



**INFORME 2018**

## ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	2
1.1. Principales noticias año 2018	3
1.2. Avance noticias año 2019	5
<b>2. Oferta Turística</b>	5
2.1. Hoteles	5
2.2. Apartamentos turísticos	14
<b>3. Demanda Turística</b>	15
3.1. Evolución de la demanda hotelera	15
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	24
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	27
3.3.1. Mercados emisores nacionales	27
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	28
3.4. Visitas a centros de interés turístico	31
<b>4. Congresos y reuniones</b>	34
<b>5. Encuesta de Coyuntura Turística</b>	40
5.1. Motivación principal del viaje	40
5.2. Percepción turística de los visitantes	42
<b>6. Comparativa con otros destinos culturales</b>	43

### 1. INTRODUCCIÓN

El informe que ahora se presenta concluye el análisis que el Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba ha desarrollado durante el ejercicio 2018, siendo esta su 18 edición. El presente informe pone de relieve la destacada importancia que el turismo presenta en nuestra ciudad dado que este sector constituye el motor dinamizador de la economía cordobesa.

La capital, debido al importante legado cultural que posee ocupa una posición de privilegio al ser uno de los puntos turísticos más demandados dentro de nuestra Comunidad Autónoma.

El presente trabajo tiene una doble finalidad, por una parte nos informa de la situación turística en la que se encuentra Córdoba y por otro aporta medidas que contribuyen al eficaz desarrollo de este sector, de forma que se adopten las medidas necesarias para la mejora del panorama turístico cordobés.

Para estimar los beneficios del turismo y potenciarlos, es imprescindible obtener y procesar información de forma periódica. Por ello, y aparte de reunir información de importantes fuentes estadísticas y documentales se analizan, tanto trimestral como anualmente, algunas variables fundamentales para dar una visión global de la demanda turística, que pueda servir a su vez de referencia para la comprensión de cualquiera de sus fenómenos.

La demanda hotelera nos deja un descenso del 5,45% al contabilizar un total de 959.648 viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

Este descenso de los niveles de afluencia ha tenido también su reflejo en las pernoctaciones, que han disminuido en una cuantía menor al indicador anterior, un 3,11%. En total, se han computado en la ciudad 1.572.486 pernoctaciones.

En las procedencias se observa el predominio numérico de los españoles sobre los extranjeros, suponiendo los primeros el 53,68% de los visitantes y los segundos el 46,32%. Los visitantes nacionales han descendido en un 3,28% mientras que los extranjeros reflejan un 7,85% de descenso. Igual ocurre con las pernoctaciones, las nacionales muestran un 1,02% de descenso y las extranjeras del 5,77%.

En una comparativa de Córdoba con otros destinos turísticos de importancia cultural o monumental, nuestra ciudad ocupa una posición de privilegio, y se sitúa por encima de ciudades de la envergadura de Salamanca, San Sebastián, Bilbao, Santiago de Compostela, Toledo,...

## 1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2018

Las cifras que se han reseñado reflejan el estado de la situación turística actual, por ello, vamos a recoger algunos de los eventos que durante este año han contribuido al desarrollo del sector turístico de la ciudad.

### ***Kalendas Cordvba***

Con ocasión de la conmemoración del XX Aniversario de la creación de la Ruta Bética Romana, RUBERO, que agrupa a 15 municipios andaluces que transcurren por la Vía Augusta, se ha organizado un amplio programa en todas las ciudades que pertenecen a esta Ruta, de las provincias de Córdoba, Sevilla y Cádiz.

En la ciudad de Córdoba, además, quisimos aprovechar esta efeméride para crear un ilusionante proyecto, bajo el nombre de KALENDAS DE CORDVBA, que se celebró del 23 de febrero al 11 de marzo de 2018. Los romanos llamaban Kalendas al primer día de cada mes, y su año que duraba solo 10 meses, comenzaba en marzo, por eso hemos querido llamarlo así, KALENDAS EN CORDVBA.

Con este programa se pone en valor el arte, la cultura, el patrimonio y la sociedad romana. Este proyecto se une así a otros de gran éxito que ya se vienen celebrando desde años atrás, como son el Otoño Sefardí o las Noches de Ramadán, cerrando así una magnífica oferta multicultural, tanto para residentes como para quienes nos visitan.

Esta primera edición estuvo cargada de actividades muy variadas: exposiciones, recreaciones históricas, visitas guiadas, talleres para niños y adultos, conferencias, ... son algunas de las actividades con las que nos sumergimos en la Córdoba romana y conocimos mejor nuestro Patrimonio, nuestras costumbres, nuestra gastronomía y nuestra cultura.

### ***Riomundi***

Ríomundi es un Festival Internacional de Experiencias en el que la música, la gastronomía y la artesanía de las grandes ciudades asentadas a la orilla de los ríos más significativos del mundo serán las protagonistas. Un río no es sólo un cauce por el que transcurre el agua. Los ríos han transmitido cultura de unos pueblos a otros y de generación en generación y ha sido así desde el principio de los tiempos.

El Guadalquivir es a Córdoba lo que el Támesis a Londres, el Danubio a Viena, el Hudson a New York o el Nilo al Cairo, ciudades todas con una experiencia vital muy intensa que queremos vivir a la orilla de nuestro río. ¿Qué música se escucha en el Misisipi? ¿Qué se come a orillas del Amazonas? ¿Con qué se adornan los habitantes del Ganges?

El privilegiado entorno de la Ribera de Córdoba se convertirá en un escenario gigante en el que sonarán géneros como el Rock, las músicas del mundo, el blues, el jazz, el pop británico, los sonidos amazónicos y latinos y la música electrónica.

Ríomundi es un viaje por el mundo con el Guadalquivir como río protagonista. Tres días de experiencias dirigidas a un público de todas las edades y protagonizadas por artistas

internacionales: Conciertos, artesanía local y de otras partes del mundo, talleres y actividades para niños.

### ***Declaración de Medina Azahara Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO***

El día 1 de julio el Comité del Patrimonio Mundial de la Unesco informó favorablemente sobre la inscripción de la Ciudad Califal de Medina Azahara (Córdoba) en la Lista de Patrimonio Mundial. Ha sido en el marco de la reunión del 42º Comité de Patrimonio Mundial, que se ha celebrado entre el 24 de junio y el 4 de julio en Manama (Baréin).

Con la de Medina Azahara, Córdoba contará con 4 declaraciones de patrimonio, de las que tres son de Patrimonio Mundial; en concreto, la Mezquita de Córdoba; el Centro Histórico de Córdoba --ampliación de la Mezquita y Medina Azahara

A ellas se suman dos más de Patrimonio Cultural Inmaterial, que son el flamenco y la Fiesta de los Patios de Córdoba.

### ***I Congreso Internacional de Patios de Córdoba***

Córdoba acogió entre el 14 y el 16 de noviembre el I Congreso Internacional “Patios de Córdoba. Patrimonio Cultural, Ciudad y Turismo Sostenible”, un congreso centrado en el patrimonio cultural, la ciudad y el turismo sostenible, con ponentes que debatieron en torno a la gestión de la citada fiesta y sus implicaciones patrimoniales y turísticas y la coexistencia entre actividades turísticas y la protección del Patrimonio Inmaterial, entre otras cuestiones.

El congreso, organizado por el Ayuntamiento y la UCO, está encuadrado dentro del Plan Turístico de Grandes Ciudades.

### ***Apertura del Palacio de Congresos de Córdoba***

El 4 de octubre el Palacio de Congresos de Córdoba reabrió sus puertas tras varios años de reformas.

Con la conclusión de la primera fase de la reforma, se pone en uso aproximadamente el 50 por ciento del Palacio Congresos, contando con la iglesia de San Sebastián, el Patio Azul, la Sala Hernán Ruiz, la Sala Averroes, la Sala Luis de Góngora, la Sala Pablo Céspedes, el Adarve y el Salón de Actos, un espacio multiusos con capacidad para 759 personas.

El objetivo principal que se ha perseguido con la primera fase ha sido la mejora de los espacios del Palacio de Congresos, para hacerlos más polivalentes y atractivos a la actividad congresual, razón por la que se ha llegado hasta las citadas 922 plazas, que se transformarán en más de 1.500 una vez finalizada la segunda fase.

### ***Flora “Festival Internacional de las Flores”***

Tras el éxito alcanzado en la primera edición de este Festival, Flora volvió a Córdoba del 19 al 28 de octubre para llenar de aroma y color nuestra ciudad.

Este año, la segunda edición del Festival Internacional de Arte Floral Contemporáneo contó con la participación de seis artistas nacionales e internacionales que expusieron sus obras en diferentes ubicaciones de Córdoba. La temática común para ellos fue “Juego”.

### ***Festival de las Callejas de Córdoba***

Este año, la segunda edición del Festival de las Callejas de Córdoba se celebró del 11 al 14 de octubre. Cuenta con 52 callejas distribuidas por todo el casco antiguo y para su visita se crearon cinco rutas.

El Festival de las Callejas quiere potenciar estos rincones que en gran medida son una consecuencia directa del urbanismo de Al-Andalus, numerosas callejones sin salida, adarves o azucaques.

Algunos son tan famosos como la **Calleja de las Flores** que figura entre las 25 calles más bonitas de España o la **Calleja del Pañuelo**. Sin embargo, la gran mayoría de las más de cien callejas que se reparten por todo el casco antiguo pasan desapercibidas tanto para cordobeses como para viajeros.

## **1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2019**

### ***AndandoCórdoba***

AndandoCórdoba, iniciativa que el Ayuntamiento de Córdoba a través del Instituto Municipal de Turismo va a poner en marcha a principios de año, quiere acompañarte en el paseo, ayudándote a descubrir el conjunto histórico de Córdoba y el Valor Universal Excepcionales por el que fue reconocido Patrimonio Mundial. En el camino, se encontrarán identificados los lugares e hitos más atractivos de la ciudad. Para llegar a estas zonas, puedes apoyarte en los paseos de referencia que enlazan los límites del casco histórico con la Mezquita-Catedral.

## **2. OFERTA TURÍSTICA**

### **2.1. HOTELES**

Cualquier destino turístico debe ser capaz de satisfacer todas las demandas de los visitantes y adaptarse, en la medida de lo posible a ellas, si bien una de estas necesidades básicas es el alojamiento.

La capacidad hotelera de un destino suele ir en consonancia con la afluencia de viajeros. Las capitales de provincia, al abarcar actividades de todo tipo, disponen de una oferta hotelera más amplia y acorde con las especificidades e intereses de los posibles usuarios. Este es el caso de Córdoba, ciudad con un destacado peso cultural que fomenta los desplazamientos y visitas. Todo esto promueve el continuo movimiento de personas, es decir, presenta una buena afluencia turística.

Para hacer frente a la misma, la ciudad debe disponer de una infraestructura hotelera apropiada, la cual vamos a detallar en este apartado.

El concepto de oferta turística abarca un abanico mucho más amplio de elementos, los cuales se analizarán a lo largo de este informe.

La capacidad hotelera de Córdoba se ha incrementado en cuatro establecimientos durante este ejercicio, dejando la infraestructura hotelera de la capital formada por 103 establecimientos, de los cuales 58 son hoteles y 45 son pensiones.

Como se observa en la tabla, la evolución del número de hoteles con respecto al año anterior se ha dejado sentir al abrirse 3 nuevos establecimientos, lo cual refleja un crecimiento del 5,45%. Con respecto al número de plazas, debido a lo anterior, el incremento global es del 3,26%.

El histórico de la década revela la favorable evolución de los hoteles, lo que da muestras también de los esfuerzos del sector por adaptarse a las necesidades de la demanda. En estos años ha habido un incremento total del 41,46% lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 38,01%.

En resumen podemos decir que la infraestructura hotelera cordobesa, con sus 103 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 7.049 personas, de las cuales 5.868 pueden hacerlo en hoteles y 1.181 en establecimientos de menos categoría, es decir, el 83,25% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 16,75% restante a pensiones.

**Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2005-2018**

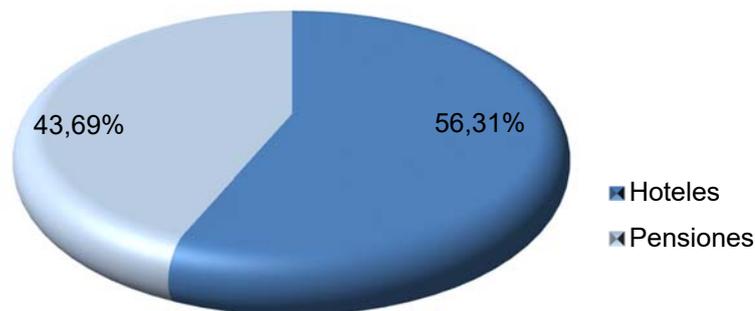
	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
<b>2005</b>	41	39	80	4234	870	5104
<b>2006</b>	42	36	78	4363	797	5160
<b>2007</b>	42	29	71	4308	641	4949
<b>2008</b>	41	25	66	4252	566	4818
<b>2009</b>	44	31	75	4558	692	5250
<b>2010</b>	53	36	89	5391	877	6268
<b>2011</b>	55	41	96	5458	1011	6469
<b>2012</b>	53	41	94	5346	1011	6357
<b>2013</b>	53	39	92	5346	926	6272
<b>2014</b>	56	39	95	5423	926	6349
<b>2015</b>	55	42	97	5328	1029	6357
<b>2016</b>	55	42	97	5484	1093	6577
<b>2017</b>	55	44	99	5683	1196	6879
<b>2018</b>	58	45	103	5868	1181	7049
<b>Var. 18/08</b>	<b>41,46%</b>	<b>80,00%</b>	<b>56,06%</b>	<b>38,01%</b>	<b>108,66%</b>	<b>46,31%</b>
<b>Var. 18/17</b>	<b>5,45%</b>	<b>2,27%</b>	<b>4,04%</b>	<b>3,26%</b>	<b>-1,25%</b>	<b>2,47%</b>

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el siguiente gráfico se observa como en 2018 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 56,31% frente al 43,69% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (83,25%) que en las pensiones (16,75%).

**Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2018**

---

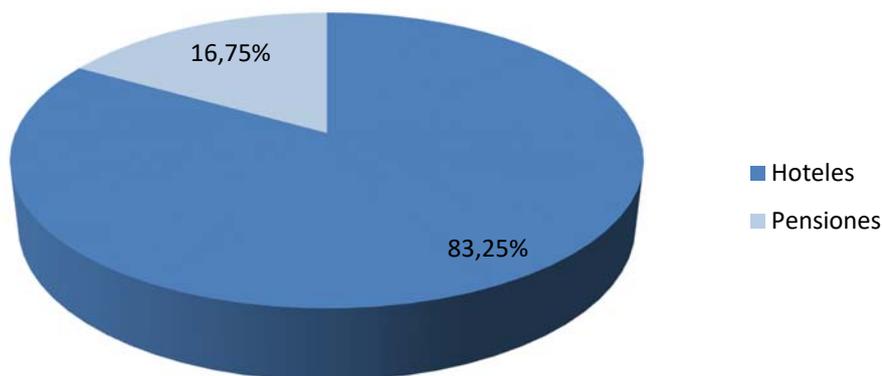


---

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

**Gráfico 2.2. Distribución de la oferta de plazas hoteleras. Año 2018**

---



---

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El análisis de los establecimientos por clases y categorías permite hacer un estudio más profundo y pormenorizado de la oferta hotelera cordobesa.

La evolución de los establecimientos hoteleros por categorías muestra variaciones en los hoteles de 4, 3, 2 y 1 estrella, siendo los de 4 estrellas los que han incrementado su cifra en mayor número con la reclasificación de un establecimiento hotelero ya existente y la apertura de uno nuevo. Consecuencia de esto es la pérdida de un establecimiento de 3 estrellas al reconvertirse durante este ejercicio en 4 estrellas. La oferta hotelera de 2 y 1 estrella se ha incrementado en un establecimiento de cada categoría.

Como en años anteriores siguen siendo los hoteles de dos estrellas los más numerosos con un total de 21 establecimientos, seguidos por los hoteles de cuatro estrellas con 16 establecimientos.

