



INFORME 2012

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Principales noticias año 2011	3
1.2. Avance noticias año 2012	6
2. Oferta Turística	8
2.1. Hoteles	8
2.2. Restaurantes	17
3. Demanda Turística	18
3.1. Evolución de la demanda hotelera	18
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	26
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	29
3.3.1. Mercados emisores nacionales	29
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	30
3.4. Visitas a centros de interés turístico	33
4. Congresos y reuniones	37
5. Encuesta de Coyuntura Turística	42
5.1. Motivación principal del viaje	42
5.2. Percepción turística de los visitantes	43
6. Comparativa con otros destinos culturales	45

1. INTRODUCCIÓN

La presentación de este informe concluye el análisis que el Observatorio Turístico de Córdoba ha venido desarrollando durante el ejercicio 2012. Así el Observatorio prevalece como una herramienta de trabajo fundamental para diagnosticar y tomar decisiones sobre la actividad turística de la ciudad.

La crisis y el descenso de inversión en vacaciones no han impedido que Córdoba cierre el año con un incremento en el número de turistas que han visitado la ciudad. El año 2012 se convierte en el tercer año consecutivo con crecimientos en los principales indicadores turísticos de la ciudad, alcanzando su record tanto de turistas como de pernотaciones.

El análisis de la demanda hotelera de la ciudad de Córdoba durante este año 2012, nos deja un crecimiento de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de un 3,52% con respecto al año anterior. En cifras absolutas se han contabilizado 819.494 viajeros. Por su parte las pernотaciones han quedado cifradas en 1.288.096, lo que supone un crecimiento muy similar al de viajeros con un 3,06% de incremento.

El turismo extranjero vuelve a mostrar un mejor comportamiento que el nacional. Mientras que los visitantes de fuera de nuestro país se incrementaron en un 6,37% los nacionales lo hicieron en un 1,32%. Igual ocurre con las pernотaciones pues fue mayor el crecimiento de las extranjeras con un 5,52% que las nacionales que aumentaron un 1,35%.

En el análisis de Córdoba con el resto de ciudades Patrimonio de la Humanidad, la ciudad vuelve a encabezar el ránking turístico durante este año, siendo la única ciudad de las diez analizadas en la que se registró un aumento en el número de pernотaciones. Encabeza, así mismo las ciudades que han subido en número de viajeros. La capital es la que recibe un mayor número de visitantes durante todo el año, excepto en agosto, que es superada por Santiago de Compostela.

Pese a esta evolución positiva del turismo en la ciudad, desde el sector se insiste en que la ocupación se está logrando mantener a base de reducir los precios de las habitaciones y el gasto medio del turista, lo que se constata por la bajada del Barómetro de Rentabilidad por habitación de Córdoba que publica Exceltur.

El análisis pormenorizado de los datos recogidos por el Observatorio Turístico a lo largo del año 2012 nos permite perfilar los caracteres del modelo turístico de la ciudad de Córdoba, así como conocer las particularidades y especificidades del mismo y comparar la realidad actual con la de años anteriores.

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2012

Las cifras que se han reseñado reflejan el inicio del proceso de recuperación, que deriva tanto del esfuerzo público como privado. Por ello, resulta necesario conocer algunos de los hitos que a lo largo de este año han contribuido al crecimiento en el sector turístico de la ciudad, como prueba de este esfuerzo mencionado.

Reapertura del Museo Julio Romero de Torres

Tras casi un año y medio cerrado por reforma el Museo Julio Romero de Torres reabrió sus puertas a comienzos de año. El cambio ha sido verdaderamente espectacular, habiéndose renovado con una nueva imagen tanto exterior como interior del recinto, un nuevo discurso expositivo con un recorrido más didáctico, un nuevo sistema de iluminación basado en la tecnología led que permite apreciar mejor las obras de arte y la mejora de la accesibilidad que ahora cuenta con un ascensor y un sistema de pantallas táctiles.

Palacio de Viana

La primavera pasada los patios del Palacio de Viana de Córdoba se abrieron al público de una manera novedosa y renovada para que se convirtiera en la puerta de entrada a los Patios de Córdoba, ofreciendo una amplia variedad de actividades y formas de visitar el majestuoso palacio, cuyas dependencias se distribuyen en torno a doce magníficos patios y un fantástico jardín.

Las visitas nocturnas guiadas por el interior del Palacio ofrecen al visitante la posibilidad de sentir la casa como la vivieron sus propios inquilinos.

Gracias a un elaborado proceso de reinterpretación patrimonial, el visitante pudo vivir la experiencia de los patios cordobeses y conocer sus claves a través de un nuevo recorrido, formatos multimedia interactivos, rutas temáticas de los patios de Córdoba o visitas nocturnas guiadas.

Festival de Cine Africano de Córdoba

Del 13 al 20 de octubre se celebró en Córdoba el 9º Festival de Cine Africano -FCAT 2012.

FCAT Córdoba inició una nueva etapa repleta de retos, en la que seguirá siendo fiel a sus principios: Ofrecer a los cines de África una plataforma para alcanzar al público y los profesionales del cine europeos.

Durante esos nueve días, se pudo disfrutar de más de 80 filmes, acompañados de actividades para profesionales, exposiciones y acciones de participación ciudadana, con especial énfasis en el público infantil, universitario y los mayores.

La programación filmica contó con siete Secciones Oficiales, además de retrospectivas y monográficos.

I Concurso de la Tapa “Córdoba Gastronómica”

Se realizó del **16 al 25 de noviembre** en el **primer Concurso de la Tapa “Córdoba Gastronómica”** presentado por el Consorcio de Turismo de Córdoba y Hostecor que surge de la iniciativa del Programa Córdoba Gastronómica.

Los objetivos de este programa es dar a conocer a los visitantes la gastronomía de la ciudad y así se convierta en un evento duradero y conseguir posicionar nuestra gastronomía dentro del panorama nacional e internacional.

Las degustaciones se realizaron en los propios establecimientos para lo cual se diseñaron una serie de rutas a través de las cuales descubrir el patrimonio histórico y gastronómico de la ciudad.

Una vez finalizado el concurso, se pudo seguir disfrutando de las tapas que fueron partícipes, tanto de las ganadoras como del resto de competidoras.

Apertura de un nuevo espacio museístico “La Casa de las Tradiciones”

Situada en el barrio de San Basilio, junto al Alcázar de los Reyes Cristianos y las Caballerizas Reales de Córdoba, se encuentra la Casa de las Tradiciones. Este nuevo espacio te da la oportunidad de conocer la cultura más tradicional de la milenaria ciudad de Córdoba, y de descubrir las fiestas más autóctonas, la gastronomía y los mejores productos de nuestra tierra.

Ven a conocerla y disfruta de la Feria, las Cruces de Mayo, la Semana Santa, las Romerías y los Patios. Distintos ambientes que te seducirán en cualquier época del año, con actividades y experiencias inolvidables.

Reapertura de la Puerta del Puente

El pasado mes de Agosto, el Consorcio de Turismo de Córdoba reabre a la visita turística la Puerta del Puente, monumento erigido por el arquitecto Hernán Ruiz III en el siglo XVI con motivo de la visita Felipe II a la ciudad. A partir de la reapertura, el público puede disfrutar de la visita a una Sala de Exposiciones permanente que ilustra la historia del

monumento a través de una cuidada selección de textos e imágenes, así como del acceso al Mirador situado en la parte superior, desde donde se puede observar una magnífica panorámica de todo el entorno monumental.

Declaración Patios Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO

La **Unesco** inscribió 5 de diciembre en su lista de **patrimonio cultural inmaterial de la humanidad los patios cordobeses**, al segundo intento, después de que la candidatura fuera rechazada el año anterior.

El grupo previo de evaluación había recomendado la inscripción de esa celebración, en la que los vecinos abren al público los patios y balcones adornados con macetas floridas durante 12 días para celebrar la llegada de la primavera.

Los patios de Córdoba pasaron a nutrir una lista en la que ya figuran **doce tradiciones vivas españolas**, entre las que se cuentan el flamenco, el misterio de Elche, etc.

Festival Internacional de Música de Cine

Córdoba fue desde el 25 de junio y hasta el 1 de julio en el nuevo escenario del VIII Festival Internacional de Música de Cine, tras su paso por la localidad jiennense de Úbeda.

El traslado de Úbeda a Córdoba del certamen responde al objetivo de la asociación, que es la difusión de la música a nivel audiovisual y Córdoba era una buena oportunidad para dar el salto, ya que es una capital cultural.

Puente Genil, Cabra, Dos Torres y Córdoba, fueron las sedes de este certamen, que conjuga formación, ocio y negocio.

Festival de la Diversidad Cultural en París

París organiza desde hace 4 años el Festival de la Diversidad. Este proyecto de celebración de la diversidad cultural aúna una gran variedad de actividades, exposiciones, presentaciones y conciertos con carácter público en la ciudad parisina.

En el 2012, Córdoba, a través de una solicitud formal entre el Embajador de España en la UNESCO y el Ayuntamiento del 1er distrito de París hacia el Alcalde del Ayuntamiento de Córdoba, fue elegida como ciudad invitada de honor al Festival con motivo de la presentación de la candidatura de la Fiesta de los Patios de Córdoba, como Patrimonio

Inmaterial de la Humanidad, con la consecuente oportunidad de divulgar el arte, la cultura y el saber hacer que la ciudad ofrece a sus visitantes.

Presencia de Córdoba en distintas Ferias de turismo

A lo largo de este año se han desarrollado distintas labores encaminadas a la promoción de Córdoba con la finalidad de proyectar nuestra ciudad internacionalmente y dar a conocer nuestra oferta patrimonial y cultural.

Las principales líneas de actuación que se han seguido, entre otras, son:

- Asistencia a **Ferías**
 - o Fitur
 - o IMEX
 - o WTM Londres
 - o EIBTM
 - o III Foro MICE

- **Presentaciones** de Córdoba
 - o XXV Congreso Nacional de OPC's
 - o Evento CULINAE Madrid - con el GCPHE
 - o Presentación La Noche de Córdoba – prefitur
 - o Presentación Córdoba a un Paso del AVE

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2013

Mercado victoria

El Mercado Victoria, será inaugurado este año y ocupará la antigua Caseta del Círculo de la Amistad en la Feria de Córdoba, situado en los Jardines del Paseo de la Victoria.

Ahora está escribiendo una nueva página de su historia con el objetivo de aglutinar a los mejores comerciantes, profesionales, expertos y entusiastas de sus respectivas especialidades. Son aquellos cuya oferta justifica el desplazamiento hasta el centro de Córdoba, pero sin abandonar su vocación de mercado tradicional enfocado a la compra diaria.

Autobús turístico City Sightseeing

Córdoba dispondrá de un nuevo producto turístico, un autobús de dos plantas que ofrece una ruta por las principales vías de la ciudad, de una hora y veinte minutos y con diecisiete paradas. Esta ruta se llevará a cabo con tres autobuses, a los que en mayo, que es

temporada alta, se sumarán tres más. A ella se unen dos rutas más por el casco histórico, pero a pie y con guías.

El proyecto cuenta con ocho rutas que se irán poniendo en servicio poco a poco y que se están perfilando.

Habrán unos microbuses que se usarán también en las rutas de las Ermitas y del Parque Joyero, en las que solo se hará una salida diaria y previa reserva.

Festival Tourfilm Riga

El 6º Festival de Cine Internacional de Turismo "TOURFILM - Riga 2013" se llevará a cabo en Riga el 27 de abril de 2013. Películas turísticas que presentan productos turísticos o ciudades específicas, regiones y estados como destinos turísticos han sido incluidas en las siguientes categorías: Turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, spots publicitarios, producto turístico de Letonia y Premio del Jurado. 92 películas de 35 países fueron enviadas al Festival, entre ellas Córdoba, que se presentará con la película ***“Córdoba, Vida y Genio”*** y 83 fueron valoradas por un jurado profesional internacional. Se entregarán premios en cada categoría y el premio principal –el Gran Premio- será seleccionado entre los ganadores de los premios.

