



INFORME 2021

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Principales noticias año 2021	3
1.2. Avance noticias año 2022	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	24
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	27
3.3.1. Mercados emisores nacionales	27
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	28
3.4. Visitas a centros de interés turístico	31
4. Congresos y reuniones	34
5. Encuesta de Coyuntura Turística	40
5.1. Motivación principal del viaje	40
5.2. Percepción turística de los visitantes	41
6. Comparativa con otros destinos culturales	42

1. INTRODUCCIÓN

Con la edición de este Informe Anual se pone fin al análisis que el Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba ha desarrollado durante el ejercicio 2021, siendo esta su 21 edición. El Observatorio es un instrumento fundamental a la hora de diagnosticar y poner en marcha medidas sobre la actividad turística de la ciudad, siendo un referente para el sector turístico de la ciudad, un documento de referencia actualizada para los profesionales del sector y a la vez un informe turístico estratégico para las instituciones públicas y privadas.

El sector turístico, lamentablemente, sufrió importantes pérdidas a nivel global durante el año 2020. Sin embargo, nuestra ciudad, lejos de resignarse a perder su posicionamiento en el mercado turístico continuó con su estrategia turística con el objetivo de fortalecer la vida turística de Córdoba y dejar atrás las cifras de 2020.

Este trabajo aporta datos que informan claramente sobre la realidad turística en la que se encuentra nuestra ciudad, pero a la vez tiene un importante valor complementario como es el de ofrecer una visión real y exhaustiva que nos ayudará a desarrollar estrategias necesarias para avanzar y contribuir al eficaz desarrollo del sector.

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

La demanda hotelera nos deja un crecimiento del 67,14% al contabilizar un total de 492.903 viajeros alojados en establecimientos hoteleros.

Este incremento de los niveles de afluencia ha tenido también su reflejo en las pernoctaciones, que han crecido en una cuantía muy similar al indicador anterior, un 67,60%. En total, se han computado en la ciudad 841.600 pernoctaciones.

Respecto a la procedencia sigue siendo predominante el número de viajeros españoles sobre los extranjeros, suponiendo los primeros el 72,79% de los visitantes y los segundos el 27,21%. Los visitantes nacionales han incrementado en un 72,59% mientras que los extranjeros lo han hecho en un porcentaje inferior 54,13% de crecimiento. Por su parte las pernoctaciones nacionales muestran un 74,81% de crecimiento y las extranjeras un incremento del 50,67%.

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, Santiago de Compostela, Toledo,...

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2021

Las cifras que se han detallado reflejan el estado de la situación turística actual, a continuación, vamos a recoger algunos de los eventos que durante este año han contribuido al desarrollo del sector turístico de la ciudad.

Córdoba acude con stand propio a “FITUR 2021”

Córdoba acudió este año a FITUR con un stand propio caracterizado por su diseño minimalista y su buena ubicación. Un espacio diáfano de 80 metros cuadrados con una gran pantalla que emitía de forma constante imágenes de la ciudad.

Más allá de la gran pantalla, una esquina del mismo, simbolizaba los Patios de Córdoba con un decorado de macetas, geranios y gitanillas, así como una reja floreada que rápidamente se convirtió en uno de los photo call más fotografiados por los visitantes.

El stand también estaba pensado para reuniones profesionales, así durante la celebración de la feria se atendieron numerosas citas tanto por técnicos municipales como por empresarios del sector turístico cordobés.

Rodaje largometraje “Polar”

Durante el mes de agosto Córdoba se convirtió en un plató de rodaje del largometraje “Polar”, con la cordobesa Macarena Gómez como productora y actriz principal.

El rodaje tuvo lugar en localizaciones cordobesas como el Alcázar de los Reyes Cristianos, las Caballerizas Reales, la Plaza del Potro, Puente Romano, las calles Judíos o Torrijos entre otras.

Desde el Instituto Municipal de Turismo, a través de la Córdoba Film Office se trabaja para atraer proyectos cinematográficos a la ciudad. Para ello se está promocionando Córdoba como espacio escénico a nivel nacional e internacional. En esta línea cabe destacar el acuerdo con la Andalucía Film Commission y la adhesión a la Red de Ciudades de Cine de Andalucía, que agrupa a municipios andaluces para lograr atraer a la industria cinematográfica y todos los beneficios que reporta su desarrollo.

Campeonato de España de Caballos Árabes y Raid Internacional

Córdoba y el caballo de pura raza árabe volvieron a cabalgar juntos, por segundo año consecutivo, en el XLI Campeonato de España de Caballos Árabes.

Durante los días 15, 16 y 17 de octubre, se celebró en los Jardines del Alcázar de Córdoba una nueva edición de este campeonato Nacional que es, sin duda alguna, el principal evento monográfico del caballo de pura raza árabe en España.

La Asociación Nacional de Criadores de Caballos Árabes (AECCA) fue la organizadora del campeonato en colaboración con el Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

En esas fechas se dieron cita en Córdoba las mejores ganaderías y ejemplares del país en un lugar único como es el que representan estos jardines del Alcázar ubicados precisamente en el mismo lugar que ocupó la residencia de los emires y califas de Córdoba en Al-Andalus.

1.000 años después de que lo hicieran los célebres caballos de los Omeyas, estos extraordinarios jardines situados entre la Mezquita-Catedral y el Río Guadalquivir, volvieron a ser testigos de la exultante belleza del caballo de pura raza árabe en Córdoba, única ciudad del mundo con cuatro Patrimonios de la Humanidad.

‘Xtreme Challenge’ Córdoba

‘Xtreme Challenge’ es uno de los eventos de mototurismo más importantes de España que este año se celebró en Córdoba en el mes de noviembre.

Más de 750 motoristas se reunieron en la capital para disfrutar de actividades como la exposición de productos de las marcas del sector y concesionarios de la zona, pruebas de motos y ponencias por parte de diferentes personalidades destacadas en el mundo del motociclismo.

El segundo día del evento tuvo lugar la ruta ‘Xtreme Challenge’, una "ruta mototurística" con un recorrido secreto, en función de los kilómetros, no competitiva ni deportiva para todo tipo de motos y niveles de conducción, lo que hizo posible la participación de todo motorista y cuyo objetivo principal "es vivir una experiencia única llena de lugares mágicos.

La ruta estuvo dividida en Rookie, con 350 kilómetros; Pro, con 500; y Ultra Xtreme, con más de 600 kilómetros. Para los más aventureros también se incluyó la opción trail.

Primera Gala del Día Mundial del Turismo

Coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, el día 27 de septiembre se celebró en el Alcázar de los Reyes Cristianos la Primera Gala del Turismo bajo el lema “*Turismo para un crecimiento inclusivo*”. En el acto, conducido por Helena Kaïttani se reconoció la labor de numerosos colectivos del sector turístico.

En esta primera edición los premios se han concedido a las asociaciones turísticas de la ciudad: Hostecor, Aehcor, Córdoba Apetece, Artesanos de Córdoba, Agencias de Viajes, Organizadores de Congresos, Amigos de los Patios Cordobeses, Claveles y Gitanillas, Asociación de Guías, Comerciantes de la Judería, Rejas y Balcones, Patios del Alcázar Viejo, Fundación Viana, Córdoba Ecuestre, Cabildo Catedralicio y el empresario Javier Campos que intervino en representación de todos los galardonados.

La Gala que contó con la actuación de Manuel Moreno Maya “El Pele”, congregó un gran número de asistentes.

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2022

Asistencia a la Feria de Turismo de Lisboa (BTL)

El Instituto Municipal de Turismo (Imtur) de Córdoba estará presente en la Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) en el mes de marzo, una asistencia que forma parte del Plan de Acción de 2022 y que se enmarca en la estrategia de promoción en mercados de cercanía, "prioritaria desde que comenzó la pandemia del Covid-19".

La riqueza patrimonial de la ciudad, la Semana Santa, el turismo de naturaleza, los Patios, Flora, la oferta asociada al segmento ecuestre o el turismo de reuniones son algunos de los reclamos con los que Córdoba acudirá a la feria de la capital portuguesa, que vuelve a celebrarse tras dos años de parón por la pandemia.

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

El Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones abrirá en 2022 sus puertas tras una inversión global de 17 millones de euros y con el reto de ser útil a la ciudad y albergar tanto eventos de gran formato, como congresos y exposiciones, como espectáculos y conciertos. Con una capacidad aproximada de 4.000 personas, el CEFC es un edificio versátil de unos 15.000 metros de superficie, que pueden distribuirse en hasta 12 salas con paneles adaptables y con combinaciones de hasta 17 formas distintas o bien puede quedarse completamente diáfano.

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

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

Nuevo Espectáculo nocturno en el Alcázar de los Reyes Cristianos

El nuevo espectáculo "Naturaleza encendida: raíces", cuya inauguración está prevista para finales del año 2022, será una experiencia inmersiva, novedosa y conceptual, en la línea de otros espectáculos que se desarrollan en algunos de los jardines más visitados de España.

Constará de cinco experiencias diferentes en cinco puntos diferenciados de los Jardines del Alcázar, inspiradas en los patrimonios de Córdoba e iconos culturales.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

La capacidad hotelera de un destino guarda correlación con la afluencia de viajeros. Disponer de una infraestructura amplia, variada y competitiva es el objetivo prioritario de cualquier destino.

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

Profundizando en la capacidad hotelera de Córdoba, ésta se ha incrementado en dos establecimientos durante este ejercicio, dejando la infraestructura hotelera de la capital formada por 109 establecimientos, de los cuales 62 son hoteles y 47 son pensiones.

Como se observa en la tabla, la evolución del número de hoteles con respecto al año anterior se ha dejado sentir al abrirse 2 nuevos establecimientos, lo cual refleja un crecimiento del 1,87%. Con respecto al número de plazas, debido a lo anterior, el incremento global es del 2,23%.

Ampliando la dimensión temporal del análisis a una década, se desprende del cómputo total de establecimientos que su cifra se ha incrementado un 13,54%, lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 14,72%

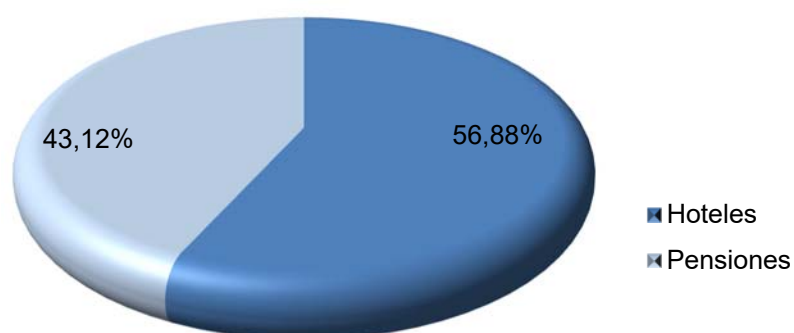
En resumen podemos decir que la infraestructura hotelera cordobesa, con sus 109 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 7.421 personas, de las cuales 6.198 pueden hacerlo en hoteles y 1.223 en establecimientos de menos categoría, es decir, el 83,52% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 16,48% restante a pensiones.

Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 2008-2021

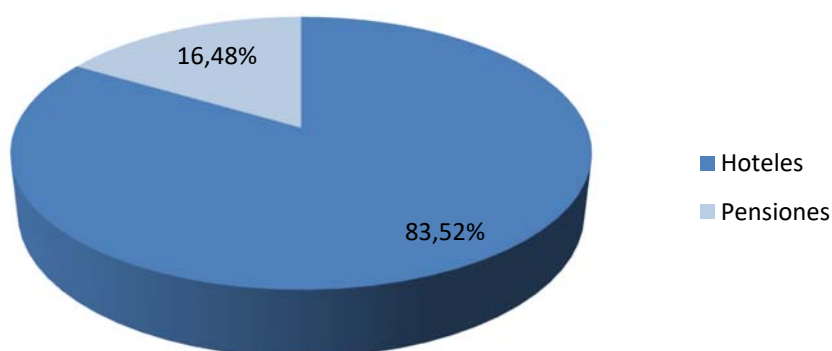
	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
2008	41	25	66	4252	566	4818
2009	44	31	75	4558	692	5250
2010	53	36	89	5391	877	6268
2011	55	41	96	5458	1011	6469
2012	53	41	94	5346	1011	6357
2013	53	39	92	5346	926	6272
2014	56	39	95	5423	926	6349
2015	55	42	97	5328	1029	6357
2016	55	42	97	5484	1093	6577
2017	55	44	99	5683	1196	6879
2018	58	45	103	5868	1181	7049
2019	61	45	106	6053	1191	7244
2020	61	46	107	6050	1209	7259
2021	62	47	109	6198	1223	7421
Var. 21/11	12,73%	14,63%	13,54%	13,56%	20,97%	14,72%
Var. 21/20	1,64%	2,17%	1,87%	2,45%	1,16%	2,23%

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

En el siguiente gráfico se observa como en 2021 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 56,88% frente al 43,21% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (83,52%) que en las pensiones (16,48%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2021


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 2021


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

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

La evolución de los establecimientos hoteleros por categorías muestra variaciones tan solo en los hoteles de 4 estrellas, que han incrementado su cifra en un establecimiento con la apertura de un nuevo hotel. Por su parte las pensiones, se incrementan las de menor categoría con un nuevo establecimiento.

Como en años anteriores siguen siendo los hoteles de dos estrellas los más numerosos con un total de 21 establecimientos, seguidos por los hoteles de cuatro estrellas con 19 establecimientos.