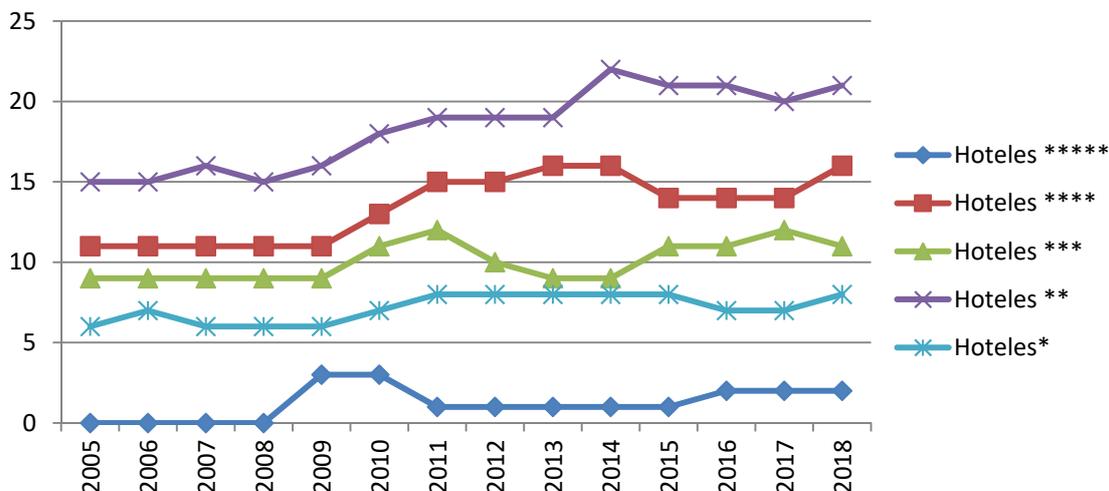
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 40 establecimientos, incrementándose en un 5,26% respecto al año anterior.

**Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2005-2018**

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
<b>2005</b>	0	11	9	15	6	11	28
<b>2006</b>	0	11	9	15	7	9	27
<b>2007</b>	0	11	9	16	6	8	21
<b>2008</b>	0	11	9	15	6	7	18
<b>2009</b>	3	11	9	16	6	8	23
<b>2010</b>	3	13	11	18	7	6	20
<b>2011</b>	1	15	12	19	8	10	31
<b>2012</b>	1	15	10	19	8	10	31
<b>2013</b>	1	16	9	19	8	9	30
<b>2014</b>	1	16	9	22	8	9	30
<b>2015</b>	1	14	11	21	8	10	32
<b>2016</b>	2	14	11	21	7	6	36
<b>2017</b>	2	14	12	20	7	6	38
<b>2018</b>	2	16	11	21	8	5	40
<b>Var. 18/08</b>		<b>45,45%</b>	<b>22,22%</b>	<b>40,00%</b>	<b>33,33%</b>	<b>-28,57%</b>	<b>122,22%</b>
<b>Var. 18/17</b>	<b>0,00%</b>	<b>14,29%</b>	<b>-8,33%</b>	<b>5,00%</b>	<b>14,29%</b>	<b>-16,67%</b>	<b>5,26%</b>

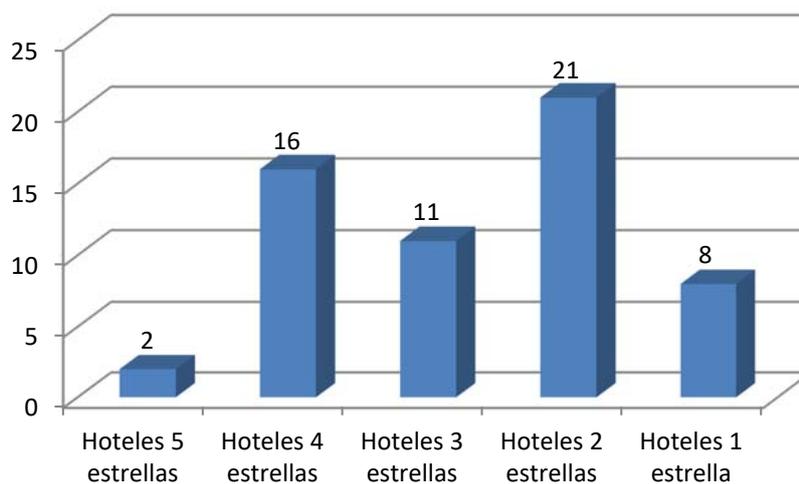
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2005-2018



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.4. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Establecimientos. Año 2018



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La oferta de plazas está íntimamente relacionada con la evolución experimentada por el sector en lo que a número de establecimientos se refiere.

De forma general, la infraestructura de camas de la ciudad está formada por 7.049 plazas, esto supone un incremento del 2,47%, respecto a la cifra alcanzada en 2017. Este incremento es consecuencia directa de la apertura de algunos establecimientos y del cierre de otros que se han producido durante el presente ejercicio.

Si hablamos únicamente de establecimientos hoteleros, se observa que son los hoteles de cuatro estrellas los que mantienen año tras año el liderazgo. A pesar que los hoteles de dos estrellas son los más numerosos en la ciudad, en cuanto al número de plazas ocupan el tercer puesto con 839 plazas hoteleras. La segunda posición la ocupan los hoteles de tres estrellas y la cuarta y quinta posición es para los hoteles de una y cinco estrellas respectivamente.

Por su parte, las pensiones son más numerosas las de 1 estrella habiendo cerrado el año 2018 con un incremento del 5,61% respecto a 2017 y con un total de 1.055 unidades alojativas.

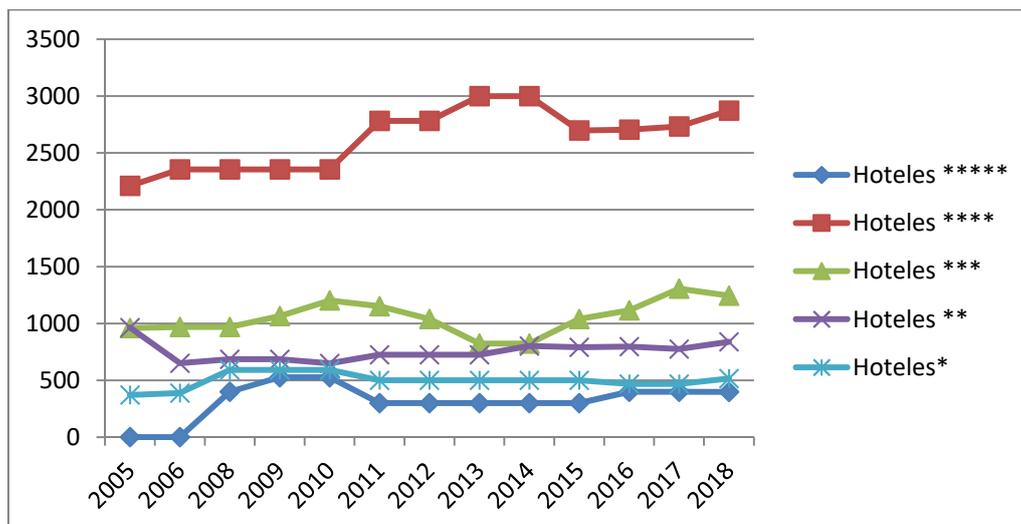
Analizando estos datos con los obtenidos hace una década, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 46,21%.

**Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2005-2018**

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
<b>2005</b>	0	2210	959	964	371	390	480
<b>2006</b>	0	2355	969	651	388	454	343
<b>2007</b>	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
<b>2008</b>	399	2355	969	686	591	337	576
<b>2009</b>	527	2355	1065	686	591	337	608
<b>2010</b>	527	2355	1202	649	591	337	540
<b>2011</b>	299	2782	1152	725	500	374	637
<b>2012</b>	299	2782	1040	725	500	374	637
<b>2013</b>	299	2999	823	725	500	325	601
<b>2014</b>	299	2999	823	802	500	325	601
<b>2015</b>	299	2698	1040	791	500	348	681
<b>2016</b>	400	2704	1115	797	468	197	896
<b>2017</b>	400	2733	1306	776	468	197	999
<b>2018</b>	398	2871	1244	839	516	126	1055
<b>Var. 18/08</b>		<b>21,91%</b>	<b>28,38%</b>	<b>22,30%</b>	<b>-12,69%</b>	<b>-62,61%</b>	<b>83,16%</b>
<b>Var. 18/17</b>	<b>-0,50%</b>	<b>5,05%</b>	<b>-4,75%</b>	<b>8,12%</b>	<b>10,26%</b>	<b>-36,04%</b>	<b>5,61%</b>

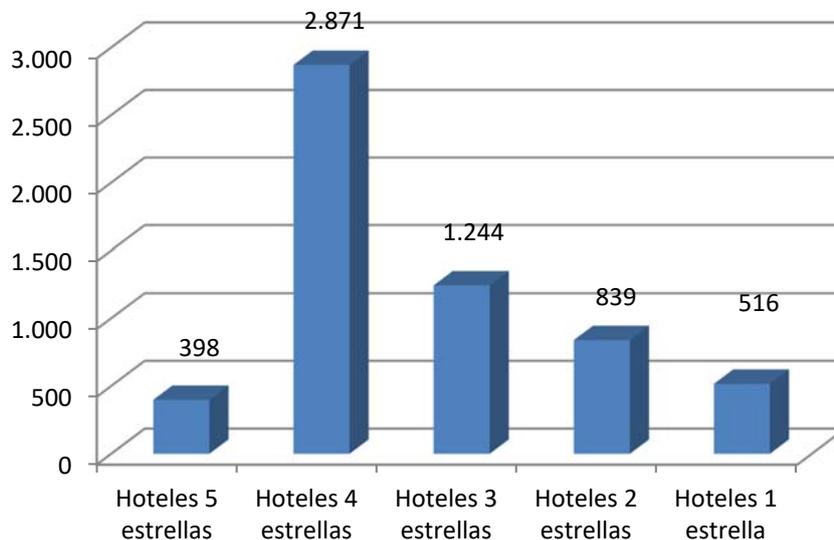
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2005-2018



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

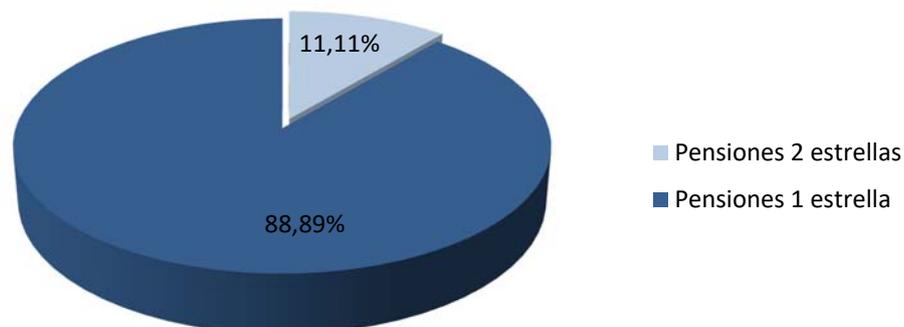
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2018



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

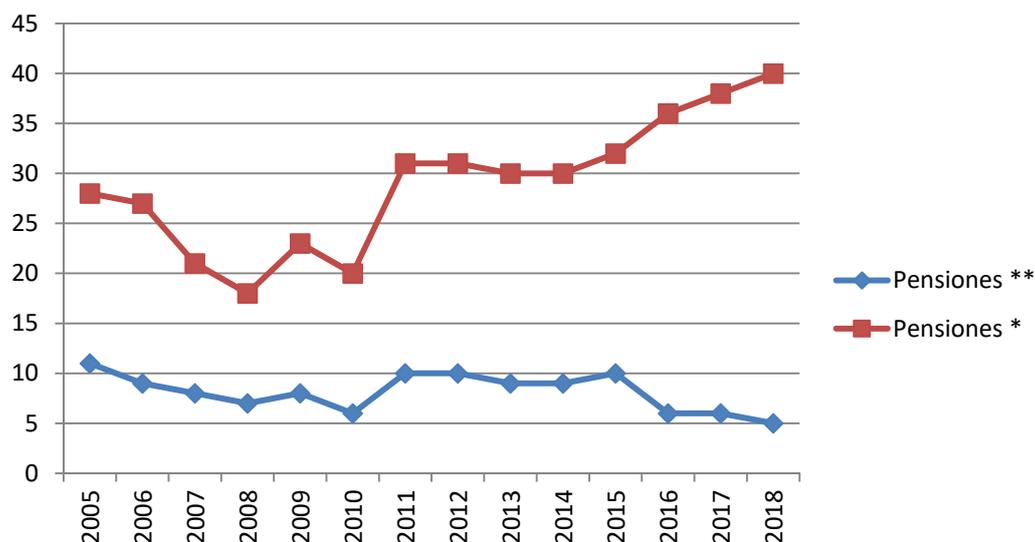
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 88,89% de estas tienen la categoría de 1 estrella, frente al 11,11% correspondiente a las de dos estrellas.

**Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2018**



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

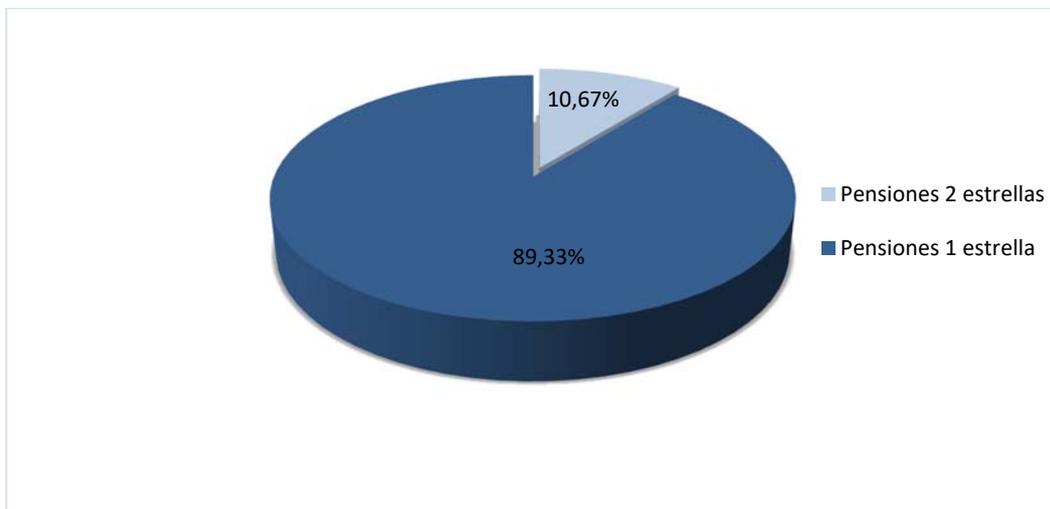
**Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Años 2005-2018**



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

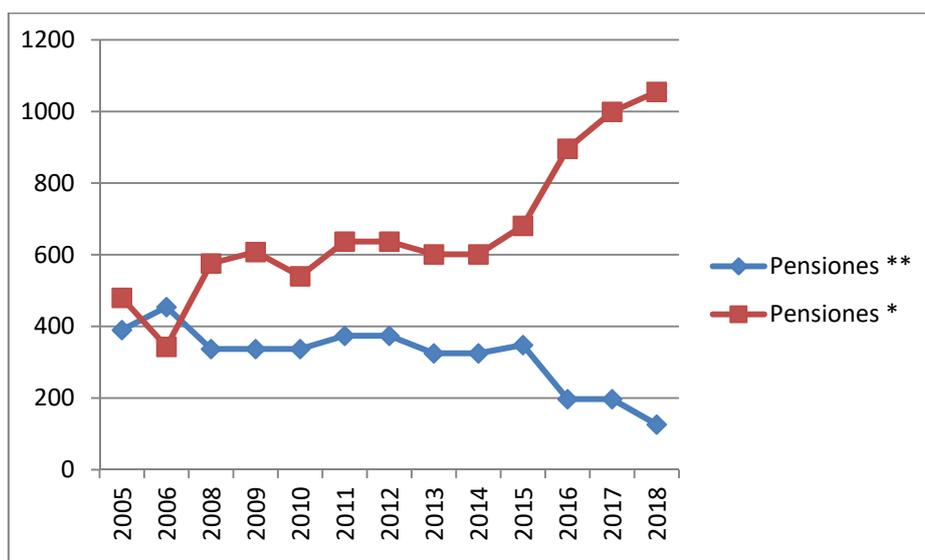
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 89,33% frente al 10,67% de las pensiones de 2 estrellas.

**Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2018**



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

**Gráfico 2.10. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Años 2005-2018**



Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

## 2.2. APARTAMENTOS TURÍSTICOS

En los últimos años la oferta de apartamentos turísticos en Córdoba se ha ido incrementando considerablemente, por ello desde el año pasado consideramos necesario recogerla en estos informes anuales.

Tal y como refleja la tabla la evolución del número de apartamentos respecto a 2017 muestra un incremento del 27,27%. Incremento que también se produce en el número de plazas, aunque en menor medida, con un 24,05%.

Si esta comparativa la hacemos con respecto al año 2010 el incremento es muchísimo mayor, pues alcanza el 250% respecto al número de apartamentos y el 122,67% respecto al número de plazas.

**Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2010-2018**

	Apartamentos	
	Nº de apartamentos	Nº de plazas
<b>2010</b>	8	322
<b>2011</b>	10	408
<b>2012</b>	11	441
<b>2013</b>	10	408
<b>2014</b>	10	408
<b>2015</b>	10	408
<b>2016</b>	17	498
<b>2017</b>	22	578
<b>2018</b>	28	717
<b>Var. 18/10</b>	<b>250,00%</b>	<b>122,67%</b>
<b>Var. 18/17</b>	<b>27,27%</b>	<b>24,05%</b>

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis de datos por categorías observamos un mayor incremento en los apartamentos turísticos de 1 llave con un 33,33% más que en 2018. Los apartamentos de 3 llaves permanecen inalterables, manteniendo los 2 de años anteriores y los de 2 llaves también se han visto incrementados en cuatro establecimientos.

**Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2018**

	<b>Apartamentos 3 llaves</b>	<b>Apartamentos 2 llaves</b>	<b>Apartamentos 1 llave</b>
<b>2016</b>	2	8	7
<b>2017</b>	2	14	6
<b>2018</b>	2	18	8
<b>Var. 18/17</b>	<b>0,00%</b>	<b>28,57%</b>	<b>33,33%</b>

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Los apartamentos turísticos aportan a la oferta de alojamiento de la ciudad un total de 712 plazas. De estas plazas el mayor número lo recogen los apartamentos de 2 llaves que, con 544 plazas, este año han registrado un incremento del 30,77%.

**Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2018**

	<b>Apartamentos 3 llaves</b>	<b>Apartamentos 2 llaves</b>	<b>Apartamentos 1 llave</b>
<b>2016</b>	46	306	146
<b>2017</b>	46	416	116
<b>2018</b>	46	544	122
<b>Var. 18/17</b>	<b>0,00%</b>	<b>30,77%</b>	<b>5,17%</b>

Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3. DEMANDA TURÍSTICA

#### 3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA

Este capítulo está dedicado a estudiar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad. La demanda turística viene definida normalmente en función del número de visitantes que se alojan en un destino, por lo que se hará un completo análisis del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras que ayudará a predecir y elaborar actuaciones acordes con las necesidades y requerimientos de nuestros visitantes.

A la hora de profundizar en el estudio de la demanda hotelera cordobesa se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística

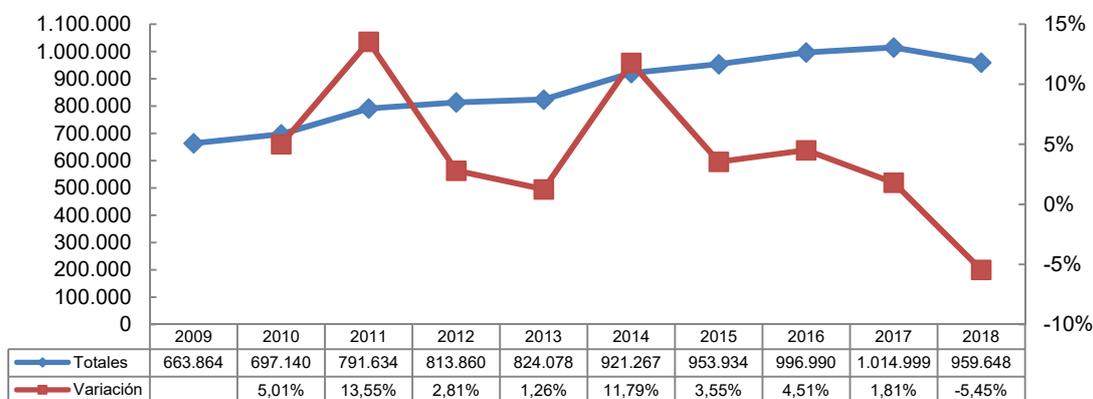
(INE) con carácter mensual. Esta fuente es de gran interés pues suministra, diferenciados según su origen sea nacional o extranjero, datos referidos al número de personas que nos visitan y las pernoctaciones que se realizan en la ciudad, junto con la estancia media y el grado de ocupación.

Esta información nos permite disponer de series históricas de la capital y nos ofrece a su vez datos desagregados de los principales puntos turísticos del panorama nacional, lo que posibilita un análisis comparativo entre nuestra ciudad y el resto de destinos. Además, las series históricas que disponemos permiten reflejar la evolución seguida por la capital y, por qué no, predecir algunas tendencias.

Hay que tener en cuenta que la encuesta realizada por el INE, es una encuesta semanal realizada una vez al mes a todos los establecimientos hoteleros, quedando excluidos los apartamentos turísticos y demás categorías de establecimientos como el turismo no reglado. Igualmente, decir que estos datos que se van a analizar no consideran al excursionista, entendiéndose como tal el visitante que no pernocta en la ciudad.

Córdoba ha recibido durante el ejercicio 2018 un total de 959.648 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, cifra que representa un recorte del 5,45% respecto al año precedente.

**Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**

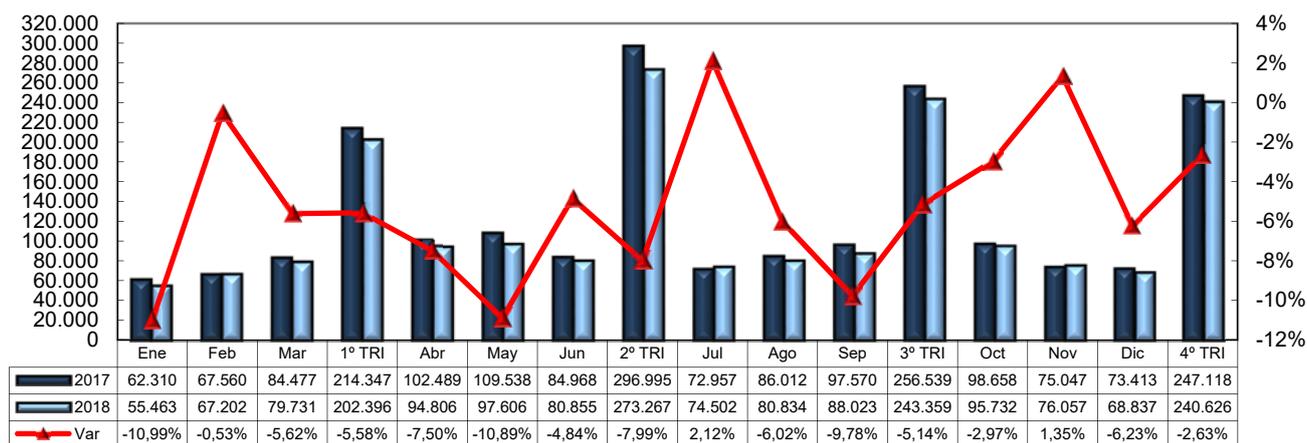


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La desagregación mensual dibuja puntos de inflexión positivos en los meses de Julio (2,12%) y Noviembre (1,35%), mientras que el comportamiento del resto de meses se manifiesta claramente a la baja, con un descenso acusado en los meses de Enero (-10,99%) y Mayo (-10,89%) a pesar de ser numéricamente este último el periodo de mayor afluencia.

Hablando en términos absolutos, los datos confirman nuevamente las ya conocidas y características temporadas de nuestro turismo, siendo los períodos primaverales y otoñales los que acaparan el mayor número de visitas del año, con tres meses muy destacados, Abril, Mayo y Octubre.

**Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

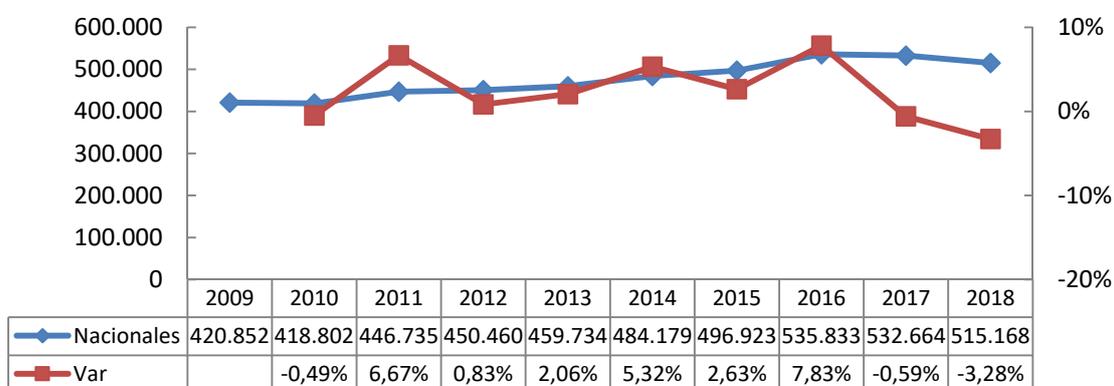
Un análisis más profundo y detallado nos obliga a estudiar el comportamiento de los turistas según su residencia o lugar de origen sea española o extranjera para así poder analizar qué efecto ha provocado la evolución seguida por los citados colectivos sobre el total de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

Hoy en día el turismo nacional constituye el 53 por ciento del contingente turístico que recibe la ciudad, por ello comenzaremos el estudio de la procedencia con su análisis.

El INE ha contabilizado 515.168 turistas españoles en Córdoba durante el año 2018, cifra inferior en más de 17.000 personas a la registrada en 2017, con un descenso del 3,28%.

En general, el estudio mensual no muestra fuertes diferencias en lo que a valores absolutos se refiere, aunque al igual que en el caso anterior (global de viajeros), Julio es el mes que refleja el mayor crecimiento con un 9,25% respecto al año anterior.

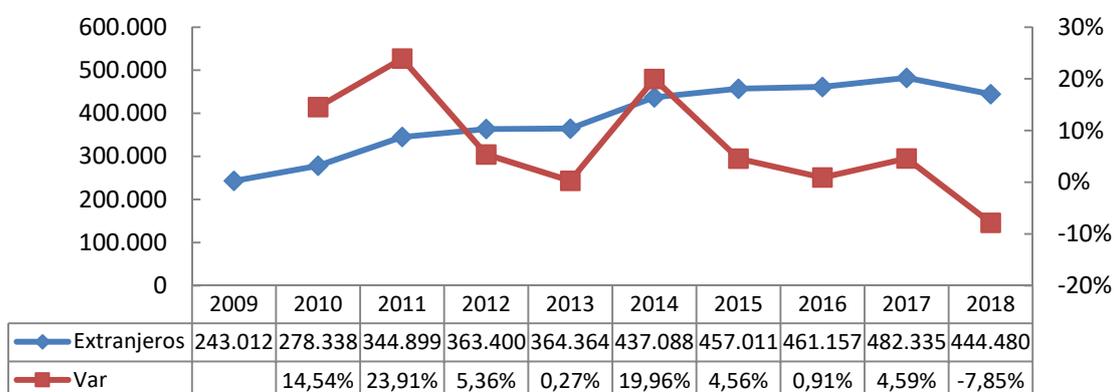
La media anual de turistas nacionales ha sido cifrada en cerca de 43.000 personas, siendo superada, como viene siendo habitual, en las temporadas de primavera y otoño donde el clima favorece el turismo monumental y de ciudad.

**Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

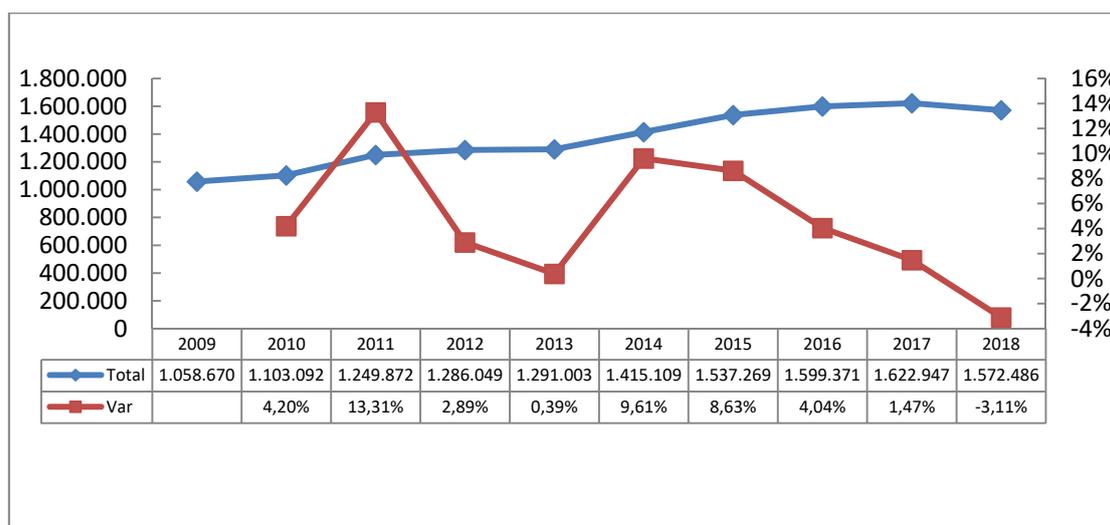
Al descenso producido en el volumen de viajeros nacionales se une el descenso en el número de extranjeros, que registran los 444.480, un 7,85% menos que el año anterior. De esta forma el porcentaje de extranjeros representa el 46,32% del total.

La evolución general experimentada por este colectivo a lo largo del año también es negativa, tan solo 2 meses presentan signos positivos. La variación más acentuada se produjo en el mes de enero con un descenso del 21,70%, seguida del mes de agosto con un descenso del 15,57%. Por el contrario febrero y noviembre han sido los meses que han registrado incrementos con un 9,59 y un 6,60 por ciento respectivamente.

**Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**


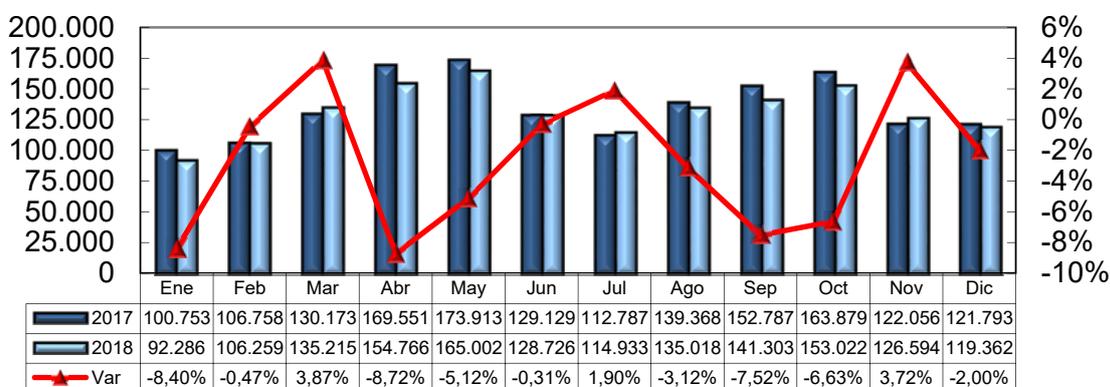
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros es otro indicador turístico de gran interés. Afortunadamente las pernoctaciones han caído en menor medida que los viajeros, según el Instituto Nacional de Estadística el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2018 alcanzó la cifra de 1.572.486, registrando un descenso del 3,11% respecto al año anterior.

**Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis mensual, los meses con los saldos más elevados han sido Mayo, Abril, y Octubre, superándose en todos los casos las 150.000 pernoctaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido marzo con un 3,87% y por el contrario abril es el mes que ha reflejado el mayor descenso con un 8,72%.

**Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2018**


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

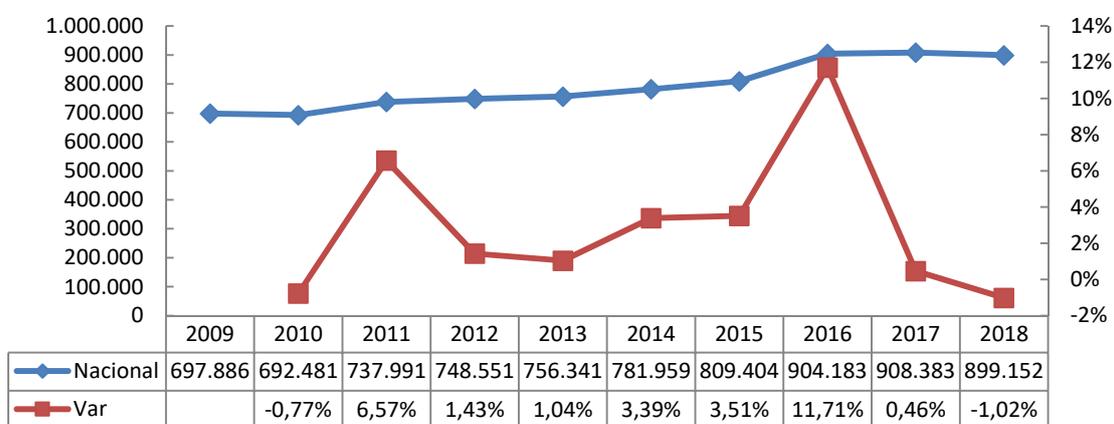
De la misma forma que desagregamos los viajeros en nacionales y extranjeros para hacer un estudio más exhaustivo según el tipo de turista, vamos a hacer lo mismo con las pernoctaciones para analizar el comportamiento de cada colectivo.

