

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

2º TRIMESTRE 2016

“INCREMENTO DEL NÚMERO DE VIAJEROS”

1. Oferta y Demanda Hotelera

El segundo trimestre del año nos deja un incremento en los viajeros alojados en establecimientos hoteleros, destacando el crecimiento del 2,47% del viajero nacional.

El número de viajeros ha alcanzado la cifra de 281.470 viajeros, lo que supone un incremento del 1,50% respecto al mismo trimestre del año anterior. Por su parte las pernoctaciones permanecen prácticamente inalterables descendiendo un 0,23% con 451.112 noches de hotel. El grado de ocupación registrado fue del 67,11% reflejando un retroceso del 2,01%. Igual ocurre con la estancia media que desciende un 1,84% respecto a 2015.

Durante este trimestre, disminuye el peso de turistas internacionales en un -2,29% suponiendo un 50,71% del total de viajeros que recibe la ciudad. Por su parte el turismo nacional refleja un incremento de viajeros del 2,47%, representando un total del 49,29% del turismo que nos visita.

Viajeros	Pernoctaciones	Ocupación Hotelera		Estancia Media	Procedencia	
		INE	HOSTECOR		España	Extranjero
281.470	451.112	67,11%	n.d.	1,6	49,29%	50,71%
1,50%	-0,23%	-2,01%	n.d.	-1,84%	2,47%	-2,29%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE y HOSTECOR. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

En el desglose mensual del trimestre, se aprecia que el mes de mayo es el que presenta mayor incremento en número de viajeros con un 5,50% más que el año anterior. El acumulado del trimestre deja un aumento del 1,50%.

En cuanto al número de pernoctaciones abril y mayo presentan buenos resultados, con crecimientos del 0,60% y 0,18% respectivamente. Tan solo el mes de junio refleja un descenso del 1,81%, quedando el acumulado del año negativo en un 0,23%.

Mes	Viajeros		Pernoctaciones	
	2016	Var.15/16	2016	Var.15/16
Abril	93.113	-1,90%	155.482	0,60%
Mayo	106.671	5,50%	171.365	0,18%
Junio	81.686	0,49%	124.265	-1,81%
Trimestre	281.470	1,50%	451.112	-0,23%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la estancia media presenta un descenso del 1,84% con 1,6 noches de hotel. Abril es el mes que muestra el mejor dato con 1,67 noches de hotel y el único incremento del trimestre con un 2,45%. El mayor descenso corresponde al mes de mayo que con 1,61 noches refleja un descenso del 4,73%.

Según los datos facilitados por el INE, el grado de ocupación trimestral muestra un descenso del 2,01% con un nivel del 67,11%. El mejor dato es el recogido en el mes de mayo con una ocupación del 74,93%, seguido de abril con un 70,31% y junio con el 56,08%.

Mes	Estancia Media		Grado Ocupación	
	2016	Var.15/16	2016	Var.15/16
Abril	1,67	2,45%	70,31	-0,35%
Mayo	1,61	-4,73%	74,93	-1,03%
Junio	1,52	-2,56%	56,08	-5,27%
Trimestre	1,6	-1,84%	67,11	-2,01%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

En la comparativa con otros puntos turísticos nacionales, Córdoba ocupa la séptima posición en cuanto al número de viajeros, igual a la que ocupaba en el mismo trimestre del año 2015. En cuanto a las pernoctaciones desciende una posición quedando durante este período en octavo lugar.

Murcia, Zaragoza, San Sebastián y Sevilla obtienen los mayores incrementos en cuanto al número de viajeros con un 23,18%, 12,59%, 8,52% y 8,20% respectivamente.

Con respecto a las pernoctaciones hay que destacar que el mayor crecimiento lo ha recogido Murcia al incrementarse en un 21,20% respecto a 2015, seguido de Zaragoza y Valencia con un 14,68% y un 9,09% respectivamente.

