



INFORME 2017

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Principales noticias año 2017	3
1.2. Avance noticias año 2018	5
2. Oferta Turística	5
2.1. Hoteles	5
2.2. Apartamentos turísticos	14
3. Demanda Turística	15
3.1. Evolución de la demanda hotelera	15
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	25
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	28
3.3.1. Mercados emisores nacionales	28
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	29
3.4. Visitas a centros de interés turístico	32
4. Congresos y reuniones	35
5. Encuesta de Coyuntura Turística	40
5.1. Motivación principal del viaje	40
5.2. Percepción turística de los visitantes	42
6. Comparativa con otros destinos culturales	43

1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Municipal de Turismo de Córdoba, a través de su Observatorio Turístico, presenta la edición 17 de su Informe Anual, con datos referidos a 2017. Este informe pone de manifiesto un año más, la importancia que el sector turístico tiene para nuestra ciudad y confirma el afianzamiento de Córdoba como uno de los principales destinos turísticos nacionales gracias al importante legado cultural que encierra nuestra capital.

El presente estudio, junto con la publicación de los boletines trimestrales del Observatorio Turístico de Córdoba, permite realizar este análisis y refleja claramente la evolución del sector, presentando una nutrida información coyuntural actualizada del sector, en la que todos los agentes que median en este mercado puedan verse reflejados y adopten las medidas necesarias para la mejora del panorama turístico cordobés.

De igual forma este Informe pretende ser un referente para el sector turístico de la ciudad, un documento de referencia actualizada para los profesionales del sector y a la vez un informe turístico estratégico para las instituciones públicas y privadas.

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

La demanda hotelera confirma el buen año turístico que ha vivido la ciudad. No solo ha continuado con la senda de crecimiento sino que además ha superado el millón de viajeros alojados. En concreto, se han contabilizado 1.012.580 personas, es decir, un 1,56% más que el año anterior.

El incremento de los niveles de afluencia ha tenido también su reflejo en las pernoctaciones, que han crecido en una cuantía parecida al indicador anterior, un 1,08%. En total, se han computado en la ciudad 1.616.706 pernoctaciones.

En las procedencias se observa el predominio numérico de los españoles sobre los extranjeros, suponiendo los primeros el 52,14% de los visitantes y los segundos el 47,86%. Los visitantes nacionales han descendido en un 1,46% mientras que los extranjeros reflejan un 5,08% de incremento. Igual ocurre con las pernoctaciones, las nacionales muestran un 0,79% de descenso y las extranjeras un crecimiento del 3,51%.

En una comparativa de Córdoba con otros destinos turísticos de importancia cultural o monumental, nuestra ciudad ocupa una posición de privilegio, y se sitúa por encima de ciudades de la envergadura de Salamanca, San Sebastián, Bilbao, Santiago de Compostela, Toledo,...

En general podemos decir que los indicadores turísticos analizados son favorables y dan muestras de la vitalidad y fortalecimiento del sector turístico, que convierte a Córdoba en uno de los principales destinos del panorama nacional.

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2017

Las cifras que se han reseñado reflejan el estado de la situación turística actual, por ello, vamos a recoger algunos de los eventos que durante este año han contribuido al desarrollo del sector turístico de la ciudad, como prueba de este esfuerzo mencionado.

Conciertos en la terraza del CRV

El Ayuntamiento de Córdoba organiza durante los meses de julio y agosto noches de conciertos en la terraza del Centro de Recepción de Visitantes.

Paseas por Córdoba, su historia y patrimonio te envuelven, conoces su gastronomía, sus gentes, su cultura y tradiciones... ¿Y qué plan tienes por la noche? Hay muchos y, en concreto, los jueves y viernes de julio y agosto, puedes disfrutar de un estupendo concierto a la luz de la Luna. ¿Qué más se puede pedir?

Noches Mágicas en el Alcázar

En el mes de septiembre se reanudó el espectáculo de agua, luz y sonido en el Alcázar de los Reyes Cristianos denominado “Noches Mágicas en el Alcázar”.

En las “Noches Mágicas en el Alcázar” hablan sus fuentes, en las que se refleja la huella de la capital del mundo antiguo, sus jardines huelen a historia de reyes y califas que alguna vez habitaron este lugar. El olor de sus flores y plantas aromáticas guía al visitante en un recorrido por la Edad Media, época de los Reyes Cristianos.

Despierta tus sentidos en un espectáculo multimedia único, que combina luz, agua y sonido, utilizando la tecnológica del siglo XXI para proyectar la historia de nuestra ciudad en el Alcázar de Córdoba.

Flora “Festival Internacional de las Flores”

Este festival celebró su primera edición entre el 20 y el 29 de octubre. En FLORA, 8 artistas de escala internacional tuvieron la oportunidad de transformar los patios del festival en 8 fascinantes espacios ubicados en edificios representativos de Córdoba, patios institucionales cedidos por el Ayuntamiento que establecieron un maravilloso recorrido por la memoria, el arte, la cultura y el patrimonio.

Los artistas interpretaron los patios cordobeses desde puntos de vista, factores culturales y contextos muy diferentes, ofreciendo una mirada inédita sobre nuestro patrimonio. Flora, propone así un intercambio cultural inédito entre un espacio tan tradicional como los patios cordobeses y un arte tan contemporáneo y sorprendente como el de las instalaciones florales, un diálogo amable entre tradición e innovación llamado a convertirse en cita obligada de la agenda cultural española.

Flora quiere reconocer la obra de los mejores artistas florales del mundo, un universo artístico aún desconocido por muchos y que situarán en el mapa internacional a este festival que tiene lugar en una ciudad con una relación tan estrecha con el mundo de las flores como es Córdoba.

Festival de las Callejas de Córdoba

En el mes de Octubre (del 9 al 15) se celebró el I Festival de las Callejas de Córdoba. Córdoba ofrece al visitante un gran repertorio histórico artístico en cuya cúspide se encuentra la Mezquita-Catedral. Pero junto a este patrimonio mayor el Casco Histórico conserva un “patrimonio menor” encarnado en una trama viaria descendiente directa del urbanismo de Al Andalus, que se materializa en la existencia de un gran número de callejas-barrera o callejones sin salida, adarves o azucaques.

En efecto, la declaración del Casco Histórico viene dado en gran medida por haber conservado en su interior la fisonomía de aquella famosa Qurtuba, “Faro de Occidente” y de la Córdoba bajo medieval.

A mediados del siglo XX, la ciudad aprovecha el potencial turístico de algunas de las callejas- barrera de Córdoba, haciendo de estos espacios un auténtico estereotipo del turismo cordobés. Así nació la puesta en valor de la famosísima calleja de las Flores, la de los Arquillos o la del Pañuelo.

A pesar de estos insignes ejemplos, el universo de las Callejas de Cordoba es mucho más amplio. En primer lugar, por su número ya que supera con creces el centenar. En segundo lugar, por su ubicación, ya que éstas se encuentran repartidas por toda la ciudad.

Otoño del Caballo

Córdoba y el Caballo están unidos desde siempre. En el año 1570, el rey Felipe II dió orden de crear el Caballo Pura Raza Española en las Caballerizas Reales de Córdoba. Así se hizo, y su importancia en la tradición y la cultura cordobesas se ha mantenido a lo largo de la historia.

En la actualidad, el mundo del caballo en Córdoba goza de gran dinamismo y cuenta con una diversidad sin igual. Es en los meses de otoño cuando se concentran mayor cantidad de actividades, campeonatos, eventos, espectáculos, muestras, talleres, conferencias y mucho más, todo girando alrededor del caballo.

Para darlas a conocer y que muchos más las puedan disfrutar, ya sean participantes o espectadores, el Ayuntamiento de Córdoba las engloba en un todo con el nombre de Otoño del Caballo Córdoba que tuvo lugar en los meses de septiembre a noviembre.

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2018

Kalendas Cordvba

Con ocasión de la conmemoración del XX Aniversario de la creación de la Ruta Bética Romana, RUBERO, que agrupa a 15 municipios andaluces que transcurren por la Vía Augusta, se va a organizar un amplio programa en todas las ciudades que pertenecen a esta Ruta, de las provincias de Córdoba, Sevilla y Cádiz.

En la ciudad de Córdoba, además, vamos a aprovechar esta efeméride para crear un ilusionante proyecto, bajo el nombre de KALENDAS DE CORDVBA, que se celebrará del 23 de febrero al 11 de marzo de 2018.

Riomundi

Ríomundi es un Festival Internacional de Experiencias en el que la música, la gastronomía y la artesanía de las grandes ciudades asentadas a la orilla de los ríos más significativos del mundo serán las protagonistas. Un río no es sólo un cauce por el que transcurre el agua. Los ríos han transmitido cultura de unos pueblos a otros y de generación en generación y ha sido así desde el principio de los tiempos.

El privilegiado entorno de la Ribera de Córdoba se convertirá en un escenario gigante en el que sonarán géneros como el Rock, las músicas del mundo, el blues, el jazz, el pop británico, los sonidos amazónicos y latinos y la música electrónica.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

El análisis del sector turístico aporta datos y realidades sobre las conductas y comportamientos de quienes visitan un destino con motivaciones turísticas. Estos estudios revelan que los establecimientos especializados tienen un poder de acción fundamental entre los viajeros, por lo que dotarse de una infraestructura amplia, variada y competitiva es el objetivo de cualquier destino.

La capacidad hotelera de un destino suele ir en consonancia con la afluencia de viajeros. Las capitales de provincia, al abarcar actividades de todo tipo, disponen de una oferta hotelera más amplia y acorde con las especificidades e intereses de los posibles usuarios. Este es el caso de Córdoba, ciudad con un destacado peso cultural que fomenta los desplazamientos y visitas. Todo esto fomenta el continuo movimiento de personas, en otras palabras, presenta una buena afluencia turística.

Para hacer frente a la misma, la ciudad debe disponer de una infraestructura hotelera apropiada. Este apartado está dedicado a su estudio.

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

La capacidad hotelera de Córdoba se ha incrementado en dos establecimientos durante este ejercicio, dejando la infraestructura hotelera de la capital formada por 99 establecimientos, de los cuales 55 son hoteles y 44 son pensiones.

Como se observa en la tabla, la evolución del número de hoteles con respecto al año anterior permanece inalterable. A pesar de ello hemos de decir que se han abierto nuevos establecimientos hoteleros pero también se han cerrado otros. Con respecto al número de plazas, debido a lo anterior, el incremento global es del 3,63%.

El histórico de la década revela la favorable evolución de los hoteles, lo que da muestras también de los esfuerzos del sector por adaptarse a las necesidades de la demanda. En estos años ha habido un incremento total del 30,95% lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 31,92%.

De forma agregada podemos decir que la infraestructura hotelera cordobesa, con sus 99 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 6.879 personas, de las cuales 5.683 pueden hacerlo en hoteles y 1.196 en establecimientos de menos categoría, es decir, el 82,61% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 17,39% restante a pensiones.

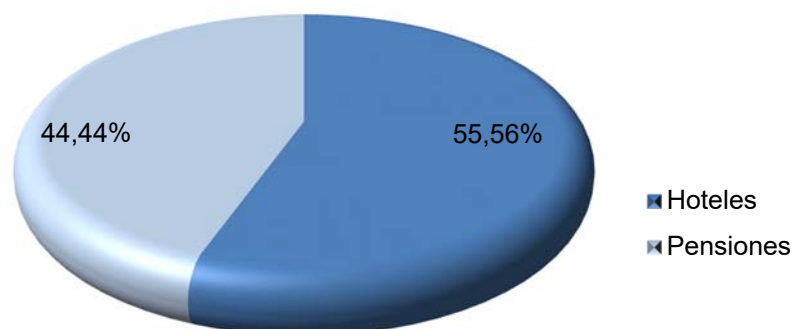
Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2004-2017

	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
2004	39	39	78	3958	869	4827
2005	41	39	80	4234	870	5104
2006	42	36	78	4363	797	5160
2007	42	29	71	4308	641	4949
2008	41	25	66	4252	566	4818
2009	44	31	75	4558	692	5250
2010	53	36	89	5391	877	6268
2011	55	41	96	5458	1011	6469
2012	53	41	94	5346	1011	6357
2013	53	39	92	5346	926	6272
2014	56	39	95	5423	926	6349
2015	55	42	97	5328	1029	6357
2016	55	42	97	5484	1093	6577
2017	55	44	99	5683	1196	6879
Var. 07/17	30,95%	51,72%	39,44%	31,92%	86,58%	39,00%
Var. 17/16	0,00%	4,76%	2,06%	3,63%	9,42%	4,59%

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.

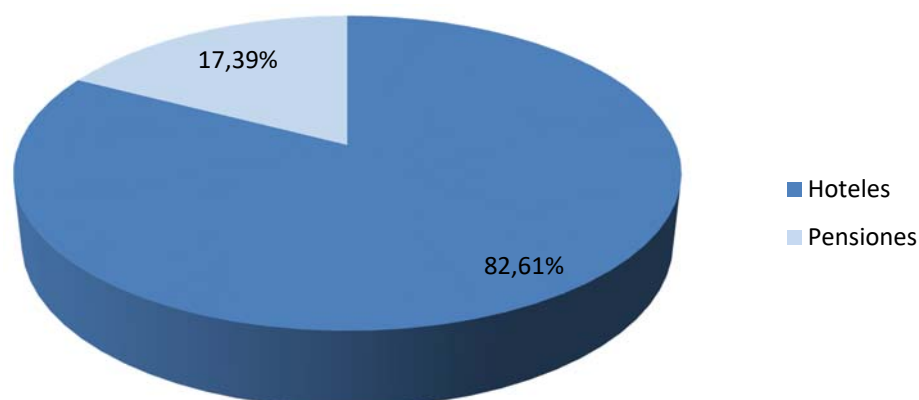
El siguiente gráfico refleja como en 2017 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 55,56% frente al 44,44% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (82,61%) que en las pensiones (17,39%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2017



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 2017



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

El análisis de los datos por clases y categorías permitirá hacer un estudio más profundo y exhaustivo de la oferta hotelera cordobesa.

La evolución de los establecimientos hoteleros por categorías muestra variaciones en los hoteles de 3 y 2 estrella, siendo los de 3 estrellas los que han incrementado su cifra con la reclasificación de un establecimiento hotelero ya existente y los de 2* con el cese de uno de ellos.

Como en años anteriores siguen siendo los hoteles de dos estrellas los más numerosos con un total de 20 establecimientos, seguidos por los hoteles de cuatro estrellas con 14 establecimientos.