La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones nacionales, que suman 899.152 frente a las 673.334 extranjeras, quedando las proporciones de la siguiente forma: el 57,18% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas nacionales y el 42,82% restante por turistas de otros países.

Las pernoctaciones nacionales, al igual que ocurría con el volumen de visitantes, han experimentado un descenso al registrarse 9.231 pernoctas menos que en 2017, lo que significa que el descenso producido es de un 1,02%, inferior a la merma producida en el número de viajeros españoles.

Los meses de marzo, julio y junio registran los mejores datos con incrementos del 9,93%, 8,76% y 6,92% respectivamente. Por el contrario, ha sido abril el mes que recoge el mayor descenso con un 9,93%.

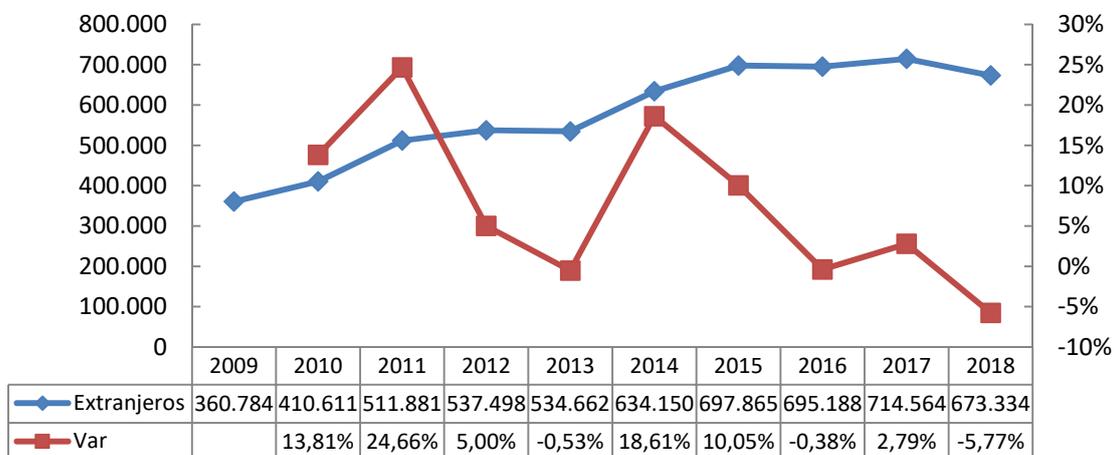
**Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Las pernoctaciones extranjeras han visto incrementar su montante en 41.230 pernoctaciones, lo que supone un 5,77% menos que el año anterior.

**Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2009-2018**

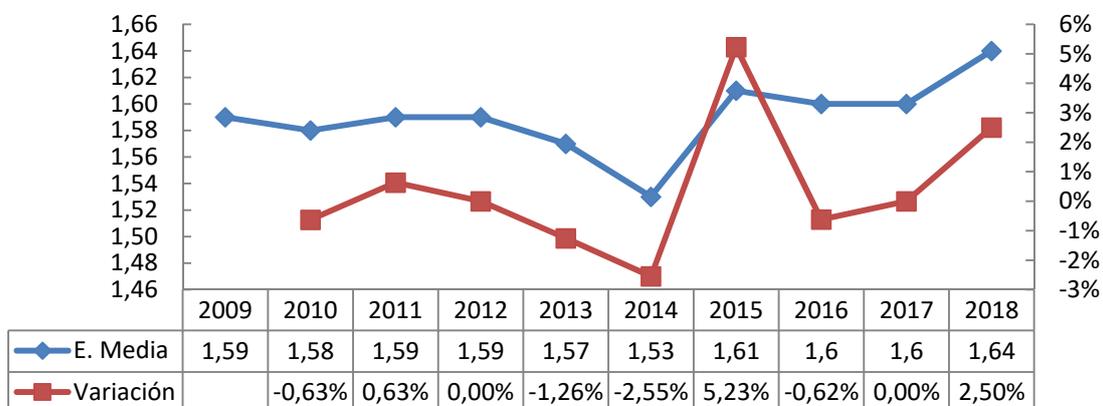


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La estancia media es otro indicador fundamental en el análisis turístico de nuestra ciudad. Se define como el cociente entre el número de pernoctaciones y el número de viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros.

Para profundizar en el estudio de este indicador haremos una vez más uso de los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística, que ha estimado la estancia media para el año 2018 en 1,64 noches, lo que representa un incremento del 2,50% respecto al año precedente.

**Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2009-2018**

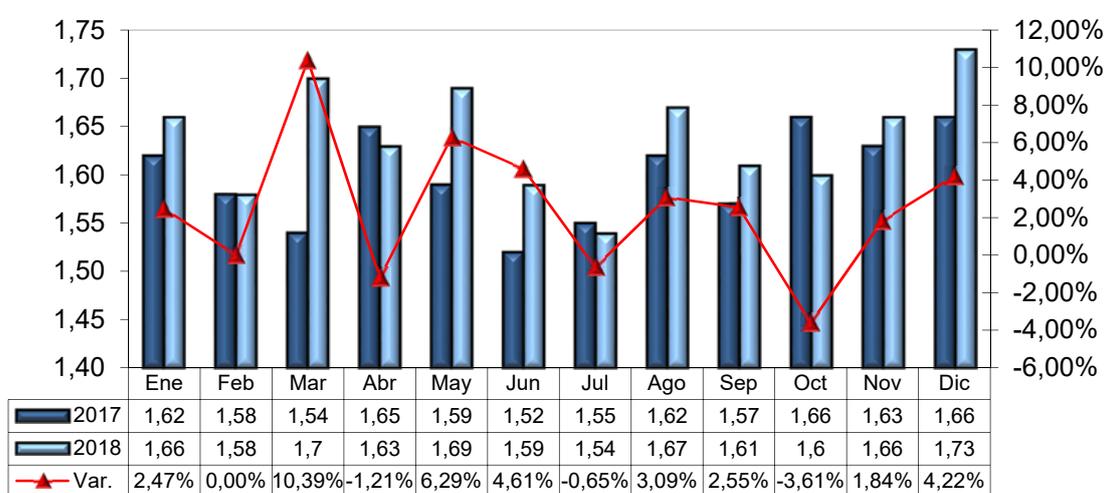


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El detalle mensual nos lleva a destacar Marzo y Diciembre como los meses donde la estancia media fue la más elevada, al cifrarse en 1,70 y 1,73 noches de hotel registradas respectivamente.

Por el contrario, febrero y julio fueron los meses donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,58 y 1,54 noches respectivamente.

**Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2018**

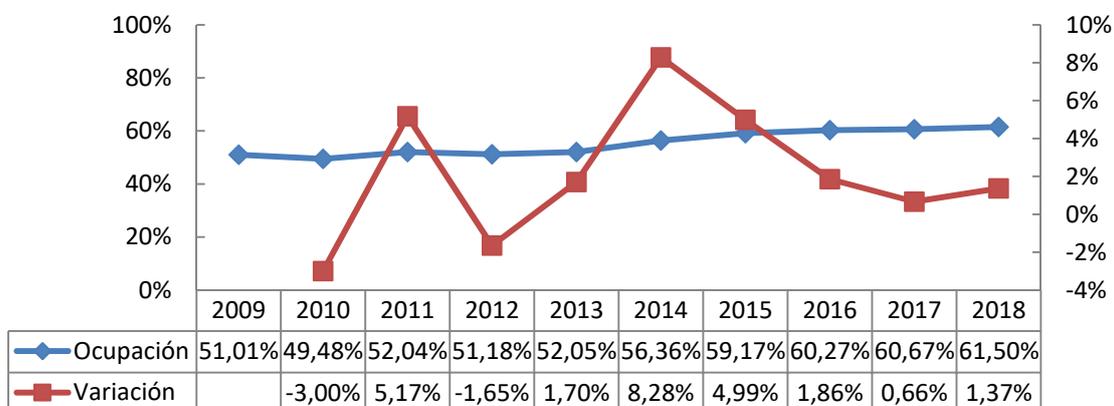


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El siguiente tema de análisis es el referente al grado de ocupación hotelera en la ciudad obtenido a lo largo del año. Para ello el INE vuelve a ser nuestro referente a la hora de analizar esta variable.

La ocupación hotelera de 2018 ha sido estimada en 61,50%, lo que supone un crecimiento del 1,37% respecto a la cifra obtenida en 2017, donde el grado de ocupación fue del 60,67%.

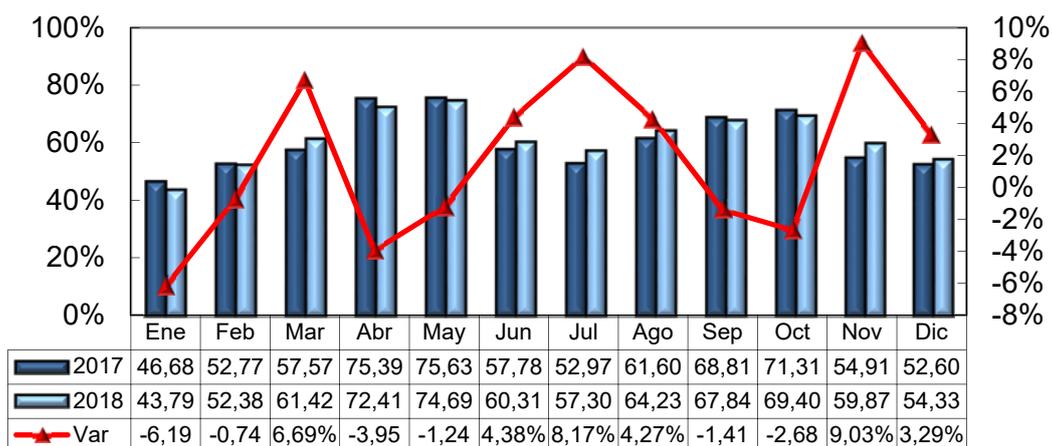
**Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2009-2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Como viene ocurriendo en años anteriores, los meses de mayo, abril y octubre son los que registraron los niveles más altos de ocupación, con valores de 74,69%, 72,41% y 69,40% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de noviembre con un 9,03% de variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de enero con un 6,19% de variación.

**Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

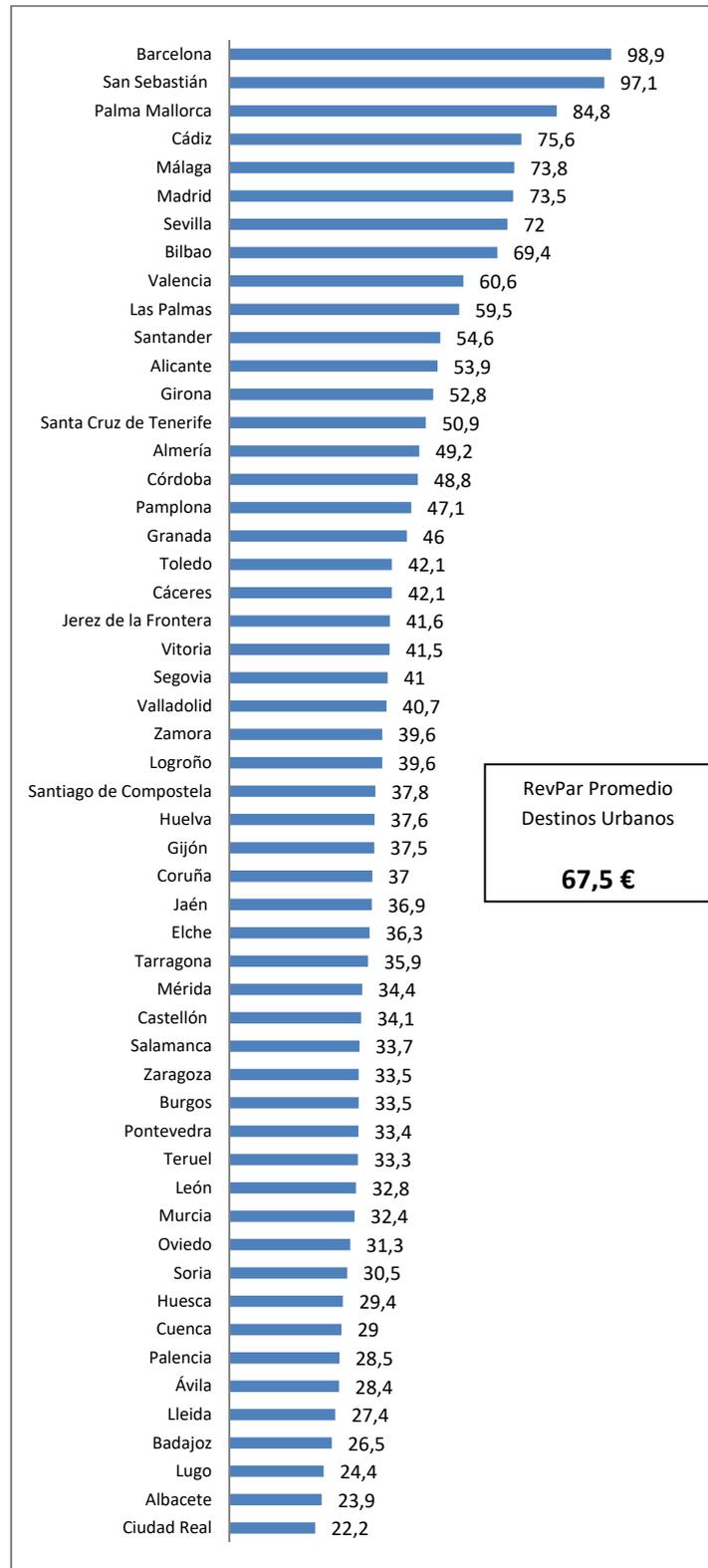
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, como reflejo de la rentabilidad socioeconómica que son capaces de generar las actividades turísticas.

En 2018, los destinos urbanos españoles registraron un crecimiento moderado de la rentabilidad inducida por el turismo. Como resultado de ello, 39 de las 53 ciudades españolas incluidas en el barómetro registran crecimientos en términos de ingresos y empleo medio durante el 2018.

El REVPar (ingreso medio por habitación disponible) del conjunto de los destinos urbanos registró un crecimiento interanual del 2,1% en el acumulado del año respecto a 2017.

Con respecto a la ciudad de Córdoba, el REVPar se sitúa en la decimosexta posición de las 53 ciudades analizadas con un promedio de 48,8€, siendo el promedio de los Destinos Urbanos de 67,5€.