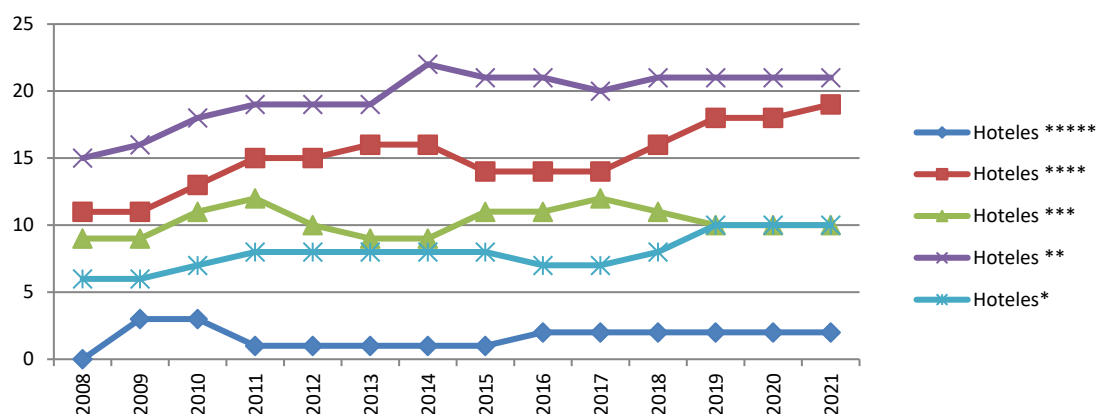
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 42 establecimientos, incrementándose en una respecto al año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 2008-2021

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2018	2	16	11	21	8	5	40
2019	2	18	10	21	10	5	40
2020	2	18	10	21	10	5	41
2021	2	19	10	21	10	5	42
Var. 2021/11	100,00%	26,67%	-16,67%	10,53%	25,00%	-50,00%	35,48%
Var. 21/20	0,00%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,44%

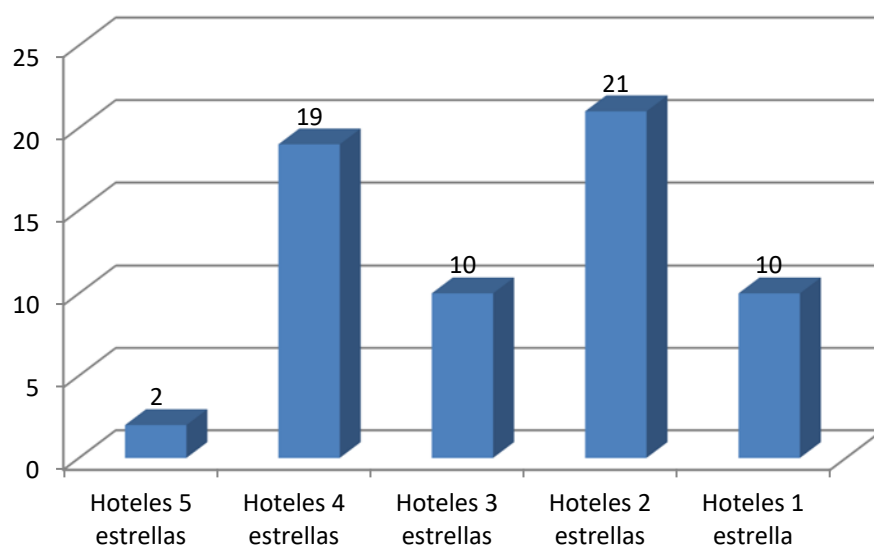
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías. Años 2008-2021



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 2021



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 del número de establecimientos ha tenido su lógica correspondencia en la capacidad hotelera cordobesa.

De forma general, la infraestructura de camas de la ciudad está formada por 7.421 plazas, esto supone un incremento del 2,23%, respecto a la cifra alcanzada en 2020. Este incremento es consecuencia directa de la apertura de algunos establecimientos.

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 839 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 2021 con un incremento del 1,29% respecto a 2020 y con un total de 1.097 unidades alojativas.

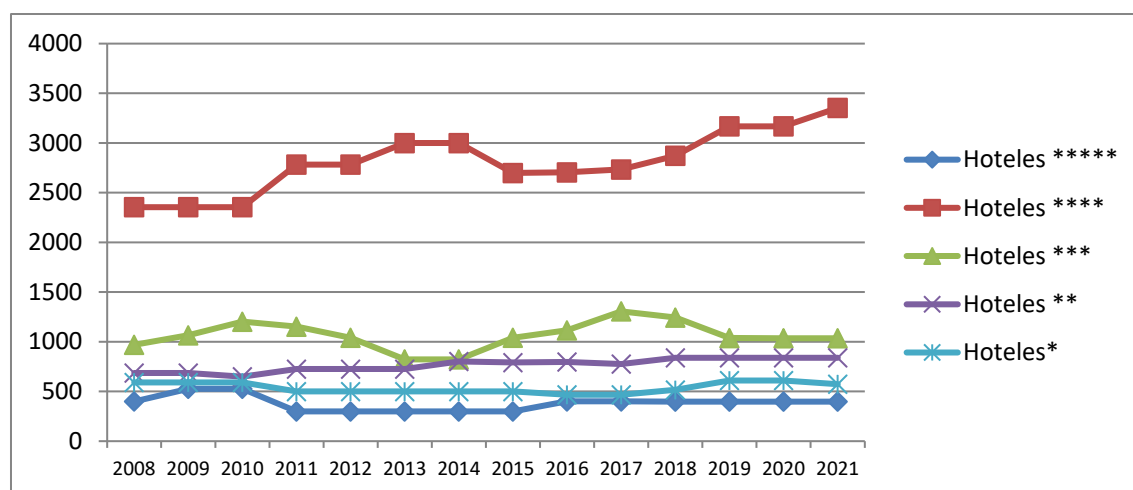
Analizando estos datos con los obtenidos hace una década, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 14,72%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 2008-2021

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
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
2018	398	2871	1244	839	516	126	1055
2019	398	3167	1038	839	611	126	1065
2020	398	3167	1035	839	611	126	1083
2021	398	3353	1035	839	573	126	1097
Var. 2021/11	33,11%	20,52%	-10,16%	15,72%	14,60%	-66,31%	72,21%
Var. 21/20	0,00%	5,87%	0,00%	0,00%	-6,22%	0,00%	1,29%

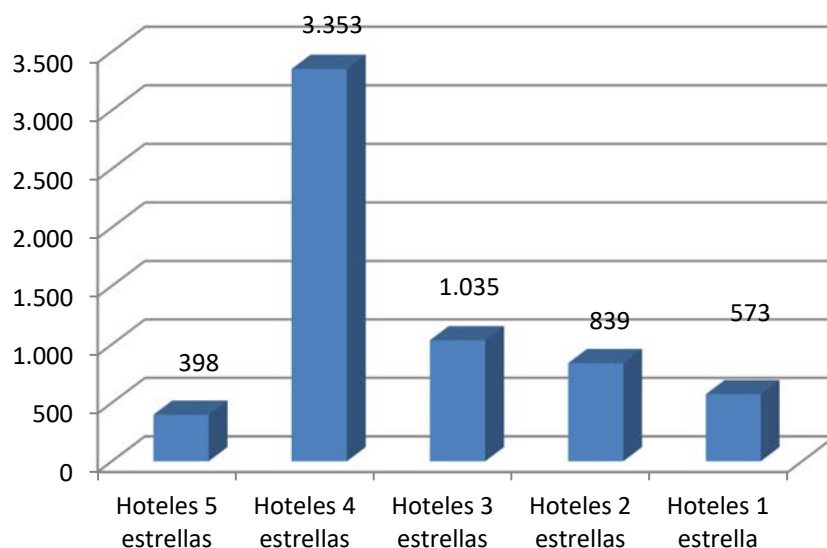
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas. Años 2008-2021



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.

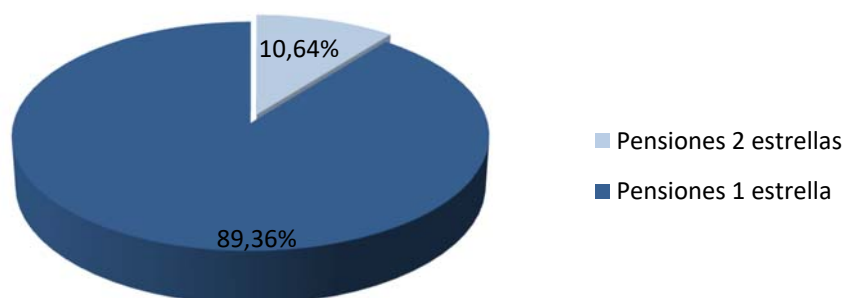
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2021



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

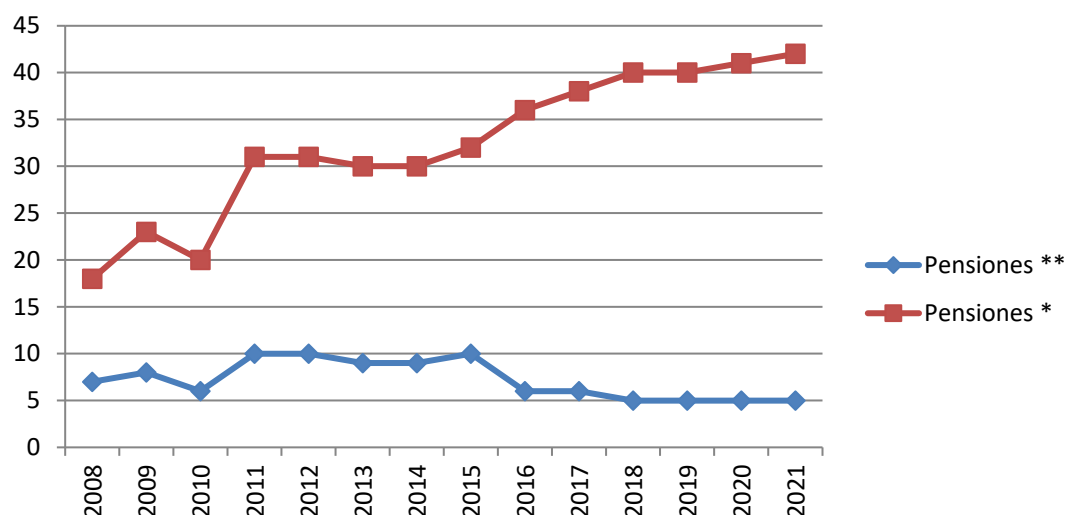
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 89,36% de estas tienen la categoría de 1 estrella, frente al 10,64% correspondiente a las de dos estrellas.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2021



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 2008-2021



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

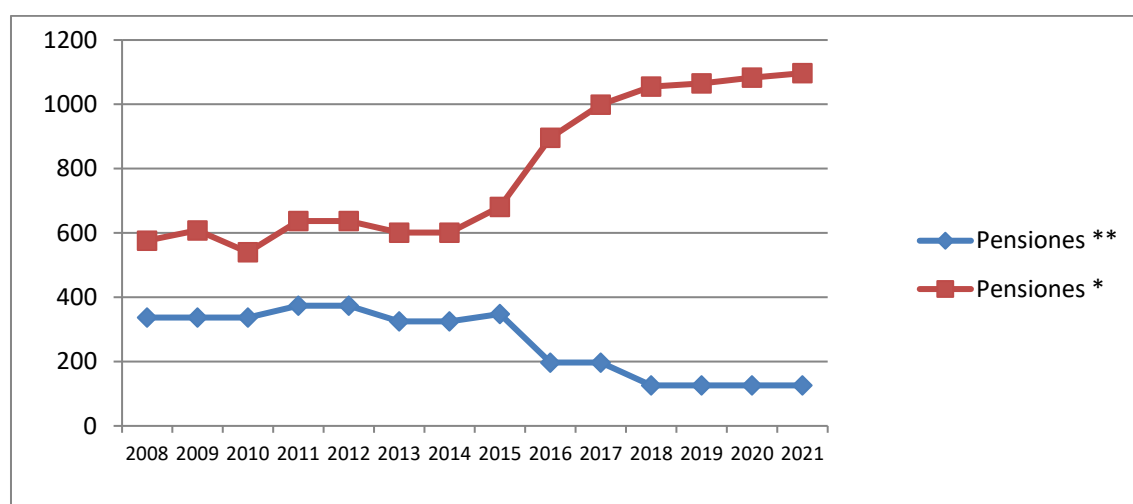
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 89,70% frente al 10,30% de las pensiones de 2 estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2021



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 2008-2021



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

2.2. APARTAMENTOS TURÍSTICOS

En los últimos años la oferta de apartamentos turísticos en Córdoba se ha ido incrementando considerablemente, por ello desde hace ya cuatro años consideramos necesario recogerla en estos informes anuales.

Tal y como refleja la tabla, la evolución del número de apartamentos respecto a 2020 se incrementa en 5 establecimientos con un incremento del 18,52%. En cuanto al número de plazas el incremento es del 15,42%.

Si esta comparativa la hacemos con respecto al año 2011 el incremento es muchísimo mayor, pues alcanza el 220% respecto al número de apartamentos y el 111,03% respecto al número de plazas.

Tabla 2.4. Evolución de la oferta de apartamentos turísticos en la ciudad de Córdoba. Años 2011-2021

	Apartamentos	
	Nº de apartamentos	Nº de plazas
2011	10	408
2012	11	441
2013	10	408
2014	10	408
2015	10	408
2016	17	498
2017	22	578
2018	28	717
2019	28	786
2020	27	746
2021	32	861
Var. 2021/11	220,00%	111,03%
Var. 21/20	18,52%	15,42%

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

En el análisis de datos por categorías observamos como se incrementan las categorías de 2 llaves (23,53%) y de 1 llave (12,50%) respecto al año anterior.

Tabla 2.5. Evolución de apartamentos turísticos por clases y categorías. Años 2016-2021

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	2	8	7
2017	2	14	6
2018	2	18	8
2019	2	18	8
2020	2	17	8
2021	2	21	9
Var. 21/20	0,00%	23,53%	12,50%

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.

Los apartamentos turísticos aportan a la oferta de alojamiento de la ciudad un total de 861 plazas. De estas plazas el mayor número lo recogen los apartamentos de 2 llaves que, con 664 plazas, este año han registrado un incremento del 17,52%.

Tabla 2.6 Evolución de apartamentos turísticos por plazas y categorías. Años 2016-2021

	Apartamentos 3 llaves	Apartamentos 2 llaves	Apartamentos 1 llave
2016	46	306	146
2017	46	416	116
2018	46	544	122
2019	46	605	135
2020	46	565	135
2021	46	664	151
Var. 20/21	0,00%	17,52%	11,85%

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

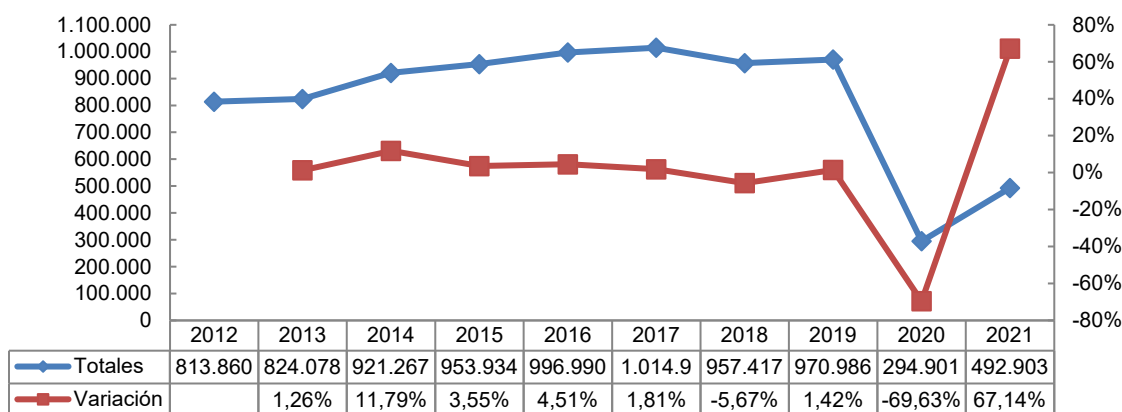
A la hora de profundizar en el análisis de la demanda turística cordobesa se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con carácter mensual. Esta fuente es importante porque suministra datos referidos al número de viajeros y pernoctaciones que se realizan en la ciudad, diferenciando a su vez entre turistas nacionales y extranjeros, estancia media y grado de ocupación.

