



INFORME 2024

ÍNDICE

1. Introducción	2
2. Oferta Turística	3
2.1. Hoteles	3
2.2. Apartamentos turísticos	11
3. Demanda Turística	13
3.1. Evolución de la demanda hotelera	13
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	22
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	25
3.3.1. Mercados emisores nacionales	25
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	26
3.4. Visitas a centros de interés turístico	30
4. Congresos y reuniones	33
5. Encuesta de Coyuntura Turística	38
5.1. Motivación principal del viaje	38
5.2. Percepción turística de los visitantes	40
6. Comparativa con otros destinos culturales	41

1. INTRODUCCIÓN

Con la publicación de este Informe Anual, el Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba concluye el análisis correspondiente al ejercicio 2024, marcando la edición número 25 de este trabajo sostenido en el tiempo. El Observatorio se consolida como una herramienta clave para el diagnóstico y la implementación de políticas vinculadas a la actividad turística local. Este informe representa una fuente actualizada de referencia tanto para los profesionales del sector como para las instituciones públicas y privadas, aportando información estratégica que contribuye a la toma de decisiones, la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad.

El Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba es una herramienta técnica de análisis y seguimiento de la actividad turística, orientada a generar conocimiento a partir de datos cuantitativos. Su misión principal es proporcionar información estadística precisa, confiable y actualizada que permita comprender la evolución del turismo en la ciudad, sus características, impactos y tendencias.

A través de la recogida sistemática de datos el observatorio elabora informes periódicos, que permiten visualizar el comportamiento del turismo tanto a nivel general como segmentado.

Estos insumos constituyen una base sólida para la toma de decisiones por parte de organismos públicos, entidades privadas, actores del sector y la comunidad académica. El objetivo es fortalecer la planificación estratégica, mejorar la gestión de destinos y promover un desarrollo turístico sostenible, eficiente y alineado con las dinámicas reales del mercado.

En este sentido, el Observatorio Turístico no solo actúa como centro de información, sino también como un espacio de articulación técnica que impulsa la transparencia, la innovación y la profesionalización del turismo en Córdoba.

La demanda hotelera en Córdoba registró un crecimiento del 4,29%, alcanzando un total de 969.685 viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Este aumento en la afluencia se reflejó también en el número de pernoctaciones, que superaron el millón y medio, con un total de 1.666.768, experimentando un crecimiento aún mayor del 6,77%.

Respecto a la procedencia de los visitantes, los datos muestran un predominio de viajeros nacionales, quienes representan el 51,40%, frente al 48,60% de viajeros extranjeros. Sin embargo, los viajeros nacionales disminuyeron un 5,62%, mientras que los extranjeros aumentaron significativamente, con un crecimiento del 17,32%. En cuanto a las pernoctaciones, las nacionales registraron un descenso del 3,55%, en contraste con las extranjeras, que crecieron un 21,40%.

Al comparar a Córdoba con otros destinos turísticos de relevancia cultural y monumental similar, nuestra ciudad ocupa una posición destacada, superando en afluencia a destinos de gran prestigio como Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

La capacidad hotelera de un destino suele estar estrechamente vinculada al volumen de visitantes que recibe y a sus características. En este sentido, la ciudad de Córdoba cuenta con una oferta hotelera amplia y adaptada a las necesidades y expectativas de sus potenciales usuarios, así como a las exigencias en materia de servicios turísticos.

No obstante, la oferta turística abarca un conjunto mucho más amplio de componentes, los cuales serán analizados en detalle a lo largo de este informe.

En lo que respecta a la capacidad hotelera específicamente, durante el período analizado se ha registrado la incorporación de un nuevo establecimiento, lo que eleva a 110 el total de alojamientos en la ciudad. De ellos, 65 corresponden a hoteles y 45 a pensiones. Este dato representa un incremento del 0,92% en el número total de establecimientos abiertos. Sin embargo, el número de plazas disponibles experimentó un descenso del 0,36%, debido a que el nuevo establecimiento incorporado cuenta con menor capacidad que el que cesó su actividad.

Si se amplía el análisis a una perspectiva de diez años, se observa una evolución positiva en la infraestructura hotelera de la ciudad: el número de hoteles ha crecido un 14,79%, lo que ha implicado un aumento del 19,18% en la oferta de plazas.

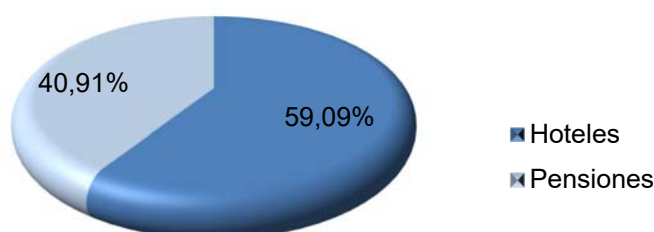
En resumen, la ciudad de Córdoba dispone actualmente de una capacidad hotelera para albergar a 7.567 personas. De ese total, 6.412 plazas (el 84,74%) se concentran en hoteles, mientras que las 1.155 restantes (15,26%) corresponden a pensiones y otros establecimientos de menor categoría.

Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2011-2024

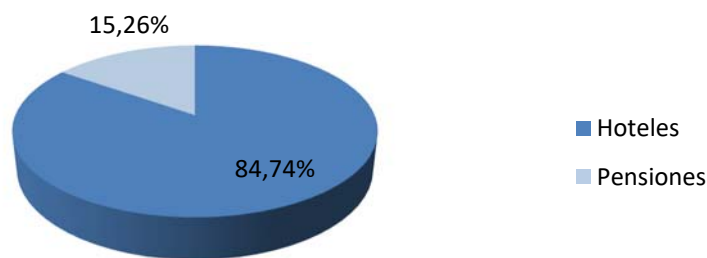
	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
2011	55	41	96	5458	1011	6469
2012	53	41	94	5346	1011	6357
2013	53	39	92	5346	926	6272
2014	56	39	95	5423	926	6349
2015	55	42	97	5328	1029	6357
2016	55	42	97	5484	1093	6577
2017	55	44	99	5683	1196	6879
2018	58	45	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
2023	64	45	109	6379	1215	7594
2024	65	45	110	6412	1155	7567
Var. 24/14	16,07%	15,38%	15,79%	18,24%	24,73%	19,18%
Var. 24/23	1,56%	0,00%	0,92%	0,52%	-4,94%	-0,36%

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 gráfico siguiente muestra que, en 2024, los hoteles representan el 59,09% del total de establecimientos de alojamiento en la ciudad, mientras que los hostales y pensiones constituyen el 40,91% restante. Sin embargo, al analizar la distribución de plazas disponibles, la diferencia se acentúa: los hoteles concentran aproximadamente el 85% de la capacidad total de alojamiento, frente al 15% que corresponde a las pensiones y establecimientos de menor categoría.

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2024


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 2024


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 realizar un análisis más detallado, se recurre a la distribución de los establecimientos según su clase y categoría.

La evolución por categorías hoteleras muestra una única variación respecto al año anterior: un aumento en los hoteles de 2 estrellas, debido a la apertura de un nuevo establecimiento. El resto de categorías se mantiene sin cambios.

Los hoteles de 2 estrellas continúan siendo los más numerosos, con un total de 26 establecimientos, seguidos de cerca por los hoteles de 4 estrellas, que suman 21.

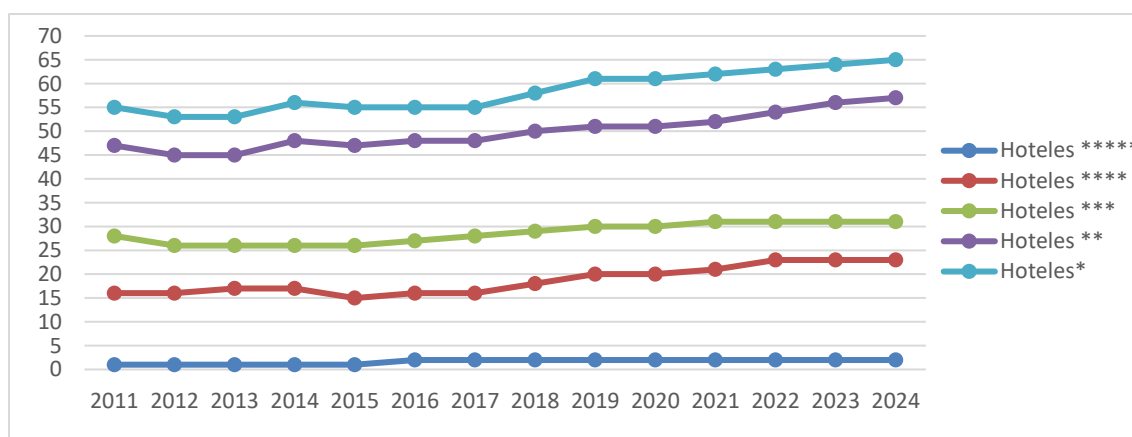
En el caso de las pensiones, las de una estrella siguen siendo las predominantes, con 40 establecimientos, manteniéndose en el mismo nivel que el año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2011-2024

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2022	2	21	8	23	9	5	40
2023	2	21	8	25	8	5	40
2024	2	21	8	26	8	5	40
Var. 24/14	100,00%	31,25%	-11,11%	18,18%	0,00%	-44,44%	33,33%
Var. 24/23	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%

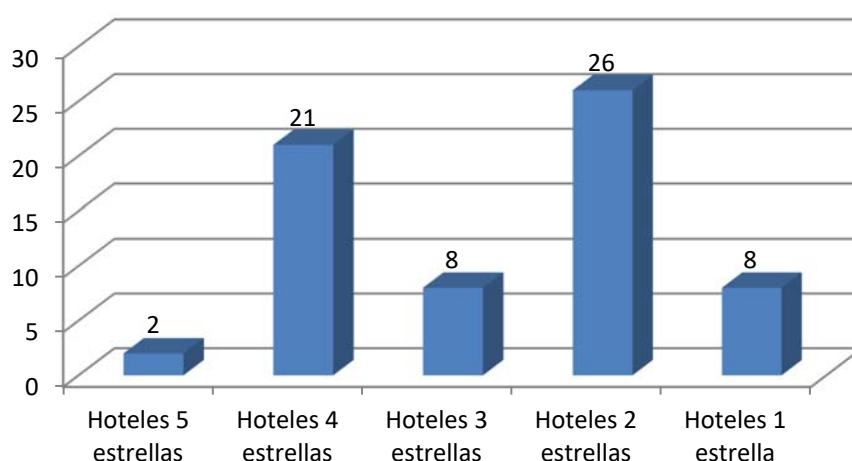
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2011-2024



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 2024



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 aumento en el número de establecimientos no ha tenido su correlato lógico en la capacidad hotelera de la ciudad de Córdoba pues actualmente, la infraestructura alojativa cuenta con un total de 7.567 plazas, lo que representa una leve disminución del 0,36% en comparación con los registros de 2023. Este descenso, como ya se ha comentado anteriormente, se debe a que el nuevo establecimiento incorporado cuenta con menor capacidad que el que cesó su actividad

En lo que respecta exclusivamente a los establecimientos hoteleros, los hoteles de cuatro estrellas continúan liderando en cuanto a capacidad, manteniendo su posición predominante año tras año. Les siguen los hoteles de dos estrellas, que ofrecen 982 plazas, y posteriormente los de tres, una y cinco estrellas.

En el segmento de pensiones, las de una estrella son las más representativas, con un total de 1.029 plazas disponibles, mientras que las de dos estrellas cuentan con 126 plazas.

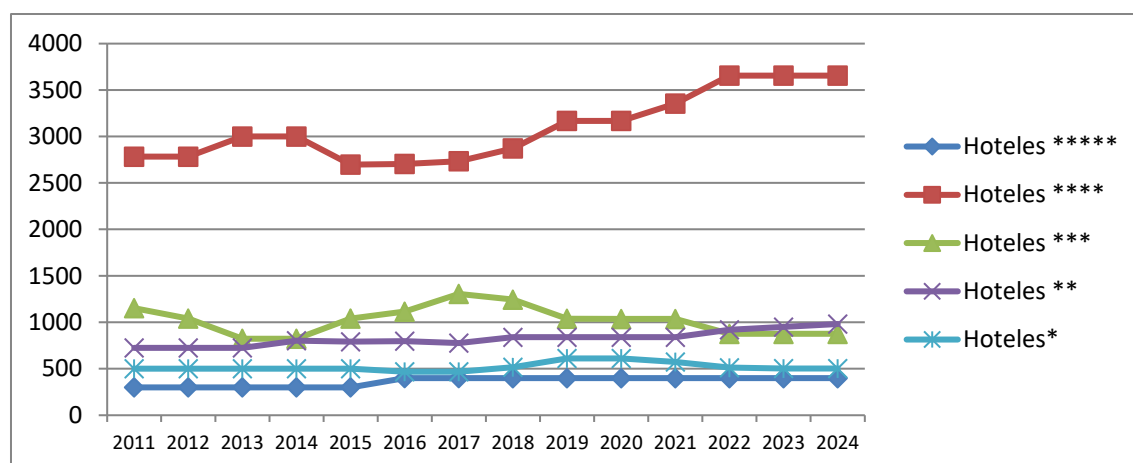
Si se compara con los datos de hace una década, el crecimiento global en la capacidad alojativa de la ciudad (sumando hoteles y pensiones) es significativo, con un aumento acumulado del 71,21%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2011-2024

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2023	398	3655	875	949	502	126	1089
2024	398	3655	875	982	502	126	1029
Var. 24/14	33,11%	21,87%	6,32%	22,44%	0,40%	-61,23%	71,21%
Var. 24/23	0,00%	0,00%	0,00%	3,48%	0,00%	0,00%	-5,51%

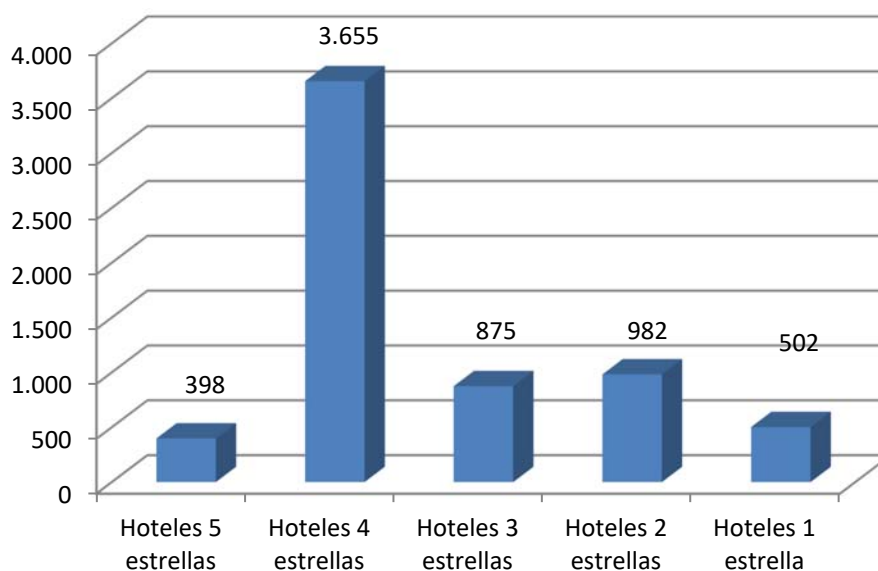
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2011-2024



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.

