



**INFORME 2025**

## ÍNDICE

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| <b>1. Introducción</b>                                    | 2  |
| <b>2. Oferta Turística</b>                                | 3  |
| 2.1. Hoteles                                              | 3  |
| 2.2. Apartamentos turísticos                              | 11 |
| <b>3. Demanda Turística</b>                               | 14 |
| 3.1. Evolución de la demanda hotelera                     | 14 |
| 3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos | 23 |
| 3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores     | 26 |
| 3.3.1. Mercados emisores nacionales                       | 26 |
| 3.3.2. Mercados emisores extranjeros                      | 27 |
| 3.4. Visitas a centros de interés turístico               | 31 |
| <b>4. Congresos y reuniones</b>                           | 34 |
| <b>5. Encuesta de Coyuntura Turística</b>                 | 38 |
| 5.1. Motivación principal del viaje                       | 38 |
| 5.2. Percepción turística de los visitantes               | 40 |
| <b>6. Comparativa con otros destinos culturales</b>       | 41 |

## 1. INTRODUCCIÓN

Con la publicación del presente Informe Anual, el Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba concluye el análisis correspondiente al ejercicio 2025, alcanzando la vigesimosexta edición de este trabajo continuado. El Observatorio se consolida así como una herramienta clave para el diagnóstico y el diseño de políticas vinculadas a la actividad turística local. Este informe constituye una fuente de referencia actualizada tanto para profesionales del sector como para instituciones públicas y privadas, al aportar información estratégica para la toma de decisiones, la planificación y el desarrollo turístico de la ciudad.

El Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba es un instrumento técnico de análisis y seguimiento de la actividad turística, orientado a la generación de conocimiento a partir de datos cuantitativos. Su principal misión es proporcionar información estadística precisa, fiable y actualizada que permita comprender la evolución del turismo en la ciudad, así como sus características, impactos y tendencias.

A través de la recogida sistemática de datos, el Observatorio elabora informes periódicos que permiten analizar el comportamiento del turismo tanto a nivel global como segmentado. Estos insumos constituyen una base sólida para la toma de decisiones por parte de organismos públicos, entidades privadas, agentes del sector y la comunidad académica. El objetivo es fortalecer la planificación estratégica, mejorar la gestión del destino 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 un centro de información, sino también como un espacio de articulación técnica que impulsa la transparencia, la innovación y la profesionalización del turismo en Córdoba.

En cuanto a los principales resultados del ejercicio 2025, la demanda hotelera en Córdoba registró un crecimiento del 3,10%, obteniendo un total de 1.001.282 viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Este incremento de la afluencia se reflejó también en el número de pernoctaciones que alcanzaron 1.705.080, lo que supone un aumento del 1,78% respecto al ejercicio anterior.

Respecto a la procedencia de los visitantes, el análisis muestra un predominio del turismo nacional, que representa el 53,64% del total, frente al 46,36% correspondiente al turismo internacional. No obstante, mientras que los viajeros nacionales aumentaron un 6,46%, los internacionales registraron un ligero descenso del 0,54%. En términos de pernoctaciones, las de origen nacional crecieron un 5,29%, en contraste con las internacionales, que disminuyeron un 2,27%.

Por último, al comparar a Córdoba con otros destinos turísticos de relevancia cultural y patrimonial, la ciudad ocupa una posición destacada, superando en volumen de visitantes a destinos de reconocido prestigio como Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo.

## **2. OFERTA TURÍSTICA**

### **2.1. HOTELES**

La capacidad hotelera de un destino turístico suele guardar una estrecha relación con el volumen de visitantes que recibe y con las características de su demanda. En este sentido, la ciudad de Córdoba dispone de una oferta hotelera amplia y diversificada, capaz de responder tanto a las necesidades y expectativas de los visitantes como a los estándares de calidad exigidos por el sector turístico.

No obstante, la oferta turística de la ciudad trasciende el ámbito estrictamente hotelero e integra un conjunto más amplio de recursos, servicios e infraestructuras que serán objeto de análisis en los distintos apartados de este informe.

En lo que respecta a la capacidad hotelera, durante el período analizado se produjo la apertura de dos nuevos establecimientos y el cierre de uno, situándose en 111 el número total de alojamientos hoteleros operativos en la ciudad. De ellos, 65 corresponden a hoteles y 46 a pensiones. Esta evolución supone un incremento del 0,91% en el número total de establecimientos abiertos respecto al ejercicio anterior.

Por su parte, la capacidad de alojamiento experimentó un crecimiento más significativo, alcanzando las 8.089 plazas disponibles, lo que representa un incremento del 6,90%. Este aumento se encuentra estrechamente vinculado a la apertura de un nuevo hotel de cuatro estrellas de elevada capacidad.

Si se amplía la perspectiva de análisis a los últimos diez años, se aprecia una evolución favorable de la infraestructura hotelera de la ciudad. En este período, el número de hoteles ha aumentado un 14,43%, mientras que la oferta de plazas hoteleras se ha incrementado en un 27,25%, reflejando el fortalecimiento y la consolidación de Córdoba como destino turístico.

En síntesis, la ciudad cuenta actualmente con una capacidad hotelera para albergar a 8.089 personas. Del total de plazas disponibles, 6.859 (84,79%) se localizan en hoteles, mientras que las 1.230 restantes (15,21%) 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 2012-2025**

|                   | Nº de establecimientos |              |               | Nº de plazas  |               |               |
|-------------------|------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                   | Hoteles                | Pensiones    | Total         | Hoteles       | Pensiones     | Total         |
| <b>2012</b>       | 53                     | 41           | 94            | 5346          | 1011          | 6357          |
| <b>2013</b>       | 53                     | 39           | 92            | 5346          | 926           | 6272          |
| <b>2014</b>       | 56                     | 39           | 95            | 5423          | 926           | 6349          |
| <b>2015</b>       | 55                     | 42           | 97            | 5328          | 1029          | 6357          |
| <b>2016</b>       | 55                     | 42           | 97            | 5484          | 1093          | 6577          |
| <b>2017</b>       | 55                     | 44           | 99            | 5683          | 1196          | 6879          |
| <b>2018</b>       | 58                     | 45           | 103           | 5868          | 1181          | 7049          |
| <b>2019</b>       | 61                     | 45           | 106           | 6053          | 1191          | 7244          |
| <b>2020</b>       | 61                     | 46           | 107           | 6050          | 1209          | 7259          |
| <b>2021</b>       | 62                     | 47           | 109           | 6198          | 1223          | 7421          |
| <b>2022</b>       | 63                     | 45           | 108           | 6359          | 1215          | 7574          |
| <b>2023</b>       | 64                     | 45           | 109           | 6379          | 1215          | 7594          |
| <b>2024</b>       | 65                     | 45           | 110           | 6412          | 1155          | 7567          |
| <b>2025</b>       | 65                     | 46           | 111           | 6859          | 1230          | 8089          |
| <b>Var. 25/15</b> | <b>18,18%</b>          | <b>9,52%</b> | <b>14,43%</b> | <b>28,73%</b> | <b>19,53%</b> | <b>27,25%</b> |
| <b>Var. 25/24</b> | <b>0,00%</b>           | <b>2,22%</b> | <b>0,91%</b>  | <b>6,97%</b>  | <b>6,49%</b>  | <b>6,90%</b>  |

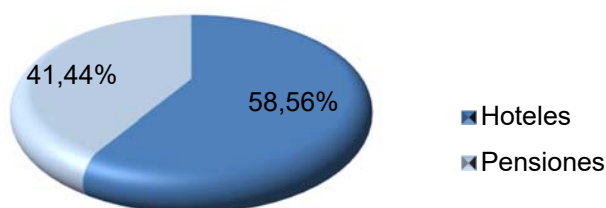
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El gráfico siguiente pone de manifiesto que, en 2025, los hoteles constituyen el 58,56% del total de establecimientos de alojamiento de la ciudad, mientras que los hostales y pensiones representan el 41,44% restante.

No obstante, al analizar la distribución de las plazas de alojamiento disponibles, la diferencia entre ambas tipologías se hace notablemente más acusada. Los hoteles concentran el 84,79% de la capacidad total de alojamiento de la ciudad, mientras que las pensiones y establecimientos de menor categoría reúnen el 15,21% restante.

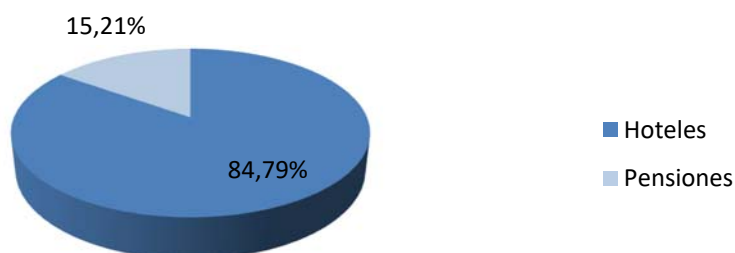
Esta distribución pone de relieve el mayor tamaño medio de los hoteles respecto a las pensiones y hostales, circunstancia que explica que, pese a representar algo menos del 60% de los establecimientos, concentren cerca del 85% de las plazas de alojamiento disponibles en la ciudad.

**Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2025**



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 2025**



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.

Con el fin de profundizar en el análisis de la oferta de alojamiento, resulta de interés examinar la distribución de los establecimientos según su clase y categoría.

La evolución obtenida en 2025 muestra algunos cambios en la estructura de la oferta hotelera. En primer lugar, el número de hoteles de cinco estrellas se incrementa como consecuencia de la reclasificación de un establecimiento de cuatro estrellas a la categoría superior. Por su parte, los hoteles de cuatro estrellas mantienen el mismo número de establecimientos que el ejercicio anterior, ya que dicha reclasificación ha sido compensada por la apertura de un nuevo hotel de esta categoría.

Asimismo, la categoría de dos estrellas experimenta un aumento derivado de la reclasificación de un hotel de una estrella. Como resultado de este cambio y del cierre de un establecimiento de una estrella, esta última categoría experimenta un descenso en el número de alojamientos.

Los hoteles de dos estrellas continúan siendo la tipología más numerosa de la ciudad, con un total de 27 establecimientos, seguidos por los hoteles de cuatro estrellas, que alcanzan los 21 establecimientos.

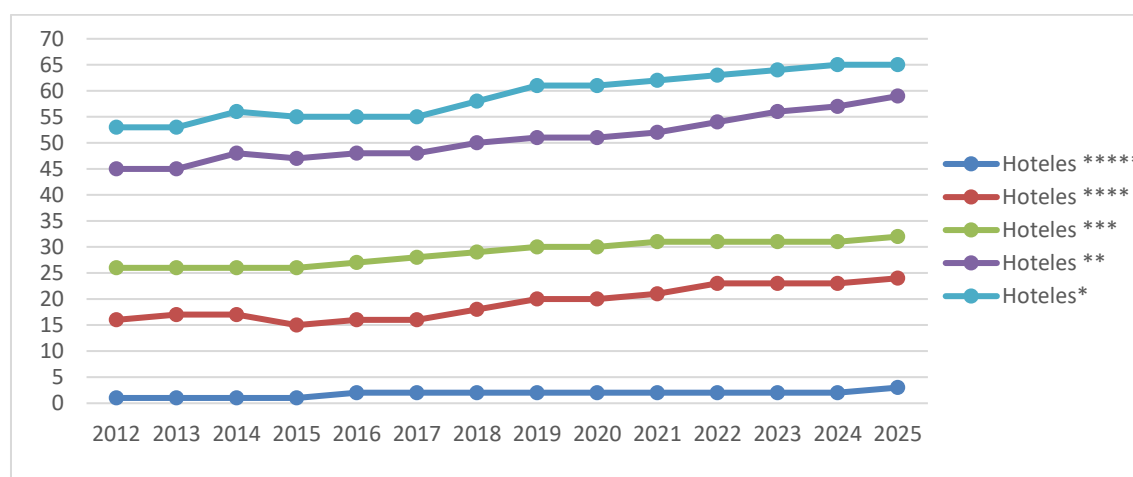
En cuanto a las pensiones, las de una estrella siguen siendo claramente predominantes, con un total de 41 establecimientos, lo que supone un incremento de una unidad respecto al ejercicio anterior.

**Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2012-2025**

|                   | Hoteles ****   | Hoteles ****  | Hoteles ***    | Hoteles **    | Hoteles*       | Pensiones **   | Pensiones *   |
|-------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>2012</b>       | 1              | 15            | 10             | 19            | 8              | 10             | 31            |
| <b>2013</b>       | 1              | 16            | 9              | 19            | 8              | 9              | 30            |
| <b>2014</b>       | 1              | 16            | 9              | 22            | 8              | 9              | 30            |
| <b>2015</b>       | 1              | 14            | 11             | 21            | 8              | 10             | 32            |
| <b>2016</b>       | 2              | 14            | 11             | 21            | 7              | 6              | 36            |
| <b>2017</b>       | 2              | 14            | 12             | 20            | 7              | 6              | 38            |
| <b>2018</b>       | 2              | 16            | 11             | 21            | 8              | 5              | 40            |
| <b>2019</b>       | 2              | 18            | 10             | 21            | 10             | 5              | 40            |
| <b>2020</b>       | 2              | 18            | 10             | 21            | 10             | 5              | 41            |
| <b>2021</b>       | 2              | 19            | 10             | 21            | 10             | 5              | 42            |
| <b>2022</b>       | 2              | 21            | 8              | 23            | 9              | 5              | 40            |
| <b>2023</b>       | 2              | 21            | 8              | 25            | 8              | 5              | 40            |
| <b>2024</b>       | 2              | 21            | 8              | 26            | 8              | 5              | 40            |
| <b>2025</b>       | 3              | 21            | 8              | 27            | 6              | 5              | 41            |
| <b>Var. 25/15</b> | <b>200,00%</b> | <b>50,00%</b> | <b>-27,27%</b> | <b>28,57%</b> | <b>-25,00%</b> | <b>-50,00%</b> | <b>28,13%</b> |
| <b>Var. 25/24</b> | <b>50,00%</b>  | <b>0,00%</b>  | <b>0,00%</b>   | <b>3,85%</b>  | <b>-25,00%</b> | <b>0,00%</b>   | <b>2,50%</b>  |

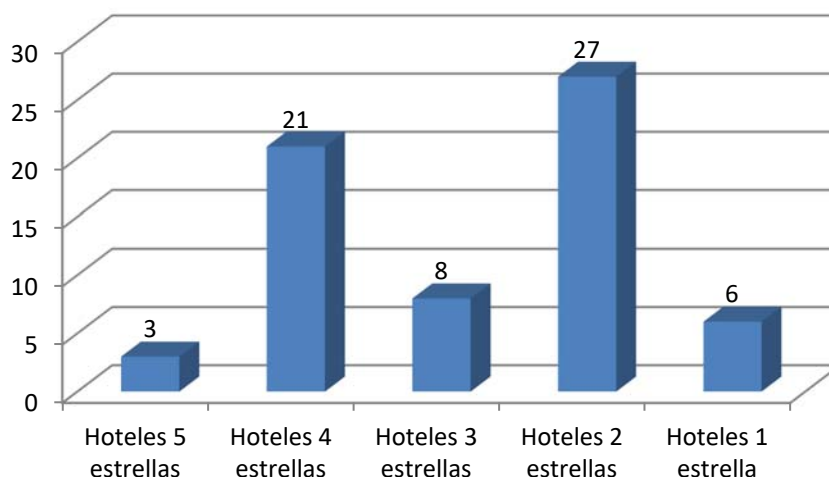
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

**Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2012-2025**



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 2025**



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 incremento alcanzado en el número de establecimientos abiertos en 2025 ha venido acompañado de un crecimiento aún más significativo de la capacidad alojativa de la ciudad. En la actualidad, la infraestructura hotelera y de pensiones de Córdoba dispone de un total de 8.089 plazas, lo que supone un aumento del 6,90% respecto a 2024. Como ya se ha señalado, este crecimiento está directamente relacionado con la apertura de un nuevo hotel de cuatro estrellas de elevada capacidad.

En lo que respecta a la distribución de las plazas por categorías hoteleras, los hoteles de cuatro estrellas continúan concentrando la mayor capacidad de alojamiento de la ciudad, manteniendo el liderazgo que vienen ostentando de forma continuada en los últimos años. Les siguen los hoteles de dos estrellas, con 1.032 plazas, y, a continuación, los establecimientos de tres, cinco y una estrella.

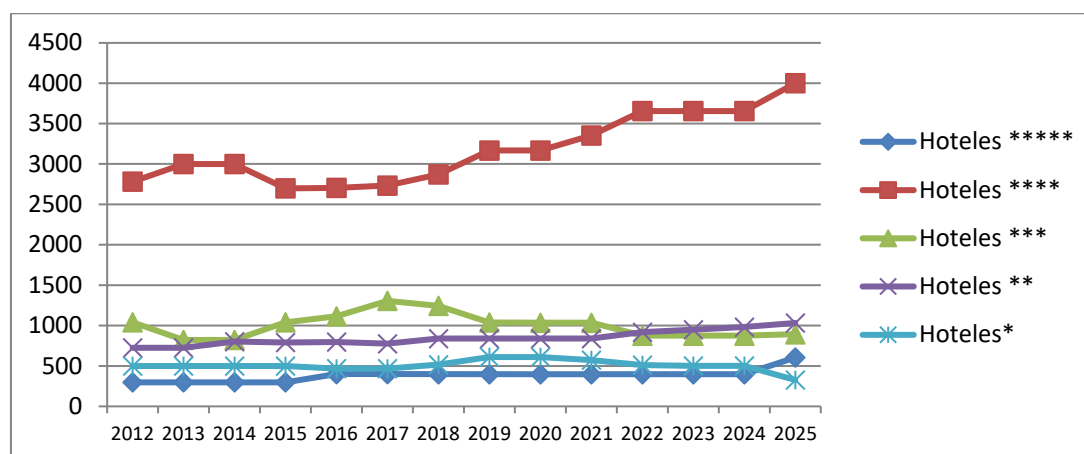
Por su parte, dentro del segmento de pensiones, las de una estrella siguen siendo las más representativas, con una capacidad de 1.104 plazas, mientras que las pensiones de dos estrellas suman 126 plazas.