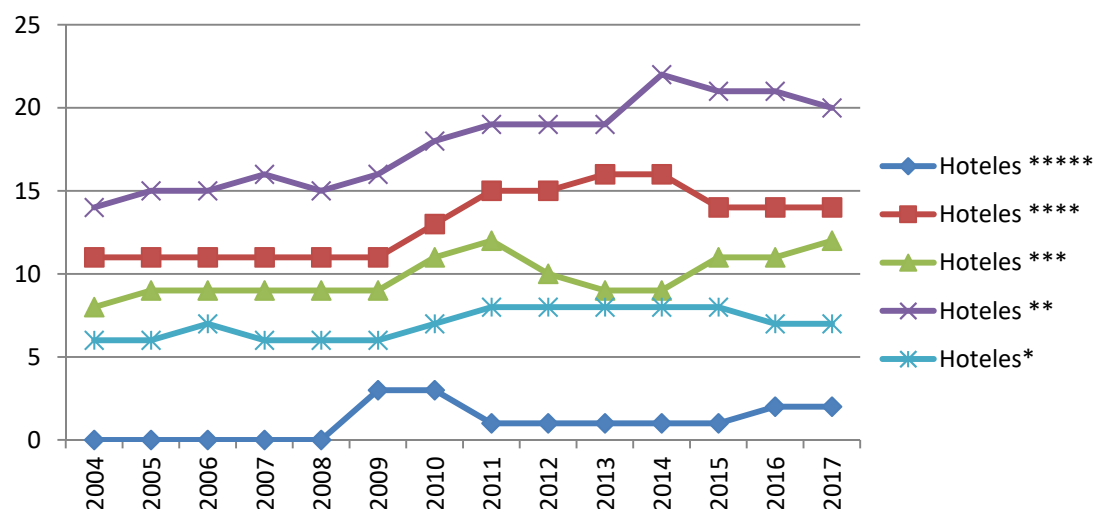
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 38 establecimientos, incrementándose en un 5,56% respecto al año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2004-2017

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
2004	0	11	8	14	6	10	29
2005	0	11	9	15	6	11	28
2006	0	11	9	15	7	9	27
2007	0	11	9	16	6	8	21
2008	0	11	9	15	6	7	18
2009	3	11	9	16	6	8	23
2010	3	13	11	18	7	6	20
2011	1	15	12	19	8	10	31
2012	1	15	10	19	8	10	31
2013	1	16	9	19	8	9	30
2014	1	16	9	22	8	9	30
2015	1	14	11	21	8	10	32
2016	2	14	11	21	7	6	36
2017	2	14	12	20	7	6	38
Var. 07/17		27,27%	33,33%	25,00%	16,67%	-25,00%	80,95%
Var. 16/17	0,00%	0,00%	9,09%	-4,76%	0,00%	0,00%	5,56%

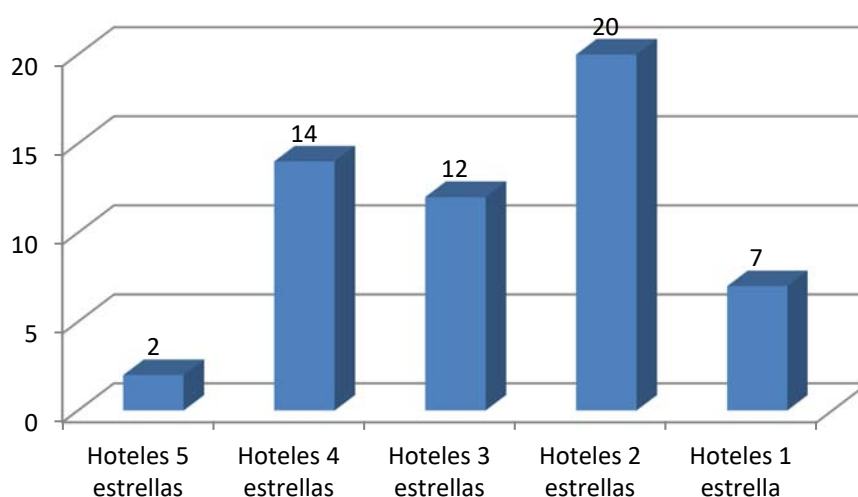
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2004-2017



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 2017



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 oferta de plazas está íntimamente relacionada con la evolución experimentada por el sector en lo que a número de establecimientos se refiere.

De forma general, la infraestructura de camas de la ciudad está formada por 6.879 plazas, esto supone un incremento del 4,59%, respecto a la cifra alcanzada en 2016. Este incremento es consecuencia directa de la apertura de algunos establecimientos y del cierre de otros que se han producido durante el presente ejercicio.

Si hablamos únicamente de establecimientos hoteleros, se observa que son los hoteles de cuatro estrellas los que mantienen año tras año el liderazgo. A pesar que los hoteles de dos estrellas son los más numerosos en la ciudad, en cuanto al número de plazas ocupan el tercer puesto con 776 plazas hoteleras. La segunda posición la ocupan los hoteles de tres estrellas y la cuarta y quinta posición es para los hoteles de una y cinco estrellas respectivamente.

Por su parte, las pensiones son más numerosas las de 1 estrella habiendo cerrado el año 2017 con un incremento del 11,50% respecto a 2016.

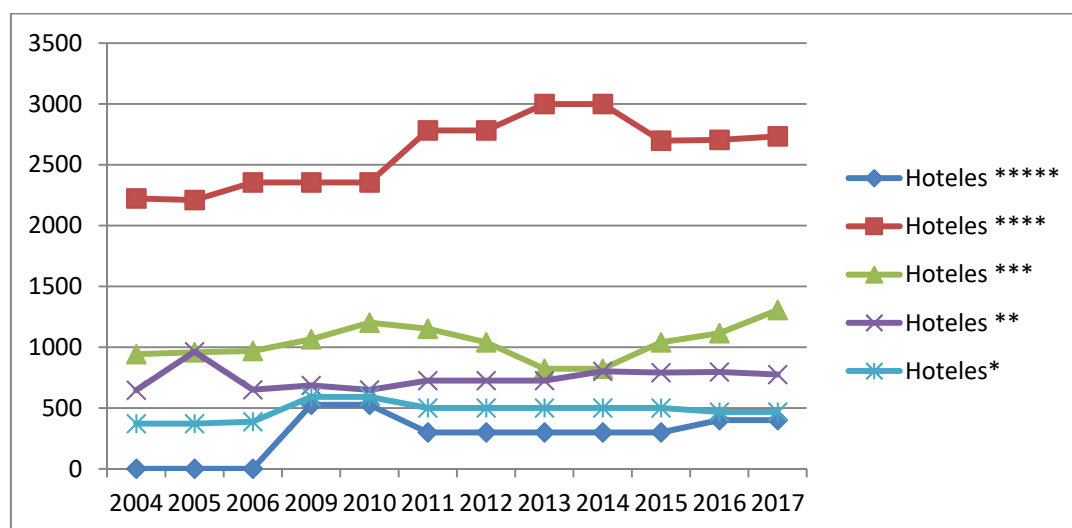
Analizando estos datos con los obtenidos hace una década, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 39%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2004-2017

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
2004	0	2223	943	647	371	376	493
2005	0	2210	959	964	371	390	480
2006	0	2355	969	651	388	454	343
2007	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
2008	399	2355	969	686	591	337	576
2009	527	2355	1065	686	591	337	608
2010	527	2355	1202	649	591	337	540
2011	299	2782	1152	725	500	374	637
2012	299	2782	1040	725	500	374	637
2013	299	2999	823	725	500	325	601
2014	299	2999	823	802	500	325	601
2015	299	2698	1040	791	500	348	681
2016	400	2704	1115	797	468	197	896
2017	400	2733	1306	776	468	197	999
Var. 06/17		16,05%	34,78%	19,20%	20,62%	-56,61%	191,25%
Var. 16/17	0,00%	1,07%	17,13%	-2,63%	0,00%	0,00%	11,50%

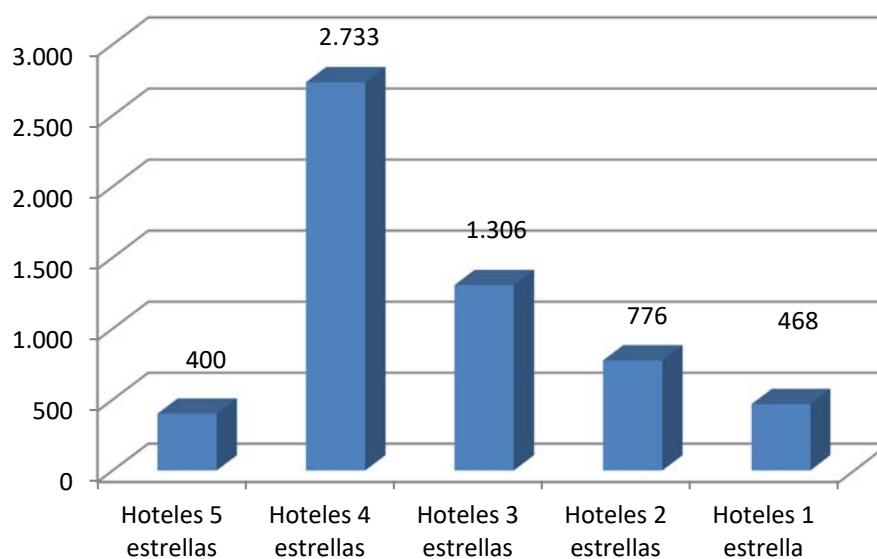
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2004-2017



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.

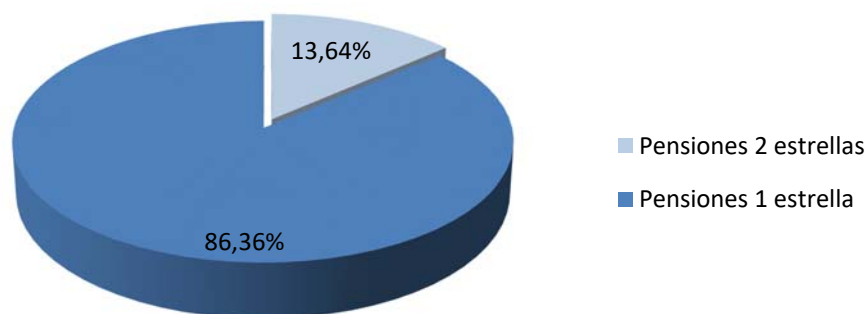
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2017



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

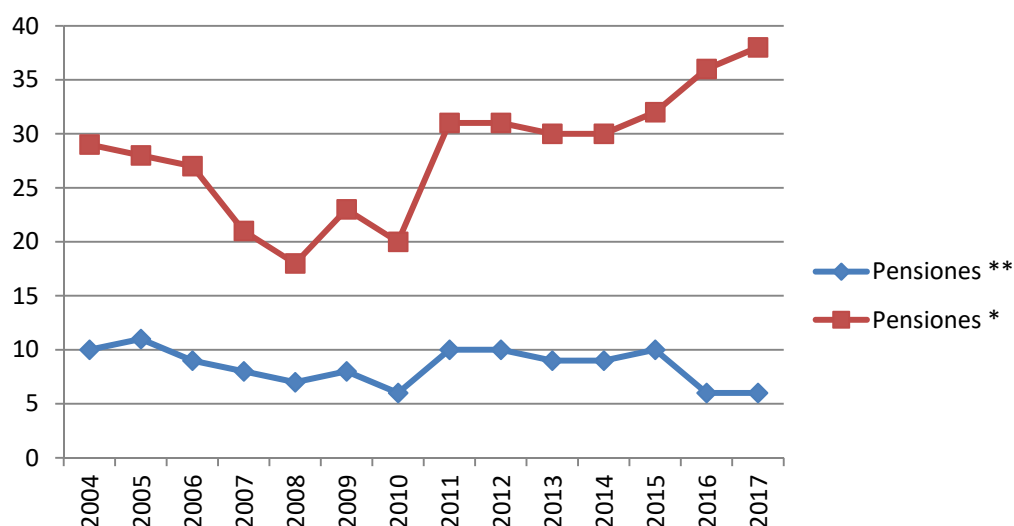
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 86,36% de estas tienen la categoría de 1 estrella, frente al 13,64% correspondiente a las de dos estrellas.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2017



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.

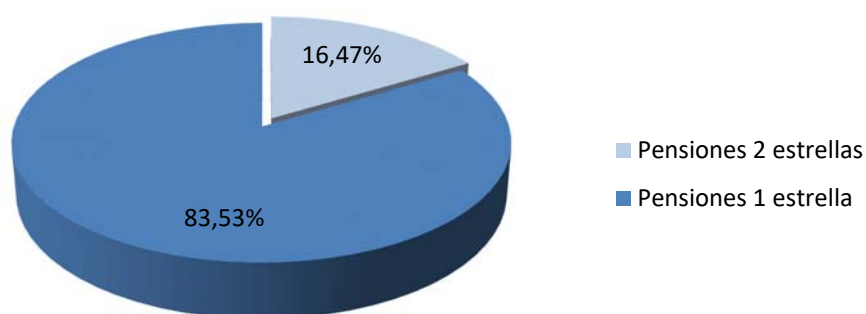
Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Años 2004-2017



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

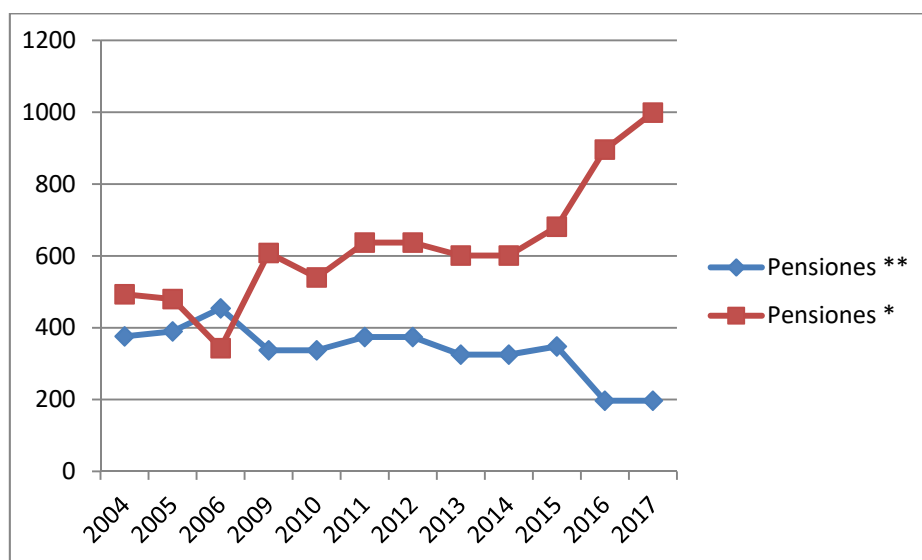
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 83,53% frente al 16,47% de las pensiones de 2 estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2017



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 2004-2017



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

2.2. APARTAMENTOS TURÍSTICOS

En los últimos años la oferta de apartamentos turísticos en Córdoba se ha ido incrementando considerablemente, por ello hemos considerado necesario recogerla en este informe anual.

Tal y como refleja la tabla la evolución del número de apartamentos respecto a 2016 muestra un incremento del 29,41%. Incremento que también se produce en el número de plazas, aunque en menor medida, con un 16,06%.

Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2016-2017

	Apartamentos	
	Nº de apartamentos	Nº de plazas
2016	17	498
2017	22	578
Var. 17/16	29,41%	16,06%

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

En el análisis de datos por categorías observamos un notable incremento en los apartamentos turísticos de 2 llaves con un 75% más que en 2016. Los apartamentos de 3 llaves permanecen inalterables, manteniendo los 2 de años anteriores y los de 1 llave se han visto reducidos en un establecimiento.

Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2017

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	2	8	7
2017	2	14	6
Var. 17/16	0,00%	75,00%	-14,29%

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 578 plazas. De estas plazas el mayor número lo recogen los apartamentos de 2 llaves que, con 416 plazas, este año han registrado un incremento del 35,95%.

Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2017

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	46	306	146
2017	46	416	116
Var. 17/16	0,00%	35,95%	-20,55%

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 vamos a analizar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad. La demanda turística viene definida normalmente en función del número de visitantes que se alojan en un destino, por lo que se hará un exhaustivo análisis del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras que ayudará a predecir y elaborar actuaciones acordes con las necesidades y requerimientos de quienes nos visitan.

Para el análisis de la demanda turística de Córdoba se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con carácter mensual. Esta fuente es importante y necesaria porque suministra, diferenciados según su origen sea nacional o extranjero, datos referidos al número de viajeros y pernoctaciones que se realizan en la ciudad, junto con la estancia media y el grado de ocupación.

Esta información se nos presenta para los principales puntos turísticos del panorama nacional, lo que posibilita un análisis comparativo entre nuestra ciudad y el resto de destinos. Además, las series históricas de que disponemos permiten reflejar la evolución seguida por la capital y, por qué no, predecir algunas tendencias.

