INFORME 2019

ÍNDICE

1. Introducción 2

1.1. Principales noticias año 2019 3

1.2. Avance noticias año 2020 5

2. Oferta Turística 5

2.1. Hoteles 5

2.2. Apartamentos turísticos 14

3. Demanda Turística 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

4. Congresos y reuniones 34

5. Encuesta de Coyuntura Turística 40

5.1. Motivación principal del viaje 40

5.2. Percepción turística de los visitantes 42

6. Comparativa con otros destinos culturales 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 2019, siendo esta su 19 edición. El Observatorio es un instrumento fundamental a la hora de diagnosticar y poner en marcha medidas sobre la actividad turística de la ciudad, siendo un referente para el sector turístico de la ciudad, un documento de referencia actualizada para los profesionales del sector y a la vez un informe turístico estratégico para las instituciones públicas y privadas.

El presente informe pone nuevamente de manifiesto la importancia que el sector turístico representa para nuestra ciudad y confirma el afianzamiento de Córdoba como uno de los principales destinos turísticos nacionales gracias al importante legado cultural que encierra nuestra capital.

De igual forma, este trabajo aporta datos que informan claramente sobre la realidad turística en la que se encuentra nuestra ciudad, pero a la vez tiene un importante valor complementario como es el de ofrecer una visión real y exhaustiva que nos ayudará a desarrollar estrategias necesarias para avanzar y contribuir al eficaz desarrollo del sector.

Para analizar la evolución del mercado y estimar los beneficios del turismo y su posible explotación, es imprescindible obtener y procesar información de forma periódica. Por ello, y aparte de reunir datos estadísticos de diversas 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 crecimiento del 1,05% al contabilizar un total de 967.502 viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

Este incremento de los niveles de afluencia ha tenido también su reflejo en las pernoctaciones, que han crecido en una cuantía superior al indicador anterior, un 3,64%. En total, se han computado en la ciudad 1.627.657 pernoctaciones.

Respecto a la procedencia sigue siendo predominante el número de viajeros españoles sobre los extranjeros, suponiendo los primeros el 53,44% de los visitantes y los segundos el 46,56%. Los visitantes nacionales han incrementado en un 0,30% mientras que los extranjeros lo han hecho en un porcentaje superior 1,93% de crecimiento. Por su parte las pernoctaciones nacionales muestran un 0,57% de descenso y las extranjeras un incremento del 9,31%.

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, Santiago de Compostela, Toledo,…

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2019

Las cifras que se han detallado 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.

AndandoCórdoba

AndandoCórdoba, iniciativa que el Ayuntamiento de Córdoba a través del Instituto Municipal de Turismo puso 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 encuentran 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.

Si pasear es caminar por placer, Córdoba está hecha para el paseo. Eclipsadas por la fama de su Mezquita-Catedral declarada Patrimonio Mundial en 1984, la ciudad esconde innumerables huellas de las diferentes culturas que la construyeron y habitaron, romana, visigoda, islámica, judía y cristiana, a la espera de ser descubiertas por el caminante. Esta rica historia hizo merecedora a la ciudad en 1994 de la ampliación del área declarada Patrimonio Mundial a todo el sector suroeste del casco histórico.

Dirígete a tu destino sin prisas, con los ojos bien abiertos y descartando siempre el camino recto. Desvíate, piérdete cuanto haga falta, pues en ese vagar sin rumbo hallarás siempre mucho más de lo que estás buscando.

Magna exposición "Por tu Cruz redimiste al mundo" en la Mezquita, Catedral

La Mezquita-Catedral de Córdoba acogió entre el 15 y el 22 de septiembre la exposición "Por tu Cruz redimiste al Mundo" que consistió en una muestra formada por 43 pasos procesionales compuesta por los nazarenos de Córdoba y provincia. Las naves de la Mezquita-Catedral albergaron el conjunto de pasos e imágenes más extenso que nunca antes se había podido contemplar.

World Pádel Tour

Las mejores estrellas del mundo del pádel se dieron cita en Córdoba en el mes de noviembre.

World Pádel Tour es el circuito profesional de pádel de referencia a nivel mundial que reúne a los mejores jugadores y jugadoras del ranking y tiene su centro neurálgico en España, donde se juegan 13 de los 15 torneos que comprende el calendario.

A partir del año 2005 la afición por este deporte ha tenido un constante crecimiento, en consonancia con el incremento en el número de practicantes acercándose a los 5 millones de jugadores amateurs. Cada prueba reúne un promedio de 20.000 espectadores en estadios con aforo para más de 5.000 personas.

Estas cifras consolidan al pádel como el tercer deporte con mayor número de espectadores con una importante capacidad de crecimiento y de expansión nacional e internacional.

Apertura museo "Casa del agua"

En el mes de septiembre de este año se inauguró un nuevo museo en la ciudad "La Casa del Agua". Este museo es un Centro de Interpretación que basa su proyecto temático en la representación del ciclo natural e histórico del agua en la ciudad de Córdoba como elemento vital, que sirve de hilo conductor para entender los usos y costumbres de sus habitantes, su evolución en el tiempo y las dificultades para acceder a su consumo. En el recorrido expositivo que encontrarás en la Casa del Agua, podrás contemplar restos arqueológicos e infraestructuras pertenecientes a diferentes épocas, colecciones etnográficas y abundante información gráfica, de forma que obtendrás una imagen completa de conjunto.

Por otro lado, este histórico edificio, además de albergar en su interior un tramo de muralla y alcantarilla romanas, cuenta con patio de corrala, pozo y aljibe, y fue cárcel perpetua de mujeres durante la Inquisición.

Centro gastronómico "Casa Manolete"

La Casa de Manolete ha vuelto a abrir sus puertas este martes, como restaurante y escuela de hostelería, que pretende convertirse en un espacio de referencia para la gastronomía de Córdoba.

El emblemático edificio de la avenida de Cervantes alberga gracias a este nuevo proyecto tres áreas enfocadas a la restauración, el patrimonio y la formación: La Casa de Manolete bistró, un restaurante clásico; A flor de piel, un espacio gastronómico de alto nivel que incluirá una visita guiada a la casa, y una escuela de hostelería denominada Centro Superior de Artes y Ciencias Gastronómicas.

Apertura Hotel H10 Palacio de la Colomera

El hotel H10 Palacio Colomera que abrió sus puertas en el mes de junio, es un hotel ubicado en la antigua Casa Colomera, construida en 1928, que fue el palacio de los condes del mismo nombre. Situado en la céntrica Plaza de las Tendillas, el proyecto del hotel ha querido recuperar la atmósfera palaciega del antiguo edificio. Cuenta con habitaciones acogedoras, patio ajardinado con plunge pool, un restaurante para desayunos con servicio en el elegante atrio del hotel y un Rooftop Bar con vistas panorámicas a la ciudad.

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2020

Córdoba en Púrpura

Córdoba en Púrpura es un amplio programa de actividades cuyo fin es dar a conocer la importancia de la cultura cristiana en el patrimonio, en las artes, la gastronomía y la artesanía cordobesas a lo largo de los siglos. Córdoba en Púrpura ofrece actividades muy diversas pensadas para todo tipo de público: Visitas guiadas, rutas teatralizadas, conferencias, gastronomía, exposiciones, talleres, fotografía, teatro, música, literatura, actividades para escolares, sobre costumbres, tradiciones y mucho más.

Prolinguatur

El programa Prolinguatur es una acción promovida por la Cátedra Córdoba, Ciudad Mundo de la Universidad de Córdoba y el Instituto Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Córdoba, destinada a la mejora en la cualificación competencial en lenguas extranjeras de los profesionales de los distintos sectores relacionados directamente con el turismo internacional que se pondrá en marcha a principios del próximo año.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

La capacidad hotelera de un destino guarda correlación con la afluencia de viajeros. Las capitales de provincia, al abarcar actividades de todo tipo y concentrar funciones diversas, disponen de una oferta hotelera amplia y adaptada a las especificidades e intereses de los posibles usuarios. La ciudad de Córdoba es un claro ejemplo de ello. Su atractivo cultural y patrimonial fomenta los desplazamientos y visitas. Todo esto promueve el constante flujo de visitantes, de ahí que la dotación hotelera de la ciudad intente adaptarse a todas las exigencias, demandas y posibilidades.

Por este motivo, disponer de una infraestructura amplia, variada y competitiva es el objetivo prioritario de cualquier destino.

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

Profundizando en la capacidad hotelera de Córdoba, ésta se ha incrementado en tres establecimientos durante este ejercicio, dejando la infraestructura hotelera de la capital formada por 106 establecimientos, de los cuales 61 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 2,91%. Con respecto al número de plazas, debido a lo anterior, el incremento global es del 2,77%.

Ampliando la dimensión temporal del análisis a una década, se desprende del cómputo total de establecimientos que su cifra se ha incrementado un 41,33%, lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 37,98%

En resumen podemos decir que la infraestructura hotelera cordobesa, con sus 106 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 7.244 personas, de las cuales 6.053 pueden hacerlo en hoteles y 1.191 en establecimientos de menos categoría, es decir, el 83,56% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 16,44% restante a pensiones.

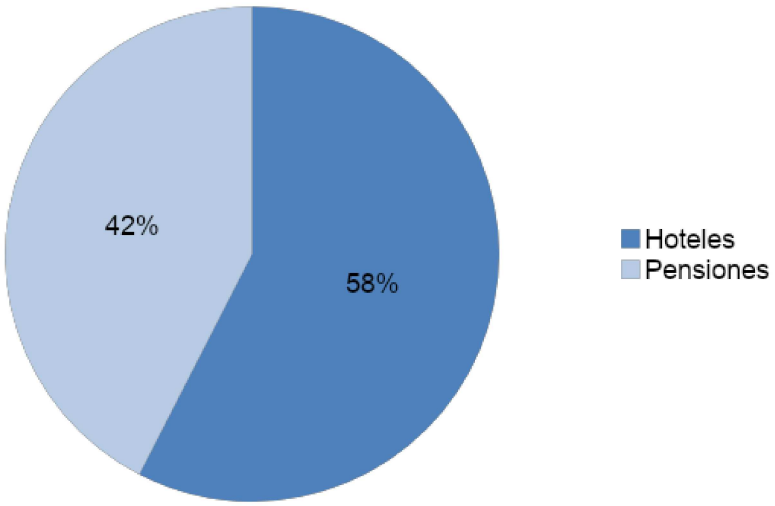
Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2006-2019

	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
2006	42	36	78	4363	797	5160
2007	42	29	71	4308	641	4949
2008	41	25	66	4252	566	4818
2009	44	31	75	4558	692	5250
2010	53	36	89	5391	877	6268
2011	55	41	96	5458	1011	6469
2012	53	41	94	5346	1011	6357
2013	53	39	92	5346	926	6272
2014	56	39	95	5423	926	6349
2015	55	42	97	5328	1029	6357
2016	55	42	97	5484	1093	6577
2017	55	44	99	5683	1196	6879
2018	58	45	103	5868	1181	7049
2019	61	45	106	6053	1191	7244
Var. 19/09	**38,64%**	**45,16%**	**41,33%**	**32,80%**	**72,11%**	**37,98%**
Var. 19/18	**5,17%**	**0,00%**	**2,91%**	**3,15%**	**0,85%**	**2,77%**

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.

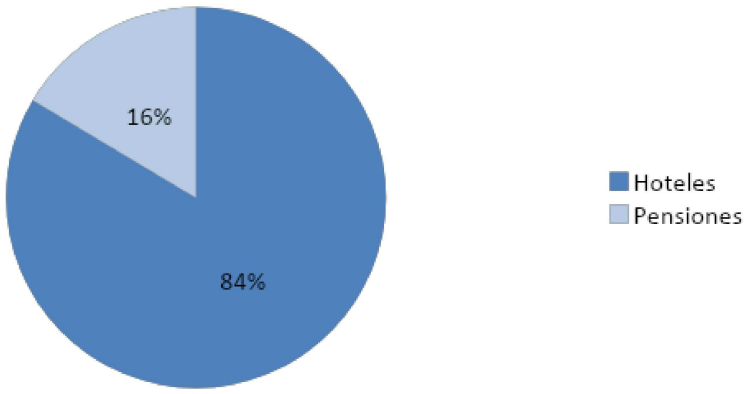
En el siguiente gráfico se observa como en 2019 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 57,55% frente al 42,45% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (83,56%) que en las pensiones (16,44%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2019



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 2019



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 datos 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 y 1 estrella. Los de 4 estrellas han incrementado su cifra en dos establecimientos 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 1 estrella también se ha incrementado en dos establecimientos de nueva apertura durante este año.

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 18 establecimientos.