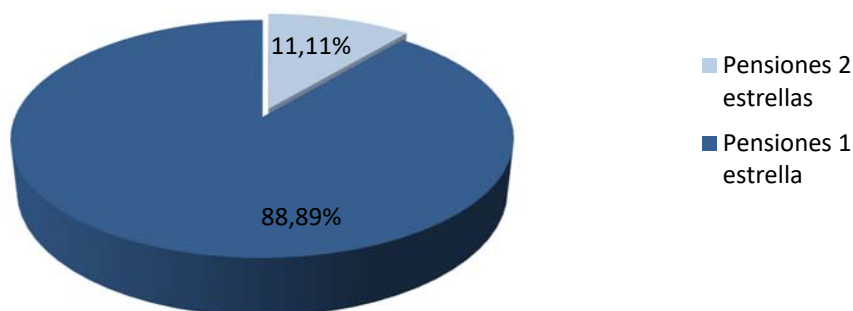
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2024



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.

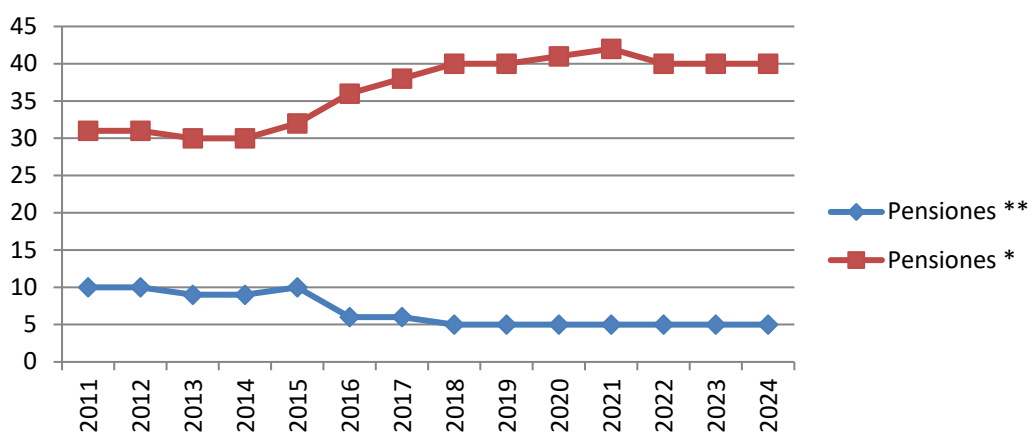
La distribución de las pensiones por categoría se mantiene sin variaciones respecto al año anterior. El 88,89% de estos establecimientos corresponden a la categoría de una estrella, mientras que el 11,11% restante se ubica en la categoría de dos estrellas.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2024



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.

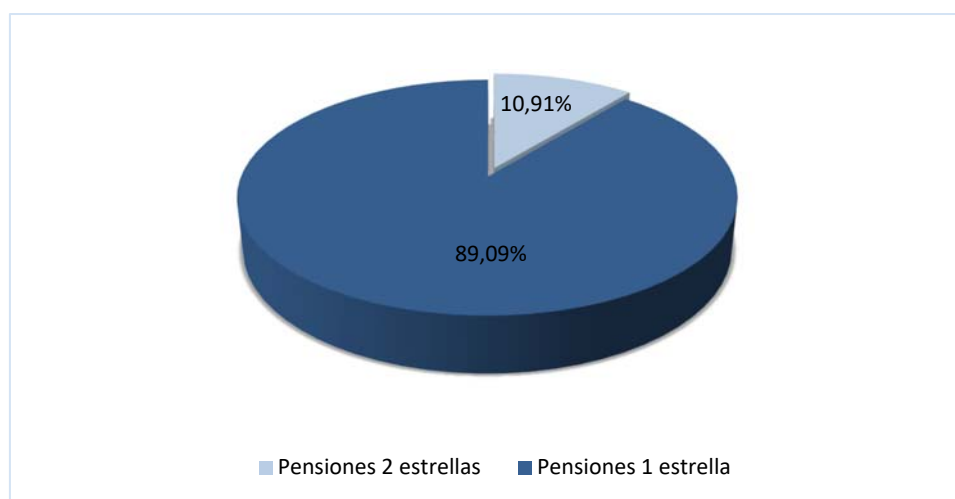
Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Años 2011-2024



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.

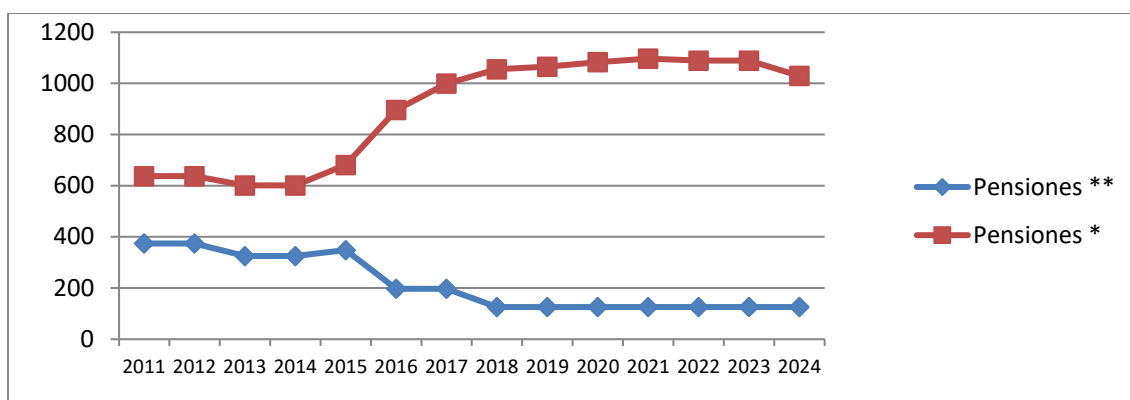
La distribución de las plazas en las pensiones refleja la misma tendencia que el número de establecimientos: la mayor parte corresponde a las pensiones de una estrella, que concentran el 89,09% del total, frente al 10,91% que representan las pensiones de dos estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2024



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 2011-2024



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 ha experimentado un crecimiento sostenido, lo que ha motivado su inclusión regular en los informes anuales del Observatorio Turístico.

Según los datos disponibles, la evolución respecto a 2023 muestra un incremento significativo: se han incorporado 10 nuevos apartamentos, lo que representa un aumento del 22,73% en el número de establecimientos y del 17,29% en la capacidad de plazas.

Si se amplía la comparación al año 2014, el crecimiento resulta aún más notable, con un aumento del 440% en el número de apartamentos turísticos registrados y del 230,88% en el número de plazas ofertadas.

Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2011-2024

	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
2023	44	1.151
2024	54	1.350
Var. 24/23	22,73%	17,29%
Var. 24/14	440,00%	230,88%

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

El análisis de los datos por categorías muestra un crecimiento en las categorías de una y dos llaves, con incrementos del 22,22% y 25% respectivamente. En cambio, la categoría de tres llaves se mantiene sin variaciones respecto al año anterior.

Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2024

	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
2023	2	24	18
2024	2	30	22
Var. 24/23	0,00%	25,00%	22,22%

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 contribuyen a la oferta de alojamiento de la ciudad con un total de 1.350 plazas. De ellas, la mayoría corresponden a apartamentos de dos llaves, que suman 916 plazas, seguidos por los de una llave con 388 plazas, y finalmente los de tres llaves, que cuentan con 46 plazas disponibles.

Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2024

	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
2023	46	811	294
2024	46	916	388
Var. 24/23	0,00%	12,95%	31,97%

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 se analiza la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad. Este concepto se define habitualmente a partir del número de visitantes que pernoctan en el destino, por lo que se presenta un análisis detallado del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras.

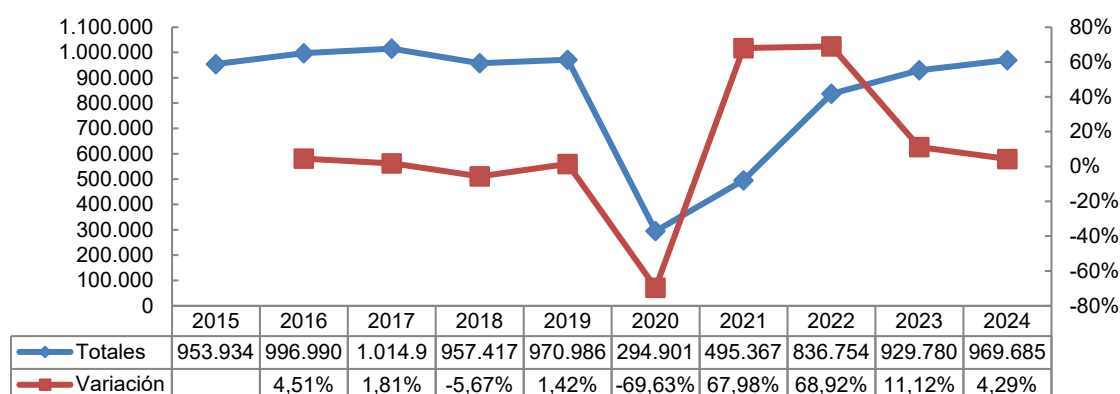
Este tipo de análisis resulta fundamental no solo para describir la realidad turística actual, sino también para anticipar tendencias y programar las estrategias de promoción. Comprender los patrones de alojamiento permite diseñar acciones más ajustadas a las necesidades de los visitantes y mejorar su experiencia en el destino.

Para llevar a cabo este estudio, se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) elaborada mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta fuente oficial proporciona datos fiables y desagregados, distinguiendo entre viajeros de origen nacional y extranjero, e incluyendo indicadores como el número total de viajeros, las pernoctaciones realizadas, la estancia media y el grado de ocupación de los establecimientos.

Una de las principales ventajas de esta encuesta es que permite acceder a series históricas completas, lo que facilita un análisis de evolución en el tiempo, así como comparaciones con otros destinos turísticos de características similares en el contexto nacional. Esto enriquece la comprensión del posicionamiento de Córdoba dentro del mapa turístico español.

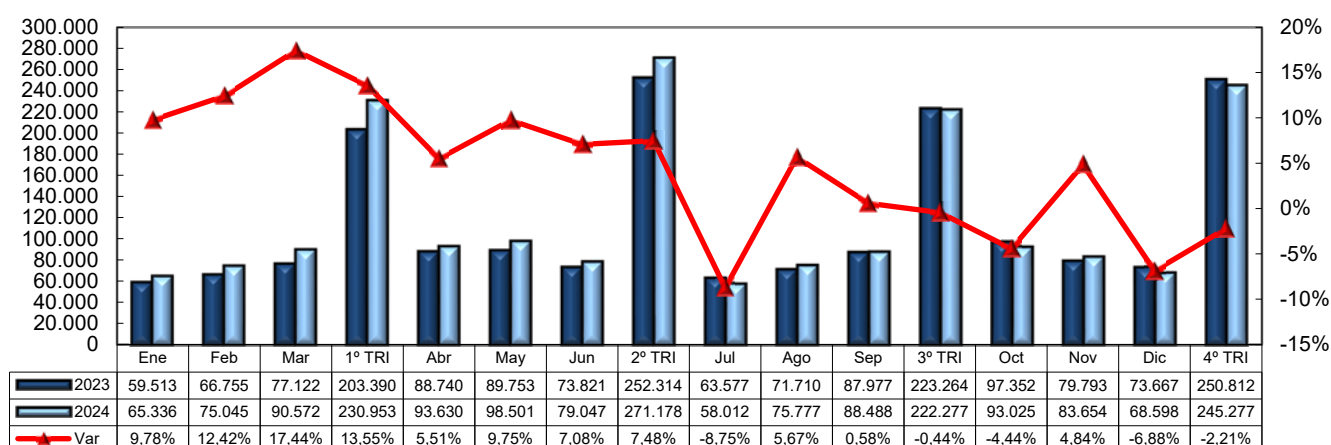
Es importante destacar que la metodología utilizada por el INE excluye ciertos tipos de alojamiento. La encuesta se realiza una vez al mes, de forma semanal, a todos los establecimientos hoteleros reglados, dejando fuera a los apartamentos turísticos, alojamientos de turismo rural, viviendas con fines turísticos, y por supuesto, a las modalidades de turismo no reglado. Asimismo, los datos que se analizan no incluyen a los excursionistas, es decir, a aquellas personas que visitan la ciudad pero no pernoctan en ella, lo que supone una parte relevante del movimiento turístico, pero que queda fuera del alcance de esta fuente específica.

Según el INE, en el año 2024 Córdoba recibió un total de 969.685 viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Esta cifra representa un incremento del 4,29% respecto al año anterior, confirmando una tendencia positiva de recuperación. Además, este dato se acerca notablemente a los niveles registrados en 2019, año de referencia prepandemia, con una diferencia de apenas el 0,13%, lo que refleja una recuperación casi completa del volumen de visitantes. Este comportamiento consolida la resiliencia del destino y su capacidad para mantenerse competitivo en el mercado turístico nacional e internacional.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024


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

El análisis mensual de la evolución de la demanda muestra que el incremento en el número de viajeros se ha producido de manera generalizada a lo largo del año. Los aumentos más significativos se registraron durante el primer y segundo trimestre.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2024


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

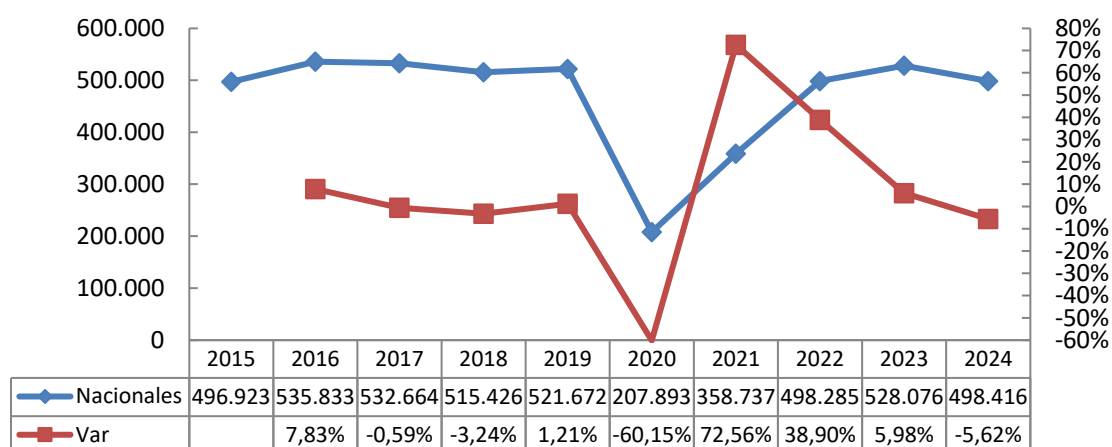
Para profundizar en el análisis de la demanda turística, se procede a clasificar a los visitantes según su lugar de origen, diferenciando entre turistas nacionales y turistas extranjeros. Esta segmentación permite examinar con mayor precisión cómo ha influido el comportamiento de cada colectivo en el resultado global de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad.

Actualmente, el turismo nacional representa el 51,40% del total de visitantes que recibe Córdoba, por lo que el análisis de procedencia comienza con este grupo.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), durante el año 2024 Córdoba recibió un total de 498.416 turistas españoles, lo que supone un descenso del 5,62% en comparación con el año anterior, equivalente a una reducción de casi 30.000 personas.