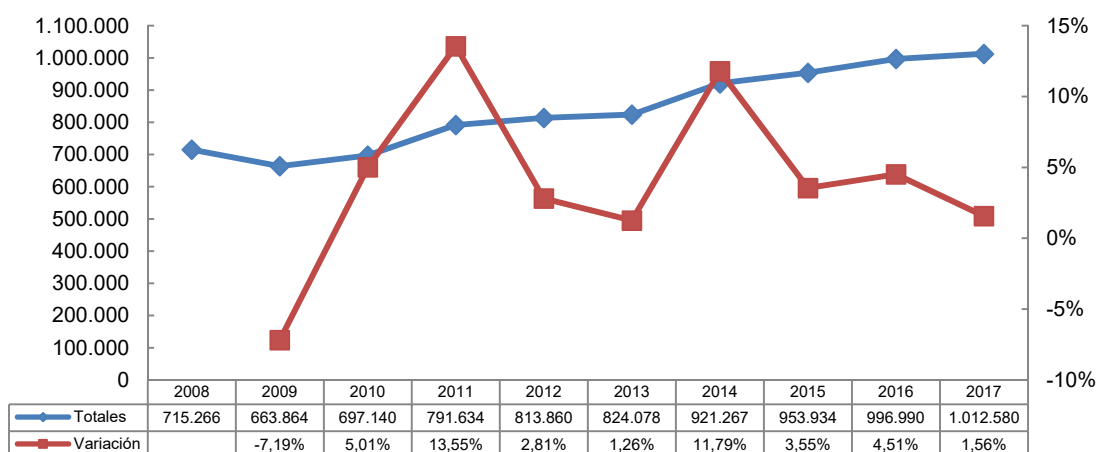
Hay que señalar que la encuesta realizada por el INE, es una encuesta semanal realizada una vez al mes a todos los establecimientos hoteleros, quedando excluidos los apartamentos turísticos y demás categorías de establecimientos como el turismo no reglado. Igualmente, decir que estos datos que se van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

Córdoba ha alcanzado durante el ejercicio 2017 su cifra record de viajeros al llegar al millón de visitantes, concretamente un total de 1.012.580 viajeros alojados en establecimientos

hoteleros, lo que ha supuesto un incremento respecto al año precedente del 1,56% o en términos absolutos, la llegada de 15.590 personas más.

Estas cifras vuelven a confirmar que los datos alcanzados los años anteriores no fueron un hecho aislado, sino que consolidan la recuperación del turismo cordobés.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017

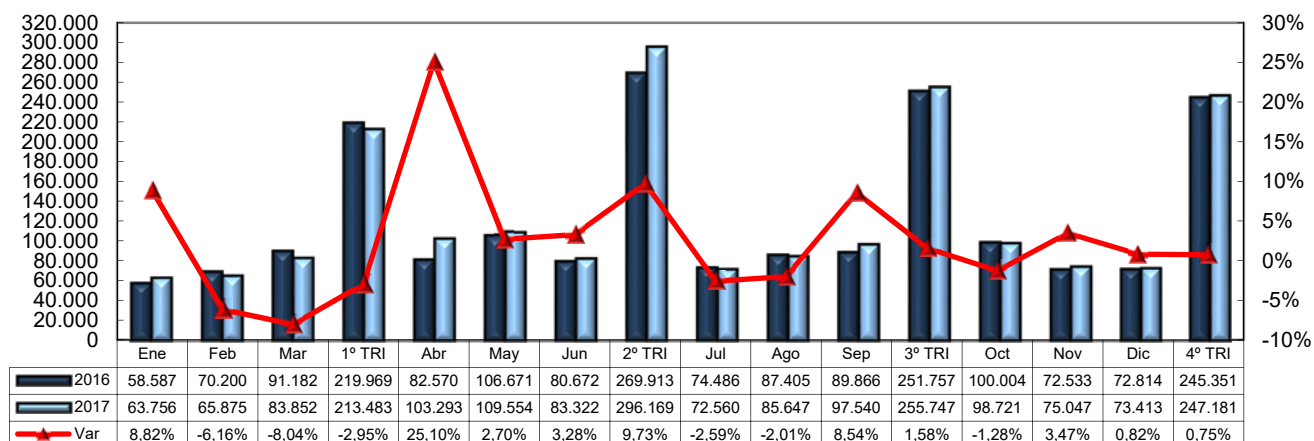


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En el análisis mensual vemos que el mayor incremento de viajeros se ha producido en el mes de abril con un incremento del 11,58% (debido a la celebración de la Semana Santa en dicho mes cuando en 2016 ésta tuvo lugar en el mes de marzo), por el contrario el mayor descenso es el recogido por el mes de marzo con un 8,04%.

Hablando en términos absolutos, los datos confirman nuevamente las ya conocidas y características temporadas de nuestro turismo, siendo los períodos primaverales y otoñales los que acaparan el mayor número de visitas del año, con tres meses muy destacados, Abril, Mayo y Octubre. Hay que destacar este año el incremento de viajeros obtenido en el mes de enero que aumentó sus datos en un 8,82%.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2017



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

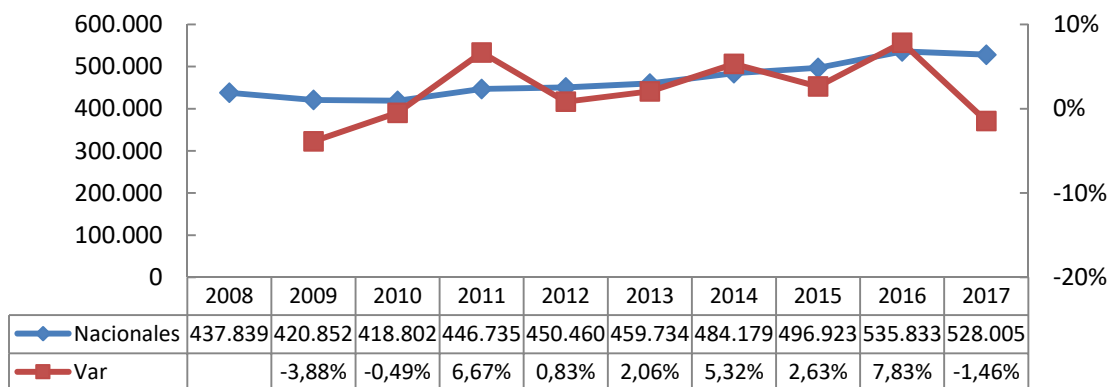
Para profundizar aún más en este tema, será conveniente clasificar a los turistas según su lugar de origen sea nacional extranjero, de forma que podamos analizar las repercusiones provocadas sobre el total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros como consecuencia de la evolución seguida por cada uno de estos colectivos.

Comenzaremos por los viajeros nacionales puesto que, teniendo en cuenta sus cifras, hoy en día constituyen nuestro principal contingente turístico, representando el 52,14% del total de turistas que nos visitan.

El INE ha contabilizado 528.005 turistas españoles en Córdoba durante el año 2017, cifra inferior en más de 7.500 personas a la registrada en 2016, con un descenso del 1,46%.

En general, el estudio mensual no muestra fuertes diferencias en lo que a valores absolutos se refiere, aunque al igual que en el caso anterior (global de viajeros), se muestra como el punto de inflexión lo vuelven a marcar Abril (por la celebración de la Semana Santa) y Mayo al ser los meses de mayor afluencia turística, a los que este año también se suman Diciembre, Noviembre, Marzo y Octubre.

La media anual de turistas nacionales ha sido cifrada en más de 44.000 personas, siendo superada, como viene siendo habitual, en las temporadas de primavera y otoño donde el clima favorece el turismo monumental y de ciudad.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017


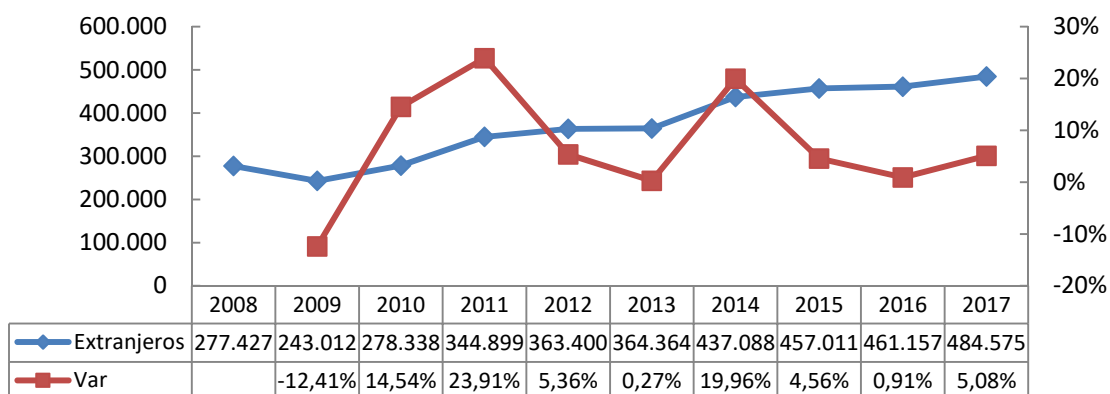
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Al descenso producido en el volumen de viajeros extranjeros se suma el incremento en el número de extranjeros, que alcanzan los 484.575, un 5,08% más que el año anterior. De esta forma el porcentaje de extranjeros representa el 47,86% del total.

La evolución general experimentada por este colectivo a lo largo del año es positiva, tan solo 3 meses presentan signos negativos. La variación más acentuada se produjo en el mes de enero con un incremento del 18,63%, seguida del mes de abril con un crecimiento del 16,72%. Por el contrario febrero y marzo han sido los meses que han acusado los descensos con un 13,17 y un 7,04 por ciento respectivamente.

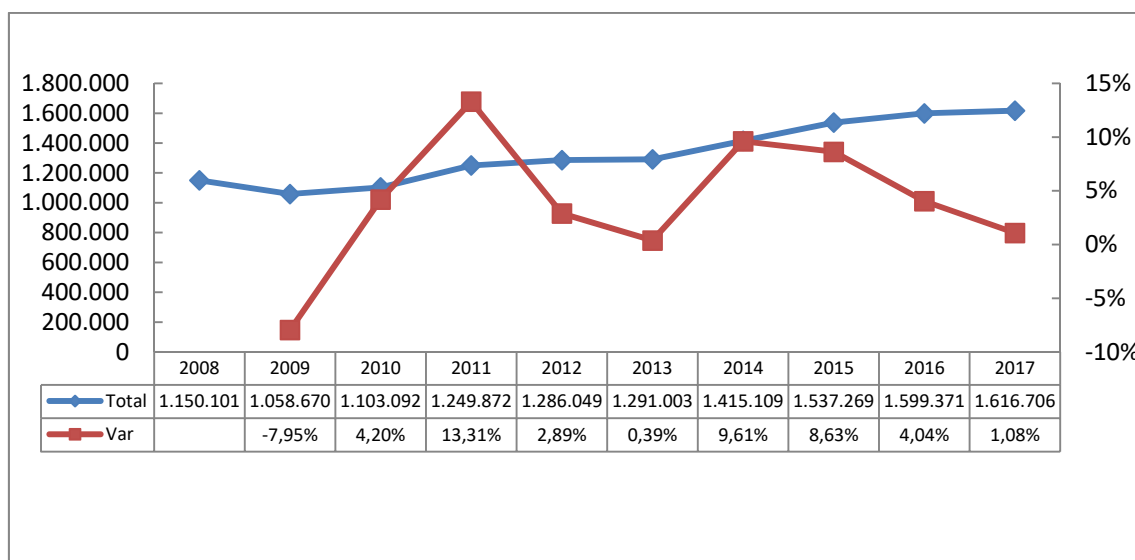
Los datos derivados del turismo extranjero vienen directamente relacionados con otros indicadores claves del sector como son la estancia media y el número de pernотaciones, puesto que este tipo de viajero se ve obligado a demandar más servicios, entre los que destaca el alojamiento.

Esto viene a demostrar la importancia estratégica que para la ciudad de Córdoba tiene la recuperación del visitante extranjero.

Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017


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

El número de pernoctaciones de viajeros en establecimientos hoteleros es un indicador turístico de gran interés. Según el Instituto Nacional de Estadística el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2017 alcanzó la cifra de 1.616.706, registrando un incremento del 1,08% respecto al año anterior.

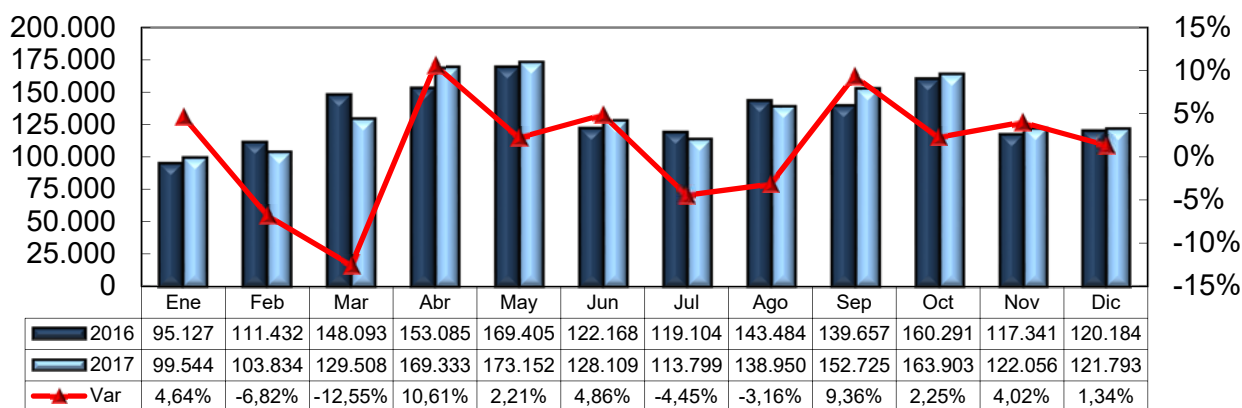
Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017


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

En el análisis mensual, los meses con los saldos más elevados han sido Mayo, Abril, y Octubre, superándose en todos los casos las 160.000 pernoctaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido abril con un 10,61% (como ya hemos mencionado

anteriormente, debido a la celebración de la Semana Santa en abril) y por el contrario septiembre marzo es el mes que ha reflejado el mayor descenso con un 12,55%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2017



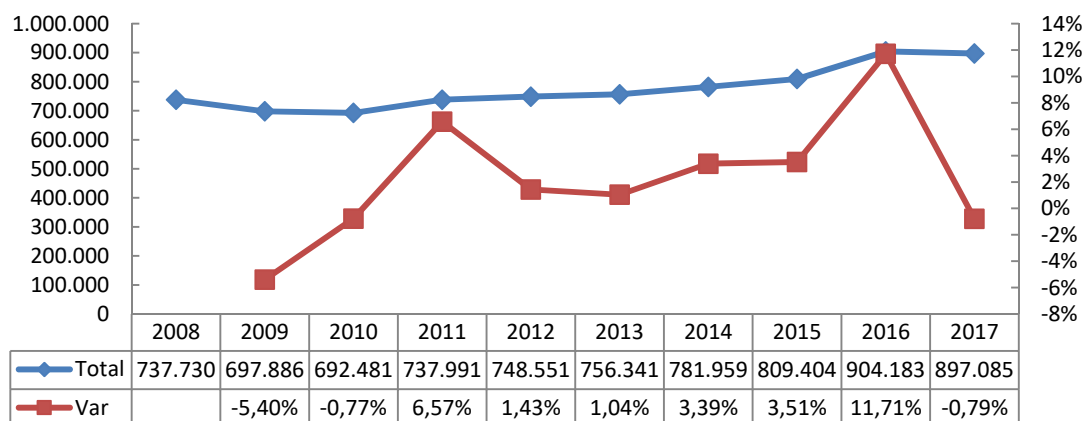
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Para hacer un examen más profundo de quienes nos visitan, y al igual que hemos hecho con los viajeros, vamos a desagregar nuevamente a los turistas, en nacionales y extranjeros, de forma que podamos analizar el comportamiento de cada uno de estos colectivos.