Esta información nos permite disponer de series históricas de la capital y nos ofrece a su vez datos desagregados de los principales puntos turísticos del panorama nacional, lo que posibilita un análisis comparativo.

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

En 2021, y según el Instituto Nacional de Estadística, Córdoba acogió un total de 492.903 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, dato que representa un incremento del 67,14% respecto al año precedente. Este dato, aún estando lejos del registrado en el año 2019, va reflejando una recuperación progresiva del número de visitantes.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021

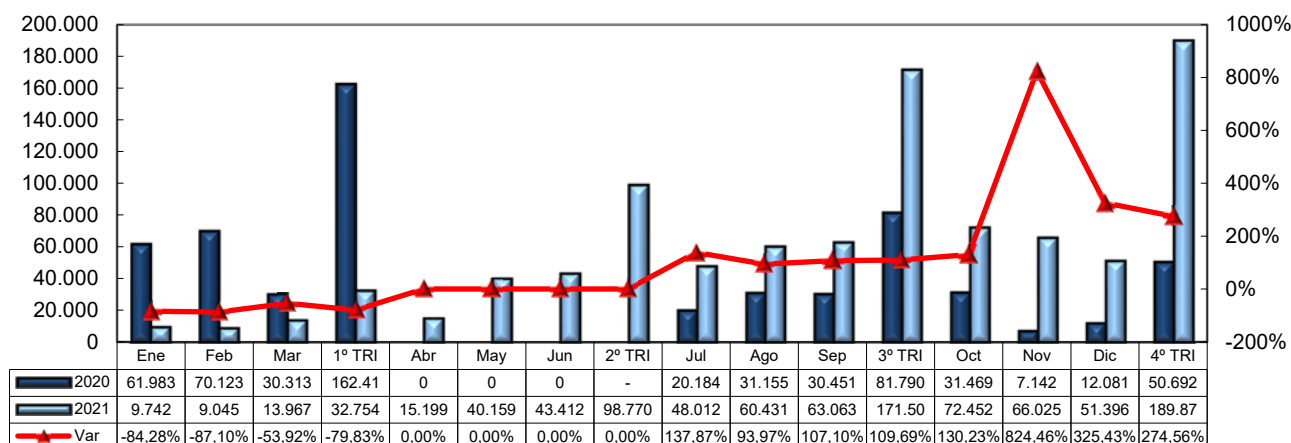


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Desagregando las cifras por meses y teniendo en cuenta que a partir del segundo trimestre de 2020 se desarrolló la pandemia causada por la COVID-19, se observan puntos de inflexión negativos en el primer trimestre del año. El segundo trimestre no recoge comparativa pues durante estos meses las fronteras estuvieron cerradas. Es a partir del tercer trimestre cuando

podemos observar incrementos en el número de visitantes, siendo los más numerosos los recogidos en los últimos meses del año.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2021



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

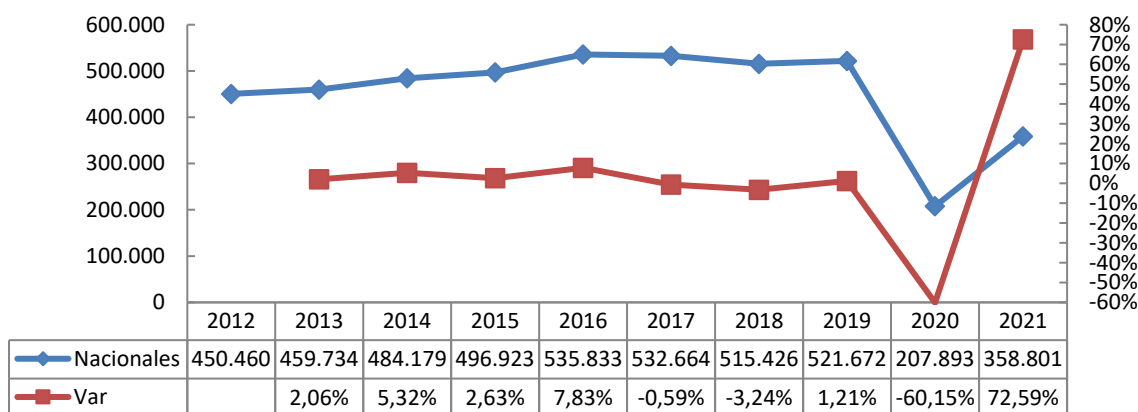
Para profundizar aún más en este tema, vamos a clasificar a los turistas según su lugar de origen sea nacional o extranjero, de forma que podamos analizar las repercusiones provocadas sobre el total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros como consecuencia de la evolución seguida por cada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

Hoy en día el turismo nacional constituye el 72,79 por ciento del contingente turístico que recibe la ciudad, por ello comenzaremos el estudio de la procedencia con su análisis.

El INE ha contabilizado 358.801 turistas españoles en Córdoba durante el año 2021, cifra superior en algo más de 150.000 personas a la registrada en 2020, con un incremento del 72,59%. El turismo extranjero con un 54,13% de incremento también muestra signos de recuperación aunque en menor medida que el nacional.

La media anual de turistas nacionales ha sido cifrada en cerca de 30.000 personas, siendo superada en los últimos meses del año cuando las restricciones para viajar fueron menores.

A grandes rasgos en el desglose mensual mantienen el liderazgo los meses de Octubre y Noviembre seguidos de Agosto y Septiembre.

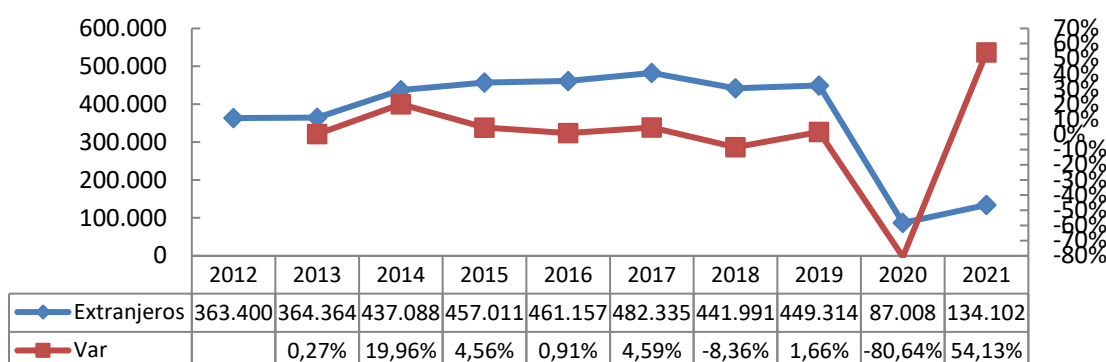
Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021


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

Como ya se ha adelantado, el turismo internacional también muestra signos de crecimiento pues el incremento de este colectivo ha sido del 54,13%.

En términos absolutos se han registrado un total de 134.102 viajeros extranjeros, representando éstos un 27,21% del total de viajeros que recibe Córdoba.

La evolución general experimentada por este colectivo a lo largo del año refleja 6 meses con signos positivos. La variación más acentuada se produjo en el mes de noviembre con un incremento de más de un 3.000%, seguida del mes de diciembre con un crecimiento del 958,64%. Por el contrario ha sido el primer trimestre el que ha registrado signos negativos en sus datos.

Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021


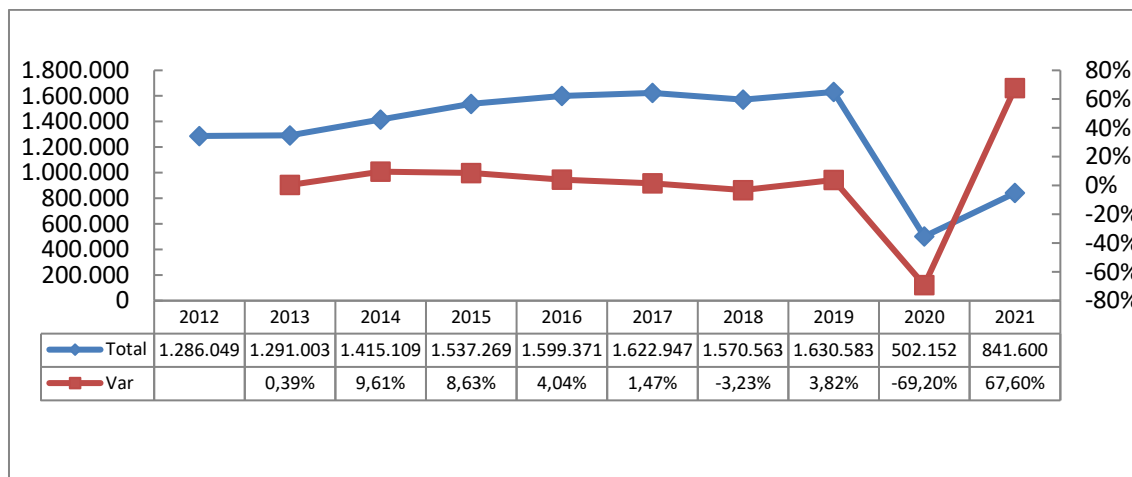
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

INFORME 2021 DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA

La mejora de los niveles de visitantes ha tenido su reflejo en las pernoctaciones, otro indicador de gran interés que pasamos a analizar a continuación.

Basándonos en los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística, el número de pernoctaciones realizadas a lo largo del año 2021 ascendió a 841.600, cifra significativa por cuanto representa un incremento del 67,60% respecto a 2020, es decir, en un año se han producido en Córdoba 339.448 pernoctas más.

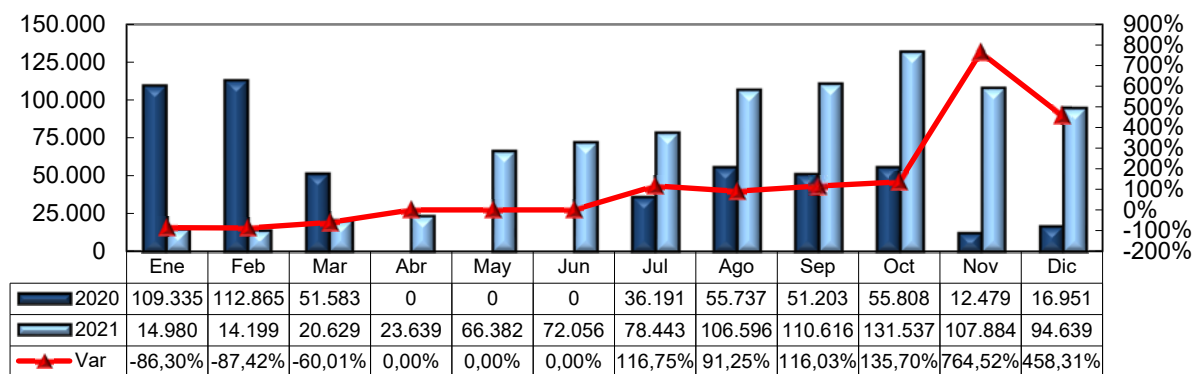
Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021



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 Septiembre, Octubre y Noviembre, superándose en todos los casos las 100.000 pernoctaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido noviembre con un 764,52% y por el contrario febrero es el mes que ha reflejado el mayor descenso con un 87,42%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2021



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

De igual forma que hemos desagregado los viajeros en nacionales y extranjeros para hacer un estudio más exhaustivo según el tipo de turista, vamos a hacer lo mismo con las pernoctaciones para analizar el comportamiento de cada uno de estos colectivos.

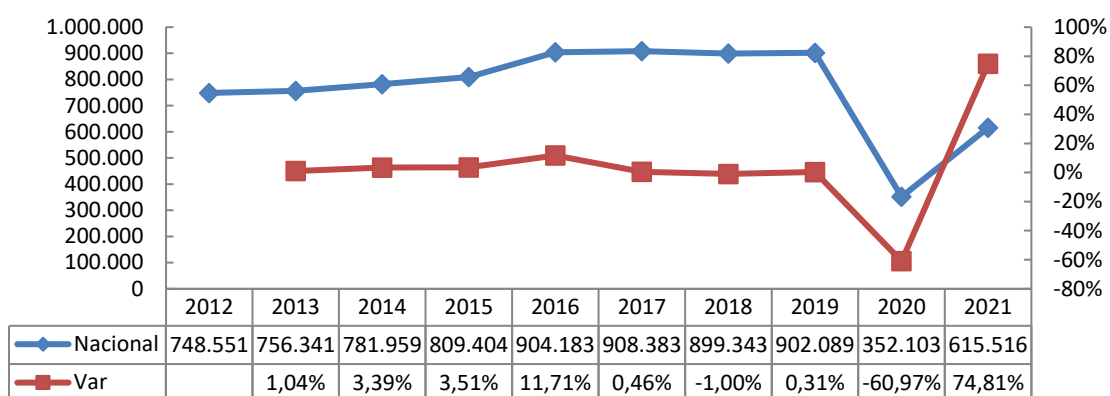
La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones nacionales, que suman 615.516 frente a las 226.084 extranjeras, quedando las proporciones de la siguiente forma: el 73,14% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas nacionales y el 26,86% restante por turistas de otros países.

Las pernoctaciones nacionales, al igual que ocurría con el volumen de visitantes, han sufrido un notable incremento al registrarse 263.413 pernoctas más que en 2020, lo que significa que el incremento producido es de un 74,81%.

Este incremento en la procedencia del turismo nacional, es debido en su mayoría a las restricciones impuestas en las fronteras para salir de nuestros países de residencia. Esto ha provocado que se incrementen los viajes dentro del propio país.

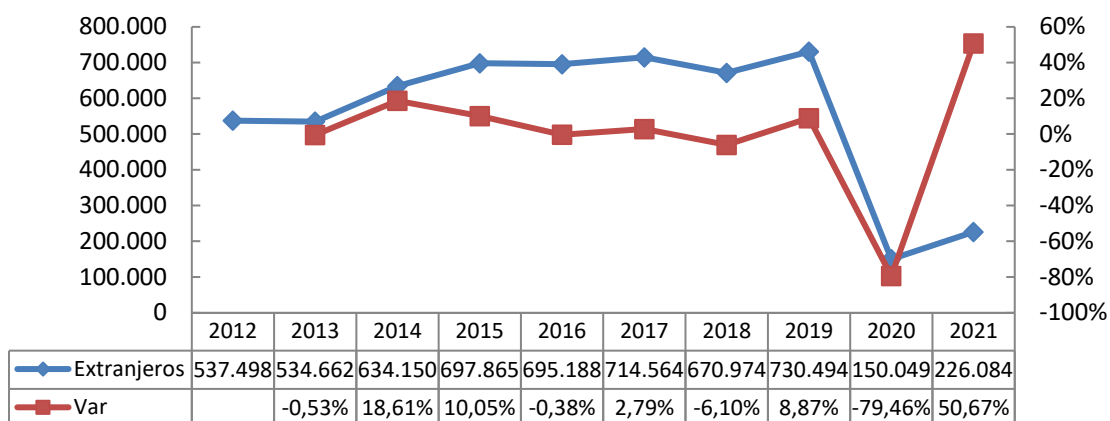
Los meses de noviembre y diciembre registran los mejores datos con incrementos del 637,53% y 373,92% respectivamente. Por el contrario, ha sido febrero el mes que recoge el mayor descenso con un 82,25%.

Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021



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

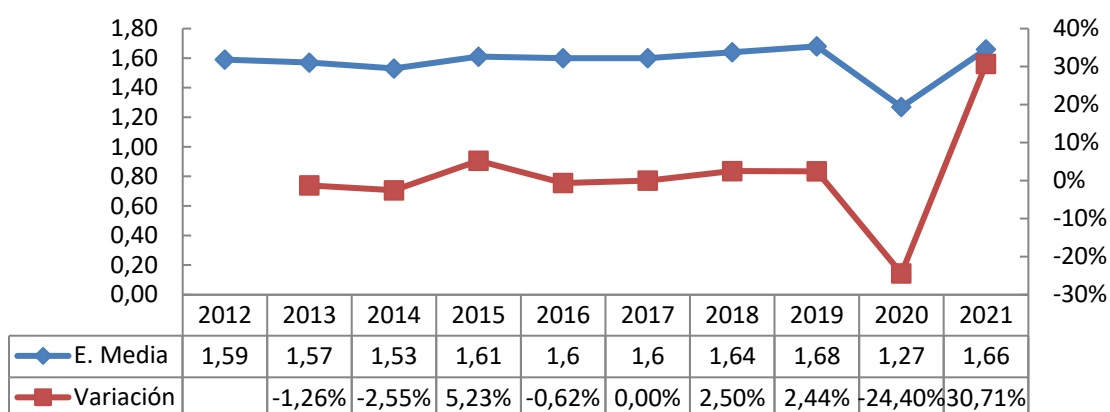
Por su parte las pernoctaciones extranjeras también han visto incrementar su montante, aunque en menor medida que las nacionales, con 75.935 pernoctaciones más, lo que supone un 50,67% más que el año anterior.

Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2012-2021


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

La estancia media es otro indicador fundamental en el análisis turístico de nuestra ciudad. Se define como el cociente entre el número de pernoctaciones y el número de viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros.

Para profundizar en el estudio de este indicador, el Instituto Nacional de Estadística vuelve a ser nuestro referente a la hora de analizar esta variable. La estancia media ha sido estimada por dicha fuente en 1,66 noches, lo que representa un incremento del 30,71% respecto al año precedente.

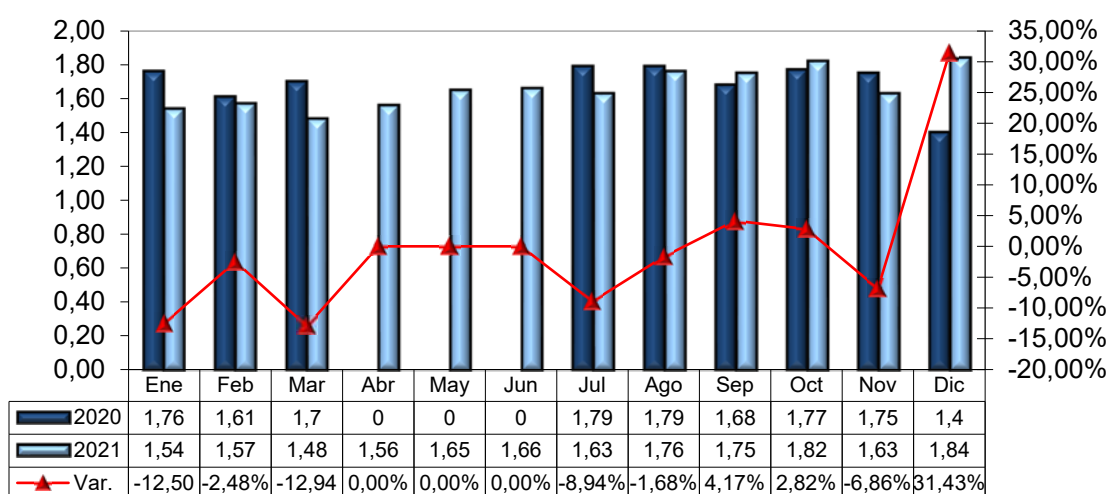
Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2012-2021


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

En el detalle mensual destacan Diciembre y Octubre como los meses donde la estancia media fue la más elevada, al cifrarse en 1,84 y 1,82 noches de hotel registradas respectivamente.

Por el contrario, marzo y enero fueron los meses donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,48 y 1,54 noches respectivamente.

Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2021

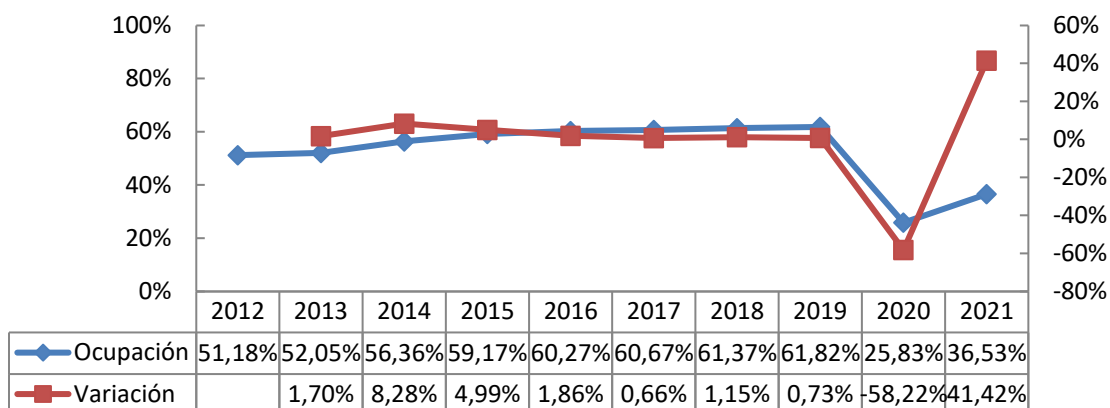


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

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

La ocupación hotelera de 2021 ha sido estimada en 36,53%, lo que supone un crecimiento del 41,42% respecto a la cifra obtenida en 2020, donde el grado de ocupación fue del 25,83%.

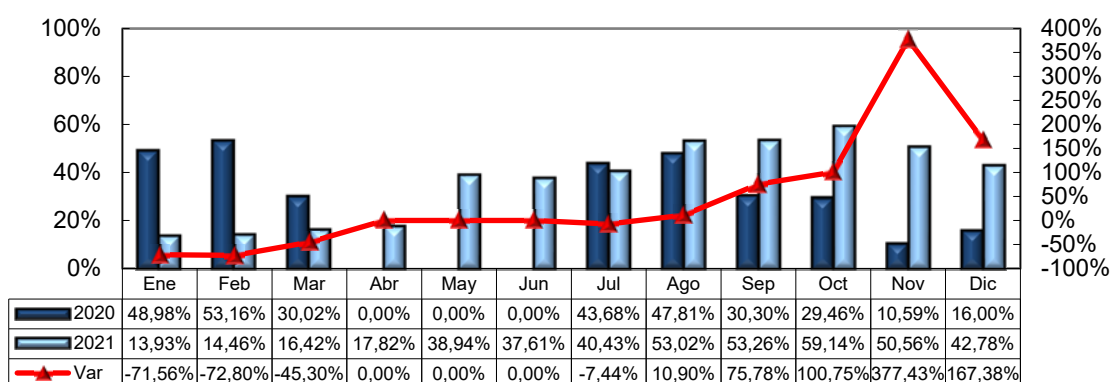
Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2012-2021



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

Como viene ocurriendo durante este año con el resto de variables analizadas, los últimos meses del año son los que registran los niveles más altos de ocupación. Estos meses son octubre, septiembre y agosto con valores de 59,14%, 53,26% y 53,02% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de noviembre con un 377,43% de variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de enero con un 71,56% de variación.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2021



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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

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

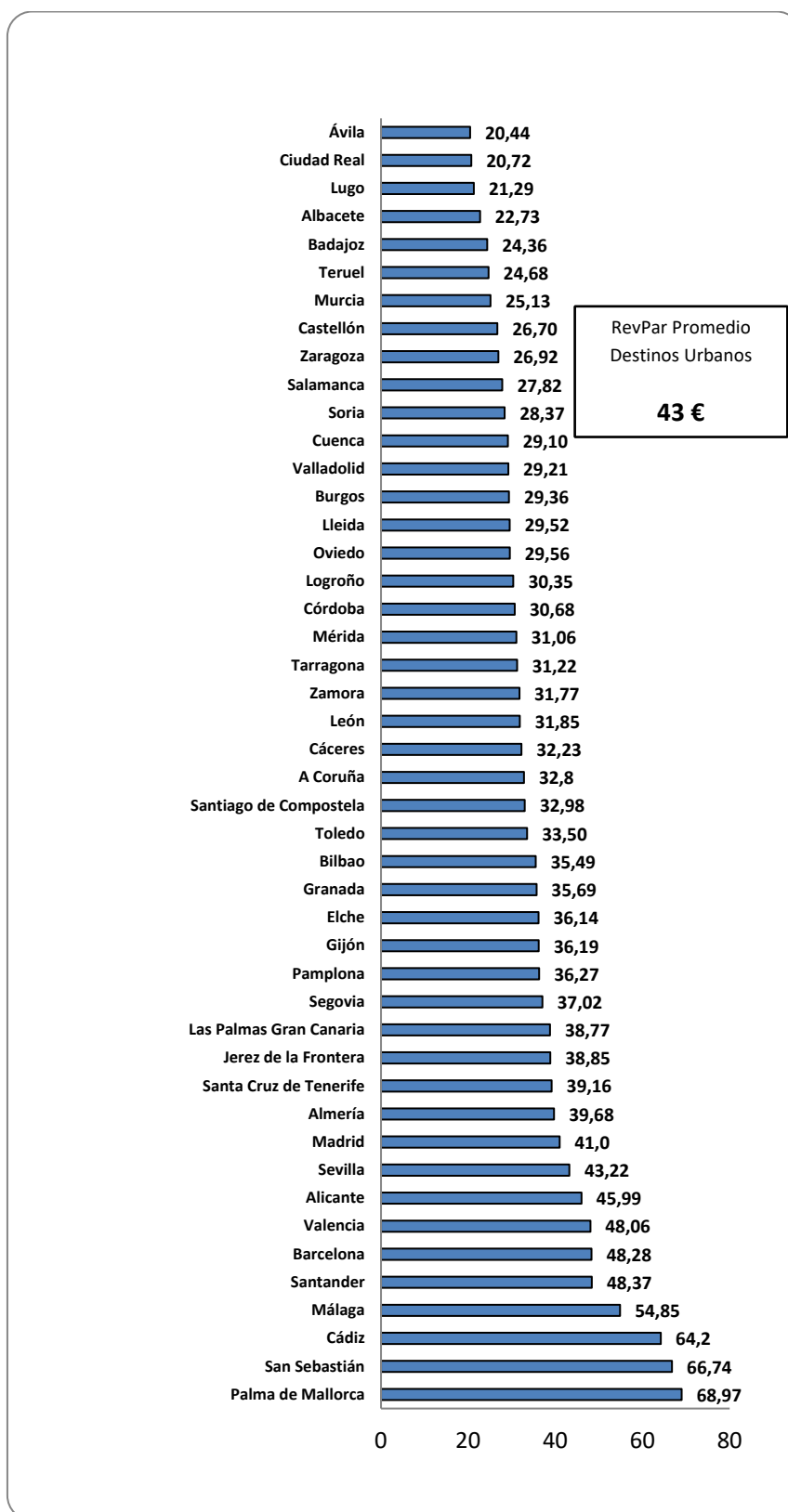
En 2021, los ingresos agregados de las ciudades fueron un -54,9% inferiores a lo que representaron en 2019 con un descenso del 23,3% de las plazas abiertas, de las cuales solo la mitad fueron ocupadas.

De las 46 ciudades analizadas este año 2021, 5 experimentaron caídas en sus ingresos agregados por encima del -50% con respecto a 2019, 22 de entre el -50% y el -30% y las 19 restantes se situaron entre el -30% y el -15%.

El REVPAr (ingreso medio por habitación disponible) del conjunto de los destinos urbanos registró una tasa de variación interanual del -41,1% en el acumulado del año respecto a 2019.

Con respecto a la ciudad de Córdoba, el REVPAr se sitúa en la posición número veintinueve de las 46 ciudades analizadas con un promedio de 30,68€, siendo el promedio de los Destinos Urbanos de 43€.

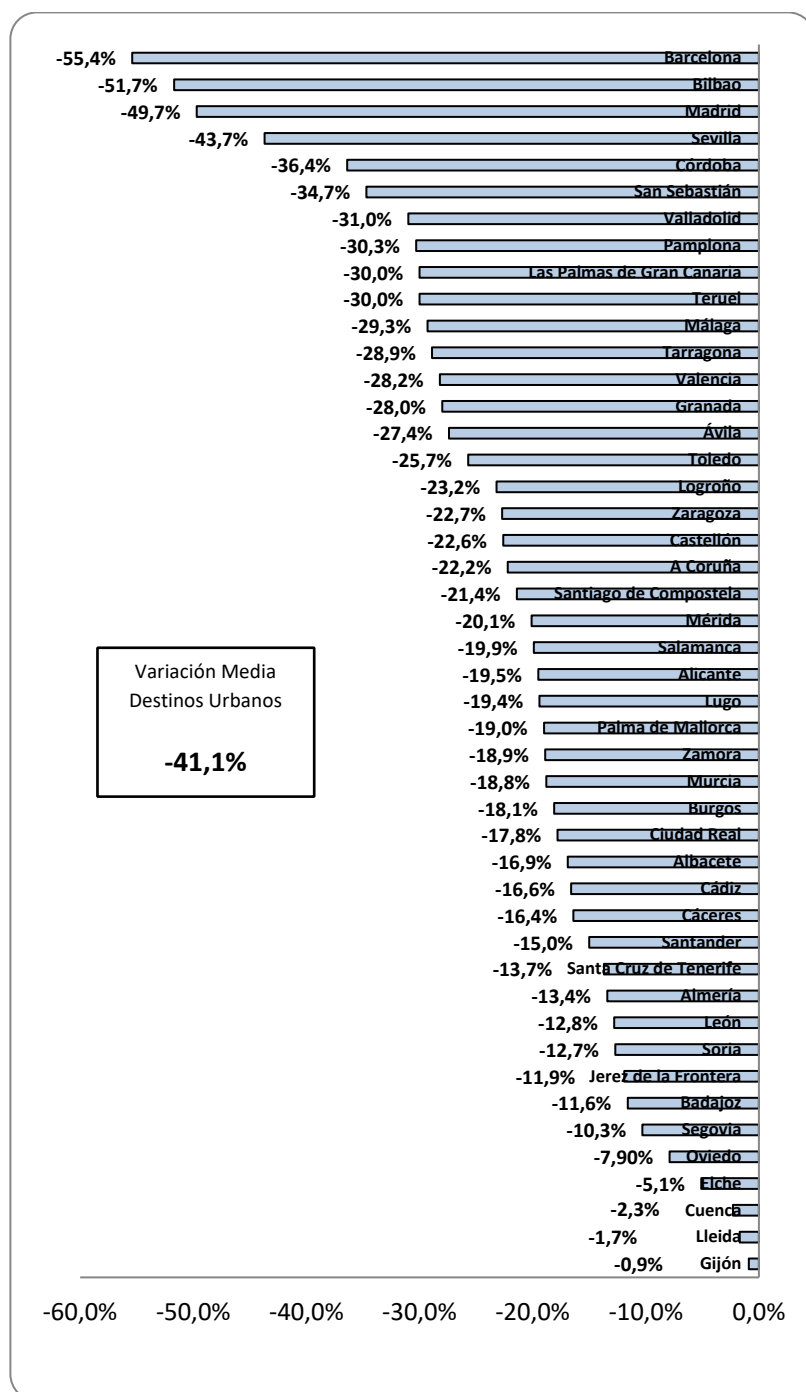
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos.
Año 2021