La media anual de turistas nacionales se situó en torno a 41.500 visitantes mensuales. Como es habitual, esta media fue superada en los meses de primavera y otoño, cuando el clima templado favorece especialmente el turismo cultural, monumental y urbano, característico del perfil turístico de Córdoba.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024

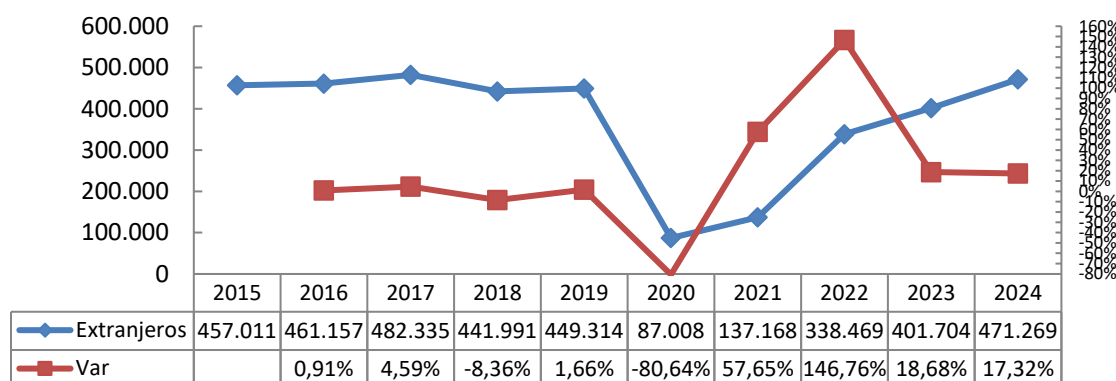


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

A diferencia de lo observado en el turismo nacional, el turismo internacional presenta una clara tendencia de crecimiento. En 2024, el número de visitantes extranjeros aumentó un 17,32%, consolidando su recuperación y reforzando su peso dentro del total de la demanda turística de la ciudad.

En términos absolutos, se registraron 471.269 viajeros internacionales, lo que representa el 48,60% del total de turistas alojados en establecimientos hoteleros de Córdoba.

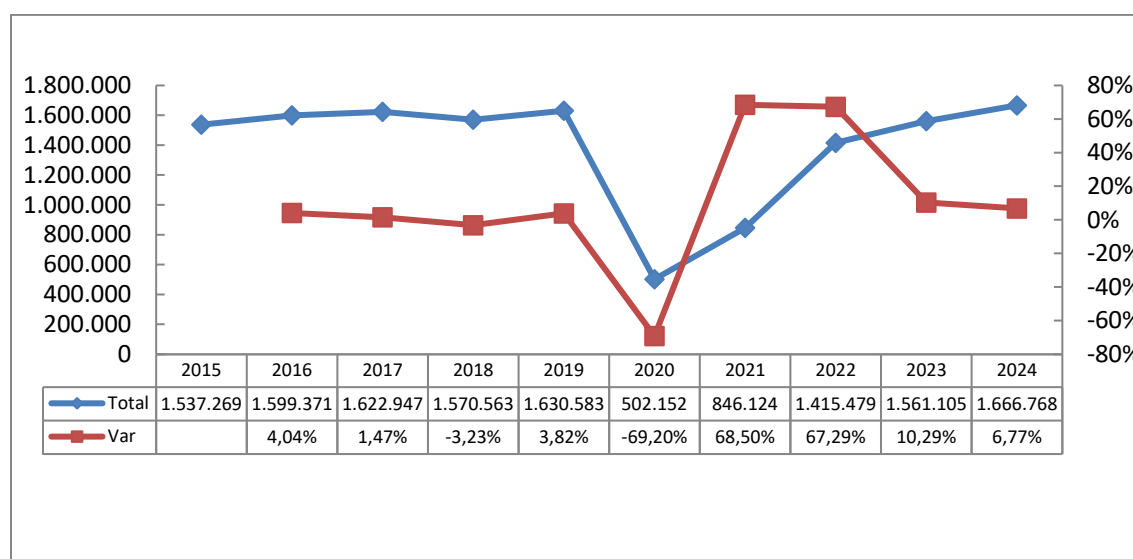
La evolución mensual de este colectivo ha sido consistentemente positiva a lo largo del año, con incrementos registrados en todos los meses. Las variaciones más destacadas se concentraron en el primer y segundo trimestre, así como en los meses de agosto y noviembre, lo que sugiere una mayor presencia de turistas extranjeros tanto en los períodos tradicionales de menor afluencia como en momentos clave del calendario turístico.

Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024


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

La mejora en los niveles de visitantes ha tenido un impacto directo en el número de pernoctaciones, un indicador clave para evaluar la intensidad y calidad de la demanda turística. A continuación, se analiza este dato en profundidad, dado su valor para comprender no solo cuántos viajeros llegan, sino también cuánto tiempo permanecen en el destino.

Según los registros del INE, durante el año 2024 se contabilizaron en Córdoba un total de 1.666.768 pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Esta cifra representa un aumento del 6,77% respecto a 2023, lo que equivale a 105.633 pernoctaciones adicionales en un solo año.

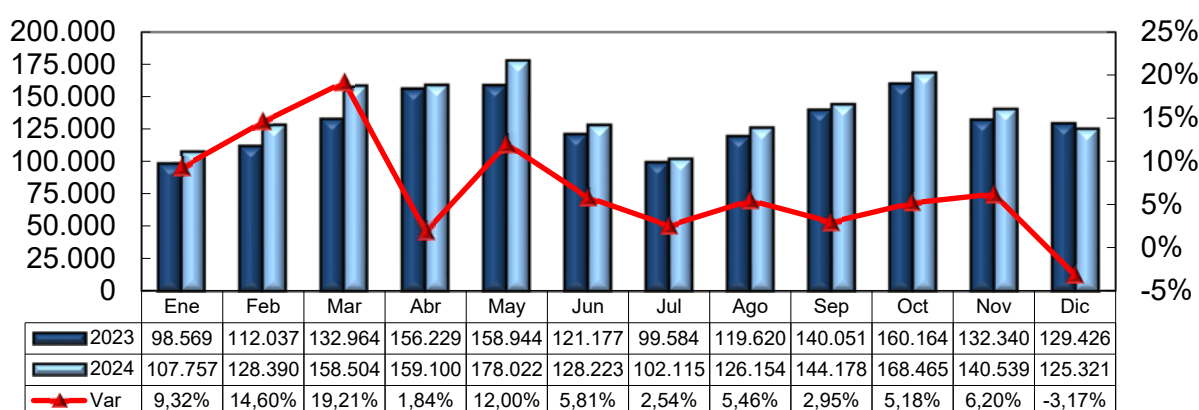
Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024


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

El análisis mensual de las pernoctaciones revela que los meses con mayor volumen de actividad fueron mayo y octubre, ambos con cifras que superaron las 165.000 pernoctaciones, lo que confirma su condición de meses clave dentro de la temporada alta turística en Córdoba.

El mes que experimentó el mayor incremento interanual fue marzo, con un notable crecimiento del 19,21% respecto al mismo mes del año anterior, probablemente vinculado a la celebración de la Semana Santa en este mes. En contraste, diciembre fue el único mes que registró una caída en el número de pernoctaciones, con un descenso del 3,17%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2024

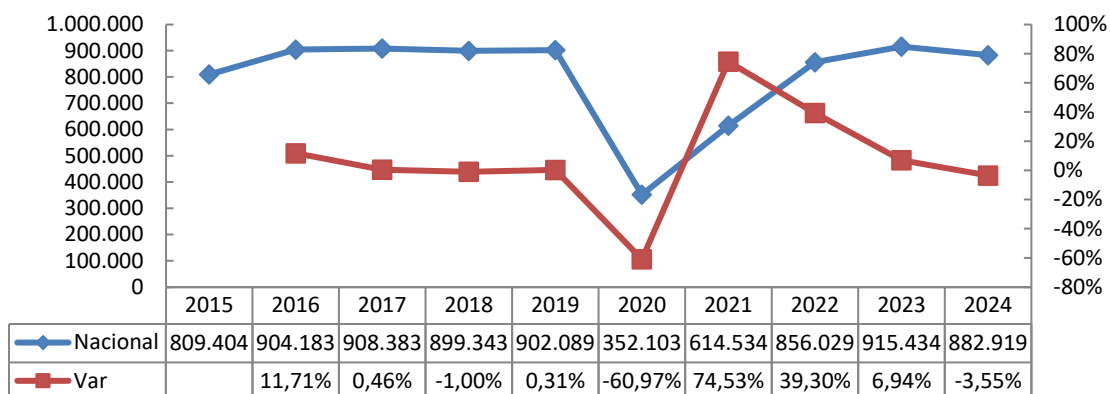


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Del mismo modo que se ha desagregado la información sobre viajeros nacionales y extranjeros para un análisis más detallado de la demanda, se procede ahora a examinar las pernoctaciones diferenciadas por procedencia. Esta segmentación permite comprender mejor el comportamiento de cada colectivo y su contribución al total de estancias en la ciudad.

Los datos disponibles vuelven a evidenciar la preponderancia del mercado nacional, con un total de 882.919 pernoctaciones, frente a las 783.849 registradas por turistas internacionales. Esto sitúa la distribución porcentual en un 51,40% de pernoctaciones nacionales y un 48,60% extranjeras.

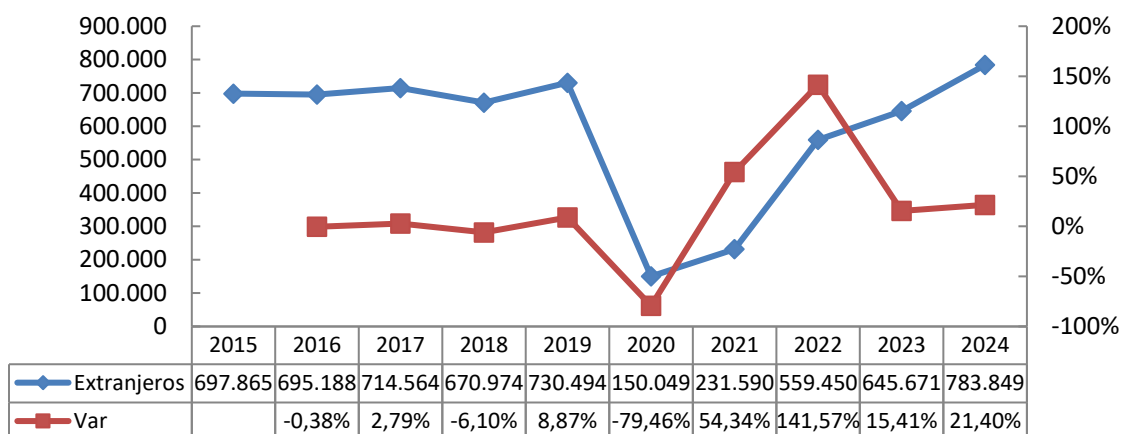
A pesar de seguir siendo mayoritarias, las pernoctaciones nacionales han experimentado un descenso interanual del 3,55%, lo que equivale a 32.515 estancias menos que en 2023. No obstante, este comportamiento no ha sido uniforme a lo largo del año: febrero, marzo, mayo y noviembre destacan como los únicos meses con crecimientos positivos en este segmento.

Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024


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

Por su parte, las pernoctaciones de turistas internacionales han experimentado un crecimiento notable a lo largo de 2024. En total, se han registrado 138.178 pernoctaciones más que en el año anterior, lo que representa un incremento del 21,40%.

Este dato refuerza la tendencia positiva observada en el turismo extranjero y consolida su papel como motor de crecimiento en la recuperación turística de la ciudad. El comportamiento sostenido al alza de este segmento se traduce no solo en un mayor volumen de estancias, sino también en una mayor aportación al conjunto del sector turístico local.

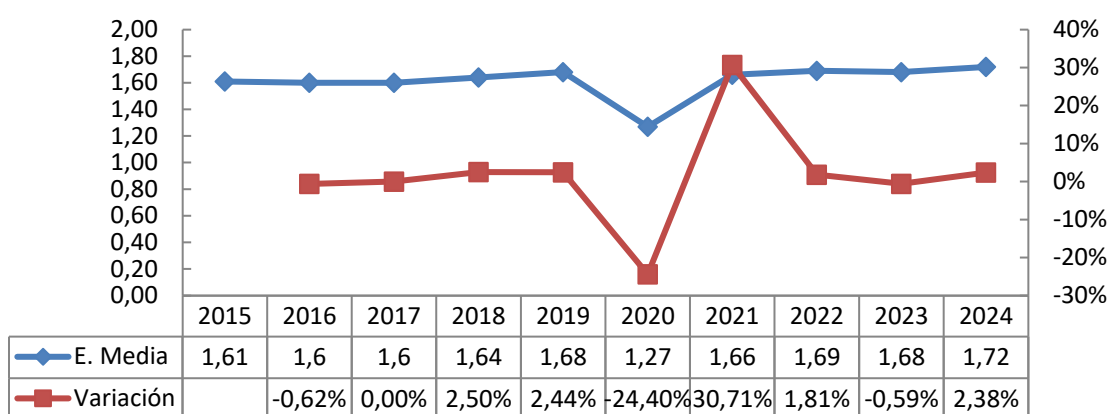
Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2015-2024


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

La estancia media constituye un indicador fundamental en el análisis del comportamiento turístico de la ciudad. Este indicador se define como el cociente entre el número total de pernoctaciones y el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, reflejando así la duración promedio de la visita.

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, la estancia media en Córdoba durante el año 2024 se situó en 1,72 noches, lo que representa un incremento del 2,38% en comparación con el año anterior. Este aumento indica una tendencia favorable, ya que una mayor estancia media suele traducirse en un mayor gasto turístico y un impacto económico más significativo para la ciudad.

Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2015-2024

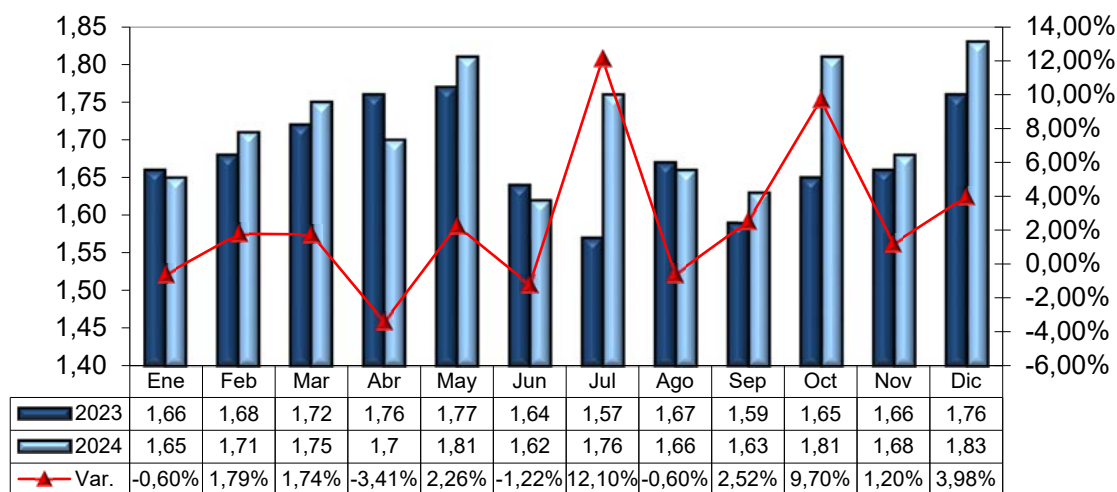


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis mensual de la estancia media, destacan diciembre, mayo, octubre, julio y marzo como los meses con las cifras más elevadas, alcanzando valores de 1,83, 1,81, 1,81, 1,76 y 1,75 noches respectivamente. Estos resultados reflejan una mayor permanencia de los visitantes en determinados periodos del año, coincidiendo en muchos casos con temporadas turísticas altas o eventos relevantes en la ciudad.

En el extremo opuesto, los meses de junio y septiembre registraron las estancias medias más bajas, con 1,62 y 1,63 noches respectivamente.

Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2024



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

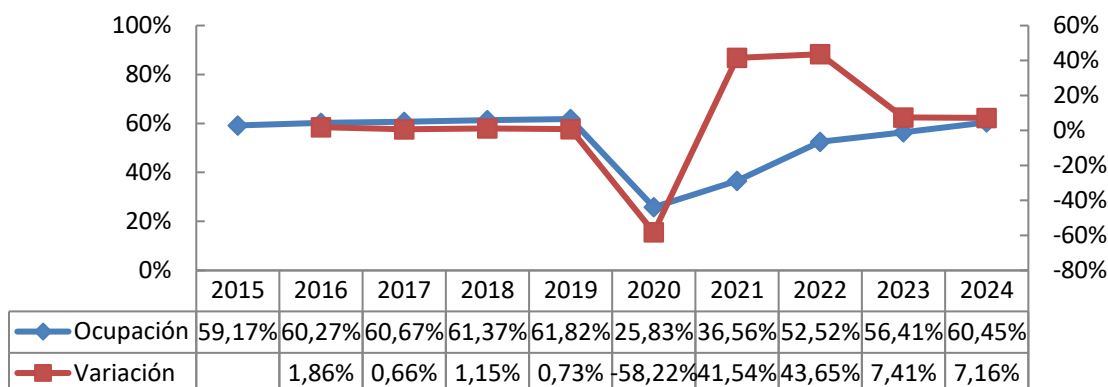
El siguiente aspecto a analizar es el grado de ocupación hotelera registrado en la ciudad durante el año 2024, un indicador clave para evaluar el nivel de aprovechamiento de la capacidad alojativa disponible y, por tanto, la eficiencia del sector.

Para ello, una vez más, se recurre a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, fuente oficial y de referencia en el análisis de esta variable.

Según el INE, el grado de ocupación hotelera en Córdoba durante 2024 se situó en un 60,45%, lo que representa un incremento del 7,16% en comparación con el año anterior. En 2023, esta tasa fue del 56,41%, lo que indica una evolución positiva en términos de utilización de plazas hoteleras a lo largo del año.

Este crecimiento refleja una mejora sostenida en la demanda, así como una mayor consolidación del destino dentro del panorama turístico nacional e internacional.

Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2015-2024

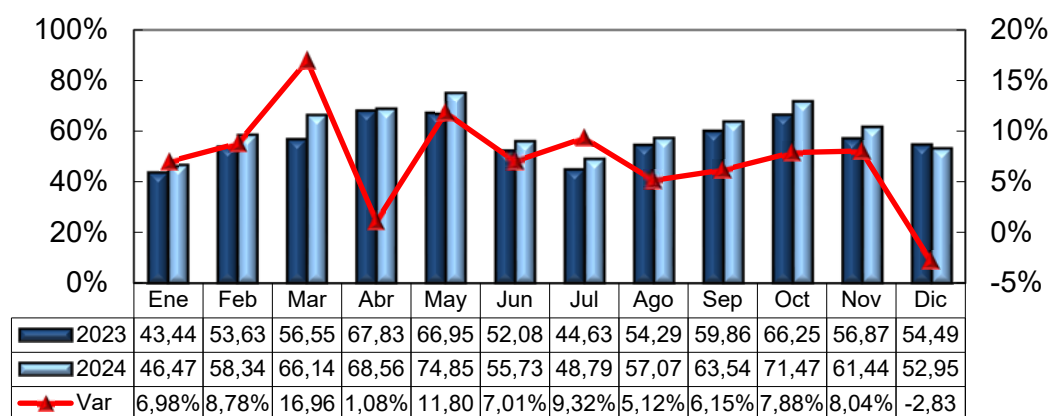


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Como es habitual en Córdoba, los meses de mayor actividad turística en términos de ocupación hotelera han sido marzo, abril, mayo, septiembre y octubre, con porcentajes que reflejan una alta demanda. En concreto, se registraron valores del 66,14% en marzo, 68,56% en abril, 74,85% en mayo (el más elevado del año), 63,54% en septiembre y 71,47% en octubre.

El mayor crecimiento interanual se produjo en el mes de marzo, con un incremento del 16,96% respecto al mismo mes de 2023, reflejando una recuperación especialmente intensa en ese periodo, debido a la celebración de la Semana Santa en este mes. En contraste, diciembre fue el único mes que presentó un descenso en el grado de ocupación, con una variación negativa del 2,83%.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2024



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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

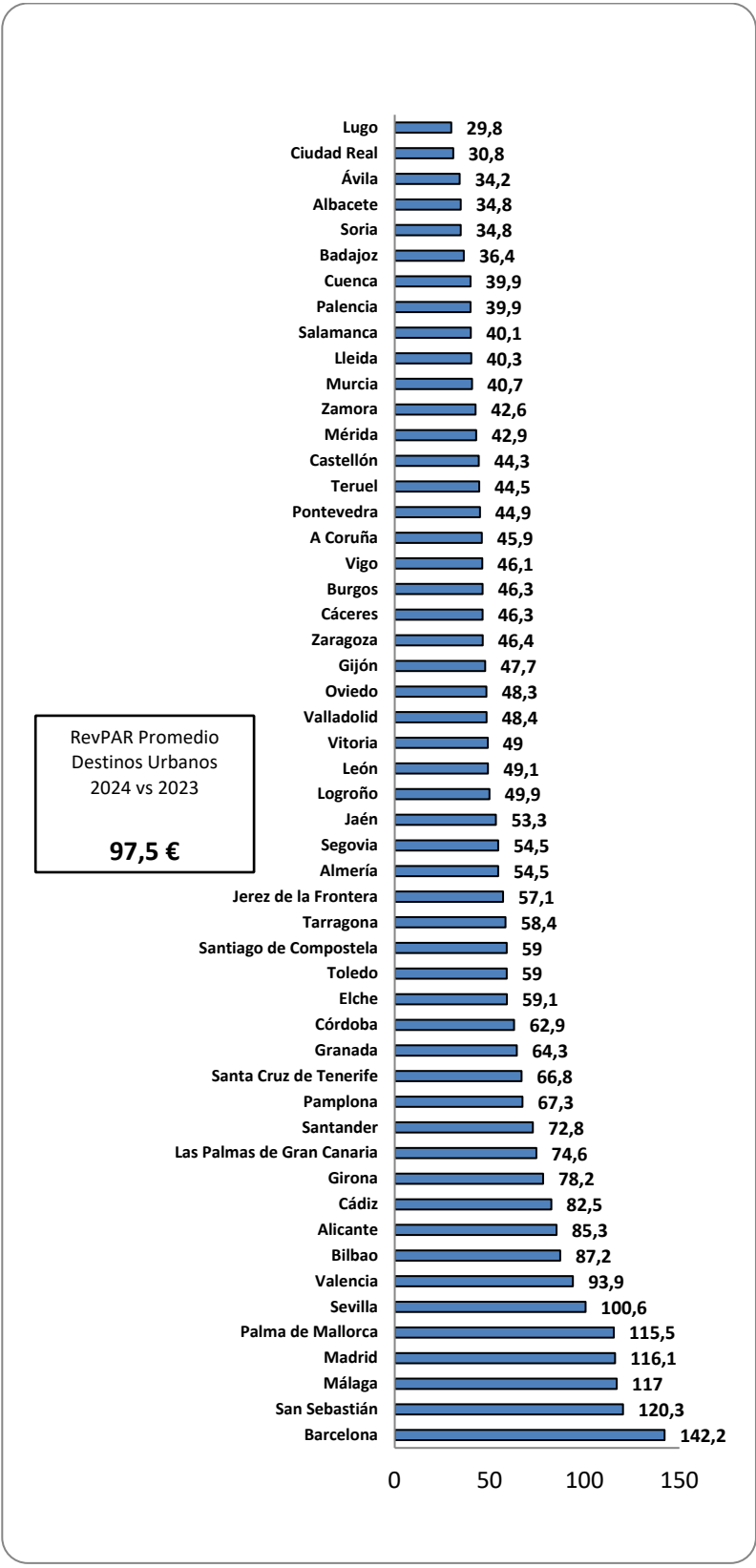
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación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

En el año 2024, los ingresos turísticos, medidos a partir del RevPAR, de las ciudades urbanas españolas crecieron un 10,3% con respecto al nivel de 2023 hasta alcanzar los 97,5€ de media, habiendo crecido más que los destinos vacacionales, pero sin llegar a alcanzar el nivel de estos.

En el desglose de destinos urbanos, de las 52 ciudades analizadas en 2024, 19 experimentaron crecimientos de su RevPAR superiores al 10% con respecto a 2023, 27 por debajo del 10% y las 6 restantes decrecimientos. La ciudad de Córdoba se sitúa en tercera posición con un crecimiento del 17,9%.

Con respecto a la ciudad de Córdoba, el REVPar se sitúa en la posición número treinta y seis de las 52 ciudades analizadas con un promedio de 62,9€, siendo el promedio de los Destinos Urbanos de 97,5€.

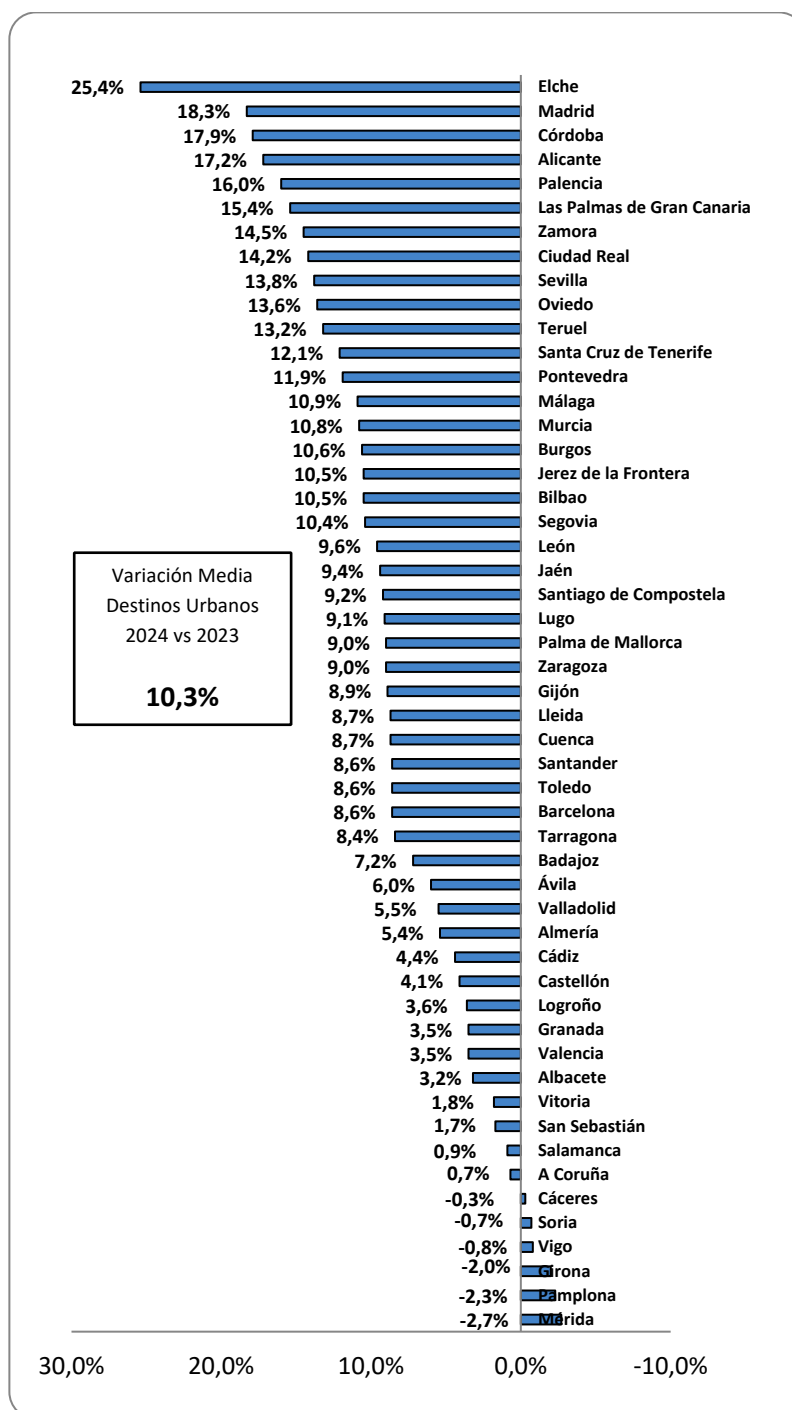
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2024



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

La comparativa con respecto al año 2023, sitúa a la ciudad en el puesto número 3 con un incremento del 17,9% y la variación media de los Destinos Urbanos queda reflejada en un 10,3%.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2024 - 2023



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

3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

Este capítulo del Observatorio tiene como objetivo analizar en profundidad la afluencia turística a la ciudad de Córdoba, considerando tanto el turismo nacional como el internacional, con el fin de comprender su evolución, comportamiento y aportación al destino.

3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

A continuación vamos a detallar la afluencia turística nacional por comunidad autónoma de procedencia.

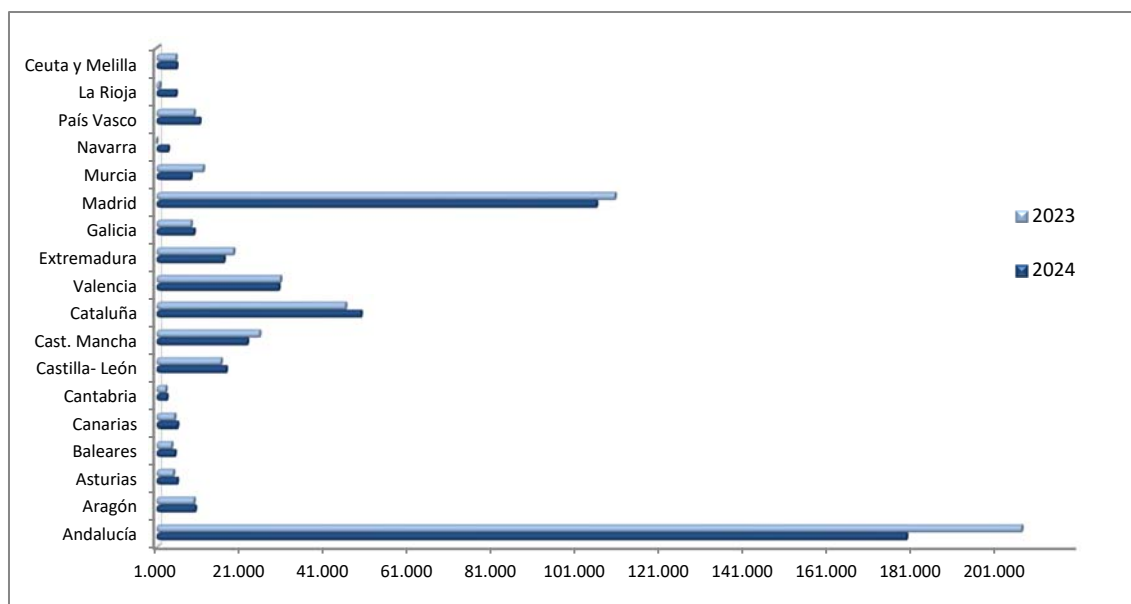
Los principales mercados emisores nacionales hacia la ciudad de Córdoba durante el año 2024 continúan siendo, como en años anteriores, Andalucía, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Entre ellos destaca especialmente el papel de los visitantes andaluces, que representan casi el 36% del total del turismo nacional recibido.

