



INFORME 2022

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Principales noticias año 2022	3
1.2. Avance noticias año 2023	4
2. Oferta Turística	4
2.1. Hoteles	4
2.2. Apartamentos turísticos	13
3. Demanda Turística	14
3.1. Evolución de la demanda hotelera	14
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	23
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	26
3.3.1. Mercados emisores nacionales	26
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	27
3.4. Visitas a centros de interés turístico	30
4. Congresos y reuniones	33
5. Encuesta de Coyuntura Turística	39
5.1. Motivación principal del viaje	39
5.2. Percepción turística de los visitantes	40
6. Comparativa con otros destinos culturales	42

1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Municipal de Turismo, a través de su Observatorio Turístico, presenta su 22 edición con datos referidos al ejercicio 2022. 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.

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 turístico.

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

La actividad turística en 2022 ha estado marcada por el calendario de superación de la pandemia y afectada por los diferentes condicionantes geopolíticos y macroeconómicos (guerra de Ucrania, incrementos de los costes de la energía, ruptura de la cadena global de suministros y subidas generalizadas de precios, con aumentos de los tipos de interés). Así, tras un primer trimestre marcado por la variante Ómicron, a partir de abril, se produjo una intensa recuperación de los viajes, tanto de ocio, de reuniones y congresos y, en menor medida, de negocios, gracias a una fuerte demanda acumulada y los ahorros generados durante la pandemia, que ha hecho que las ganas de viajar hayan superado entre otros, los efectos adversos sobre la renta disponible de la creciente inflación, suavizándose en el último trimestre del año.

La demanda hotelera nos deja un crecimiento del 68,29% al contabilizar un total de 833.659 viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

El incremento de los niveles de afluencia ha tenido también su reflejo en las pernoctaciones, que rozan el millón y medio, 1.412.214 y han crecido en una cuantía muy similar al indicador anterior, un 66,90%.

En relación a la procedencia de nuestros visitantes, los datos nos indican un predominio de viajeros nacionales que representan el 59,29% frente al 40,71% de viajeros extranjeros. Los visitantes nacionales han incrementado en un 37,78%, mientras que los extranjeros lo han hecho en un porcentaje muy superior con un 147,42% de crecimiento (debido en gran medida a la apertura de fronteras internacionales). Por su parte las pernoctaciones nacionales muestran un 38,49% de crecimiento y las extranjeras un incremento del 142,29%.

Comparando a Córdoba con otros destinos turísticos de importancia cultural o monumental similar a nosotros, nuestra ciudad ocupa una buena posición, y se sitúa por encima de ciudades de la envergadura de Salamanca, San Sebastián o Toledo,...

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2022

Las cifras que se han detallado reflejan el estado de la situación turística actual, por ello es necesario recoger algunos de los hitos que a lo largo de este año han contribuido al crecimiento del sector turístico de la ciudad.

Inauguración del Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones (CEFC)

En el mes de octubre se inauguró el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones, con el reto de ser útil a la ciudad y albergar tanto eventos de gran formato, como congresos y exposiciones, como espectáculos y conciertos. Con una capacidad aproximada de 4.000 personas, el CEFC es un edificio versátil de unos 15.000 metros de superficie, que pueden distribuirse en hasta 12 salas con paneles adaptables y con combinaciones de hasta 17 formas distintas o bien puede quedarse completamente diáfano. Este espacio diáfano de más de 6.800 metros divididos en dos plantas reúne las condiciones para ser de los más modernos y versátiles de España.

Además en las entreplantas, con gran luminosidad y espectaculares vistas algunas a la Sierra gracias a sus 6.000 ventanas, también hay espacio para conferencias o colocación de stands.

En las salas se pueden desplegar hasta tres módulos de gradas que se repliegan como estanterías si no se usan y que tienen una capacidad de 900 personas, a las que se les pueden sumar sillas para entre 4.000 y 4.500 personas.

Nuevo Espectáculo nocturno en el Alcázar de los Reyes Cristianos “Naturaleza Encendida: Raíces”

El nuevo espectáculo nocturno de luz y sonido en el Alcázar de los Reyes Cristianos “Naturaleza Encendida: Raíces”, fue inaugurado en el mes de noviembre.

La experiencia inmersiva "Naturaleza Encendida: Raíces", ha sido creada exclusivamente para Córdoba y recoge su esencia a través de impresionantes escenarios lumínicos y proyecciones fascinantes.

"Naturaleza Encendida: Raíces" te atrapa y te descubre en una experiencia sensorial única la historia de la ciudad a través de un paseo que se ilumina cuando cae el sol, un sueño caleidoscópico donde experimentar el alma y la esencia de Córdoba con los cinco sentidos.

Tradición y vanguardia, música e iluminación, sentimiento e historia; un recorrido inigualable para entender y vivir cómo el tiempo forjó el carácter de la ciudad que se convirtió en Patrimonio de la Humanidad.

Exposición CAMBIO DE ERA. Córdoba y el Mediterráneo Cristiano

Desde el 16 de diciembre y hasta el 15 de marzo de 2023, Córdoba acoge una espectacular exposición que muestra una visión innovadora del proceso de cristianización desarrollado desde final del Imperio romano hasta la llegada del Islam. Más de 200 obras icónicas procedentes de las más prestigiosas instituciones culturales internacionales, como los Museos Vaticanos o el Museo Nacional de Cartago, entre otros, se reúnen por primera vez para dar luz a uno de los períodos menos conocidos del mundo mediterráneo. Piezas arqueológicas únicas que, unidas a las más actuales tecnologías (vídeos inmersivos, códigos QR, proyecciones gráficas animadas), trasladan al visitante a una apasionante era de transformaciones culturales y políticas que dejó una intensa huella en la cultura occidental y de la que Córdoba fue protagonista destacada. Una oportunidad única para descubrir la época que construyó los cimientos de la Europa medieval.

A través de obras icónicas del cristianismo mediterráneo la exposición, que se podrá visitar en las sedes del Centro de Creación Contemporánea de Andalucía (C3A), la Sala Vimcorsa y la Mezquita-Catedral, propone una visión innovadora que va desde del proceso de cristianización del Imperio romano hasta el complejo desarrollo de la nueva religión en el Mediterráneo durante los siglos V y VI, coincidiendo con la consolidación de los reinos bárbaros y el posterior intento de restauración de los territorios del Imperio romano de occidente por parte del emperador Justiniano.

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2023

Celebración de la Conferencia Mundial de la FIA

La Federación Internacional de Automovilismo (FIA) celebrará en Córdoba su próxima Conferencia Mundial. Esta reunión de importancia mundial se llevará a cabo en el Centro de Exposiciones Ferias y Convenciones entre los días 19 al 22 de junio. Esto ha sido posible gracias a una actuación conjunta entre el Ayuntamiento de Córdoba y la Junta de Andalucía a raíz de una propuesta del Automóvil Club de Córdoba, entidad organizadora del Rallye Sierra Morena.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

La capacidad hotelera de la ciudad guarda consonancia con la afluencia de viajeros y las características de los mismos. La ciudad de Córdoba, al abarcar actividades de un amplio espectro, debe ofrecer una oferta hotelera amplia y acorde con los intereses de los posibles usuarios, y a las demandas de servicios que puedan plantear.

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

La capacidad hotelera de Córdoba ha descendido en un establecimiento durante este ejercicio, dejando la infraestructura hotelera de la capital formada por 108 establecimientos, de los cuales 63 son hoteles y 45 son pensiones. Esto refleja un descenso del 0,92% en número de establecimientos hoteleros abiertos, pero refleja un incremento del 2,06% en el total de plazas ofertadas. Esto se debe a que durante 2022 se han cerrado 2 pensiones y se ha abierto un nuevo hotel con mayor capacidad que las pensiones que han cerrado sus puertas.

El histórico de la década refleja la favorable evolución de los hoteles, en estos años ha habido un incremento total del 14,89% lo que se traduce en un incremento del número de plazas del 19,14%.

De forma agregada podemos decir que la infraestructura hotelera cordobesa, con sus 108 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 7.574 personas, de las cuales 6.359 pueden hacerlo en hoteles y 1.215 en establecimientos de menos categoría, es decir, el 83,96% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 16,04% restante a pensiones.

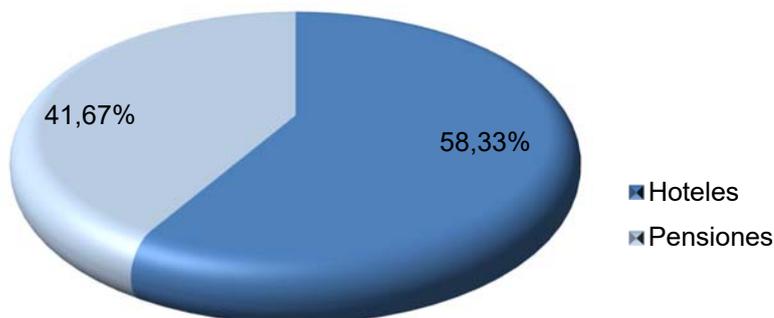
Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2009-2022

	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
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
2020	61	46	107	6050	1209	7259
2021	62	47	109	6198	1223	7421
2022	63	45	108	6359	1215	7574
Var. 22/12	18,87%	9,76%	14,89%	18,95%	20,18%	19,14%
Var. 22/21	1,61%	-4,26%	-0,92%	2,60%	-0,65%	2,06%

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.

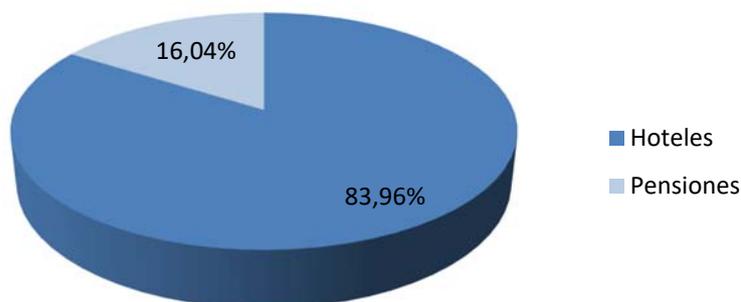
En el siguiente gráfico se observa como en 2022 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 58,33% frente al 41,67% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (83,96%) que en las pensiones (16,04%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2022



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 2022



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.

Para hacer un estudio más profundo y detallado habrá que hay que recurrir a los datos de los establecimientos por clase y categoría.

La evolución de los establecimientos hoteleros por categorías muestra variaciones en todas ellas excepto en los hoteles de 5 estrellas que permanecen igual. Los hoteles de 4 estrellas se han incrementado en 2 pues se ha abierto un nuevo hotel en 2022 y un hotel de 3 estrellas se ha recalificado en 4 estrellas. Por su parte los hoteles de 3 estrellas han descendido en 2, uno de ellos por su recalificación a 4 estrellas y otro se ha recalificado en 2 estrellas. Los hoteles de 2 estrellas también se han incrementado en 2 debido a la recalificación de uno de 3 estrellas en 2 estrellas (mencionado anteriormente) y a la recalificación de un hostel en hotel de 2 estrellas. Y por último, los hoteles de 1 estrella han descendido en 1 pues actualmente está cerrado por obras.

Como en años anteriores siguen siendo los hoteles de dos estrellas los más numerosos con un total de 23 establecimientos, seguidos muy de cerca por los hoteles de cuatro estrellas con 21 establecimientos.

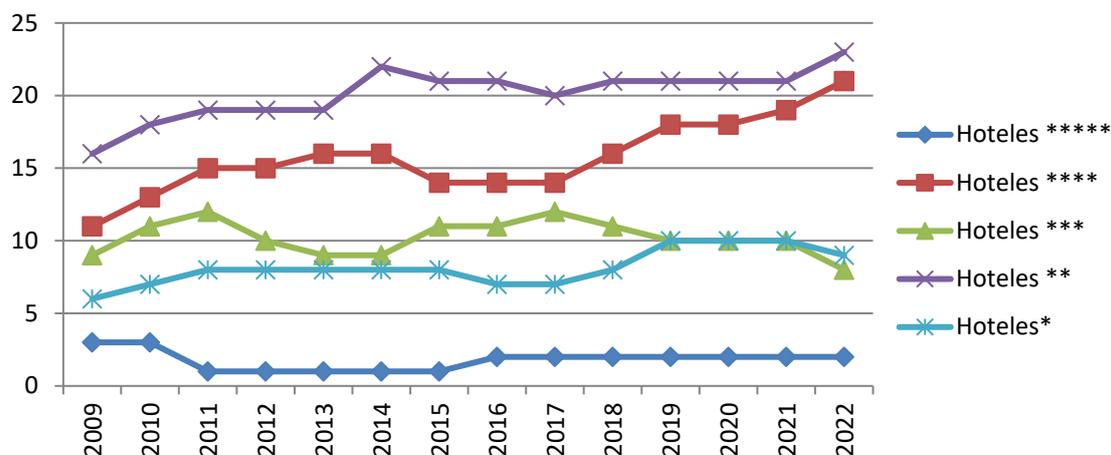
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 40 establecimientos, descendiendo en dos respecto al año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2009-2022

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2020	2	18	10	21	10	5	41
2021	2	19	10	21	10	5	42
2021	2	21	8	23	9	5	40
Var. 2022/12	100,00%	40,00%	-20,00%	21,05%	12,50%	-50,00%	29,03%
Var. 22/21	0,00%	10,53%	-20,00%	9,52%	-10,00%	0,00%	-4,76%

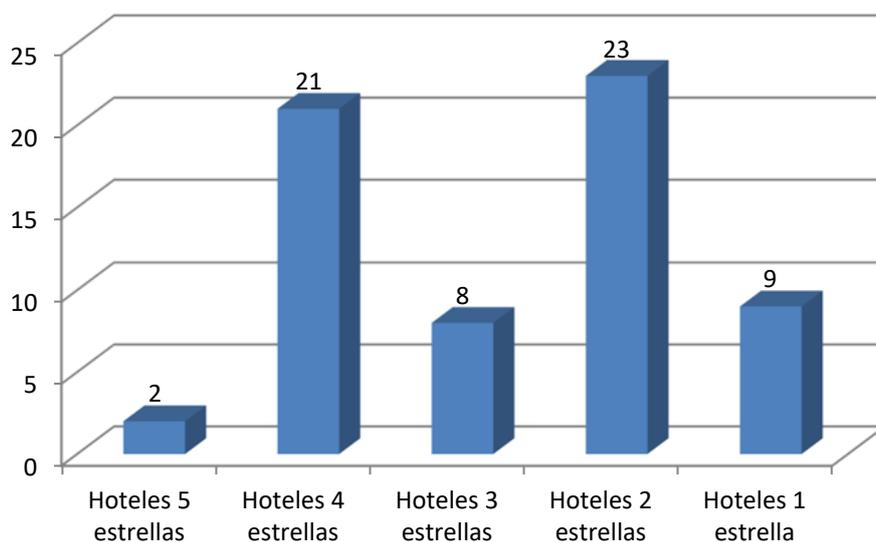
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2009-2022



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 2022



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 descenso del número de establecimientos no ha tenido su lógica correspondencia en la capacidad hotelera cordobesa. Pues como hemos comentado anteriormente, los establecimientos que han cerrado tenían menor capacidad hotelera que el establecimiento que ha abierto durante 2022.