	Viajeros	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
1	Madrid	2.400.032	2.418.986	0,79%
2	Barcelona	2.001.377	2.028.059	1,33%
3	Sevilla	659.162	713.193	8,20%
4	Granada	466.082	503.856	8,10%
5	Valencia	460.582	456.651	-0,85%
6	Málaga	297.500	319.928	7,54%
7	Córdoba	277.317	281.470	1,50%
8	Zaragoza	245.406	276.304	12,59%
9	Santiago Compostela	225.894	237.037	4,93%
10	Bilbao	217.550	234.299	7,70%
11	Salamanca	168.626	172.087	2,05%
12	Donostia-San Sebastián	156.897	170.268	8,52%
13	Toledo	151.532	152.831	0,86%
14	Burgos	122.098	120.444	-1,35%
15	Murcia	94.804	116.783	23,18%
16	Ávila	71.378	59.565	-16,55%

	Pernoctaciones	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
1	Barcelona	5.124.844	5.247.474	2,39%
2	Madrid	4.852.953	4.819.018	-0,70%
3	Sevilla	1.306.468	1.422.807	8,90%
4	Valencia	933.665	1.018.565	9,09%
5	Granada	855.535	888.580	3,86%
6	Málaga	588.976	617.199	4,79%
7	Zaragoza	406.354	466.022	14,68%
8	Córdoba	452.169	451.112	-0,23%
9	Bilbao	416.526	433.343	4,04%
10	Santiago Compostela	375.316	386.900	3,09%
11	Donostia-San Sebastián	317.697	330.720	4,10%
12	Salamanca	281.685	277.485	-1,49%
13	Toledo	228.294	233.086	2,10%
14	Murcia	159.874	193.764	21,20%
15	Burgos	178.414	182.307	2,18%
16	Ávila	114.385	88.423	-22,70%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

En el contexto andaluz, se muestra un incremento en el flujo de visitantes del 7,31%. Igual ocurre con el gasto medio que se ha incrementado en un 0,67%.

Total Andaluz	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
Flujo de visitantes	7.020.404	7.533.691	7,31%
Estancia Media	7,8	7,6	-2,56%
Gasto Medio	65,26	65,7	0,67%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IEA. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba

2. Puntos de Interés Turístico

Durante el segundo trimestre del año, los monumentos y museos cordobeses registraron un incremento del 2,95% en el número de visitas respecto al mismo período de 2015. En cifras absolutas un total de 1.220.765 personas visitaron los principales puntos de interés turístico de Córdoba durante los meses de abril, mayo y junio. De éstas el 42,80% lo hicieron en el mes de mayo, el 34,06% se produjeron en abril y el 23,14% se realizaron en el mes de junio.

La evolución de los monumentos y museos ha sido favorable para ambos durante este período, los monumentos reflejan un incremento del 0,58% con un total de 1.057.812 visitas y los museos lo hacen en mayor medida incrementándose en un 20,60% el número de visitas.

En lo que respecta a los monumentos, los Baños del Alcázar Califal, la Torre de la Calahorra y la Mezquita-Catedral reflejan crecimientos, siendo el mayor de éstos, el recogido por los Baños del Alcázar Califal con un incremento del 51,83%. Por el contrario, el Alcázar de los Reyes Cristianos, el Conjunto Arqueológico Medina Azahara, la Sinagoga y la Capilla de San Bartolomé recogen mermas, siendo el mayor descenso el registrado por éste último que lo hace en un 10,73%.