La comparación con los datos obtenidos hace una década permite constatar la notable expansión de la capacidad alojativa de la ciudad. En este período, la oferta conjunta de hoteles y pensiones ha experimentado un crecimiento acumulado del 62,11%, reflejo del proceso de fortalecimiento y modernización de la infraestructura turística de Córdoba.

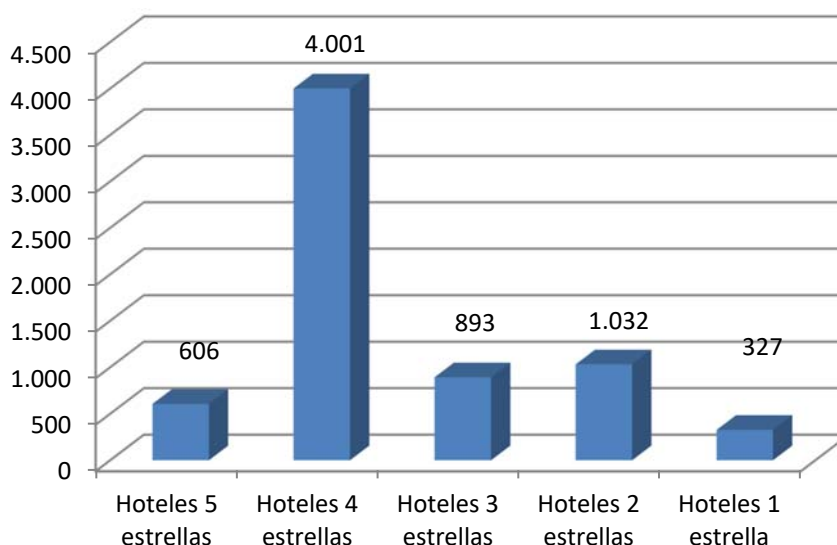
**Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2012-2025**

|                   | Hoteles ****   | Hoteles ***** | Hoteles ***    | Hoteles **    | Hoteles*       | Pensiones **   | Pensiones *   |
|-------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>2012</b>       | 299            | 2782          | 1040           | 725           | 500            | 374            | 637           |
| <b>2013</b>       | 299            | 2999          | 823            | 725           | 500            | 325            | 601           |
| <b>2014</b>       | 299            | 2999          | 823            | 802           | 500            | 325            | 601           |
| <b>2015</b>       | 299            | 2698          | 1040           | 791           | 500            | 348            | 681           |
| <b>2016</b>       | 400            | 2704          | 1115           | 797           | 468            | 197            | 896           |
| <b>2017</b>       | 400            | 2733          | 1306           | 776           | 468            | 197            | 999           |
| <b>2018</b>       | 398            | 2871          | 1244           | 839           | 516            | 126            | 1055          |
| <b>2019</b>       | 398            | 3167          | 1038           | 839           | 611            | 126            | 1065          |
| <b>2020</b>       | 398            | 3167          | 1035           | 839           | 611            | 126            | 1083          |
| <b>2021</b>       | 398            | 3353          | 1035           | 839           | 573            | 126            | 1097          |
| <b>2022</b>       | 398            | 3655          | 875            | 919           | 512            | 126            | 1089          |
| <b>2023</b>       | 398            | 3655          | 875            | 949           | 502            | 126            | 1089          |
| <b>2024</b>       | 398            | 3655          | 875            | 982           | 502            | 126            | 1029          |
| <b>2025</b>       | 606            | 4001          | 893            | 1032          | 327            | 126            | 1104          |
| <b>Var. 25/15</b> | <b>102,68%</b> | <b>48,30%</b> | <b>-14,13%</b> | <b>30,47%</b> | <b>-34,60%</b> | <b>-63,79%</b> | <b>62,11%</b> |
| <b>Var. 25/24</b> | <b>52,26%</b>  | <b>9,47%</b>  | <b>2,06%</b>   | <b>5,09%</b>  | <b>-34,86%</b> | <b>0,00%</b>   | <b>7,29%</b>  |

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.

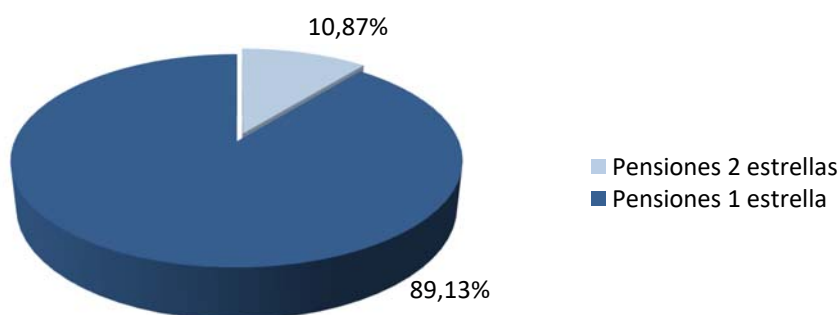
**Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2012-2025**


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 2025**


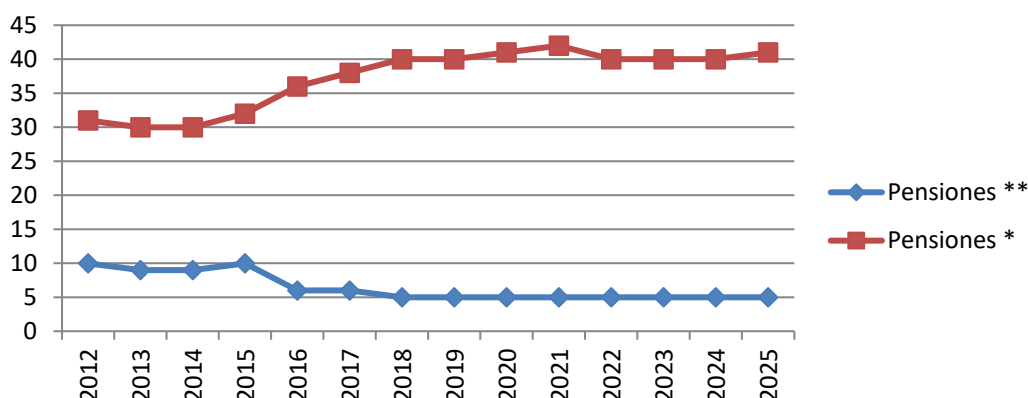
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La estructura de la oferta de pensiones no experimenta cambios respecto a 2024. Las pensiones de una estrella siguen siendo predominantes dentro de esta modalidad de alojamiento, representando el 89,13% del total, frente al 10,87% correspondiente a las pensiones de dos estrellas.

**Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2025**


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 2012-2025**



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.

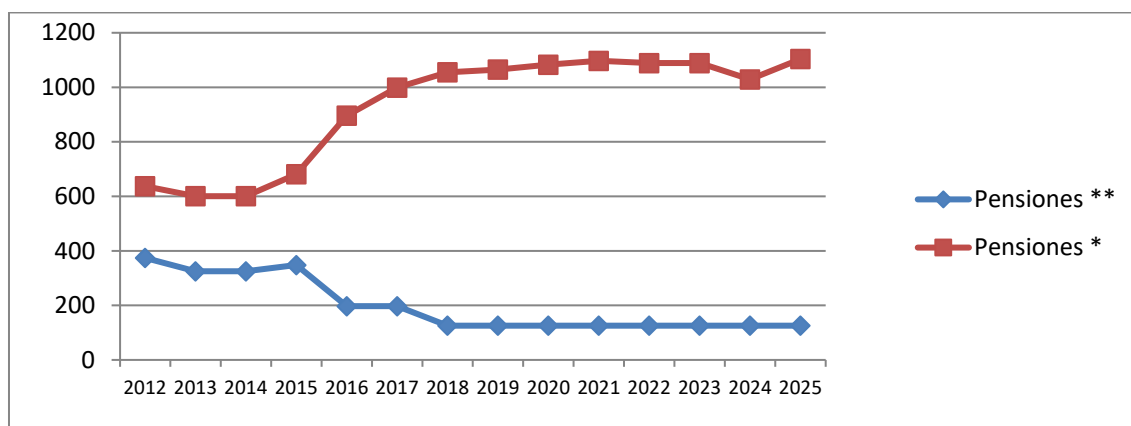
La distribución de las plazas en las pensiones reproduce la misma estructura observada en el número de establecimientos. Las pensiones de una estrella concentran el 89,76% de la capacidad total de este segmento de alojamiento, mientras que las de dos estrellas reúnen el 10,24% restante.

**Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2025**



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 2012-2025**



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, circunstancia que ha motivado su incorporación de forma regular a los informes anuales del Observatorio Turístico.

Los datos correspondientes a 2025 reflejan una evolución especialmente significativa respecto al ejercicio anterior. A lo largo del año se incorporaron 17 nuevos apartamentos turísticos, lo que supone un incremento del 31,48% en el número de establecimientos y del 36,22% en la capacidad de alojamiento medida en plazas.

Entre las nuevas incorporaciones destaca, además, la apertura del primer establecimiento de cuatro llaves registrado en la ciudad, categoría que hasta ahora no contaba con representación en la oferta de este tipo de alojamiento.

Si la comparación se amplía a 2015, el crecimiento resulta aún más destacado: el número de apartamentos turísticos contabilizados se ha incrementado un 610%, mientras que la oferta de plazas ha aumentado un 350,74%, evidenciando la fuerte expansión de esta modalidad de alojamiento en la ciudad durante la última década.

**Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba.  
Años 2012-2025**

|                   | Apartamentos       |                |
|-------------------|--------------------|----------------|
|                   | Nº de apartamentos | Nº de plazas   |
| <b>2012</b>       | 11                 | 441            |
| <b>2013</b>       | 10                 | 408            |
| <b>2014</b>       | 10                 | 408            |
| <b>2015</b>       | 10                 | 408            |
| <b>2016</b>       | 17                 | 498            |
| <b>2017</b>       | 22                 | 578            |
| <b>2018</b>       | 28                 | 717            |
| <b>2019</b>       | 28                 | 786            |
| <b>2020</b>       | 27                 | 746            |
| <b>2021</b>       | 32                 | 861            |
| <b>2022</b>       | 44                 | 1.154          |
| <b>2023</b>       | 44                 | 1.151          |
| <b>2024</b>       | 54                 | 1.350          |
| <b>2025</b>       | 71                 | 1.839          |
| <b>Var. 25/24</b> | <b>31,48%</b>      | <b>36,22%</b>  |
| <b>Var. 25/15</b> | <b>610,00%</b>     | <b>350,74%</b> |

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 la oferta de apartamentos turísticos por categorías refleja una evolución positiva en la práctica totalidad de las tipologías, registrándose incrementos en todas ellas excepto en la categoría de tres llaves.

El crecimiento más destacado corresponde a los apartamentos de una llave, cuyo número de establecimientos aumentó un 45,45% respecto al ejercicio anterior. Les siguen los apartamentos de dos llaves, que registraron un incremento del 20%, consolidando así la tendencia expansiva observada en este segmento de alojamiento turístico.

**Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2025**

|                   | Apartamentos<br>4 llaves | Apartamentos<br>3 llaves | Apartamentos<br>2 llaves | Apartamentos<br>1 llave |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>2016</b>       |                          | 2                        | 8                        | 7                       |
| <b>2017</b>       |                          | 2                        | 14                       | 6                       |
| <b>2018</b>       |                          | 2                        | 18                       | 8                       |
| <b>2019</b>       |                          | 2                        | 18                       | 8                       |
| <b>2020</b>       |                          | 2                        | 17                       | 8                       |
| <b>2021</b>       |                          | 2                        | 21                       | 9                       |
| <b>2022</b>       |                          | 2                        | 25                       | 17                      |
| <b>2023</b>       |                          | 2                        | 24                       | 18                      |
| <b>2024</b>       |                          | 2                        | 30                       | 22                      |
| <b>2025</b>       | 1                        | 2                        | 36                       | 32                      |
| <b>Var. 25/24</b> |                          | <b>0,00%</b>             | <b>20,00%</b>            | <b>45,45%</b>           |

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

Los apartamentos turísticos aportan a la oferta de alojamiento de la ciudad un total de 1.839 plazas. La mayor capacidad se concentra en los apartamentos de dos llaves, que suman 1.110 plazas y representan más del 60% del total. Les siguen los apartamentos de una llave, con 676 plazas, mientras que los de tres llaves disponen de 46 plazas.

Destaca que, por primera vez, la oferta de apartamentos turísticos de Córdoba incorpora un establecimiento de cuatro llaves, que añade 7 plazas a la capacidad total de este segmento de alojamiento.

**Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2025**

|                   | Apartamentos<br>4 llaves | Apartamentos<br>3 llaves | Apartamentos<br>2 llaves | Apartamentos<br>1 llave |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>2016</b>       |                          | 46                       | 306                      | 146                     |
| <b>2017</b>       |                          | 46                       | 416                      | 116                     |
| <b>2018</b>       |                          | 46                       | 544                      | 122                     |
| <b>2019</b>       |                          | 46                       | 605                      | 135                     |
| <b>2020</b>       |                          | 46                       | 565                      | 135                     |
| <b>2021</b>       |                          | 46                       | 664                      | 151                     |
| <b>2022</b>       |                          | 46                       | 822                      | 286                     |
| <b>2023</b>       |                          | 46                       | 811                      | 294                     |
| <b>2024</b>       |                          | 46                       | 916                      | 388                     |
| <b>2025</b>       | 7                        | 46                       | 1110                     | 676                     |
| <b>Var. 25/24</b> |                          | <b>0,00%</b>             | <b>21,18%</b>            | <b>74,23%</b>           |

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 establecimientos hoteleros de la ciudad. Este concepto se mide habitualmente a partir del número de viajeros que pernoctan en el destino, por lo que el análisis se centra en el comportamiento de la demanda hotelera a través de indicadores como el número de viajeros, las pernoctaciones, la estancia media y el grado de ocupación.

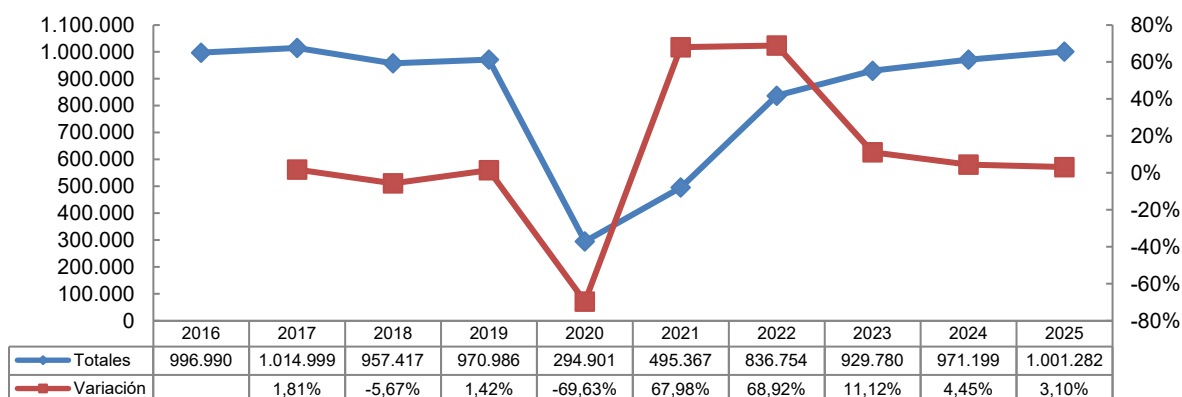
El estudio de estos indicadores resulta fundamental no solo para conocer la evolución de la actividad turística, sino también para identificar tendencias, anticipar cambios en la demanda y orientar las estrategias de planificación y promoción del destino. Comprender los patrones de comportamiento de los visitantes permite diseñar actuaciones más eficaces, adaptadas a sus necesidades y orientadas a mejorar su experiencia durante la estancia en Córdoba.

La información utilizada procede de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), elaborada mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta operación estadística constituye la principal fuente oficial para el análisis de la demanda hotelera en España y proporciona información fiable y homogénea sobre el número de viajeros, las pernoctaciones, la estancia media y el grado de ocupación, diferenciando además entre viajeros residentes en España y residentes en el extranjero.

Una de las principales fortalezas de esta fuente estadística es la disponibilidad de series históricas comparables, lo que permite analizar la evolución temporal de la demanda y situar el comportamiento de Córdoba en relación con otros destinos turísticos de características similares.

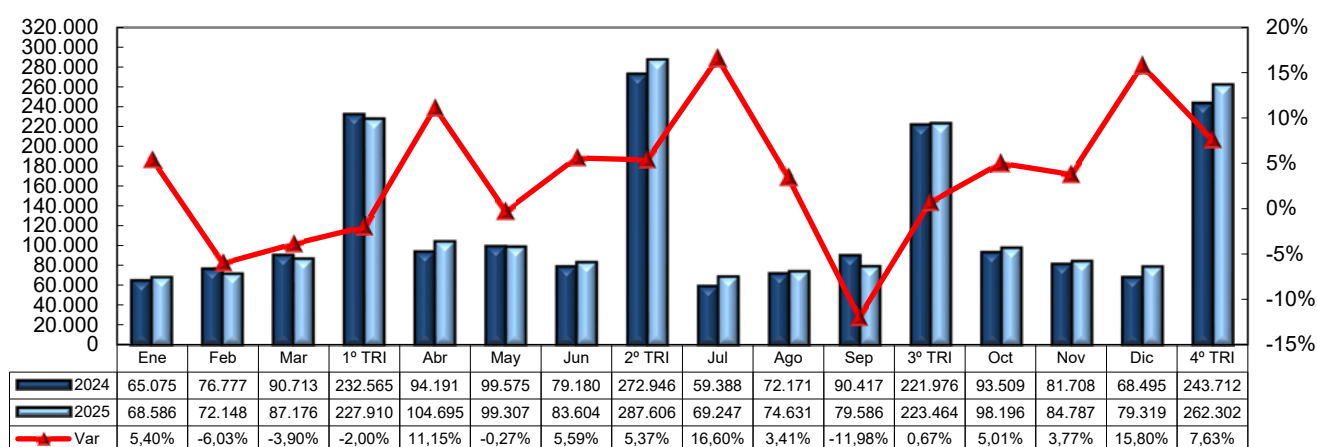
Conviene señalar que la metodología de la Encuesta de Ocupación Hotelera se circunscribe exclusivamente a los establecimientos hoteleros reglados. En consecuencia, quedan excluidos del análisis los apartamentos turísticos, los alojamientos de turismo rural, las viviendas de uso turístico y el resto de modalidades de alojamiento no hotelero. Del mismo modo, la encuesta no contempla a los excursionistas, es decir, a los visitantes que realizan desplazamientos sin pernoctar en el destino. Por ello, los datos que se muestran en este capítulo reflejan únicamente la demanda asociada a los establecimientos hoteleros.