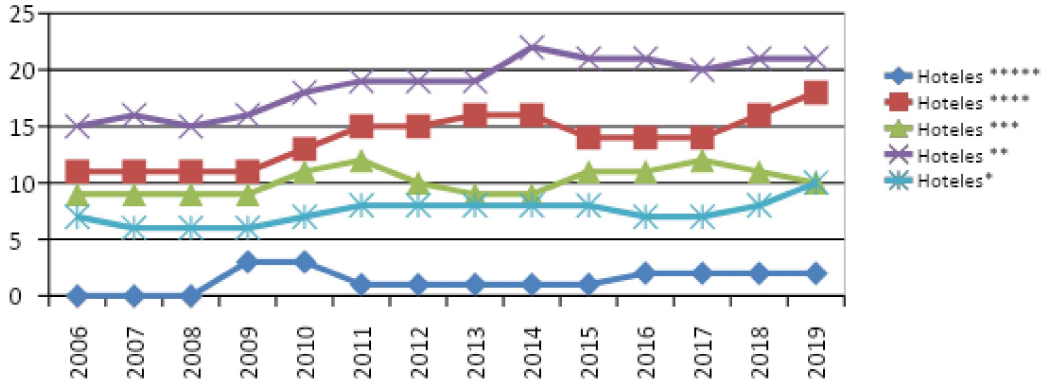
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 40 establecimientos, permaneciendo este dato inalterable respecto al año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2006-2019

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
2006	0	11	9	15	7	9	27
2007	0	11	9	16	6	8	21
2008	0	11	9	15	6	7	18
2009	3	11	9	16	6	8	23
2010	3	13	11	18	7	6	20
2011	1	15	12	19	8	10	31
2012	1	15	10	19	8	10	31
2013	1	16	9	19	8	9	30
2014	1	16	9	22	8	9	30
2015	1	14	11	21	8	10	32
2016	2	14	11	21	7	6	36
2017	2	14	12	20	7	6	38
2018	2	16	11	21	8	5	40
2019	2	18	10	21	10	5	40
Var. 19/09		63,64%	11,11%	31,25%	66,67%	-37,50%	73,91%
Var. 19/18	0,00%	12,50%	-9,09%	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%

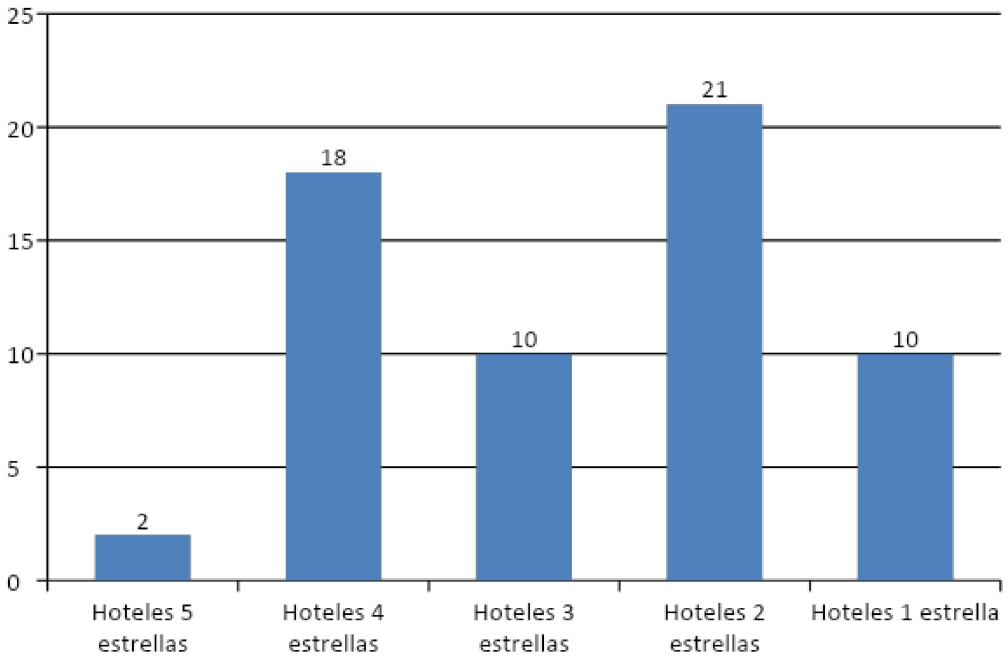
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2006-2019



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 2019



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 7.244 plazas, esto supone un incremento del 2,77%, respecto a la cifra alcanzada en 2018. Este incremento es consecuencia directa de la apertura de algunos establecimientos.

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 2019 con un incremento del 5,61% respecto a 2017 y con un total de 1.065 unidades alojativas.

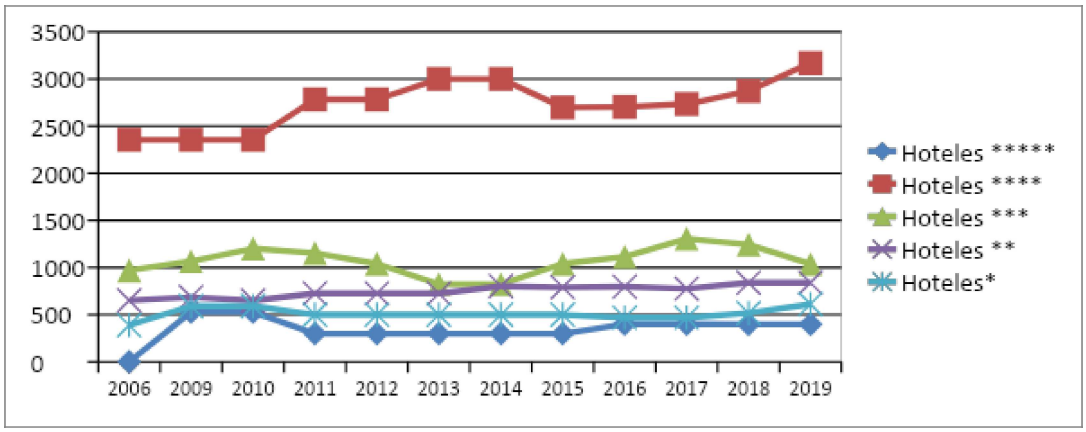
Analizando estos datos con los obtenidos hace una década, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 37,98%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2006-2019

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
2006	0	2355	969	651	388	454	343
2007	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
2008	399	2355	969	686	591	337	576
2009	527	2355	1065	686	591	337	608
2010	527	2355	1202	649	591	337	540
2011	299	2782	1152	725	500	374	637
2012	299	2782	1040	725	500	374	637
2013	299	2999	823	725	500	325	601
2014	299	2999	823	802	500	325	601
2015	299	2698	1040	791	500	348	681
2016	400	2704	1115	797	468	197	896
2017	400	2733	1306	776	468	197	999
2018	398	2871	1244	839	516	126	1055
2019	398	3167	1038	839	611	126	1065
Var. 19/09		34,48%	-2,54%	22,30%	3,38%	-62,61%	75,16%
Var. 19/18	0,00%	10,31%	-16,56%	0,00%	18,41%	0,00%	0,95%

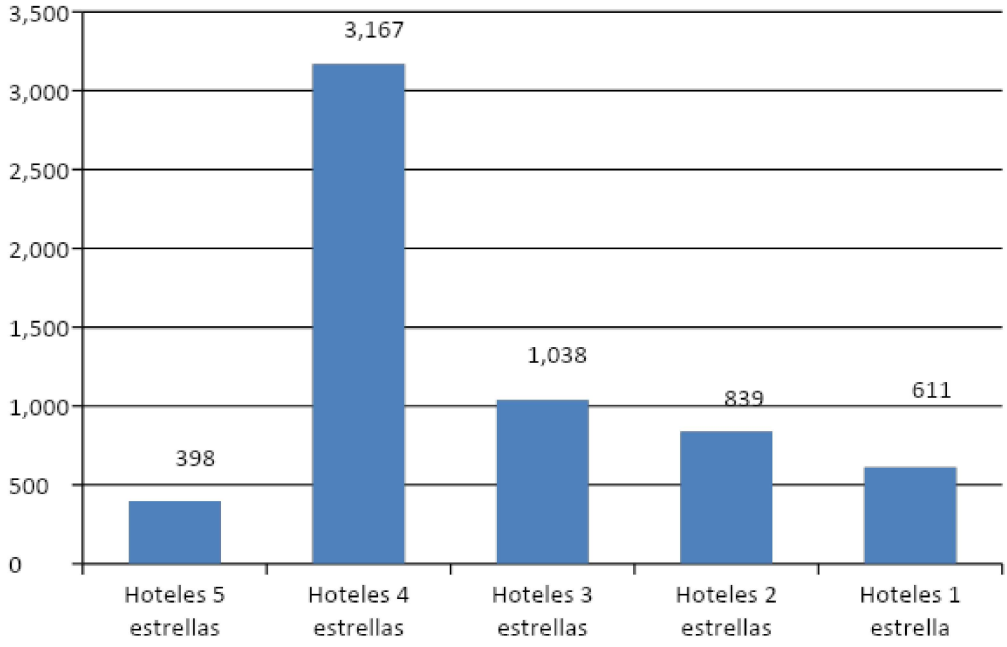
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2006-2019



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.

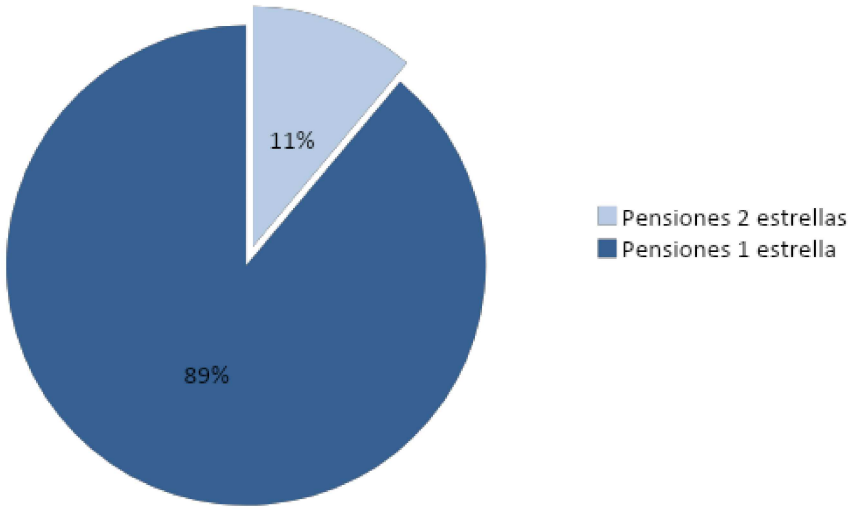
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2019



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.

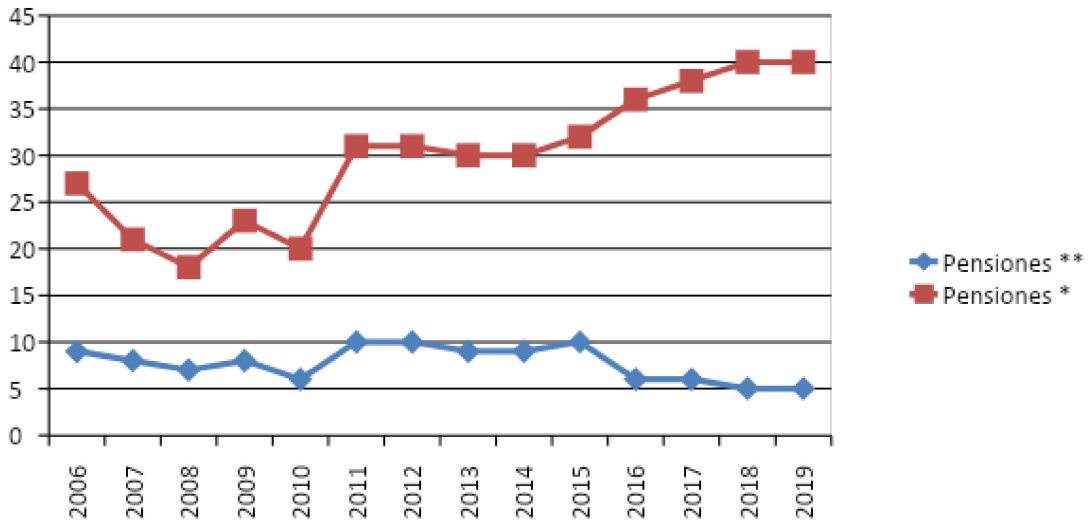
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 88,89% de estas tienen la categoría de 1 estrella, frente al 11,11% correspondiente a las de dos estrellas.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2019



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.

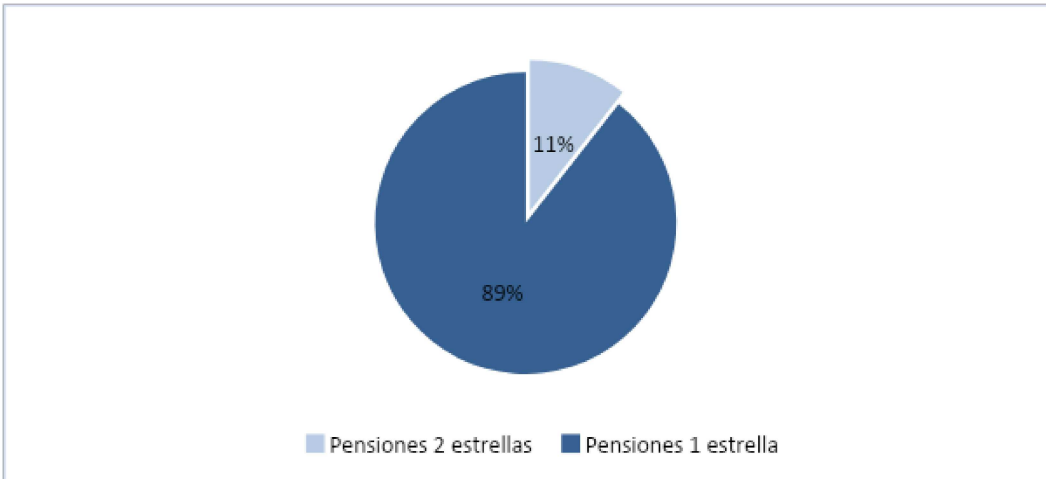
Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Años 2006-2019



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.

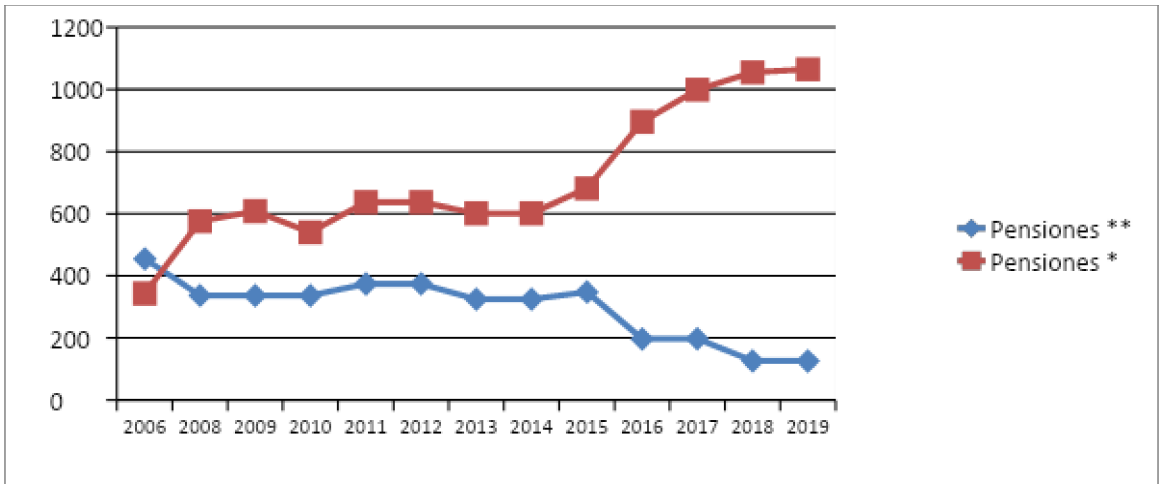
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 89,42% frente al 10,58% de las pensiones de 2 estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2019



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 2006-2019



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 hace dos años consideramos necesario recogerla en estos informes anuales.