Como ya hemos comentado, el turismo interior o de ciudad es un sector en auge que va teniendo cada vez más adeptos en nuestro país, por lo que el comportamiento de las pernoctaciones tiene que ir en el mismo camino de los viajeros, es decir, en aumento.

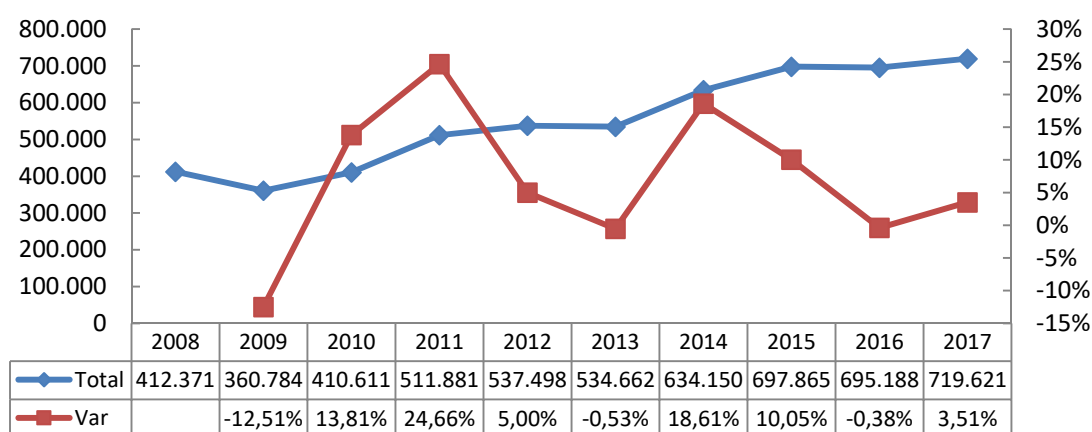
Las pernoctaciones nacionales, al igual que ocurría con el volumen de visitantes, han experimentado un descenso al registrarse 7.098 pernoctas menos que en 2016, lo que significa que el descenso producido es de un 0,79%, inferior a la merma producida en el número de viajeros españoles.

Los meses de abril y septiembre registran los mejores datos con incrementos del 18,49% y 10,61% respectivamente. Por el contrario, ha sido marzo el mes que recoge el mayor descenso con un 16,20% (consecuencia de este descenso en un mes de temporada alta para la ciudad de Córdoba ha sido la celebración de la Semana Santa en el mes de abril).

Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017


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

Las pernoctaciones extranjeras han visto incrementar su montante en 24.433 pernoctaciones, lo que supone un 3,51% más que el año anterior.

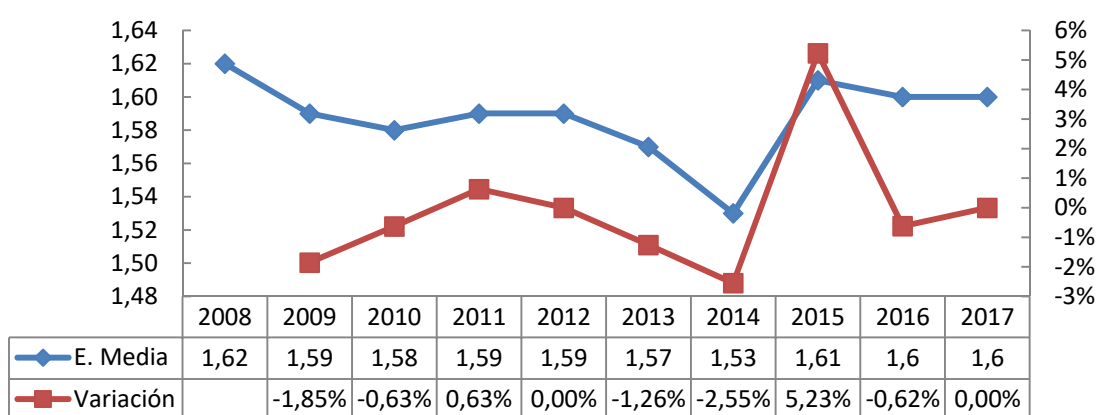
Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2008-2017


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

Otro indicador importante en el análisis turístico de nuestra ciudad es la estancia media, que se define como el cociente entre el número de pernoctaciones y el número de viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros.

El Instituto Nacional de Estadística ha calculado la estancia media del año 2017 en 1,60 noches, mismo dato que el obtenido en 2016, con lo cual la variación permanece inalterable respecto al año precedente.

Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2008-2017

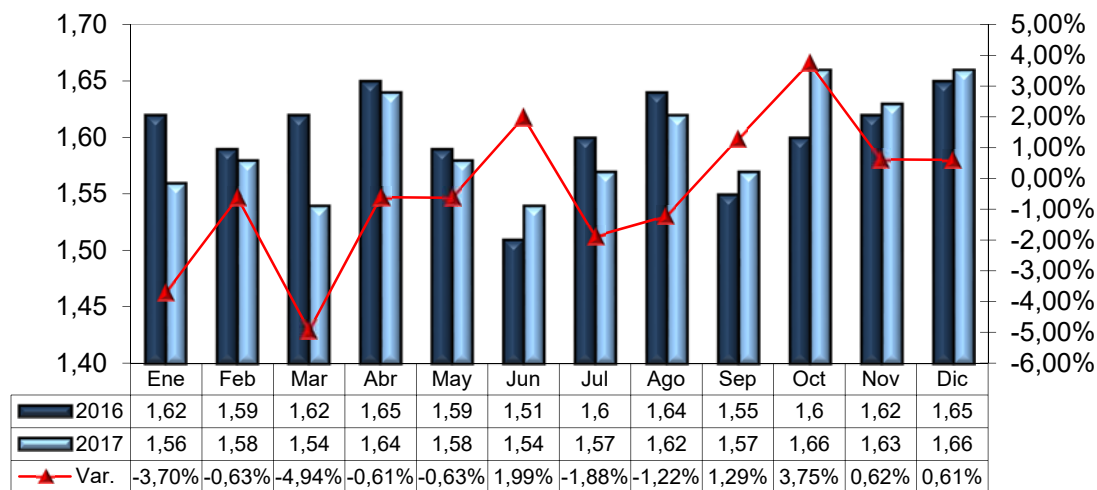


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Un detalle mensual nos lleva a destacar a Octubre y Diciembre como los meses donde la estancia media fue la más elevada, al cifrarse en 1,66 noches de hotel, seguida de las 1,64 noches de media que se registraron en abril.

Por el contrario, marzo y junio fueron el mes donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,54 noches.

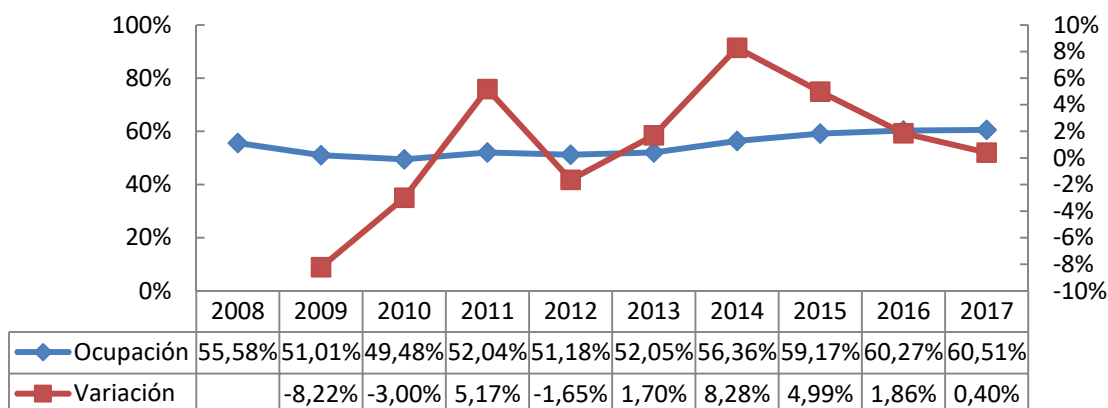
Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2017



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

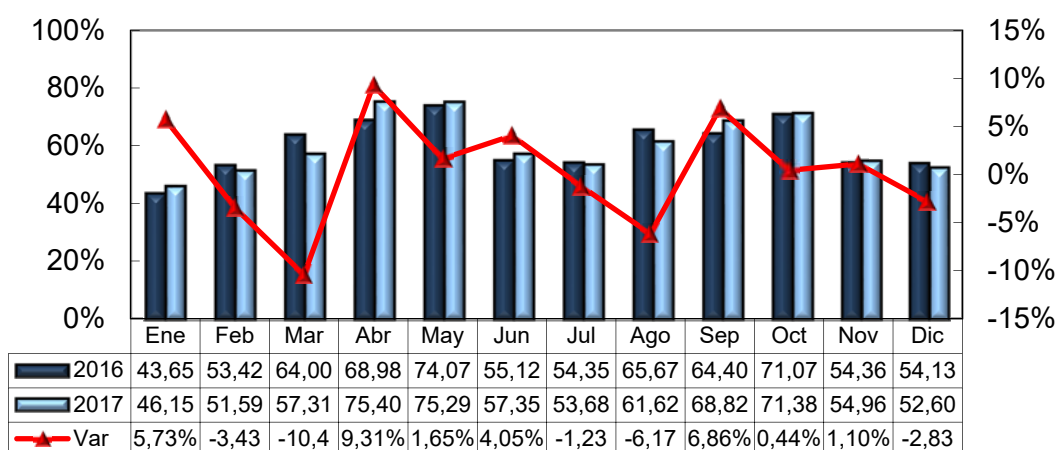
El siguiente tema de análisis es el referente al grado de ocupación hotelera en la ciudad obtenido a lo largo del año. Para ello el INE vuelve a ser nuestro primer referente a la hora de analizar esta variable.

La ocupación hotelera de 2017 ha sido estimada en 60,51%, lo que supone un crecimiento del 0,40% respecto a la cifra obtenida en 2016, donde el grado de ocupación fue del 60,27%.

Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2008-2017


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

Al igual que ocurría en años anteriores, los meses de mayo, abril y octubre son los que registraron los niveles más altos de ocupación, con valores de 75,40%, 75,29% y 71,38% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de abril con un 9,31% de variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de marzo con un 9,31% de variación.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2017


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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

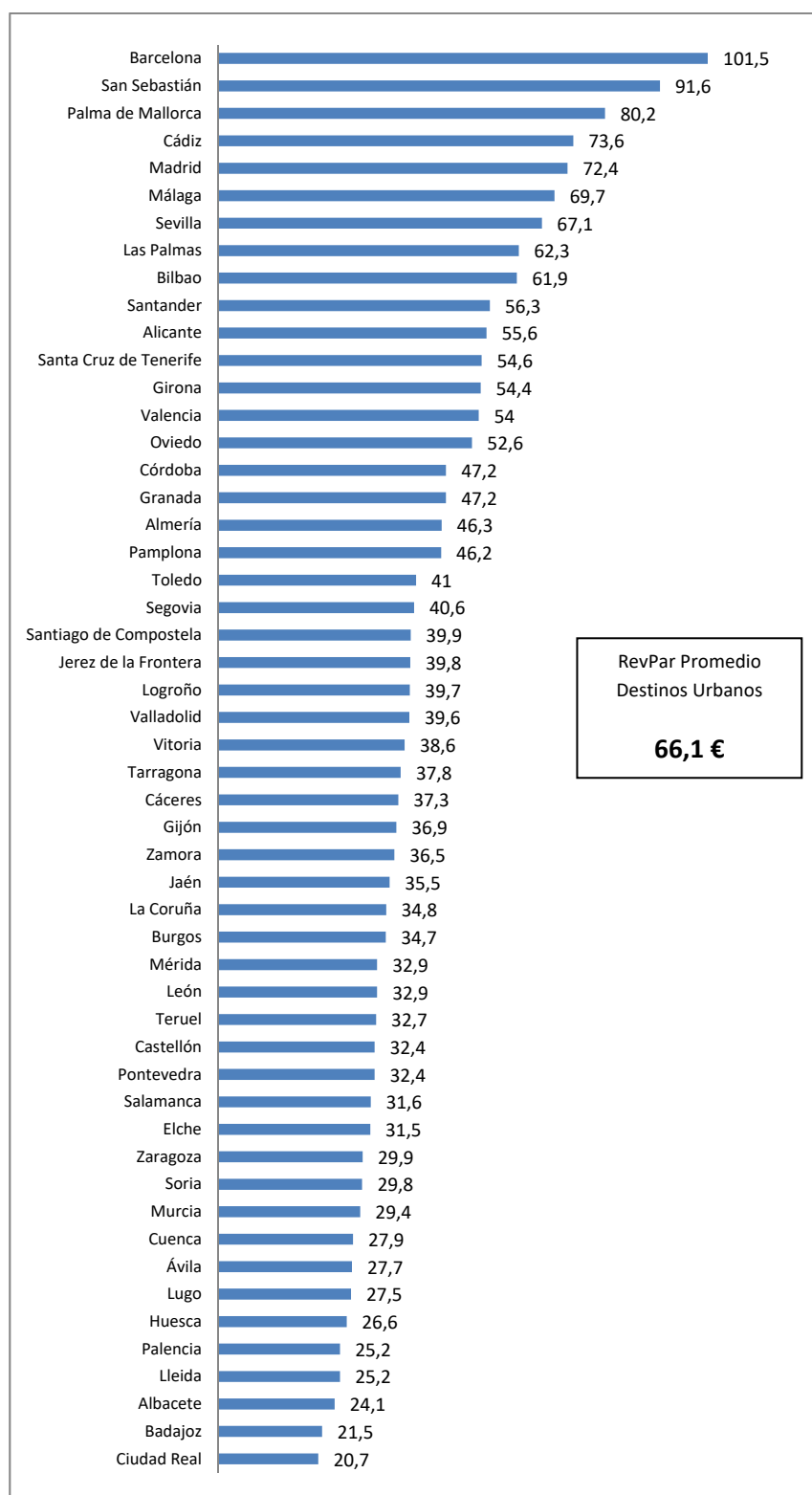
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación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

Los destinos urbanos españoles han intensificado los niveles de crecimiento de rentabilidad socioeconómica del turismo durante el año 2017. Concretamente, los ingresos (RevPAR) han crecido a un ritmo del 9,5%, hasta situarse en 66,1€ en promedio, mientras el empleo ha aumentado un +6,0%. Se trata de un comportamiento positivo experimentado por 49 de las 52 ciudades analizadas para este periodo, en el caso de los ingresos, y por 51 de las 53, en el caso del empleo.

En el caso de Córdoba se han registrado un incremento del 3,8% en RevPar y un 3,2% el empleo turístico.

En el siguiente gráfico se observa como la ciudad de Córdoba mantiene la dieciseisava posición de las 52 ciudades analizadas con un promedio de 47,2€.