Córdoba en el Carnaval Romano

Córdoba participará como invitada de honor en el Carnaval Romano, que se celebrará en febrero en la Plaza del Popolo de Roma. Esta participación será posible gracias al protocolo de amistad previo al hermanamiento entre las ciudades de Roma y Córdoba, promovido desde sendos ayuntamientos, que tiene como base y objetivo el fomento de la actividad cultural y el impulso del turismo.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

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

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

El estudio del seguimiento de la oferta turística de la ciudad de Córdoba comienza con el análisis y evolución de la planta hotelera de la ciudad. El concepto de oferta turística abarca un abanico mucho más amplio de elementos, los cuales se analizarán a lo largo de este informe.

La capacidad hotelera de Córdoba ha tenido durante este ejercicio un leve descenso al cerrarse 2 establecimientos. Esto deja la infraestructura hotelera de la capital formada por 94 establecimientos, de los cuales 53 son hoteles y 41 son pensiones.

Como se observa en la tabla, la evolución de los hoteles con respecto al año anterior es decreciente en un 2,08%, siendo los hoteles los causantes de este descenso pues las pensiones se mantienen igual. Con respecto al número de plazas el descenso global es del 1,73%, debido a la pérdida de dos establecimientos hoteleros que han visto reducidas sus plazas en un 2,05%, manteniéndose las pernoctaciones sin variación alguna.

El histórico de la década revela la favorable evolución de los hoteles, lo que da muestras también de los esfuerzos del sector por adaptarse a las necesidades de la demanda. En estos años ha habido un incremento total del 30,56% lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 32,85%.

En resumen podemos decir que Córdoba tiene capacidad para alojar a 6.357 personas, de las cuales 5.346 pueden hacerlo en hoteles y 1.011 en establecimientos de menor categoría, es decir, el 84,10% de la oferta hotelera de la ciudad corresponde a hoteles y el 15,90% restante a pensiones.

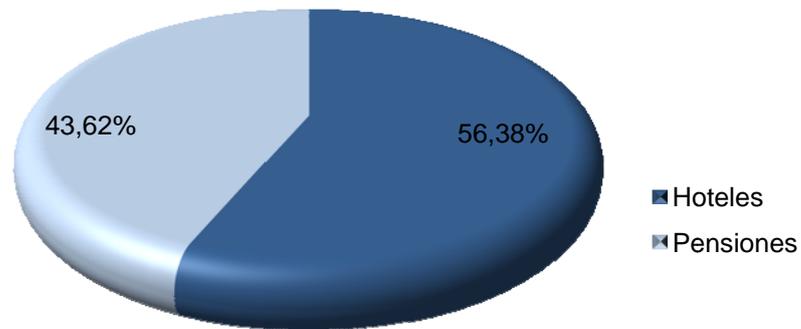
Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 1999-2012

	Nº de establecimientos			Nº de plazas		
	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones	Total
1999	34	39	73	3916	814	4730
2000	34	38	72	3976	823	4799
2001	35	36	71	3939	772	4711
2002	37	35	72	4015	770	4785
2003	37	39	76	3959	873	4832
2004	39	39	78	3958	869	4827
2005	41	39	80	4234	870	5104
2006	42	36	78	4363	797	5160
2007	42	29	71	4308	641	4949
2008	41	25	66	4252	566	4818
2009	44	31	75	4558	692	5250
2010	53	36	89	5391	877	6268
2011	55	41	96	5458	1011	6469
2012	53	41	94	5346	1011	6357
Var. 12/02	43,24%	17,14%	30,56%	33,15%	31,30%	32,85%
Var. 12/11	-3,64%	0,00%	-2,08%	-2,05%	0,00%	-1,73%

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

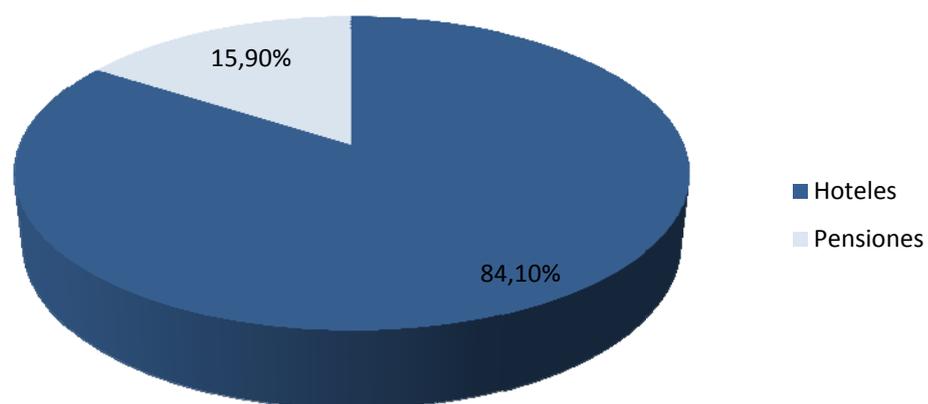
El siguiente gráfico refleja como en 2012 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 56,38% frente al 43,62% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (84,10%) que en las pensiones (15,90%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2012



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

Gráfico 2.2. Distribución de la oferta de plazas hoteleras. Año 2012



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

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

La evolución de los establecimientos hoteleros por categorías se ha mantenido inalterable en todas las categorías excepto en los hoteles de tres estrellas que se han visto reducidos en dos con respecto al año 2011.

Como en años anteriores siguen siendo los hoteles de dos estrellas los más numerosos con un total de 19 establecimientos, seguidos por los hoteles de cuatro estrellas con 15 establecimientos.

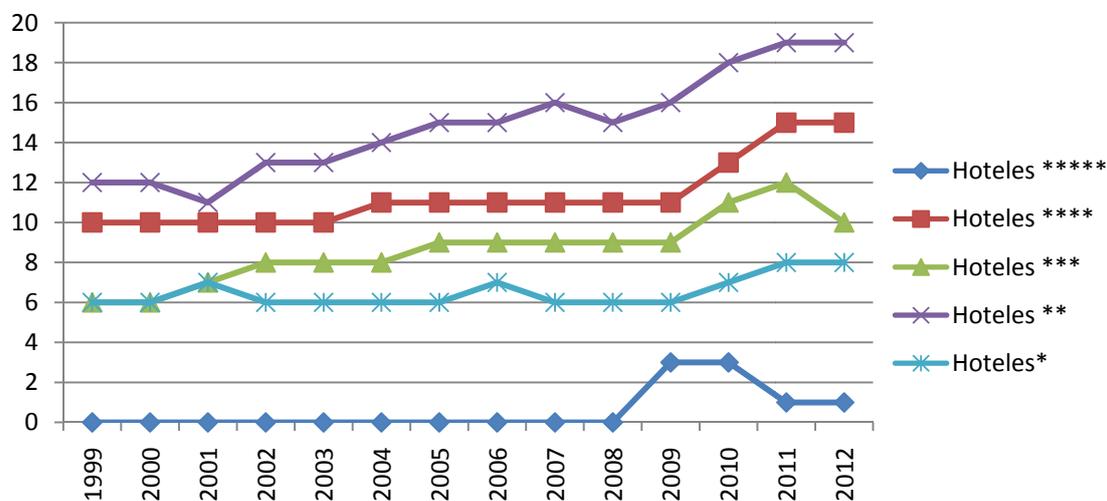
En cuanto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 31 establecimientos, no mostrando ningún movimiento con respecto al año precedente.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 1999-2012

	Hoteles *****	Hoteles *****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
1999	0	10	6	12	6	8	31
2000	0	10	6	12	6	8	30
2001	0	10	7	11	7	8	28
2002	0	10	8	13	6	8	27
2003	0	10	8	13	6	11	28
2004	0	11	8	14	6	10	29
2005	0	11	9	15	6	11	28
2006	0	11	9	15	7	9	27
2007	0	11	9	16	6	8	21
2008	0	11	9	15	6	7	18
2009	3	11	9	16	6	8	23
2010	3	13	11	18	7	6	20
2011	1	15	12	19	8	10	31
2012	1	15	10	19	8	10	31
Var. 12/02		50,00%	25,00%	46,15%	33,33%	25,00%	14,81%
Var. 12/11	0,00%	0,00%	-16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

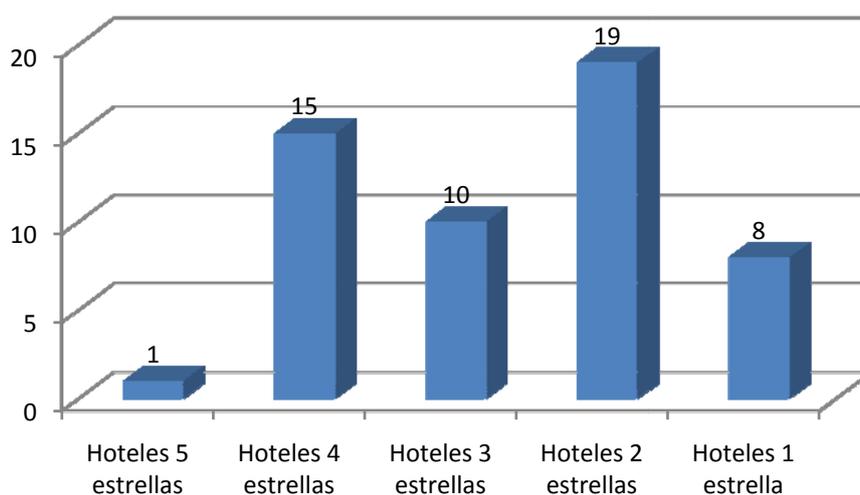
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías (1999-2012)



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

Gráfico 2.4. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Establecimientos. Año 2012



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

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

En líneas generales, la infraestructura de camas de la ciudad está formada por 6.357 plazas, esto supone un descenso del 1,73%, respecto a la cifra alcanzada en 2011. Este moderado descenso es consecuencia directa del cierre de los dos establecimientos hoteleros de tres estrellas durante el presente ejercicio.

Si hablamos únicamente de establecimientos hoteleros, se observa que son los hoteles de cuatro estrellas los que mantienen año tras año el liderazgo. A pesar que los hoteles de dos estrellas son los más numerosos en la ciudad, en cuanto al número de plazas ocupan el tercer puesto con 725 plazas hoteleras. La segunda posición la ocupan los hoteles de tres estrellas seguidos de los hoteles de una y cinco estrellas.

Las pensiones por su parte permanecen inalterables con respecto al año anterior, pues no se ha producido variación alguna en los establecimientos.

