

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

1º TRIMESTRE 2023

“BALANCE POSITIVO EN EL INICIO DEL AÑO”

1. Oferta y Demanda Hotelera

El primer apartado de este boletín viene a analizar los principales datos turísticos de la ciudad correspondientes al primer trimestre del año y su comparativa con el año anterior. Igualmente, como ya venimos haciendo en boletines anteriores, también analizaremos su comparativa con el año 2019, nuestro objetivo a alcanzar.

En la comparativa con el año 2022, observamos como la llegada de viajeros se incrementa en un 18,23% alcanzando la cifra de 203.279 visitantes a nuestra ciudad. Igual ocurre con las pernoctaciones que lo hacen en menor proporción, al incrementarse en un 17,54% con un total de 340.119 noches de hotel. La estancia media se cifra en un 1,67 días reflejando un descenso del 0,60% respecto al primer trimestre de 2022. El grado de ocupación, igual que la estancia media, refleja un descenso del 5,01% con un 65,57 de ocupación.

En el desglose por procedencias se observa que el visitante es mayoritariamente turismo nacional suponiendo el 65,57% del total de viajero que recibe la ciudad. Este porcentaje refleja un descenso del 5,01% respecto a 2022. Por su parte el turismo internacional ve incrementada sus cifras en un 11,17%.

Comparando estos mismos datos con los obtenidos en el año 2019, los viajeros siguen estando un 5,24% por debajo y las pernoctaciones un 4,50%. El grado de ocupación tampoco llega a los niveles de 2019 reflejando un descenso del 8,48%. Por el contrario, la estancia media alcanza el mismo dato de 2019, 1,67 días de media.

	Viajeros	Pernoctaciones	Ocupación Hotelera	Estancia Media	Procedencia	
			INE		España	Extranjero
2023	203.279	340.119	51,25%	1,67	65,57%	34,43%
2019	214.514	356.153	56,00%	1,67	61,46%	38,54%
Var.23/22	18,23%	17,54%	15,79%	-0,60%	-5,01%	11,17%
Var.23/19	-5,24%	-4,50%	-8,48%	0,00%	6,69%	-10,66%

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

Analizando este trimestre por meses, y comparando los datos con el año anterior, podemos observar cómo es el mes de enero el que, presenta un mayor incremento tanto en número de viajeros como de pernoctaciones.

Si comparamos los datos con el año 2019, observamos que en número de viajeros tan solo el mes de enero refleja datos positivos con un 2,83%. Valorando ahora las pernoctaciones, es el mes de febrero el único mes que refleja incrementos (1,06%).

Mes	Viajeros				Pernoctaciones			
	2019	2023	Var.23/22	Var.23/19	2019	2023	Var.23/22	Var.23/19
Enero	58.165	59.811	28,96%	2,83%	102.322	98.963	26,58%	-3,28%
Febrero	69.144	67.072	16,22%	-3,00%	110.135	111.297	13,83%	1,06%
Marzo	87.205	76.396	12,59%	-12,39%	143.696	129.859	14,51%	-9,63%
Trimestre	214.514	203.279	18,23%	-5,24%	356.153	340.119	17,54%	-4,50%

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

La estancia media evoluciona de forma negativa durante los tres primeros meses del año, siendo la más alta de todo el trimestre la correspondiente al mes de marzo con 1,7 noches de hotel. El conjunto del trimestre deja la estancia media en 1,67 noches, un 0,60% inferior al dato recogido un año antes. Haciendo la comparación con el año 2019, este dato permanece inalterable.

Según los datos facilitados por el INE, el grado de ocupación trimestral se incrementa un 15,79% con un nivel del 51,25% respecto al mismo trimestre de 2022. No ocurre igual en la comparativa con 2019 en el que el grado de ocupación disminuye un 8,48%.

Mes	Estancia Media				Grado Ocupación			
	2019	2023	Var.23/22	Var.23/19	2019	2023	Var.23/22	Var.23/19
Enero	1,76	1,65	-2,37%	-6,25%	48,32	43,5	24,00%	-9,98%
Febrero	1,59	1,66	-1,78%	4,40%	55,03	53,97	11,05%	-1,93%
Marzo	1,65	1,7	1,80%	3,03%	64,27	56,17	14,59%	-12,60%
Trimestre	1,67	1,67	-0,60%	0,00%	56,00	51,25	15,79%	-8,48%

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

En la comparativa con otros puntos turísticos nacionales, Córdoba desciende una posición, ocupando la novena posición en número de viajeros. En el caso de las pernoctaciones, la ciudad ocupa el mismo lugar, el noveno.

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

En el lado opuesto, es decir las ciudades que recogen los menores datos tanto de visitas como de pernoctaciones, se encuentran Toledo, Burgos y Ávila.

