

## OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

2º TRIMESTRE 2022

### “DATOS POSITIVOS EN EL SEGUNDO TRIMESTRE”

#### 1. Oferta y Demanda Hotelera

Este primer apartado del boletín analiza los datos turísticos más relevantes del segundo trimestre y su comparativa con el año anterior. Al igual que ya hicimos con el primer trimestre también vamos a analizar la comparativa con el año 2019, al ser éste nuestro objetivo a alcanzar.

En la comparativa con el año 2021, el número de viajeros alcanzó la cifra de 240.358, lo que supuso un crecimiento del 143,70%. Por su parte las pernoctaciones también crecieron en un 151,88% con un total de 407.326 noches de hotel. El grado de ocupación registrado fue de un 59,43% reflejando un incremento del 90,48%. Por su parte, la estancia media también se incrementa en un 4,32% con una media de 1,69 días.

Respecto a la procedencia del visitante, es mayor el turismo nacional suponiendo el 55,40% del total de viajero que recibe la ciudad. Este porcentaje refleja un descenso del 32,64% respecto a 2021. Por su parte el turismo internacional ve incrementada sus cifras en un 160,74%, debido en gran medida a la apertura de fronteras con países extranjeros.

Comparando estos mismos datos con los obtenidos en el año 2019, podemos observar como los viajeros aún no han alcanzado los datos de ese año estando un 15,75% por debajo y las pernoctaciones un 13,52%. El grado de ocupación tampoco llega a los niveles de 2019 reflejando un descenso del 15,61%. Por el contrario, la estancia media sí supera el dato de 2019 con un incremento del 2,42%.

	Viajeros	Pernoctaciones	Ocupación Hotelera	Estancia Media	Procedencia	
			INE		España	Extranjero
<b>2022</b>	240.358	407.326	59,43%	1,69	55,40%	44,56%
<b>2019</b>	285.285	470.987	70,42%	1,65	47,81%	52,19%
<b>Var.22/21</b>	143,70%	151,88%	90,48%	4,32%	-32,64%	160,74%
<b>Var.22/19</b>	-15,75%	-13,52%	-15,61%	2,42%	15,88%	-14,62%

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

En el desglose mensual del trimestre, y comparando los datos con el año anterior, se aprecia que el mes de abril es el que presenta el mayor incremento tanto en número de viajeros como de pernoctaciones.

Si comparamos los datos con el año 2019, febrero es el mes que recoge el menor descenso en número de viajeros con un 15,08%. En cuanto a las pernoctaciones el menor descenso corresponde a mayo con un 11,89%.

Mes	Viajeros				Pernoctaciones			
	2019	2022	Var.22/21	Var.22/19	2019	2022	Var.22/21	Var.22/19
<b>Abril</b>	98.379	83.546	446,30%	-15,08%	162.293	142.471	500,54%	-12,21%
<b>Mayo</b>	103.530	87.196	118,40%	-15,78%	172.302	151.808	130,23%	-11,89%
<b>Junio</b>	83.376	69.616	60,36%	-16,50%	136.392	113.047	56,89%	-17,12%
<b>Trimestre</b>	<b>285.285</b>	<b>240.358</b>	<b>143,70%</b>	<b>-15,75%</b>	<b>470.987</b>	<b>407.326</b>	<b>151,88%</b>	<b>-13,52%</b>

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

La estancia media también evoluciona de forma positiva durante los tres primeros meses del año, siendo la más alta de todo el trimestre la correspondiente al mes de mayo con 1,74 noches de hotel. El conjunto del trimestre deja la estancia media en 1,69 noches, un 4,32% superior al dato recogido un año antes. También evoluciona positivamente respecto a 2019 con un incremento del 2,42%.

Según los datos facilitados por el INE, el grado de ocupación trimestral se incrementa un 90,48% con un nivel del 59,43% respecto al mismo trimestre de 2022. No ocurre igual en la comparativa con 2019 en el que el grado de ocupación disminuye un 51,61%.