Tal y como refleja la tabla, la evolución del número de apartamentos respecto a 2018 permanece inalterable. En cuanto al número de plazas se produce un incremento de un 9,62%.

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 144,10% respecto al número de plazas.

Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2010-2019

	Apartamentos	
	Nº de apartamentos	Nº de plazas
2010	8	322
2011	10	408
2012	11	441
2013	10	408
2014	10	408
2015	10	408
2016	17	498
2017	22	578
2018	28	717
2019	28	786
Var. 19/10	**250,00%**	**144,10%**
Var. 19/18	**0,00%**	**9,62%**

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 como todas las categorías permanecen inalterables respecto al año anterior.

Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2019

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	2	8	7
2017	2	14	6
2018	2	18	8
2019	2	18	8
Var. 19/18	0,00%	0,00%	0,00%

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 786 plazas. De estas plazas el mayor número lo recogen los apartamentos de 2 llaves que, con 605 plazas, este año han registrado un incremento del 11,21%.

Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2019

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	46	306	146
2017	46	416	116
2018	46	544	122
2019	46	605	135
Var. 19/18	0,00%	11,21%	10,66%

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

En este capítulo vamos 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 quienes nos visitan.

Para 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)

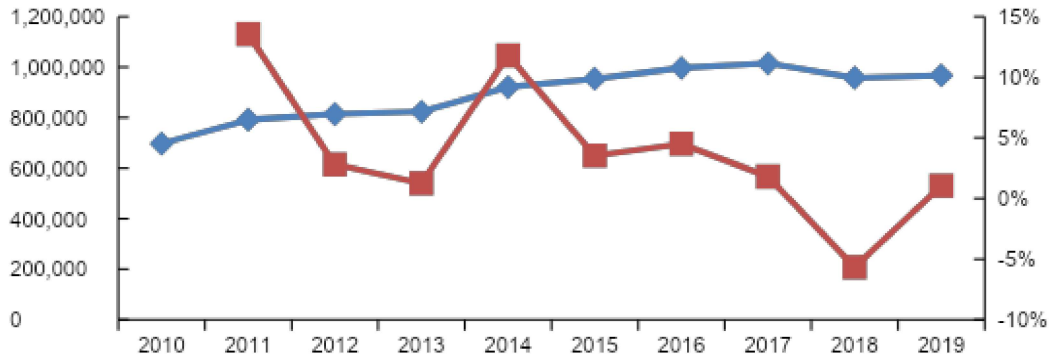
con carácter mensual. Esta fuente es necesaria porque suministra, diferenciados según su origen sea nacional o extranjero, datos referidos al número de viajeros que nos visitan y las pernoctaciones que se realizan en la ciudad, junto con la estancia media y el grado de ocupación.

Esta información se nos presenta para 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 metodología de encuestación 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 2019 un total de 967.502 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, cifra que representa un incremento del 1,05% respecto al año precedente.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019

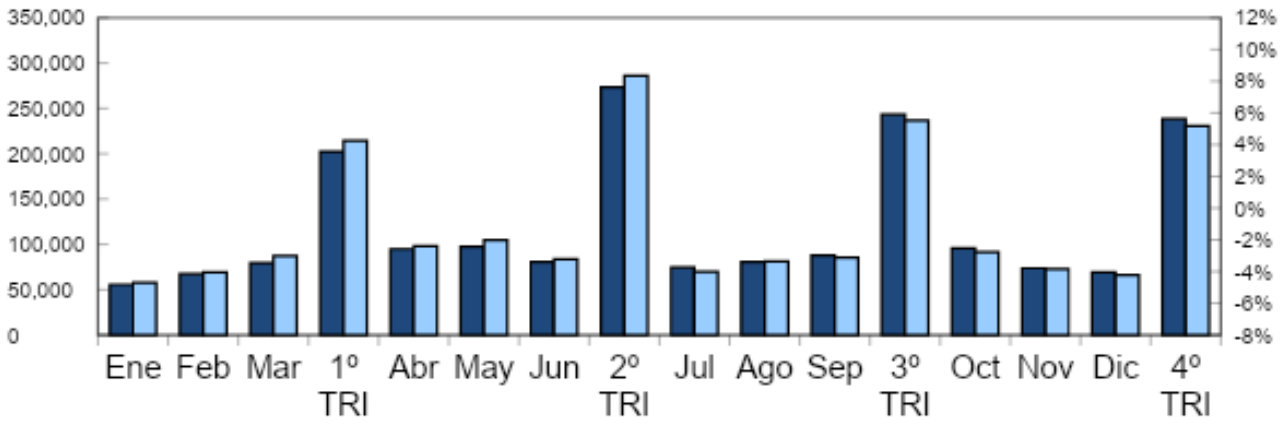


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Desagregando las cifras por meses se observan puntos de inflexión positivos en todos los meses del primer semestre y en el mes de Agosto (0,84%), mientras que el comportamiento del resto de meses se manifiesta claramente a la baja, siendo el descenso más acusado el del mes de Julio (-6,03%).

Hablando en términos absolutos, la nota común a todos estos ellos es la temporalidad del turismo. Mayo, Abril y Octubre son los meses más turísticos para nuestra ciudad, y juntos acaparan casi un tercio de las visitas realizadas a lo largo del año.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2019



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

Una vez hecho el análisis general y para ahondar más en este asunto de forma que podamos obtener conclusiones más precisas, es conveniente clasificar a los turistas en función de su procedencia o lugar de origen, según sea ésta nacional 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.

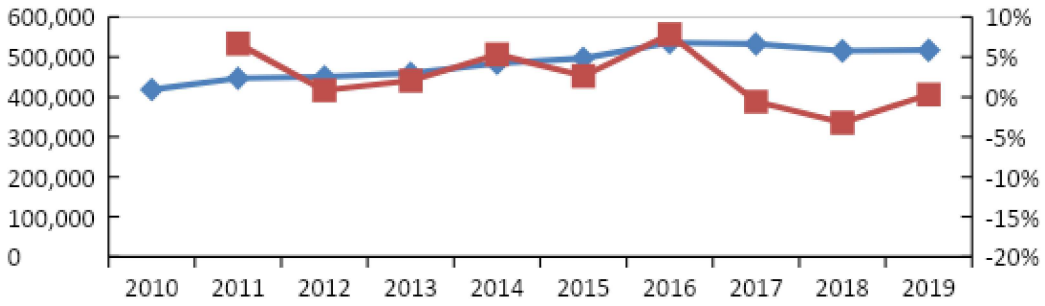
Hoy en día el turismo nacional constituye el 53 por ciento del contingente turístico que recibe la ciudad, por ello comenzaremos el estudio de la procedencia con su análisis.

El INE ha contabilizado 516.997 turistas españoles en Córdoba durante el año 2019, cifra superior en algo más de 1.000 personas a la registrada en 2018, con un incremento del 0,30%. El turismo extranjero ha superado este porcentaje de crecimiento, lo que significa su revitalización.

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.

A grandes rasgos en el desglose mensual mantienen el liderazgo los meses de Abril y Mayo seguidos de Septiembre y Octubre.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019



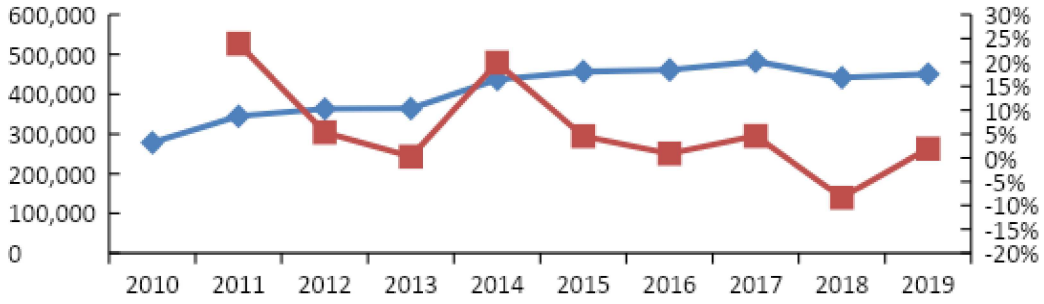
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Como ya se ha adelantado, el incremento de los turistas nacionales ha sido levemente inferior a la tendencia general, lo que evidencia una mejora significativa en el caso de los turistas extranjeros. Los datos que ahora comentamos así lo constatan pues el incremento de este colectivo ha sido del 1,93%.

En términos absolutos se han registrado un total de 444.480 viajeros extranjeros, representando éstos un 47% del total de viajeros que recibe Córdoba.

La evolución general experimentada por este colectivo a lo largo del año refleja 6 meses con signos positivos. La variación más acentuada se produjo en el mes de marzo con un incremento del 15,82%, seguida del mes de abril con un crecimiento del 9,13%. Por el contrario julio y septiembre han sido los meses que han registrado los mayores descensos con un 9,01 y un 9,95 por ciento respectivamente.

Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019

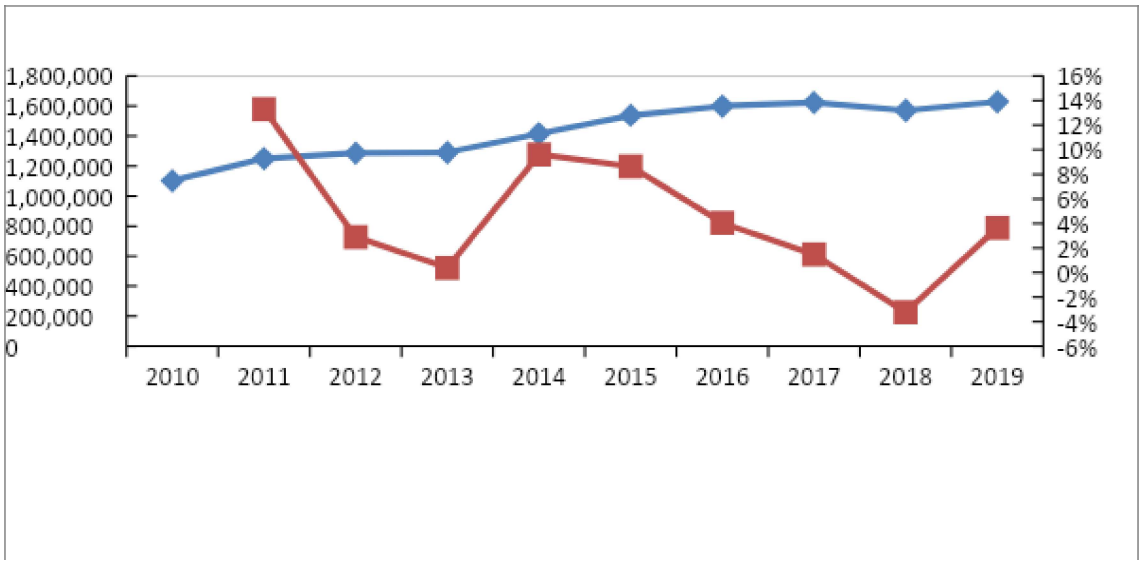


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La mejora de los niveles de afluencia ha tenido su reflejo en las pernoctaciones, otro indicador de gran interés que pasamos a analizar a continuación.

Afortunadamente las pernoctaciones han crecido en mayor medida que los viajeros, según el Instituto Nacional de Estadística el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2019 alcanzó la cifra de 1.627.657, registrando un incremento del 3,64% respecto al año anterior.

Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019

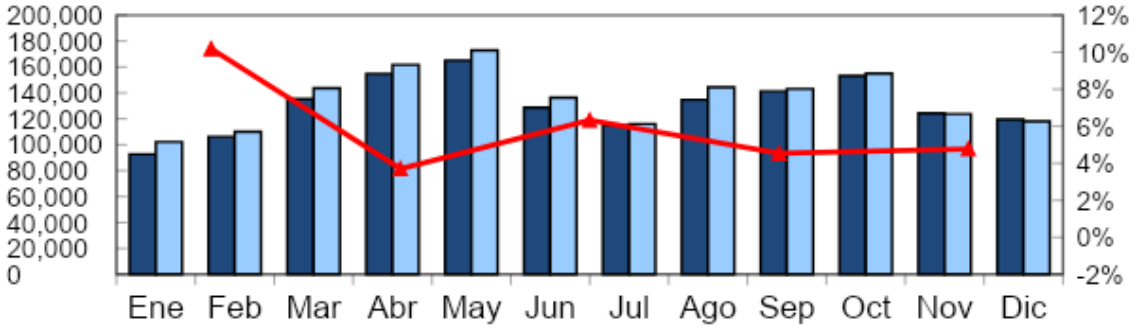


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis mensual, los meses con los saldos más elevados han sido Mayo, Abril, y Octubre, superándose en todos los casos las 155.000 pernoctaciones. El mes que ha

presentado el mayor incremento ha sido enero con un 10,19% y por el contrario diciembre es el mes que ha reflejado el mayor descenso con un 1,15%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2019



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

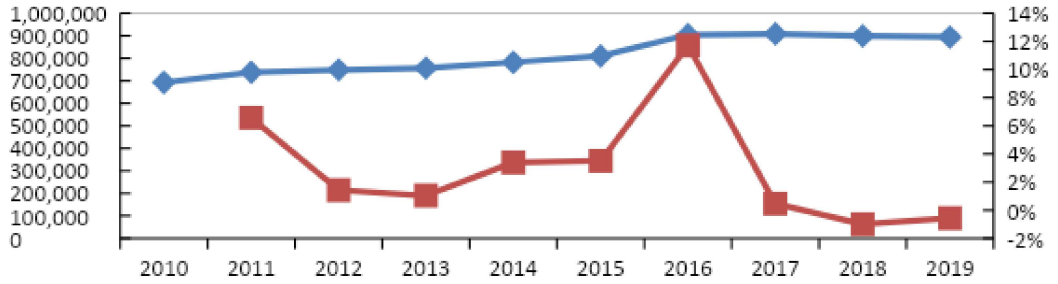
De igual forma que hemos desagregado los viajeros en nacionales y extranjeros para hacer un estudio más exhaustivo según el tipo de turista, vamos a hacer lo mismo con las pernoctaciones para analizar el comportamiento de cada uno de estos colectivos.