En líneas generales, la infraestructura de camas de la ciudad está formada por 7.574 plazas, esto supone un incremento del 2,06%, respecto a la cifra alcanzada en 2021. Este incremento es consecuencia directa de la apertura de un establecimiento de 4 estrellas.

Si hablamos únicamente de establecimientos hoteleros, se observa que son los hoteles de cuatro estrellas los que mantienen el liderazgo año tras año. La segunda posición la ocupan los hoteles de dos estrellas con 919 plazas, seguidos de los hoteles de tres, una y cinco estrellas.

Por su parte, las pensiones son más numerosas las de 1 estrella habiendo cerrado el año 2022 con un descenso del 0,73% respecto a 2021 y con un total de 1.089 unidades alojativas.

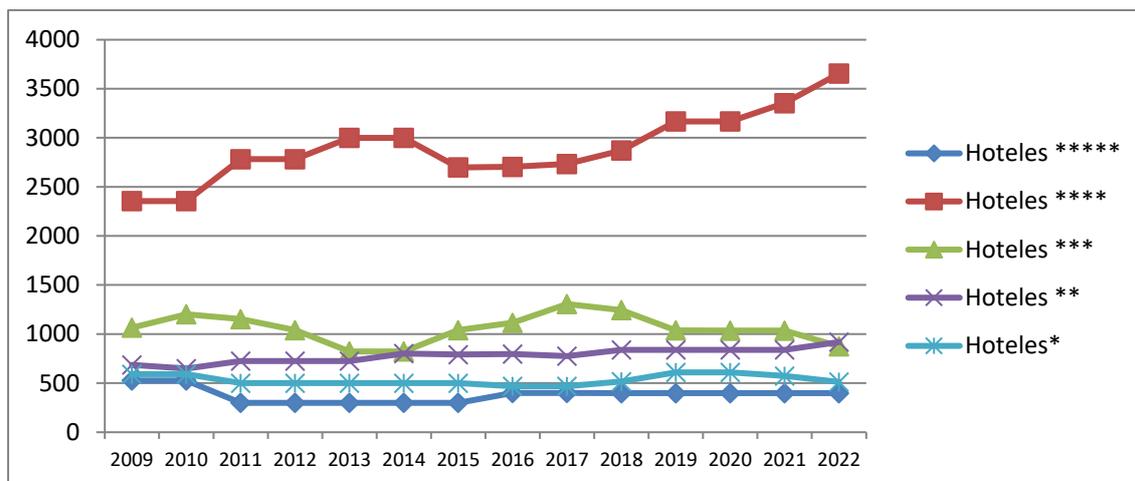
Analizando estos datos con los obtenidos hace una década, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 19,14%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2009-2022

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2020	398	3167	1035	839	611	126	1083
2021	398	3353	1035	839	573	126	1097
2022	398	3655	875	919	512	126	1089
Var. 2022/12	33,11%	31,38%	-15,87%	26,76%	2,40%	-66,31%	70,96%
Var. 22/21	0,00%	9,01%	-15,46%	9,54%	-10,65%	0,00%	-0,73%

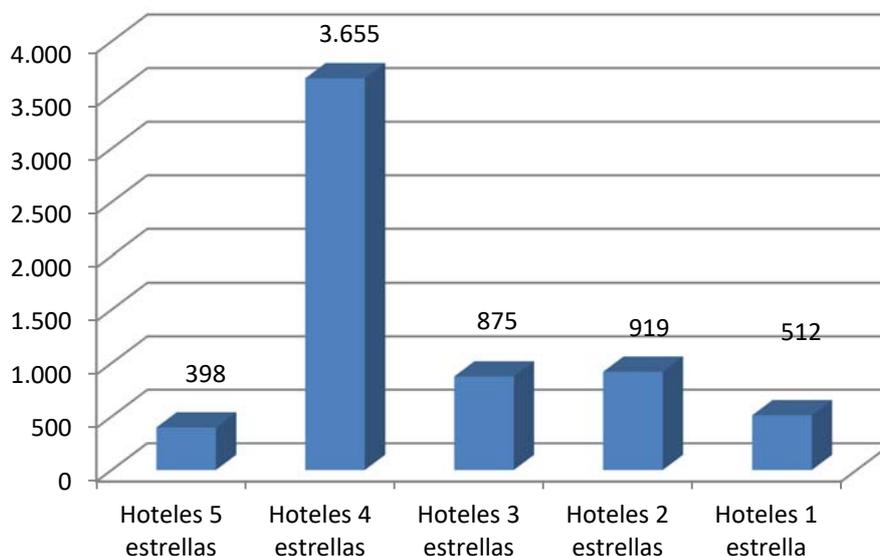
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2009-2022



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.

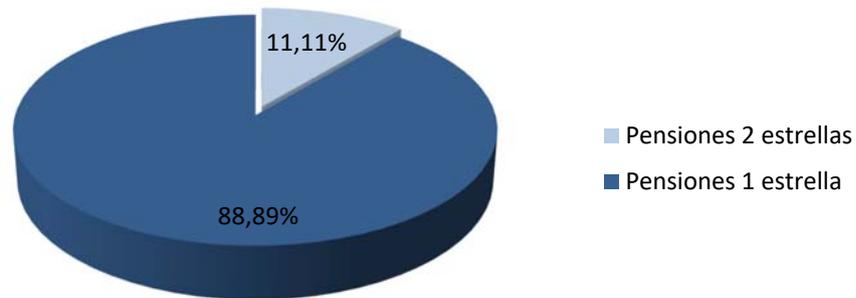
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2022



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.

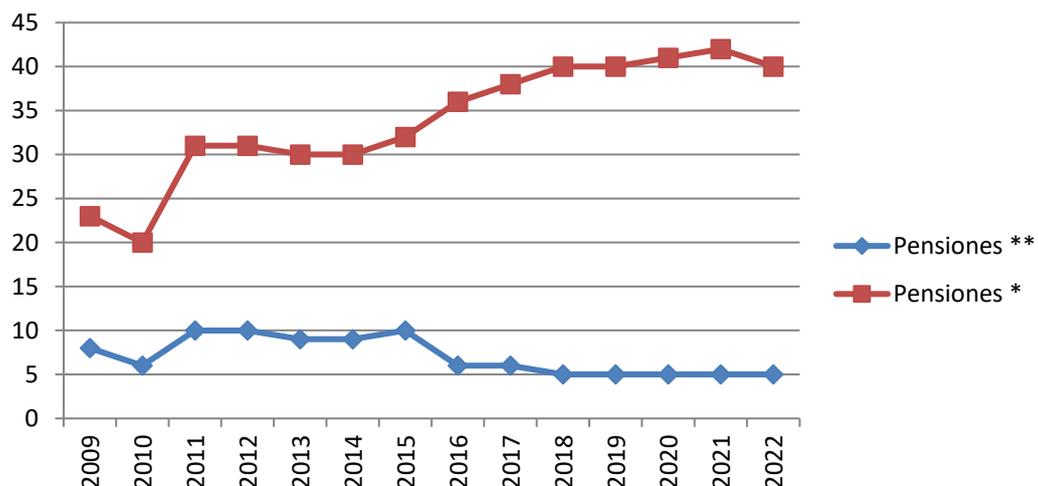
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 89,89% de estas tienen la categoría de 1 estrella, frente al 11,11% correspondiente a las de dos estrellas.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2022



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 2009-2022



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.

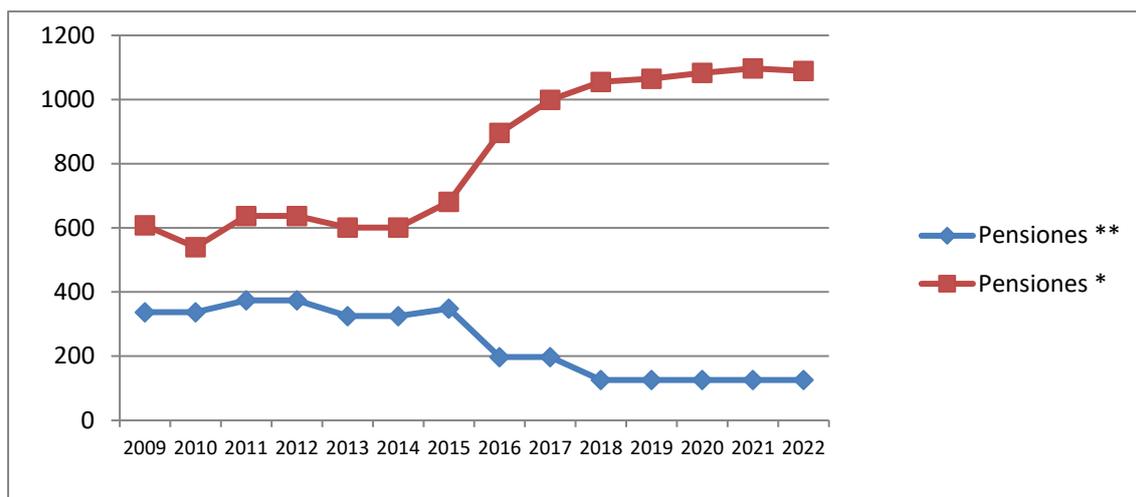
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 89,63% frente al 10,37% de las pensiones de 2 estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2022



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 2009-2022



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 un lustro venimos recogiendo en estos informes anuales.

Tal y como refleja la tabla, la evolución del número de apartamentos respecto a 2021 se incrementa en 12 establecimientos con un incremento del 37,50%. En cuanto al número de plazas el incremento es del 34,03%.

Si esta comparativa la hacemos con respecto al año 2011 el incremento es muchísimo mayor, pues alcanza el 300% respecto al número de apartamentos y el 161,68% respecto al número de plazas.

Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2011-2022

	Apartamentos	
	Nº de apartamentos	Nº de plazas
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
2020	27	746
2021	32	861
2022	44	1.154
Var. 2022/21	37,50%	34,03%
Var. 2022/11	300,00%	161,68%

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 se incrementan las categorías de 2 llaves (19,05%) y de 1 llave (88,89%) respecto al año anterior.

Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2022

	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
2020	2	17	8
2021	2	21	9
2022	2	25	17
Var. 22/21	0,00%	19,05%	88,89%

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 1.154 plazas. De estas plazas el mayor número lo recogen los apartamentos de 2 llaves que, con 822 plazas, este año han registrado un incremento del 23,80%.

Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2022

	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
2020	46	565	135
2021	46	664	151
2022	46	822	286
Var. 22/21	0,00%	23,80%	89,40%

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 está dedicado a estudiar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad. La demanda turística viene definida normalmente en función del número de visitantes que se alojan en un destino, por lo que se hará un completo

análisis del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras que ayudará a predecir y elaborar actuaciones acordes con las necesidades y requerimientos de quienes nos visitan.

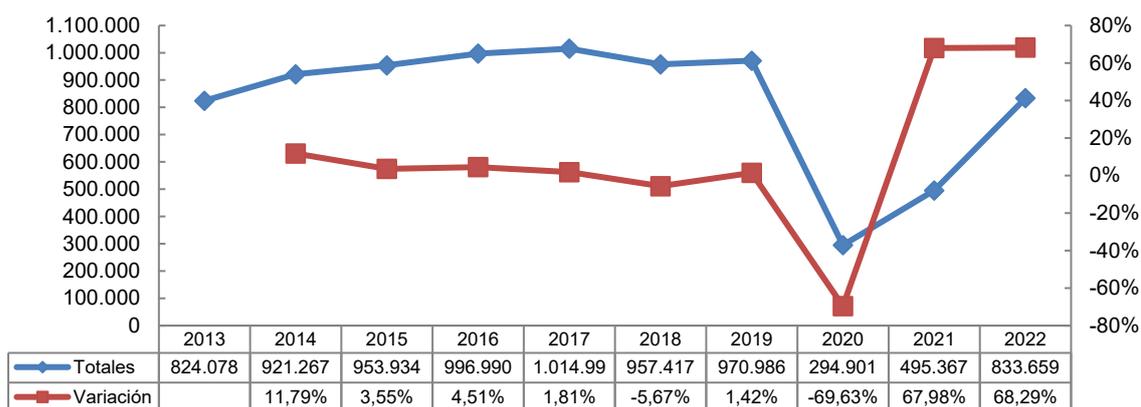
A la hora de profundizar en el estudio de la demanda turística cordobesa se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con carácter mensual. Esta fuente es muy importante porque suministra, diferenciados según su origen sea nacional o extranjero, datos referidos al número de viajeros que nos visitan y las pernoctaciones que 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 de que disponemos permiten reflejar la evolución seguida por la capital y, por qué no, predecir algunas tendencias.

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

En 2022, y según el Instituto Nacional de Estadística, Córdoba acogió un total de 833.659 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, dato que representa un incremento del 68,29% respecto al año precedente. Este dato, se va acercando al registrado en el año 2019, reflejando una recuperación progresiva del número de visitantes con un descenso del 14,14%.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022

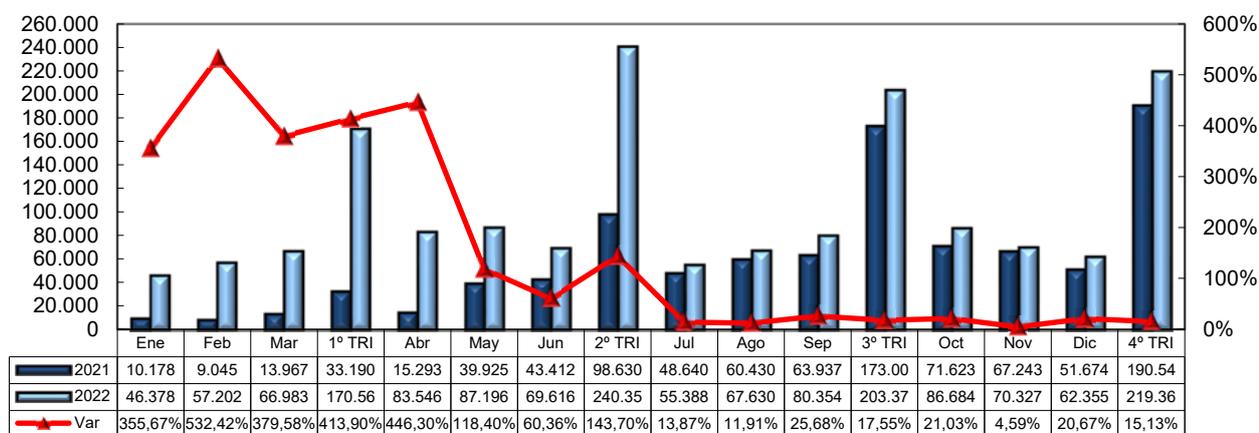


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis mensual vemos que el incremento de viajeros se ha producido en todos los meses del año, siendo los más destacados los de los primeros meses del año. Esto se debe a que en 2021 aún estábamos con muchas restricciones causadas por la COVID-19 y los viajes eran reducidos.