Mes	Estancia Media				Grado Ocupación			
	2019	2022	Var.22/21	Var.22/19	2019	2022	Var.22/21	Var.22/19
<b>Abril</b>	1,65	1,71	10,32%	3,64%	74,08	63,47	257,38%	-14,32%
<b>Mayo</b>	1,66	1,74	5,45%	4,82%	74,92	65,09	70,21%	-13,12%
<b>Junio</b>	1,64	1,62	-2,41%	-1,22%	62,27	49,72	32,20%	-20,15%
<b>Trimestre</b>	<b>1,65</b>	<b>1,69</b>	<b>4,32%</b>	<b>2,42%</b>	<b>70,42</b>	<b>59,43</b>	<b>90,48%</b>	<b>-15,61%</b>

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

En la comparativa con otros puntos turísticos nacionales, Córdoba ocupa la décima posición descendiendo 2 escalones respecto a 2021. En el caso de las pernoctaciones, ocupa la undécima posición descendiendo también dos posiciones en relación al mismo periodo del año anterior.

Madrid, Barcelona y Sevilla, son las ciudades que reflejan los mayores datos tanto en número de viajeros recibidos como en número de pernoctaciones.

Las ciudades que recogen los menores datos tanto de visitas como de pernoctaciones son Murcia, Burgos y Ávila.

Analizando las ciudades andaluzas, Sevilla se sitúa a la cabeza tanto de número de viajeros como de pernoctaciones, seguida de Granada y Málaga.

	Viajeros	2T 2019	2T 2021	2T 2022	Var.22/21	Var.22/19
1	Madrid	2.667.782	834.750	2.331.903	179,35%	-12,59%
2	Barcelona	2.329.200	494.115	2.060.969	317,10%	-11,52%
3	Sevilla	756.858	279.467	726.967	160,13%	-3,95%
4	Valencia	516.685	224.882	521.860	132,06%	1,00%
5	Granada	552.877	142.806	420.633	194,55%	-23,92%
6	Málaga	377.185	162.915	355.834	118,42%	-5,66%
7	Bilbao	256.018	96.565	270.286	179,90%	5,57%
8	Zaragoza	317.056	125.606	263.853	110,06%	-16,78%
9	Santiago Compostela	239.199	64.898	242.586	273,80%	1,42%
10	Córdoba	285.285	98.630	240.358	143,70%	-15,75%
11	Donostia-San Sebastián	195.431	82.297	211.755	157,31%	8,35%
12	Salamanca	190.119	63.787	168.986	164,92%	-11,12%
13	Toledo	160.998	62.636	147.923	136,16%	-8,12%
14	Murcia	132.427	71.826	126.860	76,62%	-4,20%
15	Burgos	126.857	45.508	124.244	173,02%	-2,06%
16	Ávila	80.116	27.947	67.256	140,66%	-16,05%

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

	Pernoctaciones	2T 2019	2T 2021	2T 2022	Var.22/21	Var.22/19
1	Barcelona	5.792.780	1.124.380	5.641.668	401,76%	-2,61%
2	Madrid	5.529.851	1.674.485	4.935.350	194,74%	-10,75%
3	Sevilla	1.606.956	486.221	1.526.157	213,88%	-5,03%
4	Valencia	1.175.462	452.211	1.215.296	168,75%	3,39%
5	Granada	989.627	258.476	811.889	214,11%	-17,96%
6	Málaga	733.015	325.661	778.640	139,10%	6,22%
7	Bilbao	495.051	170.479	513.477	201,20%	3,72%
8	Zaragoza	526.996	222.899	483.017	116,70%	-8,35%
9	Donostia-San Sebastián	411.427	147.462	457.280	210,10%	11,14%
10	Santiago Compostela	431.482	117.880	427.201	262,40%	-0,99%
11	Córdoba	470.987	161.717	407.326	151,88%	-13,52%
12	Salamanca	322.707	106.450	282.674	165,55%	-12,41%
13	Toledo	249.232	92.481	244.817	164,72%	-1,77%
14	Murcia	217.476	106.357	221.520	108,28%	1,86%
15	Burgos	200.555	70.402	192.085	172,84%	-4,22%
16	Ávila	123.970	45.646	105.776	131,73%	-14,68%

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

En el contexto andaluz, se muestra un incremento del 132,16% en el flujo de visitantes. El gasto medio también muestra un incremento del 4,20% al igual que la estancia media que se incrementa un 6,45% respecto al año anterior.