La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones nacionales, que suman 894.227 frente a las 733.430 extranjeras, quedando las proporciones de la siguiente forma: el 54,94% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas nacionales y el 45,06% restante por turistas de otros países.

Las pernoctaciones nacionales, al contrario que ocurría con el volumen de visitantes, han sufrido un leve descenso al registrarse 5.116 pernoctas menos que en 2018, lo que significa que el descenso producido es de un 0,57%.

Los meses de agosto, septiembre y enero registran los mejores datos con incrementos del 9,16%, 7,49% y 4,36% respectivamente. Por el contrario, ha sido noviembre el mes que recoge el mayor descenso con un 8,34%.

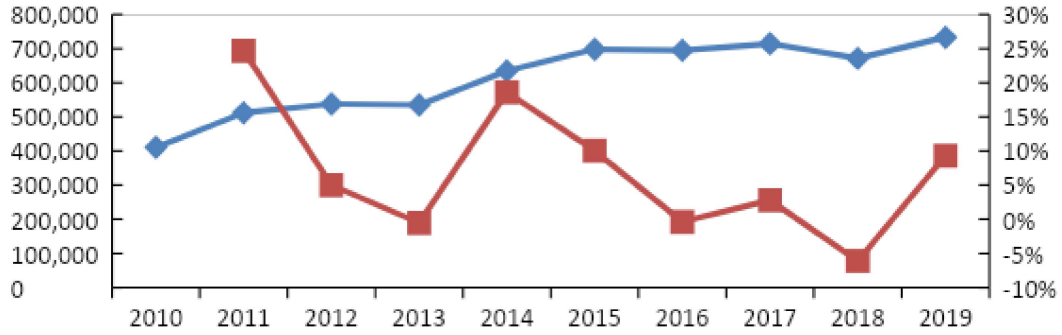
Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019



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

Notablemente, las pernoctaciones extranjeras han visto incrementar su montante por encima de las nacionales con 62.456 pernoctaciones más , lo que supone un 9,31% más que el año anterior.

Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2010-2019



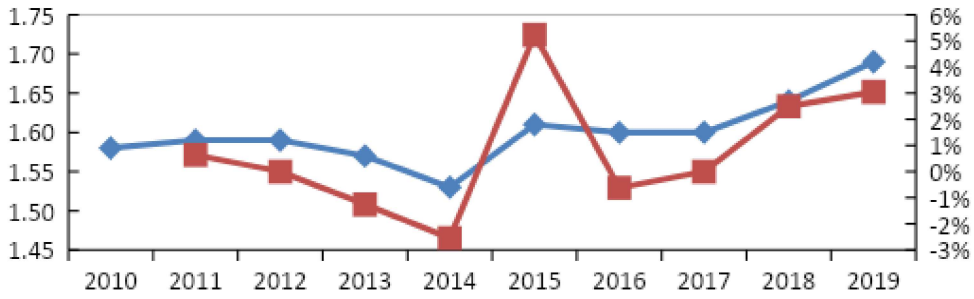
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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, el Instituto Nacional de Estadística vuelve a ser nuestro referente a la hora de analizar esta variable. La estancia media ha sido

estimada por dicha fuente en 1,69 noches, lo que representa un incremento del 3,05% respecto al año precedente.

Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2010-2019

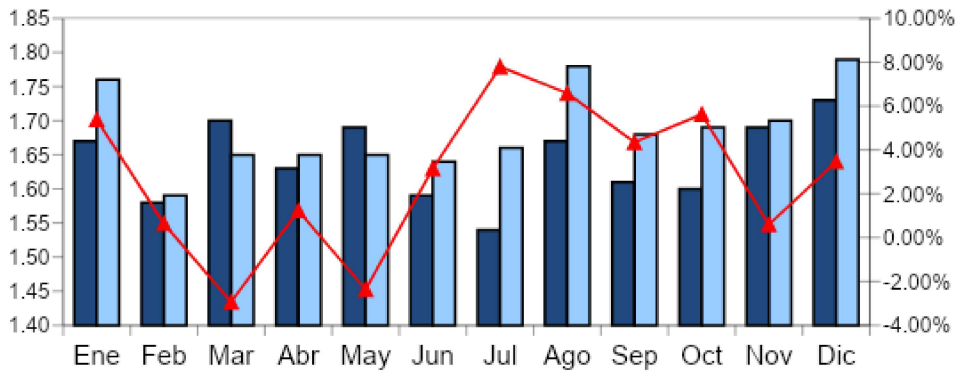


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El detalle mensual nos lleva a destacar Agosto y Diciembre como los meses donde la estancia media fue la más elevada, al cifrarse en 1,78 y 1,79 noches de hotel registradas respectivamente.

Por el contrario, febrero y junio fueron los meses donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,59 y 1,64 noches respectivamente.

Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2019

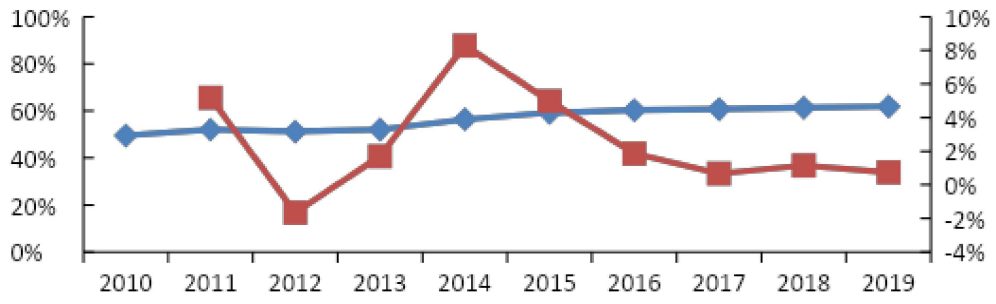


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Una vez analizados los datos de viajeros, pernoctaciones y estancia media, pasamos a conocer el grado de ocupación hotelera obtenido en la ciudad 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 2019 ha sido estimada en 61,82%, lo que supone un crecimiento del 0,73% respecto a la cifra obtenida en 2018, donde el grado de ocupación fue del 61,37%.

Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2010-2019

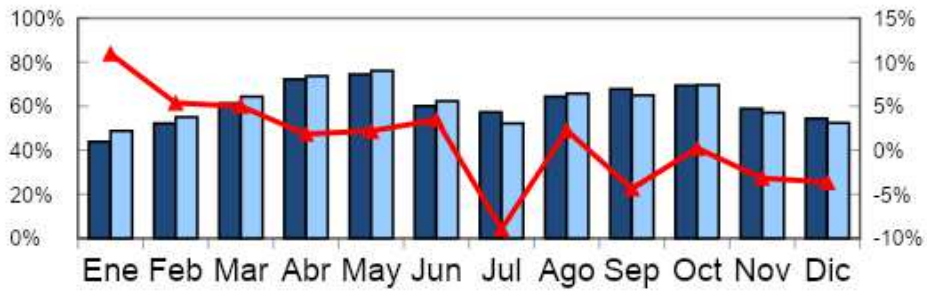


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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 76,17%, 73,57% y 69,61% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de enero con un 10,94% de

variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de julio con un 8,95% de variación.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2019



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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

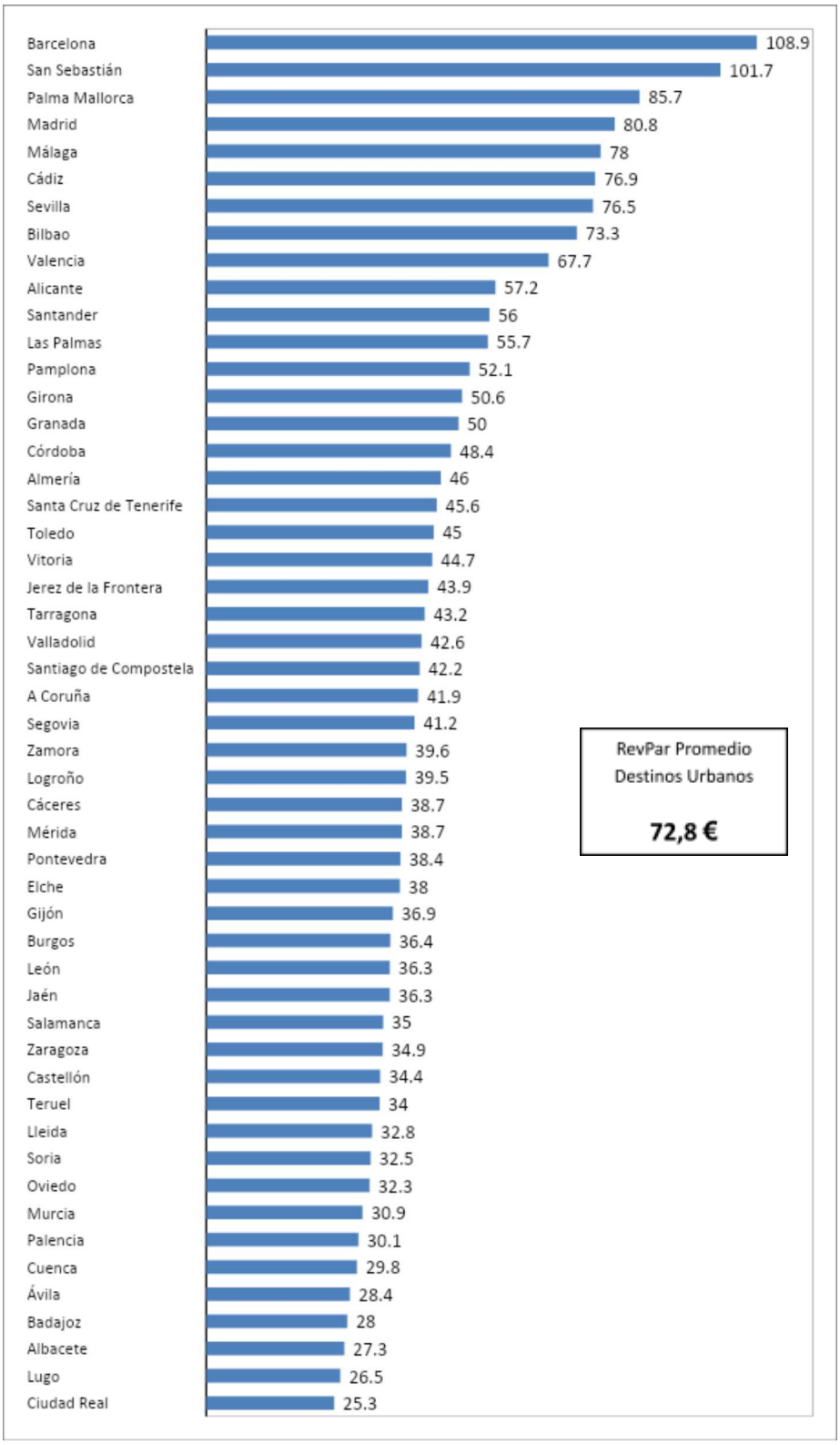
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación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

En 2019, la evolución de los destinos urbanos creció de forma intensa con una notable evolución de la rentabilidad inducida del turismo en los destinos urbanos españoles. Como resultado de ello, de las 51 ciudades españolas incluidas en el barómetro, 41 de ellas registran incrementos en sus ingresos y 46 aumentaron su empleo inducido por el turismo.

El REVPar (ingreso medio por habitación disponible) del conjunto de los destinos urbanos registró un crecimiento interanual del 7,3% en el acumulado del año respecto a 2018.

Con respecto a la ciudad de Córdoba, el REVPar se sitúa en la decimosexta posición de las 51 ciudades analizadas con un promedio de 48,4€, siendo el promedio de los Destinos Urbanos de 72,8€.

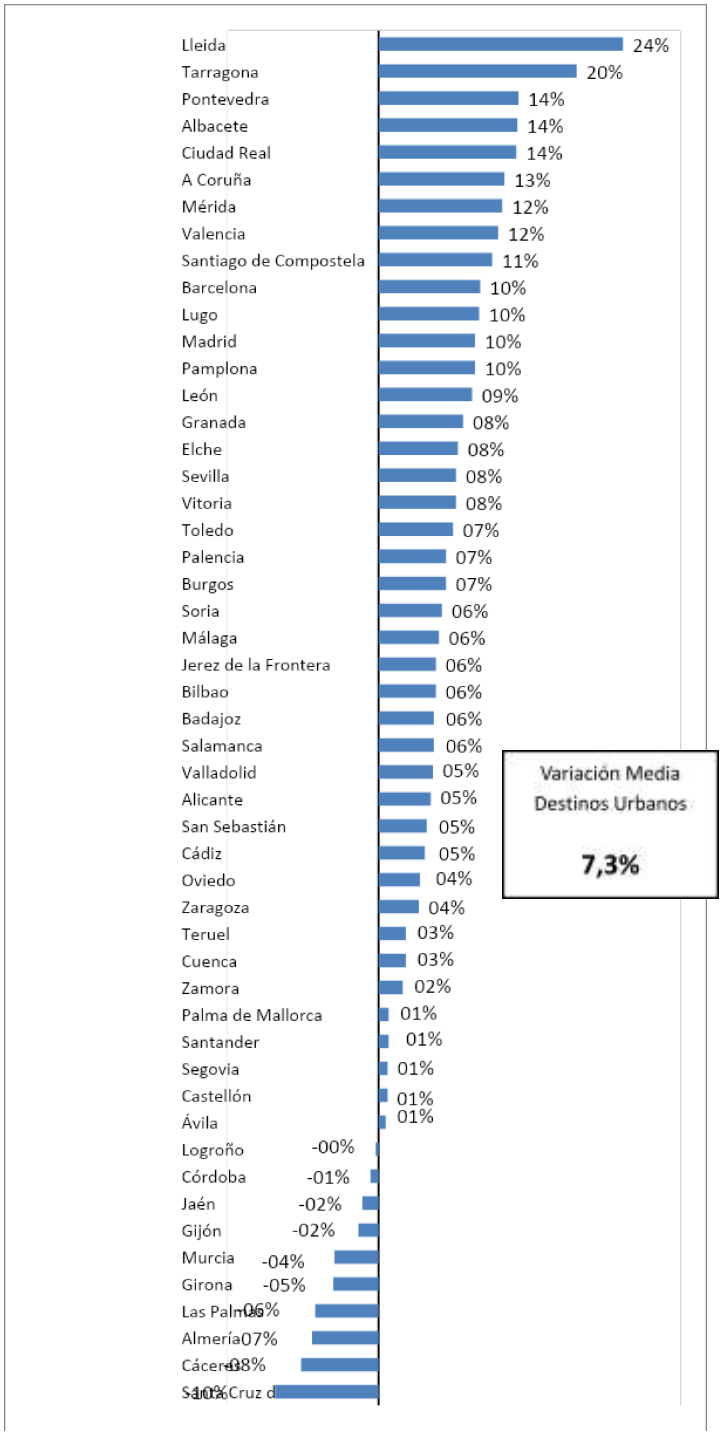
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2019



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 43 con un descenso del 0,8% y la variación media de los Destinos Urbanos queda reflejada en un 7,3%.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2019 - 2018



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.