A partir del segundo semestre es cuando se observan los incrementos más moderados, pues en ese período de 2021 ya se empezaba a recuperar cierta normalidad.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2022



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

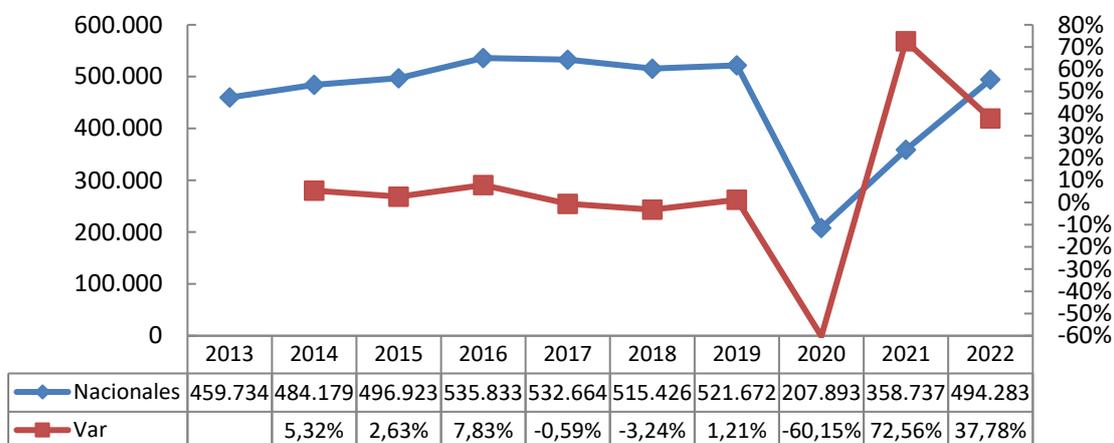
Una vez hecho el análisis general y para ahondar más en el asunto de forma que podamos obtener conclusiones más precisas, será conveniente clasificar a los turistas en función de su procedencia, según sea ésta nacional o extranjera, para así poder analizar qué efecto ha provocado la evolución seguida por los citados colectivos sobre el total de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

Comenzaremos por los viajeros nacionales puesto que, teniendo en cuenta sus cifras, hoy en día constituyen nuestro principal contingente turístico, representando el 59,29% del total de turistas que nos visitan.

El INE ha contabilizado 494.283 turistas españoles en Córdoba durante el año 2022, cifra superior en algo más de 135.000 personas a la registrada en 2021, con un incremento del 37,78%.

La media anual de turistas nacionales ha sido cifrada en más de 41.000 personas, siendo superada, como viene siendo habitual, en las temporadas de primavera y otoño donde el clima favorece el turismo monumental y de ciudad.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022



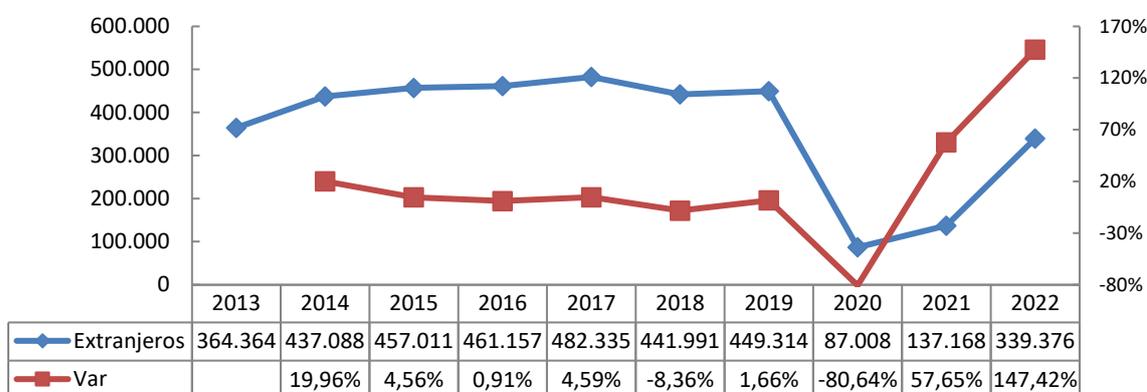
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El turismo internacional también muestra signos de crecimiento y lo hace en mayor medida que el nacional pues el incremento de este colectivo ha sido del 147,42%.

En términos absolutos se han registrado un total de 339.376 viajeros extranjeros, representando éstos un 40,71% del total de viajeros que recibe Córdoba.

La evolución general experimentada por este colectivo a lo largo del año refleja signos positivos en todos los meses. La variación más acentuada se produce en los primeros meses del año, pues como ya se ha mencionado anteriormente en 2021 los viajes y sobre todos los extranjeros eran muy reducidos durante este período.

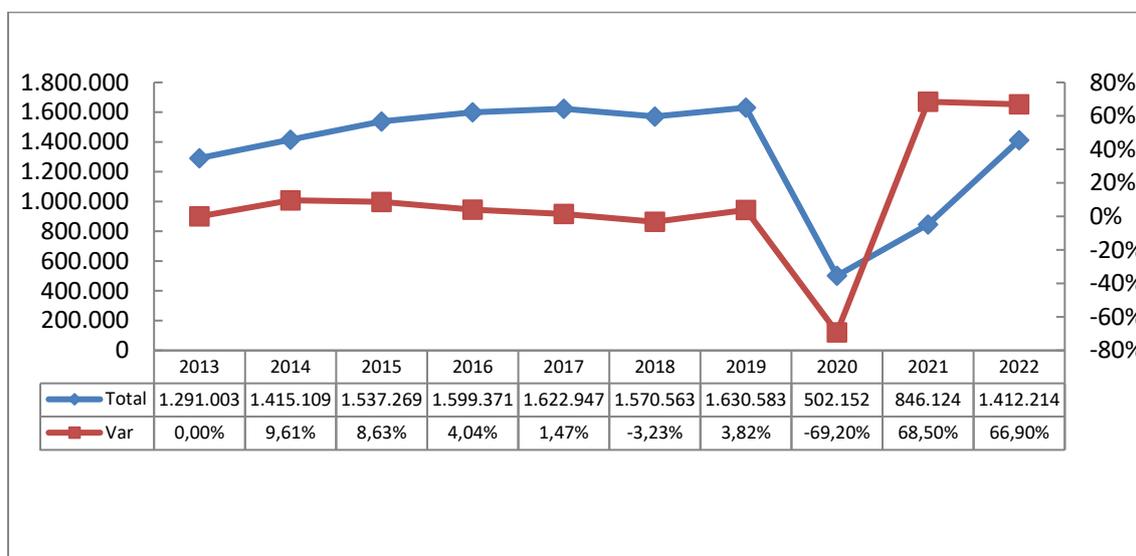
Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022



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

El número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros es un indicador turístico de gran interés. Según el Instituto Nacional de Estadística el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2022 alcanzó la cifra de 1.412.214, registrando un incremento del 66,90% respecto al año anterior.

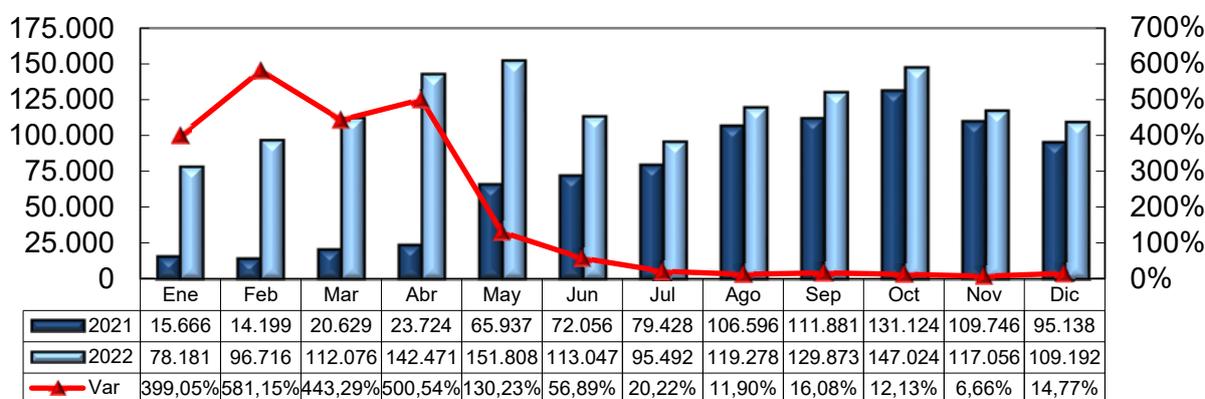
Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022



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 Abril, Mayo y Octubre, superándose en todos los casos las 140.000 pernoctaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido febrero con un 581,15% y por el contrario noviembre es el mes que ha reflejado el menor incremento con un 6,66%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2022



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

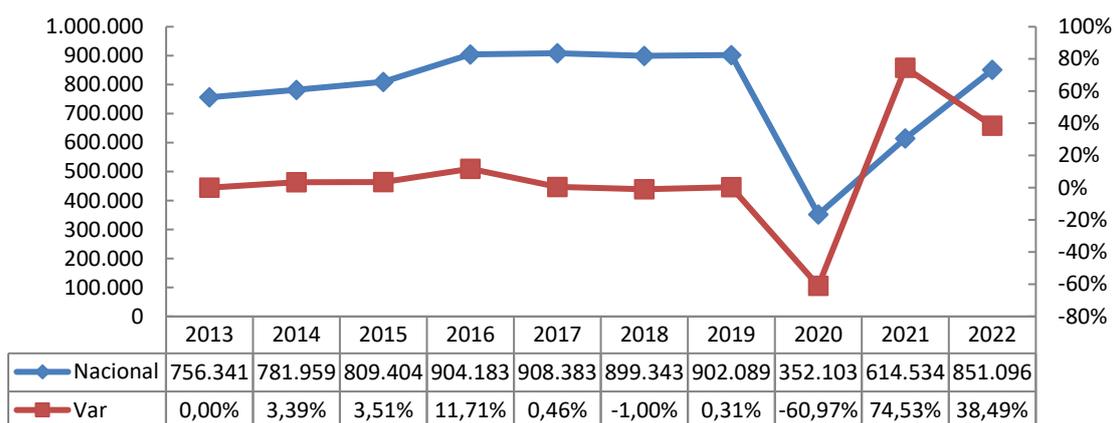
De la misma forma que desagregamos los viajeros nacionales y extranjeros para hacer un estudio más exhaustivo según el tipo de turista, vamos a hacer igual con las pernoctaciones y así analizar el comportamiento de cada colectivo.

La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones nacionales, que suman 851.096 frente a las 561.118 extranjeras, quedando las proporciones de la siguiente forma: el 60,27% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas nacionales y el 39,73% restante por turistas de otros países.

Las pernoctaciones nacionales, al igual que ocurría con el volumen de visitantes, han sufrido un notable incremento al registrarse 236.562 pernoctas más que en 2021, lo que significa que el incremento producido es de un 38,49%.

Los meses de enero a mayo registran los mejores datos con incrementos muy elevados.

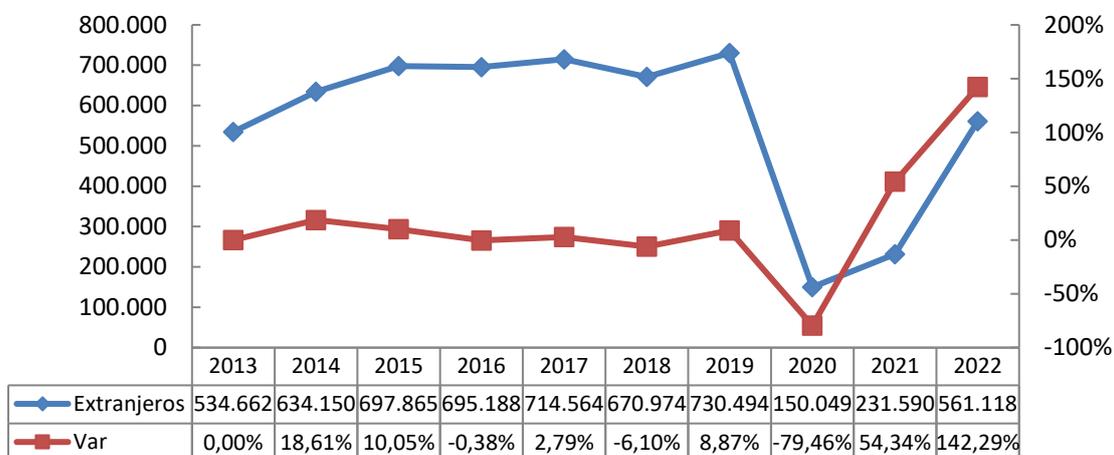
Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022



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

Por su parte las pernoctaciones extranjeras también han visto incrementar su montante, y lo han hecho en mayor medida que las nacionales, con 329.528 pernoctaciones más que un año antes, lo que supone un 142,29% de crecimiento.

Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2013-2022

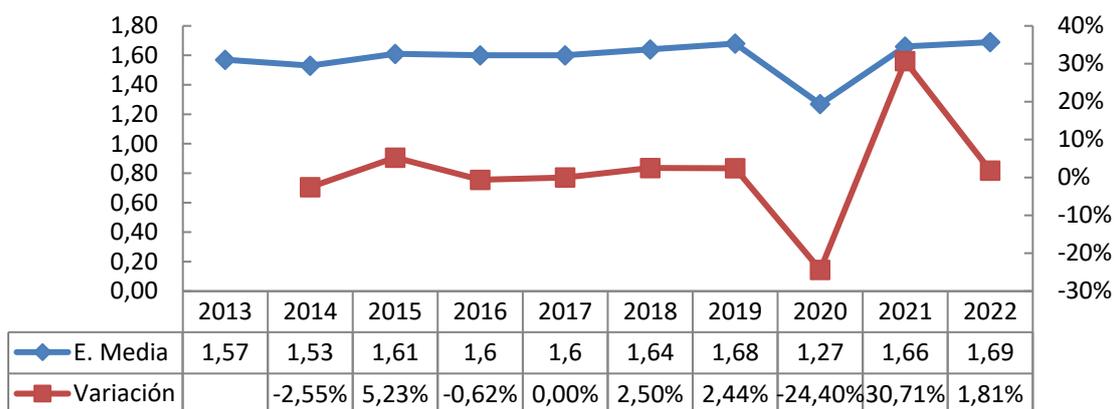


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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.