En la comparativa con el año 2019, tan solo la estancia media es la que muestra un descenso en sus datos de un 53,52%.

Total Andaluz					
	2T 2019	2T 2021	2T 2022	Var. 22/21	Var. 22/19
<b>Flujo de visitantes</b>	8.884.836	3.839.233	8.913.161	132,16%	0,32%
<b>Estancia media</b>	7,1	3,1	3,3	6,45%	-53,52%
<b>Gasto Medio</b>	70,1	69,1	72	4,20%	2,71%

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

## 2. Puntos de Interés Turístico

Al igual que el resto de datos analizados, los monumentos y museos cordobeses reflejan un incremento en sus datos. En cifras absolutas 1.070.827 personas visitaron los puntos de interés turístico de la ciudad durante los meses de abril a mayo, de los cuales el 39,43% los visitan en el mes de mayo, el 36,33% en abril y el 24,25% en junio.

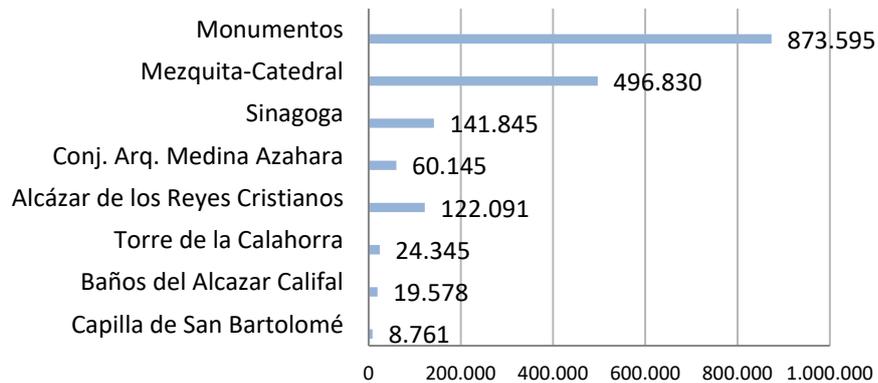
En lo que respecta a los monumentos, éstos han recogido un total de 873.595 visitas, lo cual supone un incremento del 695,94% respecto al año anterior. Todos los monumentos presentan datos de crecimiento siendo el mayor de estos el recogido por la Torre de la Calahorra con un 2688,66% pues el año anterior estuvo cerrado casi todo el trimestre. Le siguen la Mezquita, Catedral con un 352,47% y la Sinagoga con un 246,51%.

Por su parte los museos de la ciudad con un total de 197.232 visitas reflejan un incremento del 199,10%. Los museos que reflejan mayor incremento de visitantes son el Museo Arqueológico con un 517,62%, el Real Jardín Botánico con un 145,42% y el Palacio de Viana con un 136,88%.