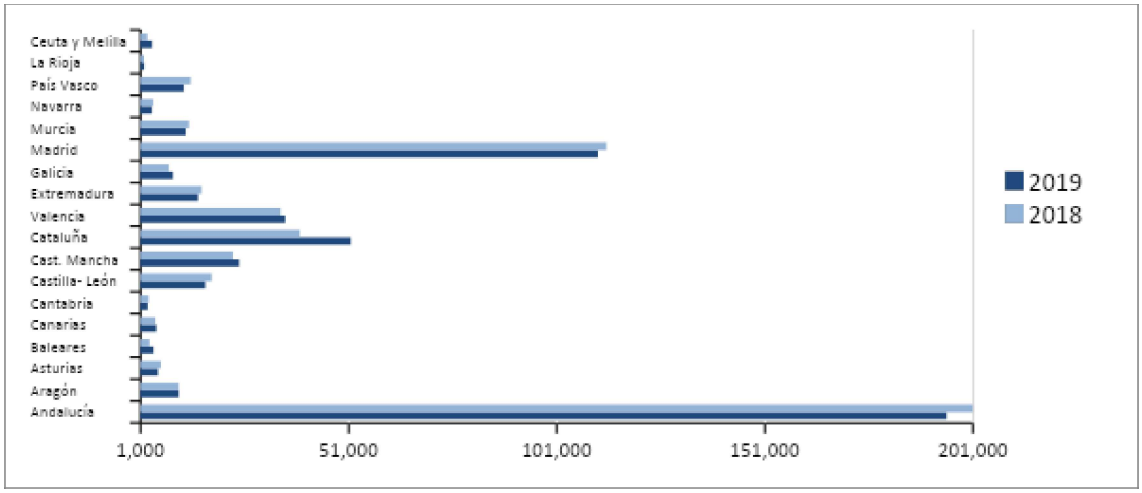
Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2019 siguen siendo Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de los turistas andaluces pues en su conjunto representan el 38% del total de turismo que recibe la ciudad.

Andalucía ha supuesto en 2019 el **37,63%** del total de visitantes nacionales a nuestra ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es **Madrid** que representa el **21,44%** del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa **Cataluña**, en una proporción del **9,95**%, seguido de **Valencia** con un **6,91**%. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan **Castilla La Mancha, Castilla León** y **Extremadura**, con un **4,77**%, **3,20%** y **2,86**%, respectivamente.

De estas comunidades la que ha reflejado el mayor incremento con respecto a 2018 ha sido Cataluña con un 31,10%.

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 **13,24**% de visitantes nacionales.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2019



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

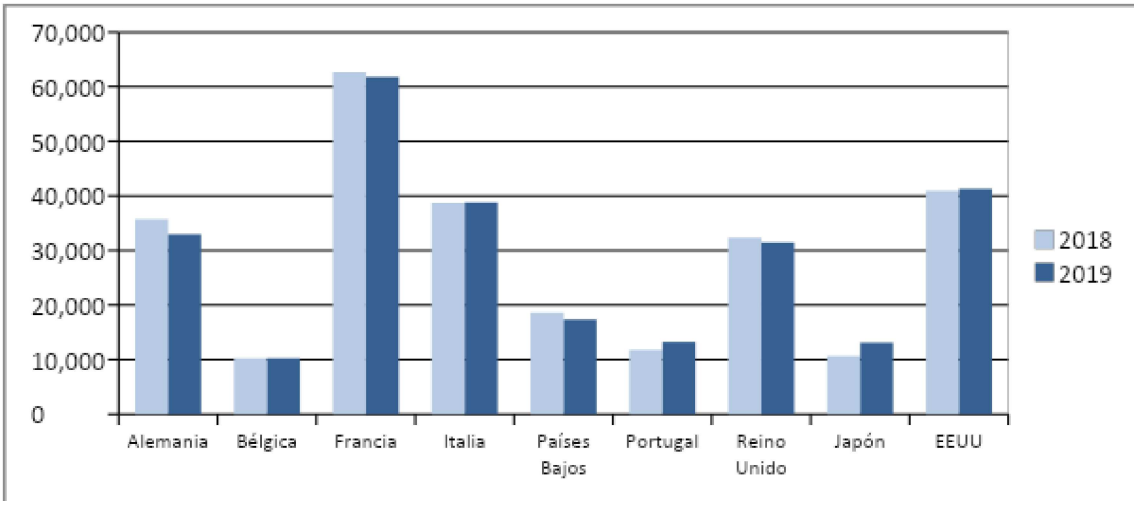
El turismo emisor extranjero ha sufrido un incremento del 1,93% con respecto al año 2018, representando actualmente el 46,56% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 51,97% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron **Francia, Italia, Alemania,** y **Reino Unido** con un **13,76**%, **8,63**%, **7,33**% y **7**% respectivamente y concentran casi el treinta y siete por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, República China y EEUU, decir que **Estados Unidos** alcanzó el **9,19%** del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza **República China** que representa un total del **9,08%**.

Otros mercados internacionales como son Argentina, Japón, Europa del Este, etc. representan el **20,53%** de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2019



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.

Como viene siendo habitual, el turismo alemán concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño, concentrando en estos meses el 65% del total de las llegadas.

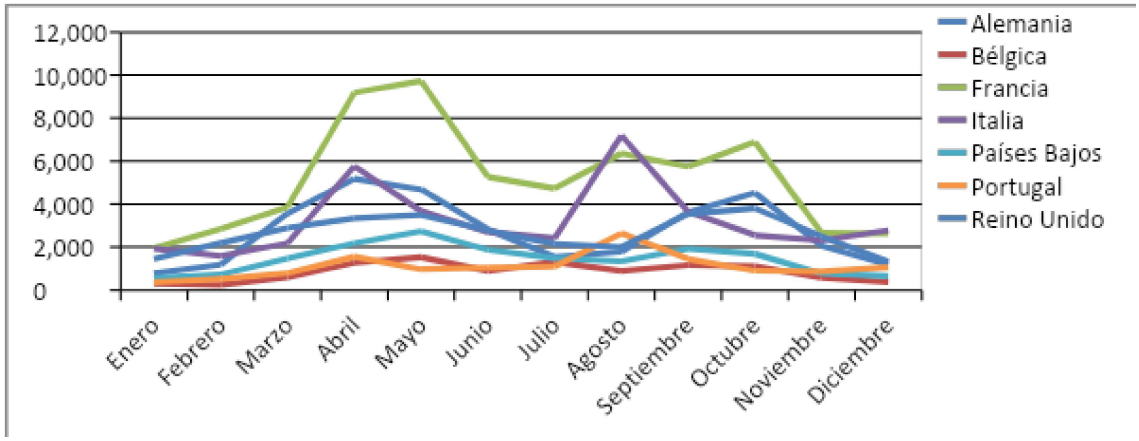
El turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de primavera-verano, siendo agosto el mes por excelencia al recoger un total de 7.194 visitantes.

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 3.805.

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.

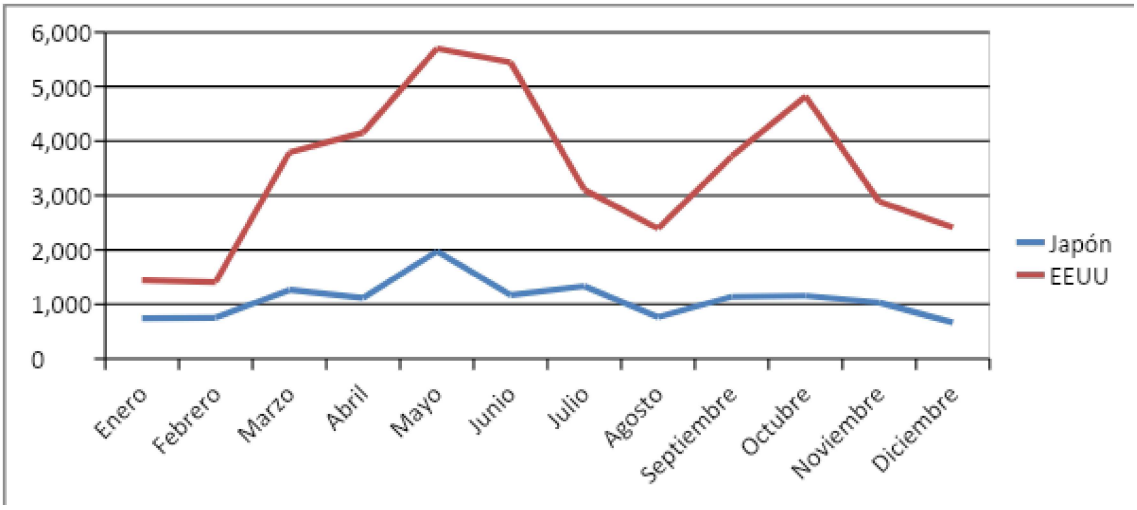
Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2019



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, febrero, agosto y diciembre los meses de menor afluencia. Por su parte, de Estados Unidos recibe un mayor número de viajeros en otoño y primavera, siendo mayo el mes más demandado.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2019



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 2019

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	782	301	1.954	1.933	563	370	1.456	744	1.444
Febrero	1.184	244	2.843	1.586	717	511	2.190	757	1.411
Marzo	3.566	588	3.860	2.186	1.479	791	2.885	1.266	3.793
Abril	5.173	1.278	9.186	5.765	2.177	1.552	3.336	1.120	4.154
Mayo	4.683	1.530	9.725	3.676	2.732	972	3.490	1.971	5.702
Junio	2.826	885	5.266	2.698	1.870	1.041	2.781	1.172	5.443
Julio	1.541	1.312	4.729	2.421	1.481	1.101	2.149	1.334	3.104
Agosto	1.782	886	6.360	7.194	1.341	2.640	2.004	766	2.395
Septiembre	3.627	1.168	5.735	3.646	1.918	1.445	3.541	1.141	3.722
Octubre	4.516	1.112	6.894	2.552	1.683	902	3.805	1.160	4.823
Noviembre	2.052	570	2.661	2.315	772	872	2.501	1.034	2.885
Diciembre	1.185	374	2.624	2.781	640	1.064	1.321	668	2.414
TOTAL	**32.917**	**10.248**	**61.837**	**38.753**	**17.373**	**13.261**	**31.459**	**13.133**	**41.290**

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 resalta los aspectos culturales de un determinado destino turístico. Hoy día es uno de los máximos exponentes y atractivos para los flujos turísticos que, sin duda, aporta beneficios a la ciudad anfitriona y proporciona medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio.

Córdoba es por su riqueza patrimonial un claro ejemplo de destino turístico-cultural, en el cual los visitantes se ven motivados a realizar actividades turísticas ligadas con la amplia oferta de museos y monumentos que posee. Así pues, en este apartado está dedicado al estudio de la oferta cultural que posee la ciudad.

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

El saldo agregado de visitas a los diferentes museos y monumentos de la ciudad de Córdoba no hace sino confirmar la vitalidad del sector turístico de la capital. Entre todos los centros turísticos han sumado 4.477.319 entradas, es decir más de 740.000 visitas que en 2018, esto es un 20,06% más que la cifra obtenida un año antes.

Desglosando por trimestres todos presentan signos positivos siendo el más favorable el primero, que experimenta un crecimiento del 12,39%, seguido del tercer trimestre que se incrementa en un 9,03%, el cuarto con un 8,84% de crecimiento y por último el segundo trimestre que lo hace con un 4,60%. El trimestre más numeroso en cuanto a número total de visitas ha sido el segundo con un total de 1.231.979 entradas.

La disyunción entre monumentos y museos vuelve a destacar la supremacía de los primeros, que aglutinan el 85% de las entradas, frente al 15% que acaparan los segundos.

Los monumentos cordobeses han visto incrementar sus niveles de afluencia en un 24,42% respecto a 2018. Varios son los motivos a los que podemos achacar estos resultados que corresponden por un lado, a la reapertura de la Sinagoga, y otro lado, a que todos los monumentos analizados excepto los Baños del Alcázar Califal presentan signos de crecimiento. El mayor de éstos corresponde a la Capilla de San Bartolomé que ha incrementado en un 23% sus visitas.

Los museos por su parte no han tenido el mismo comportamiento que los monumentos pues han sufrido un leve descenso del 0,14% respecto al año precedente. Todos los museos han presentado datos positivos excepto el Museo Arqueológico y el Museo de Bellas Artes. El mayor incremento lo ha registrado el Museo Taurino con un 13,15%.

