

# Actualización ATI

(Análisis Transversal de Información)

Provincia: Córdoba

Diciembre 2024

# Córdoba

# Córdoba



## 3.840.905

Población total  
2° puesto

### Principales departamentos

- Córdoba Capital
- San Justo
- Colón
- Punilla
- Río Cuarto



Concentración geográfica

66 %

Principales departamentos

34 %

Resto de la provincia



Rango etario\*

17%

+60 años

16%

45-59 años

21%

30-44 años

23%

15-29 años

23%

0-14 años

## Perfil económico

### Estructura económica orientada al sector industrial

Es uno de los grandes centros de producción automotriz del país. Gran parte de las exportaciones de este sector corresponden a autopartes. También es un gran productor de oleaginosas y cereales (maíz y trigo). Además, tiene una de las principales cuencas lecheras del país.

Córdoba explica el 8.7% del PBI Nacional\*  
3° puesto



Ingresos medios\*\*



Actividad privada\*\*\*

Fuente: Datos provisionales del censo (INDEC, 2023).

\*Fuente: Proyecciones y estimaciones a partir del censo 2010 (INDEC).

\*Fuente: CEPAL (2023). \*\*Fuente: ODEE (MTEySS, 2021a). \*\*\*Fuente: ODEE (MTEySS, 2021b).

# Córdoba: características del turismo (2021-2023)

## Región Centro: Córdoba



**Motivo de viaje**

57%

Ocio

32%

Vista de familiares y amigos



**Tipo de alojamiento**

35%

Hotel 3 estrellas

26%

Vivienda de familiares y amigos

25%

Vivienda alquilada por temporada



**Medio de transporte**

49%

Auto

34%

Avión

18%

Ómnibus



**Grupo de viaje**

57%

1 ó 2 personas

27%

5 personas o más



**Grupos etarios**

49%

45 a 59 años

26%

14 a 29 años



**Estadía**

64%

1 a 3 noches



**Anticipación**

53%

Entre una semana y un mes.

41%

Entre 6 meses y más de un mes.

Fuente: EVyTH (MTyD).