En detalle, Andalucía concentra el 35,97% de los visitantes nacionales, consolidándose como el principal mercado emisor para la ciudad. Le sigue la Comunidad de Madrid, con un 21,19%, que ocupa el segundo lugar en volumen de turistas. En tercer y cuarto lugar se sitúan Cataluña y la Comunidad Valenciana, con un 9,96% y un 6,04%, respectivamente.

A continuación, destacan Castilla-La Mancha (4,53%), Castilla y León (3,52%) y Extremadura (3,42%), completando el grupo de comunidades que superan el umbral del 3% de participación.

Entre todas las comunidades autónomas, La Rioja ha registrado el mayor incremento interanual, con un crecimiento superior al 200% respecto a 2023, lo que indica una evolución particularmente destacada desde esta región, aunque partiendo de cifras absolutas más reducidas.

El resto de comunidades autónomas, si bien presentan una participación más baja en términos relativos, aportan en conjunto el 15,37% del total de turistas nacionales que visitaron Córdoba en 2024. Esta participación suele estar condicionada por factores como la densidad de población y la proximidad geográfica.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2024


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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

El turismo emisor internacional ha experimentado en 2024 un crecimiento del 17,32% respecto al año anterior, alcanzando una participación del 48,6% sobre el total de turistas que visitan Córdoba. Este aumento refuerza la importancia del mercado extranjero en el conjunto de la demanda turística de la ciudad.

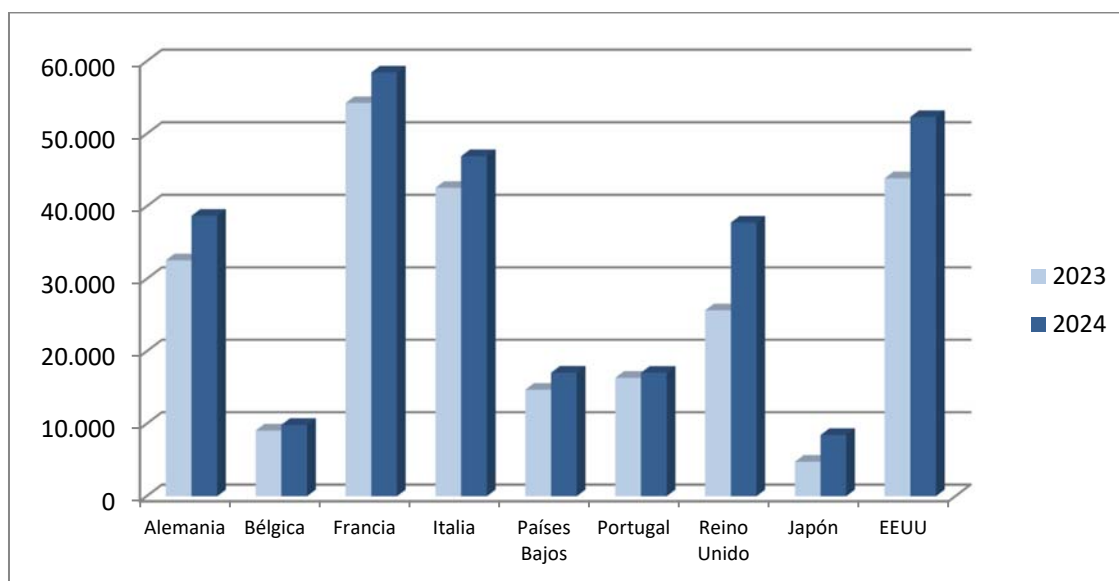
Dentro del turismo internacional, destacan especialmente los visitantes procedentes de países de la Unión Europea, que continúan representando el grupo mayoritario.

Los cuatro principales mercados emisores europeos han sido Francia, Italia, Alemania y Portugal, con participaciones del 12,41%, 9,96%, 8,21% y 3,62% respectivamente. En conjunto, estos países concentran casi el 35% del total de turistas comunitarios que llegan a Córdoba, manteniéndose como mercados clave para el destino.

En cuanto a los mercados extracomunitarios, Estados Unidos ocupa una posición destacada, situándose como el quinto mercado internacional en importancia, con un 11,10% del total de turistas extranjeros. Le sigue Reino Unido, en sexta posición, con un 8,02%, consolidando su relevancia dentro del turismo internacional que recibe la ciudad.

Por último, otros mercados emergentes y de larga distancia, como China, Japón, y diversos países africanos, agrupan el 9,18% de los visitantes internacionales. Aunque su peso aún es menor en términos relativos, en algunos casos, su presencia sigue aumentando progresivamente y constituyen un área de interés para la diversificación de la demanda turística.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2024



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

El comportamiento del turismo internacional mantiene en 2024 una tendencia similar a la de años anteriores, con una concentración mayoritaria de las llegadas en los meses de primavera y otoño, estaciones tradicionalmente asociadas a una mayor afluencia de visitantes extranjeros debido a las condiciones climáticas favorables y a la riqueza del calendario cultural de la ciudad.

En cuanto a los principales mercados emisores Francia destaca por la elevada afluencia registrada en abril, mayo, agosto y octubre, siendo también significativa la llegada de turistas en agosto y septiembre, lo que evidencia una distribución equilibrada entre las temporadas alta y media.

El turismo alemán presenta un patrón muy marcado, con más del 65% de sus visitas concentradas en primavera y otoño, lo que confirma la fuerte estacionalidad del mercado germano, tradicionalmente sensible al clima y a los periodos culturales.

En el caso de Italia, el comportamiento es similar, con una alta concentración en primavera y otoño. No obstante, agosto continúa siendo el mes de mayor afluencia, registrándose un total de 7.128 visitantes italianos, cifra que refuerza su liderazgo durante la temporada estival.

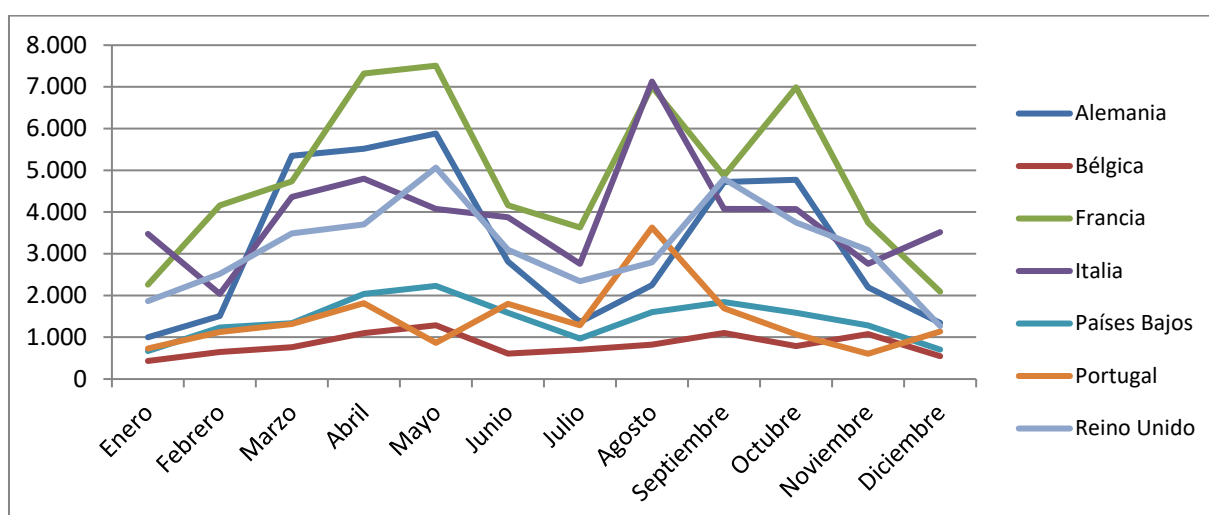
Reino Unido también refleja una distribución estacional centrada en primavera y otoño, especialmente en mayo, que se posiciona como el mes con mayor volumen de llegadas, alcanzando los 5.066 turistas británicos.

Los turistas procedentes de Países Bajos muestran un flujo más regular a lo largo del año, si bien los meses de abril y mayo concentran el mayor número de visitas.

En cuanto a Bélgica, las llegadas se intensifican en abril, mayo, septiembre y noviembre, indicando una tendencia de viaje en periodos principalmente de temporada alta.

Por último, el turismo procedente de Portugal presenta su pico de afluencia en el mes de agosto, además de mostrar una importante presencia durante los meses primaverales y otoñales, lo que sugiere un patrón de visita mixto entre escapadas cortas y vacaciones estivales.

Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2024

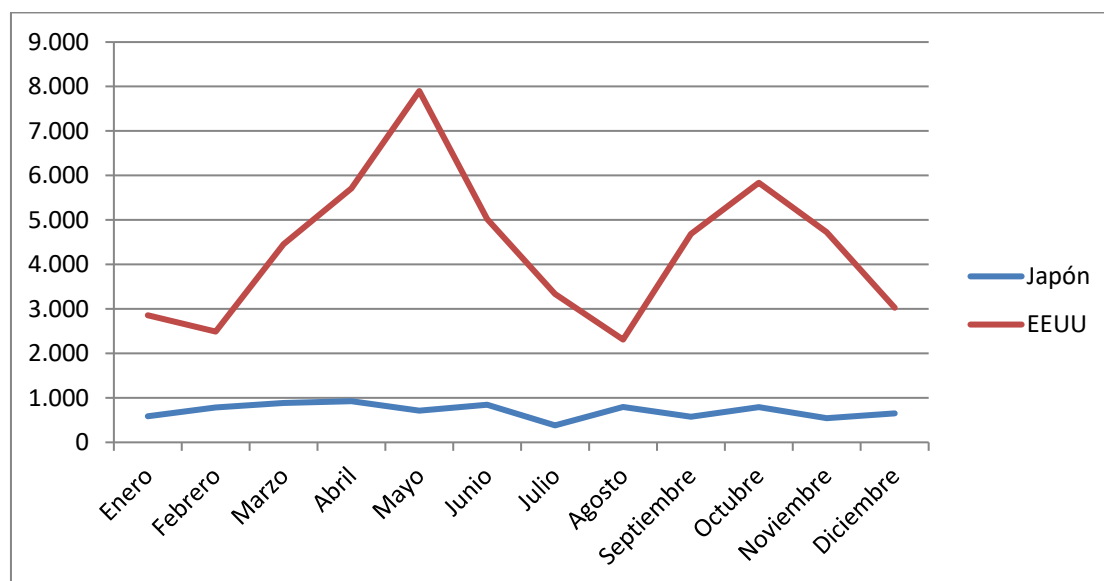


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En cuanto a los mercados extracomunitarios, el comportamiento también presenta ciertas pautas estacionales. En el caso de Japón, las visitas se reparten de manera relativamente uniforme a lo largo del año, aunque destaca especialmente el mes de abril, coincidiendo con periodos vacacionales y una mayor propensión al turismo cultural.

Por su parte, los turistas procedentes de Estados Unidos muestran una clara preferencia por viajar en primavera y otoño, alineándose con el comportamiento general de los mercados europeos. Esta estacionalidad refleja el interés por visitar la ciudad en épocas de temperaturas moderadas, lo que favorece el disfrute del patrimonio histórico y cultural de Córdoba.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2024



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 2024

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	1.000	432	2.258	3.475	671	730	1.866	586	2.854
Febrero	1.509	643	4.159	2.041	1.230	1.123	2.518	784	2.489
Marzo	5.348	761	4.735	4.362	1.334	1.315	3.487	882	4.451
Abril	5.518	1.096	7.319	4.799	2.039	1.814	3.702	924	5.710
Mayo	5.884	1.289	7.509	4.074	2.232	864	5.066	712	7.897
Junio	2.812	608	4.162	3.874	1.585	1.800	3.098	845	5.017
Julio	1.363	697	3.629	2.757	966	1.284	2.341	380	3.334
Agosto	2.247	822	7.004	7.128	1.601	3.631	2.793	792	2.311
Septiembre	4.719	1.100	4.868	4.075	1.841	1.692	4.794	573	4.683
Octubre	4.773	788	6.989	4.070	1.583	1.067	3.750	789	5.836
Noviembre	2.195	1.076	3.745	2.757	1.280	603	3.090	542	4.723
Diciembre	1.342	544	2.091	3.519	704	1.135	1.269	651	3.025
TOTAL	38.710	9.856	58.468	46.931	17.066	17.058	37.774	8.460	52.330

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 representa uno de los principales motores de atracción para los flujos turísticos, aportando beneficios significativos a las ciudades anfitrionas y actuando, al mismo tiempo, como un incentivo para la conservación y valorización del patrimonio histórico y artístico.

Córdoba se erige como un referente del turismo cultural en el contexto nacional. Esta posición se sustenta tanto en la excepcional riqueza patrimonial de la ciudad como en el constante flujo de viajeros motivados por el interés en su legado histórico.

El patrimonio cultural cordobés se articula en torno a dos grandes tipologías de centros de interés: los museos y los monumentos. Si bien la capacidad de atracción de cada uno de estos espacios es distinta, su análisis conjunto permite entender el papel que desempeñan dentro del ecosistema turístico de la ciudad.

Durante el año analizado, los centros culturales de Córdoba han registrado un total de 4.445.286 entradas, lo que supone un incremento de casi 300.000 visitas respecto a 2023, es decir, un 7,19% más que en el año anterior.

El análisis trimestral muestra una evolución mayoritariamente positiva. Todos los trimestres registran crecimientos interanuales, salvo el cuarto, que presenta un ligero descenso del 0,51%. El primer trimestre fue el más dinámico, con un crecimiento del 15,11%, seguido del segundo, con un aumento del 9,43%. En términos absolutos, el segundo trimestre concentró el mayor número de visitas (1.397.505 entradas), seguido muy de cerca por el cuarto trimestre (1.198.345 visitas).

En cuanto a los monumentos, se ha producido un incremento del 11,66% en el número total de visitantes respecto a 2023. Todos los monumentos presentan evoluciones positivas, destacando especialmente la Capilla de San Bartolomé, con un notable aumento del 31,06%, y la Torre de la Calahorra, que creció un 20,10%.

Por el contrario, los museos han experimentado un descenso global del 19,71% en comparación con el año anterior. Aunque la mayoría de ellos arrojan cifras estables o ligeramente positivas, este descenso generalizado se debe principalmente al comportamiento negativo del Museo Arqueológico, que ha sufrido una caída del 60,85%, y del Real Jardín Botánico, con un descenso del 23,28%.