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

	Viajeros	1T 2019	1T 2022	1T 2023	Var.23/22	Var.23/19
1	Madrid	2.296.740	1.688.725	2.207.824	30,74%	-3,87%
2	Barcelona	1.839.639	1.261.883	1.734.880	37,48%	-5,69%
3	Sevilla	631.103	534.089	677.615	26,87%	7,37%
4	Valencia	404.850	387.490	464.807	19,95%	14,81%
5	Granada	435.940	318.398	380.093	19,38%	-12,81%
6	Málaga	299.889	247.932	331.195	33,58%	10,44%
7	Zaragoza	243.523	181.526	230.732	27,11%	-5,25%
8	Bilbao	185.069	162.250	210.922	30,00%	13,97%
9	Córdoba	214.514	171.941	203.279	18,23%	-5,24%
10	Donostia-San Sebastián	127.011	134.230	169.540	26,31%	33,48%
11	Salamanca	129.211	104.745	131.135	25,19%	1,49%
12	Santiago Compostela	98.038	101.276	121.694	20,16%	24,13%
13	Murcia	108.889	91.183	116.871	28,17%	7,33%
14	Toledo	124.434	91.145	110.406	21,13%	-11,27%
15	Burgos	80.831	76.861	81.833	6,47%	1,24%
16	Ávila	54.823	40.660	55.828	37,30%	1,83%

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

	Pernoctaciones	1T 2019	1T 2022	1T 2023	Var.23/22	Var.23/19
1	Barcelona	4.555.285	3.227.128	4.542.838	40,77%	-0,27%
2	Madrid	4.695.789	3.554.959	4.423.897	24,44%	-5,79%
3	Sevilla	1.327.870	1.074.080	1.391.080	29,51%	4,76%
4	Valencia	871.794	796.690	966.806	21,35%	10,90%
5	Málaga	573.300	520.710	698.023	34,05%	21,76%
6	Granada	769.504	580.762	676.278	16,45%	-12,12%
7	Zaragoza	409.386	320.031	404.777	26,48%	-1,13%
8	Bilbao	359.436	285.509	389.917	36,57%	8,48%
9	Córdoba	356.153	289.361	340.119	17,54%	-4,50%
10	Donostia-San Sebastián	224.415	244.101	296.989	21,67%	32,34%
11	Salamanca	234.703	178.569	240.339	34,59%	2,40%
12	Santiago Compostela	194.392	182.230	220.369	20,93%	13,36%
13	Murcia	180.469	149.578	189.519	26,70%	5,01%
14	Toledo	187.203	144.243	183.215	27,02%	-2,13%
15	Burgos	125.880	127.012	135.339	6,56%	7,51%
16	Ávila	82.760	65.482	86.189	31,62%	4,14%

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

En el contexto andaluz, los datos se muestran similares a los obtenidos en la capital con un incremento en el flujo de visitantes del 26,54%. El gasto medio también muestra un incremento del 9,43%. Y la estancia media se incrementa un 22,58% respecto al año anterior.

En la comparativa con el año 2019, tan solo la estancia media es la que muestra descenso en sus datos con un 5% de merma.

Total Andaluz					
	1T 2019	1T 2022	1T 2023	Var. 23/22	Var. 23/19
Flujo de visitantes	5.786.011	4.584.962	5.801.969	26,54%	0,28%
Estancia media	4	3,1	3,8	22,58%	-5,00%
Gasto Medio	65,5	67,9	74,3	9,43%	13,44%

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

2. Puntos de Interés Turístico

Los principales monumentos y museos cordobeses, al igual que el resto de datos analizados, reflejan un incremento en sus visitas. En cifras absolutas 904.4269 personas visitaron los puntos de interés turístico de la ciudad durante los meses de enero a marzo, de los cuales el 41,40% los visitan en el mes de marzo, el 31,63% en febrero y el 26,98% en enero.

En lo que respecta a los monumentos, éstos han recogido un total de 775.133 visitas, lo cual supone un incremento del más del 45% respecto al año anterior. Todos los monumentos a excepción de la Capilla de San Bartolomé presentan datos positivos, siendo el mayor de éstos el recogido por los Baños del Alcázar Califal con un 96,55%, seguido del Alcázar de los Reyes Cristianos con un 89,07%.

El monumento más visitado ha sido la Mezquita, Catedral con 394.570 visitas seguido del Alcázar de los Reyes Cristianos con 160.969 visitas y de la Sinagoga con 110.025 visitantes.