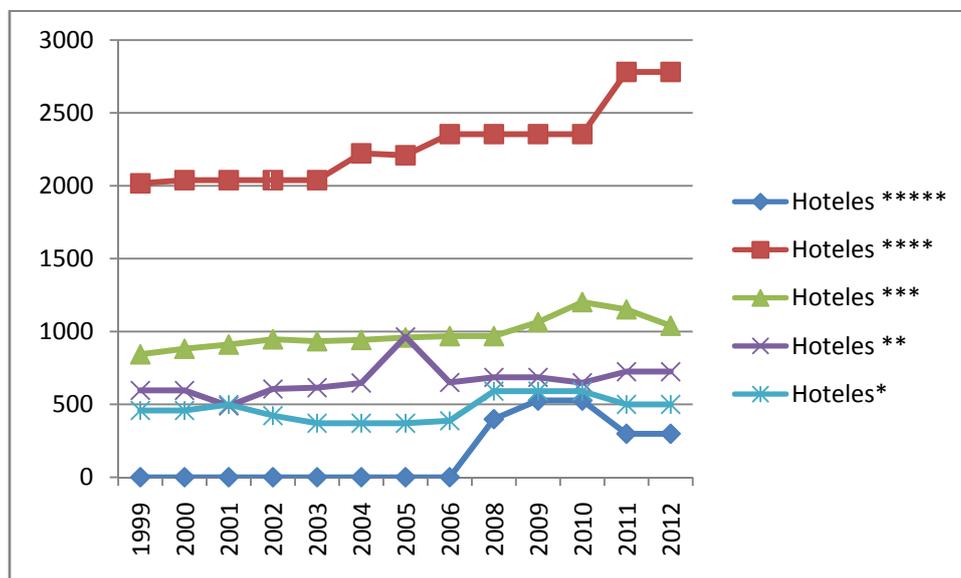
Analizando estos datos con los obtenidos diez años atrás, el incremento del número total de camas (hoteles y pensiones) es de un 32,85%.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 1999-2012

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
1999	0	2017	844	596	459	333	481
2000	0	2039	882	596	459	332	491
2001	0	2039	911	490	499	302	470
2002	0	2039	947	606	423	323	447
2003	0	2039	934	615	371	397	476
2004	0	2223	943	647	371	376	493
2005	0	2210	959	964	371	390	480
2006	0	2355	969	651	388	454	343
2007	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
2008	399	2355	969	686	591	337	576
2009	527	2355	1065	686	591	337	608
2010	527	2355	1202	649	591	337	540
2011	299	2782	1152	725	500	374	637
2012	299	2782	1040	725	500	374	637
Var. 12/02		36,44%	9,82%	19,64%	18,20%	15,79%	42,51%
Var. 12/11	0,00%	0,00%	-9,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

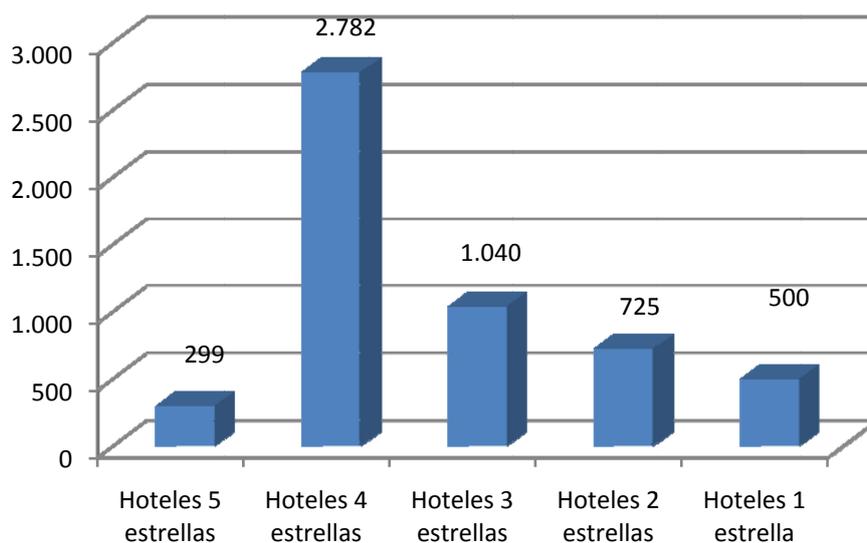
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas (1999-2012)



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

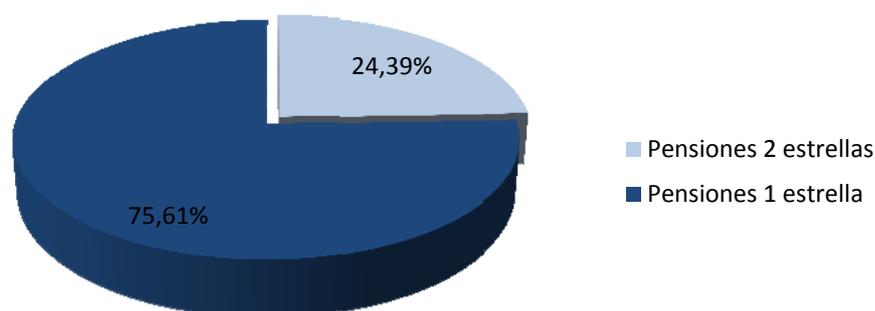
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2012



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

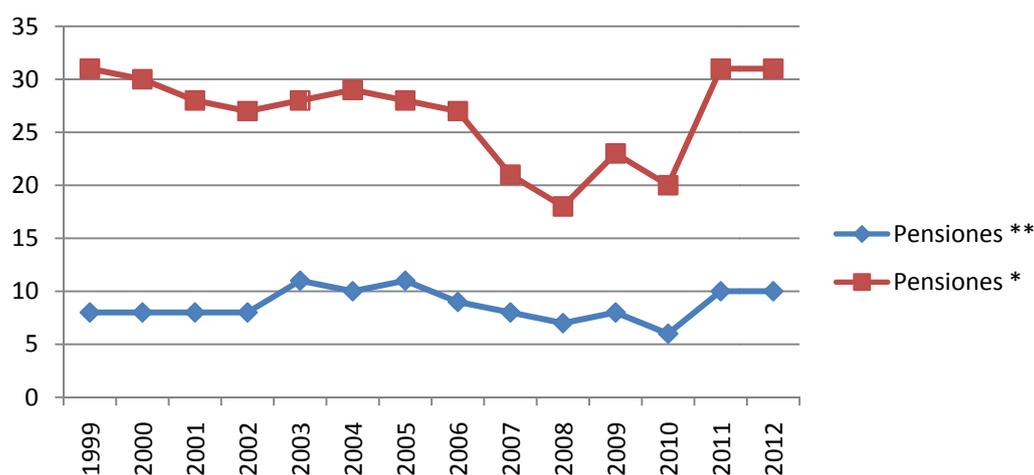
La distribución de las pensiones según categoría refleja que el 75,61% de estas tienen la categoría de 1 estrella.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2012



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

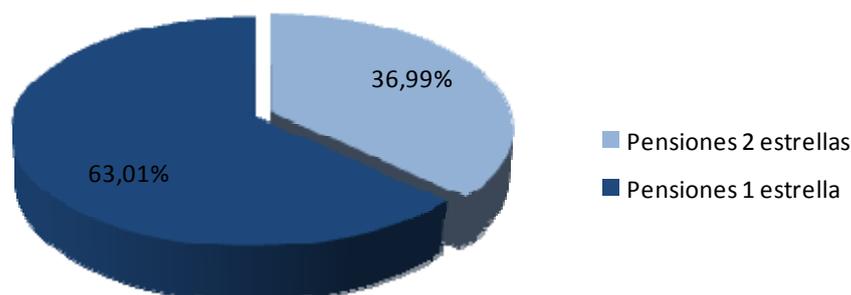
Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos (1999-2012)



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

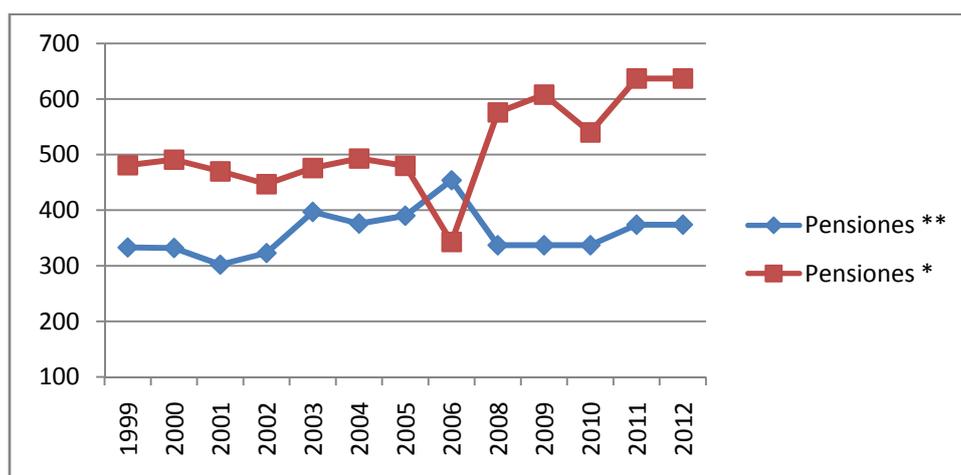
La distribución de las plazas hoteleras de las pensiones, refleja que la mayor parte corresponde a las pensiones de 1 estrella con un 63,01% frente al 36,99% de las pensiones de 2 estrellas.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2012



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

Gráfico 2.10. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas (1999-2012)



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

2.2. RESTAURANTES

La **gastronomía cordobesa** actual es el resultado de una larga tradición que se deja notar en la variedad de sus platos, en la gran cantidad de restaurantes, tabernas y bares que pueblan la ciudad y en el prestigio de su cocina en el ámbito nacional.

La relevancia de la gastronomía en Córdoba es tal, que en el año 2010, se puso en marcha el programa **Córdoba Gastronómica** y en el año 2011 se organizó el **primer Concurso de la Tapa “Córdoba Gastronómica”**

Los datos de restaurantes están actualizado a fecha 5 de febrero de 2010, ya que en el B.O.E. n.º 30 de 4 de febrero de 2010, se publicó el Real Decreto 39/2010, de 15 de enero por el que se derogan diversas normas estatales sobre acceso a actividades turísticas y su ejercicio, entre otras la Orden del Ministerio de Información y Turismo de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes, y que se aplicaba con carácter supletorio en la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin que hasta la fecha se haya aprobado o publicado normativa autonómica que regule este tipo de servicios turísticos.

En el año 2010, la ciudad de Córdoba contaba con 193 restaurantes con una ocupación total de 12.319 comensales, lo cual refleja unos datos inferiores a los obtenidos un año antes.

Ampliando el horizonte a una década, se advierten mejores resultados en cuanto al número de establecimientos abiertos con un incremento del 9,04%, pero con un descenso del 5,15% en cuanto al número de plazas.

Tabla 2.4. Número de restaurantes y plazas. Año 2010

	Nº de Restaurantes	Plazas
1998	156	11.161
1999	163	11.465
2000	177	12.988
2001	186	13.341
2002	172	12.865
2003	198	14.263
2004	199	14.255
2005	196	13.965
2006	226	16.186
2007	229	15.611
2008	235	16.609
2009	235	16.656
2010	193	12.319
Var. 10/00	9,04%	-5,15%
Var. 10/09	-17,87%	-26,04%

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

3. DEMANDA TURÍSTICA

3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA

En este capítulo se va a estudiar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad de Córdoba. Para realizar este análisis se ha recurrido a la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) con carácter mensual. Esta fuente es muy 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, grado de ocupación y estancia media.

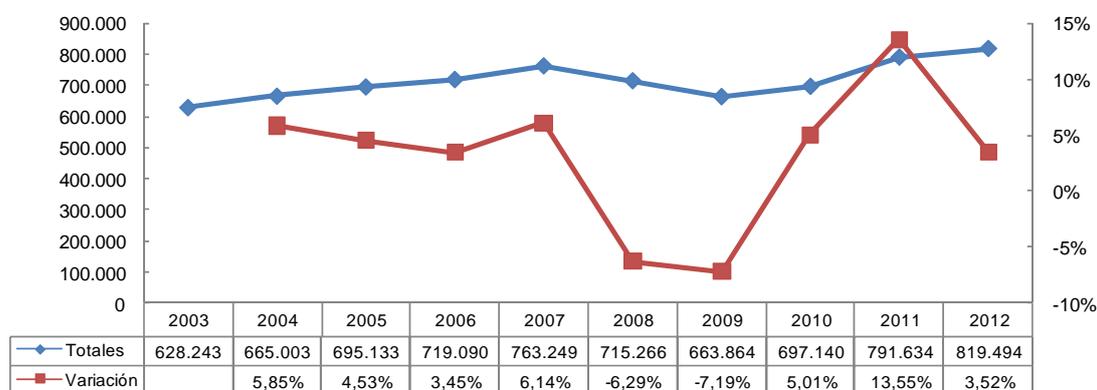
Esta información nos permite disponer de series históricas de Córdoba capital y nos ofrece a su vez datos desagregados de los principales puntos turísticos del panorama nacional, lo que posibilita un análisis comparativo.