De acuerdo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, durante 2025 la ciudad de Córdoba recibió un total de 1.001.282 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, lo que supone un incremento del 3,10% respecto al ejercicio anterior. Este resultado confirma la evolución positiva obtenida en los últimos ejercicios y permite superar, por segundo año consecutivo, los niveles alcanzados antes de la pandemia. En concreto, el volumen de viajeros fue un 3,12% superior al presentado en 2019, año de referencia prepandemia, lo que evidencia la recuperación de la demanda hotelera y refuerza la posición de Córdoba como uno de los principales destinos de turismo cultural del país.

**Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**


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

El análisis de la evolución mensual de la demanda hotelera pone de manifiesto un comportamiento favorable durante la mayor parte de 2025. Los incrementos en el número de viajeros se mantuvieron de forma prácticamente generalizada a lo largo del ejercicio, con la única excepción del primer trimestre (enero-marzo), que presentó un volumen de viajeros inferior al contabilizado en el mismo período del ejercicio anterior.

**Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2025**


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

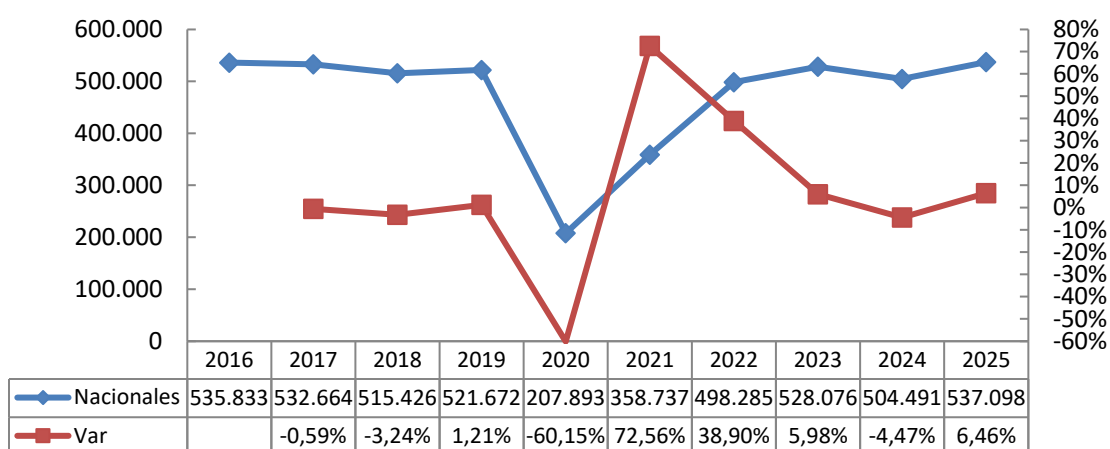
Con el fin de profundizar en el análisis de la demanda turística, los viajeros se clasifican según su lugar de residencia, diferenciando entre turismo nacional y turismo internacional. Esta segmentación permite analizar con mayor precisión la contribución de cada mercado al comportamiento global de la demanda hotelera de la ciudad.

El mercado nacional, que concentra el 53,64% del total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad, fue el principal responsable del crecimiento de la demanda durante 2025. Por este motivo, el análisis se inicia con este segmento.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), durante el ejercicio 2025 la ciudad recibió un total de 537.098 viajeros residentes en España, cifra que supone un incremento del 6,46% respecto al ejercicio anterior, equivalente a más de 30.000 viajeros adicionales.

La media anual se situó en torno a los 44.700 viajeros nacionales al mes. Como viene siendo habitual, esta media fue ampliamente superada durante los meses de primavera y otoño, períodos en los que las condiciones climáticas favorecen especialmente el turismo cultural y urbano, principales motivaciones de la demanda turística de Córdoba.

**Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**



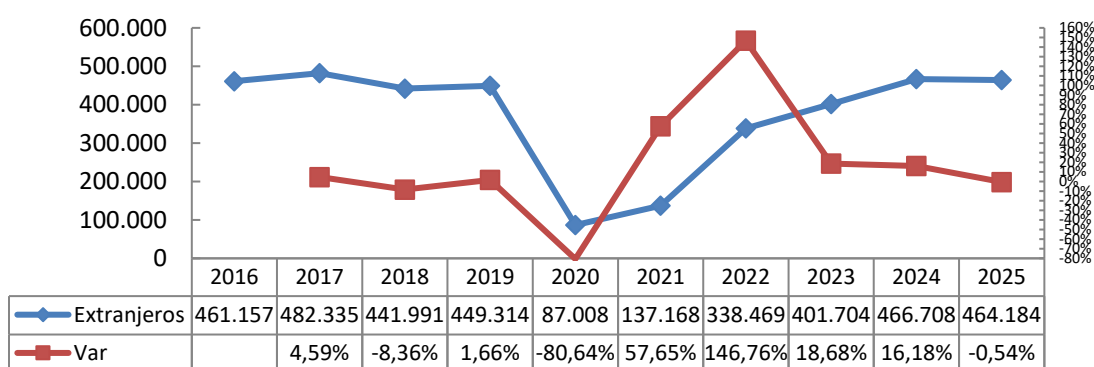
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La evolución mensual de este colectivo ha sido desigual a lo largo del año, con notables incrementos contabilizados en los meses de abril y diciembre. Los peores datos los alcanzaron los meses de febrero y septiembre.

El comportamiento mensual de este mercado fue más irregular que el del turismo nacional, alternando meses de crecimiento con otros de descenso. Los incrementos más significativos se obtuvieron en abril (+17,50%) y diciembre (+13,07%), mientras que las caídas más acusadas se concentraron en febrero (-16,66%) y septiembre (-13,10%). Esta evolución explica que, pese al buen comportamiento observado en determinados meses del año, el balance anual del mercado internacional cerrara con un ligero descenso respecto a 2024.

En términos generales, la evolución de la demanda hotelera en 2025 estuvo marcada por el dinamismo del mercado nacional, que compensó el ligero retroceso alcanzado por el mercado internacional.

**Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**

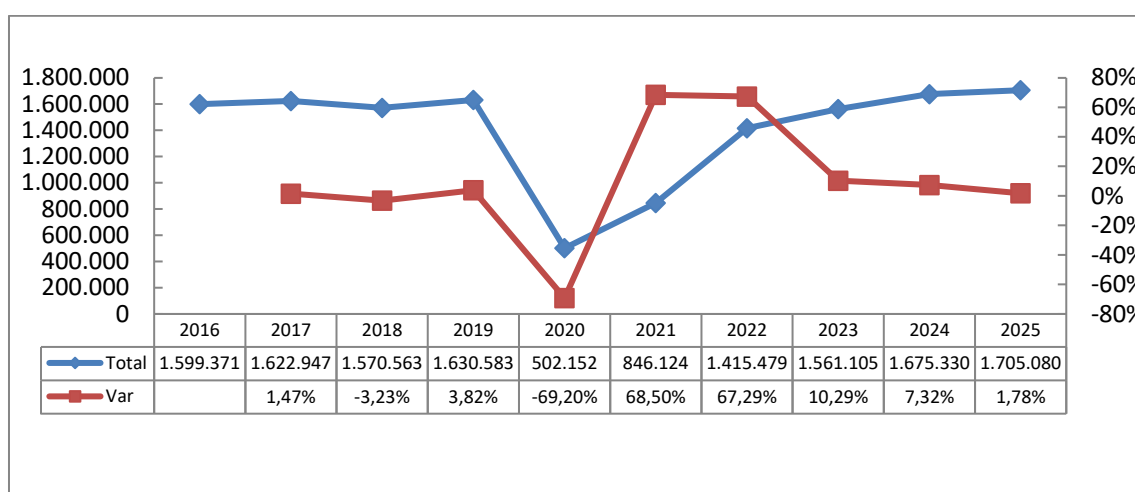


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El crecimiento registrado en el número de viajeros tuvo su reflejo en la evolución de las pernoctaciones, uno de los principales indicadores para evaluar la intensidad de la demanda turística. Su análisis permite conocer no solo el volumen de estancias generadas por los visitantes, sino también valorar, junto con la estancia media, el comportamiento de la demanda y su incidencia sobre la actividad turística del destino.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), durante 2025 se contabilizaron en Córdoba un total de 1.705.080 pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Esta cifra supone un incremento del 1,78% respecto al ejercicio anterior, lo que se traduce en 29.750 pernoctaciones más que en 2024.

**Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**

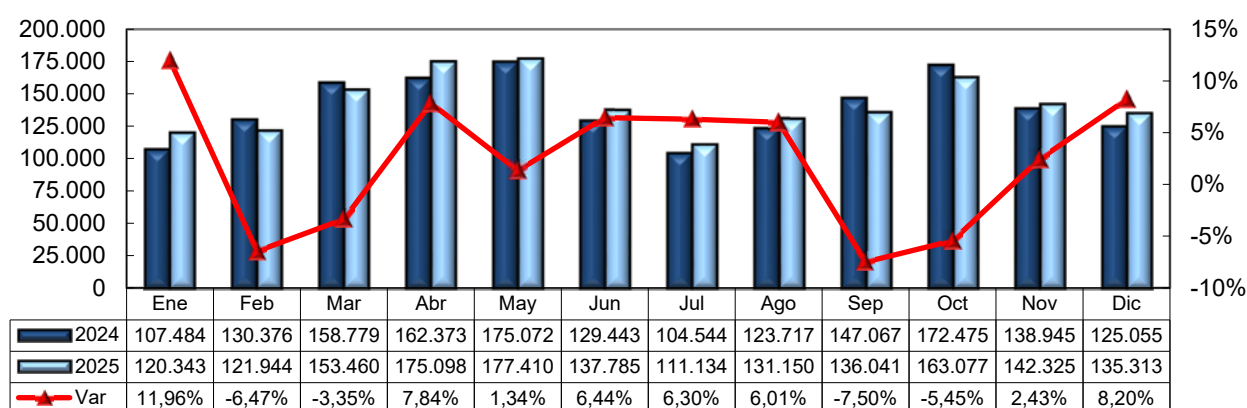


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El análisis de la evolución mensual de las pernoctaciones muestra que abril y mayo fueron los meses con mayor volumen de actividad, superando en ambos casos las 175.000 pernoctaciones. Estos resultados consolidan a la primavera como el período de mayor intensidad de la demanda turística en Córdoba.

Desde el punto de vista de la evolución interanual, enero registró el incremento más elevado, con un crecimiento del 11,96% respecto al mismo mes de 2024. En el extremo opuesto, septiembre presentó el descenso más acusado del año, al situarse un 7,50% por debajo del volumen de pernoctaciones alcanzado en el mismo mes del ejercicio anterior.

**Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2025**

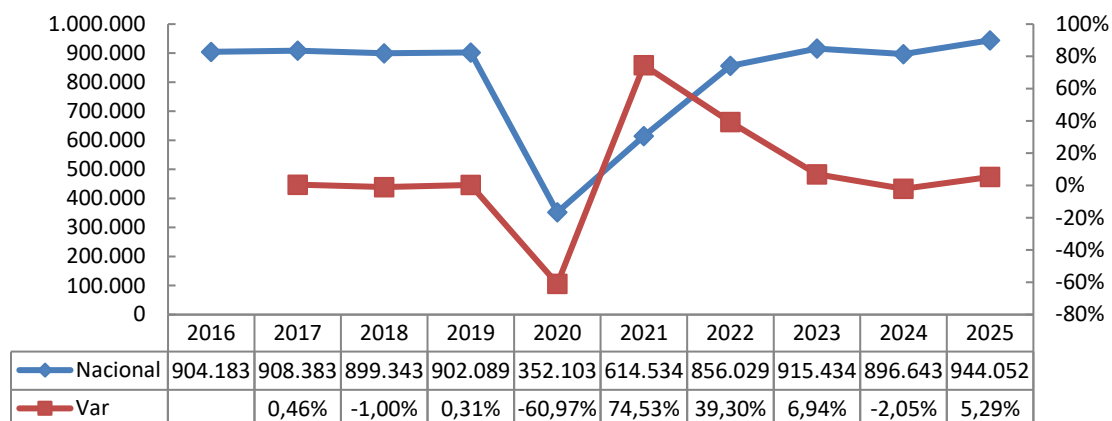


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Al igual que en el análisis del número de viajeros, las pernoctaciones se desagregan según el lugar de residencia de los visitantes, distinguiendo entre mercado nacional y mercado internacional. Esta segmentación permite conocer la aportación de cada uno de estos mercados al volumen total de estancias contabilizadas en los establecimientos hoteleros de la ciudad.

Los datos correspondientes a 2025 vuelven a evidenciar el predominio del mercado nacional, que generó un total de 944.052 pernoctaciones, frente a las 761.028 correspondientes al mercado internacional. En términos porcentuales, las pernoctaciones de viajeros residentes en España representan el 55,37% del total, mientras que las realizadas por viajeros residentes en el extranjero suponen el 44,63%.

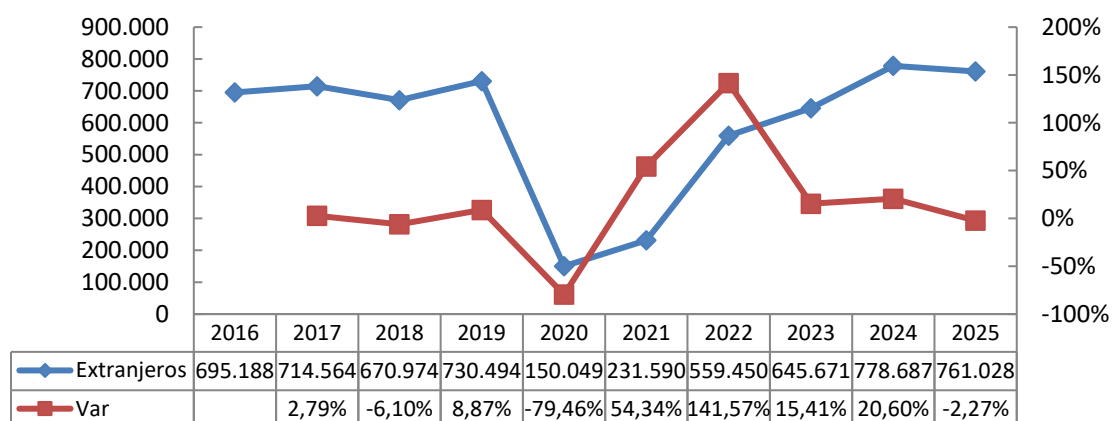
Las pernoctaciones del mercado nacional experimentaron un incremento interanual del 5,29%, lo que se traduce en 47.409 estancias más que en 2024. Esta evolución fue favorable durante la mayor parte del año, con la única excepción de los meses de marzo, septiembre y octubre, que presentaron descensos respecto a los valores del mismo período del ejercicio anterior.

**Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**


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

Por su parte, las pernoctaciones correspondientes al mercado internacional experimentaron un descenso durante 2025. En total, se contabilizaron 761.028 pernoctaciones, lo que supone 17.659 estancias menos que en el ejercicio anterior y una disminución interanual del 2,27%.

Esta evolución contrasta con el comportamiento del mercado nacional y explica que el crecimiento global de las pernoctaciones en la ciudad haya sido más moderado que el registrado en el número de viajeros. No obstante, el mercado internacional continúa aportando cerca del 45% del total de las pernoctaciones hoteleras, manteniendo un peso muy significativo dentro de la demanda turística de Córdoba.

**Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2016-2025**


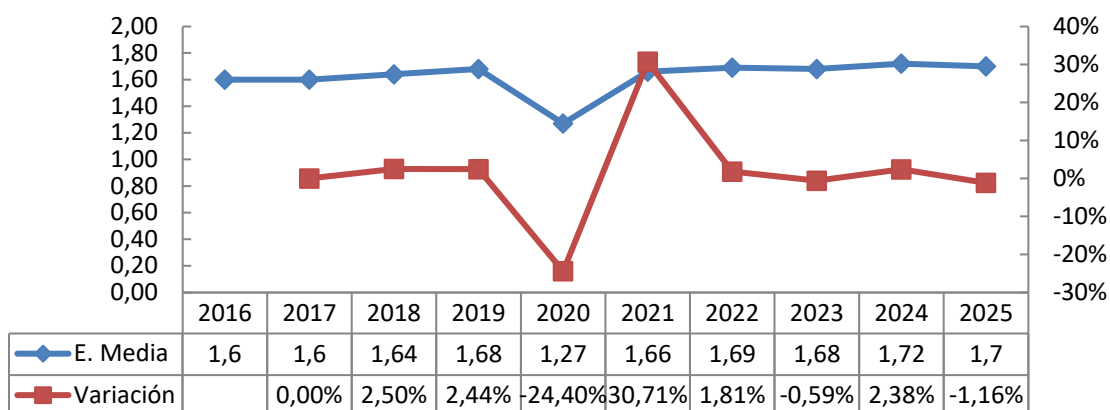
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La estancia media constituye uno de los principales indicadores para analizar el comportamiento de la demanda turística, ya que permite conocer la duración media de las estancias realizadas por los viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Su evolución aporta información relevante sobre el grado de permanencia de los visitantes en el destino y complementa el análisis del volumen de viajeros y pernoctaciones.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la estancia media en los establecimientos hoteleros de Córdoba se situó en 1,70 noches durante 2025, lo que supone un descenso del 1,16% respecto al ejercicio anterior.