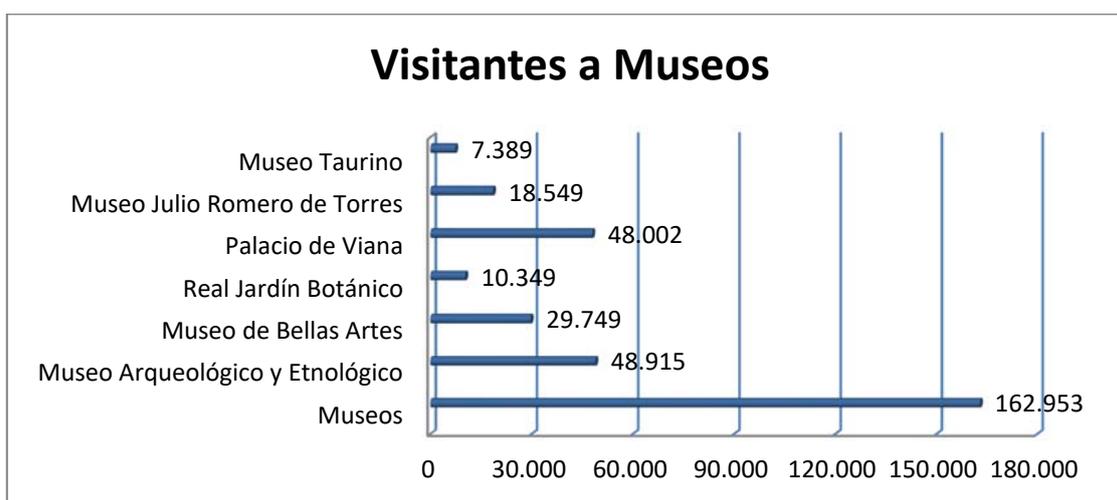
En cuanto a los museos de la ciudad, hay que decir que el Museo Arqueológico, el Museo de Bellas Artes, el Museo Julio Romero de Torres y el Palacio de Viana recogen incrementos en sus datos, siendo el mayor el registrado por el Museo de Bellas Artes que ve crecer su cifra de visitas en un 64,72%. El mayor descenso corresponde al Real Jardín Botánico con un 16,85% menos de visitas con respecto a 2015.

	Alcázar de los Reyes Cristianos		Conj. Arqueológico Medina Azahara		Sinagoga		Mezquita-Catedral	
	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15
Abril	54.020	-10,60%	22.376	-6,69%	78.700	12,51%	199.649	-0,89%
Mayo	58.695	-11,47%	19.636	-8,50%	91.850	-10,22%	237.594	6,56%
Junio	35.288	-5,19%	10.735	21,96%	45.450	1,56%	145.725	2,03%
Trimestre	148.003	-9,72%	52.747	-2,76%	216.000	-0,46%	582.968	2,77%
	Torre de la Calahorra		Capilla de San Bartolomé		Museo Arqueológico y Etnológico		Museo de Bellas Artes	
	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15
Abril	11.284	3,12%	3.568	-21,38%	6.001	3,22%	8.456	25,67%
Mayo	10.193	12,44%	3.927	3,75%	32.036	24,88%	17.225	112,08%
Junio	4.861	18,50%	1.661	-14,12%	10.878	300,52%	4.068	26,77%
Trimestre	26.338	9,24%	9.156	-10,73%	48.915	43,09%	29.749	64,72%
	Real Jardín Botánico		Baños del Alcázar Califal		Palacio de Viana		Museo Julio Romero de Torres	
	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15
Abril	3.264	-34,71%	7.616	17,77%	12.622	-5,19%	5.836	96,70%
Mayo	2.821	-18,84%	9.425	81,35%	26.787	12,62%	8.956	-13,32%
Junio	4.264	7,38%	5.559	72,59%	8.593	21,89%	3.757	13,03%
Trimestre	10.349	-16,85%	22.600	51,83%	48.002	8,73%	18.549	11,59%
	Museo Taurino		Total de Visitantes					
	Visitas	Var. 14/15	Visitas	Var. 14/15				
Abril	2.376	-32,42%	415.768	0,17%				
Mayo	3.356	-4,17%	522.501	3,27%				
Junio	1.657	0,79%	282.496	6,69%				
Trimestre	7.389	-14,70%	1.220.765	2,95%				

Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.



Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.



Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

3. Encuesta de Coyuntura Turística

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, que elabora trimestralmente el Instituto de Estadística de Andalucía tomando como unidad el análisis de la provincia, nos ofrece una visión cercana a la evolución del turismo de la ciudad de Córdoba, a través de su aproximación al provincial, asumiendo el peso turístico de la capital en el total provincial.