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

La comparativa con respecto al año 2019, sitúa a la ciudad en el puesto número 42 con un descenso del 36,4% y la variación media de los Destinos Urbanos queda reflejada en un -41,1%.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2021 - 2019



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

3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

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

3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

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

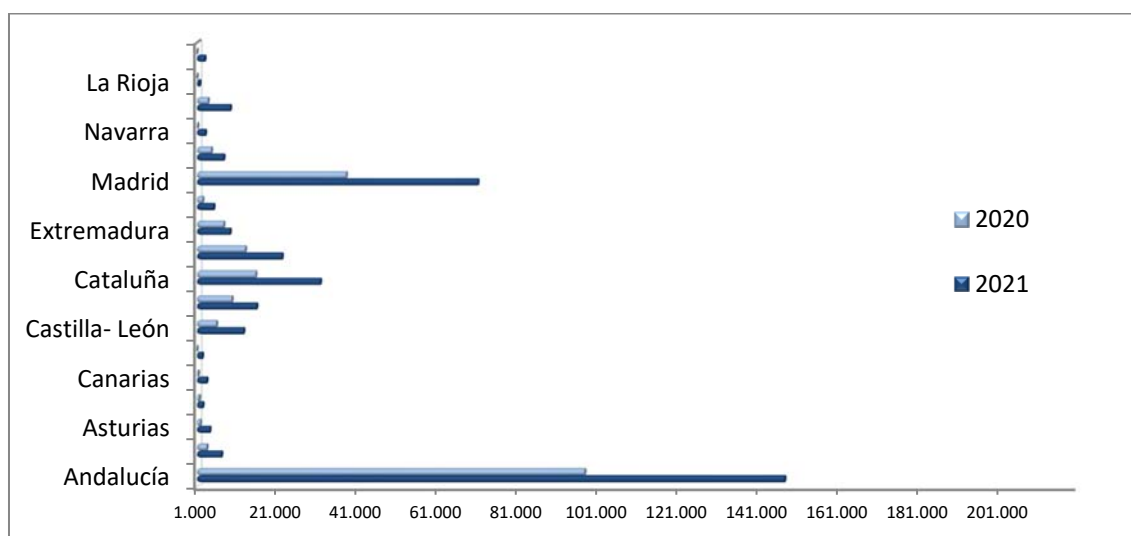
Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2021 siguen siendo Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de los turistas andaluces pues en su conjunto representan el 41% del total de turismo que recibe la ciudad.

Andalucía ha supuesto en 2021 el 40,98% del total de visitantes nacionales a nuestra ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es Madrid que representa el 19,73% del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa Cataluña, en una proporción del 8,83%, seguido de Valencia con un 6,18%. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan Castilla La Mancha, Castilla León y País Vasco, con un 4,41%, 3,51% y 2,59%, respectivamente.

De estas comunidades las que ha reflejado el mayor incremento con respecto a 2020 han sido Ceuta y Melilla con un 254%.

Las restantes comunidades autónomas tienen un significado turístico considerablemente inferior, siendo su grado de presencia en Córdoba directamente proporcional a la población e inversamente proporcional a la distancia a recorrer hasta el destino. Estas comunidades aportan a Córdoba un total del 13,77% de visitantes nacionales.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2021



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

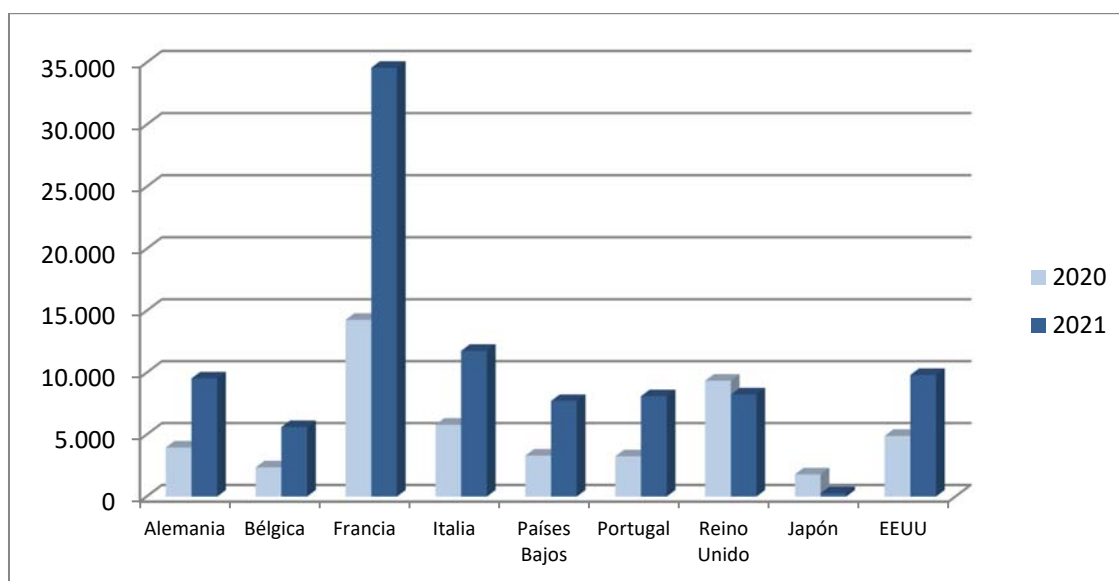
El turismo emisor extranjero ha sufrido un incremento del 54,13% con respecto al año 2020, representando actualmente el 27,21% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 64,31% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron Francia, Italia, Alemania, y Portugal con un 23,55%, 8,77%, 7,11% y 6,05% respectivamente y concentran más del cuarenta y cinco por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, Reino Unido y EEUU, decir que EEUU alcanzó el 7,32% del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza Reino Unido que representa un total del 6,14%.

Otros mercados internacionales como son Argentina, Japón, Europa del Este, etc. representan el 5,08% de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2021



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

El comportamiento del turismo internacional es muy diferente al de años anteriores cuando la mayoría de éstos nos visitaban en los meses de primavera y otoño.

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

El turismo alemán ha concentrado sus llegadas en la estación de otoño, sumando en estos meses más del 50% del total de las llegadas.

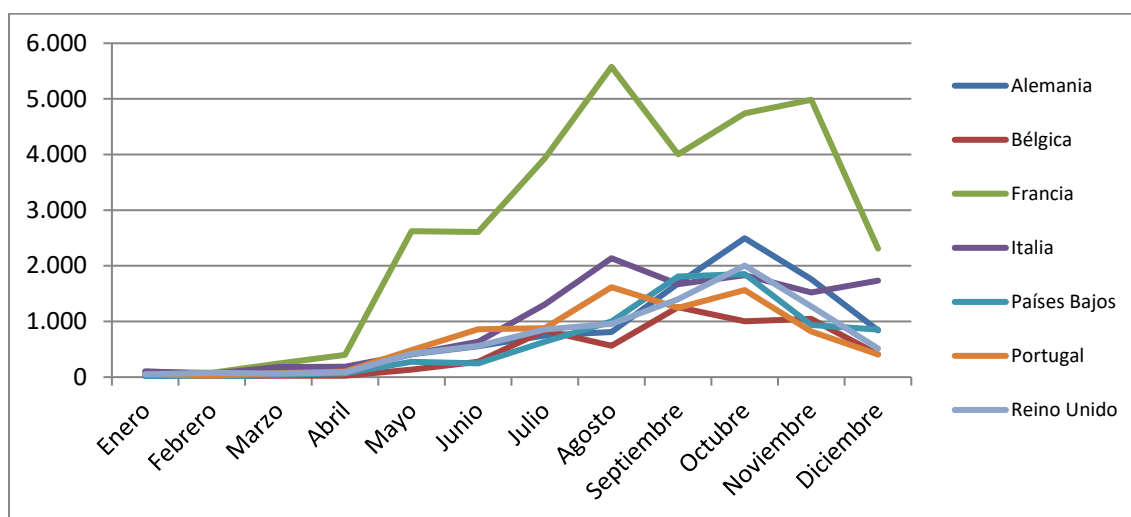
Por su parte, el turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de verano-otoño, siendo agosto, un año más, el mes por excelencia al recoger un total de 2.137 visitantes.

Reino Unido agrupa sus llegadas en la estación de otoño al igual que el turismo alemán, siendo el mes de octubre el que mayor número de llegadas recoge con un total de 2.004 viajeros.

Países Bajos y Bélgica recogen el mayor número de llegadas entre los meses de agosto a noviembre, siendo los primeros meses del año los que recogen los mínimos de viajeros.

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

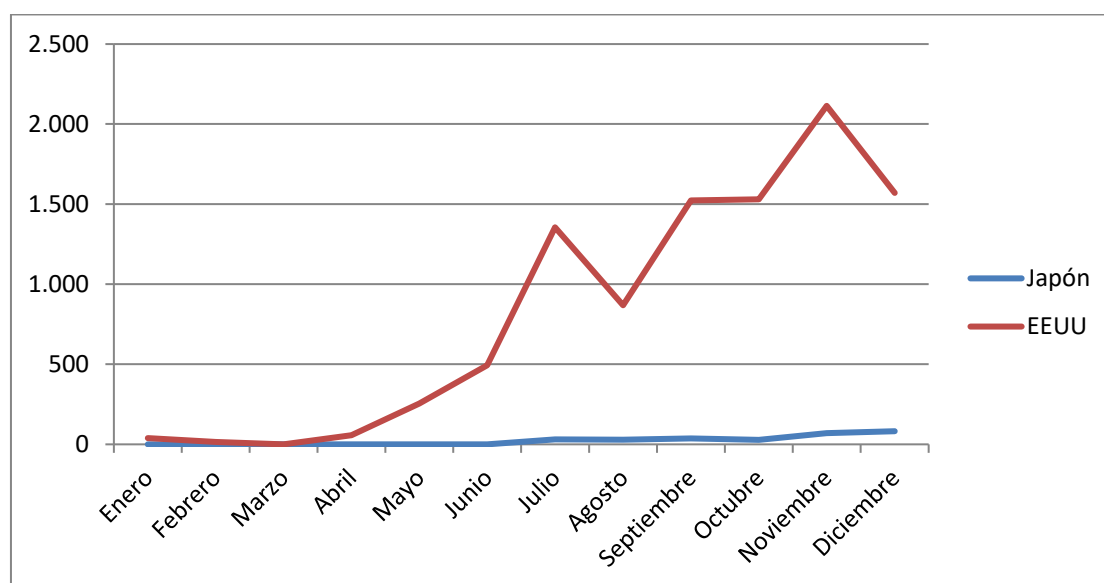
Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2021



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

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

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2021



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 2021

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	50	31	96	103	14	46	51	0	39
Febrero	0	17	77	60	0	23	76	0	15
Marzo	79	23	242	179	40	71	61	0	0
Abril	119	25	399	186	68	99	81	0	57
Mayo	409	132	2.623	413	273	485	418	0	254
Junio	554	275	2.607	634	245	859	559	0	493
Julio	747	838	3.931	1.305	633	878	855	31	1.355
Agosto	810	563	5.578	2.137	1.000	1.617	957	29	868
Septiembre	1.682	1.256	4.004	1.670	1.808	1.243	1.398	37	1.523
Octubre	2.496	1.001	4.740	1.830	1.851	1.564	2.004	28	1.530
Noviembre	1.759	1.046	4.983	1.519	937	817	1.269	69	2.114
Diciembre	837	406	2.307	1.734	852	408	512	82	1.570
TOTAL	9.542	5.613	31.587	11.770	7.721	8.110	8.241	276	9.818

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 hoy en día uno de los máximos exponentes y atractivos para los flujos turísticos que, sin duda, aporta beneficios a la ciudad anfitriona y proporciona medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio.

Córdoba es un claro ejemplo de turismo cultural dentro del panorama nacional. Esta afirmación viene avalada por la riqueza patrimonial que posee y el movimiento de viajeros con fines turístico-patrimoniales que acuden a la ciudad cada año.

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

Entre todos los centros turísticos han sumado 1.763.576 entradas, es decir más de 765.000 visitas que en 2020, esto es un 76,62% más que la cifra obtenida un año antes.

Desglosando los datos por trimestres, todos presentan signos positivos excepto el primero pues durante este periodo permanecieron cerrados la Torre de la Calahorra, los Baños del Alcázar Califal y la Capilla de San Bartolomé. El trimestre más favorable ha sido el segundo experimentando un crecimiento de más del 1.000%, seguido del cuarto con un 564,39% de crecimiento. El trimestre más numeroso en cuanto a número total de visitas ha sido el cuarto con un total de 884.300 entradas.

Los monumentos cordobeses han visto incrementar sus niveles de afluencia en un 58,98% respecto a 2020. Todos los monumentos reflejan signos de crecimiento. El mayor de éstos corresponde a la Capilla de San Bartolomé que ha incrementado en un 147,42% sus visitas, seguido de la Calahorra con un aumento del 137,07%.

Los museos por su parte han tenido un comportamiento superior a los monumentos pues han registrado un incremento del 199,20% respecto al año precedente. Todos los museos han presentado datos positivos siendo el mayor incremento el recogido en el Museo Arqueológico con un 643,90%.