# Córdoba: encuestas en origen (2024)

## Motivaciones



**Grupo de viaje.  
Con quiénes  
viene**

30%

Pareja

25%

Solo



**Frecuencia de  
visita**

37%

Al menos una vez al año

29%

Menos de una vez por año



**Cómo se informan  
de las actividades  
en la Ciudad**

52%

Internet/Google

37%

Redes  
sociales/Influencers

31%

Consulta a familiares  
o amigos

24%

Web y redes oficiales  
del GCBA



**Apps utilizadas  
en la Ciudad**

61%

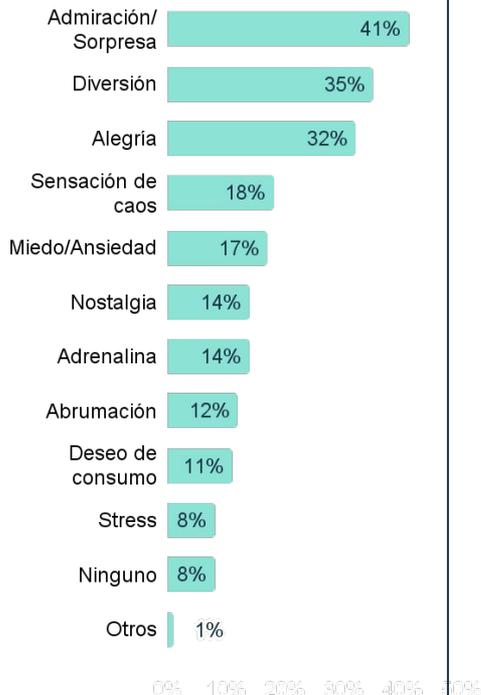
Google Maps

25%

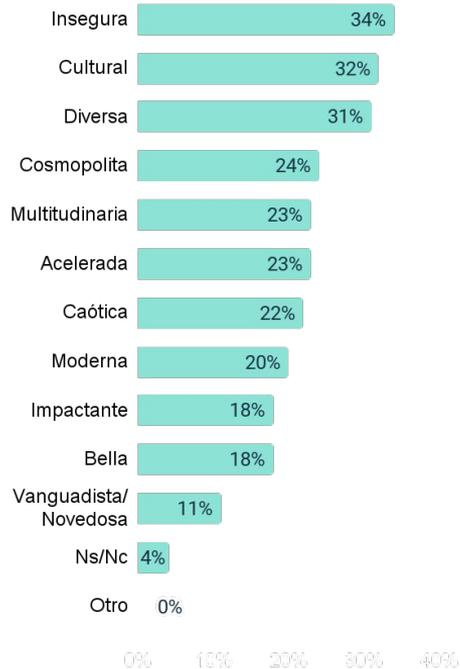
Ninguna

# Córdoba: encuestas en origen (2024)

## Sensaciones



## Definiciones



## Disposición a visitar



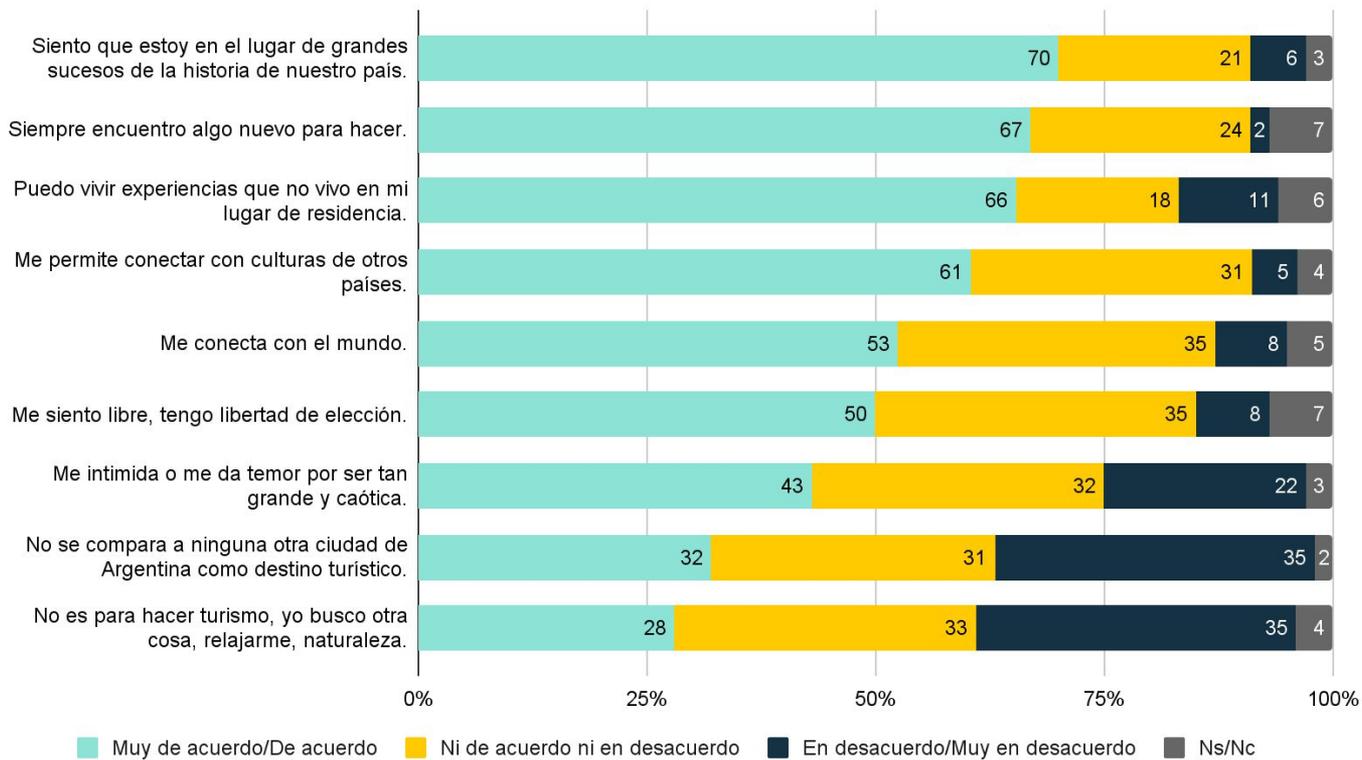
Calificación de la experiencia turística:

8.2

Disposición a recomendar:

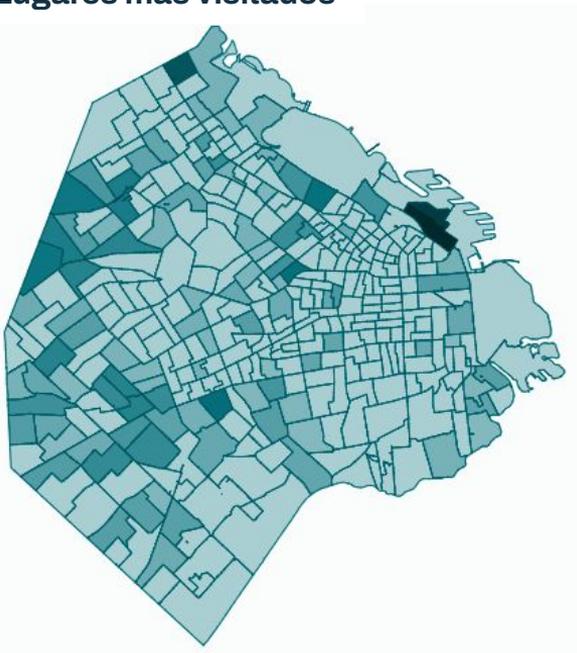
94%

# Córdoba: acuerdo con frases sobre CABA como destino



# Córdoba: movilidad de los turistas (2023\*)

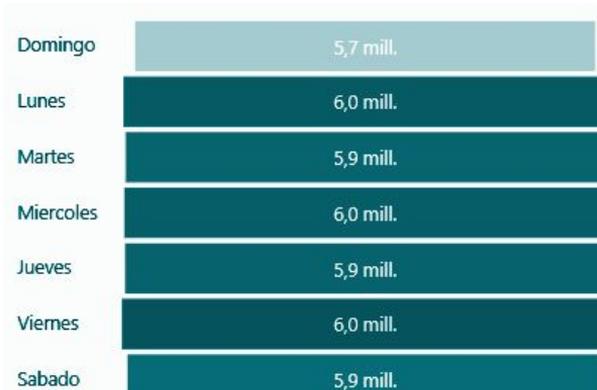
## Lugares más visitados



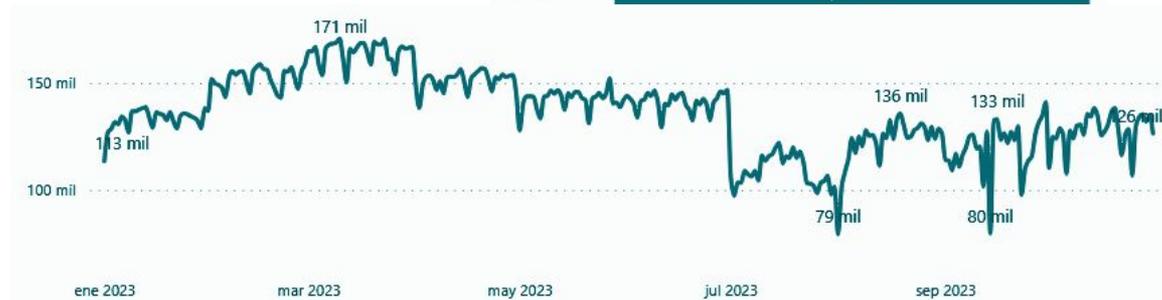
\*Datos del período enero- octubre 2023.

Fuente: Observatorio de Turismo de CABA. en base a datos de la red Claro.

