

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

2º TRIMESTRE 2019

“DATOS POSITIVOS EN EL SEGUNDO TRIMESTRE”

1. Oferta y Demanda Hotelera

El segundo trimestre del año nos deja un incremento en los viajeros alojados en establecimientos hoteleros, destacando el crecimiento del 3,49% del viajero extranjero.

El número de viajeros ha alcanzado la cifra de 286.052 viajeros, lo que supone un crecimiento del 4,68% respecto al mismo trimestre del año anterior. Por su parte las pernотaciones también crecen en un 5,03% con 471.138 noches de hotel. El grado de ocupación registrado fue de 70,67% reflejando un incremento del 2,42%. Igual ocurre con la estancia media que se incrementa en un 0,61% con respecto a 2018.

Durante este trimestre, incrementa el peso de turistas internacionales en un 3,49% suponiendo un 52,19% del total de viajeros que recibe la ciudad. Por su parte el turismo nacional refleja un descenso de viajeros del 3,55%, representando un total del 47,81% del turismo que nos visita.

Viajeros	Pernотaciones	Ocupación Hotelera	Estancia Media	Procedencia	
		INE		España	Extranjero
286.052	471.138	70,67%	1,65	47,81%	52,19%
4,68%	5,03%	2,42%	0,61%	-3,55%	3,49%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el desglose mensual del trimestre, se aprecia que el mes de mayo es el que presenta mayor incremento en número de viajeros con un 7,16% más que el año anterior. El acumulado del trimestre deja un incremento del 4,68%.

En cuanto al número de pernотaciones todos los meses del trimestre presentan resultados positivos, siendo el más destacado el mes de junio con un incremento del 5,96%, seguido de mayo con un 4,78%.

Mes	Viajeros		Pernотaciones	
	2019	Var.19/18	2019	Var.19/18
Abril	98.075	3,45%	161.798	4,54%
Mayo	104.601	7,16%	172.948	4,78%
Junio	83.376	3,12%	136.392	5,96%
Trimestre	286.052	4,68%	471.138	5,03%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la estancia media presenta un incremento del 0,61% con 1,65 noches de hotel. Abril y Mayo son los meses que muestran el mejor dato con 1,65 noches de hotel. El mayor incremento lo recoge el mes de junio reflejando un crecimiento del 3,14%.

Según los datos facilitados por el INE, el grado de ocupación trimestral muestra un incremento del 2,42% con un nivel del 70,67%. El mejor dato es el recogido en el mes de mayo con una ocupación del 76,17%, seguido de abril con un 73,57% y junio con el 62,27%.

Mes	Estancia Media		Grado Ocupación	
	2019	Var.19/18	2019	Var.19/18
Abril	1,65	1,23%	73,57	1,83%
Mayo	1,65	-2,37%	76,17	2,17%
Junio	1,64	3,14%	62,27	3,46%
Trimestre	1,65	0,61%	70,67	2,42%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En la comparativa con otros puntos turísticos nacionales, Córdoba sigue ocupando la octava posición en cuanto al número de viajeros, manteniendo la misma posición respecto al mismo trimestre del año 2018. En cuanto a las pernoctaciones también mantiene la misma posición, el noveno lugar.

Santiago de Compostela, Salamanca, Murcia y Ávila obtienen los mayores incrementos en cuanto al número de viajeros con un 10,28%, 9,16%, 8,13% y 6,77% respectivamente.

Con respecto a las pernoctaciones hay que destacar que el mayor crecimiento lo ha recogido Santiago de Compostela al incrementarse en un 13,09% respecto a 2018, seguido de Salamanca y Ávila con un 11,67% y un 10,73% respectivamente.