En el segundo trimestre de 2015 nos encontramos lo siguiente: ***“Vicisitudes sobrevenidas en la gestión administrativa de los trabajos de campo de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía impiden que se puedan ofrecer determinadas desagregaciones de los resultados correspondientes al primer trimestre de 2015”.***

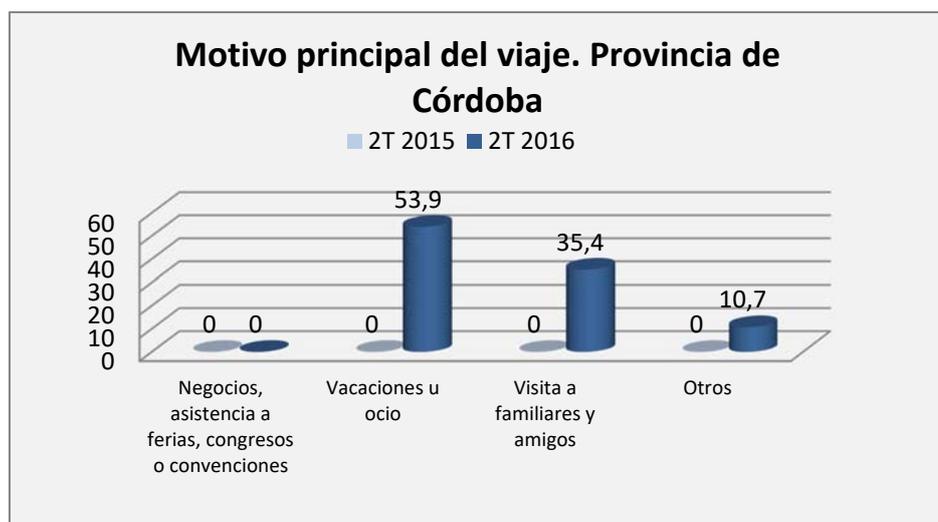
Es por ello que el resto de datos que se analizan en este boletín trimestral del Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba: estancia media, motivación del viaje, gasto medio diario y calificación del viaje, no se puedan comparar con los datos obtenidos durante el segundo trimestre de 2016.

La estancia media en el conjunto andaluz quedó cifrada en 3,2 noches durante este período de 2016.

Estancia Media			
	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
Nº de días	n.d.	3,2	

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IEA. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Con respecto a las motivaciones para visitar Córdoba, destacan las Vacacionales seguidas de las realizadas para Visitar a familiares y amigos.



Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IEA. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

El gasto medio diario durante el segundo trimestre de 2016 se ha cifrado en 57,64€.

Gasto Medio Diario			
	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
Euros	n.d.	57,64	

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IEA. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

El índice sintético de percepción del turista que nos visita alcanza una puntuación de 8,3. La puntuación más alta la obtiene el Patrimonio Cultural con un 9 de media, seguido de la Atención y Trato, los Taxis, la Información Turística, la Seguridad Ciudadana, los Autobuses, los Paisajes y Parques Naturales, los Entornos Urbanos, el Alojamiento, la Restauración, la Relación Precio-Servicio y el Ocio-Diversión, todos estos con puntuaciones superiores al 8.

Las puntuaciones más bajas son las obtenidas por la Red de Comunicaciones y el Nivel de Tráfico con un 7,7. A pesar de ser la puntuación más baja recogida es una media muy buena.

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2T 2015	2T 2016	Var. 15/16
Alojamiento	n.d.	8,2	
Restauración	n.d.	8,2	
Ocio-diversión	n.d.	8,2	
Transportes públicos:			
Autobuses	n.d.	8,6	
Trenes	n.d.	9	
Taxis	n.d.	8,7	
Alquiler de coches	n.d.	-	
Calidad de la oferta turística:			
Playas	n.d.	-	
Paisajes y Parques naturales	n.d.	8,4	
Entornos urbanos	n.d.	8,3	
Seguridad Ciudadana	n.d.	8,6	
Asistencia sanitaria	n.d.	-	
Atención y trato	n.d.	8,9	
Relación precio/servicio	n.d.	8,2	
Red de comunicaciones	n.d.	7,7	
Limpieza	n.d.	7,9	
Nivel de tráfico	n.d.	7,7	
Señalización turística	n.d.	7,9	
Información turística	n.d.	8,6	
Patrimonio cultural	n.d.	9	
Infraestructura para la práctica de golf	n.d.	-	
Puertos y actividades náuticas	n.d.	-	
Índice sintético de percepción	n.d.	8,3	

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IEA. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.