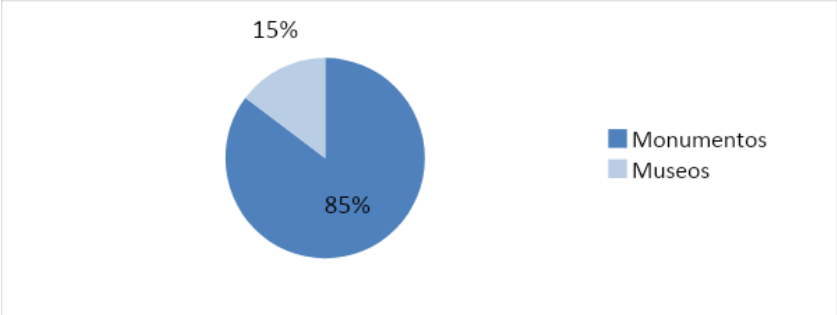
Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2019

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18
1º TRIM	133.383	17,78%	1º TRIM	77.545	58,49%	1º TRIM	103.660		1º TRIM	412.866	9,31%
2º TRIM	197.971	7,76%	2º TRIM	84.623	21,06%	2º TRIM	214.200		2º TRIM	655.353	2,68%
3º TRIM	137.242	13,75%	3º TRIM	54.525	-19,86%	3º TRIM	125.100		3º TRIM	518.862	13,78%
4º TRIM	147.141	9,93%	4º TRIM	68.979	-22,37%	4º TRIM	176.150	138,10%	4º TRIM	492.079	2,27%
TOTAL	**615.737**	**11,65%**	**TOTAL**	**285.672**	**3,61%**	**TOTAL**	**619.110**		**TOTAL**	**2.079.160**	**6,45%**
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18
1º TRIM	22.363	-3,97%	1º TRIM	15.511	-26,24%	1º TRIM	7.535	15,98%	1º TRIM	17.636	-11,18%
2º TRIM	30.795	3,42%	2º TRIM	24.565	-1,72%	2º TRIM	11.860	13,91%	2º TRIM	99.371	2,30%
3º TRIM	21.401	2,93%	3º TRIM	16.811	-9,14%	3º TRIM	8.357	27,47%	3º TRIM	64.680	1,68%
4º TRIM	21.989	0,77%	4º TRIM	22.846	14,98%	4º TRIM	12.770	34,72%	4º TRIM	110.145	-10,79%
TOTAL	**96.548**	**0,91%**	**TOTAL**	**79.733**	**-5,52%**	**TOTAL**	**40.522**	**23,00%**	**TOTAL**	**291.832**	**-4,03%**
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18
1º TRIM	15.295	3,83%	1º TRIM	4.094	4,28%	1º TRIM	34.021	15,95%	1º TRIM	14.302	15,26%
2º TRIM	33.233	7,69%	2º TRIM	9.692	-23,47%	2º TRIM	61.081	6,61%	2º TRIM	17.099	-2,31%
3º TRIM	9.819	-0,46%	3º TRIM	6.336	-5,43%	3º TRIM	26.904	11,75%	3º TRIM	8.895	21,88%
4º TRIM	11.708	-36,59%	4º TRIM	10.481	56,41%	4º TRIM	71.796	-2,24%	4º TRIM	13.149	-4,64%
TOTAL	**70.055**	**-5,23%**	**TOTAL**	**30.603**	**2,04%**	**TOTAL**	**193.802**	**5,24%**	**TOTAL**	**53.445**	**4,80%**
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/18		VISITAS	%var/18						
1º TRIM	4.533	1,61%	1º TRIM	759.084	12,39%						
2º TRIM	6.336	20,82%	2º TRIM	1.231.979	4,60%						
3º TRIM	5.105	27,05%	3º TRIM	878.937	9,03%						
4º TRIM	5.126	4,10%	4º TRIM	1.164.359	8,84%						
TOTAL	**21.100**	**13,15%**	**TOTAL**	**4.477.319**	**20,06%**						

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 85% de las entradas corresponden a los monumentos y tan solo el 15% 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" (hasta el mes de octubre).

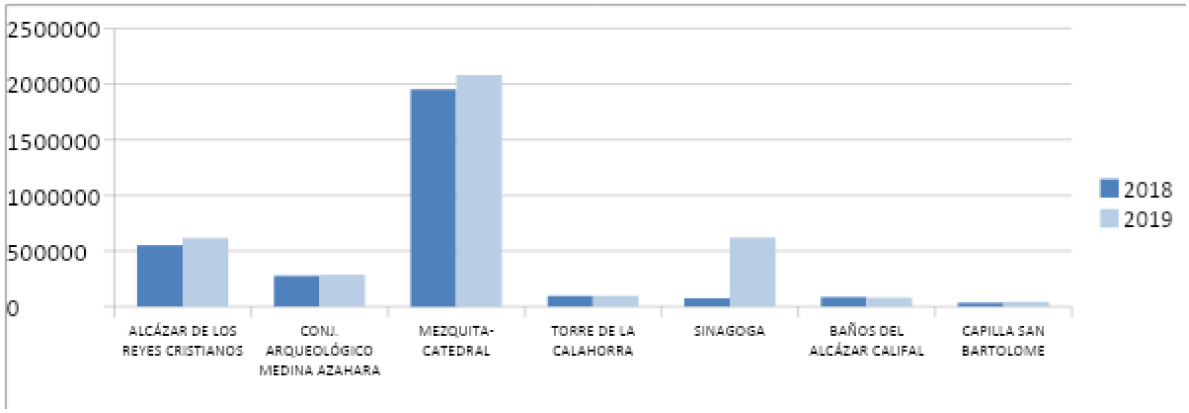
Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2019



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, como es habitual la Mezquita, Catedral ejerce un protagonismo destacado. En 2019 ha superado la cifra de los 2 millones de visitas, lo que supone un crecimiento del 6,45% con respecto a 2018.
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 Alcázar delos Reyes Cristianos que ha visto crecer sus visitas en un 11,65%.

Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2018-2019

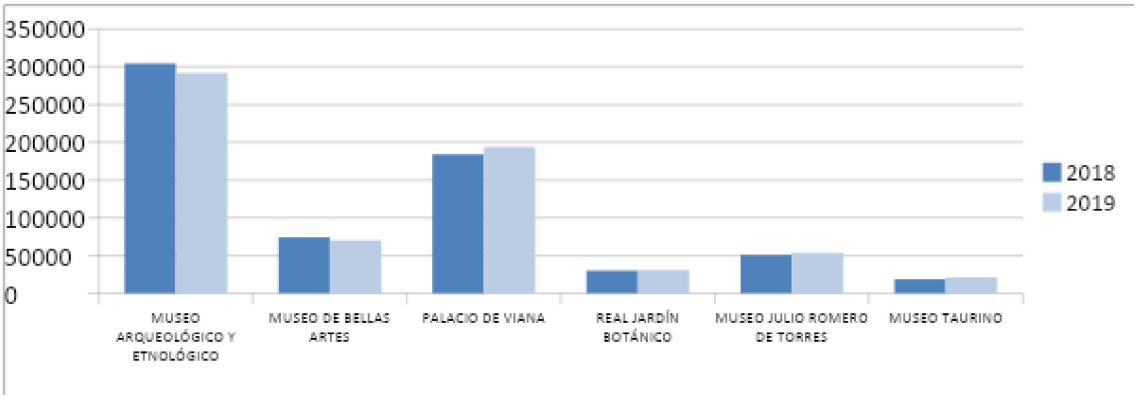


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Una vez analizada la evolución de los monumentos, vamos a hacer lo mismo con la oferta museística de la ciudad. En el siguiente gráfico referente a los museos cordobeses, 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 descender sus visitas durante este año en un 0,14%.

El Museo Arqueológico es el que ha registrado el mayor número de visitas, 291.832 entradas, pero a pesar de ello sus visitas han descendido un 4,03%. Tamibén desciende el Museo de Bellas Artes en un 5,23%. Por el contrario, el resto de museos presentan signos positivos en sus visitas siendo el Museo Taurino el que registra el mayor crecimiento seguido del Palacio de Viana con un 5,24% y del Museo Julio Romero de Torres con un 4,80%.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2018-2019



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 2019 que, mayoritariamente, han sido registradas en la web 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. De este modo, la interpretación de la presente información debe considerarse como orientativa.

En el último año, se ha experimentado un ascenso en la actividad MICE (1,32%). En términos generales, en el periodo estudiado, se han contabilizado 77 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas, en las que han

participado 11.978 delegados. Según la categoría del evento destaca el incremento de las convenciones.

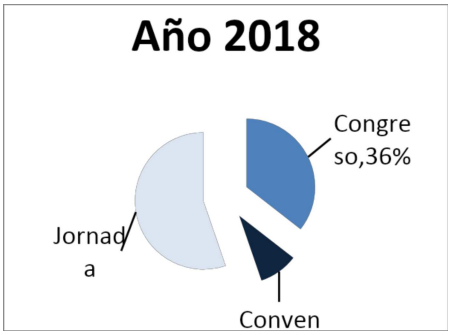
Del total de las reuniones y tal y como se muestra en la tabla siguiente, se contabilizaron 25 congresos, 10 convenciones y 42 jornadas.

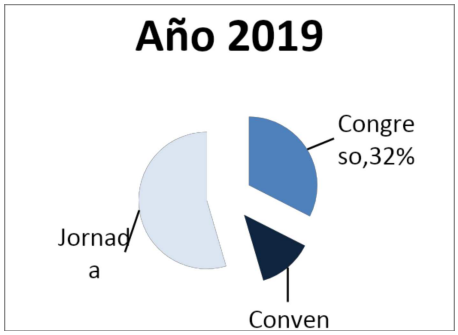
Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2018-2019

	Reuniones celebradas en Córdoba		
	Congreso	Convención	Jornada
2018	27	7	42
2019	25	10	42
Var. 19/18	-7,41%	42,86%	0,00%

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

Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2018-2019

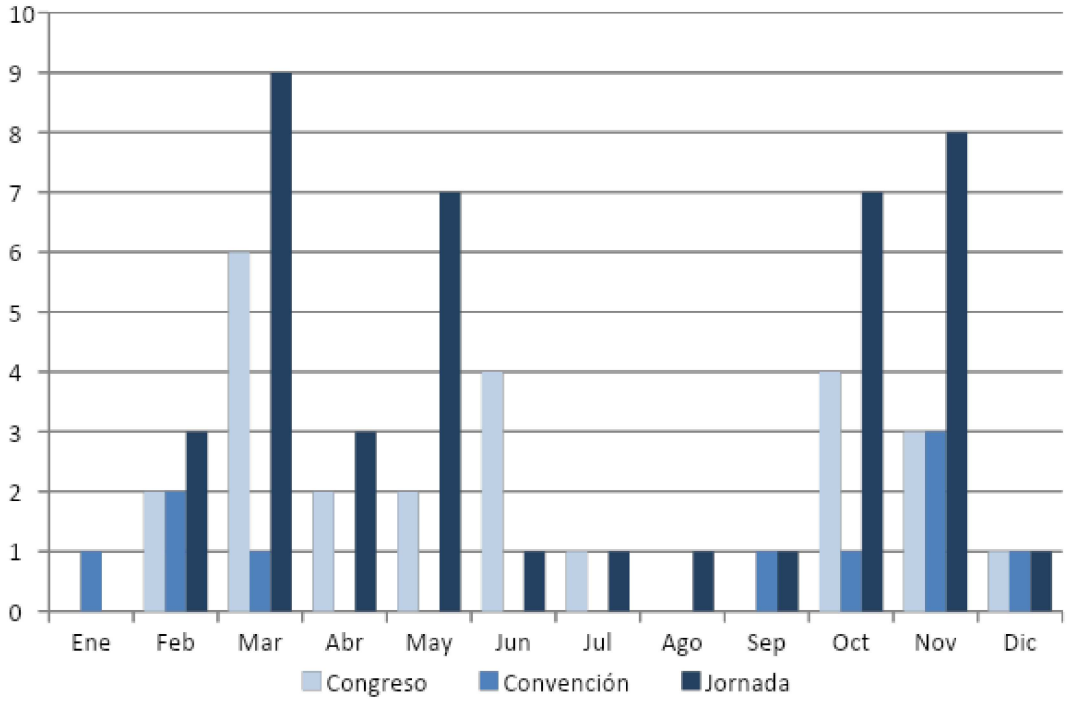




Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Los meses con mayor número de reuniones son marzo, abril, junio, octubre y noviembre. Por el contrario, el periodo con un menor número de reuniones es el que comprende los meses de enero, febrero, julio, agosto y diciembre, coincidiendo con la temporada de baja actividad turística en nuestra ciudad.

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2019



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

En cuanto al número de delegados en 2019, estos suman un total de 11.978 frente a los 13.819 del año 2018. Lo que representa un descenso del 13,32% con respecto al año anterior.

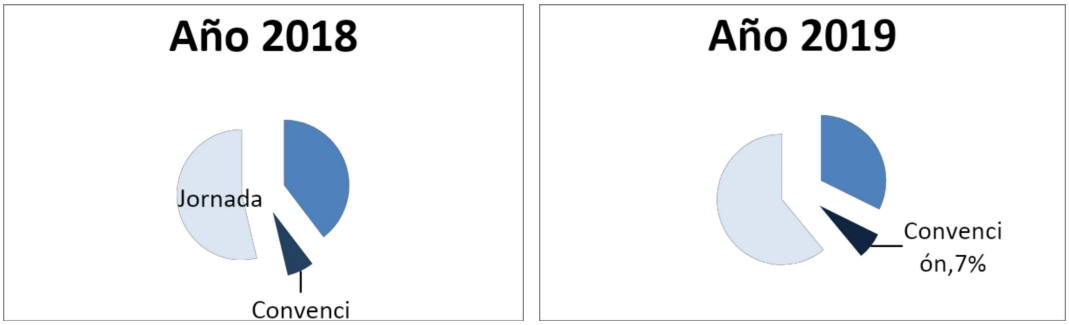
El mayor descenso lo recogen los asistentes a congresos con un 29,38%.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2018-2019

	Congreso	Convención	Jornada
2018	5.473	920	7.426
2019	3.865	805	7.308
Var. 19/18	-29,38%	-12,50%	-1,59%

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

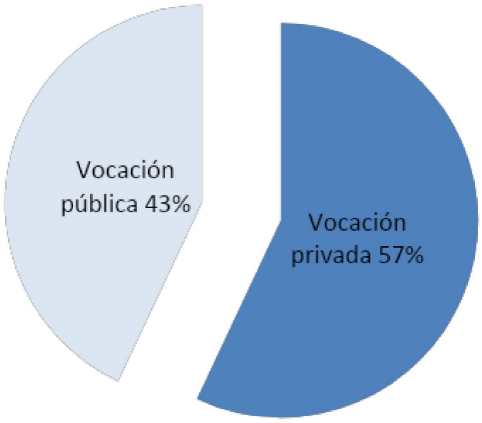
Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2018-2019



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

Las 77 reuniones respondieron a esta pregunta, obteniéndose como resultado que el 57% de las reuniones son de carácter privado, lo cual representa una continuidad en la tendencia iniciada el año anterior.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2019



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 30% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2019. Les siguen las vinculadas con el mundo universitario (18%) y con el segmento sanitario (16%).