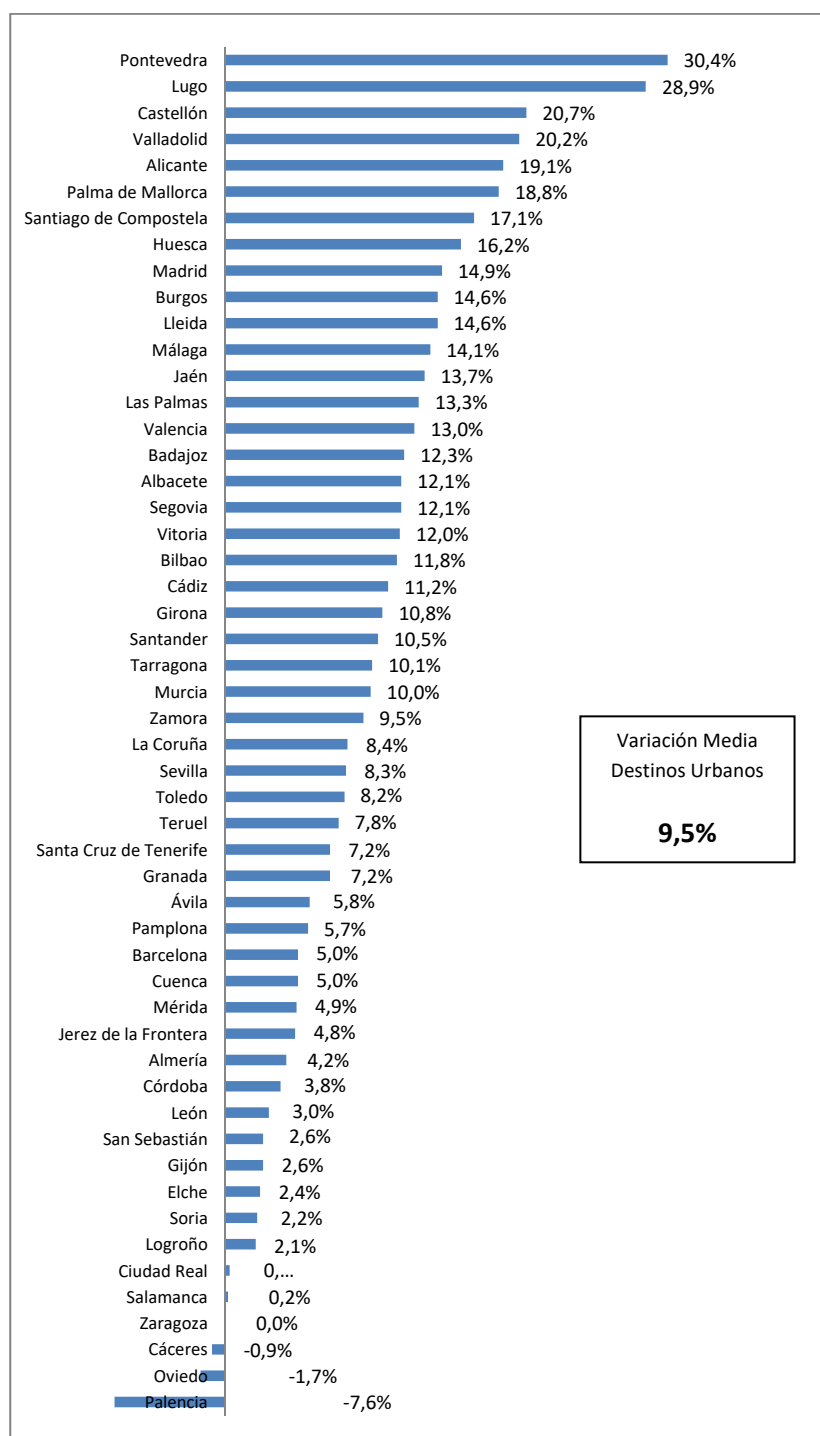
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2017



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

La comparativa con respecto al año anterior, sitúa a la ciudad en el puesto número 40 con un incremento del 3,8%, mientras que la variación media de los Destinos Urbanos registra un incremento del 9,5%.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2017 - 2016



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

3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

Este capítulo del Observatorio tiene como finalidad detallar la afluencia turística a la ciudad de Córdoba tanto nacional como extranjera.

3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

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

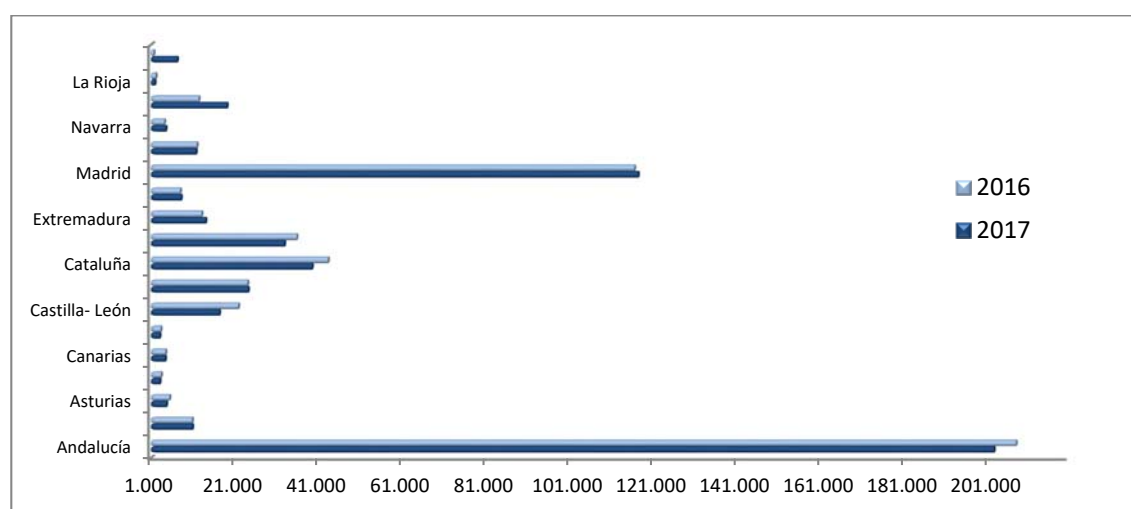
Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2016 siguen siendo Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de los turistas andaluces pues en su conjunto representan el 39% del total de turismo que recibe la ciudad.

Andalucía ha supuesto en 2017 el **38,33%** del total de visitantes nacionales a nuestra ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es **Madrid** que representa el **22,23%** del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa **Cataluña**, en una proporción del **7,30%**, seguido de **Valencia** con un **6,24%**. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan **Castilla La Mancha**, **País Vasco** y **Castilla León**, con un **4,60%**, **3,64%** y **3,30%**, respectivamente.

De estas comunidades la que ha reflejado el mayor incremento con respecto a 2016 ha sido País Vasco con un 53,79%.

Las restantes comunidades autónomas tienen un significado turístico considerablemente inferior, siendo su grado de presencia en Córdoba directamente proporcional a la población e inversamente proporcional a la distancia a recorrer hasta el destino. Estas comunidades aportan a Córdoba un total del **14,36%** de visitantes nacionales.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2017



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

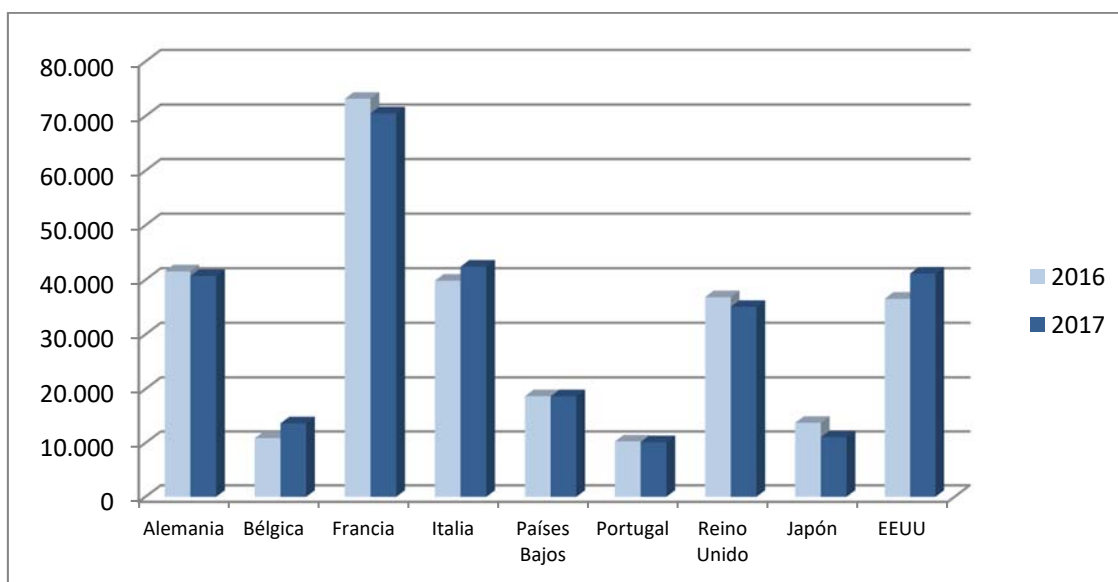
El turismo emisor extranjero ha sufrido un incremento del 3,48% con respecto al año 2016, representando actualmente el 47,86% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 57,72% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron **Francia, Italia, Alemania, y Reino Unido** con un **14,55%, 8,76%, 8,40%** y **7,23%** respectivamente y concentran casi el treinta y nueve por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, República China y EEUU, decir que **Estados Unidos** alcanzó el **8,49%** del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza **República China** que representa un total del **8,48%**.

Otros mercados internacionales como son Australia, Japón, Europa del Este, etc. representan el **25,31%** de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2017



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

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

Al igual que ocurría en años anteriores, el turismo alemán concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño, concentrando en estos meses más del 66% del total de las llegadas.

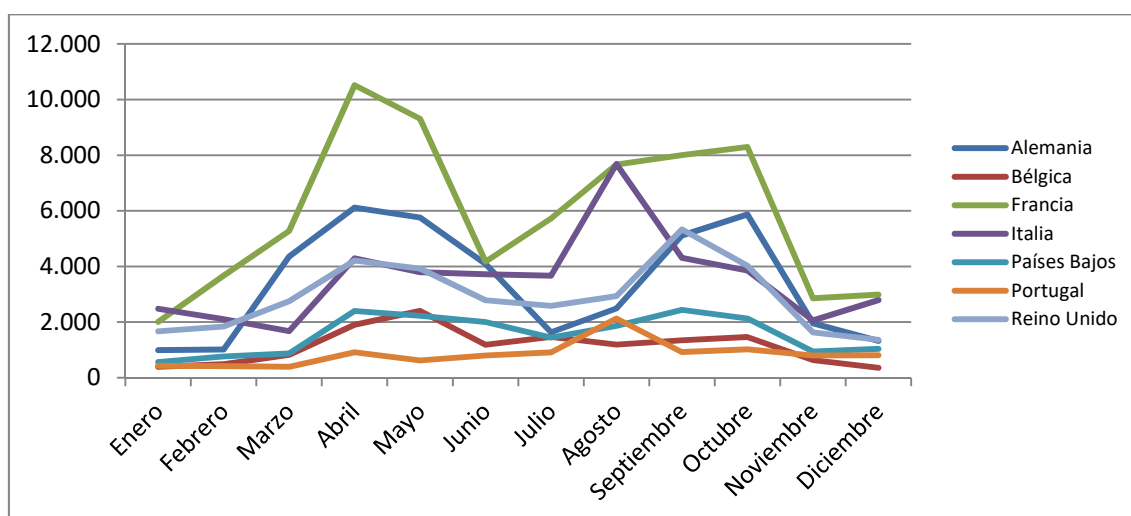
El turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de verano, siendo agosto el mes por excelencia al recoger un total de 7.681 visitantes.

Reino Unido agrupa sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño al igual que turismo alemán y francés, siendo el mes de septiembre el que mayor número de llegadas recoge con un total de 5.332.

Países Bajos y Bélgica muestran unas llegadas más equilibradas a lo largo del año, siendo los primeros y últimos meses del año los que recogen los mínimos de viajeros.

Y por último Portugal, registra el mayor número de llegadas en los meses de agosto y octubre.

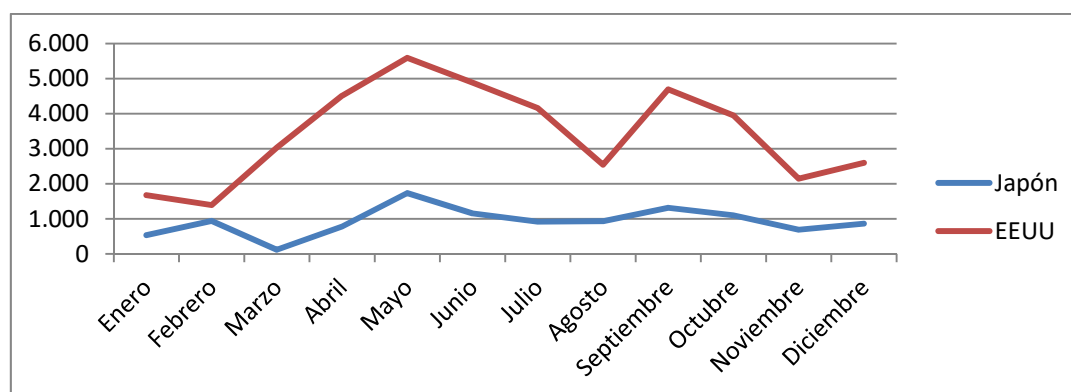
Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2017



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

En el caso de los mercados extracomunitarios, Japón también concentra sus llegadas muy repartidas a lo largo de todo el año, siendo enero y marzo los meses de menor afluencia. Por su parte, de Estados Unidos se recibe un mayor número de viajeros en otoño y primavera, siendo mayo el mes más demandado.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2017



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 2017

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	991	389	2.008	2.482	563	426	1.670	531	1.676
Febrero	1.011	482	3.671	2.107	764	413	1.842	939	1.389
Marzo	4.354	822	5.278	1.675	866	389	2.751	116	3.032
Abril	6.116	1.903	10.519	4.291	2.397	914	4.212	777	4.510
Mayo	5.759	2.403	9.310	3.794	2.229	623	3.923	1.734	5.590
Junio	4.092	1.184	4.172	3.718	2.002	802	2.785	1.151	4.884
Julio	1.635	1.466	5.727	3.665	1.443	910	2.581	915	4.157
Agosto	2.489	1.190	7.663	7.681	1.864	2.126	2.935	930	2.541
Septiembre	5.114	1.348	8.003	4.312	2.439	919	5.332	1.314	4.693
Octubre	5.866	1.463	8.296	3.855	2.127	1.017	4.029	1.097	3.948
Noviembre	1.954	635	2.856	2.060	939	800	1.629	688	2.146
Diciembre	1.323	357	2.987	2.790	1.036	806	1.361	861	2.598
TOTAL	40.704	13.642	70.490	42.430	18.669	10.145	35.050	11.053	41.164

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

3.4. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO

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

En general, los indicadores turísticos analizados referentes a 2017 son favorables y dan muestras del buen momento que está viviendo la ciudad. La mayor afluencia de visitantes ha tenido su fiel reflejo en las visitas culturales, lo que da nota de que la dimensión turística de nuestra ciudad descansa puramente sobre bases culturales.

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

El total de visitas a los principales museos y monumentos de Córdoba ascendió a 3.992.668 entradas, es decir más de 330.000 visitas más que en 2016, lo que porcentualmente se traduce en un incremento del 9,02%. La fortaleza del sector se advierte claramente en su evolución pues en 2017 vuelve a generar signos de crecimiento.

Desglosando por trimestres el más favorable ha sido el último, que experimenta un crecimiento del 14,43%. En los otros tres trimestres siguientes se mantienen los incrementos con un 1,43%, 8,52% y 11,08% respectivamente. El trimestre más numeroso en cuanto a número total de visitas ha sido el segundo con un total de 1.324.835 entradas.