El Instituto Nacional de Estadística ha calculado la estancia media del año 2022 en 1,69 noches, lo que representa un incremento del 1,81% respecto al año precedente.

Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2013-2022



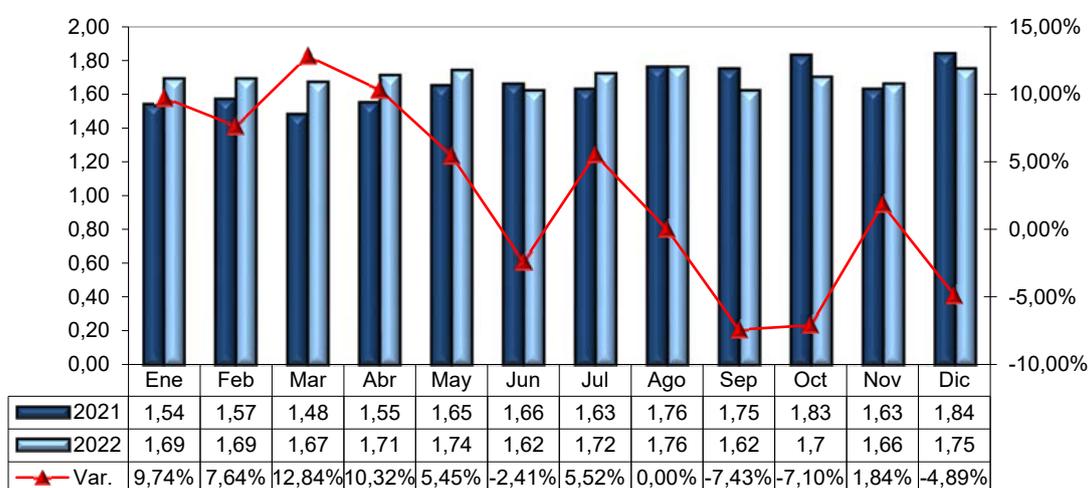
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Un detalle mensual nos lleva a destacar Agosto como el mes donde la estancia media fue la más elevada, al cifrarse en 1,76 noches de hotel, seguida de las 1,75 noches de media que se registraron en diciembre.

Por el contrario, junio fue el mes donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,52 noches.

Por el contrario, julio y septiembre fueron los meses donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,62 noches.

Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2022

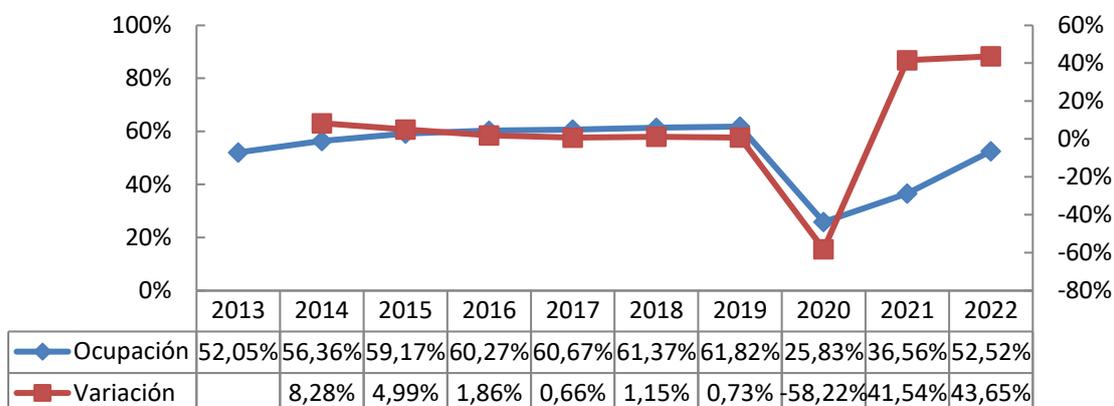


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El siguiente tema de análisis es el referente al grado de ocupación hotelera 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 2022 ha sido estimada en 52,52%, lo que supone un crecimiento del 43,65% respecto a la cifra obtenida en 2021, donde el grado de ocupación fue del 36,56%.

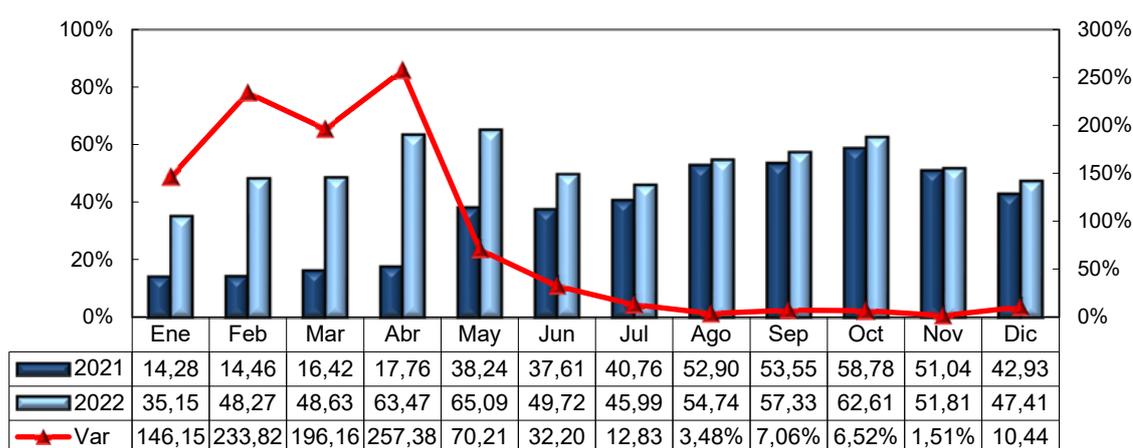
Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2013-2022



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

Como viene suele ser habitual en Córdoba los meses de abril, mayo, septiembre y octubre son los que registran los niveles más altos de ocupación, con valores de 63,47%, 65,09%, 57,33% y 62,61% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de abril con un 257,38% de variación interanual. Por el contrario el menor de estos incrementos se produjo en el mes de noviembre con un 1,51% de variación.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2022



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.

Debido a la excepcionalidad de los últimos años 2020 y 2021, la comparativa de las variables de rentabilidad se establecen entre el año 2022 y 2019, último año de normalidad previo a la pandemia.

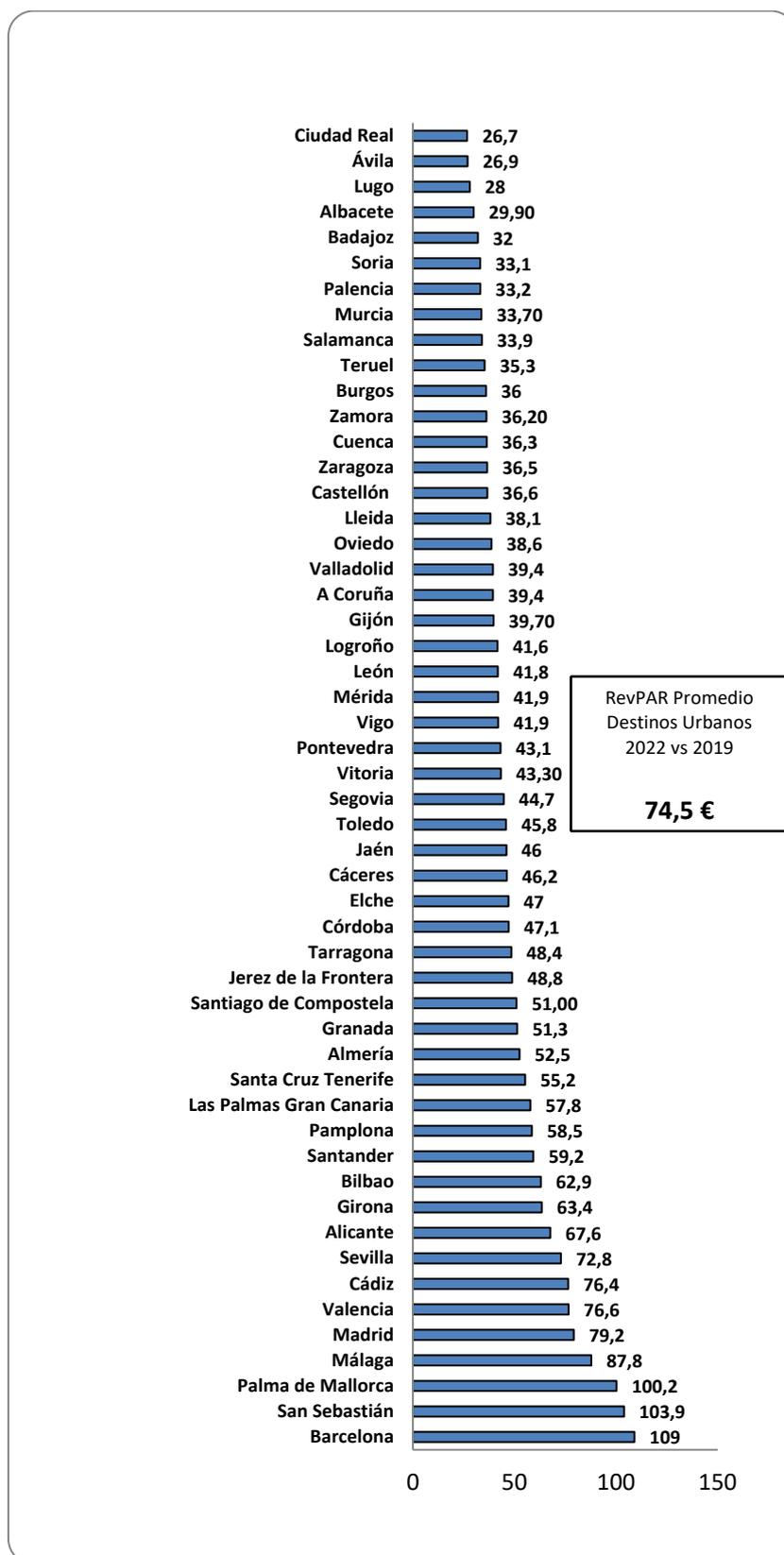
En 2022, el RevPAR (ingreso medio por habitación disponible) del conjunto de ciudades analizadas fue de 74,5 euros un 20% superior al de 2019, con un ADR (precio de venta) un 10,2% por encima y una ocupación un 7,4% menor.

En el desglose de destinos urbanos, de las 52 ciudades analizadas en 2022, 21 experimentaron crecimientos de su RevPAR superiores al 10% con respecto a 2019, 20 de entre el 10% y el 0% y las 11 restantes decrecimientos.

El RevPAR del conjunto de los destinos urbanos registró una tasa de variación interanual del 2% en el acumulado del año respecto a 2019.

Con respecto a la ciudad de Córdoba, el REVPAr se sitúa en la posición número veintiuna de las 52 ciudades analizadas con un promedio de 47,1€, siendo el promedio de los Destinos Urbanos de 74,5€.

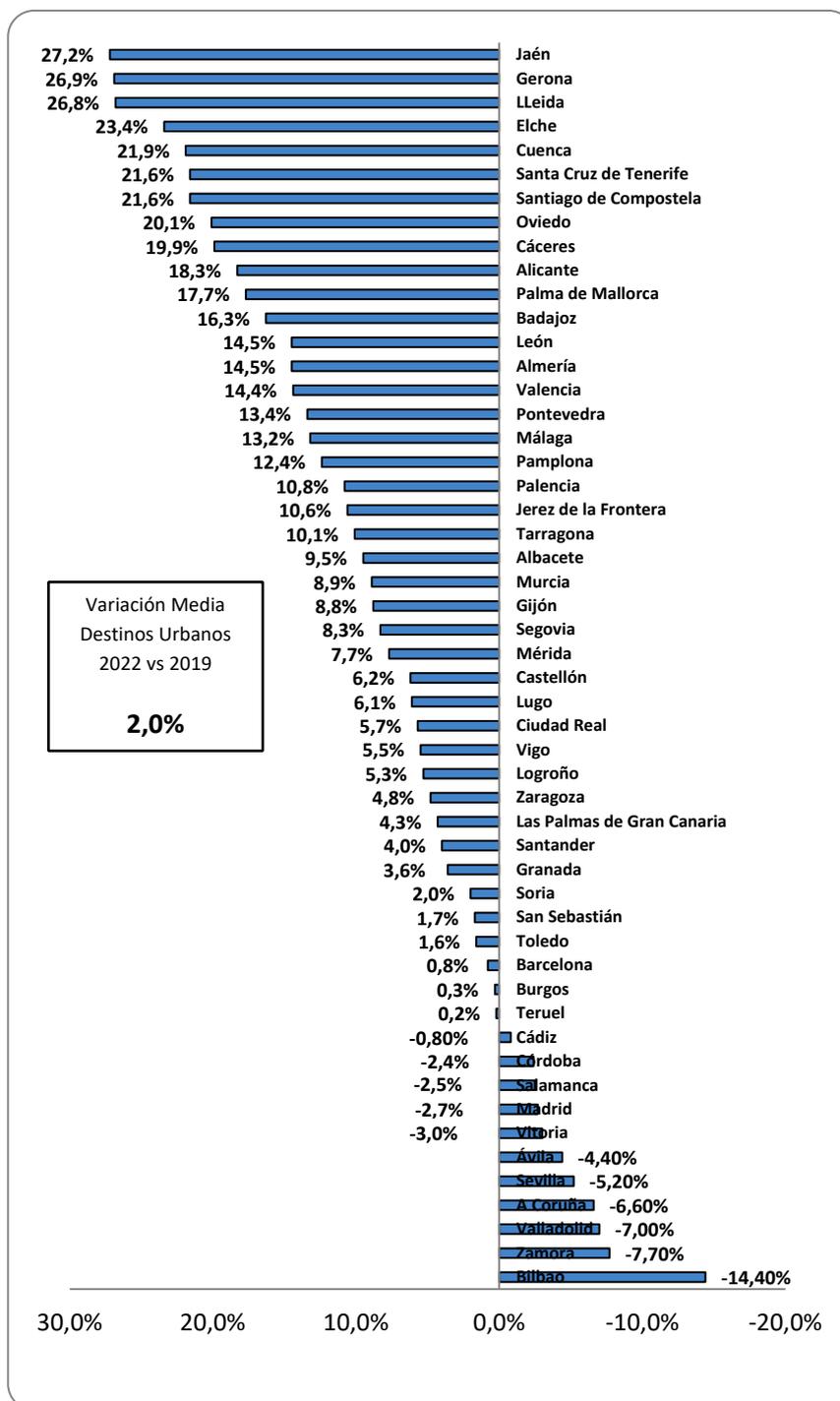
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos.
Año 2022



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

La comparativa con respecto al año 2019, sitúa a la ciudad en el puesto número 43 con un descenso del 2,4% y la variación media de los Destinos Urbanos queda reflejada en un 2%.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2022 - 2019



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.