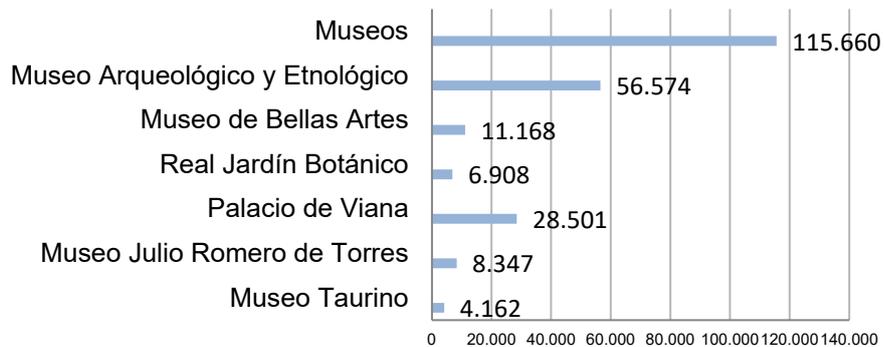
	Alcázar de los Reyes		Conj. Arqueológico		Sinagoga		Mezquita-Catedral	
	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21
<b>Abril</b>	42.475	558,22%	28.587	832,69%	47.670	1220,50%	184.875	2591,05%
<b>Mayo</b>	47.358	168,67%	20.008	87,17%	55.425	214,74%	191.098	260,56%
<b>Junio</b>	32.258	121,05%	11.550	13,78%	38.750	96,55%	120.857	142,04%
<b>Trimestre</b>	<b>122.091</b>	<b>215,70%</b>	<b>60.145</b>	<b>151,59%</b>	<b>141.845</b>	<b>246,51%</b>	<b>496.830</b>	<b>352,47%</b>
	Torre de la Calahorra		Capilla de San		Museo Arqueológico y		Museo de Bellas Artes	
	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21
<b>Abril</b>	10.953		4.461		29.730	1395,47%	5.114	517,63%
<b>Mayo</b>	8.244		2.837	80,47%	33.589	867,15%	17.819	96,18%
<b>Junio</b>	5.148	429,09%	1.463	11,00%	20.406	152,08%	3.100	50,19%
<b>Trimestre</b>	<b>24.345</b>	<b>2402,06%</b>	<b>8.761</b>	<b>203,15%</b>	<b>83.725</b>	<b>517,62%</b>	<b>26.033</b>	<b>117,39%</b>
	Real Jardín Botánico		Baños del Alcázar Califal		Palacio de Viana		Museo Julio Romero de	
	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21	Visitas	Var. 22/21
<b>Abril</b>	2.504	30,89%	7.279		19.369	756,66%	3.673	227,36%
<b>Mayo</b>	2.897	46,68%	8.205		26.588	93,58%	5.617	45,97%
<b>Junio</b>	7.172	480,73%	4.094	72,02%	11.272	38,07%	2.212	23,44%
<b>Trimestre</b>	<b>12.573</b>	<b>145,42%</b>	<b>19.578</b>	<b>59,09%</b>	<b>57.229</b>	<b>136,88%</b>	<b>11.502</b>	<b>70,10%</b>
	Museo Taurino		Total de Visitantes					
	Visitas	Var. 22/21		Visitas	Var. 22/21			
<b>Abril</b>	2.303	190,42%	<b>Abril</b>	388.993	1665,50%			
<b>Mayo</b>	2.522	-4,54%	<b>Mayo</b>	422.207	413,29%			
<b>Junio</b>	1.345	44,47%	<b>Junio</b>	259.627	263,57%			
<b>Trimestre</b>	<b>6.170</b>	<b>41,32%</b>	<b>Trimestre</b>	<b>1.070.827</b>	<b>509,47%</b>			

Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba, Cabildo Catedralicio, Universidad de Córdoba, Fundación Cajasur, Fundación Roger Garaudy. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

## Visitantes a Monumentos



## Visitantes a Museos



Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba, Cabildo Catedralicio, Universidad de Córdoba, Fundación Cajasur, Fundación Roger Garaudy. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

### 3. Encuesta de Coyuntura Turística

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, que elabora trimestralmente el Instituto de Estadística de Andalucía tomando como unidad el análisis de la provincia, 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.

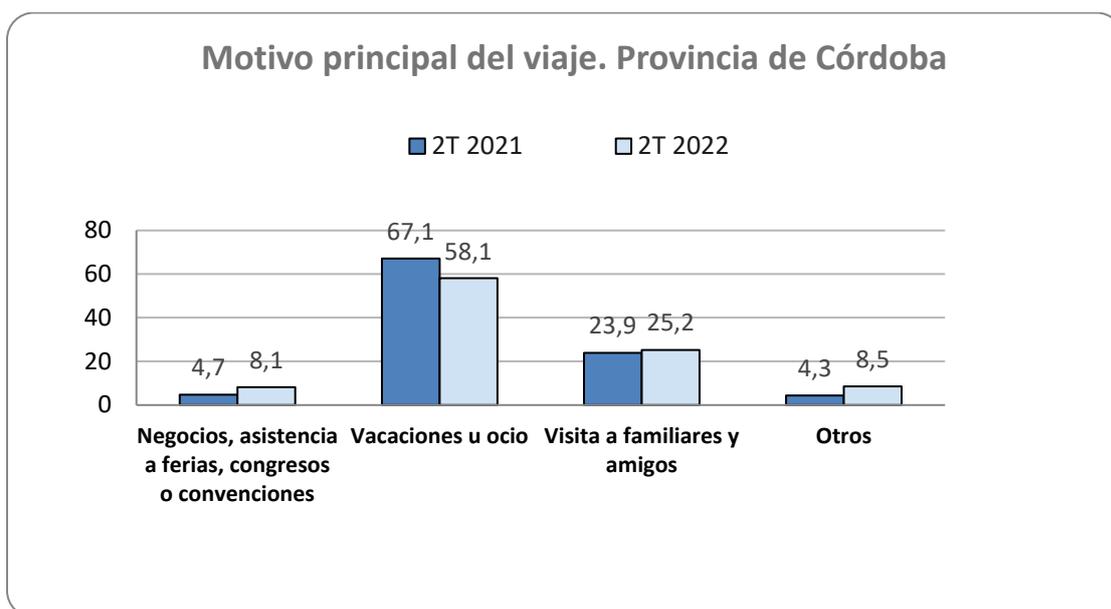
Según esta encuesta, durante el segundo trimestre del año los turistas que visitaron la provincia de Córdoba han permanecido en ella una media de 2,9 días, lo que supone un incremento del 16% respecto al mismo período del año pasado.