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

En el año 2012, Córdoba acogió a un total de 819.494 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, dato importante puesto que ha vuelto a suponer un año más un incremento respecto al año precedente de un 3,52%.

Estas cifras no vienen sino a confirmar que los datos alcanzados en 2010 y 2011 no fueron un hecho aislado, sino que representan un cambio de tendencia, el inicio de la recuperación turística.

Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012

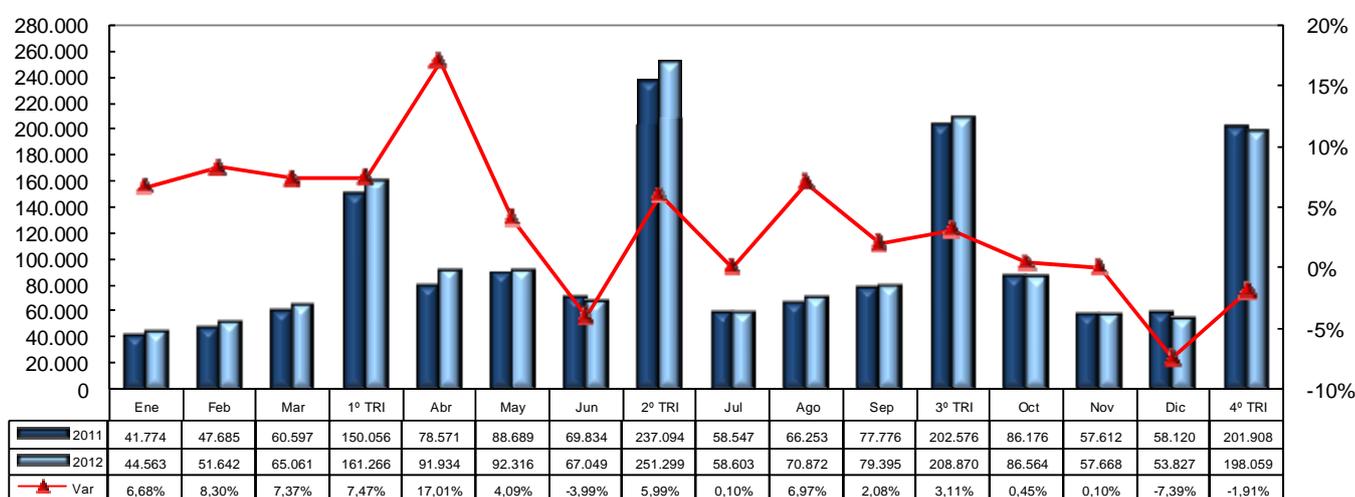


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Un análisis detallado del año nos lleva a confirmar la evolución positiva seguida por este indicador, al producirse mejoras en prácticamente todos los meses del año. Abril, incrementó el número de viajeros en un 17,01%, lo que lo coloca en el mes con la evolución más prospera del año, seguido de Febrero que mostró un crecimiento del 8,30%.

Hablando en términos absolutos, los datos confirman un año más las temporadas de nuestro turismo, siendo los períodos otoñales y primaverales los que acaparan el mayor número de visitas del año, con un mes muy destacado, Mayo aunque este año Abril le ha seguido muy de cerca.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2012



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

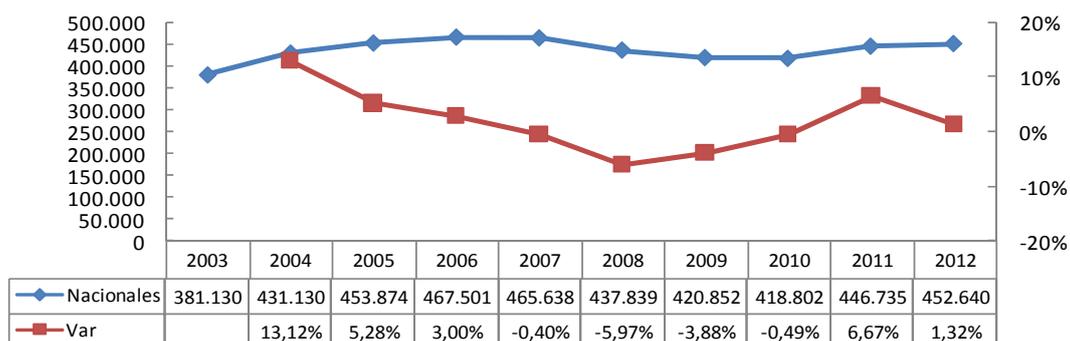
Tras realizar el análisis general, es conveniente clasificar a los turistas según su lugar de origen sea nacional o extranjero, de forma que podamos analizar las repercusiones provocadas sobre el total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros como consecuencia de la evolución seguida por cada uno de estos colectivos.

Actualmente el turismo nacional representa el 55% del contingente turístico que recibe la ciudad.

En cuanto a los viajeros nacionales, Córdoba recibió en 2012 un total de 452.640 turistas españoles lo que ha supuesto 5.905 personas más que las registradas en 2011, es decir, en un año se ha producido un aumento del turismo nacional del 1,32%.

Los turistas nacionales han mostrado mejoras únicamente en los cinco primeros meses del año, siendo abril y marzo los meses de mayor incremento con un 27,07% y 21,26% respectivamente. Por el contrario agosto, octubre y diciembre son los meses que han visto descender en mayor medida su volumen de visitas nacionales.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012



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

Debido a que el incremento de los turistas españoles ha sido inferior a la tendencia general, esto evidencia una mejora más notoria en el caso extranjero. Así lo constatan los datos que vamos a analizar, pues el incremento de este colectivo ha sido del 6,37%.

En 2012 Córdoba recibió 336.854 viajeros procedentes de otros países, cerca de 42.000 visitantes más que el año anterior.

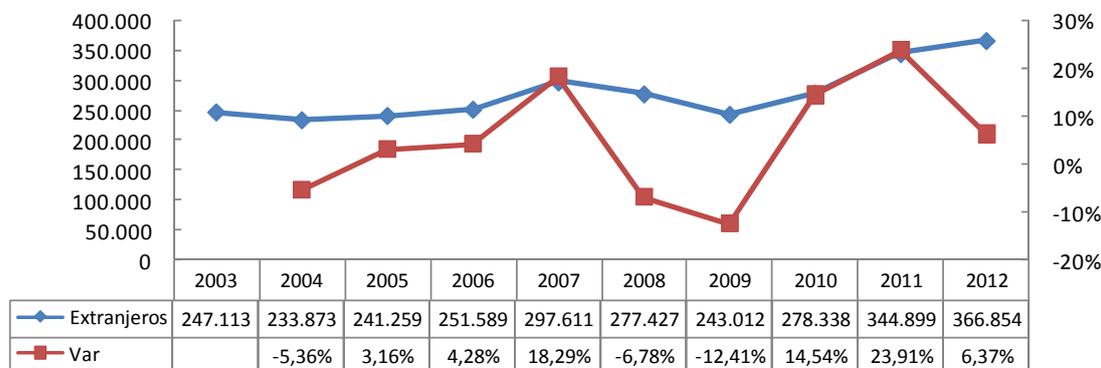
Los meses preferidos por los extranjeros a la hora de visitar nuestra ciudad han correspondido a Abril, Mayo, Septiembre y Octubre. Al igual que en años anteriores, en estos cuatro meses se acumulan casi la mitad de las visitas que realizan a Córdoba.

El mayor incremento de turistas extranjeros lo ha registrado el mes de agosto con un 28,18% seguido del mes de enero con un 22,71% de crecimiento. Por el contrario, el mes de marzo es el que ha sufrido el mayor descenso con un 11,38% respecto a 2011.

La mejora del turismo extranjero viene directamente relacionada con la mejora de otros indicadores claves del sector como son la estancia media y el número de pernoctaciones, puesto que este tipo de viajero se ve obligado a demandar más servicios, entre los que destaca el alojamiento.

La conclusión de este período es muy satisfactoria pues vuelve a suponer un incremento del turismo, tanto nacional como extranjero.

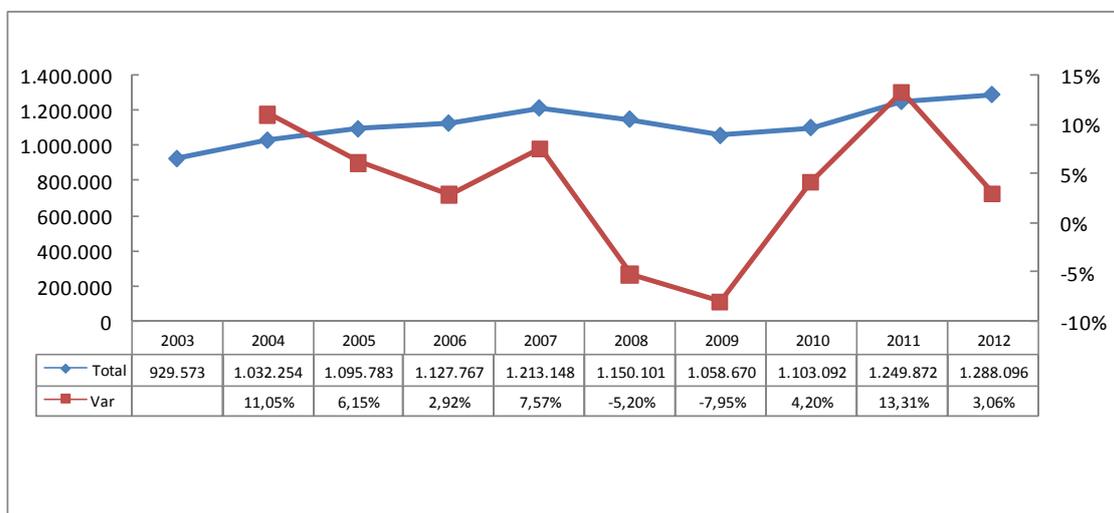
Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012



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

El número de pernотaciones de viajeros en establecimientos hoteleros es un indicador turístico de gran interés. Según el Instituto Nacional de Estadística el número de pernотaciones en establecimientos hoteleros en 2012 ascendió a 1.288.096, registrando un incremento del 3,06% respecto al año anterior.