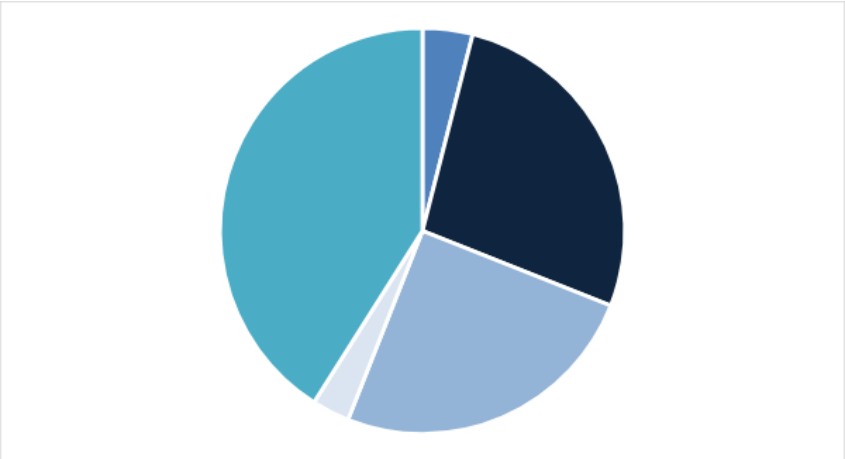
Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2018-2019

	2018	2019
Económico	10,00%	10,00%
Sanitario	11,00%	16,00%
Cultural	15,00%	30,00%
Público	7,00%	8,00%
Universidad	11,00%	18,00%
Tecnológico	3,00%	1,00%
Científico	8,00%	14,00%
Otros	11,00%	3,00%

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

En cuanto a la sede, destacan las Universidades (27%) y Salas de hoteles (25%), que se convierten en los espacios de celebración preferidos por los organizadores. El apartado Otros representa un 41%, lo cual se puede interpretar como la utilización de nuevos espacios diferentes a los clásicos (espacios singulares, edificios públicos, centros de convenciones, etc.).

Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2019

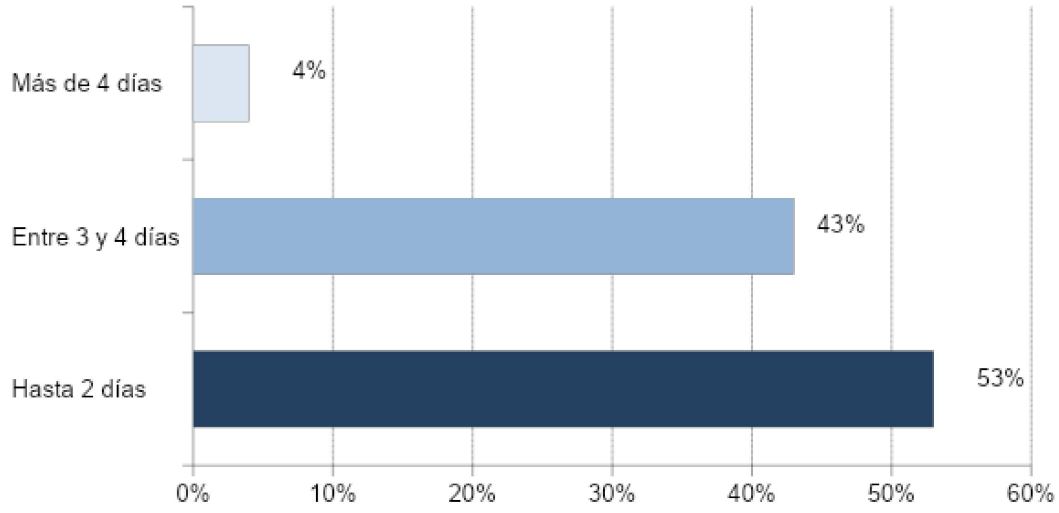


Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La duración media de las reuniones en el periodo estudiado es mayoritariamente de hasta 2 días y las que menos se celebran son las que duran más de 4 días. Esto representa un importante cambio en cuanto a la duración media de los eventos.

La duración media de las reuniones ha descendido casi medio punto, situándose la estancia media de 2,48 días.

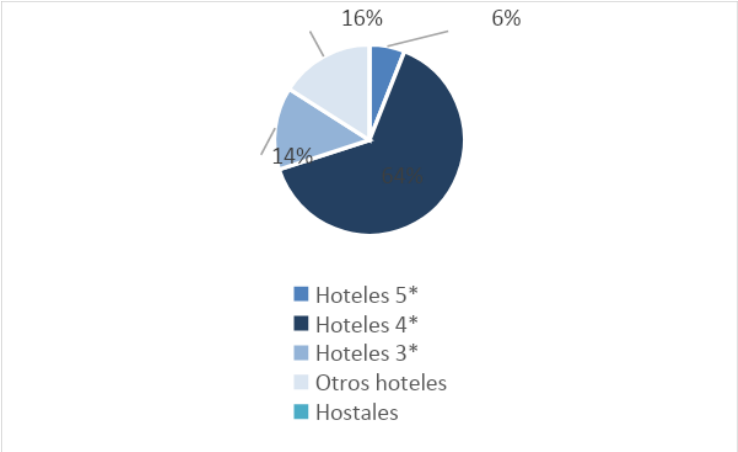
Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2019



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

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, predomina la utilización de los hoteles de 4* para este segmento turístico, con un 64% del total.

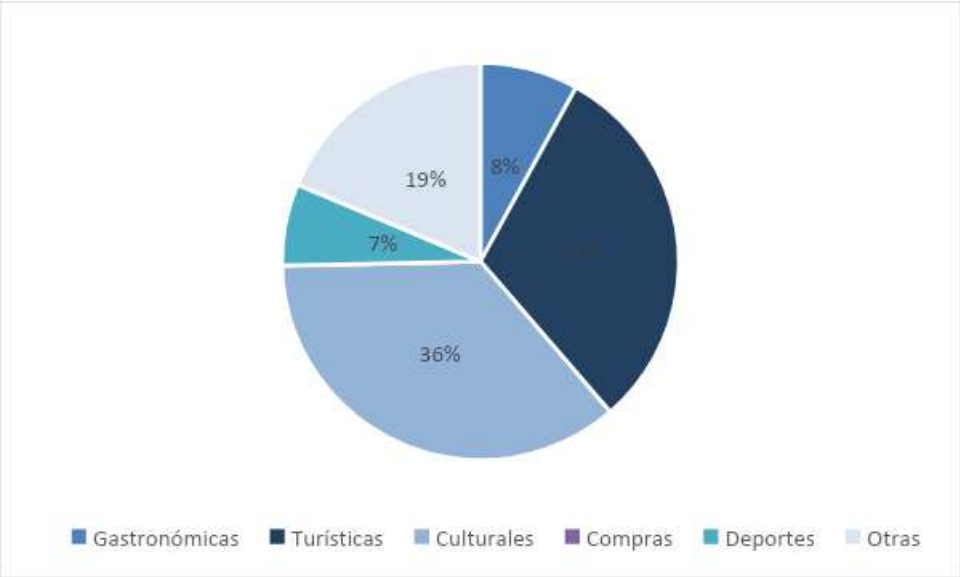
Gráfico 4.7. Tipo de alojamiento utilizado. Año 2019



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

En cuanto al tipo de actividad complementaria predomina la vinculada al segmento cultural.

Gráfico 4.8. Tipo de actividades complementarias a la reunión. Año 2019



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.

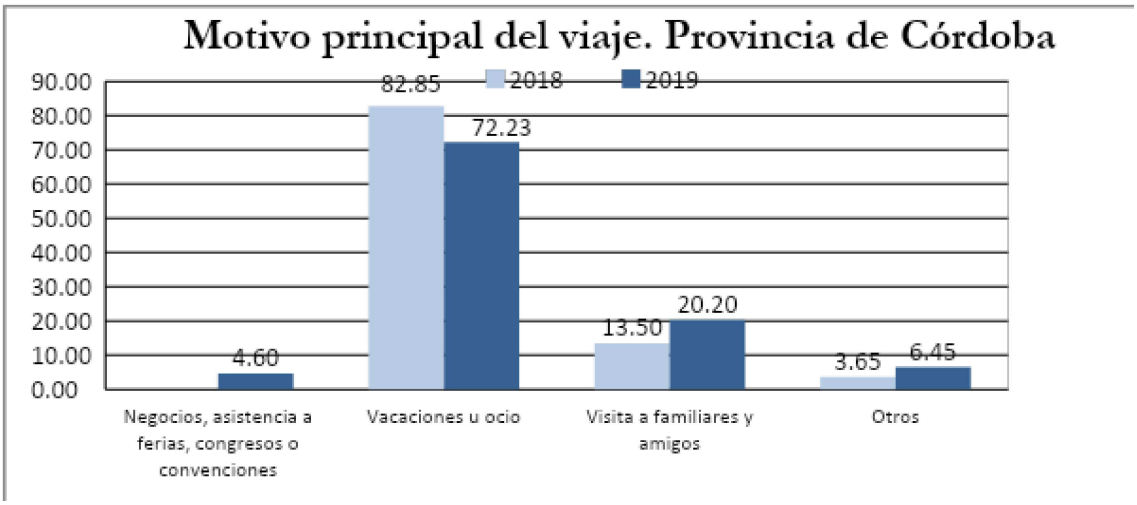
Un año más el principal motivo de los turistas que nos visitan ha sido el de las vacaciones u ocio representando un 72,23%, seguido de las visitas a familiares y amigos con un 20,20% de representación. Las motivaciones relacionadas con otros motivos ascienden en más de un 75%. Y las visitas por negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones este año representan un 4,60% del total.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2018-2019

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2018	2019	Var. 19/18
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	0,00	4,60	
Vacaciones u ocio	82,85	72,23	-12,82%
Visita a familiares y amigos	13,50	20,20	49,63%
Otros	3,65	6,45	76,71%

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 2018-2019



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 64,88 euros, lo que refleja un incremento del 1,53% con respecto a un año antes.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2018-2019

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2018	**2019**	**Var. 19/18**
Euros	63,90	64,88	1,53%

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 2019, se sitúa en 8,5 de promedio en una escala de 1 a 10, esta puntuación es inferior en un 1,17% con respecto a 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 9,15, seguida de los Paisajes y Parques Naturales con un 8,98%, de la Atención y trato con un 8,95 y la Asistencia Sanitaria con un 8,80%. Le siguen con puntuaciones superiores al 8,5 la Seguridad ciudadana, los Trenes, la Restauración, el Ocio-Diversión y el Alojamiento. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución es la Asistencia Sanitaria con un incremento del 7,32%.

Los aspectos que han obtenido la puntuación más baja han sido el Nivel de Tráfico con una valoración de 7,75, los Autobuses con 7,73 y el Alquiler de coches con un 7,53. Aun así, esta nota media de 7,53, 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 2018-2019

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2018	2019	Var. 19/18
Alojamiento	8,48	8,60	1,47%
Restauración	8,53	8,65	1,47%
Ocio-diversión	8,50	8,60	1,18%
Transportes públicos:			
Autobuses	7,85	7,73	-1,59%
Trenes	8,65	8,65	0,00%
Taxis	9,05	8,25	-8,84%
Alquiler de coches	8,10	7,53	-7,00%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	9,13	8,98	-1,64%
Entornos urbanos	8,93	8,60	-3,64%
Seguridad Ciudadana	8,93	8,65	-3,08%
Asistencia sanitaria	8,20	8,80	7,32%
Atención y trato	9,13	8,95	-1,92%
Relación precio/servicio	8,83	8,50	-3,68%
Red de comunicaciones	7,93	8,05	1,58%
Limpieza	8,15	8,28	1,53%
Nivel de tráfico	7,93	7,75	-2,21%
Señalización turística	8,10	8,00	-1,23%
Información turística	8,78	8,50	-3,13%
Patrimonio cultural	9,23	9,15	-0,81%
Infraestructura para la práctica de golf	8,8		-
Puertos y actividades naúticas	8,3		-
Índice sintético de percepción	**8,6**	**8,5**	**-1,17%**

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

6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES

En este último apartado del Informe, se pretende hacer una comparativa entre las principales ciudades turísticas del panorama nacional, entre las que se encuentra Córdoba, con el propósito de obtener conclusiones que nos ayuden a posicionar el turismo cordobés respecto al resto de destinos.

La destinos turísticos se han seleccionado en función de su similitud con Córdoba, es decir, se han escogido las ciudades, en las que, el turismo cultural también tiene una destacada

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

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

Además de estos indicadores, por el lado de la oferta hotelera 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 conocer de forma amplia y a la vez detallada la evolución turística de la ciudad, la situación actual y las perspectivas que presenta Córdoba como destino turístico, el periodo analizado se referirá a los últimos cinco 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.

Como en años anteriores, Córdoba se posiciona en el octavo lugar en el ranking de viajeros alojados en establecimientos hoteleros dentro de las 17 ciudades españolas analizadas. 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 minucioso, se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un incremento del 1,05%, 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 2015-2019 ha sido del 1,42%. La ciudad que más ha crecido en estos años ha sido Murcia (35,15%) seguida en nivel de crecimiento por Zaragoza (28,55%).

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	MADRID	8.885.972	9.035.265	9.321.708	9.716.708	9.870.672	1,58%	11,08%
2	BARCELONA	7.095.485	7.492.622	7.681.692	8.045.642	8.513.933	5,82%	19,99%
3	SEVILLA	2.308.941	2.528.636	2.615.133	2.671.491	2.782.232	4,15%	20,50%
4	GRANADA	1.696.201	1.832.478	1.785.000	1.867.881	1.994.676	6,79%	17,60%
5	VALENCIA	1.733.717	1.746.589	1.795.061	1.838.460	1.883.850	2,47%	8,66%
6	MÁLAGA	1.105.832	1.175.787	1.317.622	1.376.794	1.410.171	2,42%	27,52%
7	ZARAGOZA	918.860	1.048.545	1.119.888	1.145.222	1.181.153	3,14%	28,55%
8	CÓRDOBA	953.934	988.255	1.014.999	957.417	967.502	1,05%	1,42%
9	BILBAO	831.453	891.263	929.033	938.308	962.095	2,54%	15,71%
10	SANTIAGO C.	742.523	823.333	854.752	728.107	792.986	8,91%	6,80%
11	SALAMANCA	655.974	668.982	685.595	679.839	710.709	4,54%	8,34%
12	SAN SEBASTIAN	578.205	624.448	648.401	656.352	685.693	4,47%	18,59%
13	TOLEDO	562.473	590.603	618.387	600.545	598.971	-0,26%	6,49%
14	BURGOS	438.144	484.023	491.644	480.082	484.559	0,93%	10,59%
15	MURCIA	357.569	426.721	455.393	467.003	483.256	3,48%	35,15%
16	VALLADOLID	380.657	416.608	459.196	455.695	451.307	-0,96%	18,56%
17	AVILA	277.279	264.450	306.666	308.863	311.991	1,01%	12,52%

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

En cuanto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba mantiene la misma posición obtenida en los cuatro últimos años, ocupando el noveno lugar superando los 1,6 millones de pernoctas. Santiago y San Sebastián se sitúan en valores cercanos, con un volumen de pernoctaciones de más de 1,4 millones. Barcelona y Madrid ya superan los 20 millones de pernoctas, ocupando estas ciudades las primeras posiciones. Burgos y Ávila son las ciudades que registran los valores inferiores.