	Viajeros	2T 2018	2T 2019	Var.19/18
1	Madrid	2.540.086	2.629.433	3,52%
2	Barcelona	2.186.072	2.330.205	6,59%
3	Sevilla	727.862	754.788	3,70%
4	Granada	518.936	545.040	5,03%
5	Valencia	501.742	516.012	2,84%
6	Málaga	374.757	378.886	1,10%
7	Zaragoza	309.447	316.794	2,37%
8	Córdoba	273.272	285.552	4,49%
9	Bilbao	251.968	256.013	1,61%
10	Santiago Compostela	217.086	239.410	10,28%
11	Donostia-San Sebastián	185.525	192.172	3,58%
12	Salamanca	174.297	190.268	9,16%
13	Toledo	160.961	160.535	-0,26%
14	Murcia	124.254	134.356	8,13%
15	Burgos	126.801	130.445	2,87%
16	Ávila	75.562	80.676	6,77%

	Pernoctaciones	2T 2018	2T 2019	Var.19/18
1	Barcelona	5.410.069	5.808.505	7,36%
2	Madrid	5.161.414	5.486.555	6,30%
3	Sevilla	1.506.078	1.603.866	6,49%
4	Valencia	1.134.802	1.174.678	3,51%
5	Granada	915.384	976.632	6,69%
6	Málaga	689.981	733.134	6,25%
7	Zaragoza	514.019	526.691	2,47%
8	Bilbao	468.206	494.348	5,58%
9	Córdoba	448.555	471.138	5,03%
10	Santiago Compostela	381.475	431.416	13,09%
11	Donostia-San Sebastián	376.103	405.367	7,78%
12	Salamanca	289.181	322.926	11,67%
13	Toledo	252.663	248.708	-1,57%
14	Murcia	211.649	220.174	4,03%
15	Burgos	189.580	207.551	9,48%
16	Ávila	112.675	124.769	10,73%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el contexto andaluz, se muestra un incremento en el flujo de visitantes del 7,40%. Por su parte el gasto medio se ha incrementado en un 1,15% y la estancia media ha descendido en un 1,39%.

Total Andaluz	2T 2018	2T 2019	Var. 19/18
Flujo de visitantes	8.272.759	8.884.836	7,40%
Estancia Media	7,2	7,1	-1,39%
Gasto Medio	69,3	70,1	1,15%

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

2. Puntos de Interés Turístico

Durante el segundo trimestre del año, los monumentos y museos cordobeses registraron un incremento del 22,79% en el número de visitas respecto al mismo período de 2018. En cifras absolutas un total de 1.446.169 personas visitaron los principales puntos de interés turístico de Córdoba durante los meses de abril, mayo y junio. De éstas el 39,90% lo hicieron en el mes de mayo, el 34,50% se produjeron en abril y el 25,60% se realizaron en el mes de junio.

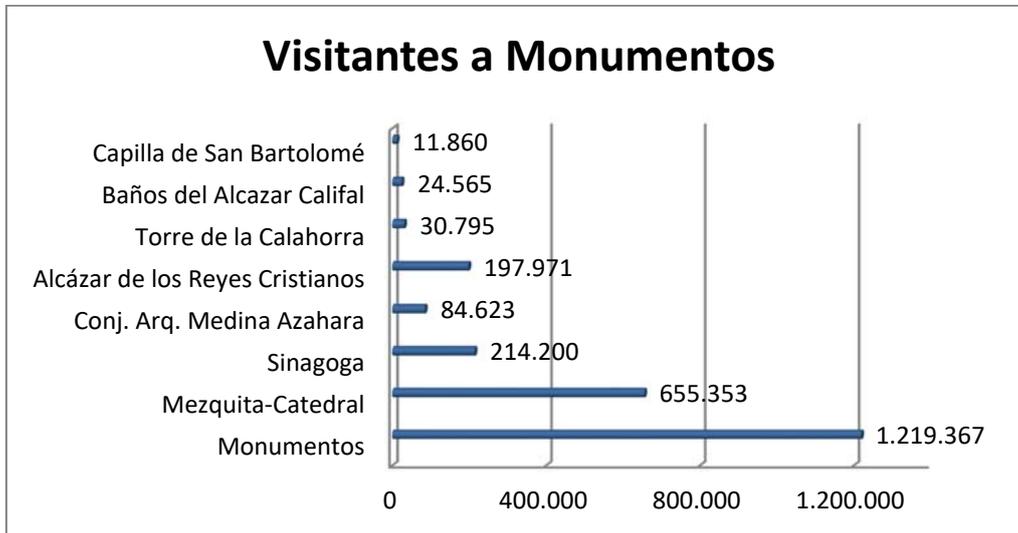
La evolución de los monumentos y museos presenta datos positivos. Los monumentos ven incrementar sus cifras en un 27,41% y los museos en un 2,76% alcanzando la cifra de 226.802 visitas.