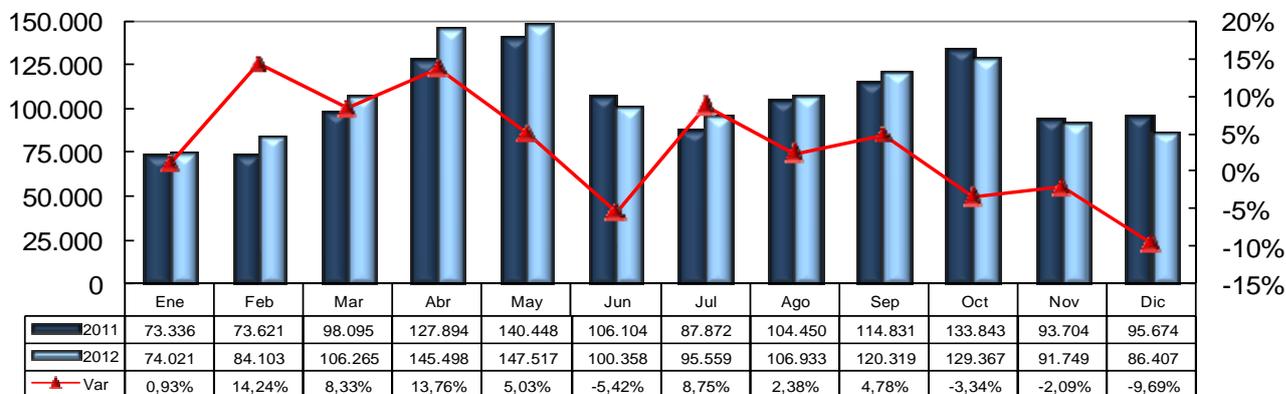
Gráfico 3.5. Total pernотaciones en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012



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

En el análisis mensual, los meses con los saldos más elevados han sido Mayo, Abril, Octubre, Septiembre y Agosto, superándose en todos los casos las 100.000 pernотaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido febrero con un 14,24% y por el contrario diciembre es el que ha reflejado el mayor descenso con un 9,69%.

Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2012



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

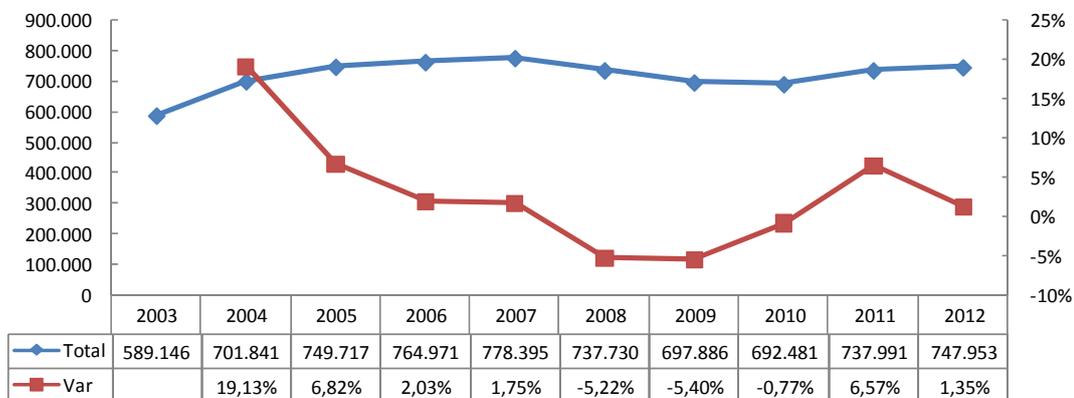
De la misma forma que desagregamos los viajeros en nacionales y extranjeros para hacer un estudio más exhaustivo según el tipo de turista, vamos a hacer lo mismo con las pernoctaciones para analizar el comportamiento de este colectivo.

El turista nacional, en lo que respecta a las pernoctaciones, mantuvo una tendencia positiva que queda perfectamente reflejada al analizar los datos tanto absolutos como relativos, ya que se contabilizaron un total de 747.953 pernoctaciones, lo que supone un crecimiento del 1,35% respecto a la cifra obtenida en 2011.

Los meses de marzo y abril muestran los mayores signos de crecimiento cercanos al 25%, seguidos por febrero y mayo con incrementos del 12,18% y 11,25% respectivamente. Por el contrario, ha sido agosto el mes que recoge el mayor descenso con un 17,88%.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la tendencia es en 2012 inferior en casi todos los casos a la obtenida en el año anterior.

Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012

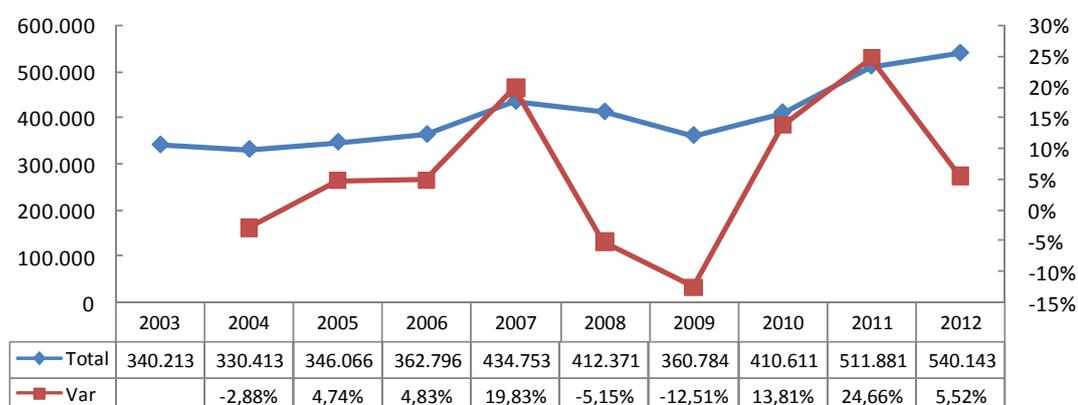


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Por su parte, los extranjeros pernoctaron en establecimientos hoteleros un 5,52% más que el año anterior, al aumentar el número de pernoctaciones hasta 540.143, con un incremento de 28.262 pernoctaciones en 2012.

Al igual que ocurre con los viajeros, la recuperación de las pernoctaciones se debe principalmente al incremento de las estancias de extranjeros.

Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2003-2012

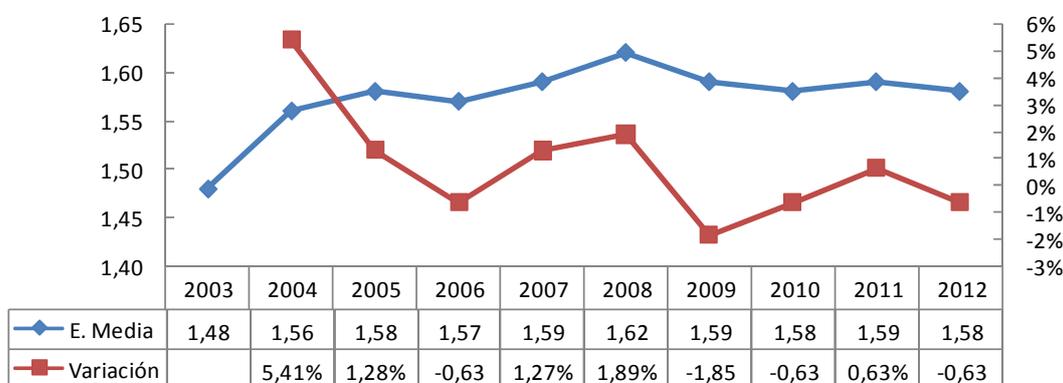


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Otro de los indicadores turísticos fundamentales es la estancia media, definida como el cociente entre el número de pernoctaciones y el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Tradicionalmente en Córdoba ha sido un indicador con resultados moderados.

El Instituto Nacional de Estadística ha calculado la estancia media del año 2012 en 1,58 noches, lo que representa una variación de 0,63 puntos porcentuales si lo comparamos con 2011.

Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2003-2012



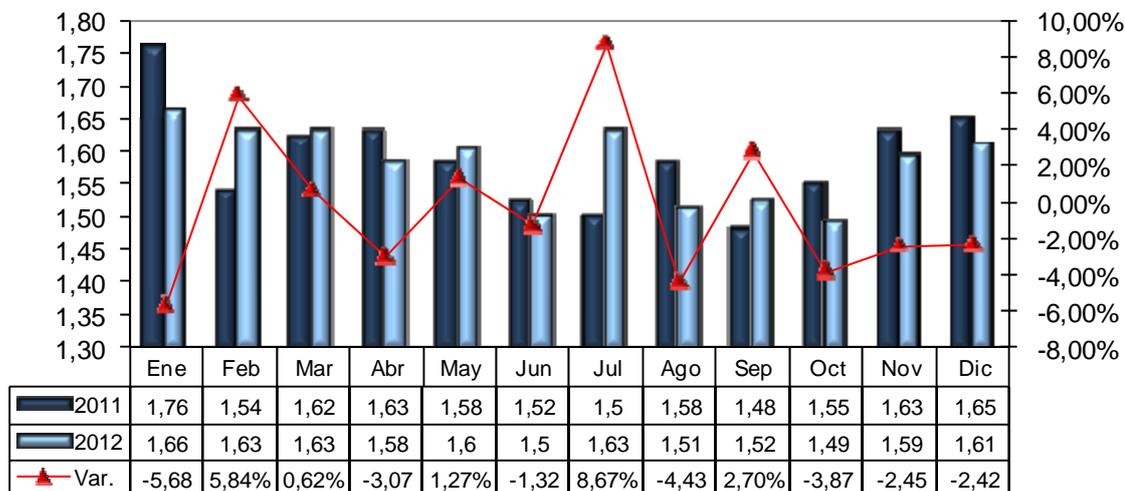
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

El enfoque mensual coincide con el informe precedente en situar al mes de enero como el mes donde la estancia media fue más elevada, al cifrarse en 1,66 noches de hotel, si bien las diferencias con respecto a 2011 no han sido favorables, puesto que el año pasado la estancia media calculada fue de 1,76.

La evolución más notable se ha vivido en el mes de julio, que al colocarse en segundo lugar detrás de enero y junto con febrero y marzo, con sus 1,63 noches de hotel, mejora en más de 8 puntos porcentuales la estancia registrada en 2011.

Por el contrario, octubre fue el mes donde se recogió la cota mínima al contabilizarse una duración de 1,49 noches.

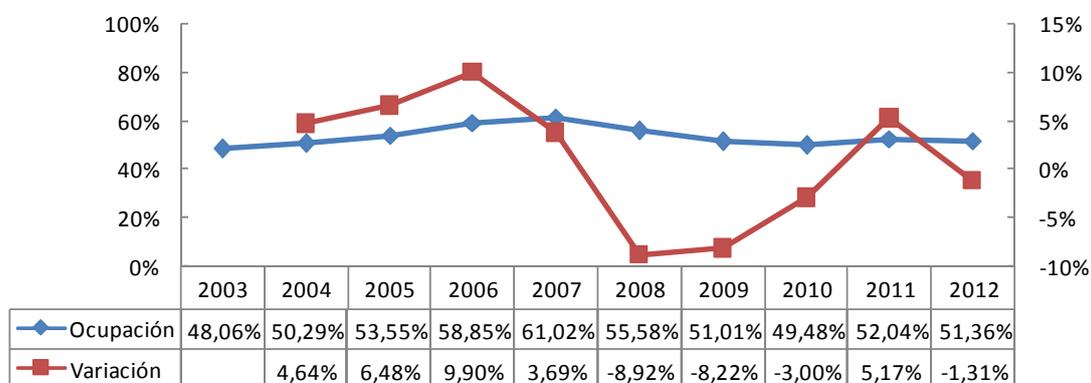
Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2012



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

La ocupación hotelera de 2012 ha sido estimada en el 51,36%, lo que supone un descenso del 1,31% respecto a la cifra obtenida en 2011, donde el grado de ocupación fue del 52,04%.