## Días de mayor movilidad



## Estacionalidad



# Córdoba: conectividad aérea\* (2024)

5.428

Vuelos

-1 %

Variación interanual (%)

683 mil

Pasajeros

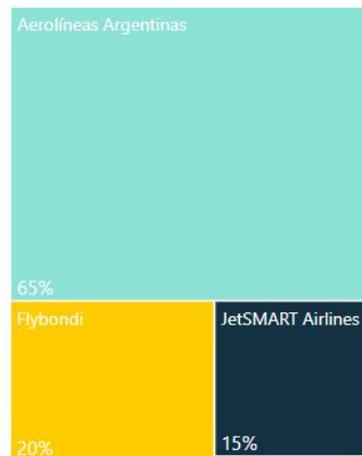
-7 %

Variación interanual (%)

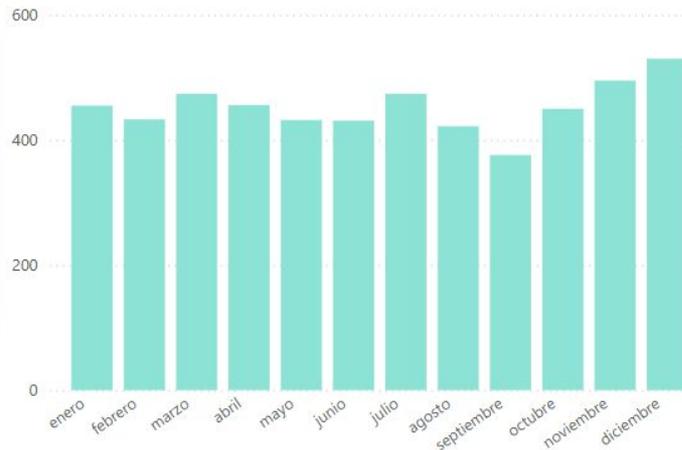
85 %

Ocupación

Distribución de vuelos por aerolíneas



Vuelos por Mes



\*Para obtener las frecuencias aéreas, se utiliza el despegue desde CABA hacia Córdoba, por razones de metodología.