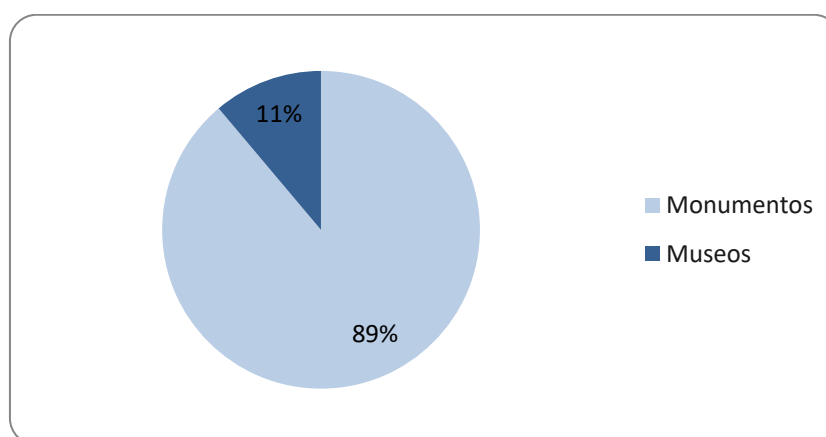
Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba.
Año 2024

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCAZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLOGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23
1º TRIM	171.490	6,54%	1º TRIM	56.877	0,18%	1º TRIM	150.642	36,92%	1º TRIM	480.029	21,66%
2º TRIM	223.608	8,27%	2º TRIM	63.277	5,18%	2º TRIM	186.919	19,57%	2º TRIM	692.069	14,36%
3º TRIM	129.575	17,28%	3º TRIM	39.925	18,12%	3º TRIM	92.505	8,07%	3º TRIM	439.794	7,85%
4º TRIM	181.999	-11,63%	4º TRIM	63.751	-1,97%	4º TRIM	157.567	7,08%	4º TRIM	575.013	10,57%
TOTAL	706.672	3,32%	TOTAL	223.830	3,74%	TOTAL	587.633	17,74%	TOTAL	2.186.905	13,45%
TORRE DE LA CALAHORRA			BANOS DEL ÁLCARZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23
1º TRIM	27.840	28,08%	1º TRIM	28.298	17,00%	1º TRIM	8.444	22,84%	1º TRIM	36.093	-40,30%
2º TRIM	29.288	14,08%	2º TRIM	36.820	21,90%	2º TRIM	10.053	3,78%	2º TRIM	23.158	-65,99%
3º TRIM	21.341	21,09%	3º TRIM	21.163	11,78%	3º TRIM	3.817	-9,96%	3º TRIM	11.989	-63,24%
4º TRIM	29.599	18,66%	4º TRIM	31.388	-12,48%	4º TRIM	17.784	81,58%	4º TRIM	25.065	-70,45%
TOTAL	108.068	20,10%	TOTAL	117.669	7,76%	TOTAL	40.098	31,06%	TOTAL	96.305	-60,85%
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO GUERRA ROMANA DE TORRES		
	VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23
1º TRIM	12.963	-6,08%	1º TRIM	3.233	-25,93%	1º TRIM	40.495	26,79%	1º TRIM	15.990	29,01%
2º TRIM	26.624	-4,29%	2º TRIM	5.379	-8,13%	2º TRIM	69.891	21,13%	2º TRIM	19.475	25,46%
3º TRIM	7.875	2,13%	3º TRIM	4.938	-10,66%	3º TRIM	22.345	-6,98%	3º TRIM	5.804	-19,21%
4º TRIM	15.709	24,51%	4º TRIM	2.350	-52,78%	4º TRIM	72.463	9,35%	4º TRIM	17.905	-3,04%
TOTAL	63.171	1,98%	TOTAL	15.900	-23,28%	TOTAL	205.194	14,05%	TOTAL	59.174	10,47%
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/23		VISITAS	%var/23						
1º TRIM	8.728	37,77%	1º TRIM	1.041.122	15,11%						
2º TRIM	10.944	32,21%	2º TRIM	1.397.505	9,43%						
3º TRIM	7.243	30,65%	3º TRIM	808.314	6,21%						
4º TRIM	7.752	-9,63%	4º TRIM	1.198.345	-0,51%						
TOTAL	34.667	20,64%	TOTAL	4.445.286	7,19%						

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 diferencia entre el comportamiento de los monumentos y los museos vuelve a poner de manifiesto la supremacía de los primeros, que concentran el 89% del total de las entradas, frente al 11% que registran los museos.

Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2024

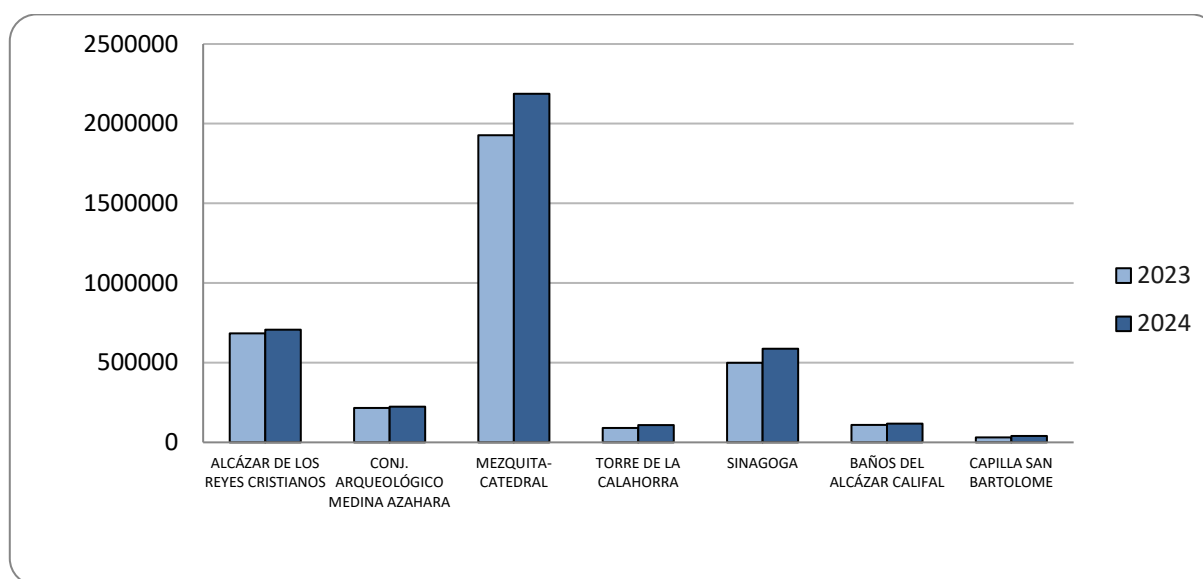


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Dentro de la oferta monumental cordobesa, destacan por volumen de afluencia tres espacios clave: la Mezquita-Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga. Estos recintos han registrado 2.186.905, 706.672 y 587.633 visitas, respectivamente.

En términos de crecimiento interanual, todos presentan resultados positivos. La Mezquita-Catedral ha experimentado un incremento del 13,45%, el Alcázar de los Reyes Cristianos un notable 3,32%, y la Sinagoga un aumento del 17,74%.

Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2023-2024



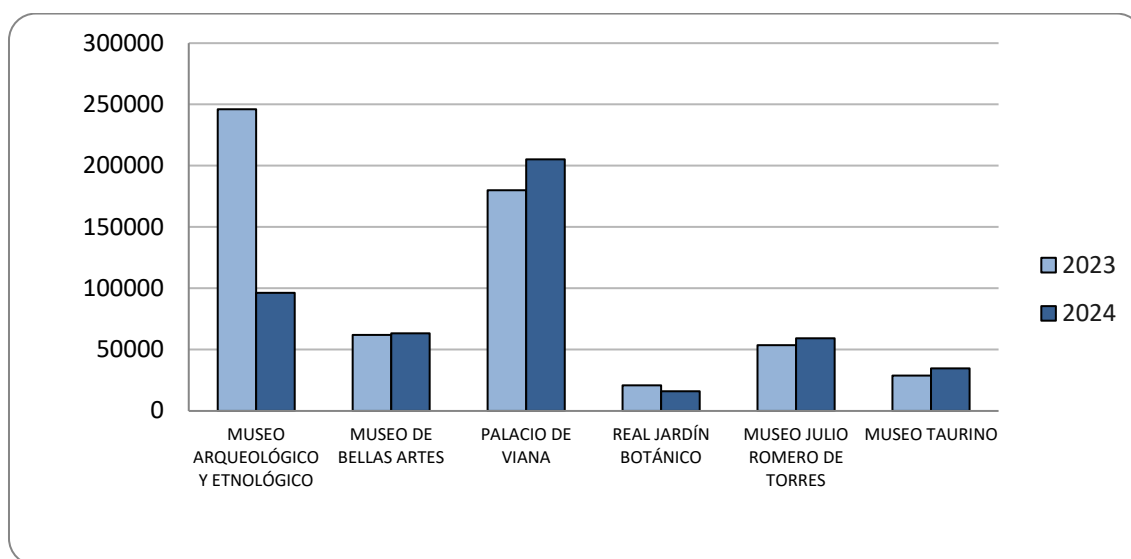
Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Fundación Roger Garaudy, Fundación Cajasur, Universidad de Córdoba y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Tras analizar la evolución del conjunto monumental, se procede ahora al estudio de la oferta museística de la ciudad. Tal como refleja el gráfico correspondiente, las cifras de afluencia a los museos, en comparación con las de los monumentos, evidencian que el mayor peso del turismo cordobés sigue cayendo en estos últimos.

Durante el año analizado, los museos han registrado un descenso global del 19,71% en el número de visitas.

Dentro del conjunto museístico, el Palacio de Viana se posiciona como el más visitado, con un total de 205.194 entradas, lo que supone un incremento del 14,05% respecto al año anterior. Le siguen en volumen de visitas el Museo Arqueológico, con 96.305 visitantes, y el Museo de Bellas Artes, con 63.171.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2023-2024



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 2024, según la información facilitada por el sector y, particularmente, por el Palacio de Congresos de Córdoba y el CEFC.

Así, se debe tener en cuenta que al no llevarse a cabo el registro de solicitud de material en la web del IMTUR, esto modifica de manera sustancial el resultado obtenido con respecto a la serie histórica hasta la fecha. De este modo, la interpretación del presente documento debe ser orientativa.

En términos globales del ejercicio 2024, durante el periodo analizado, se registraron 121 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas.

Durante el año 2024, se registró una participación de 61.658 delegados.

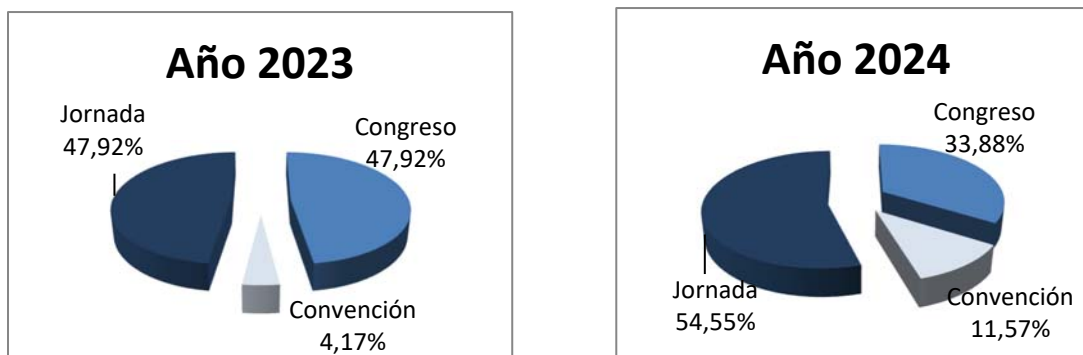
Del total de las reuniones, y tal y como se muestra en la siguiente tabla, se contabilizaron por categorías: 41 congresos, 14 convenciones y 66 jornadas.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2023-2024

	Reuniones celebradas en Córdoba		
	Congreso	Convención	Jornada
2023	23	2	23
2024	41	14	66
Var. 24/23	78,26%	600,00%	186,96%

Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

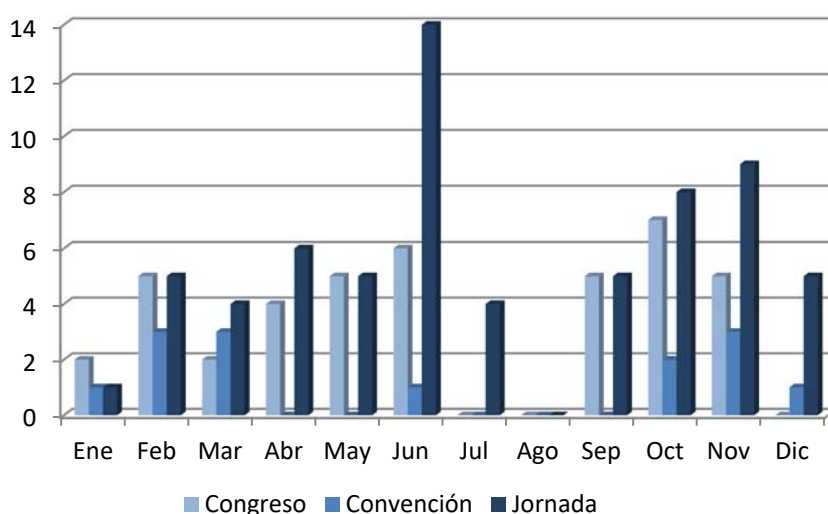
Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2023-2024



Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2024



Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

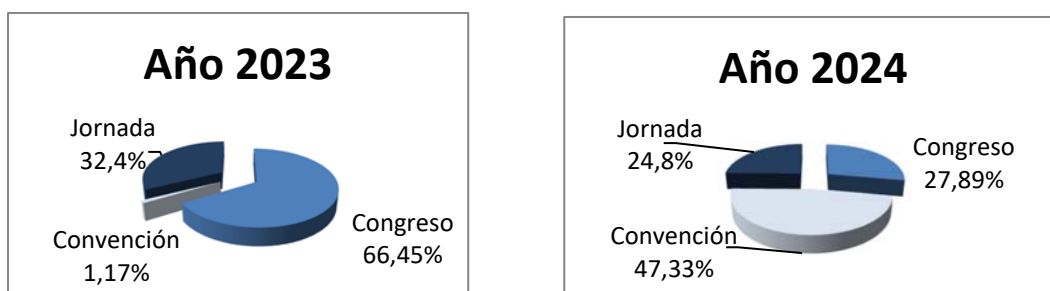
A continuación, se exponen tablas y gráficas relativas al número de delegados:

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2023-2024

	Nº de delegados		
	Congreso	Convención	Jornada
2023	8.552	150	4.168
2024	17.194	29.195	15.269
Var. 24/23	101,05%	19363,33%	266,34%

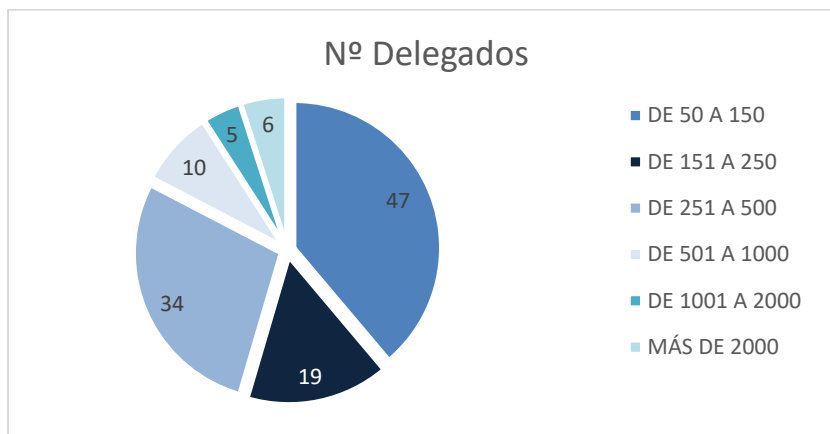
Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2023-2024

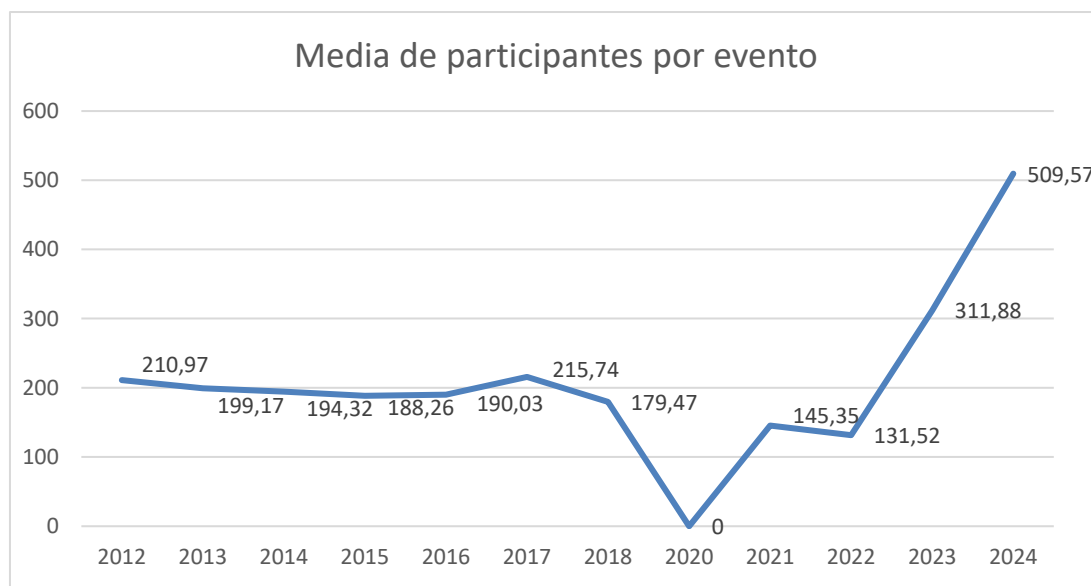


Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El gráfico situado a continuación, muestra el nº medio de participantes en los eventos celebrados en Córdoba en 2024, siendo las reuniones más frecuentes las comprendidas en el rango de 50 a 150 delegados (47 reuniones). Este dato representa un 39% del total. Se observa un incremento en el número de reuniones de 251 a 500, que representa un 28% del total (23% en el año 2023). Significativo es el hecho de que los eventos de más de 500 personas suponen un 17% del total.



Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.



Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Se ha producido un notable incremento en el número de participantes. Este hecho está relacionado con la apertura del CEFC, que permite albergar eventos de gran formato. Entre las reuniones analizadas, hay varias que superan el millar de personas.

N.º de reuniones por tramos de participantes (comparativa 2018-2019-2021-2022-2023-2024)						
	2018	2019	2021	2022	2023	2024
DE 50 A 150	48	55	20	44	23	47
DE 151 A 250	12	9	6	13	7	19
DE 251 A 500	11	10	5	6	11	34
DE 501 A 1000	5	3	0	1	5	10
DE 1001 A 2000	0	0	0	0	2	5
MÁS DE 2000	0	0	0	0	0	6
TOTAL	76	77	31	64	48	121

Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El siguiente gráfico se centra en la actividad sobre la cual versan las reuniones. Entre éstas, destacan las pertenecientes al sector Cultural, el cual aglutina un 26% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2024. Les siguen las vinculadas con el ámbito Económico (25%) y con el segmento Médico (14%).

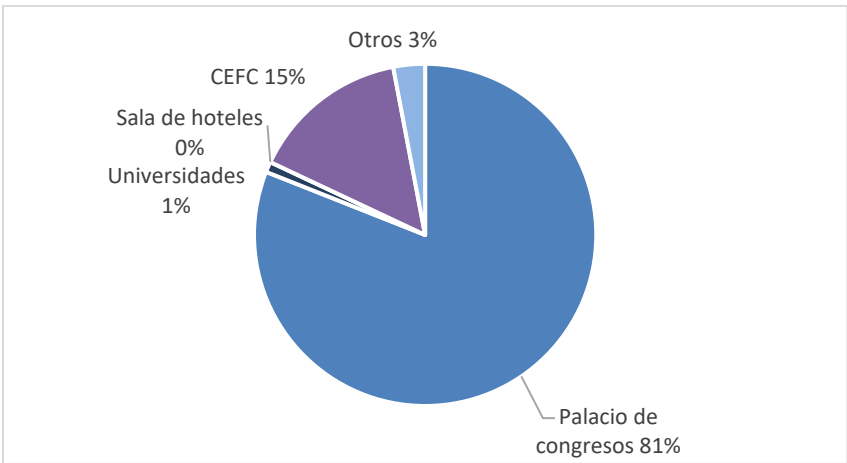
Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2023-2024

	2023	2024
Económico	3	30
Sanitario	10	17
Cultural	7	32
Público	5	1
Universidad	5	5
Tecnológico	1	7
Científico	8	11
Otros	9	18

Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En cuanto a la sede, destaca el Palacio de Congresos (81%), que se consolida como el espacio de celebración preferido por los organizadores.

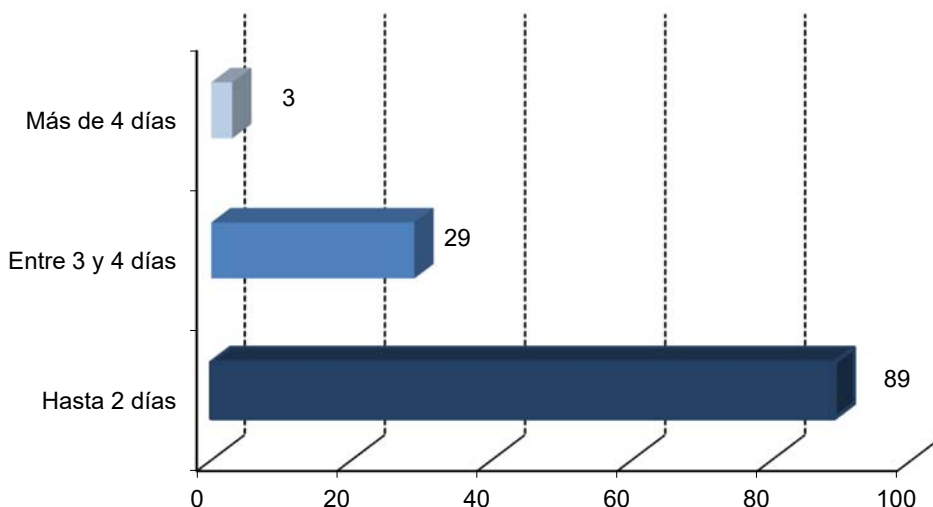
Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2024



Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La duración media de las reuniones en el periodo estudiado es mayoritariamente de hasta 2 días y las que menos se celebran son las que duran más de 4 días.

La duración media de las reuniones se sitúa en una estancia media de 1,83 días.

Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2024


Fuente: Palacio de Congresos, CEFC y sector MICE local. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En conclusión, en virtud de estos datos se estima un impacto directo de 42,7 millones de euros en la economía local. En cuanto al gasto medio de los viajeros de reuniones, en 2024, la cifra se sitúa en 378,90€ frente a los 137,50€ que supone el viajero de ocio, constatando el fuerte impacto económico de la industria MICE en los destinos españoles (dato extraído del estudio estadístico del año 2024 elaborado por Braintrust para el SCB).

5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

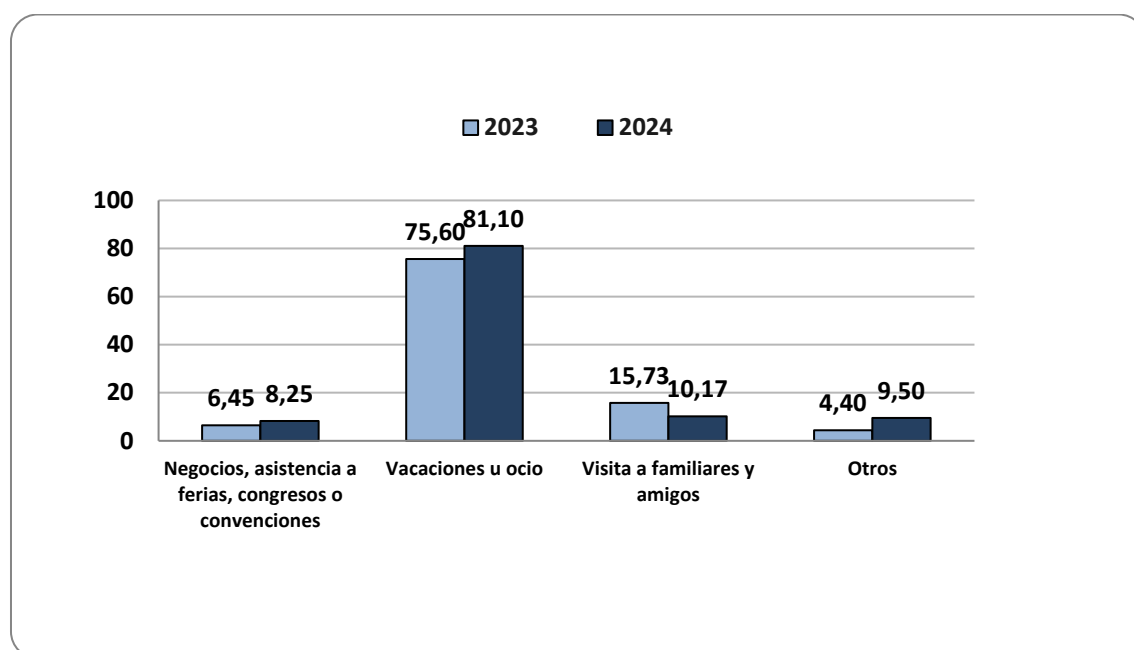
A lo largo del año, los Boletines Trimestrales han venido recogiendo los datos procedentes de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, elaborada por la Junta de Andalucía. Esta fuente permite analizar la evolución de la actividad turística en la provincia y profundizar en los rasgos que definen el modelo turístico cordobés.

Según los datos correspondientes a la provincia de Córdoba, un año más el principal motivo de visita ha sido el de vacaciones u ocio, representando un 81,10% del total. Le siguen las visitas a familiares y amigos, con un 10,17%, mientras que las motivaciones profesionales — como negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones— suponen un 8,25%. Por último, las visitas motivadas por otros motivos alcanzan una representación del 9,50%.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2023-2024

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2023	2024	Var. 24/23
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	6,45	8,25	27,91%
Vacaciones u ocio	75,60	81,10	7,28%
Visita a familiares y amigos	15,73	10,17	-35,38%
Otros	4,40	9,50	115,91%

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 2023-2024


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

El gasto medio diario realizado por los viajeros que visitaron la provincia de Córdoba durante este ejercicio se situó en 76,70 euros, lo que supone un incremento del 4,25% en comparación con el año anterior.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2023-2024

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2023	2024	Var. 24/23
Euros	76,67	83,38	8,75%

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 viajado a la provincia de Córdoba durante el año 2024 se sitúa en un promedio de 9,18 puntos sobre una escala de 1 a 10, lo que supone una variación positiva del 4,66% respecto al año anterior. Este resultado refleja un alto nivel de satisfacción entre quienes han elegido el destino cordobés.

No obstante, no es posible presentar una comparativa detallada por parámetros (como hemos venido haciendo en informes anteriores), ya que, tal y como indica la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, desde el primer trimestre de 2024 no se desagregan los distintos aspectos que conforman esta variable.

Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2023-2024

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2023	2024	Var. 24/23
Alojamiento	8,70		-100,00%
Restauración	8,70		-100,00%
Ocio-diversión	8,73		-100,00%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,80		-100,00%
Trenes	8,60		-100,00%
Taxis	8,77		-100,00%
Alquiler de coches	8,80		-100,00%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	8,83		-100,00%
Entornos urbanos	8,70		-100,00%
Seguridad Ciudadana	8,77		-100,00%
Asistencia sanitaria	8,60		-100,00%
Atención y trato	8,87		-100,00%
Relación precio/servicio	8,77		-100,00%
Red de comunicaciones	8,53		-100,00%
Limpieza	8,70		-100,00%
Nivel de tráfico	8,43		-100,00%
Señalización turística	8,73		-100,00%
Información turística	8,83		-100,00%
Patrimonio cultural	9,23		-100,00%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	8,77	9,18	4,66%

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

6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES

El último capítulo de este informe tiene como objetivo presentar una selección de los principales puntos turísticos de España para realizar una comparativa entre los destinos más relevantes en materia de turismo cultural. Esta comparación busca extraer conclusiones que permitan situar el turismo cordobés en el contexto nacional y valorar su posicionamiento frente a otros destinos turísticos.

Para ello, se ha recurrido nuevamente a la Encuesta de Ocupación Hotelera proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística. Los indicadores seleccionados para la comparación abarcan tanto aspectos de la oferta como de la demanda turística.

En el análisis de la demanda se consideran el número de viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros, el grado de ocupación por plazas y la estancia media. Por otro lado, en cuanto a la oferta hotelera, se estudia el número de establecimientos abiertos, el personal empleado y las plazas disponibles estimadas por el INE. Cabe señalar que estos datos pueden presentar ligeras diferencias en comparación con los suministrados por la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

El período de análisis abarca los últimos cinco años, lo que permite no solo conocer la evolución turística de Córdoba, sino también su situación actual y posibles tendencias futuras. Los datos se presentan en forma de ranking para facilitar la ubicación de Córdoba dentro del conjunto de destinos turísticos nacionales seleccionados.

Este año, Córdoba se posiciona en décimo lugar en el ranking de viajeros alojados en establecimientos hoteleros entre las 17 ciudades españolas analizadas, manteniendo la misma posición que en 2023. Las dos primeras plazas continúan ocupadas por Madrid y Barcelona, mientras que Valladolid y Ávila son las ciudades con menor número de viajeros.

Un análisis más detallado revela que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un incremento del 4,29%, situándose por encima de importantes destinos turísticos como Salamanca, Santiago de Compostela o Toledo.

Cabe destacar que, salvo Valladolid, todas las ciudades analizadas muestran signos de crecimiento en sus indicadores, siendo el mayor registrado el de San Sebastián, con un aumento del 9,91%.

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	MADRID	2.511.366	4.636.614	8.592.547	9.900.896	10.426.909	5,31%	21,35%	315,19%
2	BARCELONA	1.452.034	3.238.273	7.381.619	8.239.483	8.422.042	2,22%	14,09%	480,02%
3	SEVILLA	842.862	1.457.860	2.650.478	3.023.116	3.123.042	3,31%	17,83%	270,53%
4	VALENCIA	661.838	1.150.577	1.946.613	2.068.864	2.088.621	0,95%	7,30%	215,58%
5	GRANADA	571.366	868.637	1.563.691	1.738.659	1.827.825	5,13%	16,89%	219,90%
6	MÁLAGA	447.383	817.700	1.305.847	1.524.294	1.612.799	5,81%	23,51%	260,50%
7	ZARAGOZA	359.820	668.965	1.006.297	1.137.156	1.230.122	8,18%	22,24%	241,87%
8	BILBAO	331.231	619.746	1.023.870	1.117.884	1.134.865	1,52%	10,84%	242,62%
9	SAN SEBASTIAN	281.250	507.172	780.701	919.477	1.010.617	9,91%	29,45%	259,33%
10	CÓRDOBA	289.341	495.367	833.659	929.780	969.685	4,29%	16,32%	235,14%
11	SANTIAGO C.	214.765	489.972	855.084	926.153	942.928	1,81%	10,27%	339,05%
12	SALAMANCA	223.219	405.723	654.220	701.421	704.172	0,39%	7,64%	215,46%
13	TOLEDO	190.296	344.497	541.810	593.970	622.804	4,85%	14,95%	227,28%
14	MURCIA	189.271	317.319	471.533	517.486	537.632	3,89%	14,02%	184,05%
15	BURGOS	171.578	288.687	476.534	488.802	527.952	8,01%	10,79%	207,70%
16	VALLADOLID	155.783	293.305	409.854	422.593	410.306	-2,91%	0,11%	163,38%
17	AVILA	101.786	166.046	249.062	298.503	309.479	3,68%	24,26%	204,05%

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

En lo que respecta a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba mejora su posición respecto al año anterior, ascendiendo un lugar y situándose en el décimo puesto, con un total de 1.666.768 pernoctas. Las ciudades de Barcelona y Madrid continúan liderando el ranking, superando ampliamente los 20 millones de pernoctaciones cada una. Por el contrario, Valladolid y Ávila registran los valores más bajos en este indicador.