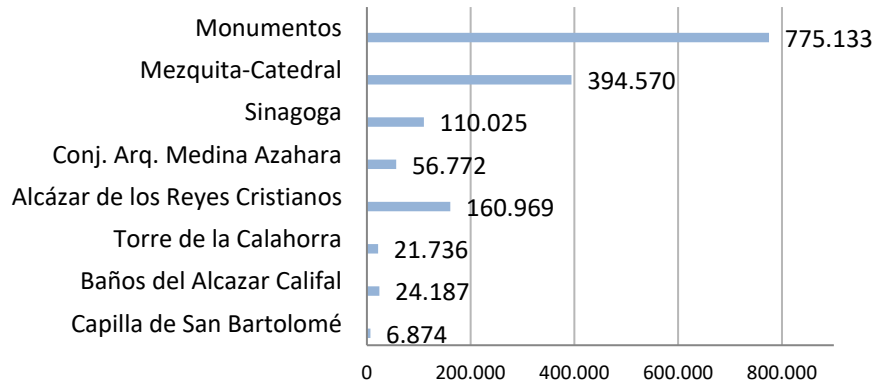
Por otra parte los museos de la ciudad con un total de 129.293 visitas reflejan un incremento del 11,79%. Los museos que registran el mayor incremento han sido el Museo Taurino y el Museo Julio Romero de Torres con un 52,21% y 48,48% respectivamente.

En cuanto a número de visitas los museos más visitados en este periodo han sido el Museo Arqueológico con 60.459 visitantes, el Palacio de Viana con 31.938 y el Museo de Bellas Artes con 13.802 visitas.

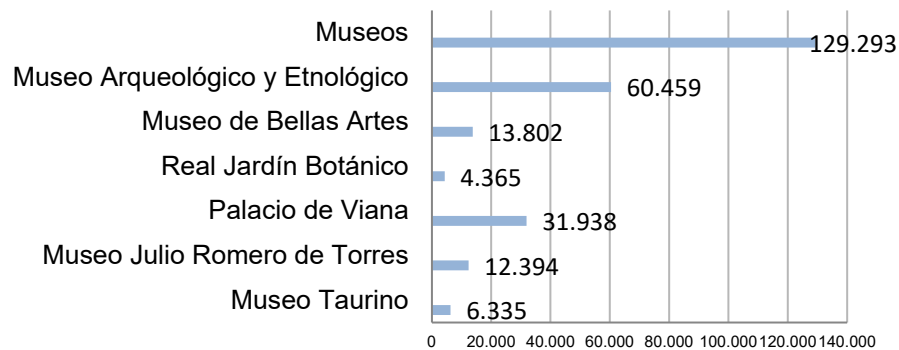
	Alcázar de los Reyes		Conj. Arqueológico		Sinagoga		Mezquita-Catedral	
	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22
Enero	53.546	148,50%	14.546	22,28%	27.800	81,28%	98.408	45,71%
Febrero	45.227	75,87%	19.185	10,53%	33.575	21,94%	127.685	37,28%
Marzo	62.196	64,21%	23.041	24,53%	48.650	20,72%	168.477	44,60%
Trimestre	160.969	89,07%	56.772	18,88%	110.025	32,29%	394.570	42,41%
	Torre de la Calahorra		Capilla de San		Museo Arqueológico y		Museo de Bellas Artes	
	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22
Enero	6.254	15,47%	1.095	-17,36%	17.223	25,04%	3.563	25,28%
Febrero	7.155	12,59%	2.854	12,32%	20.399	-4,62%	4.771	12,34%
Marzo	8.327	10,12%	2.925	-10,44%	22.837	6,65%	5.468	34,12%
Trimestre	21.736	12,43%	6.874	-3,62%	60.459	6,87%	13.802	23,59%
	Real Jardín Botánico		Baños del Alcázar Califal		Palacio de Viana		Museo Julio Romero de	
	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22	Visitas	Var. 23/22
Enero	848	-30,89%	7.104	202,43%	8.359	23,93%	3.257	66,43%
Febrero	985	-56,14%	8.003	100,33%	9.587	2,37%	4.219	48,82%
Marzo	2.532	-26,29%	9.080	52,30%	13.992	12,92%	4.918	38,34%
Trimestre	4.365	-36,81%	24.187	96,55%	31.938	12,06%	12.394	48,48%
	Museo Taurino		Total de Visitantes					
	Visitas	Var. 23/22		Visitas	Var. 23/22			
Enero	1.970	61,87%	Enero	243.973	59,28%			
Febrero	2.401	69,92%	Febrero	286.046	31,21%			
Marzo	1.964	28,20%	Marzo	374.407	35,47%			
Trimestre	6.335	52,21%	Trimestre	904.426	39,67%			

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.