El ligero descenso de la estancia media responde a que el crecimiento del número de viajeros fue superior al experimentado por las pernoctaciones, lo que redujo ligeramente la duración media de las estancias.

**Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2016-2025**

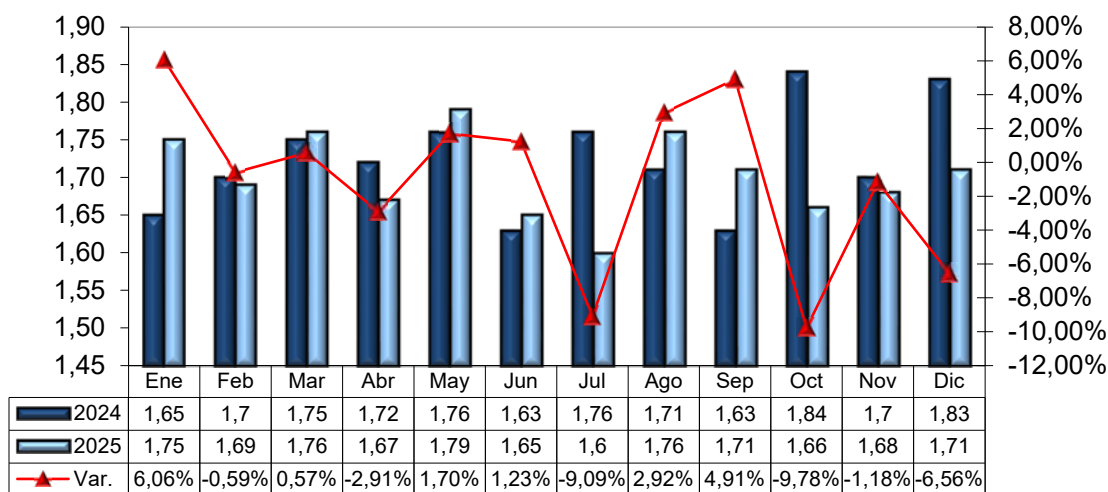


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El análisis de la evolución mensual de la estancia media muestra diferencias moderadas a lo largo del año. Los valores más elevados se alcanzaron en mayo (1,79 noches), marzo y agosto (1,76 noches en ambos casos) y diciembre (1,75 noches), lo que refleja una mayor duración de las estancias durante estos períodos.

Por el contrario, julio y junio fueron los meses que presentaron las estancias medias más reducidas, con 1,60 y 1,65 noches, respectivamente. Estas diferencias reflejan la estacionalidad del comportamiento de la demanda y la distinta duración de las visitas según la época del año.

**Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2025**



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

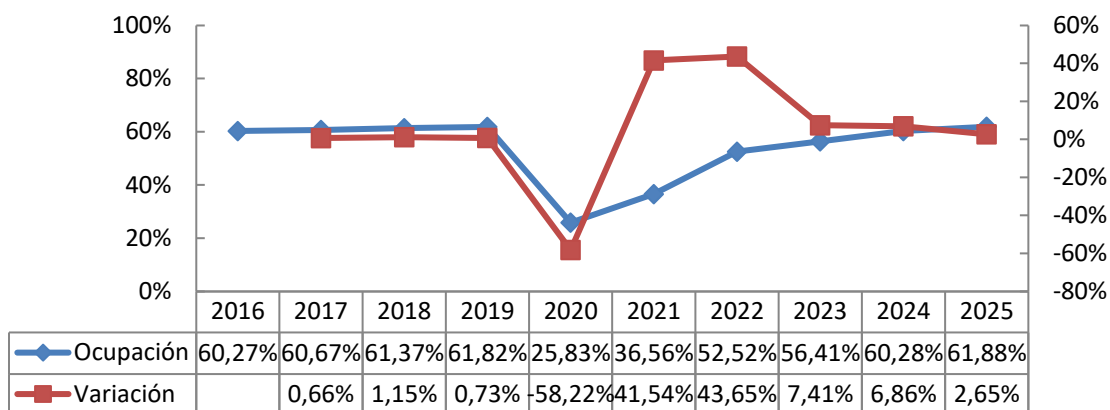
El último indicador analizado en este capítulo es el grado de ocupación hotelera, una variable fundamental para evaluar el nivel de utilización de la capacidad alojativa disponible y conocer el grado de aprovechamiento de la oferta hotelera de la ciudad.

La información utilizada procede, al igual que en los apartados anteriores, de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), principal fuente oficial para el análisis de este indicador.

Durante 2025, el grado de ocupación hotelera en Córdoba alcanzó el 61,88%, frente al 60,28% registrado en 2024, lo que supone un incremento interanual del 2,65%. Esta evolución pone de manifiesto una mejora en el aprovechamiento de la capacidad alojativa, en línea con el crecimiento experimentado por la demanda hotelera a lo largo del ejercicio.

El aumento del grado de ocupación evidencia una utilización más eficiente de la oferta de alojamiento disponible y confirma la evolución favorable de la actividad turística durante 2025.

**Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2016-2025**

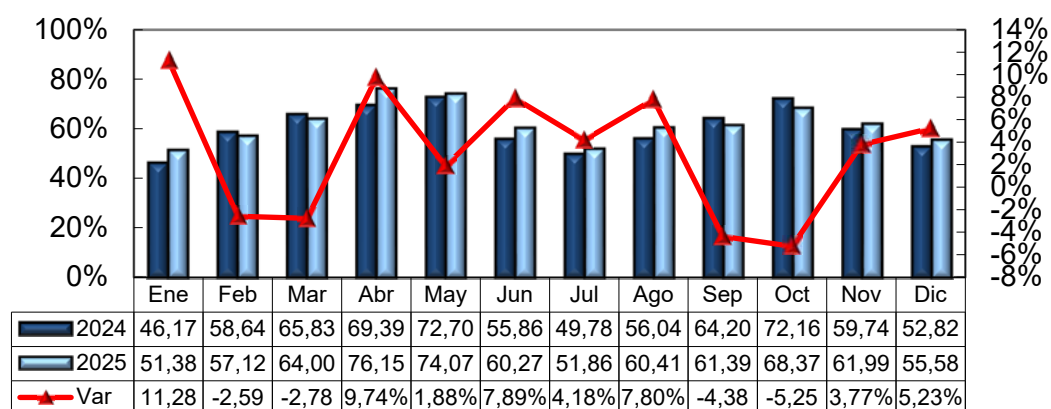


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La evolución mensual del grado de ocupación hotelera muestra que los mayores niveles de utilización de la capacidad alojativa se concentraron, como viene siendo habitual, en los meses de primavera y otoño. En concreto, abril registró el porcentaje de ocupación más elevado del año, con un 76,15%, seguido de mayo (74,07%), octubre (68,37%), marzo (64,00%) y noviembre (61,99%).

Desde la perspectiva interanual, enero fue el mes que experimentó el mayor incremento del grado de ocupación, con una variación positiva del 11,28% respecto al mismo mes de 2024. En el extremo opuesto, octubre registró el descenso más acusado del año, con una disminución del 5,25% en comparación con el ejercicio anterior.

**Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2025**



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 Barómetro de la Rentabilidad de los Destinos Turísticos Urbanos, elaborado por Exceltur a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), analiza la evolución de los ingresos obtenidos por los establecimientos hoteleros mediante el indicador RevPAR (Revenue per Available Room o ingresos por habitación disponible). Este indicador constituye una referencia para evaluar la rentabilidad de la actividad hotelera y la capacidad de los destinos para generar ingresos a partir de su oferta de alojamiento.

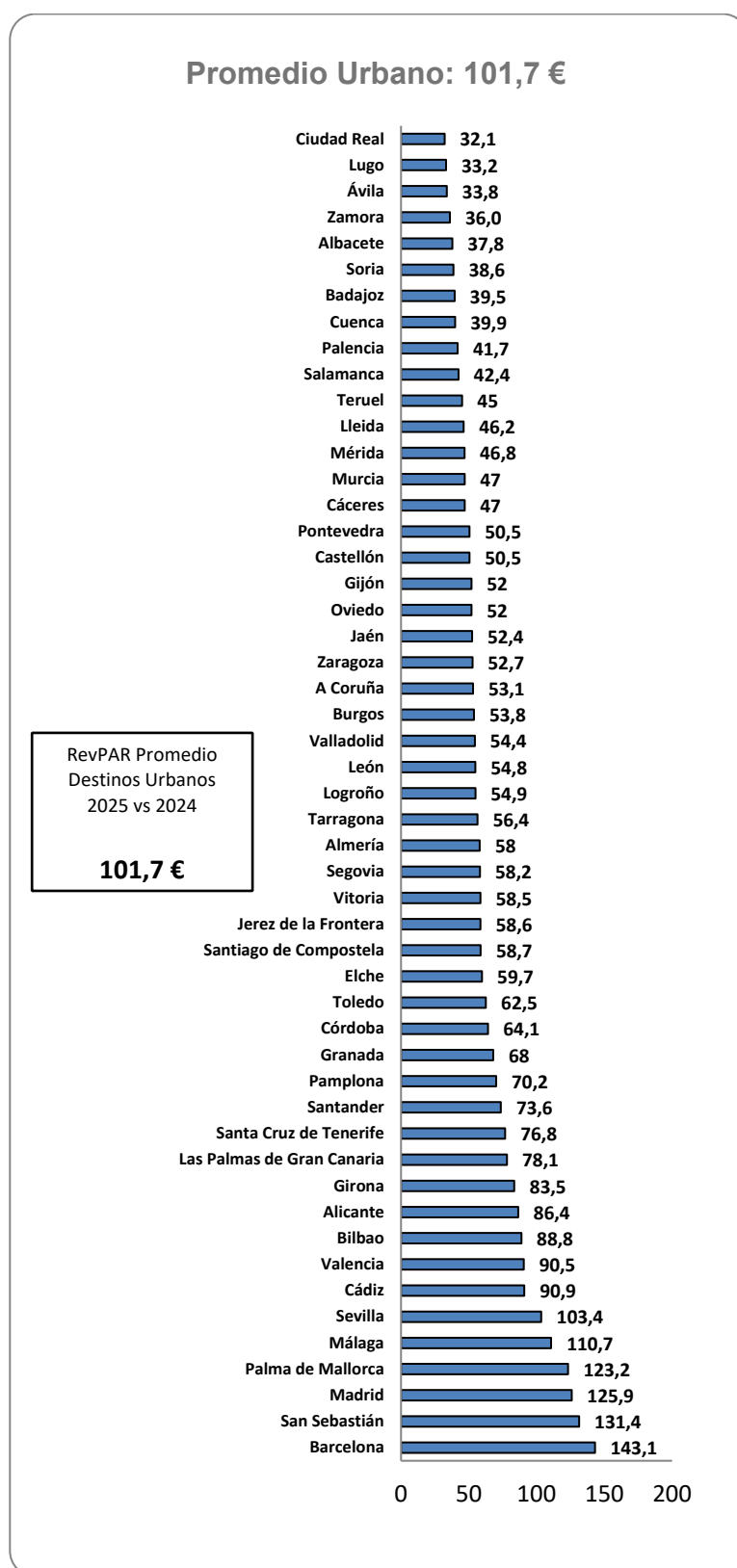
Durante 2025, el RevPAR medio de los destinos urbanos españoles alcanzó los 101,7 euros, lo que supone un incremento del 4,2% respecto al ejercicio anterior y supera por primera vez la barrera de los 100 euros por habitación disponible.

En cuanto a la evolución de este indicador, de las 51 ciudades analizadas, 14 obtuvieron incrementos superiores al 10% respecto a 2024, otras 29 experimentaron crecimientos inferiores a ese porcentaje y las 8 restantes presentaron descensos. En esta clasificación, Córdoba ocupa la posición 34, con un incremento interanual del 4,1%.

Si se atiende al valor absoluto del indicador, el RevPAR de Córdoba se situó en 64,1 euros, lo que posiciona a la ciudad en el puesto 17 entre los 51 destinos urbanos analizados. No obstante, este valor se mantiene por debajo de la media del conjunto de destinos urbanos españoles, situada en 101,7 euros.

En conjunto, los datos del Barómetro reflejan que Córdoba mantiene una evolución de la rentabilidad hotelera en línea con la media de los destinos urbanos españoles, si bien el nivel absoluto de ingresos por habitación disponible continúa situándose por debajo del promedio nacional.

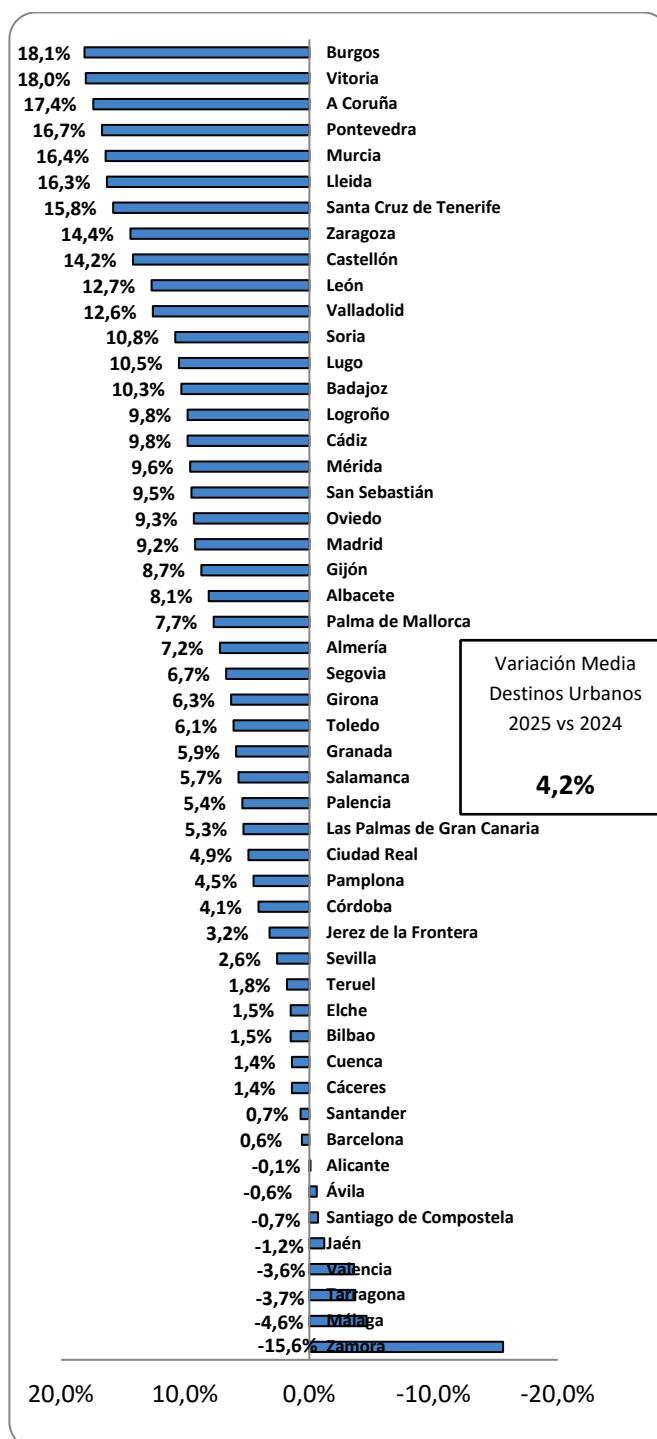
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos.  
Año 2025



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

En términos de evolución interanual, Córdoba ocupó el puesto 34 entre los 51 destinos urbanos analizados, con un incremento del RevPAR del 4,1%, una evolución muy similar a la media registrada por el conjunto de destinos urbanos españoles, que se situó en el 4,2%.

**Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2025 - 2024**



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

### **3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES**

El análisis de los mercados emisores constituye una herramienta fundamental para conocer el origen geográfico de la demanda turística y detectar posibles cambios en su composición. En este capítulo se examina la evolución de los principales mercados nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Córdoba, con el fin de identificar tendencias y aportar información de interés para la planificación y promoción turística del destino.

#### **3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES**

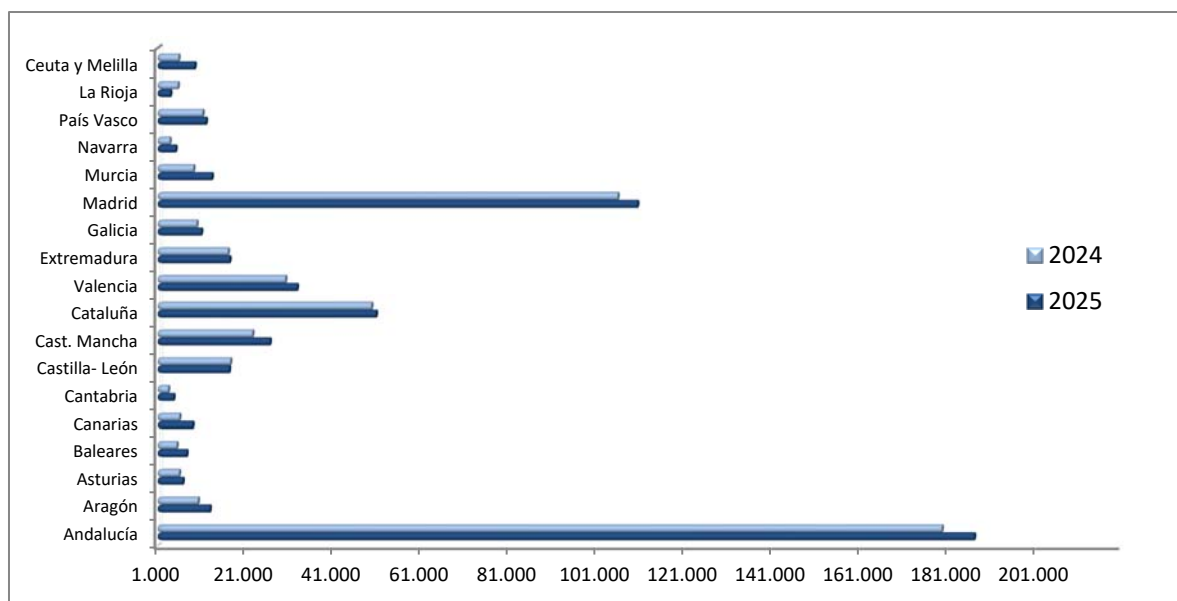
A continuación se analiza la distribución de los viajeros nacionales según su comunidad autónoma de residencia, con el objetivo de identificar los principales mercados emisores y su evolución durante 2025.