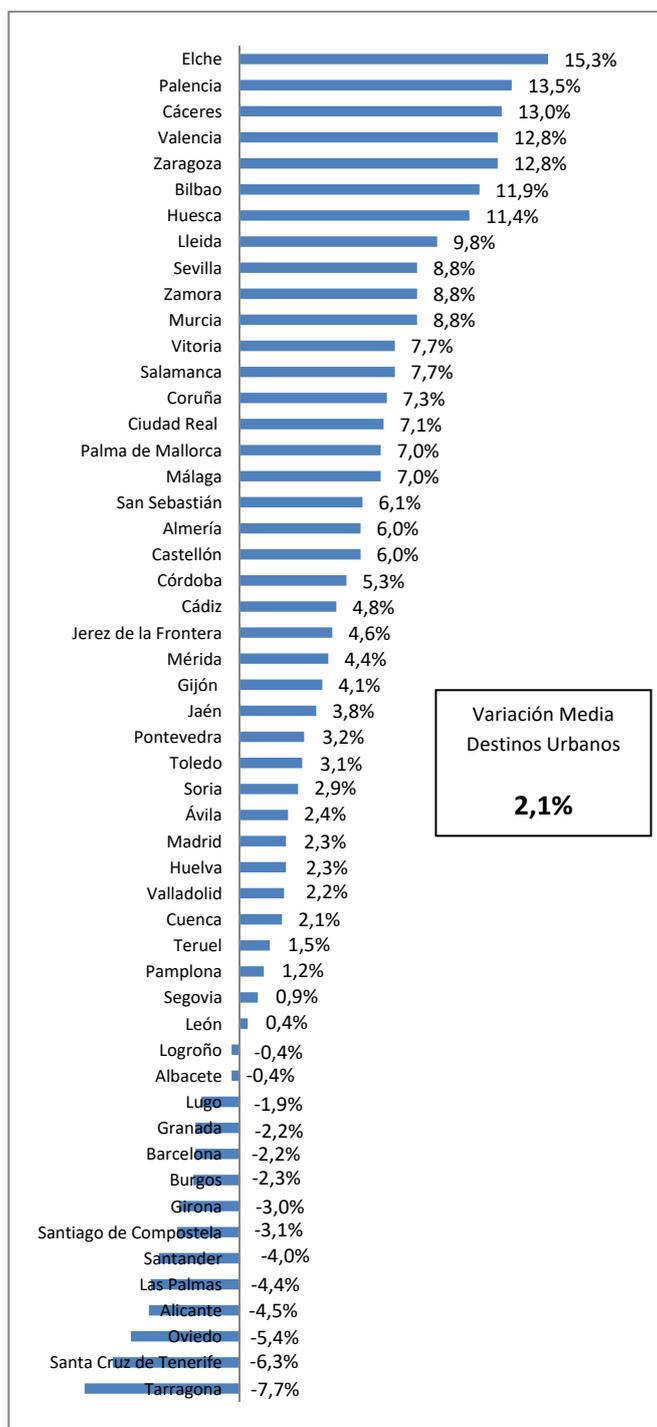
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2018



Fuente: Exceltur. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La comparativa con respecto al año anterior, sitúa a la ciudad en el puesto número 22 con un crecimiento del 5,3% y la variación media de los Destinos Urbanos queda reflejada en un 2,1%.

**Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2018 - 2017**



Fuente: Exceltur. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

Este capítulo del Observatorio tiene como finalidad desarrollar la afluencia turística a la ciudad de Córdoba tanto nacional como extranjera.

#### 3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

A continuación vamos a detallar la afluencia turística nacional por comunidad autónoma de procedencia.

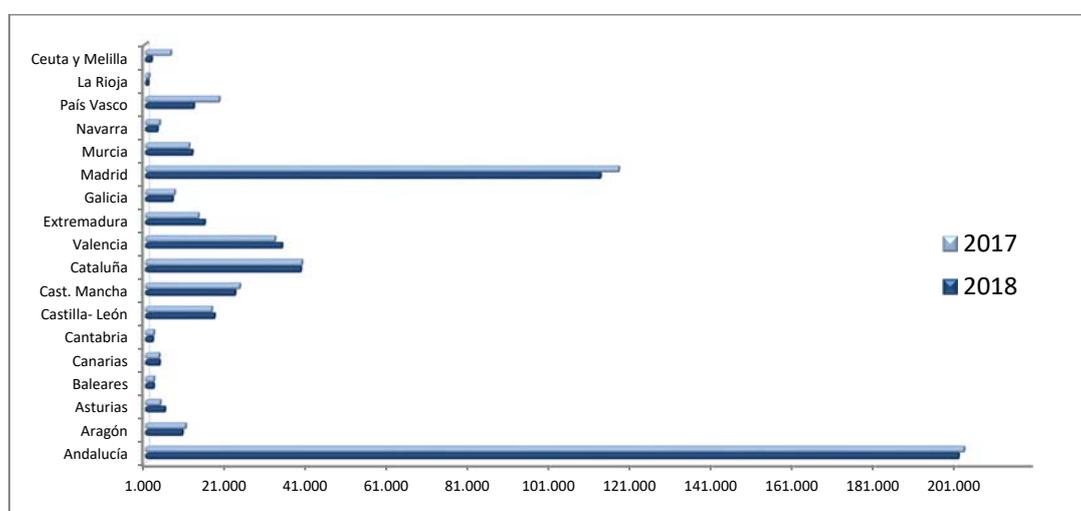
Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2018 siguen siendo Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de los turistas andaluces pues en su conjunto representan el 39% del total de turismo que recibe la ciudad.

Andalucía ha supuesto en 2018 el 39,01% del total de visitantes nacionales a nuestra ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es Madrid que representa el 21,91% del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa Cataluña, en una proporción del 7,62%, seguido de Valencia con un 6,73%. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan Castilla La Mancha, Castilla León y Extremadura, con un 4,49%, 3,51% y 3,04%, respectivamente.

De estas comunidades la que ha reflejado el mayor incremento con respecto a 2017 ha sido Extremadura con un 10,71%.

Las restantes comunidades autónomas tienen un significado turístico considerablemente inferior, siendo su grado de presencia en Córdoba directamente proporcional a la población e inversamente proporcional a la distancia a recorrer hasta el destino. Estas comunidades aportan a Córdoba un total del 13,69% de visitantes nacionales.

**Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

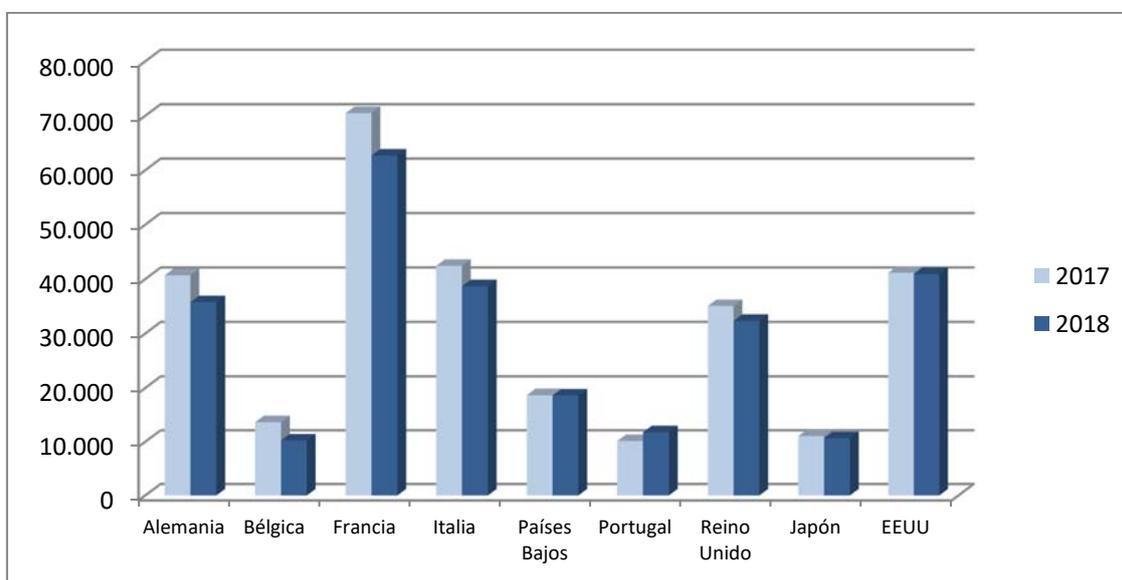
El turismo emisor extranjero ha sufrido un descenso del 7,85% con respecto al año 2017, representando actualmente el 46,32% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 57,93% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron Francia, Italia, Alemania, y Reino Unido con un 14,10%, 8,70%, 8,05% y 7,27% respectivamente y concentran casi el treinta y nueve por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, República China y EEUU, decir que Estados Unidos alcanzó el 9,21% del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza República China que representa un total del 8,15%.

Otros mercados internacionales como son Argentina, Japón, Europa del Este, etc. representan el 25,06% de nuestros visitantes extranjeros.

**Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Los turistas franceses llegados a Córdoba lo hicieron principalmente los meses de abril y mayo, siendo muy numerosas también las llegadas recogidas en agosto y octubre.

Al igual que ocurría en años anteriores, el turismo alemán concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño, concentrando en estos meses más del 66% del total de las llegadas.

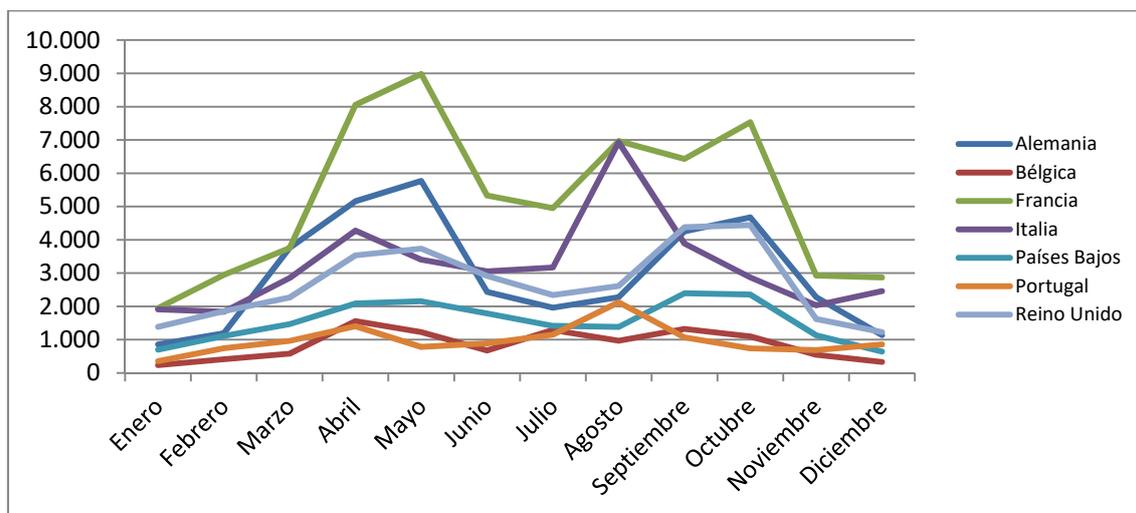
El turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de primavera-verano, siendo agosto el mes por excelencia al recoger un total de 6.933 visitantes.

Reino Unido agrupa sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño al igual que el turismo alemán y francés, siendo el mes de octubre el que mayor número de llegadas recoge con un total de 4.442.

Países Bajos y Bélgica muestran unas llegadas más equilibradas a lo largo del año, siendo los primeros y últimos meses del año los que recogen los mínimos de viajeros.

Y por último Portugal que registra el mayor número de llegadas en los meses de agosto y abril.

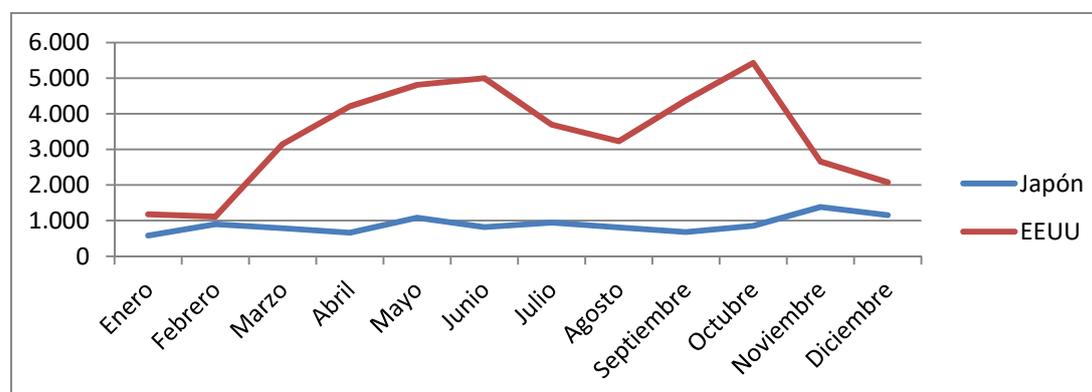
**Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2018**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el caso de los mercados extracomunitarios, Japón también concentra sus llegadas muy repartidas a lo largo de todo el año, siendo enero y abril los meses de menor afluencia. Por su parte, de Estados Unidos recibe un mayor número de viajeros en otoño y primavera, siendo octubre el mes más demandado.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2018



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Tabla 3.1. Evolución mensual de los viajeros extranjeros por país de procedencia. Año 2018

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	856	237	1.945	1.909	702	356	1.387	581	1.175
Febrero	1.196	412	2.945	1.837	1.111	744	1.857	899	1.108
Marzo	3.761	579	3.753	2.851	1.466	965	2.267	787	3.148
Abril	5.160	1.557	8.053	4.275	2.087	1.405	3.533	661	4.212
Mayo	5.770	1.226	8.983	3.402	2.154	781	3.736	1.081	4.809
Junio	2.436	675	5.331	3.052	1.788	888	2.914	818	5.001
Julio	1.961	1.288	4.953	3.171	1.415	1.150	2.338	943	3.695
Agosto	2.278	967	6.965	6.933	1.379	2.125	2.612	808	3.229
Septiembre	4.254	1.324	6.431	3.888	2.393	1.070	4.377	679	4.382
Octubre	4.676	1.099	7.531	2.871	2.354	740	4.442	855	5.428
Noviembre	2.279	546	2.927	2.032	1.133	683	1.618	1.382	2.659
Diciembre	1.136	330	2.869	2.461	642	858	1.225	1.155	2.077
<b>TOTAL</b>	<b>35.763</b>	<b>10.240</b>	<b>62.686</b>	<b>38.682</b>	<b>18.624</b>	<b>11.765</b>	<b>32.306</b>	<b>10.649</b>	<b>40.923</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia. Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3.4. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO

El turismo cultural constituye hoy en día uno de los máximos exponentes y atractivos para los flujos turísticos, por ello este fenómeno debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio.

Córdoba es un claro ejemplo de turismo cultural dentro del panorama nacional, pero no lo decimos nosotros, esta afirmación viene avalada por la riqueza patrimonial que posee y el movimiento de viajeros con fines turístico-culturales que acuden a la ciudad cada año. Así pues, en este apartado se analizarán las visitas a los principales recursos turísticos presentes en la ciudad.

El legado patrimonial de Córdoba se parte en dos tipos de centros culturales: museos y monumentos. La dimensión y poder de atracción de cada uno de ellos es bien distinto, pero es importante analizar la evolución de los mismos de cara a comprender el significado actual de cada uno dentro de su entorno.

El total de visitas a los principales museos y monumentos de Córdoba ha sido de 3.729.115 entradas, es decir más de 260.000 visitas menos que en 2017, lo que porcentualmente se traduce en un descenso del 6,60%. Uno de los motivos que ha producido este descenso ha sido el cierre de la Sinagoga durante 3 trimestres de este año.

Desglosando por trimestres el más favorable ha sido el último, que experimenta un crecimiento del 19,80%. El tercer trimestre también se incrementa, aunque en menor medida, en un 3,19%. Por el contrario el primero y el segundo muestran unos descensos del 11,96% y 3,52% respectivamente. El trimestre más numeroso en cuanto a número total de visitas ha sido el segundo con un total de 1.177.746 entradas.

La segregación entre monumentos y museos vuelve a destacar la supremacía de los primeros, que aglutinan el 82% de las entradas, frente al 18% que acaparan los segundos.

Los monumentos cordobeses han visto descender sus niveles de afluencia en un 10,99% respecto a 2017. Los motivos principales a los que podemos achacar estos resultados corresponden básicamente y como ya hemos comentado al cierre de la Sinagoga, pues todos ellos excepto la Sinagoga y los Baños del Alcázar, presentan incrementos en sus visitas, siendo el mayor el correspondiente al Conjunto Arqueológico de Medina Azahara que desde la declaración de Patrimonio de la Humanidad su visitas se han incrementado notoriamente cerrando el año con un 48,21% de crecimiento.

Hay que destacar el importante crecimiento recogido por los museos que se han incrementado en un 21,04% respecto al año precedente. El mayor de éstos corresponde al Museo de Bellas Arqueológico con un incremento del 31,64% seguido del Palacio de Viana con un 30,05%.