La segregación entre monumentos y museos vuelve a destacar la supremacía de los primeros, que aglutinan el 86% de las entradas, frente al 14% que acaparan los segundos.

Los monumentos cordobeses han sido los principales artífices del incremento de visitas generalizado, incrementando sus niveles de afluencia en un 5,49% respecto a 2016. Los motivos principales a los que podemos achacar estos buenos resultados corresponden básicamente a todos ellos pues todos presentan incrementos en sus visitas, siendo el mayor el correspondiente a los Baños del Alcázar Califal con un 12,57% de crecimiento.

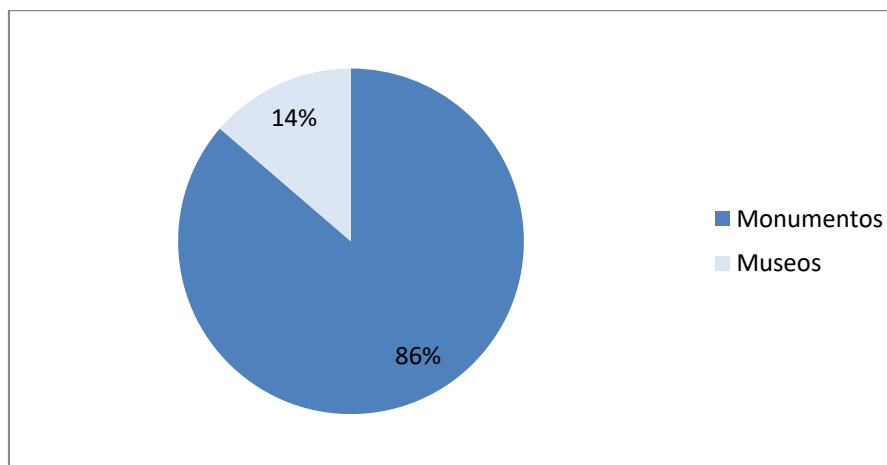
Hay que destacar el importante crecimiento recogido por los museos que se han incrementado en un 43,31% respecto al año precedente. El mayor de éstos corresponde al Museo de Bellas Arqueológico con un incremento del 167,04% seguido del Palacio de Viana con un 14,49%.

Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2017

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16
1º TRIM	109.461	6,85%	1º TRIM	44.659	-9,90%	1º TRIM	130.450	8,35%	1º TRIM	360.884	-0,76%
2º TRIM	170.956	15,51%	2º TRIM	56.042	6,25%	2º TRIM	219.850	1,78%	2º TRIM	632.097	8,43%
3º TRIM	118.206	8,88%	3º TRIM	28.459	0,16%	3º TRIM	123.050	13,61%	3º TRIM	454.157	4,86%
4º TRIM	115.122	-1,91%	4º TRIM	56.876	11,69%	4º TRIM	143.850	1,05%	4º TRIM	461.819	5,22%
TOTAL	513.745	7,84%	TOTAL	186.036	2,41%	TOTAL	617.200	5,13%	TOTAL	1.908.957	4,97%
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16
1º TRIM	21.241	5,02%	1º TRIM	22.199	7,00%	1º TRIM	5.988	-12,98%	1º TRIM	14.818	4,25%
2º TRIM	28.257	7,29%	2º TRIM	28.556	26,35%	2º TRIM	11.618	26,89%	2º TRIM	65.557	34,02%
3º TRIM	20.264	5,09%	3º TRIM	21.602	20,48%	3º TRIM	4.963	-7,22%	3º TRIM	43.988	377,25%
4º TRIM	20.399	-0,92%	4º TRIM	24.814	-0,93%	4º TRIM	10.087	16,68%	4º TRIM	106.628	653,40%
TOTAL	90.161	4,31%	TOTAL	97.171	12,57%	TOTAL	32.656	8,74%	TOTAL	230.991	167,04%
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16
1º TRIM	17.449	-1,42%	1º TRIM	5.391	4,66%	1º TRIM	26.836	2,84%	1º TRIM	13.765	-3,57%
2º TRIM	16.096	-45,89%	2º TRIM	12.233	18,20%	2º TRIM	57.143	19,04%	2º TRIM	18.936	2,09%
3º TRIM	9.288	-8,30%	3º TRIM	8.221	-5,49%	3º TRIM	22.630	15,75%	3º TRIM	7.758	-3,22%
4º TRIM	14.763	-9,50%	4º TRIM	9.477	25,01%	4º TRIM	34.985	16,53%	4º TRIM	15.600	1,30%
TOTAL	57.596	-22,05%	TOTAL	35.322	11,15%	TOTAL	141.594	14,49%	TOTAL	56.059	-0,32%
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/16		VISITAS	%var/16						
1º TRIM	5.008	-14,31%	1º TRIM	778.149	1,43%						
2º TRIM	7.494	1,42%	2º TRIM	1.324.835	8,52%						
3º TRIM	5.245	12,10%	3º TRIM	867.831	11,08%						
4º TRIM	7.433	31,28%	4º TRIM	1.021.853	14,43%						
TOTAL	25.180	6,81%	TOTAL	3.992.668	9,02%						

Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

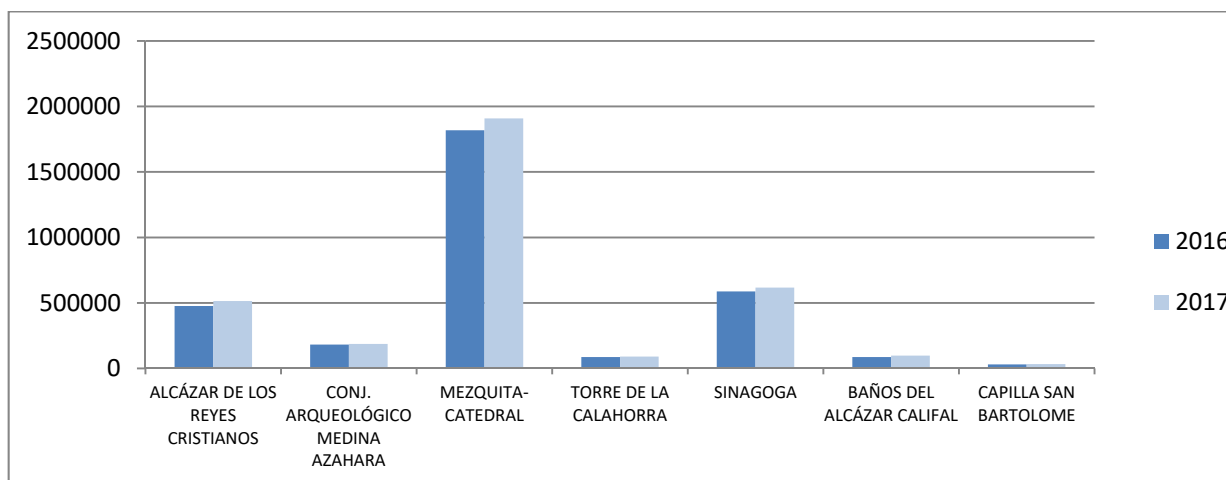
Diferenciando entre museos y monumentos, se observa que el 86% de las entradas corresponden a los monumentos y tan solo el 14% corresponde a las visitas a museos. Hay que decir que en el número de visitas a la Mezquita, Catedral están incluidas las entradas a “El Alma de Córdoba” y en el Alcázar de los Reyes Cristianos el espectáculo nocturno “Noches Mágicas en el Alcázar” que se puso de nuevo en funcionamiento en el mes de septiembre.

Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2017


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Dentro de la oferta monumental cordobesa, la Mezquita, Catedral ejerce un protagonismo destacado. En 2017 ha recibido la visita de 1.908.957 personas, lo que supone un crecimiento del 4,97% con respecto a 2016.

A la Mezquita, Catedral le siguen en importancia en cuanto al volumen de afluencia la Sinagoga, el Alcázar de los Reyes Cristianos y el Conjunto Arqueológico de Medina Azahara, todos ellos con incrementos en el conjunto total de visitas. El mayor incremento de estos últimos monumentos mencionados, es el registrado por el Alcázar de los Reyes Cristianos que ha visto crecer sus visitas en un 7,84%.

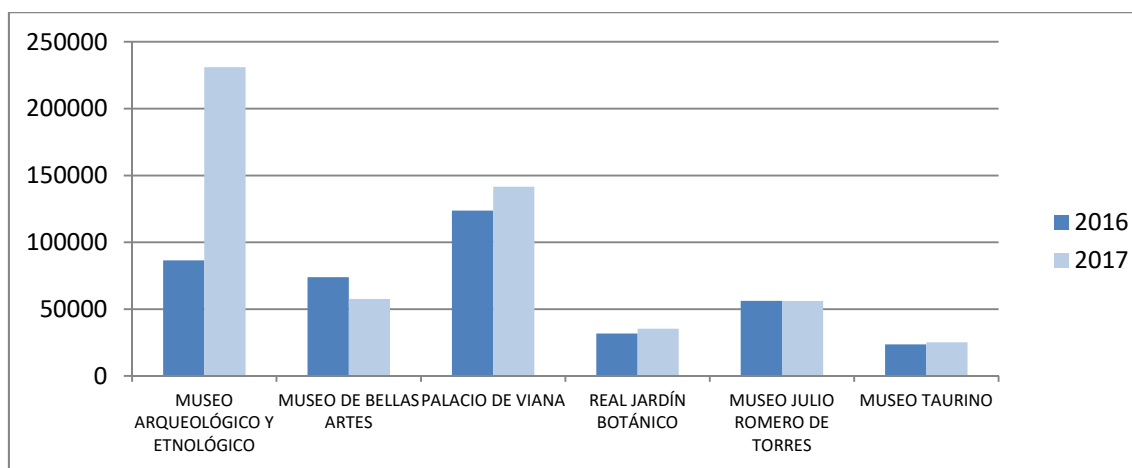
Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2016-2017


Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

El segundo apartado es el referente a los museos cordobeses, donde las cifras de afluencia, si las comparamos con las de monumentos, evidencia que el mayor peso del turismo cordobés recae sobre estos últimos. Los museos han visto crecer sus visitas durante este año en un 43,31%.

El Museo Arqueológico es el que ha registrado el mayor número de visitas, 230.991 entradas, lo que le ha supuesto un incremento del 167,04%. El Palacio de Viana también ha visto incrementadas sus visitas durante este ejercicio en un 14,49%, seguido del Real Jardín Botánico con un 11,15% de crecimiento. Por el contrario, el descenso más acusado ha sido el recogido por el Museo de Bellas Artes con un 22,05% de merma.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2016-2017



Fuente: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Mezquita, Catedral, Torre de la Calahorra, Palacio de Viana, Capilla de San Bartolomé y Real Jardín Botánico. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

4. CONGRESOS Y REUNIONES

El turismo congresual representa un sector entre los más estratégicos en el marco de la oferta turística. Una oferta congresual competitiva supone una formidable oportunidad para los agentes turísticos interesados en cambiar la propensión de los flujos turísticos a establecerse únicamente en una determinada estación del año.

Este tipo de turismo tiene muchos incentivos y mucha relevancia dentro del sector turístico porque tiene una importante virtud, la desestacionalización. Estos flujos turísticos no se concentran en épocas concretas sino que se puede realizar durante todo el año, lo que genera un importante volumen de ingresos en las ciudades en las cuales se celebra.

Las estadísticas que se exponen en este informe corresponden a las reuniones celebradas en la ciudad de Córdoba en 2017 que han sido registradas en la web

www.turismodecordoba.org. Las cifras se han obtenido de la información que proporcionan los propios organizadores de las reuniones a través de la mencionada página web y que, posteriormente, han sido exportadas a una base de datos desde la que se analiza la información.

Se debe tener en cuenta que la fiabilidad de las estadísticas se vincula a los datos ofrecidos por los organizadores de las reuniones, precisando que no todos responden detalladamente al formulario de registro del evento, por lo que la información puede resultar, en determinados casos, orientativa.

En el último año, se ha experimentado un importante descenso en la actividad MICE (23%). Según la categoría del evento, destaca el retroceso de congresos y de jornadas.

De alguna forma, este aspecto negativo se compensa con el incremento del número medio de participantes por evento, alcanzando casi 216 asistentes por reunión. En este sentido, cabe mencionar que la media nacional fue de 156 personas por evento en 2017 (estudio elaborado por Spain Convention Bureau), por lo que nos encontramos en mejores niveles que la media del país.

En términos generales, en el periodo estudiado, se han contabilizado 64 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas, en las que se han inscrito 14.023 delegados.

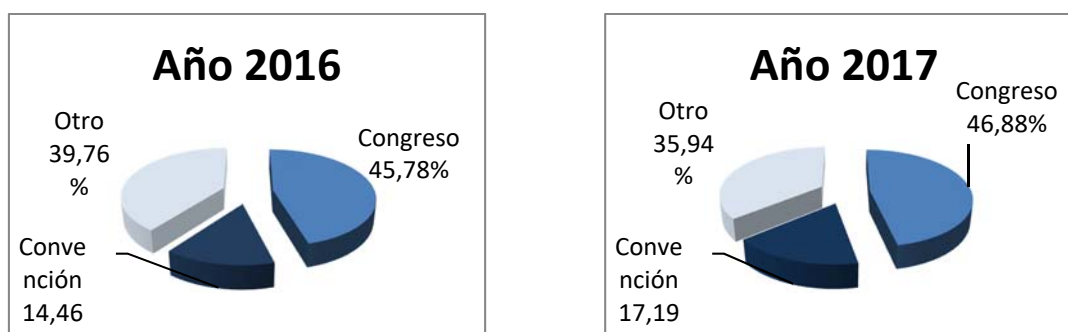
Del total de las reuniones y tal y como se muestra en la tabla siguiente, se contabilizaron 30 congresos, 11 convenciones y 23 jornadas.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2016-2017

	Reuniones celebradas en Córdoba		
	Congreso	Convención	Otro
2016	38	12	33
2017	30	11	23
Var. 17/16	-21,05%	-8,33%	-30,30%

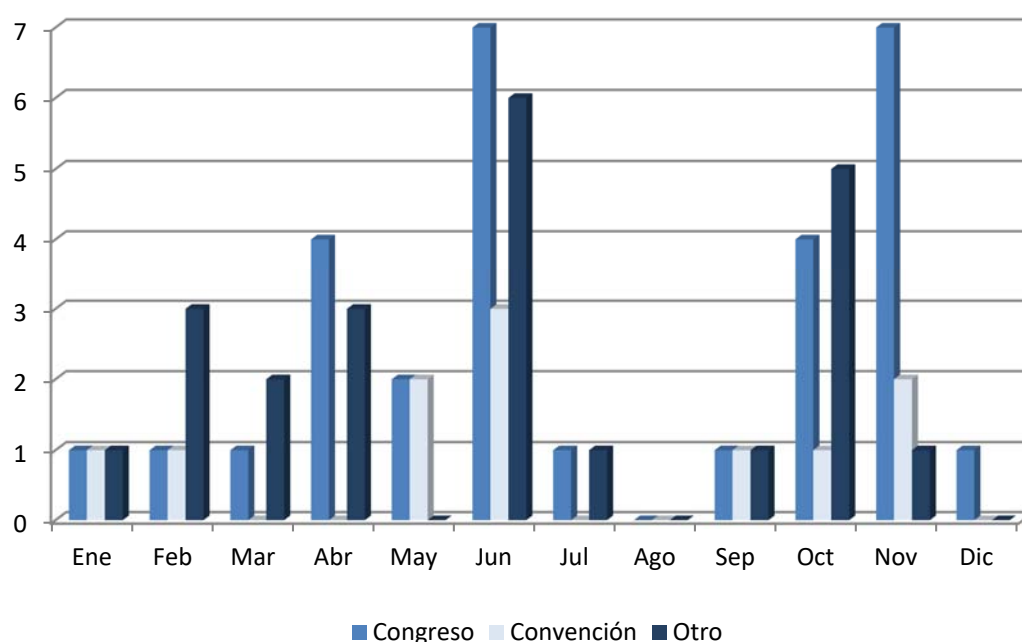
Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2016-2017



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

Aunque históricamente, éste es un sector al que afecta en menor medida la estacionalidad, en el siguiente gráfico se observa que, en el período estudiado los meses con mayor número de reuniones son junio, octubre y noviembre. Por el contrario, los meses con un menor número de reuniones son enero, febrero, marzo, julio, agosto y diciembre, que coinciden con periodos tradicionalmente de baja actividad turística y/o eminentemente festivos.