La estructura de los mercados emisores nacionales se mantiene prácticamente inalterada respecto al ejercicio anterior. Andalucía continúa siendo el principal mercado de origen de los viajeros que visitan Córdoba, con 186.634 visitantes, lo que concentra el 34,74% del total del turismo nacional. Le siguen la Comunidad de Madrid, con el 20,49%, Cataluña, con el 9,43%, y la Comunidad Valenciana, con el 6,09%, consolidándose como los cuatro principales mercados emisores hacia la ciudad.

Por detrás de este grupo se sitúan Castilla-La Mancha (4,94%), Extremadura (3,24%) y Castilla y León (3,22%), comunidades que mantienen una aportación significativa al conjunto de la demanda nacional.

En términos de evolución, la mayoría de las comunidades autónomas contabilizaron incrementos en el número de viajeros respecto a 2024. Los crecimientos relativos más elevados correspondieron a Ceuta y Melilla (+63,35%), Canarias (+49,92%), la Región de Murcia (+45,58%) y Baleares (+41,76%). No obstante, estos incrementos se producen sobre mercados de menor dimensión, mientras que el crecimiento global de la demanda nacional estuvo sustentado principalmente por la evolución positiva de los mercados con mayor peso, especialmente Andalucía, la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana y Cataluña.

Por el contrario, únicamente Castilla y León (-1,60%) y La Rioja (-30,40%) registraron descensos en el número de viajeros respecto al ejercicio anterior, si bien su incidencia sobre el conjunto de la demanda nacional resulta limitada debido a su menor volumen de visitantes.

**Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2025**


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

### 3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

El turismo internacional registró en 2025 un ligero descenso del 0,54% respecto al ejercicio anterior. A pesar de ello, los viajeros residentes en el extranjero continúan representando una parte muy significativa de la demanda turística de Córdoba, con un total de 464.184 viajeros, lo que supone el 46,36% del total de visitantes alojados en establecimientos hoteleros.

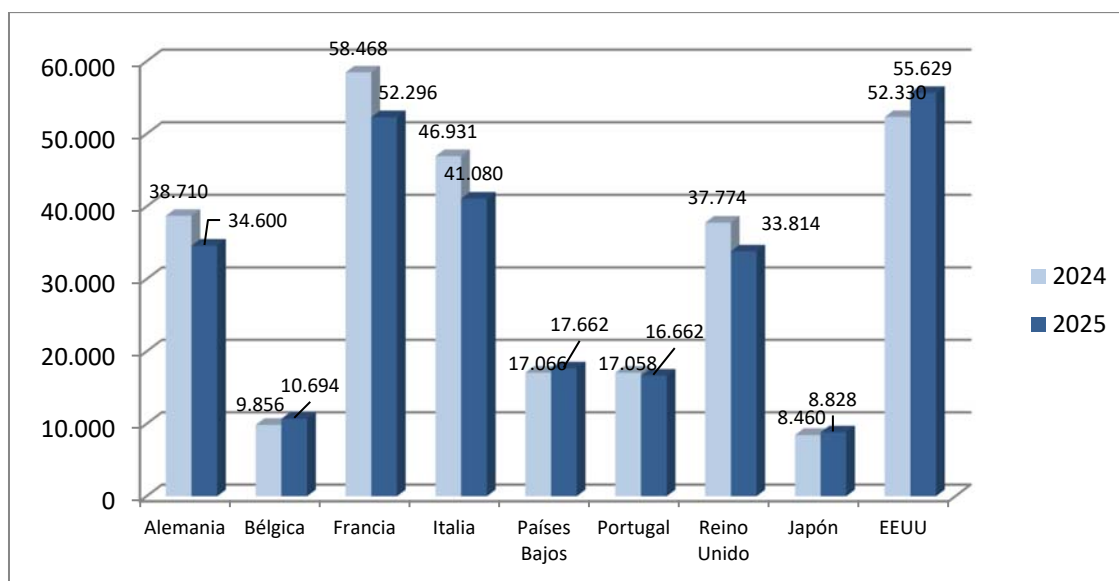
El análisis de los mercados emisores internacionales permite conocer la procedencia geográfica de estos visitantes e identificar los países que mayor volumen de viajeros aportan al destino, así como su comportamiento a lo largo del año.

Los países de la Unión Europea continúan constituyendo el principal mercado emisor internacional para Córdoba. Francia se mantiene como el primer mercado europeo, con una participación del 11,27% sobre el total de viajeros extranjeros, seguida de Italia (8,85%), Alemania (7,45%) y Portugal (3,59%). En conjunto, estos cuatro mercados concentran una parte muy significativa de la demanda internacional y consolidan a la Unión Europea como el principal ámbito geográfico de procedencia de los turistas internacionales que visitan Córdoba.

Entre los mercados extracomunitarios, Estados Unidos se consolida como el principal país emisor de turistas internacionales hacia Córdoba, con una cuota del 11,98% del total de viajeros extranjeros. Este mercado se sitúa, además, como el principal emisor internacional individual de la ciudad, por delante de Francia, que continúa liderando los mercados europeos.

Junto a Estados Unidos, destacan otros mercados de larga distancia como la República China, con 23.241 viajeros, así como Canadá, Brasil, México, Argentina y Japón. La relevancia de estos mercados evidencia la creciente diversificación geográfica de la demanda internacional de la ciudad y confirma la capacidad de Córdoba para atraer visitantes procedentes de ámbitos geográficos cada vez más variados.

**Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2025**



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

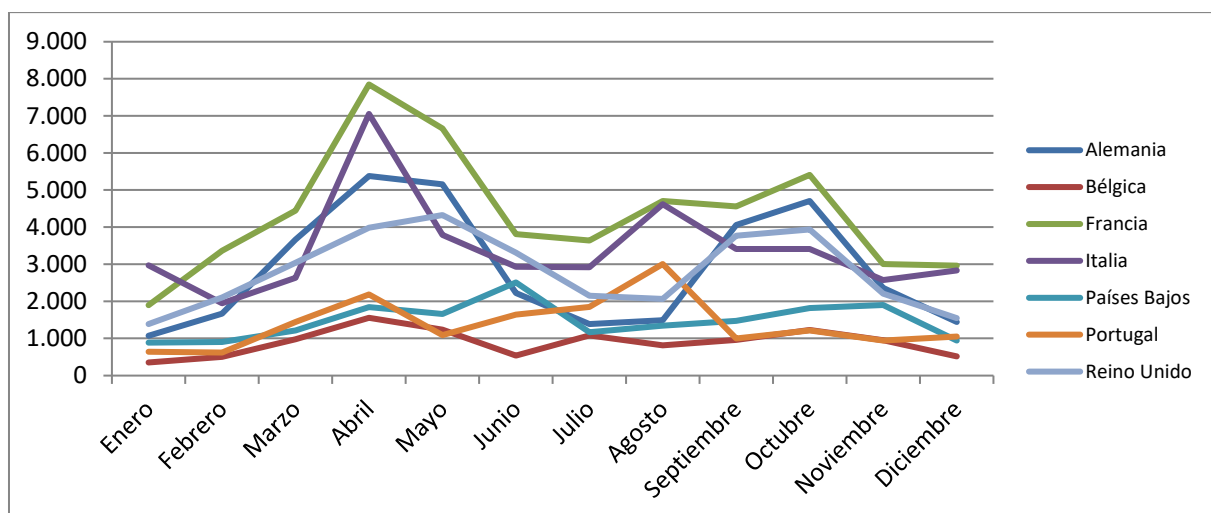
La distribución mensual de los principales mercados internacionales pone de manifiesto una marcada estacionalidad, con una mayor concentración de viajeros durante los meses de primavera y otoño, coincidiendo con los períodos de mayor atractivo para el turismo cultural y urbano de la ciudad.

Francia mantiene un comportamiento relativamente equilibrado a lo largo del año, aunque destaca especialmente la afluencia contabilizada en abril, mayo, agosto, septiembre y octubre. Por su parte, el mercado alemán presenta una estacionalidad más acusada, concentrando la mayor parte de sus viajeros en primavera y otoño, un patrón muy similar al observado en el mercado italiano.

El mercado británico también muestra una clara preferencia por los meses de primavera y otoño, alcanzando su máximo anual en mayo, con 4.328 viajeros. En cambio, los turistas procedentes de Países Bajos obtienen una distribución más uniforme a lo largo del año, si bien abril y mayo continúan siendo los meses de mayor afluencia, este año el más destacado es junio con 2.510 viajeros.

En el caso de Bélgica, las llegadas se intensifican durante los meses de abril, mayo, septiembre y noviembre, mientras que el mercado portugués combina una importante presencia durante la primavera y el otoño con un destacado incremento en agosto, lo que refleja un patrón de viaje asociado tanto a escapadas culturales como al período estival.

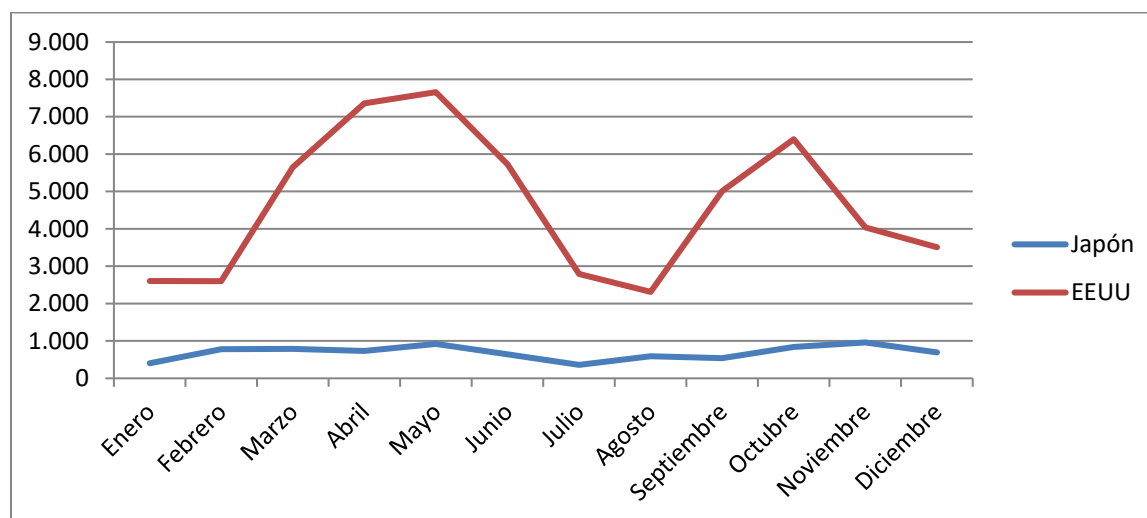
**Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2025**



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

El comportamiento estacional de los principales mercados extracomunitarios también presenta diferencias significativas. Japón muestra una distribución relativamente homogénea a lo largo del año, con un ligero incremento de viajeros durante los meses de mayo y noviembre. Por su parte, los visitantes procedentes de Estados Unidos concentran sus viajes principalmente en primavera y otoño, siguiendo un patrón muy similar al observado en la mayor parte de los mercados europeos.

**Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2025**



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 2025**

|              | Alemania      | Bélgica       | Francia       | Italia        | Países Bajos  | Portugal      | Reino Unido   | Japón        | EEUU          |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Enero        | 1.074         | 350           | 1.895         | 2.969         | 888           | 640           | 1.386         | 402          | 2.604         |
| Febrero      | 1.668         | 502           | 3.362         | 1.949         | 904           | 621           | 2.100         | 777          | 2.596         |
| Marzo        | 3.665         | 975           | 4.445         | 2.633         | 1.214         | 1.441         | 3.039         | 786          | 5.645         |
| Abril        | 5.380         | 1.558         | 7.849         | 7.052         | 1.844         | 2.182         | 3.982         | 730          | 7.357         |
| Mayo         | 5.153         | 1.234         | 6.659         | 3.789         | 1.659         | 1.086         | 4.328         | 918          | 7.658         |
| Junio        | 2.225         | 536           | 3.809         | 2.929         | 2.510         | 1.640         | 3.312         | 640          | 5.726         |
| Julio        | 1.384         | 1.079         | 3.639         | 2.917         | 1.166         | 1.848         | 2.149         | 359          | 2.789         |
| Agosto       | 1.488         | 811           | 4.706         | 4.620         | 1.343         | 3.006         | 2.064         | 589          | 2.311         |
| Septiembre   | 4.055         | 960           | 4.559         | 3.409         | 1.473         | 998           | 3.768         | 536          | 5.007         |
| Octubre      | 4.705         | 1.225         | 5.408         | 3.410         | 1.819         | 1.212         | 3.936         | 839          | 6.397         |
| Noviembre    | 2.362         | 948           | 3.005         | 2.573         | 1.899         | 940           | 2.206         | 960          | 4.035         |
| Diciembre    | 1.441         | 516           | 2.960         | 2.830         | 943           | 1.048         | 1.544         | 692          | 3.504         |
| <b>TOTAL</b> | <b>34.600</b> | <b>10.694</b> | <b>52.296</b> | <b>41.080</b> | <b>17.662</b> | <b>16.662</b> | <b>33.814</b> | <b>8.228</b> | <b>55.629</b> |

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 constituye uno de los principales motores de atracción turística de Córdoba, sustentado en la extraordinaria riqueza patrimonial de la ciudad y en una amplia oferta de monumentos y museos que conforman uno de sus principales recursos turísticos. Además de su relevancia económica, este tipo de turismo contribuye a la conservación, difusión y puesta en valor del patrimonio histórico y artístico.

Durante 2025, los principales centros de interés turístico de la ciudad registraron un total de 4.196.680 visitas, lo que supone un descenso del 5,59% respecto al ejercicio anterior, equivalente a 248.335 visitantes menos.

El análisis trimestral refleja una evolución desfavorable en los cuatro trimestres del año. A pesar de ello, el segundo trimestre volvió a concentrar el mayor volumen de visitas, con 1.325.786 entradas, seguido del cuarto trimestre, con 1.141.470, lo que confirma el importante peso de la primavera y el otoño dentro de la actividad turística de la ciudad.

Entre los monumentos, los únicos incrementos significativos correspondieron a los Baños del Alcázar Califal, con un crecimiento del 15,09%, y a la Torre de la Calahorra, que aumentó un 9,38% respecto al ejercicio anterior. Por el contrario, los principales recursos monumentales mostraron una evolución menos favorable, especialmente el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga. En este contexto, la Mezquita-Catedral volvió a desempeñar un papel determinante, al mantener prácticamente estable su volumen de visitas, con un ligero incremento del 0,22%, contribuyendo así a amortiguar el descenso global contabilizado en el conjunto de los monumentos.

En el ámbito museístico, únicamente el Real Jardín Botánico, el Museo Arqueológico y Etnológico y el Museo de Bellas Artes alcanzaron incrementos en el número de visitantes, mientras que el resto de los centros experimentó descensos respecto a 2024.

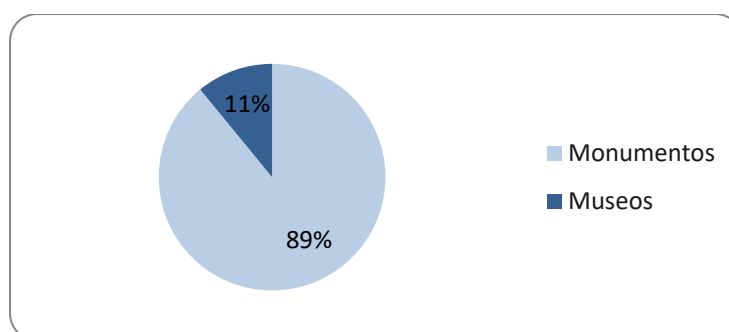
**Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba.**  
**Año 2025**

| VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO |                |                |                                   |                  |               |                       |                |                |                                 |                  |                |
|----------------------------------------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|------------------|---------------|-----------------------|----------------|----------------|---------------------------------|------------------|----------------|
| ALCAZAR DE LOS REYES CRISTIANOS                          |                |                | CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA |                  |               | SINAGOGA              |                |                | MEZQUITA - CATEDRAL             |                  |                |
|                                                          | VISITAS        | %var/24        |                                   | VISITAS          | %var/24       |                       | VISITAS        | %var/24        |                                 | VISITAS          | %var/24        |
| 1º TRIM                                                  | 156.377        | -8,67%         | 1º TRIM                           | 53.963           | -5,12%        | 1º TRIM               | 152.669        | 1,35%          | 1º TRIM                         | 477.506          | -0,53%         |
| 2º TRIM                                                  | 201.267        | -9,99%         | 2º TRIM                           | 67.444           | 6,59%         | 2º TRIM               | 128.102        | -31,47%        | 2º TRIM                         | 708.924          | 2,44%          |
| 3º TRIM                                                  | 48.192         | -62,81%        | 3º TRIM                           | 41.643           | 4,30%         | 3º TRIM               | 91.727         | -0,84%         | 3º TRIM                         | 420.218          | -4,45%         |
| 4º TRIM                                                  | 127.824        | -29,77%        | 4º TRIM                           | 65.886           | 3,35%         | 4º TRIM               | 128.829        | -18,24%        | 4º TRIM                         | 585.100          | 1,75%          |
| <b>TOTAL</b>                                             | <b>533.660</b> | <b>-24,45%</b> | <b>TOTAL</b>                      | <b>228.936</b>   | <b>2,28%</b>  | <b>TOTAL</b>          | <b>501.327</b> | <b>-14,69%</b> | <b>TOTAL</b>                    | <b>2.191.748</b> | <b>0,22%</b>   |
| TORRE DE LA CALAHORRA                                    |                |                | BANOS DEL ÁLCARZ CALIFAL          |                  |               | CAPILLA SAN BARTOLOMÉ |                |                | MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO |                  |                |
|                                                          | VISITAS        | %var/24        |                                   | VISITAS          | %var/24       |                       | VISITAS        | %var/24        |                                 | VISITAS          | %var/24        |
| 1º TRIM                                                  | 27.855         | 0,05%          | 1º TRIM                           | 32.210           | 13,82%        | 1º TRIM               | 7.056          | -16,44%        | 1º TRIM                         | 25.253           | -30,03%        |
| 2º TRIM                                                  | 32.014         | 9,31%          | 2º TRIM                           | 37.297           | 1,30%         | 2º TRIM               | 8.977          | -10,70%        | 2º TRIM                         | 27.620           | 19,27%         |
| 3º TRIM                                                  | 24.389         | 14,28%         | 3º TRIM                           | 26.506           | 25,25%        | 3º TRIM               | 4.144          | 8,57%          | 3º TRIM                         | 14.911           | 24,37%         |
| 4º TRIM                                                  | 33.946         | 14,69%         | 4º TRIM                           | 39.407           | 25,55%        | 4º TRIM               | 8.743          | -50,84%        | 4º TRIM                         | 42.703           | 70,37%         |
| <b>TOTAL</b>                                             | <b>118.204</b> | <b>9,38%</b>   | <b>TOTAL</b>                      | <b>135.420</b>   | <b>15,09%</b> | <b>TOTAL</b>          | <b>28.920</b>  | <b>-27,88%</b> | <b>TOTAL</b>                    | <b>110.487</b>   | <b>14,73%</b>  |
| MUSEO DE BELLAS ARTES                                    |                |                | REAL JARDÍN BOTÁNICO              |                  |               | PALACIO DE VIANA      |                |                | MUSEO SOLER ROMERO DE TORRES    |                  |                |
|                                                          | VISITAS        | %var/24        |                                   | VISITAS          | %var/24       |                       | VISITAS        | %var/24        |                                 | VISITAS          | %var/24        |
| 1º TRIM                                                  | 14.482         | 11,72%         | 1º TRIM                           | 3.610            | 11,66%        | 1º TRIM               | 33.441         | -17,42%        | 1º TRIM                         | 16.193           | 1,27%          |
| 2º TRIM                                                  | 25.930         | -2,61%         | 2º TRIM                           | 6.455            | 20,00%        | 2º TRIM               | 56.699         | -18,88%        | 2º TRIM                         | 16.301           | -16,30%        |
| 3º TRIM                                                  | 8.412          | 6,82%          | 3º TRIM                           | 6.856            | 38,84%        | 3º TRIM               | 22.388         | 0,19%          | 3º TRIM                         | 6.495            | 11,91%         |
| 4º TRIM                                                  | 14.401         | -8,33%         | 4º TRIM                           | 4.910            | 108,94%       | 4º TRIM               | 70.145         | -3,20%         | 4º TRIM                         | 13.493           | -24,64%        |
| <b>TOTAL</b>                                             | <b>63.225</b>  | <b>0,09%</b>   | <b>TOTAL</b>                      | <b>21.831</b>    | <b>37,30%</b> | <b>TOTAL</b>          | <b>182.673</b> | <b>-10,98%</b> | <b>TOTAL</b>                    | <b>52.482</b>    | <b>-11,31%</b> |
| MUSEO TAURINO                                            |                |                | TOTAL DE VISITANTES               |                  |               |                       |                |                |                                 |                  |                |
|                                                          | VISITAS        | %var/24        |                                   | VISITAS          | %var/24       |                       |                |                |                                 |                  |                |
| 1º TRIM                                                  | 8.050          | -7,77%         | 1º TRIM                           | 1.008.665        | -3,09%        |                       |                |                |                                 |                  |                |
| 2º TRIM                                                  | 8.756          | -19,99%        | 2º TRIM                           | 1.325.786        | -5,13%        |                       |                |                |                                 |                  |                |
| 3º TRIM                                                  | 4.878          | -32,65%        | 3º TRIM                           | 720.759          | -10,83%       |                       |                |                |                                 |                  |                |
| 4º TRIM                                                  | 6.083          | -21,53%        | 4º TRIM                           | 1.141.470        | -4,75%        |                       |                |                |                                 |                  |                |
| <b>TOTAL</b>                                             | <b>27.767</b>  | <b>-19,90%</b> | <b>TOTAL</b>                      | <b>4.196.680</b> | <b>-5,59%</b> |                       |                |                |                                 |                  |                |

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.

Por tipología de recurso, los monumentos continúan siendo el principal foco de atracción turística, al concentrar aproximadamente el 89% del total de las visitas contabilizadas, frente al 11% correspondiente a los museos. No obstante, ambos grupos experimentaron un descenso respecto a 2024, si bien este fue más acusado en los monumentos (-5,85%) que en los museos (-3,36%).

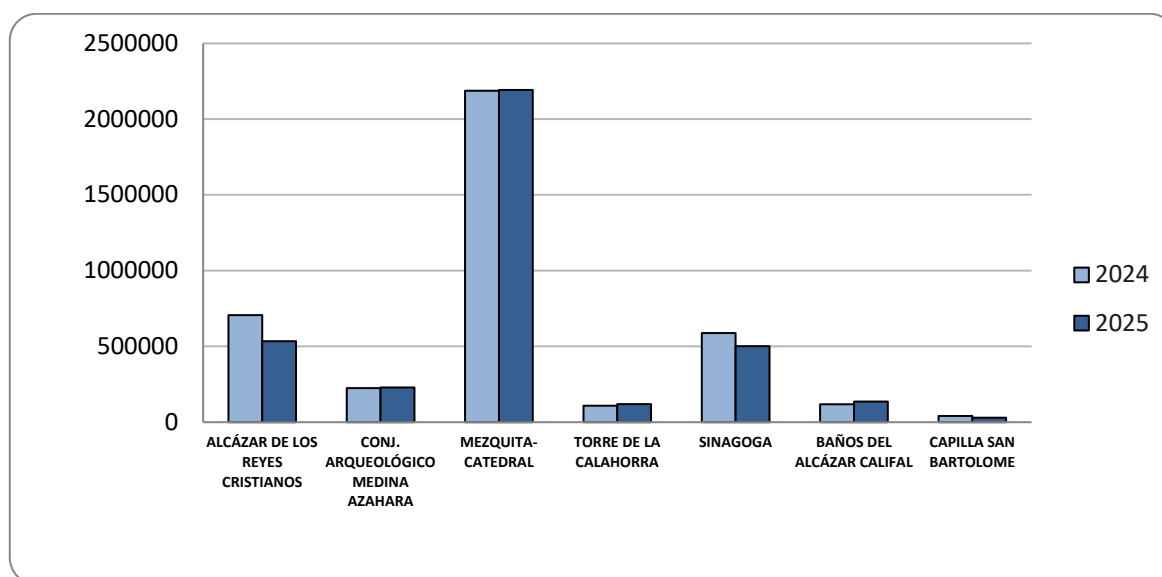
**Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2025**



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 de Córdoba destacan tres espacios que concentran la mayor parte de la demanda turística: la Mezquita-Catedral, con 2.191.748 visitantes; el Alcázar de los Reyes Cristianos, con 533.660; y la Sinagoga, con 501.327 visitas. La Mezquita-Catedral continúa consolidándose como el principal recurso turístico de la ciudad y constituye, con diferencia, el gran referente del turismo cultural cordobés, al concentrar más de la mitad de todas las visitas obtenidas en los principales museos y monumentos de la ciudad.

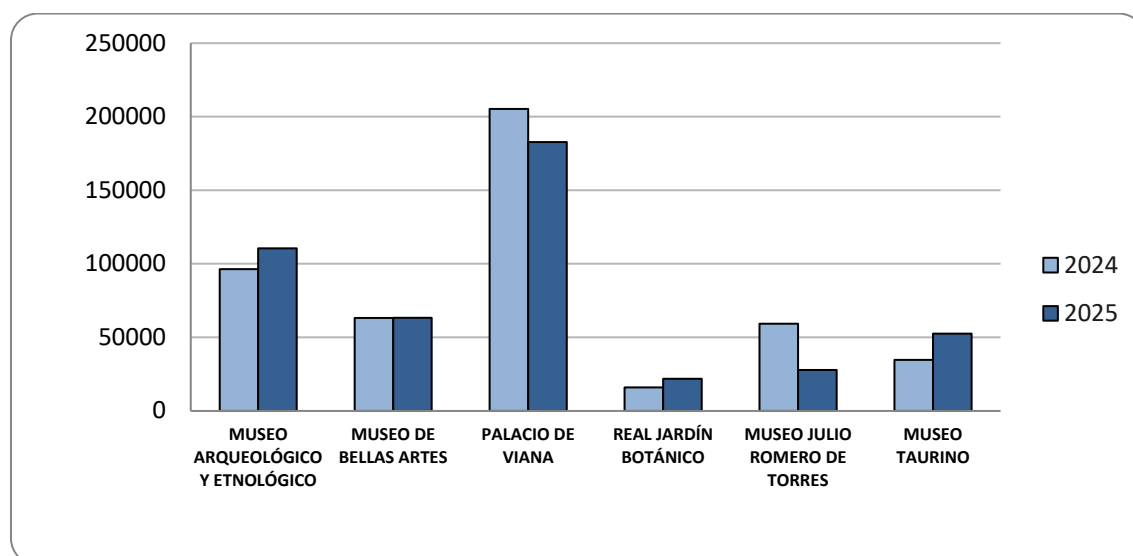
**Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2024-2025**



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.

En cuanto a la oferta museística, el Palacio de Viana continúa siendo el museo más visitado de Córdoba, con 182.673 entradas, aunque experimentó un descenso del 10,98% respecto a 2024. Le siguen el Museo Arqueológico y Etnológico, con 110.487 visitantes, y el Museo de Bellas Artes, que alcanzó las 63.225 visitas, ambos con una evolución positiva durante el último año.

**Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2024-2025**



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 2025, según la información facilitada por el Palacio de Congresos de Córdoba y el CEFC.

Así, tal y como sucediera en 2024, se ha de tener en cuenta que al no llevarse a cabo el registro de solicitud de material en la web del IMTUR, esto modifica sustancialmente el resultado obtenido con respecto a la serie histórica hasta entonces. De este modo, la interpretación de estos datos deben considerarse meramente orientativos.

En términos globales del ejercicio 2025, durante el periodo analizado, se registraron 85 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas.

Durante el año 2025, se registró una participación de 102.455 delegados.

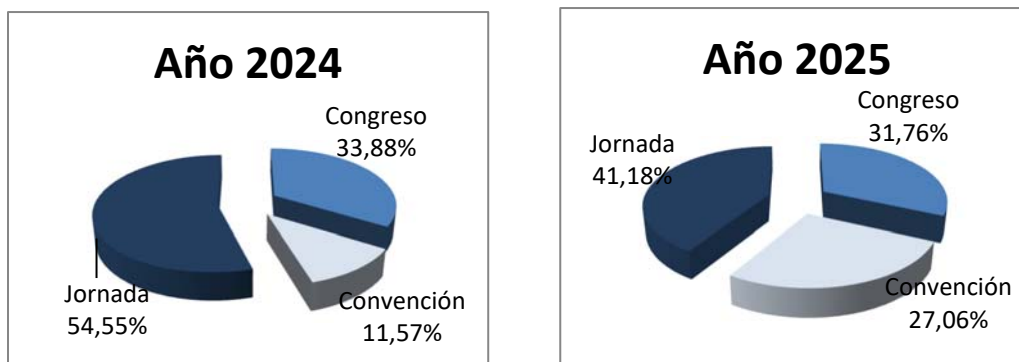
Del total de las reuniones, y tal y como se muestra en la siguiente tabla, se contabilizaron por categorías: 27 congresos, 14 convenciones, 9 ferias y 35 jornadas.

**Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2024-2025**

|            | Reuniones celebradas en Córdoba |            |         |
|------------|---------------------------------|------------|---------|
|            | Congreso                        | Convención | Jornada |
| 2024       | 41                              | 14         | 66      |
| 2025       | 27                              | 23         | 35      |
| Var. 25/24 | -34,15%                         | 64,29%     | -46,97% |

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

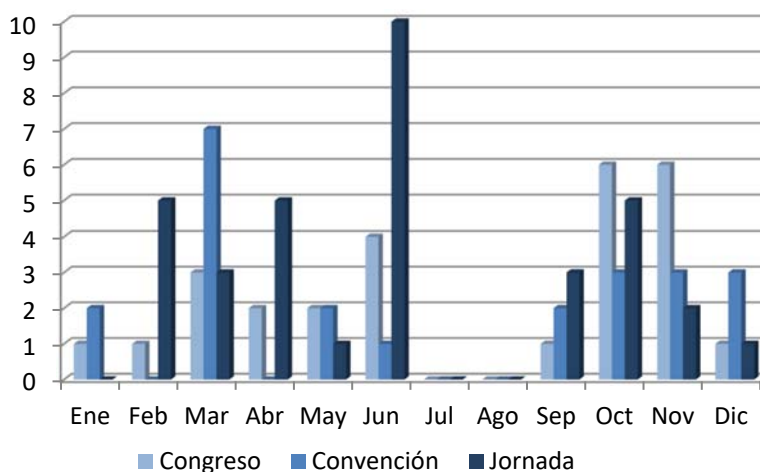
**Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2024-2025**



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

Los meses con mayor número de reuniones han sido marzo, 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 2025**



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

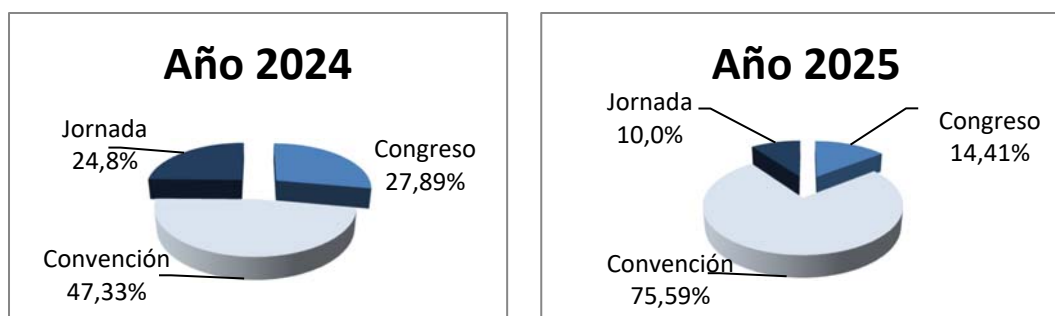
A continuación, se exponen tablas y gráficas relativas al número de delegados:

**Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2024-2025**

|            | Nº de delegados |            |         |
|------------|-----------------|------------|---------|
|            | Congreso        | Convención | Jornada |
| 2024       | 17.194          | 29.195     | 15.269  |
| 2025       | 14.760          | 77.435     | 10.260  |
| Var. 25/24 | -14,16%         | 165,23%    | -32,81% |

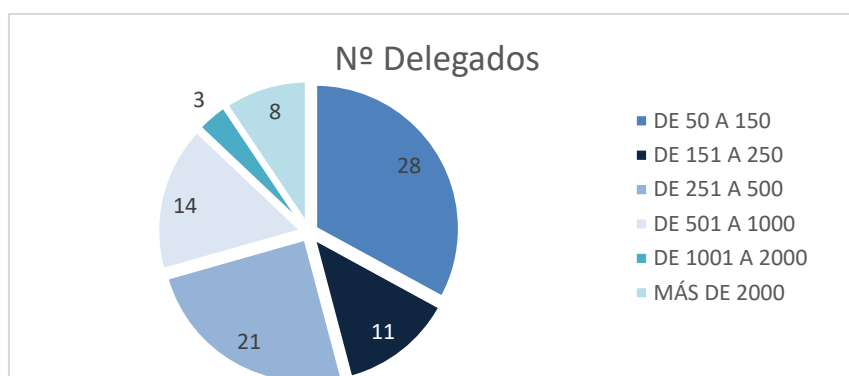
Fuente: Palacio de Congresos y CEFC. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

**Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2024-2025**



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

El gráfico situado a continuación, muestra el número medio de participantes en los eventos celebrados en Córdoba en 2025, siendo las reuniones más frecuentes las comprendidas en el rango de 50 a 150 delegados (28 reuniones). Este dato representa un 33% del total. Se observa un mantenimiento en el número de reuniones de 251 a 500, que representa un 25% del total (23% en el año 2023). Significativo es el hecho de que los eventos de más de 500 personas suponen un 29% del total.



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



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

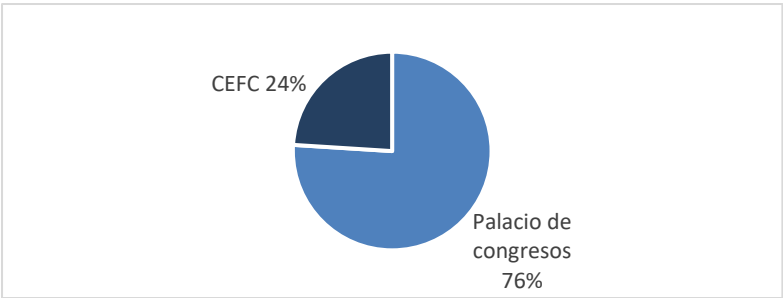
Se ha producido un notable incremento en el número de participantes. Este hecho está relacionado con la celebración en el CEFC de grandes ferias con más de 1.500 personas asistentes. Entre los congresos, hay varios de gran formato que superan el millar de personas.

| N.º de reuniones por tramos de participantes (comparativa 2019-2021-2022-2023-2024-2025) |      |      |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                          | 2019 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| DE 50 A 150                                                                              | 55   | 20   | 44   | 23   | 47   | 28   |
| DE 151 A 250                                                                             | 9    | 6    | 13   | 7    | 19   | 11   |
| DE 251 A 500                                                                             | 10   | 5    | 6    | 11   | 34   | 21   |
| DE 501 A 1000                                                                            | 3    | 0    | 1    | 5    | 10   | 14   |
| DE 1001 A 2000                                                                           | 0    | 0    | 0    | 2    | 5    | 3    |
| MÁS DE 2000                                                                              | 0    | 0    | 0    | 0    | 6    | 8    |
| TOTAL                                                                                    | 77   | 31   | 64   | 48   | 121  | 85   |

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

En cuanto a la sede, destaca el Palacio de Congresos (75%), que se consolida como el espacio de celebración preferido por los organizadores.

Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2025

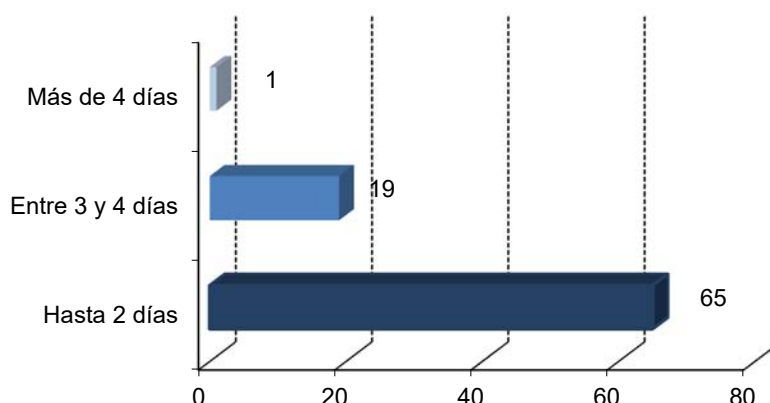


Fuente: Palacio de Congresos y CEFC. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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 1,84 días.

**Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2025**



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

En conclusión, en virtud de estos datos se estima un impacto directo de más de 70 millones de euros en la economía local (asistentes \* estancia media \* gasto medio). En cuanto al gasto medio de los viajeros de reuniones, en 2025, la cifra se sitúa en 388,50€ casi triplicando el gasto del viajero de ocio. Ello constata el fuerte impacto económico de la industria MICE en los destinos españoles (dato extraído del estudio estadístico del año 2025 elaborado por el Spain Convention Bureau).

## 5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

### 5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

A lo largo del año, los Boletines Trimestrales del Observatorio han incorporado la información procedente de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), elaborada por la Junta de Andalucía. Esta operación estadística constituye una fuente de referencia para analizar la evolución de la actividad turística y conocer las principales características de la demanda que visita la provincia de Córdoba.

Los resultados correspondientes a 2025 confirman la continuidad del modelo turístico de la provincia, claramente orientado hacia el turismo vacacional y cultural. El principal motivo del viaje continúa siendo el disfrute de vacaciones o actividades de ocio, opción señalada por el 88,68% de los visitantes. Además, esta motivación experimentó un incremento del 9,34% respecto al ejercicio anterior, reforzando aún más su peso dentro de la estructura de la demanda turística.

A considerable distancia se sitúan las visitas a familiares y amigos, que registran el 6,63% del total y reflejan un descenso interanual del 13,11%. Por su parte, los viajes motivados por otras razones alcanzan el 4,68% de los visitantes, experimentando igualmente una disminución del 34,39% respecto a 2024.

En cuanto a los desplazamientos motivados por razones profesionales, tales como viajes de negocios, asistencia a congresos, convenciones o ferias, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía no recoge datos para este ejercicio.

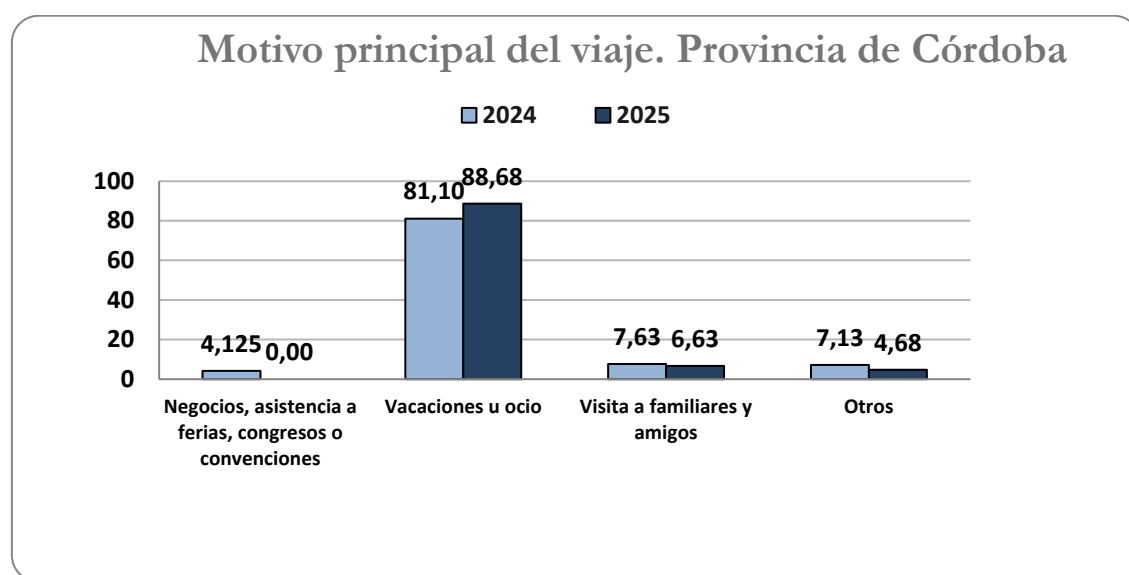
La clara predominancia de los viajes por vacaciones y ocio resulta coherente con el perfil eminentemente cultural del destino y con el elevado volumen de visitas registrado en los principales monumentos y recursos patrimoniales de la ciudad. Este comportamiento confirma que el patrimonio histórico y cultural continúa siendo el principal elemento de atracción turística de Córdoba y uno de los factores que mejor definen el posicionamiento del destino.

**Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2024-2025**

| Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba           |       |       |            |
|----------------------------------------------------------------|-------|-------|------------|
|                                                                | 2024  | 2025  | Var. 25/24 |
| <b>Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones</b> | 4,125 |       |            |
| <b>Vacaciones u ocio</b>                                       | 81,10 | 88,68 | 9,34%      |
| <b>Visita a familiares y amigos</b>                            | 7,63  | 6,63  | -13,11%    |
| <b>Otros</b>                                                   | 7,13  | 4,68  | -34,39%    |

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 2024-2025**



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 2025 se situó en 90,28 euros, lo que confirma un incremento del 7,25% respecto al ejercicio anterior. Esta evolución refleja una mejora en la capacidad de generación de gasto del destino y constituye un indicador positivo del impacto económico que la actividad turística tiene sobre el tejido empresarial vinculado al sector.

**Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2024-2025**

| Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba |       |       |            |
|------------------------------------------|-------|-------|------------|
|                                          | 2024  | 2025  | Var. 25/24 |
| Euros                                    | 84,18 | 90,28 | 7,25%      |

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 viajaron a la provincia de Córdoba durante 2025 alcanzó una valoración media de 9,08 puntos sobre 10, lo que supone un ligero descenso del 1,06% respecto al ejercicio anterior. A pesar de esta variación, el resultado continúa reflejando un elevado nivel de satisfacción entre quienes eligen Córdoba como destino turístico, consolidando la buena imagen y la calidad de la experiencia ofrecida.

No obstante, a diferencia de informes anteriores, en esta edición no es posible realizar un análisis detallado de los distintos parámetros que conforman este indicador. Según la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, desde el primer trimestre de 2024 esta variable se publica únicamente de forma agregada, sin el desglose por aspectos específicos que permitía analizar de manera individual factores como la atención recibida, la oferta cultural, la restauración, el alojamiento o la relación calidad-precio. Esta limitación metodológica impide mantener el nivel de detalle incorporado en ediciones anteriores del informe.

**Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2024-2025**

| Calificación del viaje. Provincia de Córdoba |      |      |            |
|----------------------------------------------|------|------|------------|
|                                              | 2024 | 2025 | Var. 25/24 |
| Índice sintético de percepción               | 9,18 | 9,08 | -1,09%     |

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 finalidad situar a Córdoba en el contexto de los principales destinos turísticos culturales de España mediante una comparativa con otras ciudades de características similares. Este análisis permite evaluar el posicionamiento de la ciudad en el ámbito nacional, identificar su evolución relativa y conocer su comportamiento frente a otros destinos de referencia.

Para ello, se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), utilizando una selección de indicadores representativos tanto de la oferta como de la demanda turística.

En relación con la demanda, se analizan el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, las pernoctaciones, la estancia media y el grado de ocupación por plazas. En cuanto a la oferta, el estudio incorpora el número de establecimientos hoteleros abiertos, las plazas disponibles y el personal empleado. Conviene señalar que estas cifras pueden mostrar ligeras diferencias respecto a las publicadas por la Delegación Territorial de Turismo de la Junta de Andalucía, debido a las distintas metodologías empleadas por ambos organismos.

El periodo de análisis comprende los últimos cinco años, lo que permite valorar la evolución reciente de Córdoba y compararla con la experimentada por otros destinos turísticos de referencia. Los resultados se muestran mediante rankings, facilitando la interpretación de la posición que ocupa la ciudad en cada uno de los indicadores analizados.

En 2025, Córdoba se mantiene en la décima posición del ranking de viajeros alojados en establecimientos hoteleros entre las 17 ciudades españolas incluidas en el estudio, conservando el mismo puesto que en los últimos años.

La permanencia de Córdoba en esta posición pone de manifiesto la estabilidad de la ciudad dentro del grupo de los principales destinos culturales españoles. Este resultado refleja la consolidación del destino en un contexto de creciente competencia entre ciudades patrimoniales, situándose por delante de varios destinos turísticos de reconocido prestigio.

Madrid y Barcelona continúan liderando la clasificación, mientras que Valladolid y Ávila obtienen el menor volumen de viajeros.

En términos interanuales, Córdoba incrementó el número de viajeros alojados en un 3,10%, consolidando una evolución positiva que le permite mantenerse por delante de otros destinos patrimoniales de gran relevancia, como Salamanca, Santiago de Compostela o Toledo.

El comportamiento general de los destinos analizados fue igualmente favorable. Con la excepción de Zaragoza, Santiago de Compostela y Ávila, todas las ciudades registraron incrementos en el número de viajeros alojados. Entre ellas, Málaga destacó por contabilizar el mayor crecimiento interanual, con un aumento del 13,12%.

**Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2021-2025**

|    |               | 2021      | 2022      | 2023      | 2024       | 2025       | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1  | MADRID        | 4.636.614 | 8.592.547 | 9.900.896 | 10.380.821 | 10.398.679 | 0,17%      | 5,03%      | 124,27%    |
| 2  | BARCELONA     | 3.238.273 | 7.381.619 | 8.239.483 | 8.404.361  | 8.981.921  | 6,87%      | 9,01%      | 177,37%    |
| 3  | SEVILLA       | 1.457.860 | 2.650.478 | 3.023.116 | 3.127.519  | 3.129.493  | 0,06%      | 3,52%      | 114,66%    |
| 4  | VALENCIA      | 1.150.577 | 1.946.613 | 2.068.864 | 2.059.654  | 2.129.086  | 3,37%      | 2,91%      | 85,05%     |
| 5  | GRANADA       | 868.637   | 1.563.691 | 1.738.659 | 1.822.280  | 1.876.110  | 2,95%      | 7,91%      | 115,98%    |
| 6  | MÁLAGA        | 817.700   | 1.305.847 | 1.524.294 | 1.616.362  | 1.828.430  | 13,12%     | 19,95%     | 123,61%    |
| 7  | ZARAGOZA      | 668.965   | 1.006.297 | 1.137.156 | 1.234.926  | 1.211.273  | -1,92%     | 6,52%      | 81,07%     |
| 8  | BILBAO        | 619.746   | 1.023.870 | 1.117.884 | 1.133.240  | 1.201.783  | 6,05%      | 7,51%      | 93,92%     |
| 9  | SAN SEBASTIAN | 507.172   | 780.701   | 919.477   | 1.005.683  | 1.049.216  | 4,33%      | 14,11%     | 106,88%    |
| 10 | CÓRDOBA       | 495.367   | 833.659   | 929.780   | 971.199    | 1.001.282  | 3,10%      | 7,69%      | 102,13%    |
| 11 | SANTIAGO C.   | 489.972   | 855.084   | 926.153   | 940.481    | 918.885    | -2,30%     | -0,78%     | 87,54%     |
| 12 | SALAMANCA     | 405.723   | 654.220   | 701.421   | 698.372    | 735.004    | 5,25%      | 4,79%      | 81,16%     |
| 13 | TOLEDO        | 344.497   | 541.810   | 593.970   | 621.612    | 625.785    | 0,67%      | 5,36%      | 81,65%     |
| 14 | MURCIA        | 317.319   | 471.533   | 517.486   | 535.516    | 582.207    | 8,72%      | 12,51%     | 83,48%     |
| 15 | BURGOS        | 288.687   | 476.534   | 488.802   | 512.514    | 533.971    | 4,19%      | 9,24%      | 84,97%     |
| 16 | VALLADOLID    | 293.305   | 409.854   | 422.593   | 399.567    | 407.635    | 2,02%      | -3,54%     | 38,98%     |
| 17 | ÁVILA         | 166.046   | 249.062   | 298.503   | 309.977    | 307.175    | -0,90%     | 2,91%      | 84,99%     |

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

En lo que respecta al número de pernoctaciones, Córdoba conserva la décima posición respecto al conjunto de ciudades analizadas, con un total de 1.705.080 pernoctaciones, manteniendo el mismo puesto que en el ejercicio anterior.

Esta estabilidad confirma la consolidación de Córdoba dentro del grupo de los principales destinos turísticos culturales del país. Además, el incremento alcanzado en el número de pernoctaciones pone de manifiesto la capacidad del destino para seguir aumentando el volumen de estancias y reforzar su competitividad frente a otras ciudades patrimoniales de referencia.

Barcelona y Madrid continúan encabezando el ranking, superando ampliamente los 20 millones de pernoctaciones cada una, mientras que Valladolid y Ávila vuelven a situarse en las últimas posiciones de la clasificación.

En cuanto a la evolución interanual, Murcia obtiene el mayor crecimiento, con un incremento del 12,18% respecto a 2024, seguida de Málaga, que aumenta un 7,78%. En el extremo opuesto, Valladolid experimenta el descenso más acusado, con una reducción del 4,41%.

**Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2021-2025**

|    |                        | 2021      | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1  | BARCELONA              | 8.153.624 | 19.733.712 | 21.671.011 | 21.717.914 | 21.684.194 | -0,16%     | 0,06%      | 165,95%    |
| 2  | MADRID                 | 9.645.158 | 17.932.162 | 20.027.157 | 20.903.521 | 21.428.928 | 2,51%      | 7,00%      | 122,17%    |
| 3  | SEVILLA                | 2.829.748 | 5.414.268  | 6.183.409  | 6.536.561  | 6.619.357  | 1,27%      | 7,05%      | 133,92%    |
| 4  | VALENCIA               | 2.609.349 | 4.438.773  | 4.698.047  | 4.995.377  | 4.933.429  | -1,24%     | 5,01%      | 89,07%     |
| 5  | MÁLAGA                 | 1.786.668 | 2.877.592  | 3.315.398  | 3.465.249  | 3.734.958  | 7,78%      | 12,65%     | 109,05%    |
| 6  | GRANADA                | 1.678.381 | 2.949.043  | 3.140.310  | 3.307.199  | 3.433.732  | 3,83%      | 9,34%      | 104,59%    |
| 7  | BILBAO                 | 1.159.422 | 1.945.662  | 2.202.379  | 2.208.077  | 2.365.863  | 7,15%      | 7,42%      | 104,06%    |
| 8  | SAN SEBASTIÁN          | 1.001.871 | 1.667.181  | 1.859.981  | 2.041.460  | 2.194.508  | 7,50%      | 17,99%     | 119,04%    |
| 9  | ZARAGOZA               | 1.174.524 | 1.798.525  | 1.956.633  | 2.057.412  | 2.031.719  | -1,25%     | 3,84%      | 72,98%     |
| 10 | CÓRDOBA                | 846.124   | 1.412.214  | 1.561.105  | 1.675.330  | 1.705.080  | 1,78%      | 9,22%      | 101,52%    |
| 11 | SANTIAGO DE COMPOSTELA | 917.700   | 1.510.915  | 1.590.415  | 1.589.301  | 1.528.930  | -3,80%     | -3,87%     | 66,60%     |
| 12 | SALAMANCA              | 663.085   | 1.073.265  | 1.184.866  | 1.155.315  | 1.172.716  | 1,51%      | -1,03%     | 76,86%     |
| 13 | TOLEDO                 | 535.664   | 884.486    | 959.963    | 978.219    | 987.981    | 1,00%      | 2,92%      | 84,44%     |
| 14 | MURCIA                 | 504.313   | 777.084    | 841.497    | 857.323    | 961.746    | 12,18%     | 14,29%     | 90,70%     |
| 15 | BURGOS                 | 446.053   | 750.955    | 755.843    | 779.702    | 797.837    | 2,33%      | 5,56%      | 78,87%     |
| 16 | VALLADOLID             | 492.390   | 690.447    | 733.416    | 758.626    | 725.144    | -4,41%     | -1,13%     | 47,27%     |
| 17 | ÁVILA                  | 266.082   | 389.251    | 456.439    | 470.319    | 457.059    | -2,82%     | 0,14%      | 71,77%     |

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

En lo que respecta al grado de ocupación por plazas, Córdoba reafirma su novena posición dentro del ranking de destinos analizados, conservando el mismo puesto que el ejercicio anterior. La tasa de ocupación hotelera se situó en el 61,88%, lo que supone un incremento del 2,65% respecto a 2024.

Este resultado refleja una evolución positiva en el nivel de utilización de la capacidad alojativa de la ciudad y pone de manifiesto la solidez de Córdoba como uno de los destinos urbanos con mejores niveles de ocupación hotelera.

Málaga vuelve a encabezar la clasificación, con un grado de ocupación del 67,44%, situándose como la ciudad con mayor aprovechamiento de su capacidad hotelera.

Si se analiza la evolución respecto a 2024, Burgos contabiliza el mayor incremento en el grado de ocupación, con un crecimiento del 6,35%, seguida de Murcia (6,30%) y San Sebastián (3,88%). Por el contrario, Toledo evidencia el descenso más acusado, con una reducción del 5,61%, seguida de Ávila, que registra una caída del 3,66%.

**Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2021-2025**

|    |               | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|------------|------------|
| 1  | MÁLAGA        | 43,47 | 62,22 | 66,79 | 68,72 | 67,44 | -1,86%     | 0,97%      | 55,14%     |
| 2  | BARCELONA     | 36,80 | 64,63 | 68,68 | 67,71 | 67,12 | -0,87%     | -2,27%     | 82,39%     |
| 3  | SEVILLA       | 40,25 | 61,39 | 65,86 | 67,63 | 66,93 | -1,04%     | 1,62%      | 66,29%     |
| 4  | SAN SEBASTIAN | 41,81 | 60,21 | 63,75 | 64,37 | 66,87 | 3,88%      | 4,89%      | 59,94%     |
| 5  | VALENCIA      | 44,10 | 63,60 | 66,64 | 66,29 | 64,54 | -2,64%     | -3,15%     | 46,35%     |
| 6  | BILBAO        | 36,58 | 55,25 | 60,64 | 61,04 | 62,49 | 2,38%      | 3,05%      | 70,83%     |
| 7  | GRANADA       | 41,33 | 58,38 | 61,15 | 61,00 | 62,22 | 2,00%      | 1,75%      | 50,54%     |
| 8  | MADRID        | 36,02 | 55,42 | 59,86 | 60,92 | 62,20 | 2,10%      | 3,91%      | 72,68%     |
| 9  | CÓRDOBA       | 36,56 | 52,52 | 56,41 | 60,28 | 61,88 | 2,65%      | 9,70%      | 69,26%     |
| 10 | BURGOS        | 38,86 | 52,58 | 52,53 | 53,21 | 56,59 | 6,35%      | 7,73%      | 45,63%     |
| 11 | SANTIAGO C.   | 35,61 | 53,23 | 55,34 | 56,98 | 56,28 | -1,23%     | 1,70%      | 58,05%     |
| 12 | ZARAGOZA      | 36,84 | 49,95 | 52,17 | 54,41 | 55,10 | 1,27%      | 5,62%      | 49,57%     |
| 13 | TOLEDO        | 38,69 | 53,97 | 57,55 | 57,35 | 54,13 | -5,61%     | -5,94%     | 39,91%     |
| 14 | VALLADOLID    | 37,19 | 49,69 | 52,93 | 52,22 | 53,77 | 2,97%      | 1,59%      | 44,58%     |
| 15 | MURCIA        | 35,07 | 46,87 | 49,34 | 50,32 | 53,49 | 6,30%      | 8,41%      | 52,52%     |
| 16 | SALAMANCA     | 37,65 | 48,75 | 54,12 | 53,53 | 53,44 | -0,17%     | -1,26%     | 41,94%     |
| 17 | ÁVILA         | 19,32 | 37,78 | 43,28 | 45,03 | 43,38 | -3,66%     | 0,23%      | 124,53%    |

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 novena posición del ranking, mejorando un puesto respecto al ejercicio anterior. Durante 2025, los viajeros alojados en establecimientos hoteleros permanecieron en la ciudad una media de 1,70 noches.

Este avance en la clasificación pone de manifiesto el buen comportamiento relativo de Córdoba frente al resto de destinos analizados, a pesar del ligero descenso obtenido en este indicador.

Barcelona vuelve a ocupar la primera posición, con una estancia media de 2,41 noches, seguida de Valencia, Sevilla, Madrid, San Sebastián y Málaga, todas ellas con valores superiores a las dos noches.

Atendiendo a la evolución anual, los mayores incrementos corresponden a Murcia (3,12%), Zaragoza (3,07%), San Sebastián (3,00%) y Madrid (2,49%).

En Córdoba, la estancia media experimentó un ligero descenso del 1,16% respecto a 2024. No obstante, esta reducción fue inferior a la registrada por otros destinos, circunstancia que le permitió ganar una posición en el ranking. Las caídas más acusadas se produjeron en Santiago de Compostela (6,98%), Barcelona (6,59%) y Valladolid (5,79%).

**Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2021-2025**

|    |               | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|------|------|------|------|------|------------|------------|------------|
| 1  | BARCELONA     | 2,34 | 2,65 | 2,63 | 2,58 | 2,41 | -6,59%     | -8,37%     | 2,99%      |
| 2  | VALENCIA      | 2,11 | 2,26 | 2,26 | 2,41 | 2,31 | -4,15%     | 2,21%      | 9,48%      |
| 3  | SEVILLA       | 1,85 | 2,04 | 2,04 | 2,09 | 2,11 | 0,96%      | 3,43%      | 14,05%     |
| 4  | MADRID        | 2,06 | 2,09 | 2,02 | 2,01 | 2,06 | 2,49%      | 1,98%      | 0,00%      |
| 4  | SAN SEBASTIAN | 1,87 | 2,09 | 1,99 | 2,00 | 2,06 | 3,00%      | 3,52%      | 10,16%     |
| 5  | MÁLAGA        | 2,03 | 2,19 | 2,18 | 2,15 | 2,04 | -5,12%     | -6,42%     | 0,49%      |
| 6  | BILBAO        | 1,80 | 1,88 | 1,95 | 1,93 | 1,95 | 1,04%      | 0,00%      | 8,33%      |
| 7  | GRANADA       | 1,85 | 1,88 | 1,81 | 1,82 | 1,83 | 0,55%      | 1,10%      | -1,08%     |
| 8  | VALLADOLID    | 1,72 | 1,69 | 1,74 | 1,90 | 1,79 | -5,79%     | 2,87%      | 4,07%      |
| 9  | CÓRDOBA       | 1,66 | 1,69 | 1,68 | 1,72 | 1,7  | -1,16%     | 1,19%      | 2,41%      |
| 10 | ZARAGOZA      | 1,78 | 1,78 | 1,72 | 1,63 | 1,68 | 3,07%      | -2,33%     | -5,62%     |
| 11 | MURCIA        | 1,57 | 1,65 | 1,63 | 1,60 | 1,65 | 3,12%      | 1,23%      | 5,10%      |
| 12 | SALAMANCA     | 1,74 | 1,66 | 1,72 | 1,68 | 1,61 | -4,17%     | -6,40%     | -7,47%     |
| 13 | SANTIAGO C.   | 2,08 | 1,78 | 1,74 | 1,72 | 1,60 | -6,98%     | -8,05%     | -23,08%    |
| 14 | TOLEDO        | 1,55 | 1,63 | 1,62 | 1,58 | 1,57 | -0,63%     | -3,09%     | 1,29%      |
| 15 | BURGOS        | 1,59 | 1,60 | 1,57 | 1,54 | 1,50 | -2,60%     | -4,46%     | -5,66%     |
| 16 | ÁVILA         | 1,66 | 1,57 | 1,53 | 1,52 | 1,49 | -1,97%     | -2,61%     | -10,24%    |

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

La segunda parte de este análisis comparativo se centra en la oferta hotelera de Córdoba. Con el fin de completar la comparación con el resto de destinos turísticos seleccionados, se examinan tres variables representativas de la capacidad del sector: el personal empleado, el número de establecimientos hoteleros abiertos y las plazas ofertadas.

El primero de estos aspectos es el personal empleado en los establecimientos hoteleros, una variable que permite valorar la dimensión y capacidad operativa de la oferta turística. Este dato incluye tanto al personal remunerado como a los trabajadores no remunerados que, aun desarrollando su actividad fuera de los establecimientos, participan en la producción de bienes y servicios vinculados a los mismos.

En 2025, Córdoba mantiene por sexto año consecutivo la décima posición de la clasificación, con un total de 1.005 personas empleadas en el sector hotelero.

La evolución respecto al ejercicio anterior ha sido positiva, con un incremento del 5,57% en el personal empleado. Este comportamiento se enmarca en una tendencia de crecimiento prácticamente generalizada, ya que todas las ciudades analizadas, con la única excepción de Valladolid, presentan aumentos en este indicador.

San Sebastián alcanza el mayor crecimiento interanual, con un incremento del 13,72%, seguida del resto de destinos con variaciones positivas. En el lado contrario de la clasificación, Valladolid es la única ciudad que reduce el empleo hotelero, con un descenso del 2,79%, mientras que Murcia obtiene el crecimiento más moderado, con un 0,44%.

**Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2021-2025**

|    |               | 2021  | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|-------|--------|--------|--------|--------|------------|------------|------------|
| 1  | BARCELONA     | 6.323 | 12.580 | 14.118 | 15.079 | 15.786 | 4,69%      | 11,81%     | 149,66%    |
| 2  | MADRID        | 6.845 | 11.364 | 12.576 | 13.288 | 14.348 | 7,98%      | 14,09%     | 109,61%    |
| 3  | SEVILLA       | 1.883 | 3.264  | 3.846  | 4.070  | 4.187  | 2,87%      | 8,87%      | 122,36%    |
| 4  | VALENCIA      | 1.623 | 2.483  | 2.796  | 3.045  | 3.212  | 5,48%      | 14,88%     | 97,91%     |
| 5  | MÁLAGA        | 1.240 | 1.858  | 2.161  | 2.161  | 2.305  | 6,66%      | 6,66%      | 85,89%     |
| 6  | GRANADA       | 860   | 1.563  | 1.682  | 1.878  | 2.048  | 9,05%      | 21,76%     | 138,14%    |
| 7  | SAN SEBASTIAN | 760   | 1.064  | 1.119  | 1.283  | 1.459  | 13,72%     | 30,38%     | 91,97%     |
| 8  | BILBAO        | 763   | 1.047  | 1.187  | 1.288  | 1.396  | 8,39%      | 17,61%     | 82,96%     |
| 9  | SANTIAGO C.   | 664   | 932    | 983    | 1.003  | 1.029  | 2,59%      | 4,68%      | 54,97%     |
| 10 | CÓRDOBA       | 571   | 837    | 887    | 952    | 1.005  | 5,57%      | 13,30%     | 76,01%     |
| 11 | ZARAGOZA      | 546   | 742    | 831    | 850    | 904    | 6,35%      | 8,78%      | 65,57%     |
| 12 | TOLEDO        | 313   | 502    | 567    | 717    | 731    | 1,95%      | 28,92%     | 133,55%    |
| 13 | SALAMANCA     | 411   | 616    | 651    | 641    | 655    | 2,18%      | 0,61%      | 59,37%     |
| 14 | BURGOS        | 253   | 390    | 429    | 493    | 514    | 4,26%      | 19,81%     | 103,16%    |
| 15 | VALLADOLID    | 337   | 456    | 488    | 502    | 488    | -2,79%     | 0,00%      | 44,81%     |
| 16 | MURCIA        | 371   | 443    | 472    | 458    | 460    | 0,44%      | -2,54%     | 23,99%     |
| 17 | ÁVILA         | 202   | 293    | 334    | 360    | 368    | 2,22%      | 10,18%     | 82,18%     |

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

El Instituto Nacional de Estadística (INE) estima que durante 2025 permanecieron abiertos en Córdoba una media de 79 establecimientos hoteleros. Conviene recordar que esta cifra responde a la metodología empleada en la Encuesta de Ocupación Hotelera y, por tanto, puede diferir de la publicada por la Junta de Andalucía, utilizada en los capítulos anteriores de este informe.

De acuerdo con esta estimación, Córdoba ocupa la duodécima posición en la clasificación de ciudades según el número medio de establecimientos hoteleros abiertos, descendiendo dos puestos respecto al ejercicio anterior. Asimismo, este indicador refleja una variación interanual del -11,24%.

Madrid y Barcelona vuelven a ocupar las primeras posiciones del ranking, concentrando conjuntamente más de 1.500 establecimientos hoteleros abiertos.

Atendiendo a la evolución registrada durante el último año, Bilbao evidencia el mayor incremento, con un crecimiento del 9,09%, seguida de Sevilla (8,06%) y Málaga (5,59%). Córdoba, por su parte, contabiliza el descenso más acusado (-11,24%), seguida de Burgos (-7,69%).

**Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2021-2025**

|    |               | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|------|------|------|------|------|------------|------------|------------|
| 1  | MADRID        | 591  | 752  | 848  | 899  | 831  | -7,56%     | -2,00%     | 40,61%     |
| 2  | BARCELONA     | 388  | 624  | 656  | 671  | 672  | 0,15%      | 2,44%      | 73,20%     |
| 3  | SEVILLA       | 148  | 223  | 238  | 248  | 268  | 8,06%      | 12,61%     | 81,08%     |
| 4  | VALENCIA      | 144  | 176  | 183  | 199  | 201  | 1,01%      | 9,84%      | 39,58%     |
| 5  | SAN SEBASTIÁN | 100  | 152  | 153  | 160  | 157  | -1,88%     | 2,61%      | 57,00%     |
| 6  | MÁLAGA        | 97   | 117  | 140  | 143  | 151  | 5,59%      | 7,86%      | 55,67%     |
| 7  | GRANADA       | 105  | 138  | 152  | 154  | 143  | -7,14%     | -5,92%     | 36,19%     |
| 8  | SANTIAGO C.   | 124  | 151  | 148  | 144  | 135  | -6,25%     | -8,78%     | 8,87%      |
| 9  | BILBAO        | 77   | 85   | 88   | 88   | 96   | 9,09%      | 9,09%      | 24,68%     |
| 10 | SALAMANCA     | 68   | 89   | 88   | 86   | 90   | 4,65%      | 2,27%      | 32,35%     |
| 11 | ZARAGOZA      | 77   | 80   | 85   | 83   | 80   | -3,61%     | -5,88%     | 3,90%      |
| 12 | CÓRDOBA       | 65   | 86   | 89   | 89   | 79   | -11,24%    | -11,24%    | 21,54%     |
| 13 | TOLEDO        | 43   | 61   | 58   | 63   | 66   | 4,76%      | 13,79%     | 53,49%     |
| 14 | BURGOS        | 37   | 58   | 62   | 65   | 60   | -7,69%     | -3,23%     | 62,16%     |
| 15 | ÁVILA         | 32   | 41   | 41   | 40   | 40   | 0,00%      | -2,44%     | 25,00%     |
| 16 | VALLADOLID    | 32   | 37   | 36   | 37   | 35   | -5,41%     | -2,78%     | 9,38%      |
| 16 | MURCIA        | 27   | 31   | 33   | 34   | 35   | 2,94%      | 6,06%      | 29,63%     |

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

El último indicador objeto de análisis es el número de plazas hoteleras ofertadas. En 2025, Córdoba conserva la décima posición de la clasificación, con un total de 7.474 plazas, lo que supone un ligero descenso del 0,17% respecto al ejercicio anterior.

A pesar de esta leve variación, la ciudad mantiene una oferta alojativa estable, consolidando su capacidad para atender la demanda turística y conservando su posición relativa dentro del conjunto de destinos analizados.

Madrid y Barcelona vuelven a situarse al frente de la clasificación por número de plazas hoteleras, mientras que Valladolid y Ávila registran la menor capacidad alojativa.

Si se analiza la evolución respecto a 2024, Málaga obtiene el mayor incremento de plazas hoteleras, con un crecimiento del 9,34%, seguida de Toledo (6,95%) y Murcia (5,80%). Por su parte, Valladolid confirma el descenso más acusado (6,57%), seguida de Burgos (3,44%) y Zaragoza (2,50%).

**Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2021-2025**

|    |               | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   | Var. 25/24 | Var. 25/23 | Var. 25/21 |
|----|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|------------|------------|
| 1  | MADRID        | 68.111 | 87.822 | 90.563 | 92.585 | 93.121 | 0,58%      | 2,82%      | 36,72%     |
| 2  | BARCELONA     | 52.545 | 82.124 | 85.211 | 86.388 | 87.321 | 1,08%      | 2,48%      | 66,18%     |
| 3  | SEVILLA       | 17.501 | 23.839 | 25.386 | 26.034 | 26.779 | 2,86%      | 5,49%      | 53,01%     |
| 4  | VALENCIA      | 14.543 | 18.582 | 18.893 | 20.234 | 20.638 | 2,00%      | 9,24%      | 41,91%     |
| 5  | GRANADA       | 9.616  | 13.575 | 13.891 | 14.637 | 14.948 | 2,12%      | 7,61%      | 55,45%     |
| 6  | MÁLAGA        | 10.408 | 12.490 | 13.428 | 13.628 | 14.901 | 9,34%      | 10,97%     | 43,17%     |
| 7  | BILBAO        | 8.099  | 9.489  | 9.804  | 9.742  | 10.231 | 5,02%      | 4,36%      | 26,32%     |
| 8  | ZARAGOZA      | 8.342  | 9.725  | 10.147 | 10.240 | 9.984  | -2,50%     | -1,61%     | 19,68%     |
| 9  | SAN SEBASTIAN | 5.805  | 7.354  | 7.788  | 8.473  | 8.829  | 4,20%      | 13,37%     | 52,09%     |
| 10 | CÓRDOBA       | 5.667  | 7.260  | 7.463  | 7.487  | 7.474  | -0,17%     | 0,15%      | 31,89%     |
| 11 | SANTIAGO C.   | 6.138  | 7.357  | 7.536  | 7.306  | 7.195  | -1,52%     | -4,52%     | 17,22%     |
| 12 | SALAMANCA     | 4.319  | 5.935  | 5.936  | 5.854  | 5.949  | 1,62%      | 0,22%      | 37,74%     |
| 13 | MURCIA        | 3.855  | 4.513  | 4.668  | 4.652  | 4.922  | 5,80%      | 5,44%      | 27,68%     |
| 14 | TOLEDO        | 3.352  | 4.356  | 4.425  | 4.576  | 4.894  | 6,95%      | 10,60%     | 46,00%     |
| 15 | BURGOS        | 2.831  | 3.823  | 3.890  | 3.949  | 3.813  | -3,44%     | -1,98%     | 34,69%     |
| 16 | VALLADOLID    | 3.443  | 3.758  | 3.761  | 3.945  | 3.686  | -6,57%     | -1,99%     | 7,06%      |
| 17 | ÁVILA         | 2.158  | 2.777  | 2.856  | 2.823  | 2.856  | 1,17%      | 0,00%      | 32,34%     |

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