En lo que respecta a los monumentos, excepto los Baños del Alcázar Califal que presentan descensos, el resto reflejan crecimientos, siendo el mayor de éstos el recogido por Medina Azahara con un incremento del 21,06%, seguido de la Capilla de San Bartolomé con un 13,91% y del Alcázar de los Reyes Cristianos con un 7,76%.

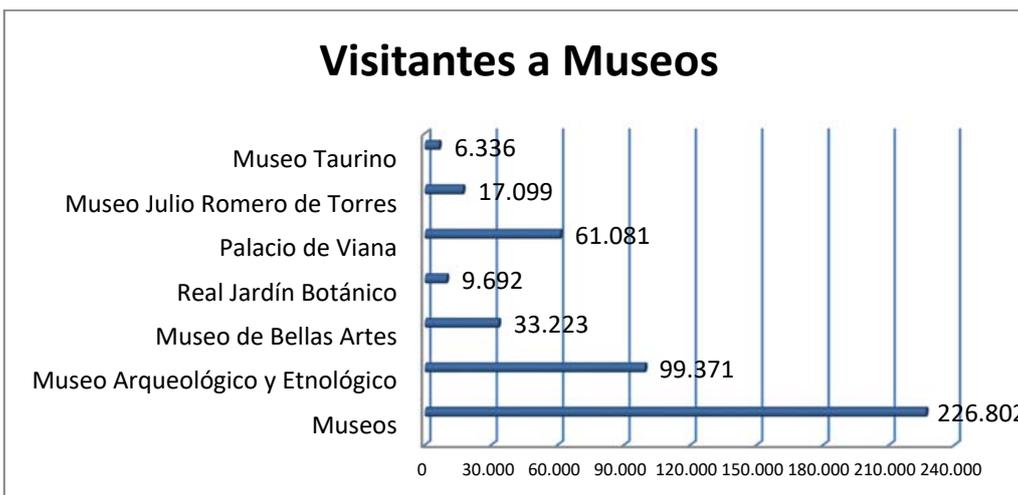
En cuanto a los museos de la ciudad, hay que decir que todos excepto el Real Jardín Botánico y el Museo de Julio Romero de Torres recogen incrementos en sus datos. El mayor crecimiento corresponde al Museo Taurino con un 20,82%, seguido del Museo de Bellas Artes con un 7,65%, y del Palacio de Viana con un 6,61%.

	Alcázar de los Reyes Cristianos		Conj. Arqueológico Medina Azahara		Sinagoga		Mezquita-Catedral	
	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18
Abril	74.111	11,35%	36.984	26,91%	64.100	n.d.	236.940	2,97%
Mayo	77.138	3,01%	31.670	26,08%	73.700	n.d.	254.103	1,63%
Junio	46.722	10,50%	15.969	2,10%	76.400	n.d.	164.310	3,93%
Trimestre	197.971	7,76%	84.623	21,06%	214.200	n.d.	655.353	2,68%
	Torre de la Calahorra		Capilla de San Bartolomé		Museo Arqueológico y Etnológico		Museo de Bellas Artes	
	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18
Abril	14.353	8,18%	5.001	20,13%	21.921	-28,19%	5.654	-25,13%
Mayo	10.055	-8,96%	4.696	8,20%	47.844	23,72%	24.560	29,54%
Junio	6.387	16,89%	2.163	13,31%	29.606	5,97%	3.009	-30,83%
Trimestre	30.795	3,42%	11.860	13,91%	99.371	2,30%	33.223	7,65%
	Real Jardín Botánico		Baños del Alcázar Califal		Palacio de Viana		Museo Julio Romero de Torres	
	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18
Abril	2.417	-39,64%	10.146	1,52%	19.572	2,24%	5.806	3,35%
Mayo	2.481	-35,56%	9.284	-2,45%	30.114	7,75%	8.390	-0,11%
Junio	4.794	-0,35%	5.135	-6,35%	11.395	11,67%	2.903	-16,72%
Trimestre	9.692	-23,47%	24.565	-1,72%	61.081	6,61%	17.099	-2,31%
	Museo Taurino		Total de Visitantes					
	Visitas	Var. 19/18	Visitas	Var. 19/18				
Abril	2.005	2,66%	499.010	18,24%				
Mayo	2.942	34,65%	576.977	21,48%				
Junio	1.389	25,59%	370.182	31,84%				
Trimestre	6.336	20,82%	1.446.169	22,79%				

Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.



Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.



Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

3. Encuesta de Coyuntura Turística

Los siguientes datos muestran la información obtenida de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, que elabora trimestralmente el Instituto de Estadística de Andalucía tomando como unidad el análisis de la provincia. Esta encuesta nos ofrece una visión cercana a la evolución del turismo de la ciudad de Córdoba, a través de su aproximación al provincial, asumiendo el peso turístico de la capital en el total provincial. Según esta encuesta (E.C.T.A.), durante el segundo trimestre del año los turistas que visitaron la provincia de Córdoba han permanecido en ella una media de 2,7 días, lo que supone un incremento del 8% con respecto al año anterior.

Estancia Media			
	2T 2018	2T 2019	Var. 19/18
Nº de días	2,5	2,7	8,00%

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

El motivo principal de la visita a la provincia de Córdoba son las Vacaciones u ocio, así lo reflejan el 67,9% de los visitantes, perdiendo peso en un 23,19% respecto al mismo trimestre del año anterior. Las motivaciones derivadas de Visita a familiares y amigos también se han incrementado pasando del 7,2% del año 2018 al 21,9% registrado en 2019, esto ha supuesto un incremento de más del 200%. Igual ha ocurrido con las visitas derivadas por Otros motivos que han pasado a reflejar el 10,2% del total de visitas. Durante este trimestre las referidas a Asistencias a ferias, congresos o convenciones no han tenido representación.



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

El gasto medio diario durante el segundo trimestre de 2019 se ha cifrado en 66,2, mostrando un descenso del 2,07%.

Gasto Medio Diario			
	2T 2018	2T 2019	Var. 19/18
Euros	67,6	66,2	-2,07%

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

El índice sintético de percepción del turista que nos visita alcanza una puntuación de 8,5. La puntuación más alta la obtienen el Patrimonio Cultural con un 9,3 de media, seguido de la Asistencia sanitaria y los Paisajes y Parques Naturales, todos estos con una puntuación superior o igual a 9.

El mayor incremento respecto al segundo trimestre de 2018 recae en la Restauración con un 3,53% de crecimiento, seguido de la Limpieza con un 2,50% y del Ocio-diversión con un 2,33%.

Las puntuaciones más bajas son las obtenidas por los Autobuses, los Taxis y el Nivel de Tráfico con valoraciones de un 7,8 y un 7,9. A pesar de ser las puntuaciones más baja recogidas son una media bastante buena.

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2T 2018	2T 2019	Var. 19/18
Alojamiento	8,6	8,6	0,00%
Restauración	8,5	8,8	3,53%
Ocio-diversión	8,6	8,8	2,33%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,5	7,5	-11,76%
Trenes	9,5	8,7	-8,42%
Taxis	9,5	7,9	-16,84%
Alquiler de coches	7,6	-	-
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	9,1	9	-1,10%
Entornos urbanos	9	8,5	-5,56%
Seguridad Ciudadana	8,9	8,5	-4,49%
Asistencia sanitaria	-	9,1	-
Atención y trato	9,2	8,9	-3,26%
Relación precio/servicio	8,8	8,3	-5,68%
Red de comunicaciones	8	8	0,00%
Limpieza	8	8,2	2,50%
Nivel de tráfico	7,8	7,9	1,28%
Señalización turística	8,1	8,1	0,00%
Información turística	9	8,5	-5,56%
Patrimonio cultural	9,2	9,3	1,09%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	8,6	8,5	-1,16%

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