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2017


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

En cuanto al número de delegados en 2017, estos suman un total de 14.023 frente a los 15.773 del año 2016. Lo que representa un descenso del 11,09% con respecto al año anterior.

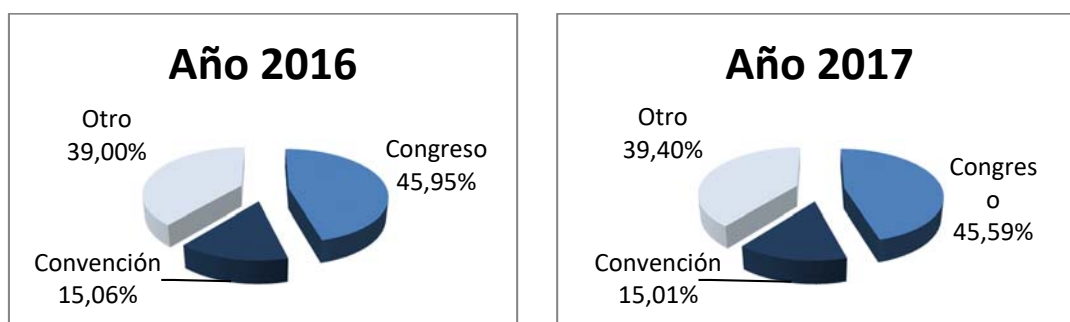
El mayor descenso lo recogen los asistentes a otras congresos con un 11,78%.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2016-2017

	Congreso	Convención	Otro
2016	7.247	2.375	6.151
2017	6.393	2.105	5.525
Var. 15/14	-11,78%	-11,37%	-10,18%

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

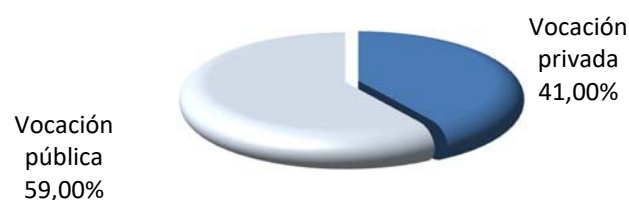
Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2016-2017



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

Las 64 reuniones respondieron a esta pregunta, obteniéndose como resultado que el 59% de las reuniones son de carácter público.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2017



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

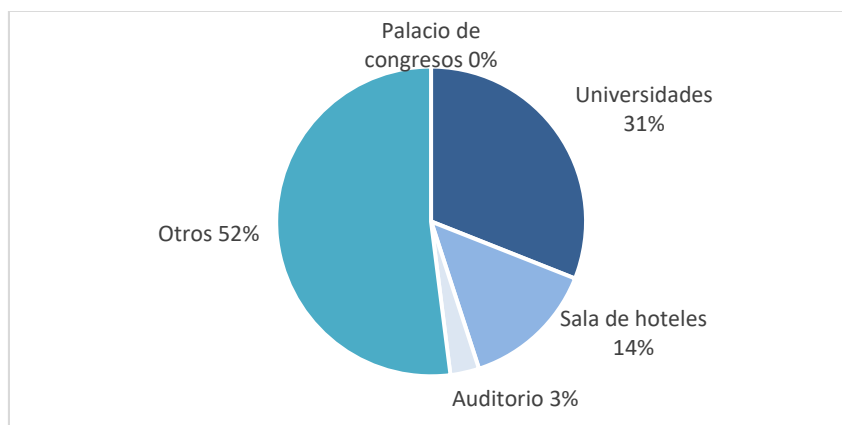
El siguiente gráfico se centra en la actividad sobre la cual versan las reuniones. Entre éstas, destacan sobremanera las pertenecientes al sector cultural, el cual aglutina un 19% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2017.

Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2016-2017

	2016	2017
Económico	13,00%	12,00%
Sanitario	19,00%	8,00%
Cultural	18,00%	19,00%
Público	9,00%	6,00%
Universidad	23,00%	14,00%
Tecnológico	1,00%	2,00%
Científico	12,00%	17,00%
Otros	5,00%	22,00%

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

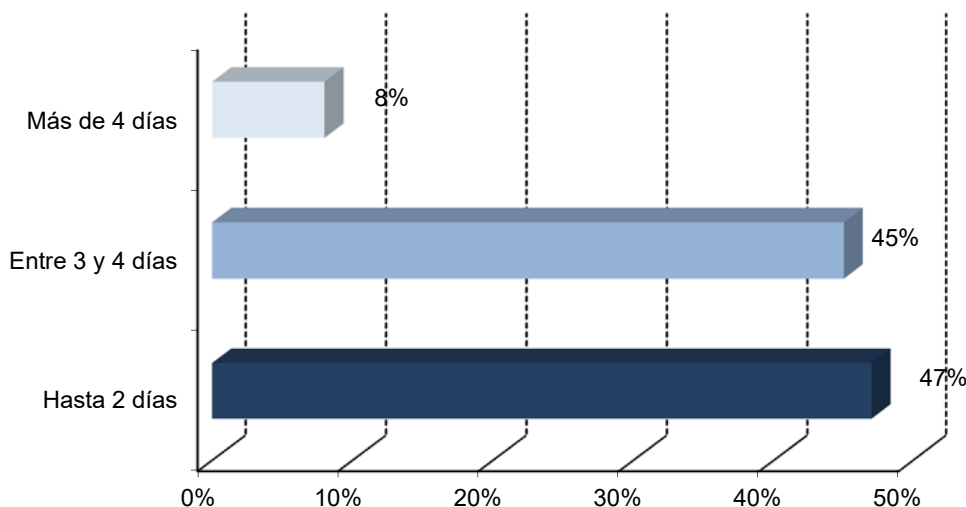
En cuanto a la sede, destaca Otros (52%), seguido de Universidades (31%) y de Salas de Hoteles (14%), que se convierten en los espacios de celebración preferidos por los organizadores.

Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2017


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

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

Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2017



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

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, de las 64 reuniones celebradas solo contestaron 7 sobre esta materia, por lo que no se puede extraer un resultado concluyente. Todos respondieron en hotel de 5 estrellas.

En cuanto al tipo de actividad complementaria, al igual que en el apartado anterior, de 64 reuniones tan sólo contestaron 11. Los resultados muestran una clara preferencia por las actividades gastronómicas (11 de 11).

5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

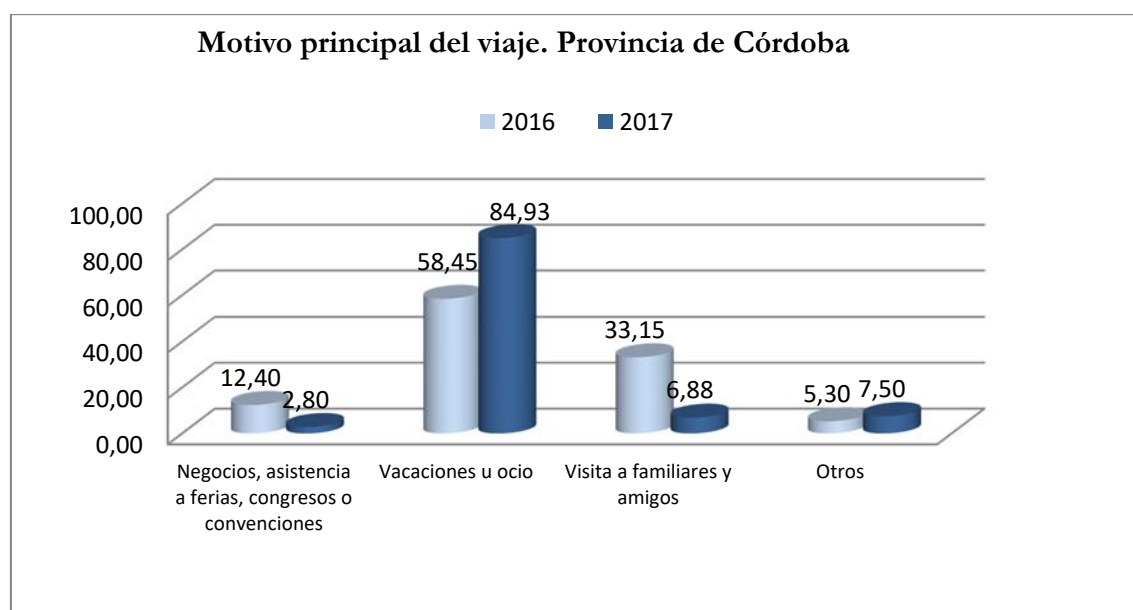
En los Boletines Trimestrales se han ido publicando los datos extraídos de la Encuesta de Coyuntura Turística que elabora la Junta de Andalucía, las cuales nos permiten seguir la evolución de la coyuntura turística a lo largo del año y concretar los caracteres del modelo turístico cordobés. Los datos aquí reflejados son relativos a la provincia de Córdoba.

Este año el principal motivo de los turistas que nos visitan ha sido el de las vacaciones u ocio representando un 84,93%, les siguen las visitas a familiares y amigos con un 6,88% de representación. Los motivos relacionados con otros motivos se recuperan en 2017 con más de un 40% de crecimiento. El mayor descenso es el producido por negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones con un 77,42% de merma.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2016-2017

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2016	2017	Var. 17/16
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	12,40	2,80	-77,42%
Vacaciones u ocio	58,45	84,93	45,30%
Visita a familiares y amigos	33,15	6,88	-79,26%
Otros	5,30	7,50	41,51%

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 2016-2017


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

El gasto medio diario que efectuado por los viajeros que visitaron la provincia durante este ejercicio fue de 62,03 euros, lo que refleja un incremento del 5,39% con respecto a un año antes.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2016-2017

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2016	2017	Var. 17/16
Euros	58,86	62,03	5,39%

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

5.2. PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS VISITANTES

El índice de percepción turística de los visitantes que han visitado la provincia durante el año 2017, se sitúa en 8,6 de promedio en una escala de 1 a 10, lo cual produce una variación positiva del 2,09% respecto a un año antes.

De todos los aspectos valorados, destacan en primer lugar por su alta puntuación el Patrimonio cultural con una calificación media de 9,15, seguida de la Atención y trato con un 9,08 y los Paisajes y Parques naturales con un 9,05. Le siguen puntuaciones superiores al 8,5 los Trenes, la Seguridad ciudadana, los Entornos urbanos, los Taxis, la Relación calidad-precio y la Información turística. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución son los Paisajes y parques naturales con un incremento del 5,54%.

Los aspectos que han obtenido la puntuación más baja han sido la Red de comunicaciones con una valoración de 7,98 y el Nivel de Tráfico con una valoración 8,10. Aun así, esta nota media de 7,98, siendo la más baja de todas las puntuaciones obtenidas, es una media muy buena.

Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2016-2017

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2016	2017	Var. 17/16
Alojamiento	8,40	8,35	-0,60%
Restauración	8,30	8,50	2,41%
Ocio-diversión	8,13	8,50	4,62%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,03	8,25	2,80%
Trenes	8,70	8,93	2,59%
Taxis	8,60	8,70	1,16%
Alquiler de coches	8,50	8,33	-1,96%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	8,58	9,05	5,54%
Entornos urbanos	8,43	8,85	5,04%
Seguridad Ciudadana	8,65	8,90	2,89%
Asistencia sanitaria	8,43	8,15	-3,36%
Atención y trato	8,95	9,08	1,40%
Relación precio/servicio	8,38	8,68	3,58%
Red de comunicaciones	7,98	7,98	0,00%
Limpieza	8,20	8,38	2,13%
Nivel de tráfico	7,95	8,10	1,89%
Señalización turística	7,93	8,08	1,89%
Información turística	8,45	8,55	1,18%
Patrimonio cultural	8,95	9,15	2,23%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	8,4	8,6	2,09%

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

6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES

En este último apartado del Informe, se pretende hacer una comparativa entre las principales ciudades turísticas del panorama nacional, entre las que se incluye Córdoba, con el propósito de obtener conclusiones que nos ayuden a posicionar el turismo cordobés respecto al resto de destinos.

Los destinos turísticos han sido seleccionados en función de su similitud con Córdoba, es decir, se han escogido las ciudades en las que el turismo cultural también tiene una

acentuada importancia. Los datos se han recogido de la Encuesta de Ocupación Hotelera que nos ofrece el Instituto Nacional de Estadística.

Para hacer estas comparaciones entre los puntos turísticos, son seleccionados unos indicadores correspondientes tanto a la oferta como a la demanda. Entre dichas comparaciones analizaremos el número de viajeros y pernoctaciones efectuadas en los establecimientos hoteleros, el grado de ocupación por plazas y la estancia media.

Aparte de estos indicadores, y por el lado de la oferta hotelera, se estudiará el número de establecimientos abiertos, el personal empleado y las plazas estimadas por el INE, datos que podrán presentar diferencias respecto a los suministrados por la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

Con el objeto de conocer de forma amplia y a la vez detallada la evolución turística de la ciudad, la situación actual y las perspectivas futuras que presenta Córdoba, el periodo analizado hace referencia a los cinco últimos años.

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

Un año más Córdoba ocupa la octava posición en el ranking de viajeros alojados dentro de las 17 ciudades españolas analizadas. Mantiene la misma posición respecto a 2016. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Murcia y Ávila quienes reciben el menor número de viajeros.

Haciendo un análisis más pormenorizado se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un crecimiento del 2,46%, situándose por encima de Ciudades Turísticas tan importantes como Salamanca, Bilbao, Santiago de Compostela, Toledo...

Por otro lado, el crecimiento de la ciudad en el período 2013-2017 ha sido del 22,87%. La ciudad que más ha crecido en estos años ha sido Santiago de Compostela (48,26%) seguida en nivel de crecimiento por Zaragoza (44,55%).