# Córdoba: conectividad aérea\* (2023)

5.470

Vuelos

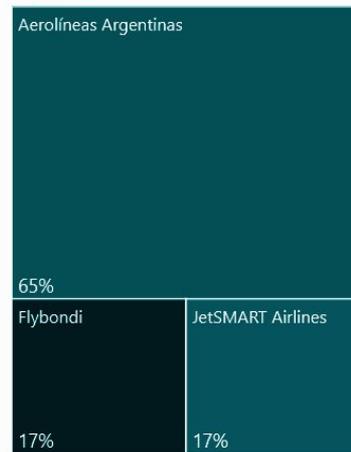
735 mil

Pasajeros

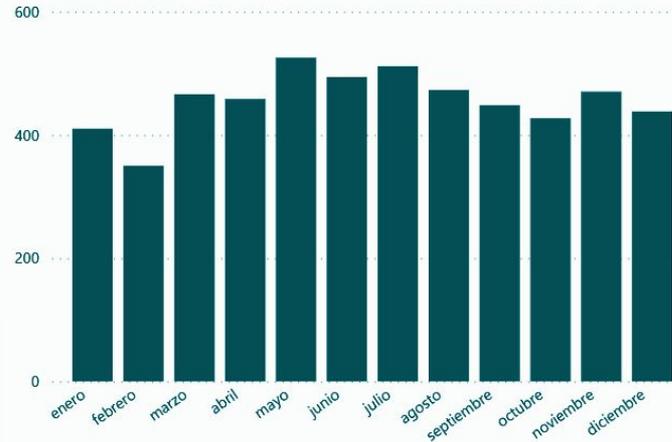
85 %

Ocupación

Distribución de vuelos por aerolíneas

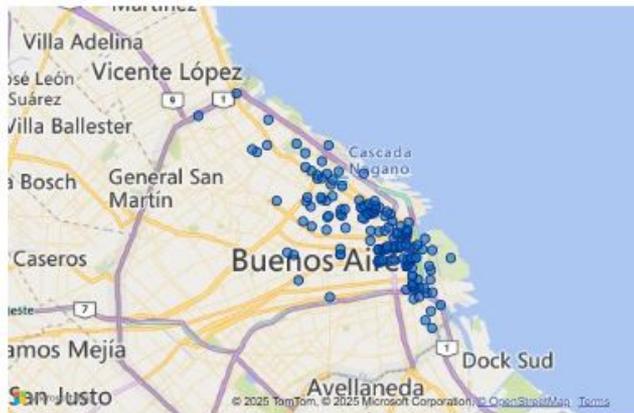


Vuelos por Mes



\*Para obtener las frecuencias aéreas, se utiliza el despegue desde CABA hacia Córdoba, por razones de metodología.

# Córdoba: comentarios online (2024\*)



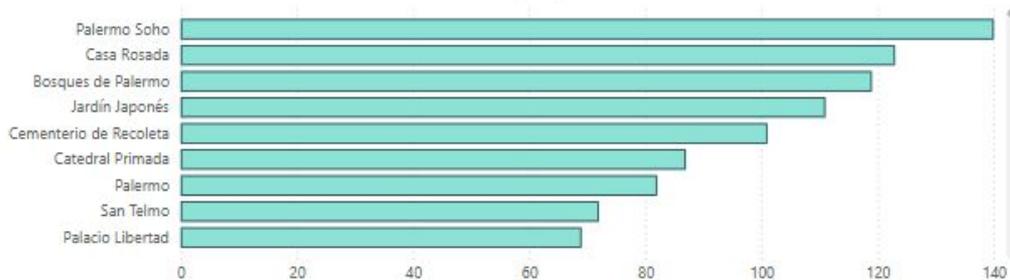
**2579**

**Comentarios por provincia**

**220**

**Atractivos comentados por provincia**

Comentarios de atractivos por provincia



\*Datos a marzo de 2024.

# Córdoba: comentarios online (2024\*)

## **(Rosedal de Palermo)**

Lindo lugar para pasar un rato tranquilo, tomando unos mates y bajar unos cambios que te sube la Ciudad de Buenos Aires. Impecable en cuanto al cuidado.

## **(Usina del Arte)**

Hermoso lugar en el corazón de La Boca. Es un edificio viejo pero restaurado, todo el tiempo hay muestras de varias cosas, muy recomendable.

## **(Teatro Gran Rex)**

Fui a un espectáculo y la verdad el sonido muy bueno, las ubicaciones están posicionadas de tal modo que tienen buena visibilidad desde cualquier asiento.

## **(Shopping UNICENTER)**

Gigantesco y con todo lo que uno quisiera comprar y mucho más. Ofrece muchas ofertas en las distintas tiendas. Prolijo, limpio y lindo.

## **(San Telmo)**

Altamente recomendable, es espectacular la feria de los domingos, vale la pena recorrerla de punta a punta, recorriendo también la Plaza Dorrego. Hay mercados donde adentrarse y con suerte y conocimiento pueden encontrar tesoros!

## **(Puerto Madero)**

Lugar que no se puede dejar de visitar si vas a Capital Federal. amplio centro comercial y gastronómico. Hermosas vistas del lugar para llevarse postales.

## **(Tango Porteño)**

Muy buen espectáculo de tango, con bailarines, orquesta, y actuaciones. Fuimos solamente al espectáculo de tango, sin cena, ya que es opcional.

## **(Teatro Colón)**

Nuestro mayor coliseo, es uno de los más importantes del mundo, acústica perfecta, escenario exquisitamente montado, iluminación impecable y el foyer, suntuoso y hermoso. El cuerpo estable, magnífico en el ballet. Todo excelente.

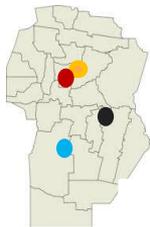
Fuente: DGCOT.

\*Datos a marzo de 2024.

# Córdoba: atractivos turísticos (2019)

## Comentarios

12ª por provincia



Ciudades desde donde más comentaron.