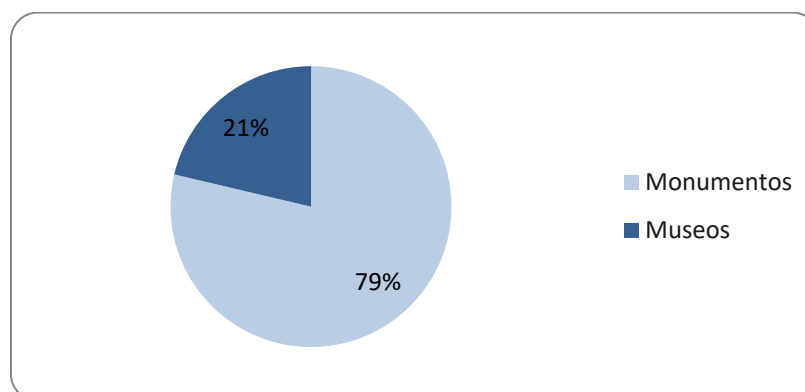
Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba.
Año 2021

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20
1º TRIM	9.653	-90,09%	1º TRIM	4.947	-90,03%	1º TRIM	6.806	-90,43%	1º TRIM	8.514	-97,12%
2º TRIM	38.673	547,68%	2º TRIM	24.196	3616,74%	2º TRIM	40.935	2474,53%	2º TRIM	109.803	978,93%
3º TRIM	63.197	89,74%	3º TRIM	44.797	80,40%	3º TRIM	51.945	76,11%	3º TRIM	270.119	133,16%
4º TRIM	96.680	403,36%	4º TRIM	62.406	393,41%	4º TRIM	114.800	529,87%	4º TRIM	362.572	606,23%
TOTAL	208.203	33,57%	TOTAL	136.346	55,38%	TOTAL	214.486	78,05%	TOTAL	751.008	58,76%
TORRE DE LA CALAHORRA			BANOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20
1º TRIM	0	-100,00%	1º TRIM	0	-100,00%	1º TRIM	0	-100,00%	1º TRIM	4.660	-61,19%
2º TRIM	973		2º TRIM	2.380		2º TRIM	2.890		2º TRIM	13.556	4136,25%
3º TRIM	11.561		3º TRIM	9.616		3º TRIM	4.622	392,23%	3º TRIM	39.361	840,75%
4º TRIM	23.268		4º TRIM	12.437		4º TRIM	9.830	675,85%	4º TRIM	88.852	2699,37%
TOTAL	35.802	137,07%	TOTAL	24.433	79,38%	TOTAL	17.342	147,42%	TOTAL	146.429	643,90%
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20
1º TRIM	2.474	-72,01%	1º TRIM	1.945	-42,40%	1º TRIM	11.007	-53,54%	1º TRIM	2.015	-78,32%
2º TRIM	11.975	2142,51%	2º TRIM	5.123	4241,53%	2º TRIM	24.160	605,40%	2º TRIM	6.762	1487,32%
3º TRIM	7.177	102,45%	3º TRIM	6.204	45,87%	3º TRIM	21.606	97,33%	3º TRIM	5.612	52,42%
4º TRIM	10.538	21,20%	4º TRIM	20.281	599,34%	4º TRIM	67.059	557,38%	4º TRIM	10.319	210,81%
TOTAL	32.164	48,81%	TOTAL	33.553	215,11%	TOTAL	123.832	156,57%	TOTAL	24.708	47,77%
MUSEO TAURINO			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/20		VISITAS	%var/20						
1º TRIM	1.182	-59,91%	1º TRIM	46.397	-91,35%						
2º TRIM	4.366	1674,80%	2º TRIM	244.857	1019,70%						
3º TRIM	4.464	31,14%	3º TRIM	488.336	138,28%						
4º TRIM	5.258	147,79%	4º TRIM	884.300	564,39%						
TOTAL	15.270	75,11%	TOTAL	1.763.576	76,62%						

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

La disyunción entre monumentos y museos vuelve a destacar la supremacía de los primeros, que aglutinan el 79% de las entradas, frente al 21% que acaparan los segundos.

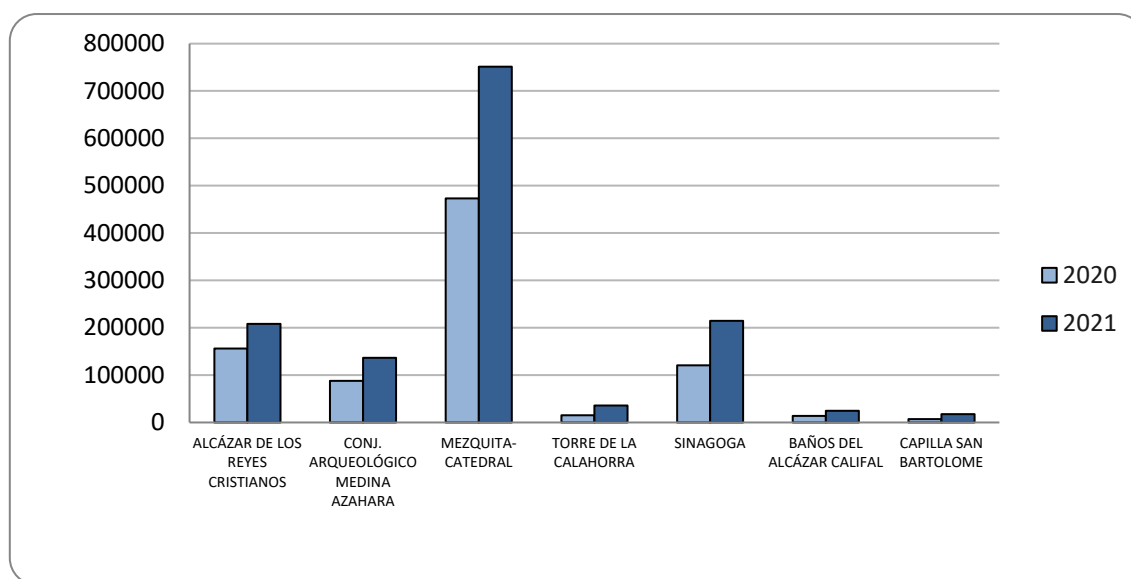
Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2021



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

Dentro de la oferta monumental cordobesa, destacan en cuanto a volumen de afluencia la Mezquita, Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga con 751.008, 208.203 y 214.486 visitas respectivamente suponiendo un incremento del 58,76%, un 33,57% en el caso del Alcázar y un 78,05% en el caso de la Sinagoga.

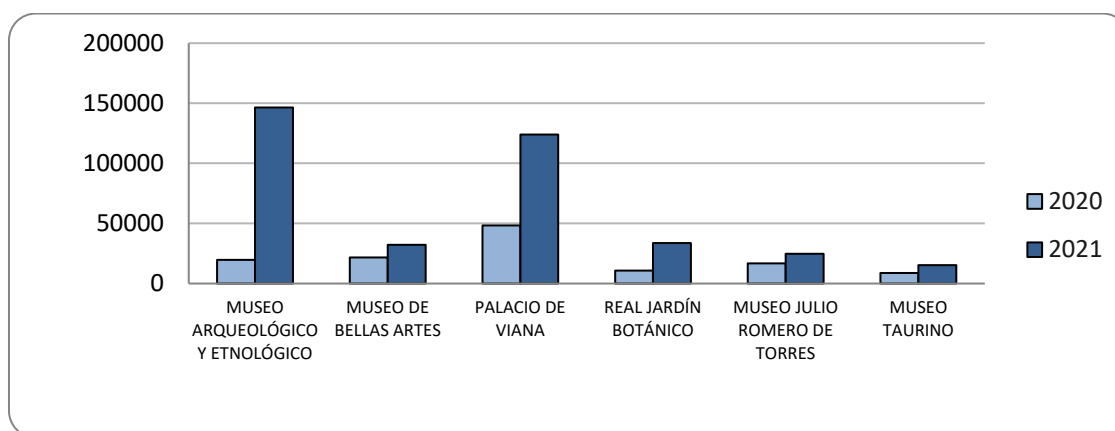
Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2020-2021



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.

Una vez analizada la evolución de los monumentos, vamos a hacer lo mismo con la oferta museística de la ciudad. En el siguiente gráfico, referente a los museos cordobeses, las cifras de afluencia, si las comparamos con las de monumentos, evidencia que el crecimiento ha sido mayor en los museos pues han visto incrementar sus visitas durante este año en un 199,20%.

El Museo Arqueológico es el que ha registrado el mayor número de visitas, 146.429 entradas, registrando también el mayor incremento con un 643,90%. El Real Jardín Botánico registra un crecimiento del 215,11%, seguido del Palacio de Viana con un 156,57%.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2020-2021


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 apartado corresponden a las reuniones celebradas en la ciudad de Córdoba en 2021 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.

Por esta razón, 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. De este modo, la interpretación del presente documento debe considerarse como orientativa.

En concreto, el período analizado comprende el segundo semestre del año, una vez que se flexibilizaron algunas de las restricciones sanitarias impuestas por la pandemia del Covid-19. El regreso a la presencialidad en los eventos se experimentó en gran medida a partir del último trimestre del año.

Estos resultados se presentan comparados con el año 2021, pues durante el año 2020 a causa de la pandemia este sector no tuvo representación alguna en la ciudad.

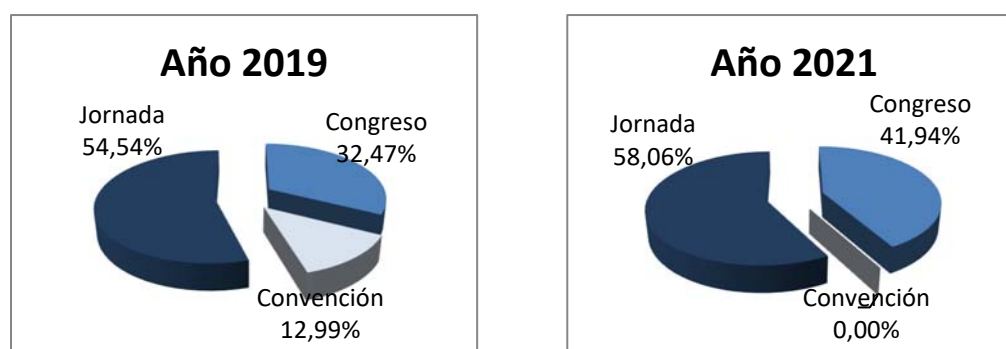
En términos generales, durante el periodo analizado, se registraron 31 reuniones profesionales que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas, en las que han participado 4.506 delegados.

Del total de las reuniones y tal y como se muestra en la tabla siguiente, se contabilizaron 13 congresos, 19 jornadas y ninguna convención.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2019-2021

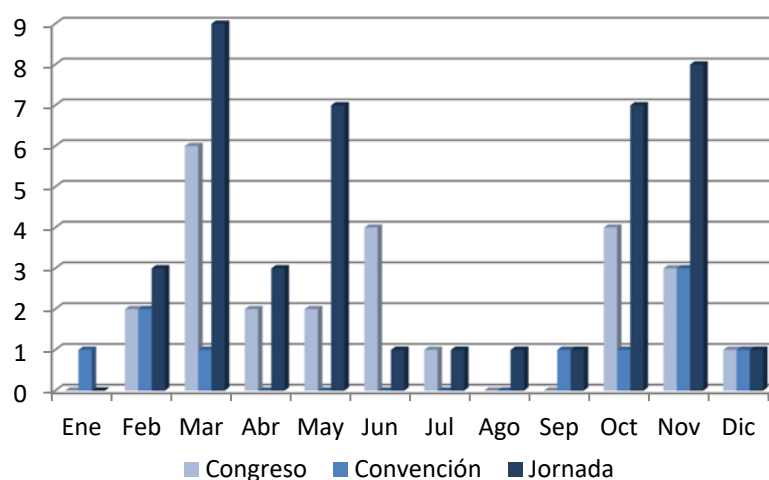
	Reuniones celebradas en Córdoba		
	Congreso	Convención	Jornada
2019	25	10	42
2021	13	0	18
Var. 21/19	-48,00%	-100,00%	-57,14%

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

Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2019-2021


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

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

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2021


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

INFORME 2021 DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA

En cuanto al número de delegados en 2021, estos suman un total de 4.506 frente a los 11.978 del año 2019. Lo que representa un descenso del 62,38% con respecto al año anterior.

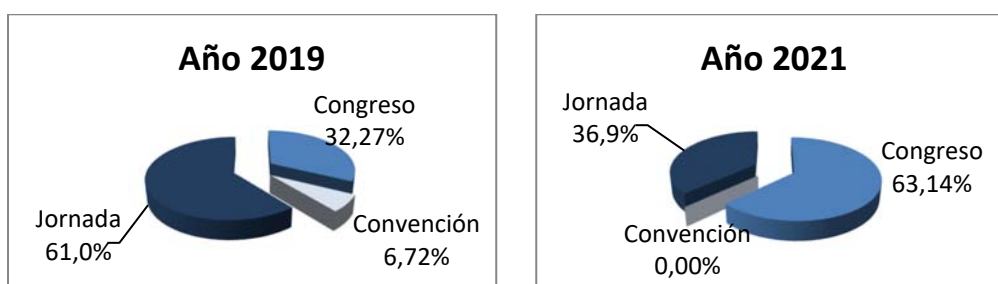
El mayor descenso lo recogen los asistentes a convenciones pues este año no se ha registrado ninguna.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2019-2021

	Congreso	Convención	Jornada
2019	3.865	805	7.308
2021	2.845	0	1.661
Var. 21/19	-26,39%	-100,00%	-77,27%

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 2019-2021



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

Las 31 reuniones respondieron a esta pregunta, obteniéndose como resultado que el 52% de las reuniones son de carácter privado, lo cual representa una continuidad en la tendencia iniciada años anteriores.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2021


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

El siguiente gráfico se centra en la actividad sobre la cual versan las reuniones. Entre éstas, destacan las pertenecientes al sector Universidad, el cual aglutina un 23% del total de las reuniones celebradas en Córdoba en 2021. Les siguen las vinculadas con el mundo científico (16%) y con el segmento cultural (13%).

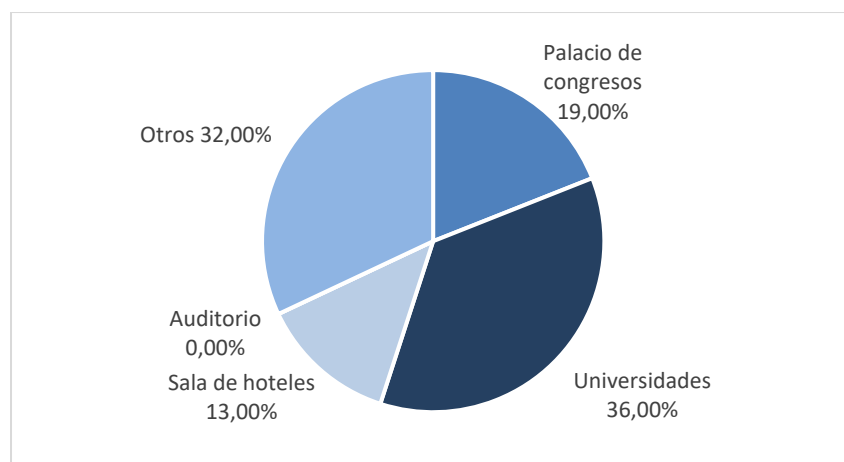
Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2019-2021

	2019	2021
Económico	10,00%	3,00%
Sanitario	16,00%	6,00%
Cultural	30,00%	13,00%
Público	8,00%	0,00%
Universidad	18,00%	23,00%
Tecnológico	1,00%	3,00%
Científico	14,00%	16,00%
Otros	3,00%	36,00%

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

En cuanto a la sede, destacan las Universidades (36%) y Palacio de Congresos (19%), que se convierten en los espacios de celebración preferidos por los organizadores. El apartado Otros representa un 32%, lo cual se puede interpretar como la utilización de nuevos espacios diferentes a los clásicos (espacios singulares, edificios públicos, centros de convenciones, etc.).

Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2021

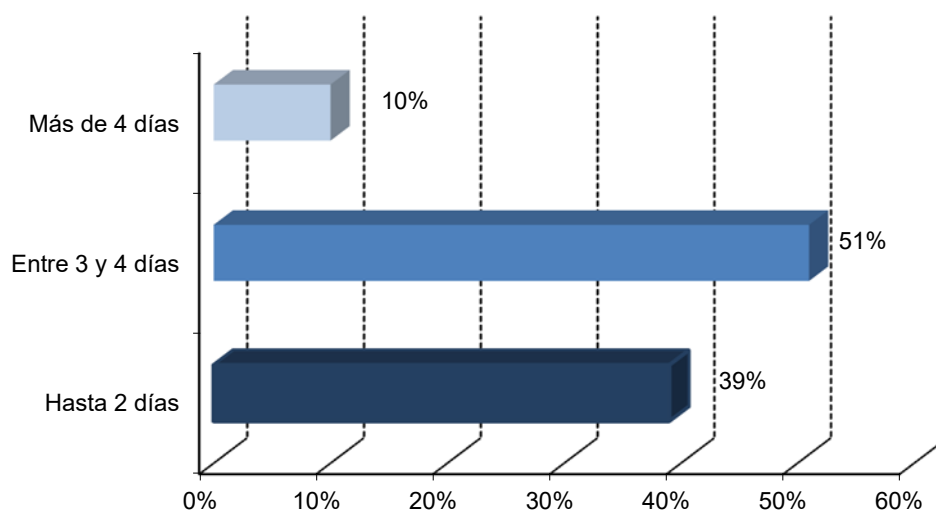


Fuente: Instituto Municipal de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

La duración media de las reuniones en el periodo estudiado es mayoritariamente de entre 3 y 4 días y las que menos se celebran son las que duran más de 4 días. Esto representa un importante cambio en cuanto a la duración media de los eventos.

La duración media de las reuniones se ha incrementado en medio punto, situándose la estancia media de 3 días.

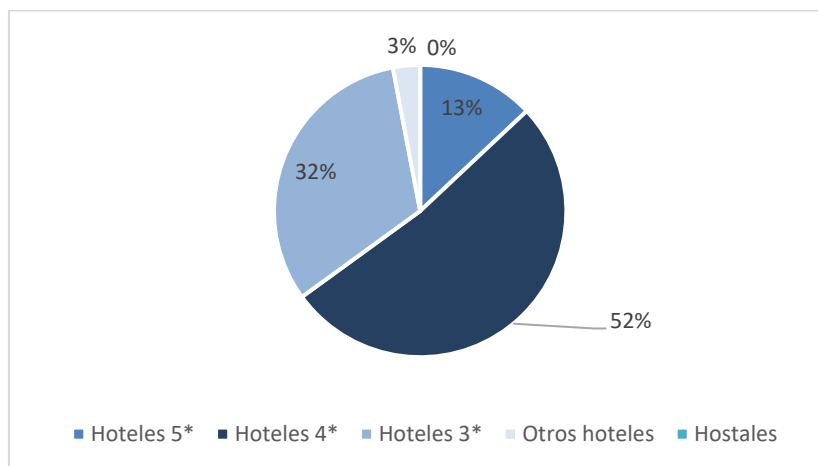
Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2021



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

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, predomina la utilización de los hoteles de 4* para este segmento turístico, con un 52% del total.

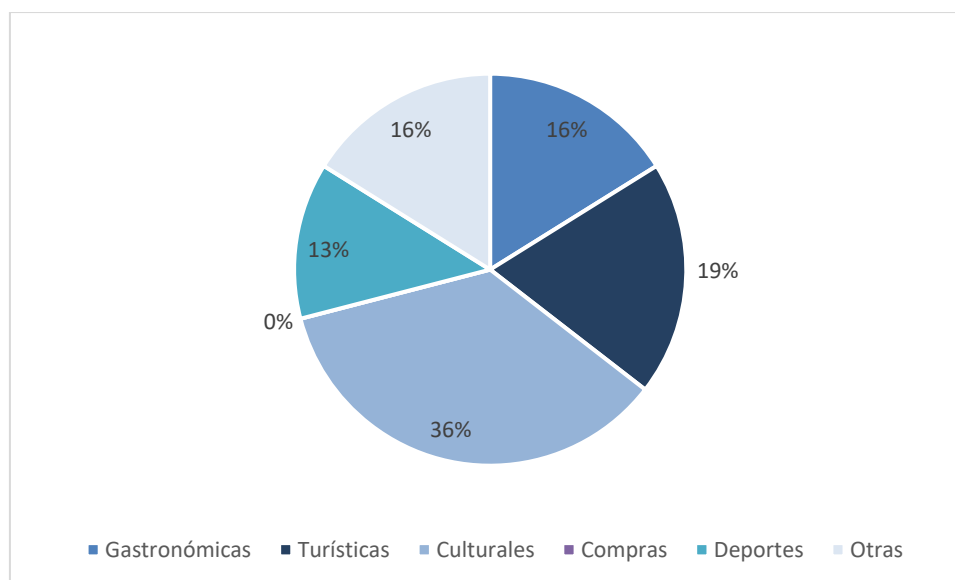
Gráfico 4.7. Tipo de alojamiento utilizado. Año 2021



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

En cuanto al tipo de actividad complementaria predomina el desempeño de actividades vinculadas al segmento cultural.

Gráfico 4.8. Tipo de actividades complementarias a la reunión. Año 2021



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

5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

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

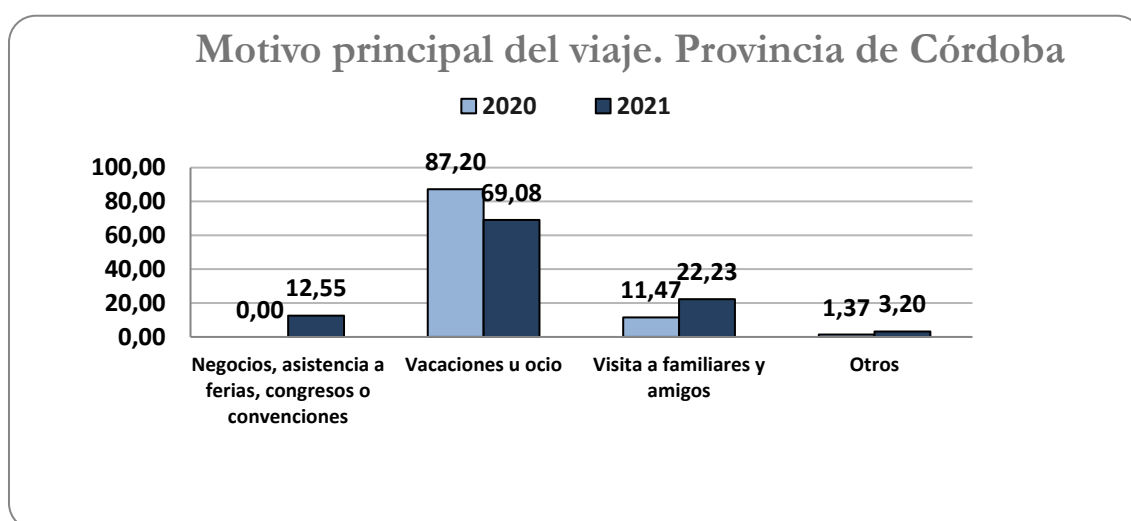
Un año más el principal motivo de los turistas que nos visitan ha sido el de las vacaciones u ocio representando un 69,08%, seguido de las visitas a familiares y amigos con un 22,23% de representación. Las motivaciones derivadas de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones vuelven este año a tener representación con un 12,55%. Y las motivaciones relacionadas con otros motivos alcanzan el 3,20% del total.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2020-2021

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2020	2021	Var. 21/20
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones		12,55	
Vacaciones u ocio	87,20	69,08	-20,79%
Visita a familiares y amigos	11,47	22,23	93,82%
Otros	1,37	3,20	134,15%

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 2020-2021



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

El gasto medio diario efectuado por los viajeros que visitaron la provincia durante este ejercicio fue de 65,38 euros, lo que refleja un descenso del 0,39% con respecto a un año antes.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2020-2021

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2020	2021	Var. 21/20
Euros	65,63	65,38	-0,39%

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 2021, se sitúa en 8,6 de promedio en una escala de 1 a 10, esta puntuación es igual a la recibida justo un año antes.

De todos los aspectos valorados, destacan en primer lugar por su alta puntuación el Patrimonio cultural con una calificación media de 9,30, seguida de la Atención y trato con un 9,20, los Taxis con un 9,13% y los Trenes con un 9,05%. Le siguen con puntuaciones superiores o iguales al 8,5 la Seguridad Ciudadana, la Restauración, los Entornos Urbanos, el Ocio-Diversión, la Limpieza, la Red de Comunicaciones, los Autobuses y el Alquiler de coches. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución son los Trenes con un incremento del 10,82%.

Los aspectos que han obtenido la puntuación más baja han sido el Nivel de Tráfico y la Señalización Turística ambos con una valoración de 8,08, que aún siendo la más baja de todas las puntuaciones obtenidas, es una media bastante buena.

Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2020-2021

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2020	2021	Var. 21/20
Alojamiento	8,57	8,43	-1,65%
Restauración	8,50	8,80	3,53%
Ocio-diversión	8,57	8,63	0,68%
Transportes públicos:			
Autobuses	8,23	8,55	3,85%
Trenes	8,17	9,05	10,82%
Taxis	9,10	9,13	0,27%
Alquiler de coches	8,50	8,55	0,59%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	9,00	8,53	-5,28%
Entornos urbanos	8,93	8,75	-2,05%
Seguridad Ciudadana	8,90	8,90	0,00%
Asistencia sanitaria	7,9	8,45	6,96%
Atención y trato	9,10	9,20	1,10%
Relación precio/servicio	8,57	8,43	-1,65%
Red de comunicaciones	8,17	8,55	4,69%
Limpieza	8,87	8,60	-3,01%
Nivel de tráfico	8,40	8,08	-3,87%
Señalización turística	8,00	8,08	0,94%
Información turística	8,20	8,48	3,35%
Patrimonio cultural	9,40	9,30	-1,06%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	7,6	-
Índice sintético de percepción	8,6	8,6	0,00%

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 pretende recoger una selección de los principales puentes turísticos españoles para hacer una comparativa entre los lugares más relevantes del panorama nacional en cuanto a turismo cultural se refiere, con el objeto de poder sacar conclusiones que nos ayuden a situar el turismo cordobés en relación al esto de destinos turísticos.

Para alcanzar este objetivo, hemos hecho uso, una vez más, de la Encuesta de Ocupación Hotelera que nos ofrece el Instituto Nacional de Estadística.

Para realizar dichas comparaciones entre los puntos turísticos, se seleccionan 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, 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.

El período de análisis considerado se refiere a los últimos cinco años lo que permite conocer la evolución turística de la ciudad, además de su situación actual y comportamiento futuro.

Los datos analizados se muestran en forma de ranking, de forma que sea más fácil localizar la posición que ocupa Córdoba dentro del conjunto de puntos turísticos nacionales seleccionados.

Este año Córdoba se posiciona en décimo lugar en el ranking de viajeros alojados en establecimientos hoteleros dentro de las 17 ciudades españolas analizadas, bajando una posición respecto a 2020. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Burgos y Ávila quienes reciben el menor número de viajeros.

Haciendo un análisis más minucioso, se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un incremento del 70,50%, a pesar de ello sigue situándose por encima de Ciudades Turísticas tan importantes como Salamanca, Santiago de Compostela o Toledo...

Analizando también la comparativa con el año 2019, al ser éste nuestra referencia, siendo los resultados de aquel año nuestro objetivo a alcanzar, vemos que se ha producido un descenso del 49,19%.

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	MADRID	9.321.708	9.716.708	9.870.672	2.511.366	4.636.614	84,63%	-53,03%	-50,26%
2	BARCELONA	7.681.692	8.045.642	8.513.933	1.452.034	3.238.273	123,02%	-61,97%	-57,84%
3	SEVILLA	2.615.133	2.671.491	2.782.232	842.862	1.457.860	72,97%	-47,60%	-44,25%
4	VALENCIA	1.795.061	1.838.460	1.883.850	661.838	1.150.577	73,85%	-38,92%	-35,90%
5	GRANADA	1.785.000	1.867.881	1.994.676	571.366	868.637	52,03%	-56,45%	-51,34%
6	MÁLAGA	1.317.622	1.376.794	1.410.171	447.383	817.700	82,77%	-42,01%	-37,94%
7	ZARAGOZA	1.119.888	1.145.222	1.181.153	359.820	668.965	85,92%	-43,36%	-40,27%
8	BILBAO	929.033	938.308	962.095	331.231	619.746	87,10%	-35,58%	-33,29%
9	SAN SEBASTIAN	648.401	656.352	685.693	281.250	507.172	80,33%	-26,04%	-21,78%
10	CÓRDOBA	1.014.999	957.417	970.986	289.341	493.339	70,50%	-49,19%	-51,40%
11	SANTIAGO C.	854.752	728.107	792.986	214.765	489.972	128,14%	-38,21%	-42,68%
12	SALAMANCA	685.595	679.839	710.709	223.219	405.723	81,76%	-42,91%	-40,82%
13	TOLEDO	618.387	600.545	598.971	190.296	344.497	81,03%	-42,49%	-44,29%
14	MURCIA	455.393	467.003	483.256	189.271	317.319	67,65%	-34,34%	-30,32%
15	VALLADOLID	459.196	455.695	451.307	155.783	293.305	88,28%	-35,01%	-36,13%
16	BURGOS	491.644	480.082	484.559	171.578	288.687	68,25%	-40,42%	-41,28%
17	AVILA	306.666	308.863	311.991	101.786	166.046	63,13%	-46,78%	-45,85%

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

En cuanto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba también baja una posición respecto al año anterior, ocupando el undécimo lugar alcanzando las 842.286 pernoctas. Barcelona y Madrid ya se acercan a los 10 millones de pernoctas, ocupando estas ciudades las primeras posiciones. Burgos y Ávila son las ciudades que registran los valores inferiores.

El mayor incremento lo recoge Santiago de Compostela con un crecimiento del 122,15% respecto a 2020, seguido de Málaga con un incremento del 104,09%. Por el contrario el menor incremento lo refleja Granada con un 63,37%.