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	MADRID	7.520.834	8.365.637	8.885.972	9.035.265	9.321.708	3,17%	23,95%
2	BARCELONA	6.563.285	6.706.965	7.095.485	7.492.622	7.681.692	2,52%	17,04%
3	SEVILLA	1.917.223	2.088.862	2.308.941	2.528.636	2.615.133	3,42%	36,40%
4	VALENCIA	1.551.595	1.622.747	1.733.717	1.746.589	1.795.061	2,78%	15,69%
5	GRANADA	1.543.350	1.646.024	1.696.201	1.832.478	1.785.000	-2,59%	15,66%
6	MÁLAGA	966.290	1.038.092	1.105.832	1.175.787	1.317.622	12,06%	36,36%
7	ZARAGOZA	774.730	861.324	918.860	1.048.545	1.119.888	6,80%	44,55%
8	CÓRDOBA	824.098	899.869	953.934	988.255	1.012.580	2,46%	22,87%
9	BILBAO	767.228	780.933	831.453	891.263	929.033	4,24%	21,09%
10	SANTIAGO C.	576.534	624.317	742.523	823.333	854.752	3,82%	48,26%
11	SALAMANCA	615.533	588.773	655.974	668.982	685.595	2,48%	11,38%
12	SAN SEBASTIAN	531.560	543.954	578.205	624.448	648.401	3,84%	21,98%
13	TOLEDO	491.362	593.834	562.473	590.603	618.387	4,70%	25,85%
14	BURGOS	393.929	408.536	438.144	484.023	491.644	1,57%	24,81%
15	VALLADOLID	344.646	362.926	380.657	416.608	459.196	10,22%	33,24%
16	MURCIA	348.148	368.436	357.569	426.721	455.393	6,72%	30,80%
17	ÁVILA	212.831	223.591	277.279	264.450	306.666	15,96%	44,09%

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

Con respecto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba mantiene la misma posición obtenida en 2015 y 2016, ocupando el noveno lugar superando ya los 1,5 millones de pernoctas. Santiago y San Sebastián se sitúan en valores cercanos, con un volumen de pernoctaciones entre las 1,3 y 1,2 millones de pernoctaciones. Tan solo Barcelona y Madrid superan los 19 millones de pernoctaciones y ocupan las primeras posiciones y Burgos y Ávila, son las ciudades que registran los valores inferiores.

El mayor incremento lo recoge Ávila con un crecimiento del 12,99% respecto a 2016, seguido de Valladolid con un incremento del 11,80%. Por el contrario el menor incremento lo refleja Barcelona con un 0,88%.

Haciendo una comparativa con los últimos cinco años, las ciudades que reflejan una mejor evolución son Zaragoza (44,30%), Sevilla (40,68%), Ávila (39,42%) y Murcia (37,19%). El incremento más moderado en cuanto al número de pernoctaciones es el registrado por Salamanca (15,66%).

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	BARCELONA	16.630.808	17.474.461	18.495.817	19.558.812	19.731.885	0,88%	18,65%
2	MADRID	14.848.661	16.487.215	17.816.369	18.007.896	19.235.860	6,82%	29,55%
3	SEVILLA	3.718.394	3.966.257	4.608.510	4.970.326	5.230.894	5,24%	40,68%
4	VALENCIA	3.220.899	3.340.989	3.591.847	3.868.147	4.023.275	4,01%	24,91%
5	GRANADA	2.799.944	3.014.011	3.150.676	3.289.010	3.258.202	-0,94%	16,37%
6	MÁLAGA	1.980.786	2.139.976	2.261.895	2.377.001	2.493.836	4,92%	25,90%
7	ZARAGOZA	1.274.963	1.421.574	1.535.249	1.742.437	1.839.736	5,58%	44,30%
8	BILBAO	1.406.899	1.478.867	1.588.889	1.627.192	1.750.619	7,59%	24,43%
9	CÓRDOBA	1.291.003	1.392.844	1.537.269	1.589.541	1.616.706	1,71%	25,23%
10	SANTIAGO C.	1.100.509	1.165.432	1.279.186	1.373.361	1.463.631	6,57%	33,00%
11	SAN SEBASTIÁN	1.070.409	1.087.929	1.181.933	1.246.680	1.313.563	5,36%	22,72%
12	SALAMANCA	953.502	970.594	1.057.748	1.074.619	1.102.811	2,62%	15,66%
13	TOLEDO	738.586	900.128	844.699	906.440	918.732	1,36%	24,39%
14	VALLADOLID	572.340	617.761	659.207	700.698	783.387	11,80%	36,87%
15	MURCIA	545.750	574.416	577.262	687.896	748.740	8,84%	37,19%
16	BURGOS	587.897	588.434	653.177	722.637	732.324	1,34%	24,57%
17	ÁVILA	320.072	326.898	348.610	394.929	446.236	12,99%	39,42%

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 se mantiene en la misma posición con respecto al año anterior, ocupando la séptima plaza, con una ocupación hotelera del 60,51 por ciento, esto ha supuesto un incremento de un 0,82% respecto a 2016. La ciudad de Barcelona es la que ocupa la primera posición con el 68,61%.

El mayor incremento ha sido registrado por Valladolid con un 10,76% y los únicos descensos los han recogido Salamanca con un 1,32%, Barcelona con un 1,10% y San Sebastián con un 0,21%.

En la evolución experimentada por estas ciudades en el último lustro, Córdoba ha registrado un incremento del 16,25%, siendo los mayores incrementos los registrados por Zaragoza y Murcia con un 43,43% y 35,83% respectivamente.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	BARCELONA	63,8	64,80	67,29	69,37	68,61	-1,10%	7,54%
2	MÁLAGA	55,88	59,94	62,94	64,89	66,22	2,05%	18,50%
3	SEVILLA	52,06	55,85	59,83	62,41	65,38	4,76%	25,59%
4	GRANADA	55,94	58,26	60,90	62,71	63,38	1,07%	13,30%
5	MADRID	49,81	55,41	59,99	60,17	62,73	4,25%	25,94%
6	SAN SEBASTIAN	60,43	59,76	61,84	62,80	62,67	-0,21%	3,71%
7	CÓRDOBA	52,05	56,18	59,17	60,02	60,51	0,82%	16,25%
8	BILBAO	53,45	54,51	58,10	58,05	60,19	3,69%	12,61%
9	VALENCIA	50,73	51,96	54,59	56,77	59,04	4,00%	16,38%
10	TOLEDO	44,54	54,21	50,88	55,42	57,27	3,34%	28,58%
11	VALLADOLID	39,73	43,44	46,14	48,50	53,72	10,76%	35,21%
12	SANTIAGO C.	40,66	40,97	44,56	47,37	52,30	10,41%	28,63%
13	SALAMANCA	46,08	48,17	50,68	52,99	52,29	-1,32%	13,48%
14	BURGOS	42,72	42,44	47,53	50,64	52,19	3,06%	22,17%
15	ZARAGOZA	33,71	38,53	43,60	47,52	48,35	1,75%	43,43%
16	MURCIA	33,41	35,86	38,25	42,53	45,38	6,70%	35,83%
17	ÁVILA	32,98	34,22	43,86	40,15	43,91	9,36%	33,14%

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

En el análisis de la estancia media Córdoba baja una posición, situándose en decimocuarta posición del ranking de las ciudades analizadas con respecto a 2016.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,6 noches. Barcelona sigue encabezando la lista con una estancia media de 2,56 noches, seguida de Valencia, Madrid y Sevilla que también superan las 2 noches de estancia.

La estancia media en Córdoba refleja un descenso del 0,62%. El mayor incremento lo ha recogido Bilbao (3,87%) y el mayor descenso lo ha registrado Málaga (-5,97%).

Haciendo la comparación con 2013, Córdoba refleja un incremento del 1,91%. La ciudad que más ha acusado el descenso ha sido Santiago con 9,42%.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	BARCELONA	2,53	2,58	2,59	2,60	2,56	-1,54%	1,19%
2	VALENCIA	2,08	2,04	2,05	2,20	2,22	0,91%	6,73%
3	MADRID	1,97	1,97	2,00	1,99	2,06	3,52%	4,57%
4	SEVILLA	1,94	1,94	1,99	1,96	2,00	2,04%	3,09%
5	SAN SEBASTIAN	2,01	1,95	2,00	1,96	1,99	1,53%	-1,00%
6	MÁLAGA	2,05	2,05	2,03	2,01	1,89	-5,97%	-7,80%
7	BILBAO	1,83	1,87	1,89	1,81	1,88	3,87%	2,73%
8	GRANADA	1,81	1,83	1,86	1,80	1,83	1,67%	1,10%
9	SANTIAGO C.	1,91	1,91	1,78	1,69	1,73	2,37%	-9,42%
10	VALLADOLID	1,66	1,70	1,74	1,69	1,71	1,18%	3,01%
11	ZARAGOZA	1,65	1,65	1,67	1,66	1,64	-1,20%	-0,61%
11	MURCIA	1,57	1,56	1,61	1,61	1,64	1,86%	4,46%
13	SALAMANCA	1,55	1,66	1,63	1,63	1,63	0,00%	5,16%
14	CÓRDOBA	1,57	1,55	1,61	1,61	1,6	-0,62%	1,91%
15	BURGOS	1,49	1,47	1,51	1,52	1,52	0,00%	2,01%
16	TOLEDO	1,5	1,51	1,50	1,53	1,49	-2,61%	-0,67%
17	ÁVILA	1,5	1,46	1,54	1,51	1,46	-3,31%	-2,67%

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

Una vez analizada la demanda hotelera, y para concluir con la comparativa de Córdoba respecto a otros destinos turísticos, hay que estudiar la oferta hotelera con la que cuenta nuestra ciudad. Los indicadores a analizar son: personal empleado, número de establecimientos abiertos y plazas hoteleras ofertadas.

El primer indicador objeto de estudio es el personal empleado en el sector turístico. El personal empleado en el sector, es un indicador muy tenido en cuenta a la hora de analizar la oferta hotelera, y en él se incluye tanto el personal remunerado como los que no lo están y que con su trabajo, aunque éste se desarrolle fuera de los establecimientos hoteleros, contribuyen a la producción de bienes y servicios en los establecimientos dedicados a dicha finalidad.

Córdoba muestra un incremento en sus cifras con un total de 938 empleados. La ciudad sube un escalón respecto a 2016 y se sitúa en el octavo lugar.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, Córdoba registra un incremento del 0,75% respecto al año anterior. El mayor incremento de las ciudades analizadas lo refleja Murcia con un 8,13%. En el caso opuesto, los descensos más acusados corresponden a Santiago de Compostela y Valladolid

Si tomamos como referencia el año 2013, la ciudad registra un crecimiento del 16,67%. De las ciudades que muestran signos de crecimiento en este período, el mayor corresponde a Sevilla con un 21,29%.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	BARCELONA	11.882	12.165	12.570	12.904	13.704	6,20%	15,33%
2	MADRID	11.498	11.196	10.948	11.189	11.917	6,51%	3,64%
3	SEVILLA	2.856	2.941	3.307	3.379	3.464	2,52%	21,29%
4	VALENCIA	1.970	2.010	1.956	2.100	2.208	5,14%	12,08%
5	GRANADA	1.536	1.558	1.620	1.681	1.673	-0,48%	8,92%
6	MÁLAGA	1.156	1.220	1.242	1.297	1.392	7,32%	20,42%
7	BILBAO	1.171	1.142	1.129	1.071	1.101	2,80%	-5,98%
8	CÓRDOBA	804	860	901	931	938	0,75%	16,67%
9	SANTIAGO C.	894	894	936	961	935	-2,71%	4,59%
10	SAN SEBASTIAN	856	875	874	887	932	5,07%	8,88%
11	ZARAGOZA	962	894	831	798	790	-1,00%	-17,88%
12	SALAMANCA	598	584	612	626	651	3,99%	8,86%
13	TOLEDO	475	486	502	542	546	0,74%	14,95%
14	VALLADOLID	546	525	542	558	543	-2,69%	-0,55%
15	MURCIA	411	388	390	406	439	8,13%	6,81%
16	BURGOS	400	408	413	421	416	-1,19%	4,00%
17	ÁVILA	368	377	378	348	361	3,74%	-1,90%

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

La otra vertiente de estudio hace referencia a la oferta hotelera cordobesa. Según la estimación del INE, la oferta hotelera de la ciudad de Córdoba ha incrementado en 5 establecimientos durante el ejercicio 2017. El número de establecimientos que indica el INE no coincide con el facilitado por la Junta de Andalucía.

En la siguiente tabla se refleja la clasificación en función del número de establecimientos abiertos, en el que la ciudad ocupa la posición número 9, asciende una posición respecto al año anterior, con un total de 92 establecimientos abiertos.

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

Haciendo comparativa cinco años atrás, Córdoba ha obtenido un crecimiento del 12,20%. La ciudad que refleja un mayor crecimiento en cuanto al número de establecimientos abiertos es San Sebastián con un 32,41% de incremento, siendo Málaga la ciudad que ha reflejado el mayor descenso.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	MADRID	873	849	787	744	788	5,91%	-9,74%
2	BARCELONA	543	579	615	659	662	0,46%	21,92%
3	SEVILLA	196	192	210	217	212	-2,30%	8,16%
4	GRANADA	147	159	162	162	169	4,32%	14,97%
5	SANTIAGO C.	147	153	160	159	156	-1,89%	6,12%
6	VALENCIA	130	128	133	140	143	2,14%	10,00%
6	SAN SEBASTIÁN	108	112	112	126	143	13,49%	32,41%
8	MÁLAGA	115	113	103	99	95	-4,04%	-17,39%
9	CÓRDOBA	82	82	80	87	92	5,75%	12,20%
10	SALAMANCA	90	87	88	91	90	-1,10%	0,00%
11	ZARAGOZA	97	91	91	85	89	4,71%	-8,25%
12	BILBAO	68	69	70	70	73	4,29%	7,35%
13	TOLEDO	66	65	67	63	63	0,00%	-4,55%
14	BURGOS	55	58	55	61	56	-8,20%	1,82%
15	VALLADOLID	42	43	40	39	40	2,56%	-4,76%
16	ÁVILA	38	37	37	37	39	5,41%	2,63%
17	MURCIA	34	32	31	32	33	3,13%	-2,94%

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

El último indicador que vamos a analizar es el número de plazas hoteleras, en el que la ciudad, se mantiene igual que el año anterior en la décima posición con 7.193 plazas. Las primeras posiciones de este ranking vuelven a ser para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Burgos y Ávila.

El crecimiento que ha experimentado Córdoba durante 2017 ha sido del 1,31%. Los mayores incrementos los han registrado San Sebastián, Zaragoza y Bilbao. El descenso más acusado lo ha recogido Santiago de Compostela con un 3,10%.

La evolución de la ciudad en los últimos cinco años refleja un crecimiento del 7,94%, destaca San Sebastián al reflejar el mayor crecimiento de las 17 ciudades analizadas con un 17,59%, seguido de Barcelona (10,43%), Bilbao (10%) y Sevilla (9,47%).

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2013-2017

		2013	2014	2015	2016	2017	Var. 17/16	Var. 17/13
1	MADRID	81.239	81.092	80.659	81.003	83.217	2,73%	2,43%
2	BARCELONA	70.433	73.122	74.272	75.954	77.782	2,41%	10,43%
3	SEVILLA	19.730	19.668	20.792	21.436	21.599	0,76%	9,47%
4	VALENCIA	17.143	17.313	17.596	18.260	18.258	-0,01%	6,50%
5	GRANADA	13.512	13.953	13.970	14.111	13.895	-1,53%	2,83%
6	ZARAGOZA	10.302	10.050	9.566	9.928	10.330	4,05%	0,27%
7	MÁLAGA	9.598	9.677	9.686	9.880	10.188	3,12%	6,15%
8	BILBAO	7.119	7.344	7.393	7.549	7.831	3,74%	10,00%
9	SANTIAGO C.	7.324	7.517	7.533	7.573	7.338	-3,10%	0,19%
10	CÓRDOBA	6.664	6.760	6.907	7.100	7.193	1,31%	7,94%
11	SALAMANCA	5.594	5.485	5.639	5.476	5.673	3,60%	1,41%
12	SAN SEBASTIAN	4.747	4.825	5.060	5.283	5.582	5,66%	17,59%
13	MURCIA	4.463	4.385	4.119	4.395	4.506	2,53%	0,96%
14	TOLEDO	4.474	4.452	4.456	4.371	4.310	-1,40%	-3,67%
15	VALLADOLID	3.903	3.872	3.869	3.889	3.922	0,85%	0,49%
16	BURGOS	3.727	3.757	3.700	3.823	3.745	-2,04%	0,48%
17	ÁVILA	2.634	2.603	2.628	2.648	2.743	3,59%	4,14%

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

