino.
La **emisión de CO2 por visitante / plaza aérea (en desarrollo)**. Volumen de emisiones de carbono que supone la llegada de un pasajero en función de la distancia recorrida desde su origen. Se siguen los criterios marcados por ICAO para el cálculo de CO2 emitido por trayecto y/o por pasajero.
Fuente: Cirium, ICAO

INTERÉS DE LOS PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE ALEMANIA

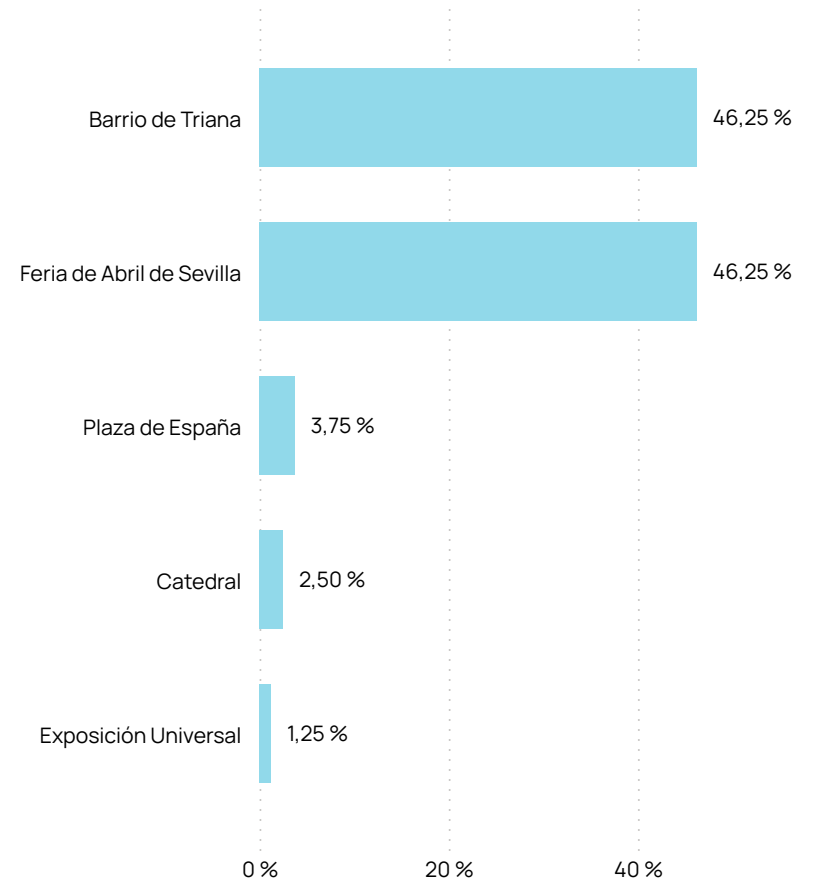
septiembre de 2024

Distribución de menciones por productos turísticos



abril de 2022

Distribución del interés por atractivo turístico más frecuente



Distribución de intereses por productos turísticos por el mercado alemán.
Distribución del interés por atractivo turístico más frecuente, muestra las atracciones o negocios más comentados por el mercado alemán.
Fuente: Mabrian