Comparando las cifras con 2019, Córdoba presenta un descenso del 48,41%.

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	MADRID	19.235.860	19.725.523	20.682.785	5.416.866	9.645.158	78,06%	-53,37%	-49,86%
2	BARCELONA	19.731.885	20.233.905	21.362.903	4.308.948	8.153.624	89,23%	-61,83%	-58,68%
3	SEVILLA	5.230.894	5.523.053	5.839.752	1.646.196	2.829.748	71,90%	-51,54%	-45,90%
4	VALENCIA	4.023.275	4.217.579	4.337.945	1.370.466	2.609.349	90,40%	-39,85%	-35,14%
5	MALAGA	2.493.836	2.657.877	2.785.309	875.424	1.786.668	104,09%	-35,85%	-28,36%
6	GRANADA	3.258.202	3.362.987	3.596.952	1.027.325	1.678.381	63,37%	-53,34%	-48,49%
7	ZARAGOZA	1.839.736	1.925.174	1.962.273	647.324	1.174.524	81,44%	-40,14%	-36,16%
8	BILBAO	1.750.619	1.800.922	1.886.267	655.289	1.159.422	76,93%	-38,53%	-33,77%
9	SAN SEBASTIAN	1.313.563	1.356.535	1.425.090	541.181	1.001.871	85,13%	-29,70%	-23,73%
10	SANTIAGO C.	1.463.631	1.339.023	1.467.152	413.108	917.700	122,15%	-37,45%	-37,30%
11	CÓRDOBA	1.616.706	1.570.563	1.632.583	494.177	842.286	70,44%	-48,41%	-47,90%
12	SALAMANCA	1.102.811	1.123.866	1.180.975	376.463	663.085	76,14%	-43,85%	-39,87%
13	TOLEDO	918.732	924.246	913.796	289.023	535.664	85,34%	-41,38%	-41,70%
14	MURCIA	748.740	781.712	786.703	299.903	504.313	68,16%	-35,90%	-32,65%
15	VALLADOLID	783.387	789.199	784.611	255.042	492.390	93,06%	-37,24%	-37,15%
16	BURGOS	732.324	710.915	739.425	262.984	446.053	69,61%	-39,68%	-39,09%
17	AVILA	446.236	450.020	465.083	158.158	266.082	68,24%	-42,79%	-40,37%

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

En lo que se refiere al grado de ocupación por plazas, Córdoba se sitúa en la décimotercera plaza, con una ocupación hotelera del 36,56 por ciento, esto ha supuesto un incremento de un 41,87% respecto a 2020. La ciudad de Valencia es la que ocupa la primera posición con el 74,79%.

El mayor incremento ha sido registrado por Santiago de Compostela con un 94,48% seguido de Valladolid con un 87,36% y Málaga con un 86,01%.

En la comparativa con 2019, la ciudad de Córdoba registra un descenso del 40,83%. El mayor descenso lo recoge Barcelona con un 47,41% seguido de Madrid con un 43,66%.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	VALENCIA	59,04	61,91	63,84	25,23	44,10	74,79%	-30,92%	-25,30%
2	MÁLAGA	66,22	64,08	65,00	23,37	43,47	86,01%	-33,12%	-34,36%
3	SAN SEBASTIAN	62,67	63,25	63,31	25,74	41,81	62,41%	-33,96%	-33,29%
4	GRANADA	63,38	60,78	64,08	24,89	41,33	66,05%	-35,50%	-34,79%
5	SEVILLA	65,38	67,51	68,91	25,49	40,25	57,91%	-41,59%	-38,44%
6	BURGOS	52,19	50,35	53,13	21,18	38,86	83,47%	-26,86%	-25,54%
7	TOLEDO	57,27	56,36	56,81	23,70	38,69	63,25%	-31,90%	-32,44%
8	SALAMANCA	52,29	52,63	54,87	21,70	37,65	73,50%	-31,38%	-28,00%
9	VALLADOLID	53,72	53,90	53,56	19,85	37,19	87,36%	-30,56%	-30,77%
10	ZARAGOZA	48,35	52,68	53,56	21,37	36,84	72,39%	-31,22%	-23,81%
11	BARCELONA	68,61	68,22	69,97	20,14	36,80	82,72%	-47,41%	-46,36%
12	BILBAO	60,19	61,25	62,46	23,31	36,58	56,93%	-41,43%	-39,23%
13	CÓRDOBA	60,51	61,5	61,79	25,77	36,56	41,87%	-40,83%	-39,58%
14	MADRID	62,73	62,69	63,93	23,37	36,02	54,13%	-43,66%	-42,58%
15	SANTIAGO C.	52,30	48,80	52,25	18,31	35,61	94,48%	-31,85%	-31,91%
16	MURCIA	45,38	46,78	46,33	21,19	35,07	65,50%	-24,30%	-22,72%
17	ÁVILA	43,91	44,51	46,03	19,32	31,13	61,13%	-32,37%	-29,10%

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 duodécima posición, descendiendo un puesto respecto al año anterior.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,66 noches. Barcelona vuelve a encabezar la lista con una estancia media de 2,34 noches, seguida de Valencia, Santiago de Compostela, Madrid y Málaga que también superan las 2 noches de estancia.

La estancia media en Córdoba refleja un incremento del 29,69%. El mayor incremento lo ha recogido Barcelona (46,25%), seguida de Valladolid (40,98%) y Málaga(40,97%).

Haciendo la comparación con 2019, Córdoba refleja un descenso del 1,78%. De las pocas ciudades que han recogido incrementos en sus cifras de estancia media, el mayor de ellos lo ha obtenido Ávila con un 10,67%, seguida muy de cerca por Santiago de Compostela con un 10,64%.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	BARCELONA	2,56	2,51	2,50	1,60	2,34	46,25%	-6,40%	-8,59%
2	VALENCIA	2,22	2,28	2,29	1,52	2,11	38,82%	-7,86%	-4,95%
3	SANTIAGO C.	1,73	1,87	1,88	1,52	2,08	36,84%	10,64%	20,23%
4	MADRID	2,06	2,03	2,10	1,68	2,06	22,62%	-1,90%	0,00%
5	MÁLAGA	1,89	1,92	1,97	1,44	2,03	40,97%	3,05%	7,41%
6	SAN SEBASTIAN	1,99	2,03	2,03	1,41	1,87	32,62%	-7,88%	-6,03%
7	SEVILLA	2,00	2,07	2,10	1,40	1,85	32,14%	-11,90%	-7,50%
7	GRANADA	1,83	1,80	1,80	1,35	1,85	37,04%	2,78%	1,09%
8	BILBAO	1,88	1,91	1,96	1,53	1,80	17,65%	-8,16%	-4,26%
9	ZARAGOZA	1,64	1,68	1,66	1,37	1,78	29,93%	7,23%	8,54%
10	SALAMANCA	1,63	1,67	1,68	1,34	1,74	29,85%	3,57%	6,75%
11	VALLADOLID	1,71	1,74	1,75	1,22	1,72	40,98%	-1,71%	0,58%
12	CÓRDOBA	1,6	1,64	1,69	1,28	1,66	29,69%	-1,78%	3,75%
12	ÁVILA	1,46	1,46	1,50	1,18	1,66	40,68%	10,67%	13,70%
13	BURGOS	1,52	1,50	1,55	1,22	1,59	30,33%	2,58%	4,61%
14	MURCIA	1,64	1,68	1,63	1,19	1,57	31,93%	-3,68%	-4,27%
15	TOLEDO	1,49	1,54	1,53	1,14	1,55	35,96%	1,31%	4,03%

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

La otra vertiente objeto de estudio hace referencia a la oferta hotelera cordobesa. Para concluir la comparativa de Córdoba respecto a los otros destinos turísticos vamos a analizar estos indicadores: personal empleado, número de establecimientos abiertos y plazas hoteleras ofertadas.

El primero de estos indicadores objeto de estudio es el personal empleado en el sector turístico. Este indicador es muy tenido en cuenta a la hora de analizar la oferta hotelera, y en él aparecen recogidos tanto el personal remunerado como los que no lo están ya 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 mantiene la misma posición de los dos últimos años y vuelve a estar situada en décima posición con un total de 571 empleados.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, Córdoba registra un incremento del 32,18% respecto al año anterior. Todas las ciudades analizadas presentan incrementos siendo el mayor de éstos el correspondiente a la ciudad de Madrid con un 54,69%. El menor de estos incrementos lo registra Burgos con un 10,96%

Tomando como referencia el año 2019, la ciudad registra un descenso del 39%. El mayor descenso corresponde a Barcelona con un 58,08%.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	MADRID	11.917	11.642	12.289	4.425	6.845	54,69%	-44,30%	-42,56%
2	BARCELONA	13.704	14.028	15.083	4.903	6.323	28,96%	-58,08%	-53,86%
3	SEVILLA	3.464	3.601	3.691	1.408	1.883	33,74%	-48,98%	-45,64%
4	VALENCIA	2.208	2.269	2.311	1.106	1.623	46,75%	-29,77%	-26,49%
5	MÁLAGA	1.392	1.526	1.599	822	1.240	50,85%	-22,45%	-10,92%
6	GRANADA	1.673	1.763	1.778	693	860	24,10%	-51,63%	-48,60%
7	BILBAO	1.101	1.140	1.232	660	763	15,61%	-38,07%	-30,70%
8	SAN SEBASTIAN	932	1.011	1.039	610	760	24,59%	-26,85%	-18,45%
9	SANTIAGO C.	935	961	1.013	495	664	34,14%	-34,45%	-28,98%
10	CÓRDOBA	938	883	936	432	571	32,18%	-39,00%	-39,13%
11	ZARAGOZA	790	781	760	394	546	38,58%	-28,16%	-30,89%
12	SALAMANCA	651	665	680	320	411	28,44%	-39,56%	-36,87%
13	MURCIA	439	480	486	274	371	35,40%	-23,66%	-15,49%
14	VALLADOLID	543	551	550	278	337	21,22%	-38,73%	-37,94%
15	TOLEDO	546	538	516	241	313	29,88%	-39,34%	-42,67%
16	BURGOS	416	435	416	228	253	10,96%	-39,18%	-39,18%
17	ÁVILA	361	350	352	164	202	23,17%	-42,61%	-44,04%

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

Según la estimación del INE, la oferta hotelera de la ciudad de Córdoba ha mantenido abiertos 65 establecimientos durante el ejercicio 2021. 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 12, descendiendo dos posiciones respecto al año anterior, con un total de 65 establecimientos abiertos y un incremento del 41,30%.

Las primeras posiciones siguen siendo para Madrid y Barcelona que entre ambas ciudades suman cerca de 1.000 establecimientos hoteleros.

Haciendo comparativa con 2019, Córdoba presenta un descenso del 26,14%. La ciudad que refleja un mayor descenso en cuanto al número de establecimientos abiertos es Barcelona con un 43,85%, seguida de Burgos con un 40,32%.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	MADRID	788	788	841	446	591	32,51%	-29,73%	-25,00%
2	BARCELONA	662	673	691	266	388	45,86%	-43,85%	-41,39%
3	SEVILLA	212	219	230	106	148	39,62%	-35,65%	-30,19%
4	VALENCIA	143	142	147	96	144	50,00%	-2,04%	0,70%
5	SANTIAGO C.	156	156	148	86	124	44,19%	-16,22%	-20,51%
6	GRANADA	169	177	161	76	105	38,16%	-34,78%	-37,87%
7	SAN SEBASTIÁN	143	139	144	86	100	16,28%	-30,56%	-30,07%
8	MÁLAGA	95	105	113	61	97	59,02%	-14,16%	2,11%
9	ZARAGOZA	89	87	87	54	77	42,59%	-11,49%	-13,48%
10	BILBAO	73	75	75	53	77	45,28%	2,67%	5,48%
11	SALAMANCA	90	91	89	54	68	25,93%	-23,60%	-24,44%
12	CÓRDOBA	92	86	88	46	65	41,30%	-26,14%	-29,35%
13	TOLEDO	63	61	61	32	43	34,38%	-29,51%	-31,75%
14	BURGOS	56	59	62	41	37	-9,76%	-40,32%	-33,93%
15	VALLADOLID	40	41	41	24	32	33,33%	-21,95%	-20,00%
16	ÁVILA	39	38	39	24	32	33,33%	-17,95%	-17,95%
17	MURCIA	33	33	35	21	27	28,57%	-22,86%	-18,18%

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, desciende un puesto ocupando este año la undécima posición con 5.667 plazas. Las primeras posiciones de este ranking vuelven a ser para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Burgos y Ávila.

Córdoba ha experimentado un incremento del 51,40% durante 2021. Los mayores incrementos los han registrado Madrid y Barcelona. Burgos, por su parte, aún mostrando signos de crecimiento ha sido el menos representativo de las ciudades analizadas.

La evolución de la ciudad respecto a 2019 refleja un descenso del 19,78%. Destaca Bilbao que apenas muestra variación con un descenso de tan solo un 0,32%

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021	Var. 21/20	Var. 21/19	Var. 21/17
1	MADRID	83.217	85.426	87.666	41.455	68.111	64,30%	-22,31%	-18,15%
2	BARCELONA	77.782	80.414	82.736	34.659	52.545	51,61%	-36,49%	-32,45%
3	SEVILLA	21.599	22.137	22.891	11.926	17.501	46,75%	-23,55%	-18,97%
4	VALENCIA	18.258	18.241	18.248	10.436	14.543	39,35%	-20,30%	-20,35%
5	MÁLAGA	10.188	11.177	11.615	7.304	10.408	42,50%	-10,39%	2,16%
6	GRANADA	13.895	14.922	15.124	7.179	9.616	33,95%	-36,42%	-30,80%
7	ZARAGOZA	10.330	9.909	9.943	5.903	8.342	41,32%	-16,10%	-19,24%
8	BILBAO	7.831	7.911	8.125	5.540	8.099	46,19%	-0,32%	3,42%
9	SANTIAGO C.	7.338	7.260	7.395	4.401	6.138	39,47%	-17,00%	-16,35%
10	SAN SEBASTIAN	5.582	5.705	5.966	4.018	5.805	44,47%	-2,70%	3,99%
11	CÓRDOBA	7.193	6.900	7.064	3.743	5.667	51,40%	-19,78%	-21,22%
12	SALAMANCA	5.673	5.741	5.796	3.301	4.319	30,84%	-25,48%	-23,87%
13	MURCIA	4.506	4.558	4.635	2.837	3.855	35,88%	-16,83%	-14,45%
14	VALLADOLID	3.922	3.938	3.965	2.538	3.443	35,66%	-13,17%	-12,21%
15	TOLEDO	4.310	4.391	4.312	2.373	3.352	41,26%	-22,26%	-22,23%
16	BURGOS	3.745	3.791	3.749	2.430	2.831	16,50%	-24,49%	-24,41%
17	ÁVILA	2.743	2.741	2.737	1.591	2.158	35,64%	-21,15%	-21,33%

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