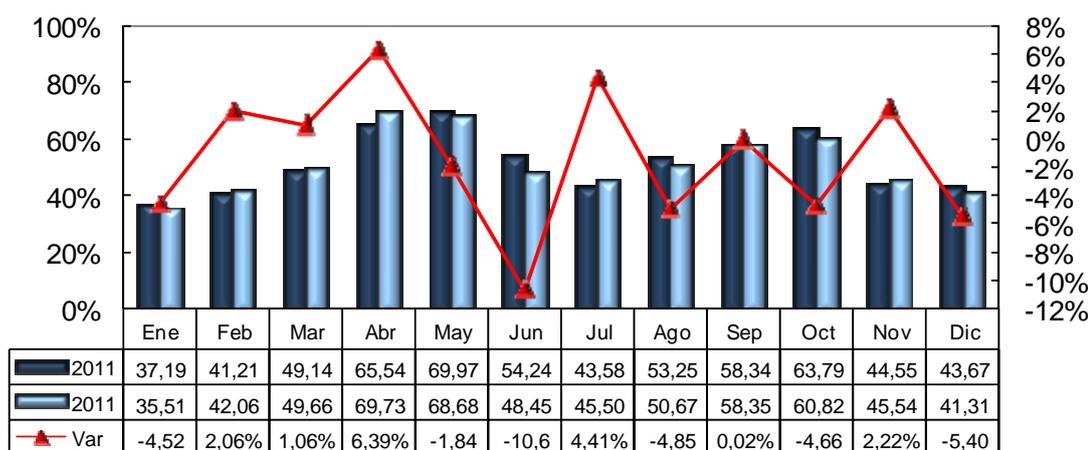
Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2003-2012



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

Al igual que ocurría en años anteriores, los meses de abril, mayo y octubre son los que registraron los niveles más altos de ocupación, con valores de 69,73%, 68,68% y 60,82% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de abril con un 6,39% de variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de junio con un 10,67% de variación.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2012



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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

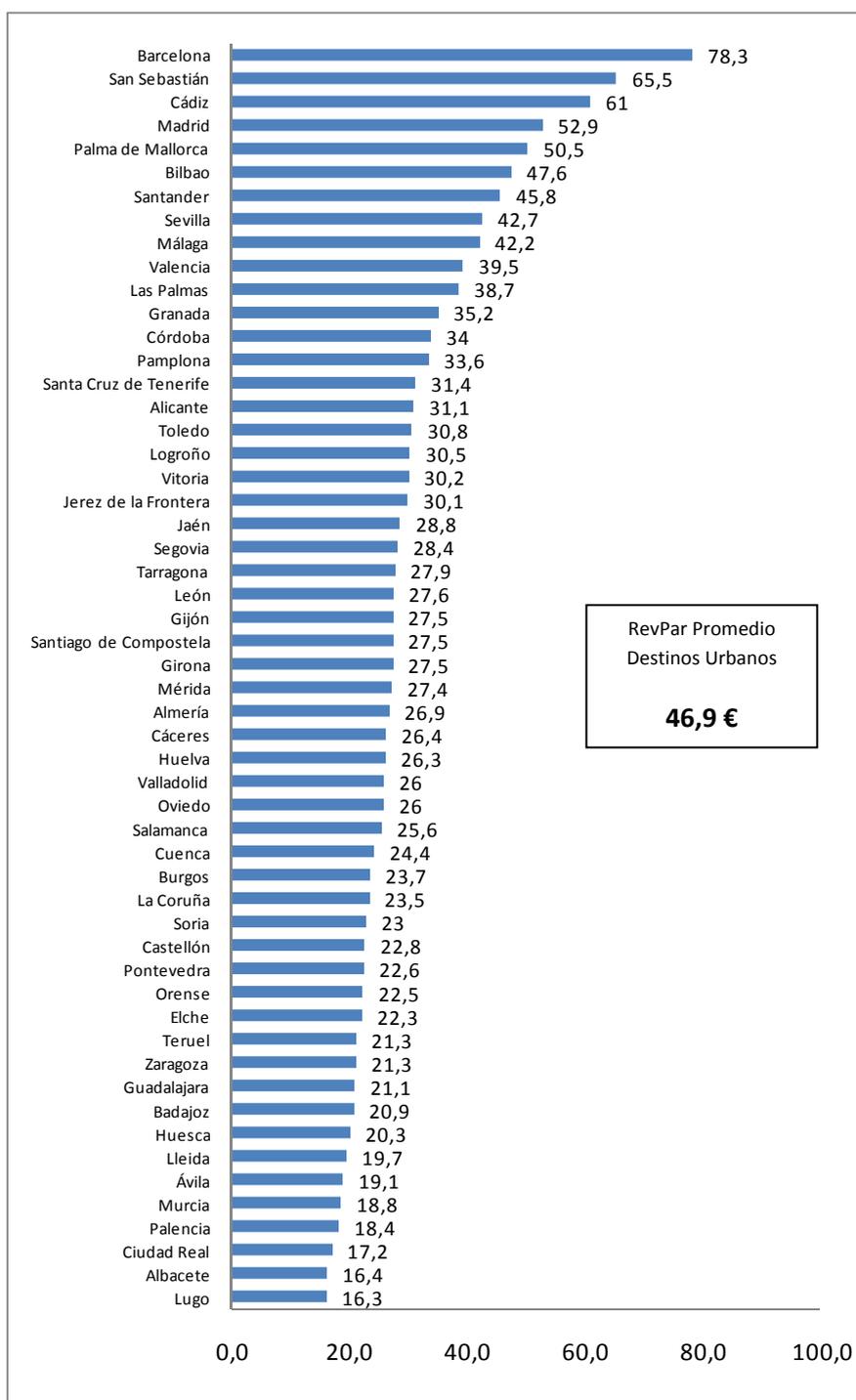
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación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

El desempeño de los indicadores de rentabilidad socioeconómica del turismo en el año 2012 ha sido desfavorable en 47 de los 54 destinos urbanos españoles recogidos en el presente Barómetro, muy condicionados por el complejo contexto macroeconómico de las economías europeas y de España en particular, que ha afectado tanto a la demanda de ocio de fin de semana, como a la de negocio y el exceso de oferta en muchos de ellos.

En el caso de Córdoba se han registrado descensos del 10,3% en RevPar (ingreso medio por habitación disponible) y del 3,8% en empleo turístico.

En el siguiente gráfico se observa como la ciudad de Córdoba se sitúa en la treceava posición de las 54 ciudades analizadas, una posición inferior a la alcanzada un año antes.

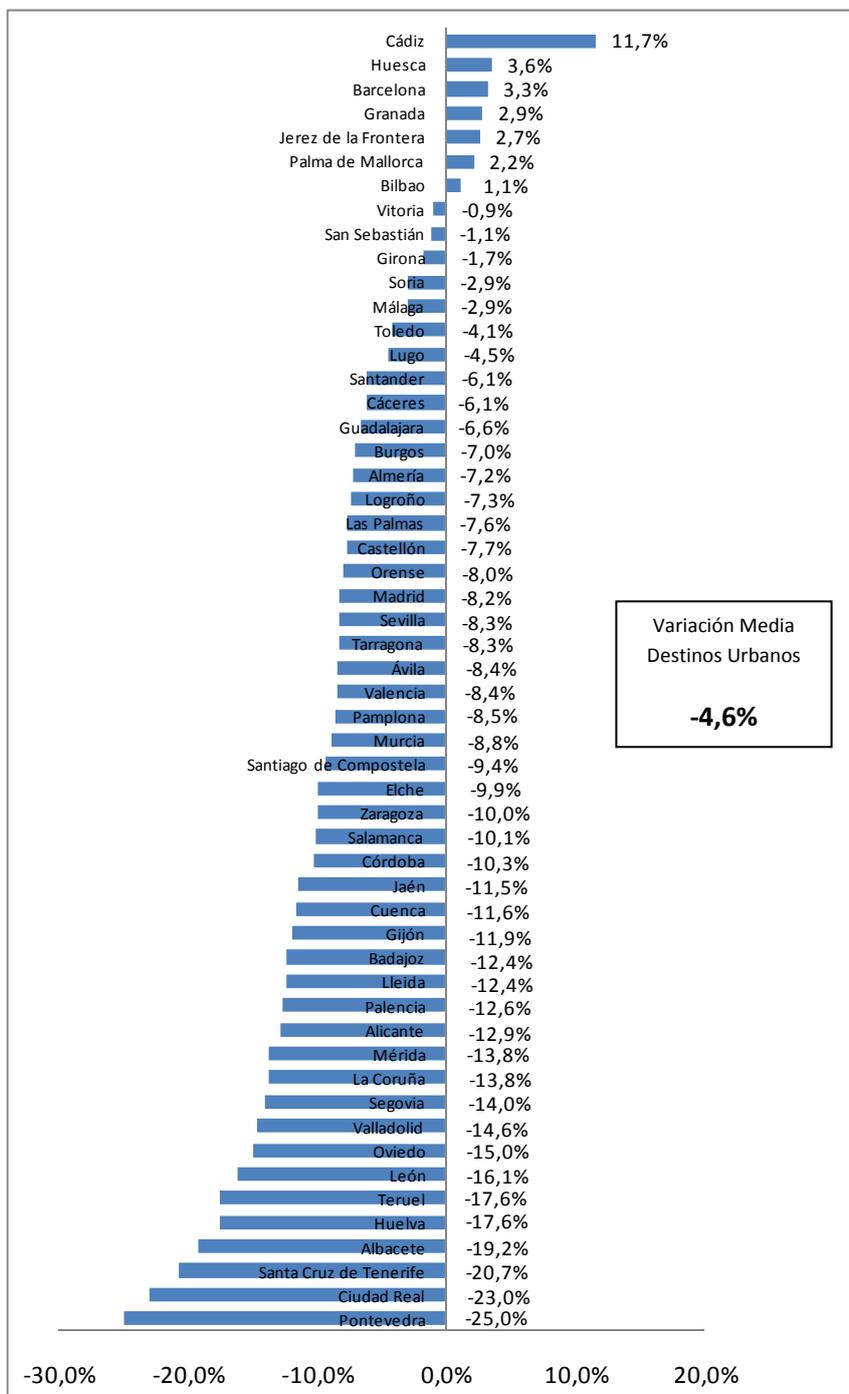
Gráfico 3.13. Ranking según RevPAR (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2012



Fuente: Exceltur. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

La comparativa con respecto al año anterior, sitúa a la ciudad en el puesto número 35 con un descenso del 10,3%. En el año 2011, Córdoba ocupaba la posición décimo tercera del total de ciudades analizadas.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPAR del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2012-2011



Fuente: Exceltur. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

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

3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

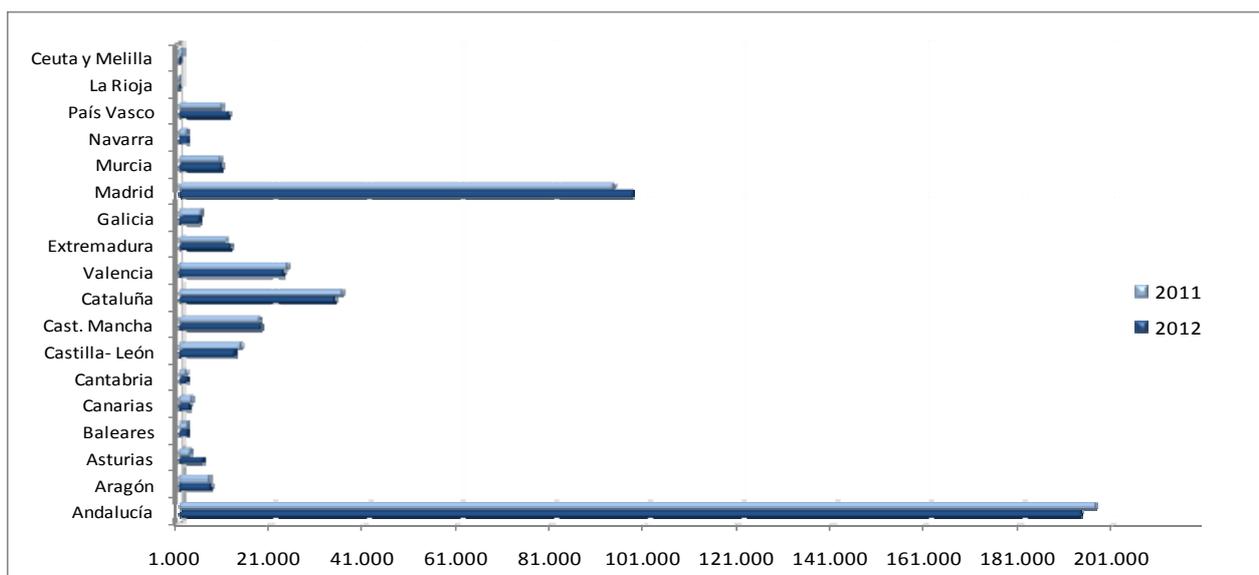
A continuación vamos a detallar la afluencia turística nacional por comunidad autónoma de procedencia.

Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el año 2012 han sido, un año más, Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, destacando la importancia de Andalucía pues en su conjunto representan el **43,16%** del total de turismo que recibe la ciudad. El segundo lugar en orden de procedencia de nuestros turistas es **Madrid** que representa el **21,83%** del turismo emisor nacional que recibe Córdoba. El tercer lugar lo ocupa **Cataluña**, en una proporción del **7,62%**, seguido de **Valencia** con un **5,19%**. Los siguientes lugares en orden de importancia los ocupan **Castilla La Mancha**, **Castilla León** y **Extremadura**, con un **4,10%**, **2,92%** y **2,72%**, respectivamente.

De éstas comunidades las que han reflejado mayores incrementos con respecto a 2011 han sido Extremadura con un 9,14% y Madrid con un 4,14%.

Durante este año, hay que destacar el incremento resultante de los turistas procedentes de **Asturias**, pues éste ha sido del 71,29%.

Gráfico 3.15. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2012



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

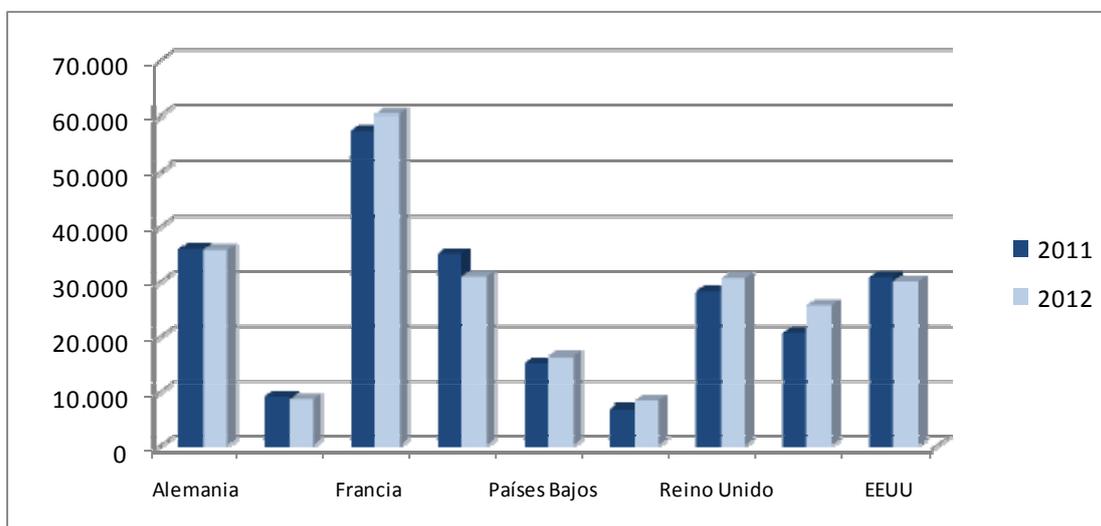
El turismo emisor extranjero se ha incrementado en 1 punto porcentual con respecto al año 2011, representando actualmente el 44,77% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 52% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron **Francia, Alemania, Italia** y **Reino Unido** con un **16,53%**, **9,75%**, **8,47%** y **8,41%** respectivamente y concentran el cuarenta y tres por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, Japón y EEUU, decir que **Estados Unidos** alcanzó el **8,23%** del total de turistas extranjeros, situándose así en el quinto puesto del total de países de turismo emisor extranjero a nuestra ciudad. La sexta posición la alcanza **Japón** que representa un total del **6,99%**.

Otros mercados internacionales como son Australia, China, Europa del Este, etc. representan el **32,52%** de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.16. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2011



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

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

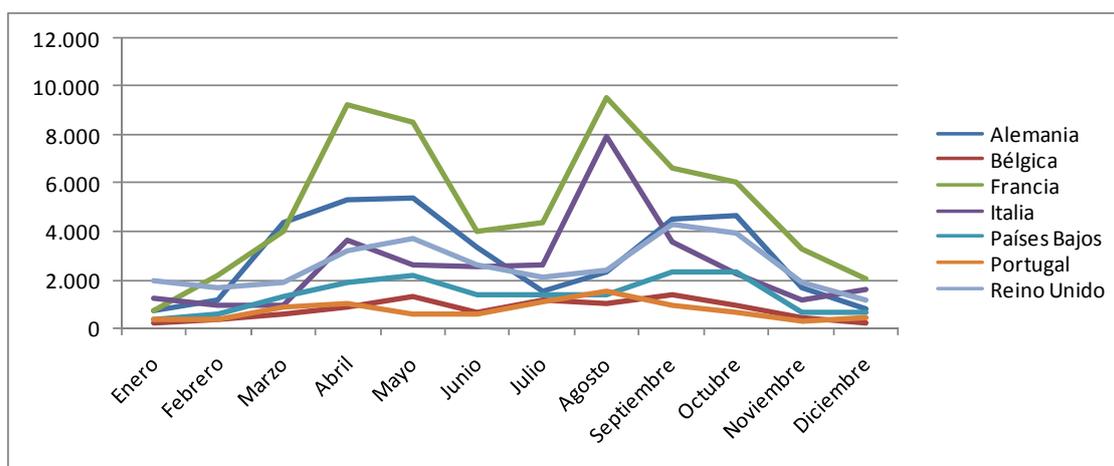
Al igual que ocurría en 2011, el turismo alemán concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño, produciéndose en estos meses cerca del 70% del total de las llegadas.

El turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de verano, siendo agosto el mes por excelencia al recoger un total de 7.908 visitantes.

Reino Unido concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño al igual que turismo alemán, siendo el mes de septiembre el que mayor número de llegadas recoge con un total de 4.283.

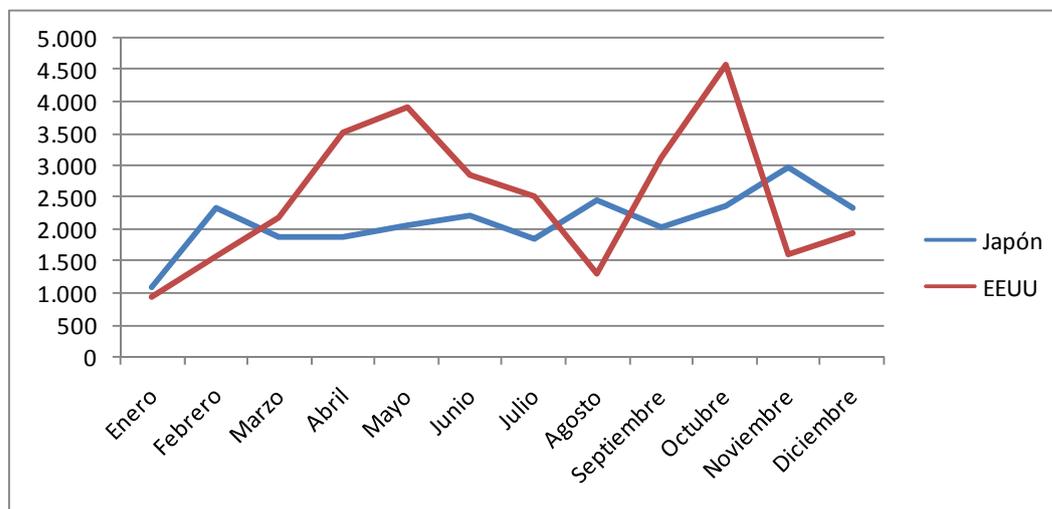
Países Bajos, Bélgica y Portugal muestran unas llegadas más equilibradas a lo largo del año, siendo los primeros y últimos meses del año los que recogen los mínimos de viajeros.

Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2012



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

En el caso de los mercados extracomunitarios, destacar un año más la opuesta distribución a lo largo del año en el caso de Japón pues los meses más fuertes fueron los correspondientes a otoño - invierno (octubre, noviembre, diciembre y febrero). Por su parte, de Estados Unidos se recibe un mayor número de viajeros en otoño y primavera, concretamente los meses de mayo, abril, septiembre y octubre.

Gráfico 3.18. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2012


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

Tabla 3.1. Evolución mensual de los viajeros extranjeros por país de procedencia. Año 2012

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	682	179	687	1.207	362	306	1.930	1.092	931
Febrero	1.144	307	2.187	946	602	326	1.646	2.347	1.583
Marzo	4.352	496	3.959	974	1.260	836	1.845	1.870	2.173
Abril	5.310	824	9.241	3.626	1.836	973	3.214	1.880	3.518
Mayo	5.399	1.319	8.499	2.582	2.180	583	3.704	2.071	3.922
Junio	3.304	568	3.984	2.539	1.380	572	2.632	2.200	2.856
Julio	1.509	1.139	4.332	2.600	1.377	1.071	2.084	1.843	2.500
Agosto	2.310	991	9.544	7.908	1.382	1.517	2.372	2.472	1.281
Septiembre	4.489	1.366	6.581	3.540	2.287	889	4.283	2.039	3.130
Octubre	4.627	902	6.038	2.254	2.278	609	3.950	2.374	4.582
Noviembre	1.647	350	3.256	1.142	672	259	1.872	2.974	1.610
Diciembre	788	149	1.986	1.599	680	404	1.132	2.332	1.942
TOTAL	35.563	8.589	60.295	30.917	16.295	8.346	30.664	25.493	30.029

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia. Consorcio 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. Córdoba es un claro ejemplo de turismo cultural debido principalmente a la gran riqueza patrimonial que posee y al movimiento de viajeros con fines turístico-culturales que acuden a la ciudad cada año.

En este apartado se detalla un análisis de las visitas a los distintos puntos turísticos de la ciudad, diferenciando entre museos y monumentos.

El año 2012 rompe con la tendencia de crecimiento que registró un año antes en el número de entradas recibidas en los monumentos y museos cordobeses, puesto que en términos generales se puede hablar de un descenso del 3,88% en el cómputo total de visitantes, con un total de 2.629.396 visitas.

Dentro de la negatividad de esta cifra, obtenida, como ya decíamos anteriormente de forma absoluta, podemos descender un escalón y analizar de forma asilada los dos niveles existentes, monumentos y museos, de esta forma podemos obtener conclusiones sobre lo acontecido en los centros de interés turístico cordobeses durante este período.

Un dato muy destacable es que las entradas a museos se han incrementado de forma notoria en este año, ya que el incremento en un solo período ha superado el 32 por ciento. Los motivos principales a los que podemos achacar estos buenos resultados corresponden a la reapertura del Museo Julio Romero de Torres en enero de este año y a las visitas recibidas en el Museo de Bellas Artes pues sobrepasa con creces los resultados obtenidos un año antes. El resto de museos o bien han mermado su índices de afluencia o bien han tenido crecimientos moderados.

Lo contrario ocurre con los monumentos puesto que todo el incremento de visitas se ha producido en los museos y la variación agregada es negativa, los monumentos han tenido que sufrir las consecuencias desfavorables de este período, al experimentar una caída en el cómputo general de visitas del 7,31%.