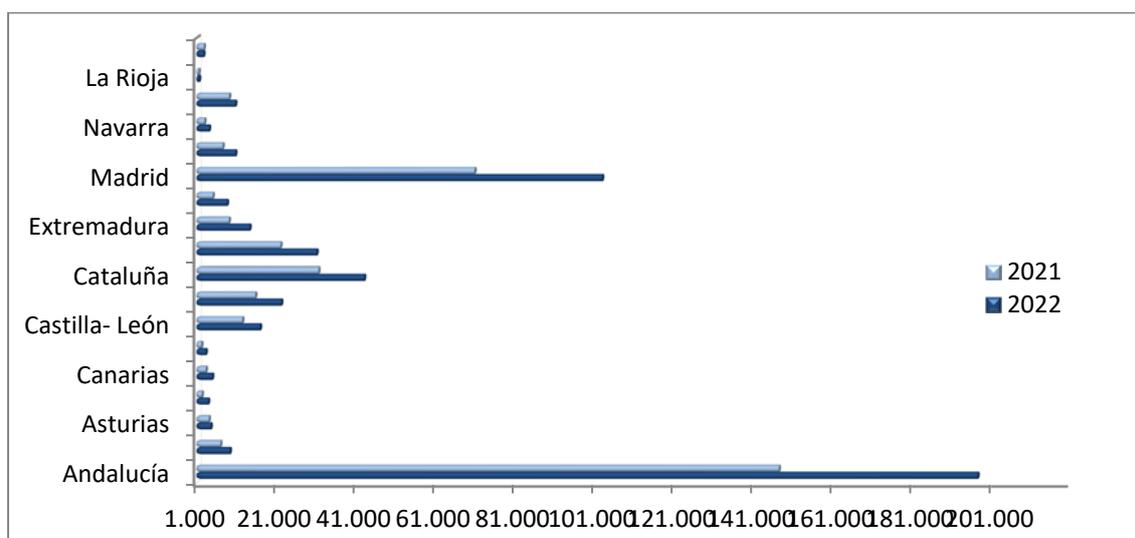
Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2022 siguen siendo Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de los turistas andaluces pues en su conjunto representan el 40% del total de turismo que recibe la ciudad.

Andalucía ha supuesto en 2022 el 39,86% del total de visitantes nacionales a nuestra ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es Madrid que representa el 20,81% del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa Cataluña, en una proporción del 8,74%, seguido de Valencia con un 6,32%. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan Castilla La Mancha, Castilla León y Extremadura, con un 4,53%, 3,49% y 2,92%, respectivamente.

De las comunidades autónomas, la que ha reflejado el mayor incremento con respecto a 2021 ha sido Galicia con un 68,91%.

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 13,33% de visitantes nacionales.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2022



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

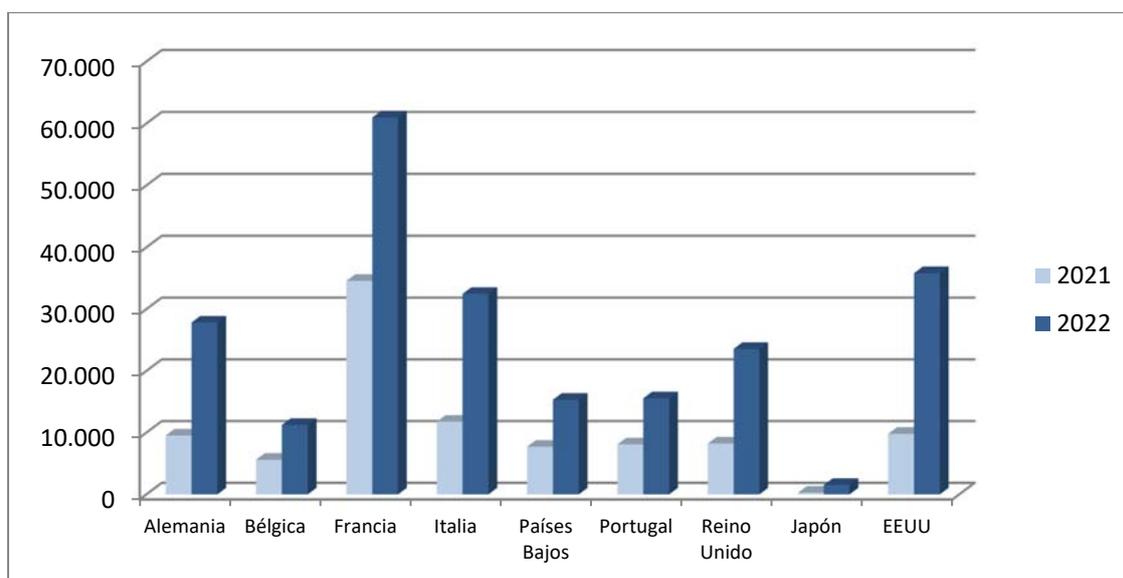
El turismo emisor extranjero ha sufrido un incremento del 147,42% con respecto al año 2021, representando actualmente el 40,71% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 56,73% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron Francia, Italia, Alemania, y Portugal con un 17,96%, 9,57%, 8,20% y 4,59% respectivamente y concentran más del cuarenta y cinco por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, Reino Unido y EEUU, decir que EEUU alcanzó el 10,56% del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza Reino Unido que representa un total del 6,94%.

Otros mercados internacionales como son Argentina, Japón, Europa del Este, etc. representan el 4,18% de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2022



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

El comportamiento del turismo internacional vuelve a la tendencia prepandemia, siendo la mayoría de sus visitas en los meses de primavera y otoño.

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

El turismo alemán ha concentrado sus llegadas en la estación de primavera, sumando en estos meses cerca del 40% del total de las llegadas.

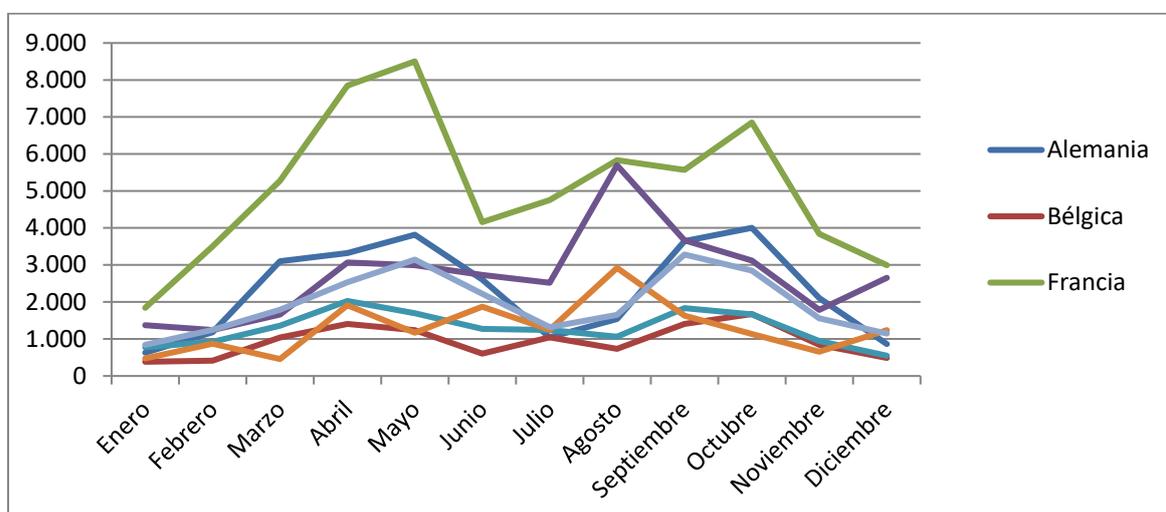
Por su parte, el turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de verano-otoño, siendo agosto, un año más, el mes por excelencia al recoger un total de 5.695 visitantes.

Reino Unido agrupa sus llegadas en la estación de primavera al igual que el turismo alemán, siendo el mes de septiembre el que mayor número de llegadas recoge con un total de 3.283 viajeros.

Países Bajos y Bélgica recogen el mayor número de llegadas entre los meses de marzo a octubre, 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 el mes de agosto y en los meses de primavera y otoño.

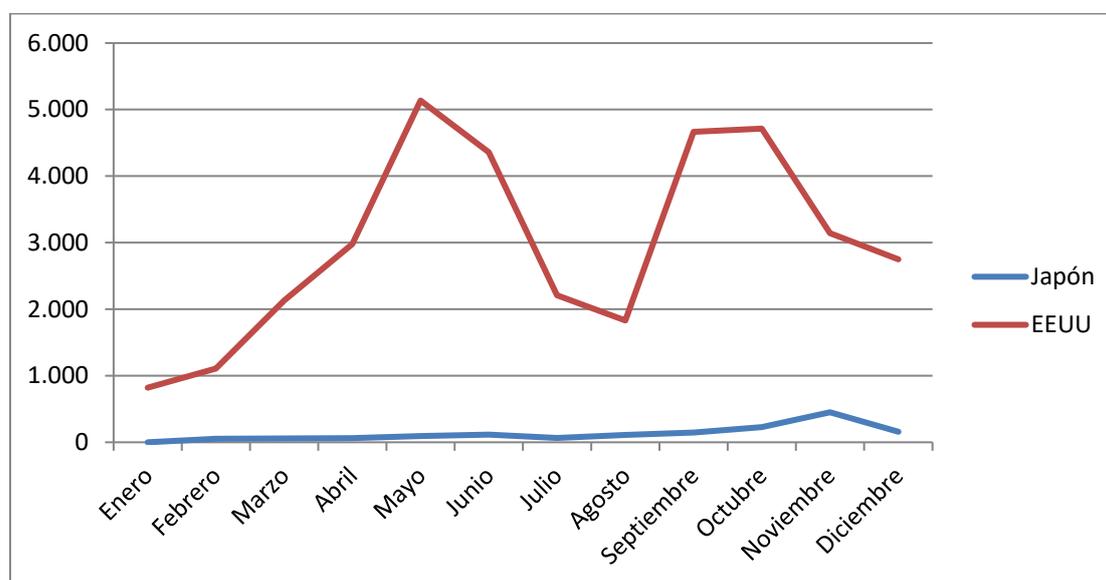
Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2022



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

En el caso de los mercados extracomunitarios, también concentran sus llegadas en la segunda mitad del año, concretamente de Japón no se recibieron muy pocas visitas en los primeros seis meses del año.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2022



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 2022

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	630	385	1.840	1.368	776	473	841	0	821
Febrero	1.178	410	3.502	1.240	922	867	1.246	51	1.108
Marzo	3.099	1.039	5.276	1.657	1.356	455	1.786	56	2.129
Abril	3.321	1.405	7.846	3.064	2.027	1.911	2.530	62	2.977
Mayo	3.816	1.237	8.506	2.990	1.692	1.167	3.144	93	5.136
Junio	2.605	603	4.158	2.729	1.270	1.871	2.221	114	4.357
Julio	1.042	1.040	4.752	2.517	1.242	1.245	1.316	64	2.207
Agosto	1.537	731	5.831	5.695	1.058	2.920	1.649	110	1.830
Septiembre	3.642	1.405	5.570	3.666	1.832	1.628	3.283	145	4.664
Octubre	4.006	1.675	6.849	3.119	1.665	1.134	2.844	226	4.712
Noviembre	2.102	840	3.838	1.782	942	654	1.555	452	3.142
Diciembre	859	484	2.994	2.652	546	1.236	1.143	156	2.747
TOTAL	27.837	11.254	60.962	32.479	15.328	15.561	23.558	1.529	35.830

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 juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada ciudad. Córdoba es por su riqueza patrimonial un claro ejemplo de destino turístico-cultural, en el cual los visitantes se ven motivados a realizar actividades ligadas con la amplia oferta de museos y monumentos. Así pues, en este apartado se analizarán las visitas a los principales recursos turísticos presentes en la ciudad.

En general, los indicadores turísticos analizados referentes a 2022 son favorables y dan muestras de la recuperación turística que está viviendo la ciudad. La mayor afluencia de visitantes ha tenido su fiel reflejo en las visitas culturales, lo que da nota de que la dimensión turística de nuestra ciudad descansa puramente sobre bases culturales.

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

El total de visitas a los principales museos y monumentos de Córdoba ascendió a 3.477.983 entradas, es decir más de un millón y medio de visitas que en 2021, lo que porcentualmente se traduce en un incremento de más del 22.000%, acercándonos cada vez más a las cifras obtenidas en 2019 que superaron los cuatro millones de visitas.

Desglosando los datos por trimestres, todos presentan signos positivos. El trimestre más favorable ha sido el primero experimentando un crecimiento de más del 47.000%, seguido del segundo con un 21.000% de crecimiento. El trimestre más numeroso en cuanto a número total de visitas ha sido el cuarto con un total de 1.032.350 entradas.

Los monumentos cordobeses han visto incrementar sus niveles de afluencia en un 106,15% respecto a 2021. Todos los monumentos reflejan signos de crecimiento. El mayor de éstos corresponde a los Baños del Alcázar Califal que ha incrementado en un 186,93% sus visitas, seguido de la Torre de la Calahorra con un aumento del 142,13%.

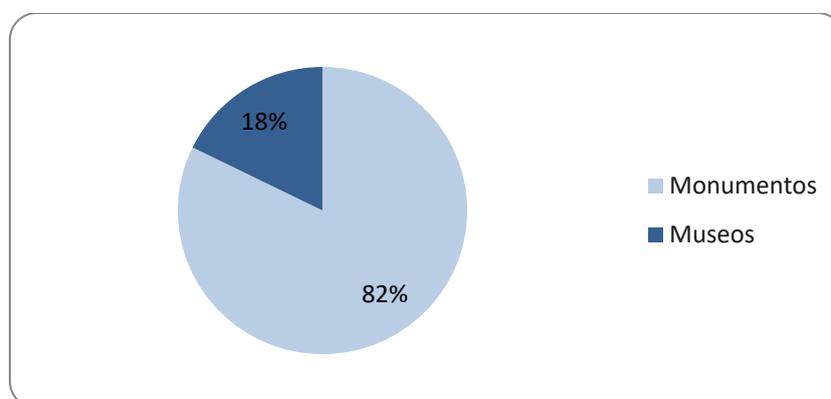
Los museos por su parte también reflejan datos positivos registrando un incremento del 64,23% respecto al año precedente. Todos los museos han presentado datos positivos siendo el mayor incremento el recogido en el Museo Arqueológico con un 94,85%, seguido del Museo de Bellas Artes con un 81,43%.

Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2022

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21
1º TRIM	85.139	782,00%	1º TRIM	47.756	865,35%	1º TRIM	83.170	1122,01%	1º TRIM	277.059	3154,16%
2º TRIM	122.018	215,51%	2º TRIM	60.145	148,57%	2º TRIM	141.845	246,51%	2º TRIM	496.830	352,47%
3º TRIM	103.133	63,19%	3º TRIM	36.921	-17,58%	3º TRIM	92.106	77,31%	3º TRIM	364.491	34,94%
4º TRIM	137.038	41,74%	4º TRIM	58.552	-6,18%	4º TRIM	139.799	21,78%	4º TRIM	428.899	18,29%
TOTAL	447.328	114,85%	TOTAL	203.374	49,16%	TOTAL	456.920	113,03%	TOTAL	1.567.279	108,69%
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21
1º TRIM	19.333	-	1º TRIM	12.306	-	1º TRIM	7.132	-	1º TRIM	56.574	1114,03%
2º TRIM	24.345	2402,06%	2º TRIM	19.540	721,01%	2º TRIM	8.761	203,15%	2º TRIM	83.725	517,62%
3º TRIM	19.784	71,13%	3º TRIM	16.307	69,58%	3º TRIM	4.621	-0,02%	3º TRIM	41.620	5,74%
4º TRIM	23.225	-0,18%	4º TRIM	21.953	76,51%	4º TRIM	8.337	-15,19%	4º TRIM	103.392	16,36%
TOTAL	86.687	142,13%	TOTAL	70.106	186,93%	TOTAL	28.851	66,36%	TOTAL	285.311	94,85%
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21
1º TRIM	11.168	351,41%	1º TRIM	6.908	255,17%	1º TRIM	28.501	158,94%	1º TRIM	8.347	314,24%
2º TRIM	26.033	117,39%	2º TRIM	12.573	145,42%	2º TRIM	57.229	136,88%	2º TRIM	11.414	68,80%
3º TRIM	8.008	11,58%	3º TRIM	6.756	8,90%	3º TRIM	22.760	5,34%	3º TRIM	5.790	3,17%
4º TRIM	13.147	24,76%	4º TRIM	12.745	-37,16%	4º TRIM	68.630	2,34%	4º TRIM	10.979	6,40%
TOTAL	58.356	81,43%	TOTAL	38.982	16,18%	TOTAL	177.120	43,03%	TOTAL	36.530	47,85%
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/21		VISITAS	%var/21						
1º TRIM	4.162	252,12%	1º TRIM	564.385	47648,31%						
2º TRIM	6.115	40,06%	2º TRIM	928.728	21171,83%						
3º TRIM	5.208	16,67%	3º TRIM	635.399	14133,85%						
4º TRIM	5.654	7,53%	4º TRIM	1.032.350	19533,89%						
TOTAL	21.139	38,43%	TOTAL	3.477.983	22676,57%						

Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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

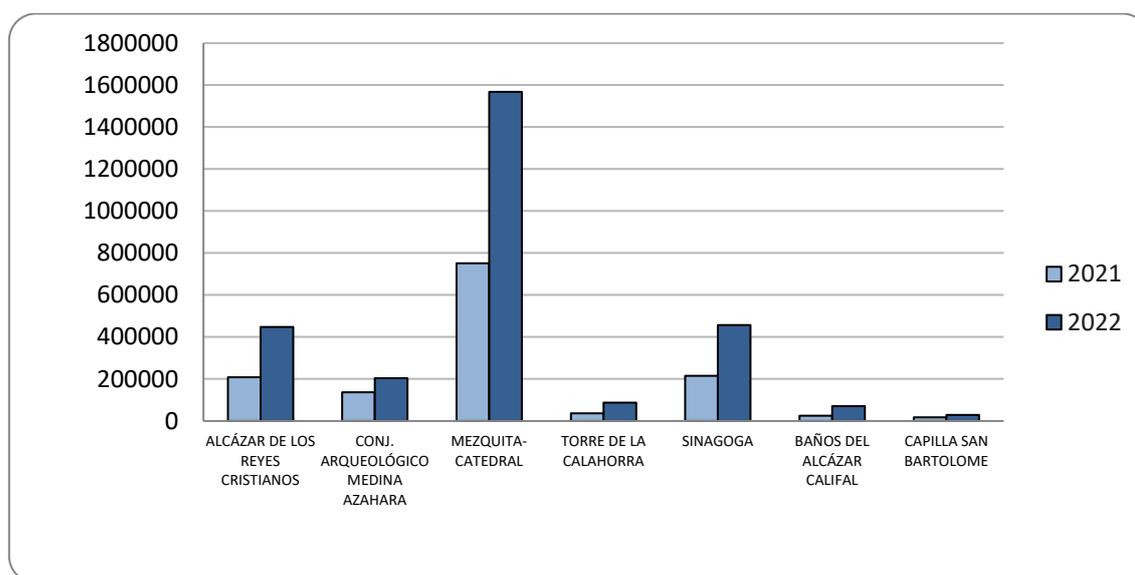
Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2022


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Dentro de la oferta monumental cordobesa, destacan en cuanto a volumen de afluencia la Mezquita, Catedral, la Sinagoga y el Alcázar de los Reyes Cristianos con 1.567.279, 456.920 y 447.328 visitas respectivamente suponiendo la Mezquita, Catedral un incremento del 108,69%, un 113,03% en el caso de la Sinagoga y un 114,85% en el caso del Alcázar.

Hay que indicar que en los datos del Alcázar de los Reyes Cristianos se han incluido los datos de visita nocturna de “Naturaleza Encendida” que se puso en marcha a finales del mes de noviembre.

Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2021-2022

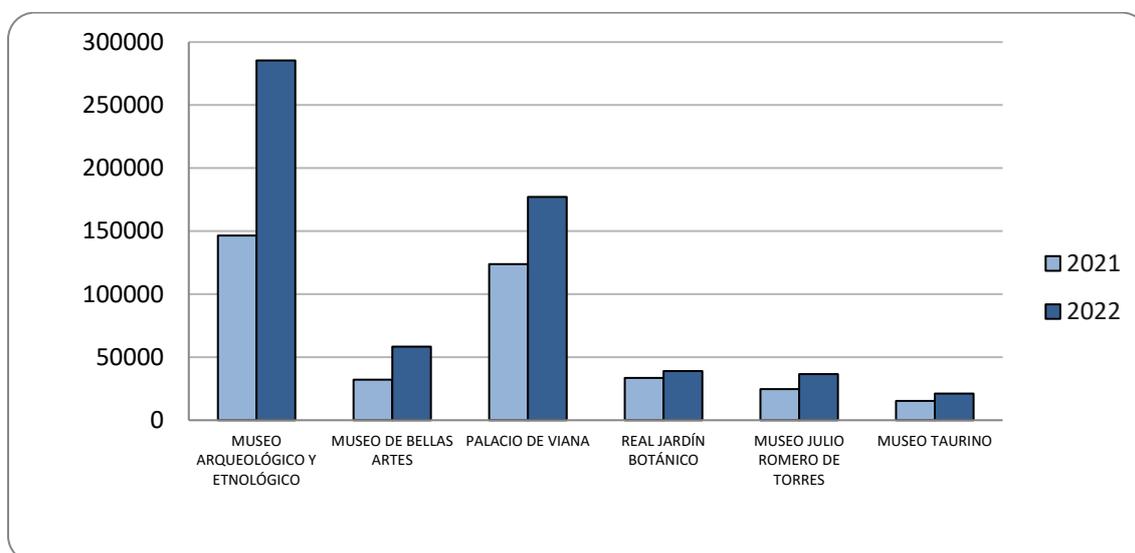


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El segundo apartado es el referente a los museos cordobeses, donde las cifras de afluencia, si las comparamos con las de monumentos, evidencia que el mayor peso del turismo cordobés recae sobre estos últimos. Los museos han visto crecer sus visitas durante este año en un 64,23%.

El Museo Arqueológico es el que ha registrado el mayor número de visitas, 285.311 entradas, lo que le ha supuesto un incremento del 94,85%. En cuanto a número de visitas le sigue el Palacio de Viana con 177.120 y el Museo de Bellas Artes con 58.356 visitas.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2021-2022



Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

4. CONGRESOS Y REUNIONES

Las estadísticas que se exponen en este informe corresponden a las reuniones celebradas en la ciudad de Córdoba en 2022 que han sido registradas en la web <https://www.turismodecordoba.org/formulario-registro-eventos>. Las cifras se han obtenido de la información que proporcionan los organizadores de los encuentros profesionales a través de la mencionada página web y que, posteriormente, han sido exportadas a una base de datos desde la que se analiza la referida 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 los eventos, precisando que no todos responden detalladamente al formulario de registro del evento. De este modo, la consideración e interpretación del presente documento debe considerarse como orientativa.

En términos globales del ejercicio 2022, durante el periodo analizado, se registraron 64 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas, en las que han participado 8.417 delegados.

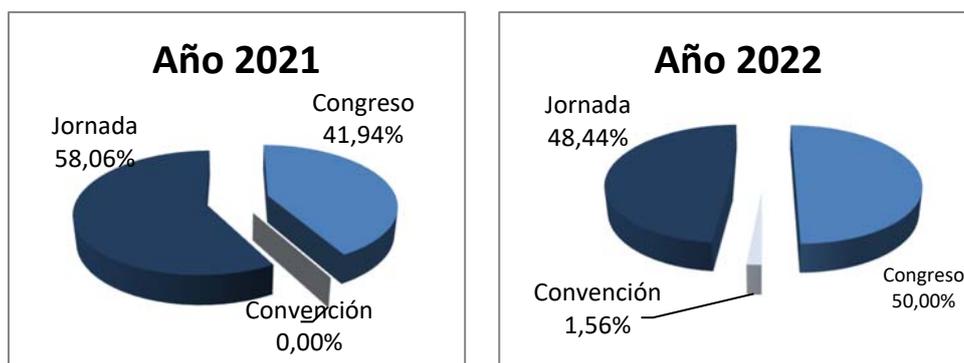
Del total de las reuniones y tal y como se muestra en la tabla siguiente, se contabilizaron 32 congresos, 31 jornadas y 1 convención.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2021-2022

Reuniones celebradas en Córdoba			
	Congreso	Convención	Jornada
2021	13	0	18
2022	32	1	31
Var. 21/19	146,15%	#¡DIV/0!	72,22%

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

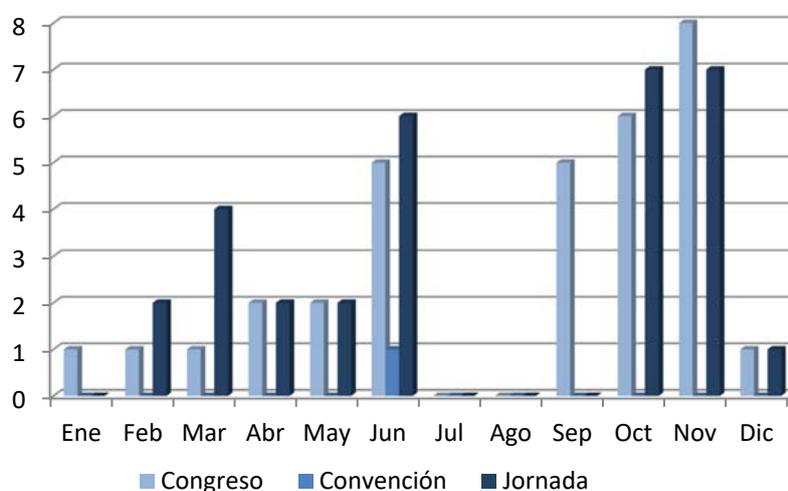
Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2021-2022



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

Los meses con mayor número de reuniones son octubre y noviembre. Por el contrario, el periodo con un menor número de reuniones es el que comprende los meses de julio, agosto y diciembre, coincidiendo con la temporada de baja actividad turística en nuestra ciudad. Sigue la tendencia experimentada en el año anterior.

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2022



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

En cuanto al número de delegados en 2022, estos suman un total de 8.417 frente a los 4.506 del año 2021. Lo que representa un incremento del 86,80% con respecto al año anterior.

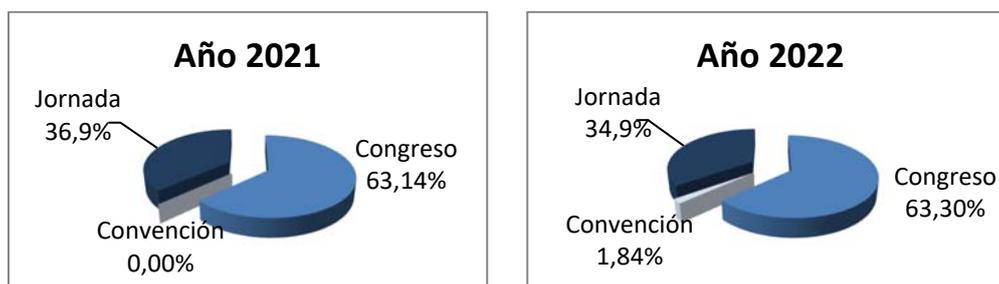
El mayor incremento lo recogen los asistentes a congresos con un 87,28%.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2021-2022

	Congreso	Convención	Jornada
2021	2.845	0	1.661
2022	5.328	155	2.934
Var. 22/21	87,28%		76,64%

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 2021-2022



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

Las 64 reuniones respondieron a esta pregunta, obteniéndose como resultado que el 55% de las reuniones son de carácter público, lo cual representa un cambio en la tendencia con respecto al año anterior.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2022



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 Universidad, el cual aglutina un 31% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2022. Les siguen las vinculadas con el ámbito cultural (16%) y con el segmento científico (14%).