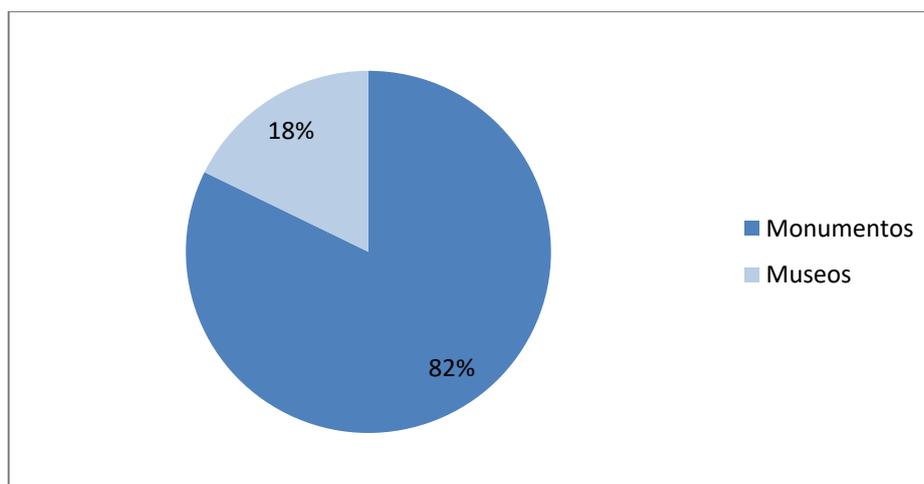
**Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2018**

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17
1º TRIM	113.248	3,46%	1º TRIM	48.928	9,56%	1º TRIM	cerrado		1º TRIM	377.700	4,66%
2º TRIM	183.721	7,47%	2º TRIM	69.901	24,73%	2º TRIM	cerrado		2º TRIM	638.234	0,97%
3º TRIM	120.652	2,07%	3º TRIM	68.036	139,07%	3º TRIM	cerrado		3º TRIM	456.040	0,41%
4º TRIM	133.853	16,27%	4º TRIM	88.861	56,24%	4º TRIM	73.980	-48,57%	4º TRIM	481.159	4,19%
<b>TOTAL</b>	<b>551.474</b>	<b>7,34%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>275.726</b>	<b>48,21%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>73.980</b>	<b>-48,57%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.953.133</b>	<b>2,31%</b>
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17
1º TRIM	23.287	9,63%	1º TRIM	21.028	-5,28%	1º TRIM	6.497	8,50%	1º TRIM	19.855	33,99%
2º TRIM	29.777	5,38%	2º TRIM	24.994	-12,47%	2º TRIM	10.412	-10,38%	2º TRIM	97.138	48,17%
3º TRIM	20.792	2,61%	3º TRIM	18.503	-14,35%	3º TRIM	6.556	32,10%	3º TRIM	63.614	44,62%
4º TRIM	21.820	6,97%	4º TRIM	19.869	-19,93%	4º TRIM	9.479	-6,03%	4º TRIM	123.474	15,80%
<b>TOTAL</b>	<b>95.676</b>	<b>6,12%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>84.394</b>	<b>-13,15%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>32.944</b>	<b>0,88%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>304.081</b>	<b>31,64%</b>
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17
1º TRIM	14.731	-15,58%	1º TRIM	3.926	-27,17%	1º TRIM	29.340	9,33%	1º TRIM	12.408	-9,86%
2º TRIM	30.861	91,73%	2º TRIM	12.665	3,53%	2º TRIM	57.296	0,27%	2º TRIM	17.503	-7,57%
3º TRIM	9.864	6,20%	3º TRIM	6.700	-18,50%	3º TRIM	24.075	6,39%	3º TRIM	7.298	-5,93%
4º TRIM	18.464	25,07%	4º TRIM	6.701	-29,29%	4º TRIM	73.439	109,92%	4º TRIM	13.789	-11,61%
<b>TOTAL</b>	<b>73.920</b>	<b>28,34%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>29.992</b>	<b>-15,09%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>184.150</b>	<b>30,05%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>50.998</b>	<b>-9,03%</b>
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/17		VISITAS	%var/17						
1º TRIM	4.461	-10,92%	1º TRIM	675.409	-11,96%						
2º TRIM	5.244	-30,02%	2º TRIM	1.177.746	-3,52%						
3º TRIM	4.018	-23,39%	3º TRIM	806.148	3,19%						
4º TRIM	4.924	-33,75%	4º TRIM	1.069.812	19,80%						
<b>TOTAL</b>	<b>18.647</b>	<b>-25,95%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.729.115</b>	<b>-6,60%</b>						

Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Diferenciando entre museos y monumentos, se observa que el 82% de las entradas corresponden a los monumentos y tan solo el 18% corresponde a las visitas a museos. Hay que decir que en el número de visitas a la Mezquita, Catedral están incluidas las entradas a “El Alma de Córdoba” y en el Alcázar de los Reyes Cristianos el espectáculo nocturno “Noches Mágicas en el Alcázar” que se puso de nuevo en funcionamiento en el mes de septiembre del año anterior.

**Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2018**

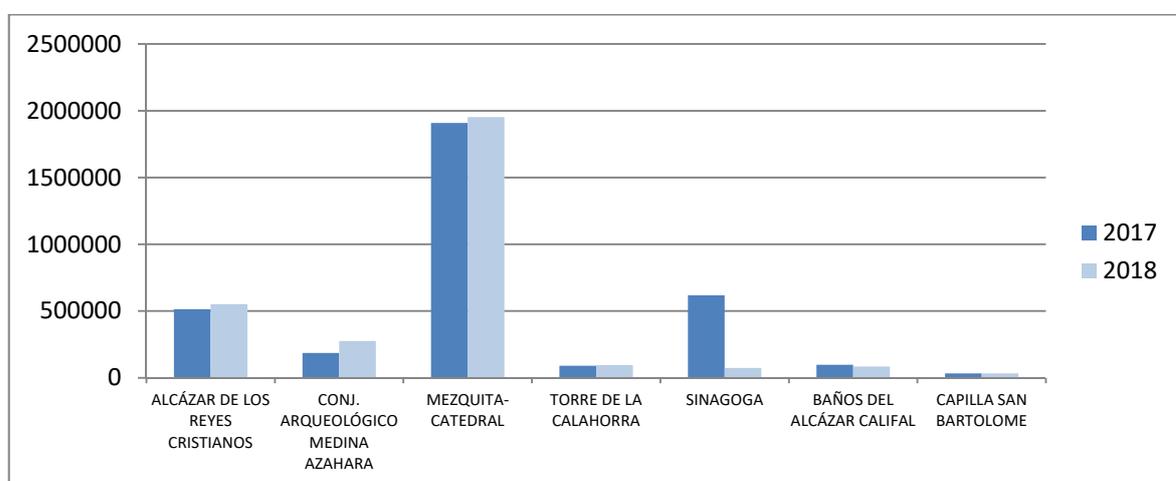


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Dentro de la oferta monumental cordobesa, la Mezquita, Catedral ejerce un protagonismo destacado. En 2018 ha recibido la visita de 1.953.133 personas, lo que supone un crecimiento del 2,31% con respecto a 2017.

A la Mezquita, Catedral le siguen en importancia en cuanto al volumen de afluencia el Alcázar de los Reyes Cristianos y el Conjunto Arqueológico de Medina Azahara, todos ellos con incrementos en el conjunto total de visitas. El mayor incremento de estos últimos monumentos mencionados, es el registrado por el Conjunto Arqueológico de Medina Azahara que ha visto crecer sus visitas en un 48,21%.

**Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2017-2018**

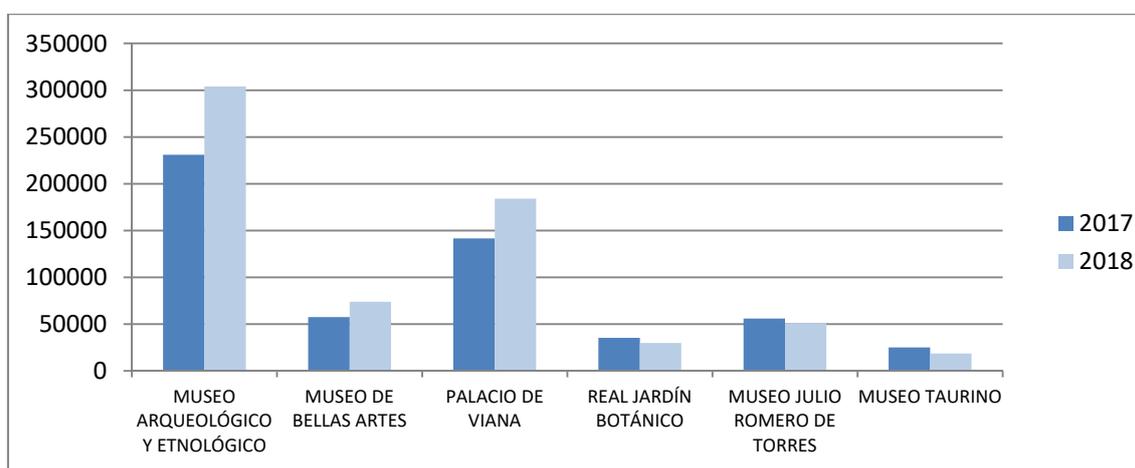


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El siguiente gráfico es el referente a los museos cordobeses, donde las cifras de afluencia, si las comparamos con las de monumentos, evidencia que el mayor peso del turismo cordobés recae sobre estos últimos. Los museos han visto crecer sus visitas durante este año en un 21,04%.

El Museo Arqueológico es el que ha registrado el mayor número de visitas, 304.081 entradas, lo que le ha supuesto un incremento del 31,64%. El Palacio de Viana también ha visto incrementadas sus visitas durante este ejercicio en un 30,05%, seguido del Museo de Bellas Artes con un 28,34% de crecimiento. Por el contrario, el descenso más acusado ha sido el recogido por el Museo Taurino con un 25,95% de merma.

**Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2017-2018**



Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

#### **4. CONGRESOS Y REUNIONES**

El turismo de congresos representa un sector estratégico en el marco de la oferta turística de una ciudad. Una oferta congresual competitiva supone una gran oportunidad para los agentes turísticos interesados en cambiar la propensión de los flujos turísticos a establecerse únicamente en una determinada estación del año.

Este tipo de turismo tiene muchos incentivos y mucha relevancia dentro del sector turístico porque tiene una importante virtud, la desestacionalización. Estos flujos turísticos no se concentran en épocas concretas sino que se puede realizar durante todo el año, lo que genera un importante volumen de ingresos en las ciudades en las cuales se celebra.

Las estadísticas que se exponen en este informe corresponden a las reuniones celebradas en la ciudad de Córdoba en 2018 que han sido registradas en la web [www.turismodecordoba.org](http://www.turismodecordoba.org). Las cifras se han obtenido de la información que proporcionan los propios organizadores de las reuniones a través de la mencionada página web y que, posteriormente, han sido exportadas a una base de datos desde la que se analiza la información.

Por esta razón, se debe tener en cuenta que la fiabilidad de las estadísticas se vincula a los datos ofrecidos por los organizadores de las reuniones, precisando que no todos responden detalladamente al formulario de registro del evento, por lo que la información puede resultar, en determinados casos, orientativa.

En el último año, se ha experimentado un ascenso en la actividad MICE (18,75%). En términos generales, en el periodo estudiado, se han contabilizado 76 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas, en las que se han inscrito 13.819 delegados. Según la categoría del evento destaca el incremento de las jornadas.

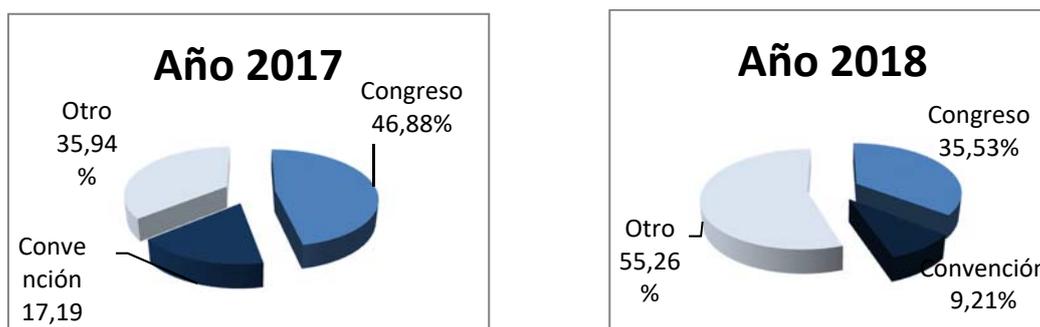
Del total de las reuniones y tal y como se muestra en la tabla siguiente, se contabilizaron 27 congresos, 7 convenciones y 42 jornadas.

**Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2017-2018**

Reuniones celebradas en Córdoba			
	Congreso	Convención	Otro
2017	30	11	23
2018	27	7	42
Var. 17/16	-10,00%	-36,36%	82,61%

Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

**Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2017-2018**

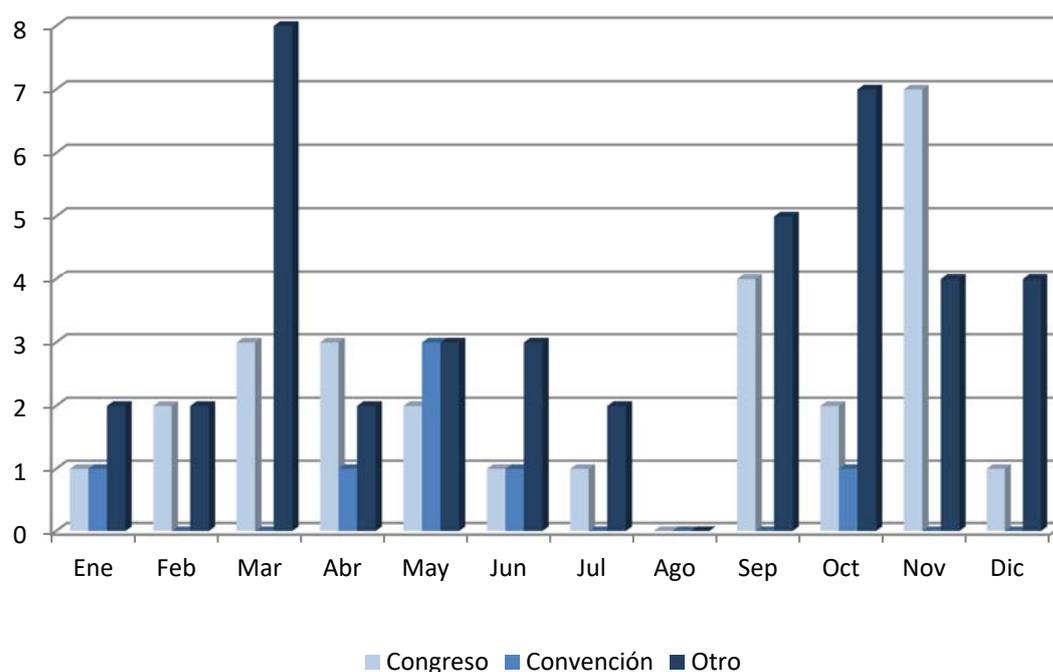


Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Aunque históricamente, éste es un sector al que afecta en menor medida la estacionalidad, en el siguiente gráfico se observa que, en el período estudiado los meses con mayor número de reuniones son marzo, octubre y noviembre. Por el contrario, los meses con un menor

número de reuniones son enero, febrero, julio, agosto y diciembre, que coinciden con periodos tradicionalmente de baja actividad turística y/o eminentemente festivos.

**Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En cuanto al número de delegados en 2018, estos suman un total de 13.819 frente a los 14.023 del año 2017. Lo que representa un descenso del 1,45% con respecto al año anterior.

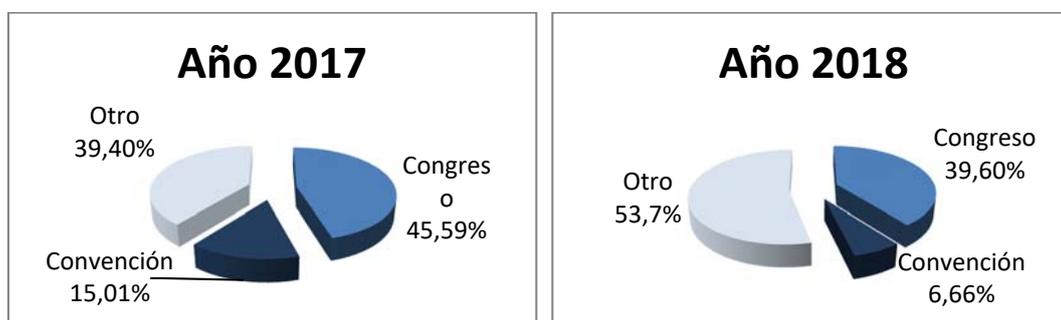
El mayor descenso lo recogen los asistentes a convenciones con un 56,29%.

**Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2017-2018**

	Congreso	Convención	Otro
2017	6.393	2.105	5.525
2018	5.473	920	7.426
Var. 18/17	-14,39%	-56,29%	34,41%

Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

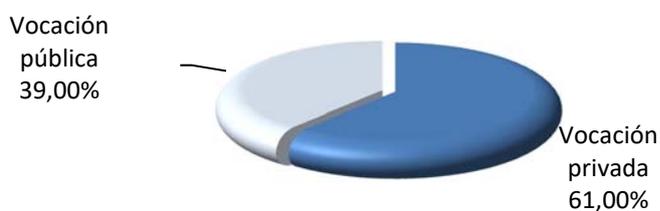
**Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2017-2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Las 76 reuniones respondieron a esta pregunta, obteniéndose como resultado que el 61% de las reuniones son de carácter privado, lo cual representa un cambio de tendencia con respecto a los datos del año anterior.

**Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El siguiente gráfico se centra en la actividad sobre la cual versan las reuniones. Entre éstas, destacan las pertenecientes al sector cultural, el cual aglutina un 20% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2018. Les siguen las vinculadas con el mundo universitario (14%) y con la medicina (15%).

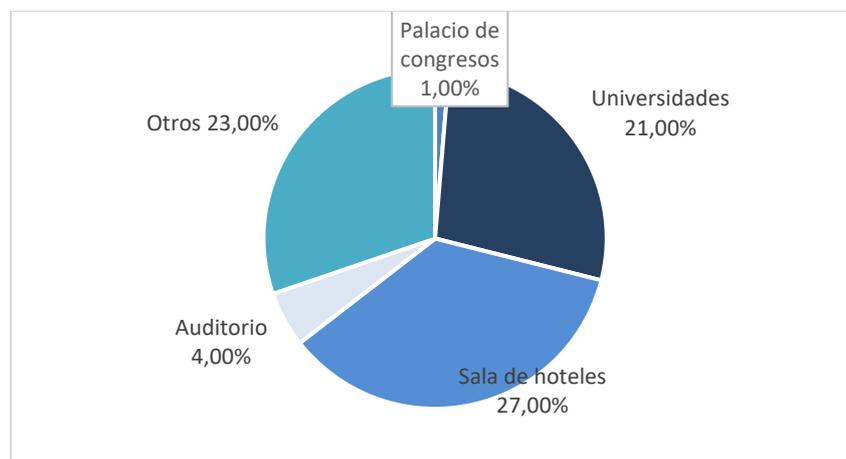
**Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2017-2018**

	2017	2018
Económico	12,00%	10,00%
Sanitario	8,00%	11,00%
Cultural	19,00%	15,00%
Público	6,00%	7,00%
Universidad	14,00%	11,00%
Tecnológico	2,00%	3,00%
Científico	17,00%	8,00%
Otros	22,00%	11,00%

Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En cuanto a la sede, destacan las Universidades (28%) y Salas de hoteles (36%), que se convierten en los espacios de celebración preferidos por los organizadores. El apartado Otros representa un 30%.

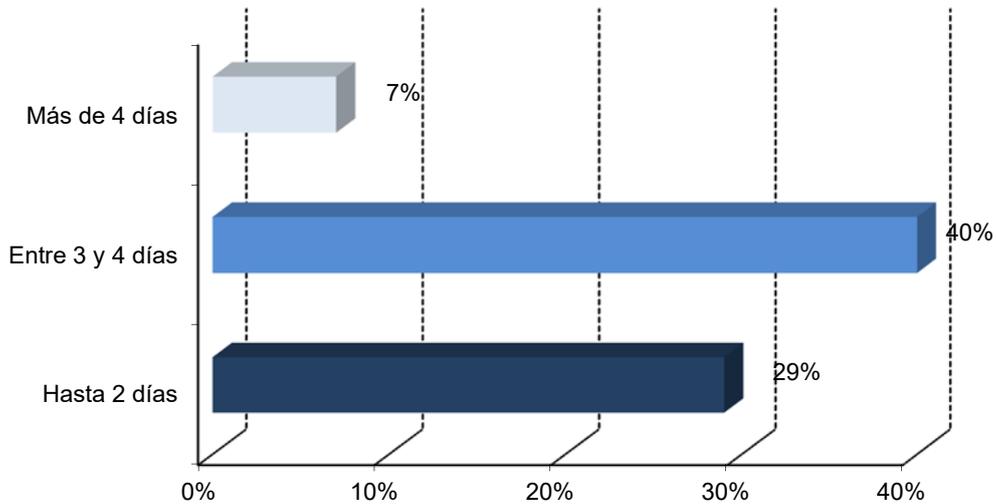
**Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La duración media de las reuniones en el periodo estudiado es mayoritariamente entre 3 y 4 días y las que menos se celebran son las que duran más de 4 días.

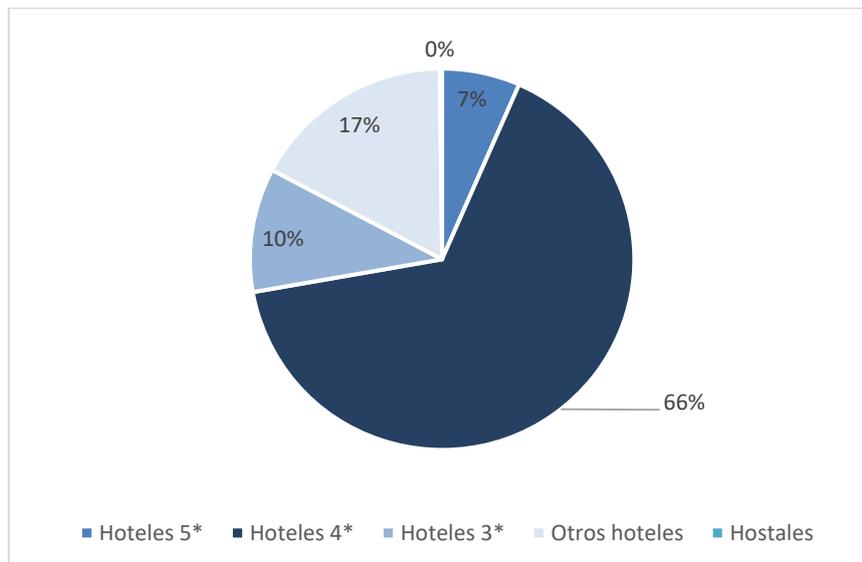
**Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, predominan notoriamente los hoteles de 4\* con un 66% del total.

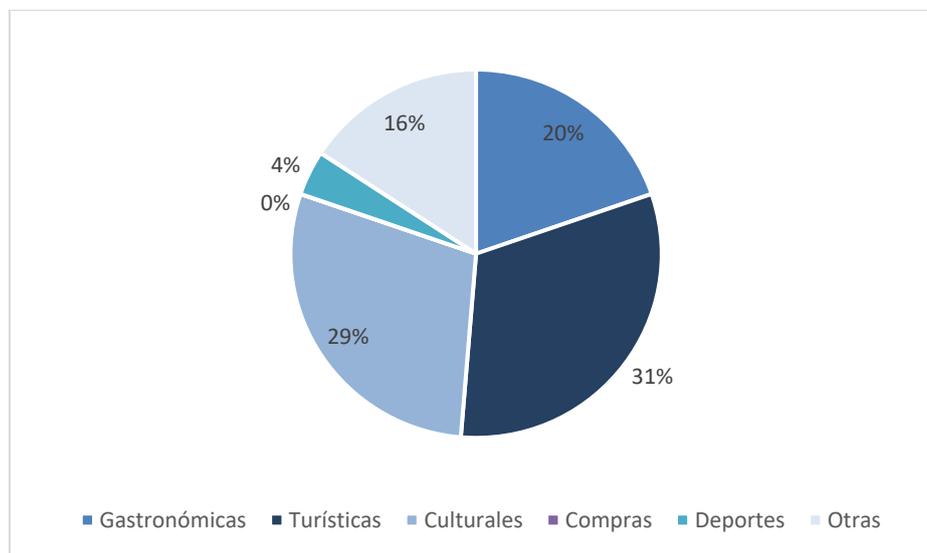
**Gráfico 4.7. Tipo de alojamiento utilizado. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En cuanto al tipo de actividad complementaria, las más destacadas son las turísticas seguidas de las culturales y gastronómicas.

**Gráfico 4.8. Tipo de actividades complementarias a la reunión. Año 2018**



Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

## 5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

### 5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

En los Boletines Trimestrales se han ido publicando los datos extraídos de la Encuesta de Coyuntura Turística que elabora la Junta de Andalucía, las cuales nos permiten seguir la evolución de la coyuntura turística a lo largo del año y concretar los caracteres del modelo turístico cordobés. Los datos aquí reflejados son relativos a la provincia de Córdoba.

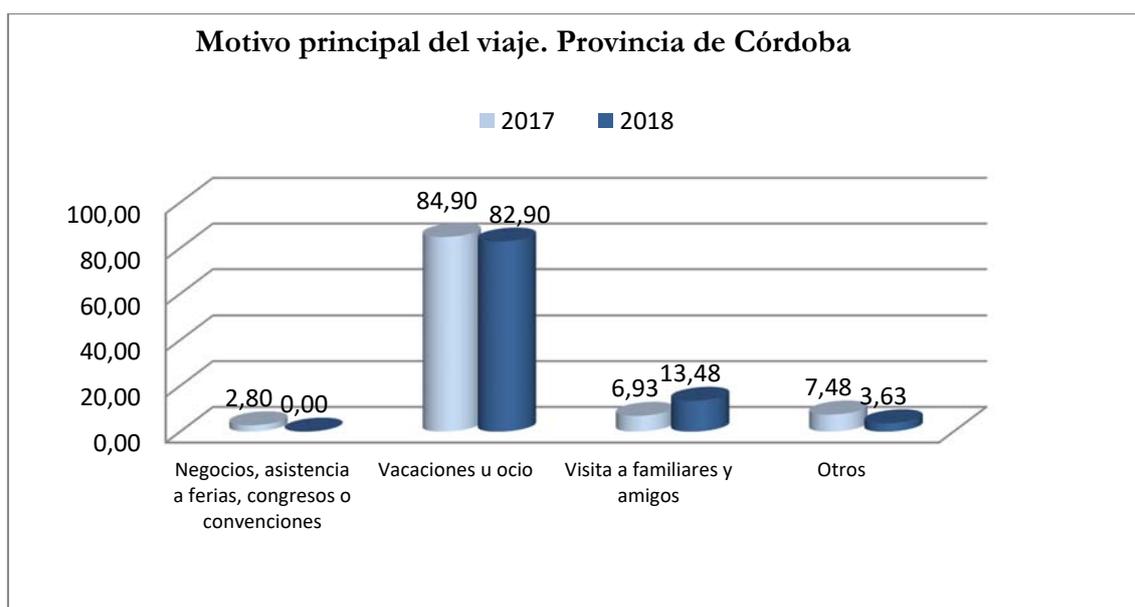
Este año el principal motivo de los turistas que nos visitan ha sido el de las vacaciones u ocio representando un 82,90%, les siguen las visitas a familiares y amigos con un 13,48% de representación. Las motivaciones relacionadas con otros motivos descienden en más de un 50%. Y las visitas por negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones no tienen representación este año.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2017-2018

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2017	2018	Var. 18/17
<b>Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones</b>	2,80	0,00	-100,00%
<b>Vacaciones u ocio</b>	84,90	82,90	-2,36%
<b>Visita a familiares y amigos</b>	6,93	13,48	94,58%
<b>Otros</b>	7,48	3,63	-51,51%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IECA. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 5.1. Motivación principal del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2017-2018



Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IECA. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El gasto medio diario efectuado por los viajeros que visitaron la provincia durante este ejercicio fue de 63,88 euros, lo que refleja un incremento del 3,19% con respecto a un año antes.

**Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2017-2018**

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2017	2018	Var. 18/17
<b>Euros</b>	61,90	63,88	3,19%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IECA. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

## 5.2. PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS VISITANTES

El índice de percepción turística de los visitantes que han visitado la provincia durante el año 2017, se sitúa en 8,6 de promedio en una escala de 1 a 10, esta puntuación coincide con la recibida justo un año antes.

De todos los aspectos valorados, destacan en primer lugar por su alta puntuación el Patrimonio cultural con una calificación media de 9,23, seguida de la Atención y trato con un 9,08 y los Paisajes y Parques naturales con un 9,13 y los Taxis con un 9,05. Le siguen con puntuaciones superiores al 8,7 los Entornos urbanos, la Seguridad ciudadana, la Relación calidad-precio, la Infraestructura para la práctica de golf y la Información turística. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución son los Taxis con un incremento del 4,02%.

Los aspectos que han obtenido la puntuación más baja han sido los Autobuses con una valoración de 7,85 y la Red de comunicaciones y el Nivel de Tráfico, ambos con una valoración de 7,93. Aun así, esta nota media de 7,85, siendo la más baja de todas las puntuaciones obtenidas, es una media bastante buena.

**Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2017-2018**

<b>Calificación del viaje. Provincia de Córdoba</b>			
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Var. 18/17</b>
<b>Alojamiento</b>	8,35	8,48	1,50%
<b>Restauración</b>	8,50	8,53	0,29%
<b>Ocio-diversión</b>	8,50	8,50	0,00%
<b>Transportes públicos:</b>			
<b>Autobuses</b>	8,25	7,85	-4,85%
<b>Trenes</b>	8,93	8,65	-3,08%
<b>Taxis</b>	8,70	9,05	4,02%
<b>Alquiler de coches</b>	8,33	8,10	-2,80%
<b>Calidad de la oferta turística:</b>			
<b>Playas</b>	-	-	-
<b>Paisajes y Parques naturales</b>	9,05	9,13	0,83%
<b>Entornos urbanos</b>	8,85	8,93	0,85%
<b>Seguridad Ciudadana</b>	8,90	8,93	0,28%
<b>Asistencia sanitaria</b>	8,15	8,20	0,61%
<b>Atención y trato</b>	9,08	9,13	0,55%
<b>Relación precio/servicio</b>	8,68	8,83	1,73%
<b>Red de comunicaciones</b>	7,98	7,93	-0,63%
<b>Limpieza</b>	8,38	8,15	-2,69%
<b>Nivel de tráfico</b>	8,10	7,93	-2,16%
<b>Señalización turística</b>	8,08	8,10	0,31%
<b>Información turística</b>	8,55	8,78	2,63%
<b>Patrimonio cultural</b>	9,15	9,23	0,82%
<b>Infraestructura para la práctica de golf</b>	-	8,8	-
<b>Puertos y actividades náuticas</b>	-	8,3	-
<b>Índice sintético de percepción</b>	<b>8,6</b>	<b>8,6</b>	<b>0,00%</b>

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística, IECA. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

## **6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES**

El último apartado del Informe 2018, trata de mostrar los principales puntos turísticos españoles para hacer una comparativa entre estos y nuestra ciudad, con el objeto de obtener conclusiones que nos ayuden a situar el turismo cordobés en relación al resto de destinos.

La selección de dichos puntos turísticos se hace en función de su similitud con Córdoba, es decir, se han escogido las ciudades donde el turismo cultural también tiene una destacada

importancia. Estos datos han sido recogidos de la Encuesta de Ocupación Hotelera facilitada por el Instituto Nacional de Estadística.

Para hacer dichas comparaciones entre los puntos turísticos, son seleccionados unos indicadores correspondientes tanto a la oferta como a la demanda. Entre estas comparaciones analizaremos el número de viajeros y pernoctaciones efectuadas en los establecimientos hoteleros, el grado de ocupación por plazas y la estancia media.

Por otro lado, será objeto de estudio la oferta hotelera cordobesa, donde se analizará la comparativa entre el número de establecimientos abiertos, el personal empleado y las plazas estimadas por el INE, datos que podrán presentar diferencias respecto a los suministrados por la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

Con el objeto de tener una perspectiva más completa y detallada que nos permita a la vez conocer tanto la evolución como la situación actual y las perspectivas que presenta Córdoba, el periodo objeto de estudio hace referencia a los cinco últimos años.

A su vez, estos datos se presentarán en forma de ranking de forma que sea más fácil localizar la posición que ocupa Córdoba dentro del conjunto de puntos turísticos nacionales seleccionados.

Un año más Córdoba ocupa la octava posición en el ranking de viajeros alojados dentro de las 17 ciudades españolas analizadas. Mantiene la misma posición respecto a 2017. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Valladolid y Ávila quienes reciben el menor número de viajeros.

Haciendo un análisis más pormenorizado se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un descenso del 5,45%, a pesar de ello sigue situándose por encima de Ciudades Turísticas tan importantes como Salamanca, Bilbao, Santiago de Compostela, Toledo...

Por otro lado, el crecimiento de la ciudad en el período 2014-2018 ha sido del 6,64%. La ciudad que más ha crecido en estos años ha sido Ávila (38,14%) seguida en nivel de crecimiento por Zaragoza (32,96%).

**Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	MADRID	8.365.637	8.885.972	9.035.265	9.321.708	9.716.708	4,24%	16,15%
2	BARCELONA	6.706.965	7.095.485	7.492.622	7.681.692	8.045.642	4,74%	19,96%
3	SEVILLA	2.088.862	2.308.941	2.528.636	2.615.133	2.671.491	2,16%	27,89%
4	GRANADA	1.646.024	1.696.201	1.832.478	1.785.000	1.867.881	4,64%	13,48%
5	VALENCIA	1.622.747	1.733.717	1.746.589	1.795.061	1.838.460	2,42%	13,29%
6	MÁLAGA	1.038.092	1.105.832	1.175.787	1.317.622	1.376.794	4,49%	32,63%
7	ZARAGOZA	861.324	918.860	1.048.545	1.119.888	1.145.222	2,26%	32,96%
8	CÓRDOBA	899.869	953.934	988.255	1.014.999	959.648	-5,45%	6,64%
9	BILBAO	780.933	831.453	891.263	929.033	938.308	1,00%	20,15%
10	SANTIAGO C.	624.317	742.523	823.333	854.752	728.107	-14,82%	16,62%
11	SALAMANCA	588.773	655.974	668.982	685.595	679.839	-0,84%	15,47%
12	SAN SEBASTIAN	543.954	578.205	624.448	648.401	656.352	1,23%	20,66%
13	TOLEDO	593.834	562.473	590.603	618.387	600.545	-2,89%	1,13%
14	BURGOS	408.536	438.144	484.023	491.644	480.082	-2,35%	17,51%
15	MURCIA	368.436	357.569	426.721	455.393	467.003	2,55%	26,75%
16	VALLADOLID	362.926	380.657	416.608	459.196	455.695	-0,76%	25,56%
17	ÁVILA	223.591	277.279	264.450	306.666	308.863	0,72%	38,14%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Con respecto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba mantiene la misma posición obtenida en los tres últimos años, ocupando el noveno lugar superando los 1,5 millones de pernoctas. Santiago y San Sebastián se sitúan en valores cercanos, con un volumen de pernoctaciones de más de 1,3 millones. Barcelona ya supera los 20 millones de pernoctas seguidas de los 19 millones de Madrid, ocupando estas ciudades las primeras posiciones. Burgos y Ávila son las ciudades que registran los valores inferiores.

El mayor incremento lo recoge Sevilla con un crecimiento del 5,59% respecto a 2017, seguido de Valencia con un incremento del 4,83%. Por el contrario el menor incremento lo refleja Toledo con un 0,60%.

Haciendo una comparativa con los últimos cinco años, las ciudades que reflejan una mejor evolución son Sevilla (39,25%), Ávila (37,66%), Murcia (36,09%) y Zaragoza (35,48%). El incremento más moderado en cuanto al número de pernoctaciones es el registrado por Toledo (2,68%).

**Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	BARCELONA	17.474.461	18.495.817	19.558.812	19.731.885	20.233.905	2,54%	15,79%
2	MADRID	16.487.215	17.816.369	18.007.896	19.235.860	19.725.523	2,55%	19,64%
3	SEVILLA	3.966.257	4.608.510	4.970.326	5.230.894	5.523.053	5,59%	39,25%
4	VALENCIA	3.340.989	3.591.847	3.868.147	4.023.275	4.217.579	4,83%	26,24%
5	GRANADA	3.014.011	3.150.676	3.289.010	3.258.202	3.362.987	3,22%	11,58%
6	ZARAGOZA	1.421.574	1.535.249	1.742.437	1.839.736	1.925.174	4,64%	35,43%
7	BILBAO	1.478.867	1.588.889	1.627.192	1.750.619	1.800.922	2,87%	21,78%
8	MALAGA	2.139.976	2.261.895	2.377.001	2.493.836	1.719.762	-31,04%	-19,64%
9	CÓRDOBA	1.392.844	1.537.269	1.589.541	1.616.706	1.572.486	-2,74%	12,90%
10	SAN SEBASTIAN	1.087.929	1.181.933	1.246.680	1.313.563	1.356.535	3,27%	24,69%
11	SANTIAGO C.	1.165.432	1.279.186	1.373.361	1.463.631	1.339.023	-8,51%	14,89%
12	SALAMANCA	970.594	1.057.748	1.074.619	1.102.811	1.123.866	1,91%	15,79%
13	TOLEDO	900.128	844.699	906.440	918.732	924.246	0,60%	2,68%
14	VALLADOLID	617.761	659.207	700.698	783.387	789.199	0,74%	27,75%
15	MURCIA	574.416	577.262	687.896	748.740	781.712	4,40%	36,09%
16	BURGOS	588.434	653.177	722.637	732.324	710.915	-2,92%	20,81%
17	AVILA	326.898	348.610	394.929	446.236	450.020	0,85%	37,66%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En lo que respecta al grado de ocupación por plazas, Córdoba se mantiene en la misma posición con respecto al año anterior, ocupando la séptima plaza, con una ocupación hotelera del 61,5 por ciento, esto ha supuesto un incremento de un 1,64% respecto a 2017. La ciudad de Barcelona es la que ocupa la primera posición con el 68,22%.

El mayor incremento ha sido registrado por Zaragoza con un 8,96% seguido de Valencia con un 4,86% y Sevilla con un 3,26%.

En la evolución experimentada por estas ciudades en el último lustro, Córdoba ha registrado un incremento del 9,47%, siendo los mayores incrementos los registrados por Zaragoza y Murcia con un 36,73% y 30,45% respectivamente.

**Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	BARCELONA	64,80	67,29	69,37	68,61	68,22	-0,57%	5,28%
2	SEVILLA	55,85	59,83	62,41	65,38	67,51	3,26%	20,87%
3	MÁLAGA	59,94	62,94	64,89	66,22	64,08	-3,23%	6,91%
4	SAN SEBASTIAN	59,76	61,84	62,80	62,67	63,25	0,93%	5,85%
5	MADRID	55,41	59,99	60,17	62,73	62,69	-0,06%	13,13%
6	VALENCIA	51,96	54,59	56,77	59,04	61,91	4,86%	19,14%
7	CÓRDOBA	56,18	59,17	60,02	60,51	61,5	1,64%	9,47%
8	BILBAO	54,51	58,10	58,05	60,19	61,25	1,76%	12,36%
9	GRANADA	58,26	60,90	62,71	63,38	60,78	-4,10%	4,32%
10	TOLEDO	54,21	50,88	55,42	57,27	56,36	-1,59%	3,96%
11	VALLADOLID	43,44	46,14	48,50	53,72	53,90	0,34%	24,07%
12	ZARAGOZA	38,53	43,60	47,52	48,35	52,68	8,96%	36,73%
13	SALAMANCA	48,17	50,68	52,99	52,29	52,63	0,65%	9,25%
14	BURGOS	42,44	47,53	50,64	52,19	50,35	-3,53%	18,64%
15	SANTIAGO C.	40,97	44,56	47,37	52,30	48,80	-6,69%	19,12%
16	MURCIA	35,86	38,25	42,53	45,38	46,78	3,09%	30,45%
17	ÁVILA	34,22	43,86	40,15	43,91	44,51	1,37%	30,07%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis de la estancia media Córdoba mantiene el mismo puesto, situándose en decimocuarta posición del ranking de las ciudades analizadas con respecto a 2017.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,64 noches. Barcelona sigue encabezando la lista con una estancia media de 2,51 noches, seguida de Valencia, Sevilla, Madrid y San Sebastián que también superan las 2 noches de estancia.

La estancia media en Córdoba refleja un incremento del 2,50%. El mayor incremento lo ha recogido Santiago de Compostela (8,09%) y el mayor descenso lo ha registrado Barcelona (-1,96%).

Haciendo la comparación con 2014, Córdoba refleja un incremento del 5,81%. La ciudad que más ha incrementado ha sido Valencia con 11,58%.

**Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	BARCELONA	2,58	2,59	2,60	2,56	2,51	-1,95%	-2,84%
2	VALENCIA	2,04	2,05	2,20	2,22	2,28	2,70%	11,58%
3	SEVILLA	1,94	1,99	1,96	2,00	2,07	3,50%	6,56%
4	MADRID	1,97	2,00	1,99	2,06	2,03	-1,46%	3,13%
5	SAN SEBASTIAN	1,95	2,00	1,96	1,99	2,03	2,01%	4,01%
6	MÁLAGA	2,05	2,03	2,01	1,89	1,92	1,59%	-6,30%
7	BILBAO	1,87	1,89	1,81	1,88	1,91	1,60%	2,00%
8	SANTIAGO C.	1,91	1,78	1,69	1,73	1,87	8,09%	-2,05%
9	GRANADA	1,83	1,86	1,80	1,83	1,80	-1,64%	-1,50%
10	VALLADOLID	1,70	1,74	1,69	1,71	1,74	1,75%	2,40%
11	ZARAGOZA	1,65	1,67	1,66	1,64	1,68	2,44%	1,56%
12	MURCIA	1,56	1,61	1,61	1,64	1,68	2,44%	8,04%
13	SALAMANCA	1,66	1,63	1,63	1,63	1,67	2,45%	0,80%
14	CÓRDOBA	1,55	1,61	1,61	1,6	1,64	2,50%	5,81%
15	TOLEDO	1,51	1,50	1,53	1,49	1,54	3,36%	1,82%
16	BURGOS	1,47	1,51	1,52	1,52	1,50	-1,32%	2,27%
17	ÁVILA	1,46	1,54	1,51	1,46	1,46	0,00%	0,34%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Una vez analizada la demanda hotelera, y para concluir con la comparativa de Córdoba respecto a otros destinos turísticos, hay que estudiar la oferta hotelera con la que cuenta nuestra ciudad. Los indicadores a analizar son: personal empleado, número de establecimientos abiertos y plazas hoteleras ofertadas.

El primer indicador objeto de estudio es el personal empleado en el sector turístico. El personal empleado en el sector, es un indicador muy tenido en cuenta a la hora de analizar la oferta hotelera, y en él se incluye tanto el personal remunerado como los que no lo están y que con su trabajo, aunque éste se desarrolle fuera de los establecimientos hoteleros, contribuyen a la producción de bienes y servicios en los establecimientos dedicados a dicha finalidad.

Córdoba muestra un descenso en sus cifras con un total de 883 empleados. La ciudad desciende dos escalones respecto a 2017 y se sitúa en el décimo lugar.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, Córdoba registra un descenso del 5,865% respecto al año anterior. El mayor incremento de las ciudades analizadas lo refleja Málaga con un 9,63%. En el caso opuesto, los descensos más acusados corresponden a nuestra ciudad y a Ávila.

Si tomamos como referencia el año 2014, la ciudad registra un crecimiento del 2,64%. De las ciudades que muestran signos de crecimiento en este período, el mayor corresponde a Málaga con un 25,12%.

**Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	BARCELONA	12.165	12.570	12.904	13.704	14.028	2,36%	15,32%
2	MADRID	11.196	10.948	11.189	11.917	11.642	-2,31%	3,98%
3	SEVILLA	2.941	3.307	3.379	3.464	3.601	3,95%	22,44%
4	VALENCIA	2.010	1.956	2.100	2.208	2.269	2,76%	12,86%
5	GRANADA	1.558	1.620	1.681	1.673	1.763	5,38%	13,19%
6	MÁLAGA	1.220	1.242	1.297	1.392	1.526	9,63%	25,12%
7	BILBAO	1.142	1.129	1.071	1.101	1.140	3,54%	-0,18%
8	SAN SEBASTIAN	875	874	887	932	1.011	8,48%	15,59%
9	SANTIAGO C.	894	936	961	935	961	2,78%	7,51%
10	CÓRDOBA	860	901	931	938	883	-5,86%	2,64%
11	ZARAGOZA	894	831	798	790	781	-1,14%	-12,60%
12	SALAMANCA	584	612	626	651	665	2,15%	13,95%
13	VALLADOLID	525	542	558	543	551	1,47%	5,05%
14	TOLEDO	486	502	542	546	538	-1,47%	10,66%
15	MURCIA	388	390	406	439	480	9,34%	23,87%
16	BURGOS	408	413	421	416	435	4,57%	6,64%
17	ÁVILA	377	378	348	361	350	-3,05%	-7,16%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La otra vertiente de estudio hace referencia a la oferta hotelera cordobesa. Según la estimación del INE, la oferta hotelera de la ciudad de Córdoba ha descendido en 6 establecimientos durante el ejercicio 2018. El número de establecimientos que indica el INE no coincide con el facilitado por la Junta de Andalucía.

En la siguiente tabla se refleja la clasificación en función del número de establecimientos abiertos, en el que la ciudad ocupa la posición número 11, desciende dos posiciones respecto al año anterior, con un total de 86 establecimientos abiertos.

Las primeras posiciones siguen siendo para Madrid y Barcelona que entre ambas ciudades suman más de 1.400 establecimientos hoteleros.

Haciendo comparativa con cinco años atrás, Córdoba ha obtenido un crecimiento del 5,41%. La ciudad que refleja un mayor crecimiento en cuanto al número de establecimientos abiertos es San Sebastián con un 24,29% de incremento, siendo Málaga y Madrid las ciudades que han reflejado el mayor descenso.

**Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	MADRID	849	787	744	788	788	0,00%	-7,22%
2	BARCELONA	579	615	659	662	673	1,66%	16,17%
3	SEVILLA	192	210	217	212	219	3,30%	13,96%
4	GRANADA	159	162	162	169	177	4,73%	11,55%
5	SANTIAGO C.	153	160	159	156	156	0,00%	1,68%
6	VALENCIA	128	133	140	143	142	-0,70%	10,79%
7	SAN SEBASTIÁN	112	112	126	143	139	-2,80%	24,29%
8	MÁLAGA	113	103	99	95	105	10,53%	-7,22%
9	SALAMANCA	87	88	91	90	91	1,11%	4,10%
10	ZARAGOZA	91	91	85	89	87	-2,25%	-4,83%
11	CÓRDOBA	82	80	87	92	86	-6,52%	5,41%
12	BILBAO	69	70	70	73	75	2,74%	8,43%
13	TOLEDO	65	67	63	63	61	-3,17%	-5,67%
14	BURGOS	58	55	61	56	59	5,36%	1,58%
15	VALLADOLID	43	40	39	40	41	2,50%	-3,53%
16	ÁVILA	37	37	37	39	38	-2,56%	2,93%
17	MURCIA	32	31	32	33	33	0,00%	3,66%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El último indicador que vamos a analizar es el número de plazas hoteleras, en el que la ciudad, se mantiene igual que años anteriores en la décima posición con 6.900 plazas. Las primeras posiciones de este ranking vuelven a ser para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Burgos y Ávila.

Córdoba ha experimentado un descenso del 4,07% durante 2018. Los mayores incrementos los han registrado Málaga, Granada y Barcelona. El descenso más acusado lo ha recogido Zaragoza con un 4,08%, prácticamente igual que nuestra ciudad.

La evolución de la ciudad en los últimos cinco años refleja un crecimiento del 2,07%, destaca San Sebastián al reflejar el mayor crecimiento de las 17 ciudades analizadas con un 18,24%, seguido de Málaga (15,50%), Sevilla (12,56%) y Barcelona (9,97%).

**Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2014-2018**

		2014	2015	2016	2017	2018	Var. 18/17	Var. 18/14
1	MADRID	81.092	80.659	81.003	83.217	85.426	2,65%	5,34%
2	BARCELONA	73.122	74.272	75.954	77.782	80.414	3,38%	9,97%
3	SEVILLA	19.668	20.792	21.436	21.599	22.137	2,49%	12,56%
4	VALENCIA	17.313	17.596	18.260	18.258	18.241	-0,09%	5,36%
5	GRANADA	13.953	13.970	14.111	13.895	14.922	7,39%	6,94%
6	MÁLAGA	9.677	9.686	9.880	10.188	11.177	9,71%	15,50%
7	ZARAGOZA	10.050	9.566	9.928	10.330	9.909	-4,08%	-1,40%
8	BILBAO	7.344	7.393	7.549	7.831	7.911	1,02%	7,72%
9	SANTIAGO C.	7.517	7.533	7.573	7.338	7.260	-1,06%	-3,41%
10	CÓRDOBA	6.760	6.907	7.100	7.193	6.900	-4,07%	2,07%
11	SALAMANCA	5.485	5.639	5.476	5.673	5.741	1,20%	4,67%
12	SAN SEBASTIAN	4.825	5.060	5.283	5.582	5.705	2,20%	18,24%
13	MURCIA	4.385	4.119	4.395	4.506	4.558	1,15%	3,94%
14	TOLEDO	4.452	4.456	4.371	4.310	4.391	1,88%	-1,38%
15	VALLADOLID	3.872	3.869	3.889	3.922	3.938	0,41%	1,72%
16	BURGOS	3.757	3.700	3.823	3.745	3.791	1,23%	0,90%
17	ÁVILA	2.603	2.628	2.648	2.743	2.741	-0,07%	5,30%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