El mayor crecimiento en pernoctaciones, al igual que en el número de viajeros, corresponde a San Sebastián, con un incremento del 10,21% respecto a 2023, seguida por Córdoba, que presenta un aumento del 6,77%. En este contexto, únicamente Salamanca experimenta una reducción, con un descenso del 1,84%.

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	BARCELONA	4.308.948	8.153.624	19.733.712	21.671.011	21.820.833	0,69%	10,58%	406,41%
2	MADRID	5.416.866	9.645.158	17.932.162	20.027.157	20.918.178	4,45%	16,65%	286,17%
3	SEVILLA	1.646.196	2.829.748	5.414.268	6.183.409	6.538.863	5,75%	20,77%	297,21%
4	VALENCIA	1.370.466	2.609.349	4.438.773	4.698.047	5.008.763	6,61%	12,84%	265,48%
5	MALAGA	875.424	1.786.668	2.877.592	3.315.398	3.476.561	4,86%	20,81%	297,13%
6	GRANADA	1.027.325	1.678.381	2.949.043	3.140.310	3.322.039	5,79%	12,65%	223,37%
7	BILBAO	655.289	1.159.422	1.945.662	2.202.379	2.209.798	0,34%	13,58%	237,22%
8	ZARAGOZA	647.324	1.174.524	1.798.525	1.956.633	2.061.286	5,35%	14,61%	218,43%
9	SAN SEBASTI	541.181	1.001.871	1.667.181	1.859.981	2.049.903	10,21%	22,96%	278,78%
10	CÓRDOBA	494.177	846.124	1.412.214	1.561.105	1.666.768	6,77%	18,03%	237,28%
11	SANTIAGO C.	413.108	917.700	1.510.915	1.590.415	1.599.500	0,57%	5,86%	287,19%
12	SALAMANCA	376.463	663.085	1.073.265	1.184.866	1.163.067	-1,84%	8,37%	208,95%
13	TOLEDO	289.023	535.664	884.486	959.963	981.835	2,28%	11,01%	239,71%
14	MURCIA	299.903	504.313	777.084	841.497	860.964	2,31%	10,79%	187,08%
15	BURGOS	262.984	446.053	750.955	755.843	794.324	5,09%	5,78%	202,04%
16	VALLADOLID	255.042	492.390	690.447	733.416	760.002	3,62%	10,07%	197,99%
17	AVILA	158.158	266.082	389.251	456.439	469.386	2,84%	20,59%	196,78%

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

En cuanto al grado de ocupación por plazas, Córdoba mejora su posición respecto al año anterior, escalando hasta la novena plaza, con una tasa de ocupación hotelera del 60,45%. Este dato representa un incremento del 7,16% en comparación con 2023. La ciudad que lidera este indicador es Málaga, con un grado de ocupación del 68,94%.

El mayor crecimiento en el grado de ocupación ha sido registrado precisamente por Córdoba, con un aumento del 7,16%, seguida por Zaragoza con un 4,58% y Ávila con un 3,81%.

Por otro lado, solo cuatro ciudades presentan datos negativos en este indicador, siendo el mayor descenso el de Valladolid, con una caída del 1,13%.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	MÁLAGA	23,37	43,47	62,22	66,79	68,94	3,22%	10,80%	194,99%
2	BARCELONA	20,14	36,80	64,63	68,68	68,07	-0,89%	5,32%	237,98%
3	SEVILLA	25,49	40,25	61,39	65,86	67,60	2,64%	10,12%	165,20%
4	VALENCIA	25,23	44,10	63,60	66,64	66,53	-0,17%	4,61%	163,69%
5	SAN SEBASTIAN	25,74	41,81	60,21	63,75	64,64	1,40%	7,36%	151,10%
6	GRANADA	24,89	41,33	58,38	61,15	61,20	0,08%	4,83%	145,88%
7	MADRID	23,37	36,02	55,42	59,86	61,02	1,94%	10,10%	161,10%
8	BILBAO	23,31	36,58	55,25	60,64	60,99	0,58%	10,39%	161,65%
9	CÓRDOBA	25,77	36,56	52,52	56,41	60,45	7,16%	15,10%	134,58%
10	TOLEDO	23,70	38,69	53,97	57,55	57,72	0,30%	6,95%	143,54%
11	SANTIAGO C.	18,31	35,61	53,23	55,34	57,16	3,29%	7,38%	212,18%
12	ZARAGOZA	21,37	36,84	49,95	52,17	54,56	4,58%	9,23%	155,31%
13	BURGOS	21,18	38,86	52,58	52,53	53,96	2,72%	2,62%	154,77%
14	SALAMANCA	21,70	37,65	48,75	54,12	53,82	-0,55%	10,40%	148,02%
15	VALLADOLID	19,85	37,19	49,69	52,93	52,33	-1,13%	5,31%	163,63%
16	MURCIA	21,19	35,07	46,87	49,34	50,37	2,09%	7,47%	137,71%
17	ÁVILA	46,03	19,32	37,78	43,28	44,93	3,81%	18,93%	-2,39%

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 décima posición, mejorando varios puestos respecto al año anterior. Los viajeros que visitaron la ciudad permanecieron una media de 1,72 noches.

Barcelona vuelve a encabezar la lista con una estancia media de 2,59 noches, seguida de Valencia, Málaga, Sevilla y Madrid, todas ellas superando las dos noches de permanencia.

La estancia media en Córdoba ha experimentado un incremento del 2,38%. Además de Córdoba, otras cinco ciudades analizadas muestran signos positivos: Valencia (5,75%), Sevilla (2,45%), San Sebastián (0,50%), Valladolid (6,90%) y Granada (0,55%).

Por el contrario, los mayores descensos corresponden a Burgos (3,18%), Salamanca (2,91%) y Toledo (2,47%).

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	BARCELONA	1,60	2,34	2,65	2,63	2,59	-1,52%	-2,26%	61,88%
2	VALENCIA	1,52	2,11	2,26	2,26	2,39	5,75%	5,75%	57,24%
3	MÁLAGA	1,44	2,03	2,19	2,18	2,16	-0,92%	-1,37%	50,00%
4	SEVILLA	1,40	1,85	2,04	2,04	2,09	2,45%	2,45%	49,29%
5	MADRID	1,68	2,06	2,09	2,02	2,01	-0,50%	-3,83%	19,64%
6	SAN SEBASTIAN	1,41	1,87	2,09	1,99	2,00	0,50%	-4,31%	41,84%
7	BILBAO	1,53	1,80	1,88	1,95	1,93	-1,03%	2,66%	26,14%
8	VALLADOLID	1,22	1,72	1,69	1,74	1,86	6,90%	10,06%	52,46%
9	GRANADA	1,35	1,85	1,88	1,81	1,82	0,55%	-3,19%	34,81%
10	CÓRDOBA	1,28	1,66	1,69	1,68	1,72	2,38%	1,78%	34,38%
10	SANTIAGO C.	1,52	2,08	1,78	1,74	1,72	-1,15%	-3,37%	13,16%
11	ZARAGOZA	1,37	1,78	1,78	1,72	1,68	-2,33%	-5,62%	22,63%
12	SALAMANCA	1,34	1,74	1,66	1,72	1,67	-2,91%	0,60%	24,63%
13	MURCIA	1,19	1,57	1,65	1,63	1,60	-1,84%	-3,03%	34,45%
14	TOLEDO	1,14	1,55	1,63	1,62	1,58	-2,47%	-3,07%	38,60%
15	BURGOS	1,22	1,59	1,60	1,57	1,52	-3,18%	-5,00%	24,59%
15	ÁVILA	1,18	1,66	1,57	1,53	1,52	-0,65%	-3,18%	28,81%

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

La otra vertiente objeto de estudio se centra en la oferta hotelera cordobesa. Para concluir la comparativa de Córdoba respecto a otros destinos turísticos, se analizan los siguientes indicadores: personal empleado, número de establecimientos abiertos y plazas hoteleras ofertadas.

El primero de estos indicadores es el personal empleado en el sector turístico, un dato clave para evaluar la capacidad y dinámica de la oferta hotelera. Este indicador incluye tanto al personal remunerado como a aquellos trabajadores no remunerados que, aunque desarrollen su labor fuera de los establecimientos hoteleros, contribuyen a la producción de bienes y servicios en dichos establecimientos.

Córdoba mantiene desde hace cinco años la misma posición, situándose nuevamente en la décima plaza, con un total de 965 empleados.

En comparación con otros destinos, Córdoba presenta un incremento del 8,79% en personal empleado respecto al año anterior. Todas las ciudades analizadas, salvo dos, reflejan incrementos en este indicador, siendo el mayor el de Toledo con un aumento del 26,63%, y el menor el de Málaga, con un incremento del 0,69%.

Por el contrario, Murcia y Salamanca registran descensos, con caídas del 2,75% y 1,08%, respectivamente.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	BARCELONA	4.903	6.323	12.580	14.118	14.988	6,16%	19,14%	205,69%
2	MADRID	4.425	6.845	11.364	12.576	13.356	6,20%	17,53%	201,83%
3	SEVILLA	1.408	1.883	3.264	3.846	4.049	5,28%	24,05%	187,57%
4	VALENCIA	1.106	1.623	2.483	2.796	3.059	9,41%	23,20%	176,58%
5	MÁLAGA	822	1.240	1.858	2.161	2.176	0,69%	17,12%	164,72%
6	GRANADA	693	860	1.563	1.682	1.891	12,43%	20,99%	172,87%
7	BILBAO	660	763	1.047	1.187	1.284	8,17%	22,64%	94,55%
8	SAN SEBASTIAN	610	760	1.064	1.119	1.276	14,03%	19,92%	109,18%
9	SANTIAGO C.	495	664	932	983	1.003	2,03%	7,62%	102,63%
10	CÓRDOBA	432	571	837	887	965	8,79%	15,29%	123,38%
11	ZARAGOZA	394	546	742	831	853	2,65%	14,96%	116,50%
12	TOLEDO	241	313	502	567	718	26,63%	43,03%	197,93%
13	SALAMANCA	320	411	616	651	644	-1,08%	4,55%	101,25%
14	VALLADOLID	278	337	456	488	506	3,69%	10,96%	82,01%
15	BURGOS	228	253	390	429	497	15,85%	27,44%	117,98%
16	MURCIA	274	371	443	472	459	-2,75%	3,61%	67,52%
17	ÁVILA	164	202	293	334	359	7,49%	22,53%	118,90%

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

Según la estimación del Instituto Nacional de Estadística (INE), la oferta hotelera de la ciudad de Córdoba ha mantenido con 87 establecimientos abiertos durante el ejercicio 2024. Cabe destacar que esta cifra difiere de la proporcionada por la Junta de Andalucía.

En la tabla siguiente se muestra la clasificación de las ciudades según el número de establecimientos abiertos, donde Córdoba ocupa la décima posición, descendiendo dos puestos respecto al año anterior. El total de establecimientos abiertos en Córdoba refleja un descenso del 2,25%.

Las primeras posiciones continúan siendo para Madrid y Barcelona, que entre ambas concentran más de 1.500 establecimientos hoteleros.

Los mayores incrementos en este indicador corresponden a Valencia (9,84%), Toledo (8,62%) y Burgos (6,45%). Por el contrario, los mayores descensos los registran Santiago de Compostela (-4,05%) y Ávila (-2,44%).

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	MADRID	446	591	752	848	896	5,66%	19,15%	100,90%
2	BARCELONA	266	388	624	656	670	2,13%	7,37%	151,88%
3	SEVILLA	106	148	223	238	250	5,04%	12,11%	135,85%
4	VALENCIA	96	144	176	183	201	9,84%	14,20%	109,38%
5	SAN SEBASTIÁN	86	100	152	153	161	5,23%	5,92%	87,21%
6	GRANADA	76	105	138	152	154	1,32%	11,59%	102,63%
7	MÁLAGA	61	97	117	140	143	2,14%	22,22%	134,43%
8	SANTIAGO C.	86	124	151	148	142	-4,05%	-5,96%	65,12%
9	BILBAO	53	77	85	88	89	1,14%	4,71%	67,92%
10	CÓRDOBA	46	65	86	89	87	-2,25%	1,16%	89,13%
11	SALAMANCA	54	68	89	88	86	-2,27%	-3,37%	59,26%
12	ZARAGOZA	54	77	80	85	83	-2,35%	3,75%	53,70%
13	BURGOS	41	37	58	62	66	6,45%	13,79%	60,98%
14	TOLEDO	32	43	61	58	63	8,62%	3,28%	96,88%
15	ÁVILA	24	32	41	41	40	-2,44%	-2,44%	66,67%
16	VALLADOLID	24	32	37	36	37	2,78%	0,00%	54,17%
17	MURCIA	21	27	31	33	34	3,03%	9,68%	61,90%

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

El último indicador analizado es el número de plazas hoteleras. En este apartado, Córdoba asciende una posición, situándose en la décima plaza con un total de 7.428 plazas, aunque esto ha supuesto un ligero descenso del 0,47% respecto al año anterior.

Las primeras posiciones de este ranking continúan siendo ocupadas por Madrid y Barcelona, mientras que las últimas corresponden a Valladolid y Ávila.

Los mayores incrementos en plazas hoteleras se han registrado en San Sebastián (8,81%), Valencia (7,05%) y Granada (5,51%).

En el lado opuesto se encuentran las ciudades de Santiago de Compostela, Salamanca y Ávila con descensos del 2,89%, 1,13% y 1,09% respectivamente.

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2020-2024

		2020	2021	2022	2023	2024	Var. 24/23	Var. 24/22	Var. 24/20
1	MADRID	41.455	68.111	87.822	90.563	92.485	2,12%	5,31%	123,10%
2	BARCELONA	34.659	52.545	82.124	85.211	86.350	1,34%	5,15%	149,14%
3	SEVILLA	11.926	17.501	23.839	25.386	26.057	2,64%	9,30%	118,49%
4	VALENCIA	10.436	14.543	18.582	18.893	20.225	7,05%	8,84%	93,80%
5	GRANADA	7.179	9.616	13.575	13.891	14.657	5,51%	7,97%	104,16%
6	MÁLAGA	7.304	10.408	12.490	13.428	13.629	1,50%	9,12%	86,60%
7	ZARAGOZA	5.903	8.342	9.725	10.147	10.230	0,82%	5,19%	73,30%
8	BILBAO	5.540	8.099	9.489	9.804	9.762	-0,43%	2,88%	76,21%
9	SAN SEBASTIAN	4.018	5.805	7.354	7.788	8.474	8,81%	15,23%	110,90%
10	CÓRDOBA	3.743	5.667	7.260	7.463	7.428	-0,47%	2,31%	98,45%
11	SANTIAGO C.	4.401	6.138	7.357	7.536	7.318	-2,89%	-0,53%	66,28%
12	SALAMANCA	3.301	4.319	5.935	5.936	5.869	-1,13%	-1,11%	77,79%
13	MURCIA	2.837	3.855	4.513	4.668	4.667	-0,02%	3,41%	64,50%
14	TOLEDO	2.373	3.352	4.356	4.425	4.564	3,14%	4,78%	92,33%
15	BURGOS	2.430	2.831	3.823	3.890	3.976	2,21%	4,00%	63,62%
16	VALLADOLID	2.538	3.443	3.758	3.761	3.944	4,87%	4,95%	55,40%
17	ÁVILA	1.591	2.158	2.777	2.856	2.825	-1,09%	1,73%	77,56%

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