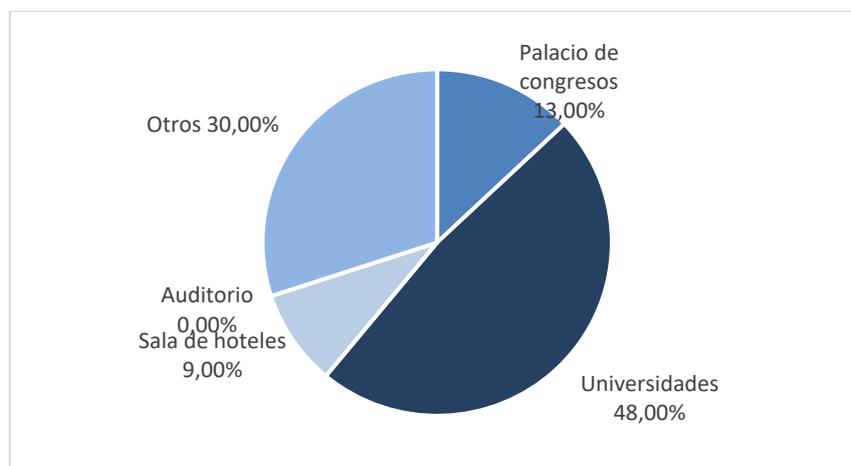
Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2021-2022

	2021	2022
Económico	3,00%	3,00%
Sanitario	6,00%	11,00%
Cultural	13,00%	16,00%
Público	0,00%	9,00%
Universidad	23,00%	31,00%
Tecnológico	3,00%	2,00%
Científico	16,00%	14,00%
Otros	36,00%	14,00%

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

En cuanto a la sede, destacan las Universidades (48%) y Palacio de Congresos (13%), que se convierten en los espacios de celebración preferidos por los organizadores. El apartado Otros representa un 30%, 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 2022

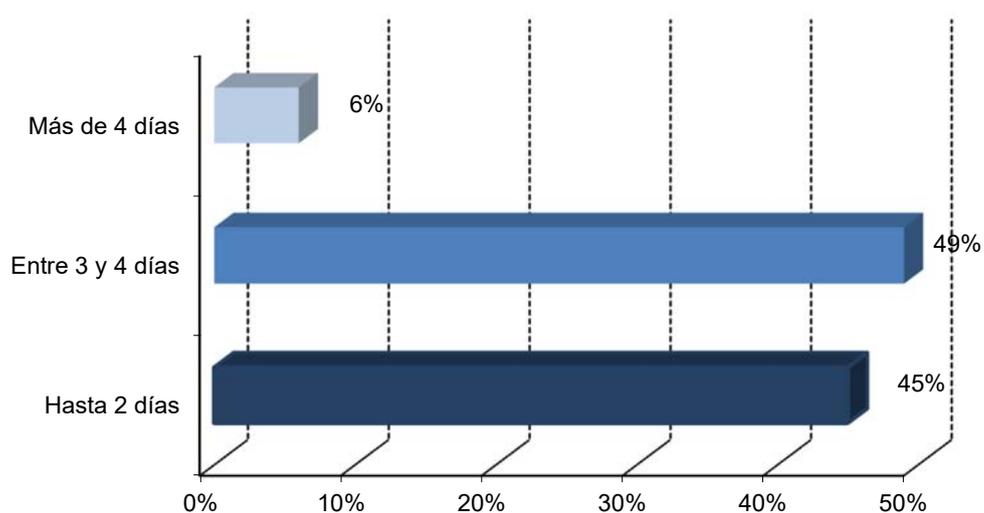


Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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

La duración media de las reuniones ha descendido levemente con respecto al año anterior, situándose la estancia media de 2,8 días.

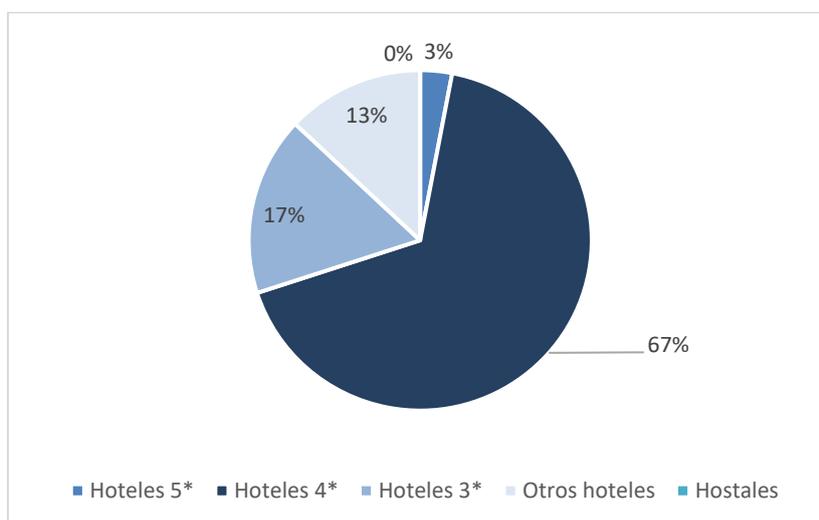
Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2022



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 67% del total.

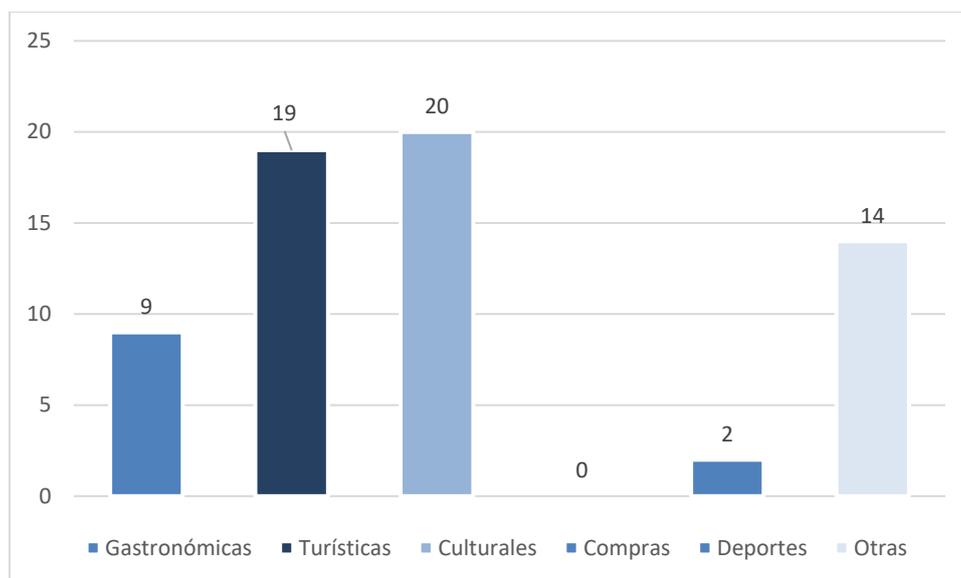
Gráfico 4.7. Tipo de alojamiento utilizado. Año 2022



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

En cuanto al tipo de actividad complementaria predomina el desempeño de actividades vinculadas al segmento cultural (20) y turístico (19).

Gráfico 4.8. Tipo de actividades complementarias a la reunión. Año 2022



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

Tal y como recoge este análisis, durante el año 2022, desde el Área de Congresos del IMTUR, se prestaron diferentes servicios a 64 eventos profesionales celebrados en nuestra ciudad. La duración y la asistencia media han mantenido y bajado respectivamente y se sitúan en casi 3 días y 132 participantes.

Con la definitiva vuelta a la normalidad, iniciada a mediados de 2021, los congresos, convenciones y jornadas que tuvieron lugar en Córdoba, alcanzaron un total de 8.417 participantes inscritos y se estima un impacto directo de 6,67 millones de euros en la economía local. Para obtener esta cifra, se ha considerado el dato del gasto medio diario en destino de 283€ (dato extraído del estudio estadístico del año 2021 elaborado por Braintrust para el SCB).

Así, las cifras alcanzadas en este pasado ejercicio 2022, hemos de interpretarlas como de recuperación, situándose en niveles prepandémicos, tras una parálisis global de casi dos años de duración. La tendencia es alcista, puesto que se recuperan las cifras de 2017 y, con la apertura del CEFC, se espera superar los máximos alcanzados en 2019 (77 eventos).

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.

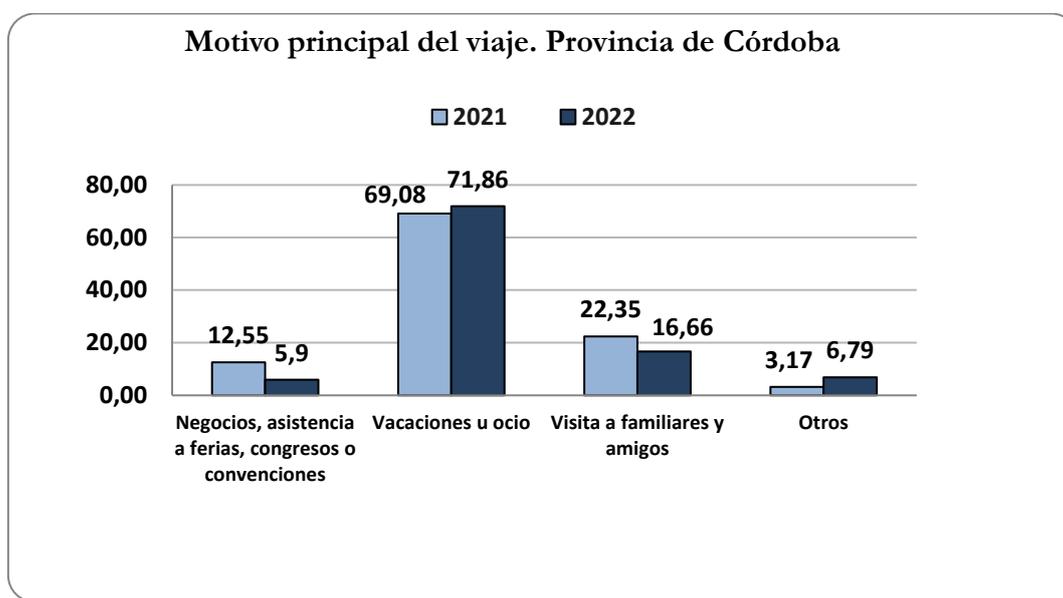
Un año más el principal motivo de los turistas que nos visitan ha sido el de las vacaciones u ocio representando un 71,86%, seguido de las visitas a familiares y amigos con un 16,66% de representación. Las motivaciones derivadas de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones desciende en sus datos con una representación del 5,9%. Y las motivaciones relacionadas con otros motivos alcanzan el 6,79% del total.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2021-2022

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2021	2022	Var. 22/21
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	12,55	5,9	-52,99%
Vacaciones u ocio	69,08	71,86	4,02%
Visita a familiares y amigos	22,35	16,66	-25,47%
Otros	3,17	6,79	114,34%

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 2021-2022



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 73,58 euros, lo que refleja un incremento del 12,63% con respecto a un año antes.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2021-2022

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2021	2022	Var. 22/21
Euros	65,33	73,58	12,63%

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 2022, se sitúa en 8,8 de promedio en una escala de 1 a 10, lo cual produce una variación positiva del 2,03% respecto a un año antes.

De todos los aspectos valorados, destacan en primer lugar por su alta puntuación el Patrimonio cultural con una calificación media de 9,4, seguida de la Información turística, la

Señalización, la Atención y trato, la Asistencia sanitaria, los Paisajes y parques naturales y los taxis, todos ellos con una puntuación de 8,9. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución es la Señalización turística con un incremento del 9,60%.

Los aspectos que han obtenido la puntuación más baja han sido el Ocio-diversión, el Alquiler de coches y el Nivel de tráfico con una valoración de 8,6, que aún siendo la más baja de todas las puntuaciones obtenidas, es una media bastante alta.

Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2021-2022

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2021	2022	Var. 22/21
Alojamiento	8,43	8,7	2,67%
Restauración	8,80	8,7	-0,85%
Ocio-diversión	8,63	8,6	-0,58%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,55	8,8	2,63%
Trenes	9,05	8,8	-3,31%
Taxis	9,13	8,9	-3,01%
Alquiler de coches	8,55	8,6	0,97%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	8,53	8,9	4,40%
Entornos urbanos	8,75	8,8	0,86%
Seguridad Ciudadana	8,90	8,8	-1,40%
Asistencia sanitaria	8,45	8,9	4,73%
Atención y trato	9,20	8,9	-2,99%
Relación precio/servicio	8,43	8,8	4,75%
Red de comunicaciones	8,55	8,7	1,46%
Limpieza	8,60	8,9	3,20%
Nivel de tráfico	8,08	8,6	6,50%
Señalización turística	8,08	8,9	9,60%
Información turística	8,48	8,9	5,01%
Patrimonio cultural	9,30	9,4	0,54%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	8,6	8,8	2,03%

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 turísticos.

Para ello, hacemos uso nuevamente de la Encuesta de Ocupación Hotelera que nos ofrece el Instituto Nacional de Estadística.

Los indicadores seleccionados tratan de satisfacer una doble finalidad, por un lado, se analizará la demanda hotelera, en concreto el número de viajeros y pernoctaciones efectuadas en los establecimientos hoteleros cordobeses, distinguiendo entre nacionales y extranjeros, grado de ocupación por plazas y estancia media.

Por otro lado, será objeto de estudio la oferta hotelera cordobesa, donde nos centraremos en la comparativa entre número de establecimientos abiertos, personal empleado y plazas estimadas según el INE, datos estos últimos, que pueden presentar diferencias respecto a las cifras facilitadas por la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

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

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

Este año Córdoba se posiciona en décimo lugar en el ranking de viajeros alojados en establecimientos hoteleros dentro de las 17 ciudades españolas analizadas, manteniendo la misma posición respecto a 2021. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Valladolid y Ávila quienes reciben el menor número de viajeros.

Haciendo un análisis más pormenorizado, se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un incremento del 68,29%, situándose por encima de ciudades turísticas tan importantes como Salamanca, San Sebastián o Toledo...

Analizando también la comparativa con el año 2019, al ser éste nuestra referencia, siendo los resultados de aquel año nuestro objetivo a alcanzar, vemos que se ha producido un descenso del 14,14%.

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	MADRID	9.716.708	9.870.672	2.511.366	4.636.614	8.592.547	85,32%	242,15%	-12,95%
2	BARCELONA	8.045.642	8.513.933	1.452.034	3.238.273	7.381.619	127,95%	408,36%	-13,30%
3	SEVILLA	2.671.491	2.782.232	842.862	1.457.860	2.650.478	81,81%	214,46%	-4,74%
4	VALENCIA	1.838.460	1.883.850	661.838	1.150.577	1.946.613	69,19%	194,12%	3,33%
5	GRANADA	1.867.881	1.994.676	571.366	868.637	1.563.691	80,02%	173,68%	-21,61%
6	MÁLAGA	1.376.794	1.410.171	447.383	817.700	1.305.847	59,70%	191,89%	-7,40%
7	BILBAO	938.308	962.095	331.231	619.746	1.023.870	65,21%	209,11%	6,42%
8	ZARAGOZA	1.145.222	1.181.153	359.820	668.965	1.006.297	50,43%	179,67%	-14,80%
9	SANTIAGO C.	728.107	792.986	214.765	489.972	855.084	74,52%	298,15%	7,83%
10	CÓRDOBA	957.417	970.986	289.341	495.367	833.659	68,29%	188,12%	-14,14%
11	SAN SEBASTIAN	656.352	685.693	281.250	507.172	780.701	53,93%	177,58%	13,86%
12	SALAMANCA	679.839	710.709	223.219	405.723	654.220	61,25%	193,08%	-7,95%
13	TOLEDO	600.545	598.971	190.296	344.497	541.810	57,28%	184,72%	-9,54%
14	BURGOS	480.082	484.559	171.578	288.687	476.534	65,07%	177,74%	-1,66%
15	MURCIA	467.003	483.256	189.271	317.319	471.533	48,60%	149,13%	-2,43%
16	VALLADOLID	455.695	451.307	155.783	293.305	409.854	39,74%	163,09%	-9,19%
17	AVILA	308.863	311.991	101.786	166.046	249.062	50,00%	144,69%	-20,17%

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

En cuanto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba también mantiene su posición respecto al año anterior, ocupando el undécimo lugar alcanzando los 1.412.214 pernoctas. Barcelona y Madrid ya se acercan a los 20 millones de pernoctas, ocupando estas ciudades las primeras posiciones. Valladolid y Ávila son las ciudades que registran los valores inferiores.