Estancia Media			
	2T 2021	2T 2022	Var. 22/21
Nº de días	2,5	2,9	16,00%

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

Con respecto a las motivaciones para visitar Córdoba, destacan las Vacacionales así lo reflejan el 58,1%, seguido de las Visitas a familiares y amigos con un 25,2% y las derivadas por otros motivos que en este período alcanzan el 8,5% de los visitantes encuestados.

En este segundo trimestre del año, vuelven a mejorar sus datos las motivaciones derivadas de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones pues reflejan un 8,1% del total de visitantes encuestados.



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

El gasto medio diario realizado por los turistas que visitaron la provincia durante el segundo trimestre de 2022 se ha cifrado en 68,6€, lo que refleja un incremento del 8,89%.

Gasto Medio Diario			
	2T 2021	2T 2022	Var. 22/21
<b>Euros</b>	63	68,6	8,89%

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 8,7, esto es un 1,14% menos que el año pasado. La puntuación más alta la obtiene el Patrimonio cultural con un 9,3 de media. Le siguen la Atención y trato, Paisajes y parques naturales y Asistencia sanitaria todos estos con puntuaciones de 8,9.

Hay que destacar que el incremento más destacado lo ha obtenido el Nivel de tráfico con un 4,88% y seguido del Alquiler de coches con un 2,41% y de la Señalización turística con un 2,35%.

La puntuación más baja la obtienen el Ocio-diversión y el Alquiler de coches, ambos con un 8,5 que aún siendo la más baja es una muy buena puntuación.

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2T 2021	2T 2022	Var. 22/21
<b>Alojamiento</b>	8,7	8,6	-1,15%
<b>Restauración</b>	9	8,7	-3,33%
<b>Ocio-diversión</b>	8,8	8,5	-3,41%
<b>Transportes públicos:</b>			
<b>Autobuses</b>	8,6	8,6	0,00%
<b>Trenes</b>	9,1	8,8	-3,30%
<b>Taxis</b>	9,3	8,7	-6,45%
<b>Alquiler de coches</b>	8,3	8,5	2,41%
<b>Calidad de la oferta turística:</b>			
<b>Playas</b>	-	-	-
<b>Paisajes y Parques naturales</b>	9,1	8,9	-2,20%
<b>Entornos urbanos</b>	9	8,8	-2,22%
<b>Seguridad Ciudadana</b>	9	8,8	-2,22%
<b>Asistencia sanitaria</b>	8,9	8,9	0,00%
<b>Atención y trato</b>	9,5	8,9	-6,32%
<b>Relación precio/servicio</b>	8,7	8,7	0,00%
<b>Red de comunicaciones</b>	8,8	8,7	-1,14%
<b>Limpieza</b>	8,8	8,7	-1,14%
<b>Nivel de tráfico</b>	8,2	8,6	4,88%
<b>Señalización turística</b>	8,5	8,7	2,35%
<b>Información turística</b>	9	8,8	-2,22%
<b>Patrimonio cultural</b>	9,3	9,3	0,00%
<b>Infraestructura para la práctica de golf</b>	-	-	-
<b>Puertos y actividades náuticas</b>	7,6	-	-
<b>Índice sintético de percepción</b>	<b>8,8</b>	<b>8,7</b>	<b>-1,14%</b>

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