**Córdoba (c)**  
Río Cuarto  
Villa Carlos Paz  
Villa María

**Viajan con**

- pareja **32 %**
- familias **29 %**
- amigos **20 %**



**51 %** masculino



**26 %** julio y agosto

## Región

**87 % no conoce** oferta permanente y gratuita de entretenimiento en CABA.  
**8 de 10 compran** las entradas para actividades una vez **en CABA**.

Fuente: DGIMO (2019).

## Valoración

8ª provincia por valoración

### La Ciudad

**Córdoba**

**4,30**

vs.



**Argentina**

**4,36**

Valoración general  
2011-2019 (5 máx)

### Categorías más valoradas

- Teatros
- Lugares religiosos
- Espectáculos



- Tango
- Juego y entretenimiento\*
- Parques y plazas

\* Sólo 18 comentarios.

### Atractivos más valorados



**1** Teatro Colón



**2** Ateneo  
Grand Splendid



**3** Catedral  
Metropolitana

# Córdoba: gastronomía (2019)

Comentarios

3ª provincia en cantidad

Valoración

15ª provincia por valoración

N=3.500

## Perfil



### Viajan con

- pareja **27,4 %**
- amigos **27 %**
- familia **22 %**



### Género

**39 %** femenino  
**61 %** masculino

## Rango etario

Hasta 18 años

2.9%

60 - 69 años

4.4%

50 - 59 años

19.3%

30 - 39 años

44.5%

19 - 29 años

29.0%

## La Ciudad

Córdoba

**4,02**

vs.



Argentina

**3,92**

Valoración general  
2011-2020 mar (5 máx)

## Barrios

- Puerto Madero
- Retiro
- Montserrat



- Villa Luro
- Villa del Parque
- Versalles

## Tipo de establecimiento



**1**

Restaurantes



**2**

Bares y pubs



**3**

Café

# Córdoba: gasto con tarjeta (2019)

Consumo con tarjeta

3ª provincia en gasto con tarjeta.



**Ticket promedio** 13 % más bajo que el general.



**1. Compras es el rubro principal: indumentaria** (+mujeres) y **tecnología** (+varones).

*Precio: "Igual o más barato que Córdoba"*



**2. Gastronomía,** jóvenes prefieren Palermo y mayores de 35 eligen Retiro o Puerto Madero.

*Se gasta más a la **noche.***



**3. Farmacia y perfumerías.**



**Esparcimiento destaca** por encima de la media nacional

*Espectáculos*

## Barrios de mayor consumo

- **Palermo Hollywood** hasta 45 años (gastronomía)
- **Balvanera-Once** (comercio + Abasto) desde 46 años (compras)



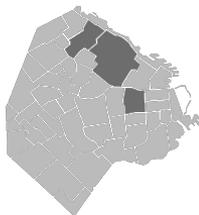
# Córdoba: gasto según horario (2019)

## Día (06 a 20 h.)

-  **Viernes** es el día con mayor gasto promedio.
-  **Compras** es el rubro en el que más se gasta.
  - Mujeres | 54 %
  - 36 a 45 años | 28 %
-  **12 a 13 h.** es el rango horario de mayor gasto.

## Principales zonas

- Balvanera-Once** 9 % | Pico de gasto: 19 h.
  - Tecnología 82 %
- MALBA** 7 % | Pico de gasto: 12 h.
  - Indumentaria 83 %
- Barrio Chino** 7 % | Pico de gasto: 17-19 h.
  - Tecnología 82 %



## Noche (20 a 05 h.)

-  **Sábado** es el día con mayor gasto promedio.
-  **Gastronomía** es el rubro en el que más se gasta.
  - Hombres | 62 %
  - 26 a 35 años | 43 %
-  **20 a 21 h.** es el rango horario de mayor gasto.

## Principales zonas

- Palermo Hollywood** 44 % | Pico de gasto: 21 h.
  - Comida rápida 97 %
- MALBA** 5 % | Pico de gasto: 20 h.
  - Indumentaria 78 %
- Patio Bullrich** 4 % | Pico de gasto: 20 h.
  - Indumentaria 48 %



Fuente: DGIMO (2019).