El mayor incremento lo recoge Santiago de Compostela con un crecimiento del 9,57% respecto a 2018, seguido de Granada con un incremento del 6,96%. Por el contrario el menor incremento lo refleja Murcia con un 0,64%.

Haciendo una comparativa con los últimos cinco años, las ciudades que reflejan una mejor evolución son Murcia (36,28%), Ávila (33,41%), Zaragoza (27,81%) y Sevilla (26,72%). El incremento más moderado en cuanto al número de pernoctaciones es el registrado por Córdoba (5,89%).

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	BARCELONA	18.495.817	19.558.812	19.731.885	20.233.905	21.362.903	5,58%	15,50%
2	MADRID	17.816.369	18.007.896	19.235.860	19.725.523	20.682.785	4,85%	16,09%
3	SEVILLA	4.608.510	4.970.326	5.230.894	5.523.053	5.839.752	5,73%	26,72%
4	VALENCIA	3.591.847	3.868.147	4.023.275	4.217.579	4.337.945	2,85%	20,77%
5	GRANADA	3.150.676	3.289.010	3.258.202	3.362.987	3.596.952	6,96%	14,16%
6	MALAGA	2.261.895	2.377.001	2.493.836	2.657.877	2.785.309	4,79%	23,14%
7	ZARAGOZA	1.535.249	1.742.437	1.839.736	1.925.174	1.962.273	1,93%	27,81%
8	BILBAO	1.588.889	1.627.192	1.750.619	1.800.922	1.886.267	4,74%	18,72%
9	CÓRDOBA	1.537.269	1.589.541	1.616.706	1.570.563	1.627.798	3,64%	5,89%
10	SANTIAGO C.	1.279.186	1.373.361	1.463.631	1.339.023	1.467.152	9,57%	14,69%
11	SAN SEBASTIAN	1.181.933	1.246.680	1.313.563	1.356.535	1.425.090	5,05%	20,57%
12	SALAMANCA	1.057.748	1.074.619	1.102.811	1.123.866	1.180.975	5,08%	11,65%
13	TOLEDO	844.699	906.440	918.732	924.246	913.796	-1,13%	8,18%
14	MURCIA	577.262	687.896	748.740	781.712	786.703	0,64%	36,28%
15	VALLADOLID	659.207	700.698	783.387	789.199	784.611	-0,58%	19,02%
16	BURGOS	653.177	722.637	732.324	710.915	739.425	4,01%	13,20%
17	AVILA	348.610	394.929	446.236	450.020	465.083	3,35%	33,41%

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

En lo que se refiere al grado de ocupación por plazas, Córdoba desciende dos posiciones con respecto al año anterior, ocupando la novena plaza, con una ocupación hotelera del 61,82 por ciento, esto ha supuesto un incremento de un 0,73% respecto a 2018. La ciudad de Barcelona es la que ocupa la primera posición con el 69,97%.

El mayor incremento ha sido registrado por Santiago de Compostela con un 7,07% seguido de Burgos con un 5,52% y Granada con un 5,43%.

En la evolución experimentada por estas ciudades en el último lustro, Córdoba ha registrado un incremento del 4,48%, siendo los mayores incrementos los registrados por Zaragoza y Murcia con un 22,84% y 21,12% respectivamente.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	BARCELONA	67,29	69,37	68,61	68,22	69,97	2,57%	3,98%
2	SEVILLA	59,83	62,41	65,38	67,51	68,91	2,07%	15,18%
3	MÁLAGA	62,94	64,89	66,22	64,08	65,00	1,44%	3,27%
4	GRANADA	60,90	62,71	63,38	60,78	64,08	5,43%	5,22%
5	MADRID	59,99	60,17	62,73	62,69	63,93	1,98%	6,57%
6	VALENCIA	54,59	56,77	59,04	61,91	63,84	3,12%	16,94%
7	SAN SEBASTIAN	61,84	62,80	62,67	63,25	63,31	0,09%	2,38%
8	BILBAO	58,10	58,05	60,19	61,25	62,46	1,98%	7,50%
9	CÓRDOBA	59,17	60,02	60,51	61,5	61,79	0,47%	4,43%
10	TOLEDO	50,88	55,42	57,27	56,36	56,81	0,80%	11,65%
11	SALAMANCA	50,68	52,99	52,29	52,63	54,87	4,26%	8,27%
12	VALLADOLID	46,14	48,50	53,72	53,90	53,56	-0,63%	16,08%
12	ZARAGOZA	43,60	47,52	48,35	52,68	53,56	1,67%	22,84%
14	BURGOS	47,53	50,64	52,19	50,35	53,13	5,52%	11,78%
15	SANTIAGO C.	44,56	47,37	52,30	48,80	52,25	7,07%	17,26%
16	MURCIA	38,25	42,53	45,38	46,78	46,33	-0,96%	21,12%
17	ÁVILA	43,86	40,15	43,91	44,51	46,03	3,41%	4,95%

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

El análisis de la estancia media, es muy favorable para Córdoba este año pues escala 3 posiciones y se sitúa en la undécima posición del ranking de las ciudades analizadas con respecto a 2018.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,69 noches. Barcelona vuelve a encabezar la lista con una estancia media de 2,50 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 3,05%. El mayor incremento lo ha recogido Madrid (3,45%) y el mayor descenso lo ha registrado Murcia (-2,98%).

Haciendo la comparación con 2015, Córdoba refleja un incremento del 4,97%. La ciudad que más ha incrementado ha sido Valencia con 11,71%.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	BARCELONA	2,59	2,60	2,56	2,51	2,50	-0,40%	-3,47%
2	VALENCIA	2,05	2,20	2,22	2,28	2,29	0,44%	11,71%
3	SEVILLA	1,99	1,96	2,00	2,07	2,10	1,45%	5,53%
4	MADRID	2,00	1,99	2,06	2,03	2,10	3,45%	5,00%
5	SAN SEBASTIAN	2,00	1,96	1,99	2,03	2,03	0,00%	1,50%
6	MÁLAGA	2,03	2,01	1,89	1,92	1,97	2,60%	-2,96%
7	BILBAO	1,89	1,81	1,88	1,91	1,96	2,62%	3,70%
8	SANTIAGO C.	1,78	1,69	1,73	1,87	1,88	0,53%	5,62%
9	GRANADA	1,86	1,80	1,83	1,80	1,80	0,00%	-3,23%
10	VALLADOLID	1,74	1,69	1,71	1,74	1,75	0,57%	0,57%
11	CÓRDOBA	1,61	1,61	1,6	1,64	1,69	3,05%	4,97%
12	SALAMANCA	1,63	1,63	1,63	1,67	1,68	0,60%	3,07%
13	ZARAGOZA	1,67	1,66	1,64	1,68	1,66	-1,19%	-0,60%
14	MURCIA	1,61	1,61	1,64	1,68	1,63	-2,98%	1,24%
15	BURGOS	1,51	1,52	1,52	1,50	1,55	3,33%	2,65%
16	TOLEDO	1,50	1,53	1,49	1,54	1,53	-0,65%	2,00%
17	ÁVILA	1,54	1,51	1,46	1,46	1,50	2,74%	-2,60%

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 mantiene la misma posición de un año antes y vuelve a estar situada en décima posición con un total de 936 empleados.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, Córdoba registra un incremento del 6% respecto al año anterior. El mayor incremento de las ciudades analizadas lo refleja Bilbao con un 8,07%. En el caso opuesto, los descensos más acusados corresponden a Burgos y Toledo.

Tomando como referencia el año 2015, la ciudad registra un crecimiento del 3,85%. De las ciudades que muestran signos de crecimiento en este período, el mayor corresponde a Málaga con un 28,80%.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	BARCELONA	12.570	12.904	13.704	14.028	15.083	7,52%	19,99%
2	MADRID	10.948	11.189	11.917	11.642	12.289	5,56%	12,25%
3	SEVILLA	3.307	3.379	3.464	3.601	3.691	2,50%	11,62%
4	VALENCIA	1.956	2.100	2.208	2.269	2.311	1,85%	18,12%
5	GRANADA	1.620	1.681	1.673	1.763	1.778	0,85%	9,79%
6	MÁLAGA	1.242	1.297	1.392	1.526	1.599	4,78%	28,80%
7	BILBAO	1.129	1.071	1.101	1.140	1.232	8,07%	9,12%
8	SAN SEBASTIAN	874	887	932	1.011	1.039	2,77%	18,88%
9	SANTIAGO C.	936	961	935	961	1.013	5,41%	8,27%
10	CÓRDOBA	901	931	938	883	936	6,00%	3,85%
11	ZARAGOZA	831	798	790	781	760	-2,69%	-8,56%
12	SALAMANCA	612	626	651	665	680	2,26%	11,17%
13	VALLADOLID	542	558	543	551	550	-0,18%	1,52%
14	TOLEDO	502	542	546	538	516	-4,09%	2,70%
15	MURCIA	390	406	439	480	486	1,25%	24,56%
16	BURGOS	413	421	416	435	416	-4,37%	0,67%
17	ÁVILA	378	348	361	350	352	0,57%	-6,90%

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 ascendido en 2 establecimientos durante el ejercicio 2019. 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 10, escala una posición respecto al año anterior , con un total de 88 establecimientos abiertos.

Las primeras posiciones siguen siendo para Madrid y Barcelona que entre ambas ciudades suman más de 1.500 establecimientos hoteleros.

Haciendo comparativa con cinco años atrás, Córdoba ha obtenido un crecimiento del 9,77%. La ciudad que refleja un mayor crecimiento en cuanto al número de establecimientos abiertos es San Sebastián con un 28,29% de incremento, siendo Toledo y Santiago de Compostela las ciudades que han reflejado el mayor descenso.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	MADRID	787	744	788	788	841	6,73%	6,83%
2	BARCELONA	615	659	662	673	691	2,67%	12,34%
3	SEVILLA	210	217	212	219	230	5,02%	9,61%
4	GRANADA	162	162	169	177	161	-9,04%	-0,51%
5	SANTIAGO C.	160	159	156	156	148	-5,13%	-7,31%
6	VALENCIA	133	140	143	142	147	3,52%	10,87%
7	SAN SEBASTIÁN	112	126	143	139	144	3,60%	28,29%
8	MÁLAGA	103	99	95	105	113	7,62%	9,98%
9	SALAMANCA	88	91	90	91	89	-2,20%	1,62%
10	CÓRDOBA	80	87	92	86	88	2,33%	9,77%
11	ZARAGOZA	91	85	89	87	87	0,00%	-4,04%
12	BILBAO	70	70	73	75	75	0,00%	7,27%
13	BURGOS	55	61	56	59	62	5,08%	12,22%
14	TOLEDO	67	63	63	61	61	0,00%	-8,27%
15	VALLADOLID	40	39	40	41	41	0,00%	3,36%
16	ÁVILA	37	37	39	38	39	2,63%	5,64%
17	MURCIA	31	32	33	33	35	6,06%	14,75%

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 7.064 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 incremento del 2,38% durante 2019. Los mayores incrementos los han registrado San Sebastián, Málaga y Sevilla. Los descensos más acusados los han recogido Toledo con un 1,80% y Burgos con un 1,11%.

La evolución de la ciudad en los últimos cinco años refleja un crecimiento del 2,27%, destaca Málaga al reflejar el mayor crecimiento de las 17 ciudades analizadas con un 19,92%, seguido de San Sebastián (17,90%), Murcia (12,53%) y Barcelona (11,40%).

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. 19/15
1	MADRID	80.659	81.003	83.217	85.426	87.666	2,62%	8,69%
2	BARCELONA	74.272	75.954	77.782	80.414	82.736	2,89%	11,40%
3	SEVILLA	20.792	21.436	21.599	22.137	22.891	3,41%	10,09%
4	VALENCIA	17.596	18.260	18.258	18.241	18.248	0,04%	3,70%
5	GRANADA	13.970	14.111	13.895	14.922	15.124	1,35%	8,26%
6	MÁLAGA	9.686	9.880	10.188	11.177	11.615	3,92%	19,92%
7	ZARAGOZA	9.566	9.928	10.330	9.909	9.943	0,34%	3,94%
8	BILBAO	7.393	7.549	7.831	7.911	8.125	2,71%	9,90%
9	SANTIAGO C.	7.533	7.573	7.338	7.260	7.395	1,86%	-1,83%
10	CÓRDOBA	6.907	7.100	7.193	6.900	7.064	2,38%	2,27%
11	SAN SEBASTIAN	5.060	5.283	5.582	5.705	5.966	4,57%	17,90%
12	SALAMANCA	5.639	5.476	5.673	5.741	5.796	0,96%	2,78%
13	MURCIA	4.119	4.395	4.506	4.558	4.635	1,69%	12,53%
14	TOLEDO	4.456	4.371	4.310	4.391	4.312	-1,80%	-3,24%
15	VALLADOLID	3.869	3.889	3.922	3.938	3.965	0,69%	2,48%
16	BURGOS	3.700	3.823	3.745	3.791	3.749	-1,11%	1,34%
17	ÁVILA	2.628	2.648	2.743	2.741	2.737	-0,15%	4,13%

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

IMTUR
INSTITUTO MUNICIPAL
TURISMO DE CÓRDOBA

OBSERVATORIO
TURÍSTICO
CÓRDOBA

AYUNTAMIENTO DE CORDOBA