LOCAL | Turismo

Priego cierra 2025 con 31.817 visitantes atendidos en la Oficina de Turismo, un 14,6% más, y fija sus retos para 2026

Juan Ramón Valdivia marca como hitos la ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística antes del 30 de junio, la nueva oficina de Turismo en calle Río y la reapertura del Castillo con nuevos espacios visitables

Antonio J. Sobrados Pareja
Jueves 29 de enero de 2026 - 16:30



El alcalde de Priego de Córdoba, Juan Ramón Valdivia, que mantiene en Alcaldía las competencias de Turismo, ha presentado este martes el balance estadístico del año 2025 y las líneas de trabajo para 2026, basadas en los datos diarios que recoge la Oficina de Turismo. “Son datos 100% fidedignos”, ha subrayado, puntualizando que no recogen a quienes visitan la ciudad sin pasar por el punto de información, pero sí permiten medir la tendencia del destino.

Valdivia comenzó justificando el retraso de la comparecencia —prevista para la semana anterior— por los “accidentes ferroviarios” que “sufrimos todos los españoles” y que llevaron al Ayuntamiento a posponerla. En ese contexto, reconoció que FITUR se vivió de forma “un poco extraña”, sin “la alegría” habitual, pese a la presencia de Priego en la feria junto a la Mancomunidad de la Subbética.

Más visitantes y perfil mayoritariamente nacional

Según el balance municipal, la Oficina de Turismo atendió en 2025 un total de 31.817 visitantes, lo que supone un aumento del 14,6% respecto a 2024. El alcalde enmarcó el dato en una recuperación sostenida tras el “suelo” de 2020-2021 y señaló que, mientras otros ejercicios crecían en torno al 5–11%, 2025 marca un salto mayor.

En procedencias, Andalucía concentra el 68% y, por provincias, Córdoba (19%) lidera el origen de visitantes, seguida de Sevilla y Granada. Madrid aporta el 4% y Barcelona el 3,3%. En cuanto a nacionalidades, el 91,46% de los atendidos son españoles; entre los extranjeros destacan Francia (2,16%), Alemania (1,92%) y Reino Unido (1,42%), un dato que, en palabras de Valdivia, “nos marca una línea de trabajo bastante importante” al no situarse el mercado británico en los primeros puestos para el destino.

Cómo llegan y cuándo se dispara la demanda

Sobre cómo conocen Priego, el alcalde apuntó que el “viajero tipo” llega por agencias o empresas de

promoción de actividades; un 18% lo hace por experiencia propia, un 17% por eventos y un 8,72% por rutas turísticas. También destacó el peso de las recomendaciones: 7% “boca a boca” y 4,7% online.

Por meses, los picos se mantienen en primavera: abril (5.400) y marzo (4.600). Tras el verano, se recupera afluencia en noviembre (3.967) y octubre (3.744).

En pernoctaciones, el 68,61% son excursionistas (visitan y se van en el día). El 6,11% pernocta una noche; el 5,54% dos noches; y el 4,49% tres noches. Valdivia añadió que la estadística es “muy parecida” a la de 2019, antes de la pandemia.

Nueva campaña 2026: cultura, naturaleza, gastronomía y “patrimonio social”

El Ayuntamiento aprovechará el arranque del “curso turístico” para lanzar una campaña alineada con el lema y estrategia de “Patrimonio Andaluz”, repartida en cuatro ejes: patrimonio cultural, natural, gastronómico y social. Según explicó el alcalde, el plan incluye cambiar las imágenes promocionales de los 12 tótems publicitarios de la ciudad y colocar, tras el 475 aniversario de la Hermandad de la Columna, una gran lona con hitos de esos patrimonios en la Plaza del Palenque.

“El año pasado buscaba más impacto; este año buscamos una campaña más explícita”, señaló, sin renunciar a los ejes estratégicos y reforzando la idea del “trato andaluz” como reclamo.

Tres grandes retos: sostenibilidad, nueva oficina y el Castillo

Valdivia situó como principal hito de 2026 la finalización del Plan de Sostenibilidad Turística, que deberá estar ejecutado el 30 de junio, con actuaciones como el futuro Museo y Centro de Interpretación del Aceite en el Paseo de Colombia, el aparcamiento del Bajo Adarve y el sendero de acceso a esa zona, entre otros proyectos.

A corto plazo, anunció la próxima inauguración de la nueva Oficina de Turismo, ubicada en el número 7 de la calle Río, convencido de que el cambio de localización hará que “las estadísticas se disparen” y que lo clave será consolidar la tendencia de crecimiento.

El tercer gran foco será el Castillo de Priego, cuyas obras prevé concluir “en torno a finales de abril, principio de mayo”, no solo con una mejora estética, sino con nuevos espacios visitables, especialmente en el patio de armas que incrementarán el atractivo del monumento, ya señalado como el más visitado del municipio entre los recintos cerrados.

Una empresa pública para “dinamizar, promover y comunicar mejor”

El alcalde cerró su intervención con una reflexión, indicando que “en 2026 se van a poner en pie muchos proyectos que nos van a permitir sacar adelante todo lo que se ha sembrado”, y destacó el arranque de la empresa de gestión turística de Priego como herramienta para “dinamizar, promover y comunicar mucho mejor” el destino, citando al equipo municipal de la Delegación de Turismo, confiando en seguir avanzando “para que esta industria genere empleo, genere riqueza y genere crecimiento”.