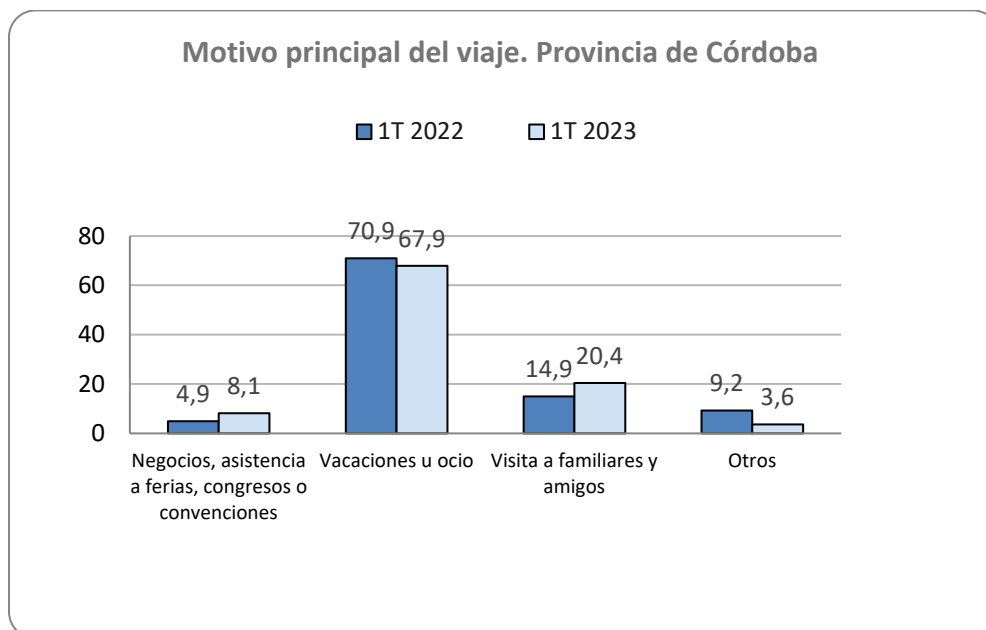
Según esta encuesta, durante el primer trimestre del año los turistas que visitaron la provincia de Córdoba han permanecido en ella una media de 3,7 días, lo que supone un incremento del 27,59% respecto al mismo período del año pasado.

Estancia Media			
	1T 2022	1T 2023	Var. 23/22
Nº de días	2,9	3,7	27,59%

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 67,7%, seguido de las Visitas a familiares y amigos con un 20,4% y las derivadas por negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones que en este período alcanzan el 8,1% de los visitantes encuestados.

Es éste último motivo, el de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones, el que refleja la mejor evolución respecto a 2022 con un 65,31% de incremento.



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 primer trimestre de 2023 se ha cifrado en 79€, lo que refleja un incremento del 3,81%.

Gasto Medio Diario			
	1T 2022	1T 2023	Var. 23/22
Euros	76,1	79	3,81%

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 8,6, esto es un 3,37% menos que el año pasado. La puntuación más alta la sigue obteniendo el Patrimonio cultural con un 9,2 de media. Le siguen los Autobuses, Paisajes y parques naturales, Alojamiento, Atención y trato y Alquiler de coches con puntuaciones de 8,8 y 8,7.

El único incremento recogido es el Alojamiento que ve crecer su valoración en un 1,16%. Por el contrario el mayor descenso lo refleja la limpieza con un 6,67%.

La puntuación más baja la obtienen la Red de comunicaciones y la Asistencia sanitaria, ambas con un 8,2 que aún siendo la más baja es una muy buena puntuación.

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	1T 2022	1T 2023	Var. 23/22
Alojamiento	8,6	8,7	1,16%
Restauración	8,8	8,6	-2,27%
Ocio-diversión	8,6	8,4	-2,33%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,9	8,8	-1,12%
Trenes	8,9	8,6	-3,37%
Taxis	8,9	8,6	-3,37%
Alquiler de coches	8,8	8,7	--
Calidad de la oferta turística:			
Playas	--	--	--
Paisajes y Parques naturales	9	8,8	-2,22%
Entornos urbanos	8,8	8,4	-4,55%
Seguridad Ciudadana	8,8	8,5	-3,41%
Asistencia sanitaria	8,9	8,2	--
Atención y trato	9	8,7	-3,33%
Relación precio/servicio	8,8	8,6	-2,27%
Red de comunicaciones	8,6	8,2	-4,65%
Limpieza	9	8,4	-6,67%
Nivel de tráfico	8,8	8,3	-5,68%
Señalización turística	8,9	8,4	-5,62%
Información turística	8,9	8,6	-3,37%
Patrimonio cultural	9,4	9,2	-2,13%
Infraestructura para la práctica de golf	--	--	--
Puertos y actividades náuticas	--	--	--
Índice sintético de percepción	8,9	8,6	-3,37%

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