# Córdoba: gasto según día de la semana (2019)

## Días de semana

- Mayor parte del gasto en **Palermo Hollywood** (13 %), Balvanera-Once (8 %) y Barrio Chino (6 %)

## Gastronomía



- **Comida rápida** 49 %
- **Supermercados y comida para llevar** 26 %
- **Bares y restaurantes** 23 %
- **Palermo Hollywood** (50 %) principal zona | Pico: 21 h.
- **Bares y restaurantes:** Patio Bullrich (13 %, pico: 13-14 h.); y Palermo Plazas Armenia y Serrano (8 %, pico: 23 h.).

## Los que más gastan



(gastronomía y esparcimiento)

- Varones
- Jóvenes entre 26 y 35 edad
- Palermo Hollywood

## Fines de semana\*

- Mayor parte del gasto en **Palermo Hollywood** (17 %), Palermo - MALBA (8 %) y Balvanera-Once (7 %)

## Gastronomía



- **Comida rápida** 55 %
- **Supermercados y comida para llevar** 23 %
- **Bares y restaurantes** 21 %
- **Palermo Hollywood** (55 %) principal zona | Pico: 21 h.
- **Bares y restaurantes:** Plazas Armenia y Serrano (13 %, pico 15 h. y 23-00 h.) y Patio Bullrich (7 %, pico 14 h.).



**Esparcimiento:** San Nicolás - Obelisco (35 %, pico: 11 y 19 h.) y San Telmo - Parque Lezama (16 %, pico: 15, 17 y 20 h.).

\*Considerando fin de semana los días viernes, sábados y domingos.

Fuente: DGIMO (2019).

# Córdoba. Principales emergentes

## Características turísticas:

Mayoritariamente, los turistas de la **región Centro** (en base a EVyTH) y particularmente de **Córdoba** (en base a DGCOT):

- Viajan a CABA por ocio.
- Se hospedan en hoteles 3 estrellas.
- Utilizan el auto para viajar a CABA.
- Viajan solos o con otra persona.
- La persona con la que viajan es la pareja.
- Visitan la Ciudad al menos una vez al año.
- Su estadía es corta (1 a 3 días).
- Planifican su viaje entre una semana y un mes antes.
- Motivación: Visitar los distintos barrios turísticos.
- Sensación: Adrenalina/Sorpresa.
- Definición: Insegura.
- Quisieran visitar la Ciudad varias veces en la vida.
- Calificación de la experiencia turística: 8,2.
- El 94 % la recomendaría.
- Para informarse de las actividades de la Ciudad usan Google.
- La app que más utilizan es Google Maps.

## Conectividad aérea:

AA, Flybondi y JetSMART son las compañías que conectan Córdoba con CABA. Mayo y julio son los meses con mayor cantidad de vuelos en 2023, mientras que diciembre lo es del 2024.

**87 % no conoce** oferta permanente y gratuita de entretenimiento en CABA.  
**8 de 10:** compran las entradas para las actividades una vez en CABA.

Los turistas de Córdoba tienen una **valoración** intermedia de los **atractivos** de la Ciudad (posición 19 del ranking de valoración).

Los atractivos mejor valorados son:

- Teatro Colón
- Ateneo Grand Splendid
- Catedral Metropolitana

La **gastronomía** de la Ciudad también es valorada positivamente (puntaje 4,02/5)  
Los tipos de locales gastronómicos más valorados son:

- Restaurante
- Bar y Pub
- Cafetería

## Gasto con TC:

- 3ª provincia en gasto con tarjeta.

## Días y horarios de mayor gasto:

- Durante el día: viernes. El rubro en el que más se gasta es el de compras. Zonas: Balvanera-Once, MALBA, Barrio Chino.
- Durante la noche: sábados. El rubro en el que más se gasta es el gastronómico. Zonas: Palermo Hollywood, MALBA, Patio Bullrich.