El mayor incremento lo recoge Barcelona con un crecimiento del 142,02% respecto a 2021, seguido de Sevilla con un incremento del 91,33%. Por el contrario el menor incremento lo refleja Valladolid con un 40,22%.

Comparando las cifras con 2019, Córdoba presenta un descenso en pernoctaciones del 13,50%.

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	BARCELONA	20.233.905	21.362.903	4.308.948	8.153.624	19.733.712	142,02%	357,97%	-7,63%
2	MADRID	19.725.523	20.682.785	5.416.866	9.645.158	17.932.162	85,92%	231,04%	-13,30%
3	SEVILLA	5.523.053	5.839.752	1.646.196	2.829.748	5.414.268	91,33%	228,90%	-7,29%
4	VALENCIA	4.217.579	4.337.945	1.370.466	2.609.349	4.438.773	70,11%	223,89%	2,32%
5	GRANADA	3.362.987	3.596.952	1.027.325	1.678.381	2.949.043	75,71%	187,06%	-18,01%
6	MALAGA	2.657.877	2.785.309	875.424	1.786.668	2.877.592	61,06%	228,71%	3,31%
7	BILBAO	1.800.922	1.886.267	655.289	1.159.422	1.945.662	67,81%	196,92%	3,15%
8	ZARAGOZA	1.925.174	1.962.273	647.324	1.174.524	1.798.525	53,13%	177,84%	-8,34%
9	SAN SEBASTIA	1.356.535	1.425.090	541.181	1.001.871	1.667.181	66,41%	208,06%	16,99%
10	SANTIAGO C.	1.339.023	1.467.152	413.108	917.700	1.510.915	64,64%	265,74%	2,98%
11	CÓRDOBA	1.570.563	1.632.583	494.177	846.124	1.412.214	66,90%	185,77%	-13,50%
12	SALAMANCA	1.123.866	1.180.975	376.463	663.085	1.073.265	61,86%	185,09%	-9,12%
13	TOLEDO	924.246	913.796	289.023	535.664	884.486	65,12%	206,03%	-3,21%
14	MURCIA	781.712	786.703	299.903	504.313	777.084	54,09%	159,11%	-1,22%
15	BURGOS	710.915	739.425	262.984	446.053	750.955	68,36%	185,55%	1,56%
16	VALLADOLID	789.199	784.611	255.042	492.390	690.447	40,22%	170,72%	-12,00%
17	AVILA	450.020	465.083	158.158	266.082	389.251	46,29%	146,12%	-16,31%

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

En lo que se respecta al grado de ocupación por plazas, Córdoba escala una posición situándose en la décimosegunda plaza, con una ocupación hotelera del 52,52 por ciento, esto ha supuesto un incremento de un 43,65% respecto a 2021. La ciudad de Barcelona es la que ocupa la primera posición con el 64,63%.

El mayor incremento ha sido registrado por Ávila con un 95,55% seguido de Barcelona con un 75,63% y Madrid con un 53,86%.

En la comparativa con 2019, la ciudad de Córdoba registra un descenso del 15%.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	BARCELONA	68,22	69,97	20,14	36,80	64,63	75,63%	220,90%	-7,63%
2	VALENCIA	61,91	63,84	25,23	44,10	63,60	44,22%	152,08%	-0,38%
3	MÁLAGA	64,08	65,00	23,37	43,47	62,22	43,13%	166,24%	-4,28%
4	SEVILLA	67,51	68,91	25,49	40,25	61,39	52,52%	140,84%	-10,91%
5	SAN SEBASTIAN	63,25	63,31	25,74	41,81	60,21	44,01%	133,89%	-4,90%
6	GRANADA	60,78	64,08	24,89	41,33	58,38	41,25%	134,55%	-8,90%
7	MADRID	62,69	63,93	23,37	36,02	55,42	53,86%	137,14%	-13,31%
8	BILBAO	61,25	62,46	23,31	36,58	55,25	51,04%	137,02%	-11,54%
9	TOLEDO	56,36	56,81	23,70	38,69	53,97	39,49%	127,72%	-5,00%
10	SANTIAGO C.	48,80	52,25	18,31	35,61	53,23	49,48%	190,72%	1,88%
11	BURGOS	50,35	53,13	21,18	38,86	52,58	35,31%	148,25%	-1,04%
12	CÓRDOBA	61,5	61,79	25,77	36,56	52,52	43,65%	103,80%	-15,00%
13	ZARAGOZA	52,68	53,56	21,37	36,84	49,95	35,59%	133,74%	-6,74%
14	VALLADOLID	53,90	53,56	19,85	37,19	49,69	33,61%	150,33%	-7,23%
15	SALAMANCA	52,63	54,87	21,70	37,65	48,75	29,48%	124,65%	-11,15%
16	MURCIA	46,78	46,33	21,19	35,07	46,87	33,65%	121,19%	1,17%
17	ÁVILA	43,91	44,51	46,03	19,32	37,78	95,55%	-17,92%	-15,12%

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

El análisis de la estancia media, sitúa a Córdoba en la octava posición, subiendo varios puestos respecto al año anterior.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,69 noches. Barcelona vuelve a encabezar la lista con una estancia media de 2,65 noches, seguida de Valencia, Málaga, San Sebastián, Madrid y Sevilla que también superan las 2 noches de estancia.

La estancia media en Córdoba refleja un incremento del 1,81%. El mayor incremento lo ha recogido Barcelona (13,25%), seguida de San Sebastián (11,76%) y Sevilla (10,27%).

Haciendo la comparación con 2019, Córdoba mantiene el mismo dato de ese año. De las ciudades que han recogido incrementos en sus cifras de estancia media, el mayor de ellos lo ha obtenido Málaga con un 11,17%, seguida de Zaragoza con un 7,23%.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	BARCELONA	2,51	2,50	1,60	2,34	2,65	13,25%	65,63%	6,00%
2	VALENCIA	2,28	2,29	1,52	2,11	2,26	7,11%	48,68%	-1,31%
2	MÁLAGA	1,92	1,97	1,44	2,03	2,19	7,88%	52,08%	11,17%
4	SAN SEBASTIAN	2,03	2,03	1,41	1,87	2,09	11,76%	48,23%	2,96%
4	MADRID	2,03	2,10	1,68	2,06	2,09	1,46%	24,40%	-0,48%
5	SEVILLA	2,07	2,10	1,40	1,85	2,04	10,27%	45,71%	-2,86%
6	GRANADA	1,80	1,80	1,35	1,85	1,88	1,62%	39,26%	4,44%
6	BILBAO	1,91	1,96	1,53	1,80	1,88	4,44%	22,88%	-4,08%
7	SANTIAGO C.	1,87	1,88	1,52	2,08	1,78	-14,42%	17,11%	-5,32%
7	ZARAGOZA	1,68	1,66	1,37	1,78	1,78	0,00%	29,93%	7,23%
8	VALLADOLID	1,74	1,75	1,22	1,72	1,69	-1,74%	38,52%	-3,43%
8	CÓRDOBA	1,64	1,69	1,28	1,66	1,69	1,81%	32,03%	0,00%
9	SALAMANCA	1,67	1,68	1,34	1,74	1,66	-4,60%	23,88%	-1,19%
10	MURCIA	1,68	1,63	1,19	1,57	1,65	5,10%	38,66%	1,23%
11	TOLEDO	1,54	1,53	1,14	1,55	1,63	5,16%	42,98%	6,54%
12	BURGOS	1,50	1,55	1,22	1,59	1,60	0,63%	31,15%	3,23%
13	ÁVILA	1,46	1,50	1,18	1,66	1,57	-5,42%	33,05%	4,67%

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. En él aparecen recogidos 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 establecimientos dedicados a dicha finalidad.

Córdoba mantiene la misma posición de los tres últimos años y vuelve a estar situada en décima posición con un total de 837 empleados.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, Córdoba registra un incremento del 46,58% respecto al año anterior. Todas las ciudades analizadas presentan incrementos siendo el mayor de éstos el correspondiente a la ciudad de Barcelona con un 98,96%. El menor de estos incrementos lo registra Murcia con un 19,41%

Tomando como referencia el año 2019, la ciudad registra un descenso del 10,58%. El mayor descenso corresponde a Valladolid con un 17,09%. Por el contrario, la ciudad que presenta mejor evolución es Málaga con un incremento del 16,20%.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	BARCELONA	14.028	15.083	4.903	6.323	12.580	98,96%	156,58%	-16,59%
2	MADRID	11.642	12.289	4.425	6.845	11.364	66,02%	156,81%	-7,53%
3	SEVILLA	3.601	3.691	1.408	1.883	3.264	73,34%	131,82%	-11,57%
4	VALENCIA	2.269	2.311	1.106	1.623	2.483	52,99%	124,50%	7,44%
5	MÁLAGA	1.526	1.599	822	1.240	1.858	49,84%	126,03%	16,20%
6	GRANADA	1.763	1.778	693	860	1.563	81,74%	125,54%	-12,09%
7	SAN SEBASTIAN	1.011	1.039	610	760	1.064	40,00%	74,43%	2,41%
8	BILBAO	1.140	1.232	660	763	1.047	37,22%	58,64%	-15,02%
9	SANTIAGO C.	961	1.013	495	664	932	40,36%	88,28%	-8,00%
10	CÓRDOBA	883	936	432	571	837	46,58%	93,75%	-10,58%
11	ZARAGOZA	781	760	394	546	742	35,90%	88,32%	-2,37%
12	SALAMANCA	665	680	320	411	616	49,88%	92,50%	-9,41%
13	TOLEDO	538	516	241	313	502	60,38%	108,30%	-2,71%
14	VALLADOLID	551	550	278	337	456	35,31%	64,03%	-17,09%
15	MURCIA	480	486	274	371	443	19,41%	61,68%	-8,85%
16	BURGOS	435	416	228	253	390	54,15%	71,05%	-6,25%
17	ÁVILA	350	352	164	202	293	45,05%	78,66%	-16,76%

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

Según la estimación del INE, la oferta hotelera de la ciudad de Córdoba ha mantenido abiertos 86 establecimientos durante el ejercicio 2022. 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, ascendiendo dos posiciones respecto al año anterior, con un total de 86 establecimientos abiertos y un incremento del 32,31%.

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

Haciendo comparativa con 2019, Córdoba presenta un descenso del 2,27%. La ciudad que refleja un mayor descenso en cuanto al número de establecimientos abiertos es Granada con un 14,29%, seguida de Murcia con un 11,43%. En este periodo el mayor incremento es para Valencia con un 19,73%.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	MADRID	788	841	446	591	752	27,24%	68,61%	-10,58%
2	BARCELONA	673	691	266	388	624	60,82%	134,59%	-9,70%
3	SEVILLA	219	230	106	148	223	50,68%	110,38%	-3,04%
4	VALENCIA	142	147	96	144	176	22,22%	83,33%	19,73%
5	SAN SEBASTIÁN	139	144	86	100	152	52,00%	76,74%	5,56%
6	SANTIAGO C.	156	148	86	124	151	21,77%	75,58%	2,03%
7	GRANADA	177	161	76	105	138	31,43%	81,58%	-14,29%
8	MÁLAGA	105	113	61	97	117	20,62%	91,80%	3,54%
9	SALAMANCA	91	89	54	68	89	30,88%	64,81%	0,00%
10	CÓRDOBA	86	88	46	65	86	32,31%	86,96%	-2,27%
11	BILBAO	75	75	53	77	85	10,39%	60,38%	13,33%
12	ZARAGOZA	87	87	54	77	80	3,90%	48,15%	-8,05%
13	TOLEDO	61	61	32	43	61	41,86%	90,63%	0,00%
14	BURGOS	59	62	41	37	58	56,76%	41,46%	-6,45%
15	ÁVILA	38	39	24	32	41	28,13%	70,83%	5,13%
16	VALLADOLID	41	41	24	32	37	15,63%	54,17%	-9,76%
17	MURCIA	33	35	21	27	31	14,81%	47,62%	-11,43%

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, mantiene este año la undécima posición con 7.260 plazas. Las primeras posiciones de este ranking vuelven a ser para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Valladolid y Ávila.

Córdoba ha experimentado un incremento del 28,11% durante 2022. Los mayores incrementos los han registrado Barcelona y Granada.

La evolución de la ciudad respecto a 2019 refleja un crecimiento del 2,77%. Destaca San Sebastián que muestra variación con un crecimiento de un 23,27%

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Var. 22/21	Var. 22/20	Var. 22/19
1	MADRID	85.426	87.666	41.455	68.111	87.822	28,94%	111,85%	0,18%
2	BARCELONA	80.414	82.736	34.659	52.545	82.124	56,29%	136,95%	-0,74%
3	SEVILLA	22.137	22.891	11.926	17.501	23.839	36,22%	99,89%	4,14%
4	VALENCIA	18.241	18.248	10.436	14.543	18.582	27,77%	78,06%	1,83%
5	GRANADA	14.922	15.124	7.179	9.616	13.575	41,17%	89,09%	-10,24%
6	MÁLAGA	11.177	11.615	7.304	10.408	12.490	20,00%	71,00%	7,53%
7	ZARAGOZA	9.909	9.943	5.903	8.342	9.725	16,58%	64,75%	-2,19%
8	BILBAO	7.911	8.125	5.540	8.099	9.489	17,16%	71,28%	16,79%
9	SANTIAGO C.	7.260	7.395	4.401	6.138	7.357	19,86%	67,17%	-0,51%
10	SAN SEBASTIAN	5.705	5.966	4.018	5.805	7.354	26,68%	83,03%	23,27%
11	CÓRDOBA	6.900	7.064	3.743	5.667	7.260	28,11%	93,96%	2,77%
12	SALAMANCA	5.741	5.796	3.301	4.319	5.935	37,42%	79,79%	2,40%
13	MURCIA	4.558	4.635	2.837	3.855	4.513	17,07%	59,08%	-2,63%
14	TOLEDO	4.391	4.312	2.373	3.352	4.356	29,95%	83,57%	1,02%
15	BURGOS	3.791	3.749	2.430	2.831	3.823	35,04%	57,33%	1,97%
16	VALLADOLID	3.938	3.965	2.538	3.443	3.758	9,15%	48,07%	-5,22%
17	ÁVILA	2.741	2.737	1.591	2.158	2.777	28,68%	74,54%	1,46%

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