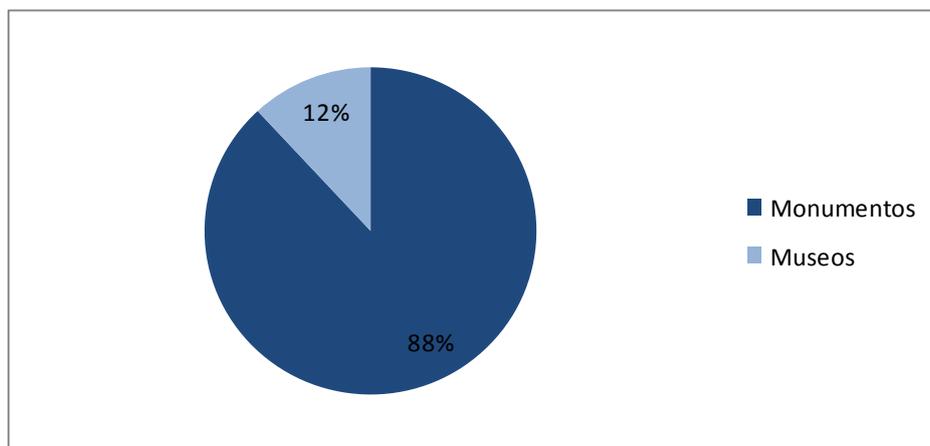
Tabla 3.2. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2012

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11
1º TRIM	53.246	-7,88%	1º TRIM	40.159	-3,51%	1º TRIM	62.500	-12,6%	1º TRIM	240.187	2,08%
2º TRIM	98.366	-37,96%	2º TRIM	50.387	-15,06%	2º TRIM	104.250	-16,47%	2º TRIM	433.993	-5,63%
3º TRIM	80.825	-24,23%	3º TRIM	28.375	-17,82%	3º TRIM	48.200	-17,68%	3º TRIM	338.912	8,04%
4º TRIM	63.768	-8,72%	4º TRIM	38.450	-22,84%	4º TRIM	63.000	2,94%	4º TRIM	295.804	3,87%
TOTAL	296.205	-24,61%	TOTAL	157.371	-15,07%	TOTAL	277.950	-9,71%	TOTAL	1.308.896	1,18%
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11
1º TRIM	15.263	-3,50%	1º TRIM	7.496	-42,14%	1º TRIM	38.828	23,97%	1º TRIM	26.282	24,64%
2º TRIM	23.880	-2,02%	2º TRIM	11.367	-34,77%	2º TRIM	59.099	-13,67%	2º TRIM	14.452	-17,08%
3º TRIM	13.975	-18,84%	3º TRIM	7.617	-36,21%	3º TRIM	35.393	-6,94%	3º TRIM	9.392	-14,79%
4º TRIM	13.339	-16,80%	4º TRIM	8.992	-39,72%	4º TRIM	39.384	-20,39%	4º TRIM	12.777	-9,78%
TOTAL	66.457	-9,51%	TOTAL	35.472	-38,03%	TOTAL	172.704	-7,78%	TOTAL	62.903	-1,25%
MUSEO DE BELLAS ARTES			REAL JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		
	VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11		VISITAS	%var/11
1º TRIM	18.740	89,85%	1º TRIM	13.404	-3,53%	1º TRIM	9.350	-13,87%	1º TRIM	27.673	
2º TRIM	20.944	40,98%	2º TRIM	15.766	-9,84%	2º TRIM	32.371	2,16%	2º TRIM	20.078	
3º TRIM	8.761	-6,09%	3º TRIM	8.306	-18,08%	3º TRIM	12.650	10,75%	3º TRIM	8.489	
4º TRIM	13.271	-5,03%	4º TRIM	12.755	-16,63%	4º TRIM	16.160	5,50%	4º TRIM	12.720	
TOTAL	61.716	28,49%	TOTAL	50.231	-11,60%	TOTAL	70.531	1,80%	TOTAL	68.960	
TOTAL DE VISITANTES											
	VISITAS	%var/11									
1º TRIM	553.128	7,65%									
2º TRIM	884.953	-10,99%									
3º TRIM	600.895	-3,48%									
4º TRIM	590.420	-2,39%									
TOTAL	2.629.396	-3,88%									

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

Diferenciando entre museos y monumentos, se observa que el 88% de las entradas corresponden a los monumentos y tan solo el 12% corresponde a las visitas a museos. Hay que decir que en el número de visitas a la Mezquita, Catedral están incluidas las entradas a “El Alma de Córdoba” y en el total de visitas del Alcázar de los Reyes Cristianos están incluidas tanto las entradas a “Córdoba, la luz de las cultura” como ...

Gráfico 3.19. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2012

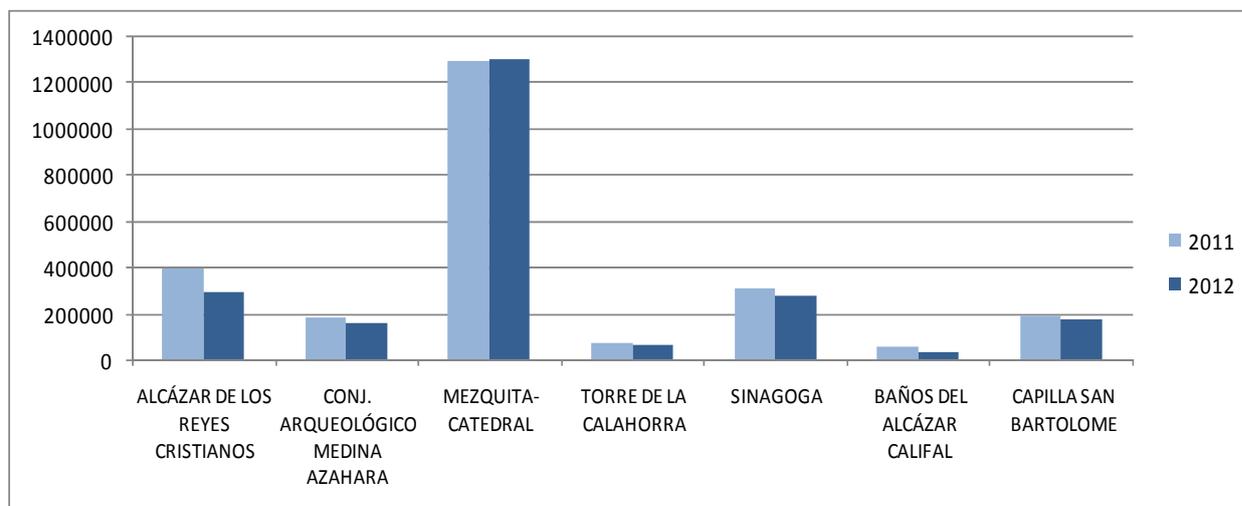


Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Desagregando aún más dentro de los dos niveles existentes, debemos decir que la Mezquita, Catedral ha sido el monumento cordobés más visitado durante el año 2012 al contabilizar un total de 1.308.896 visitas y el único que ha reflejado signos de crecimiento, concretamente de un 1,18%.

A la Mezquita, Catedral le siguen en importancia respecto al volumen de afluencia el Alcázar de los Reyes Cristianos, la Sinagoga y el Conjunto Arqueológico de Medina Azahara, todos ellos con mermas en el conjunto total de visitas, aunque el mayor descenso lo han sufrido los Baños del Alcázar Califal que han visto descender su montante en un 38,03%.

Gráfico 3.20. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2011-2012

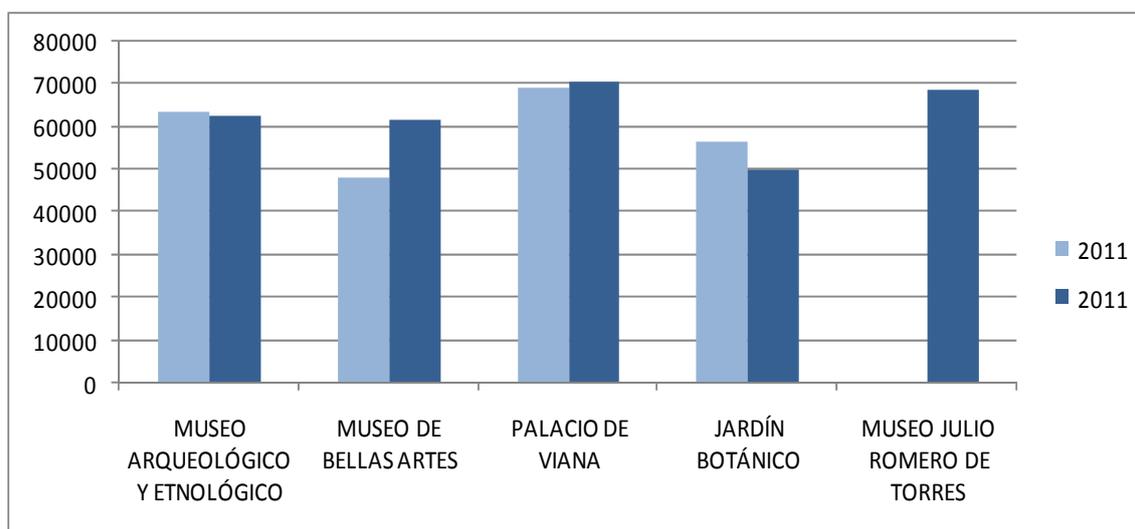


Fuente: Delegación de Cultura, Junta de Andalucía. Unidad de Museos, Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

El segundo apartado de este capítulo comprende el análisis de los museos cordobeses. los datos obtenidos confirman que, los museos, pese a contabilizar en términos absolutos un menor número de visitantes que los monumentos, en términos relativos el crecimiento es muy significativo y digno de elogio, puesto de forma agregada podemos cifrar el incremento de afluencia en un 32,17%.

El Palacio de Viana es el que ha reflejado un mayor número de visitas seguido del Museo Arqueológico y Etnológico, aunque el mayor incremento ha sido experimentado por el Museo de Bellas Artes que ha visto crecer sus visitas en un 28,49%. Por el contrario, tan el Real Jardín Botánico ha sido el que ha experimentado el mayor descenso con un 11,60%.

Gráfico 3.21. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2011-2012



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

4. CONGRESOS Y REUNIONES

En un año marcado por la incertidumbre económica en España, la ciudad de Córdoba ha resistido de manera notable ante esta situación, aportando unos resultados destacados, que la sitúan como una referencia nacional en el segmento de ciudades medias.

Así, las cifras y los resultados obtenidos en el ejercicio 2012 son positivos, fundamentado en dos razones principalmente. En primer lugar, la cifra de eventos que han tenido lugar en Córdoba es muy similar a la que se alcanzó en 2011, habiéndose registrado un total de 79 eventos -por los 82 de aquel año- que minimizan los efectos de la devastadora crisis económica generalizada. En segundo lugar, cabe destacar que se han realizado las gestiones oportunas para próximos ejercicios y muestra de ello es que se han obtenido varios congresos para próximos ejercicios, tanto para 2014 como para 2015.

En términos generales, tal y como se indica en el párrafo anterior, en 2012 se han contabilizado 79 reuniones que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas siguiendo las definiciones marcadas por Turespaña y el Spain Convention Bureau. En este contexto, se ha obtenido un importante incremento en el número de congresos (32,35% con respecto a 2011), pasando de los 34 a los 45 del ejercicio objeto del análisis. Por el contrario, se experimenta un retroceso en jornadas y convenciones.

Por otro lado, cabe destacar un mínimo incremento experimentado en la estancia media, alcanzando los 3 días, lo cual es un dato significativo.

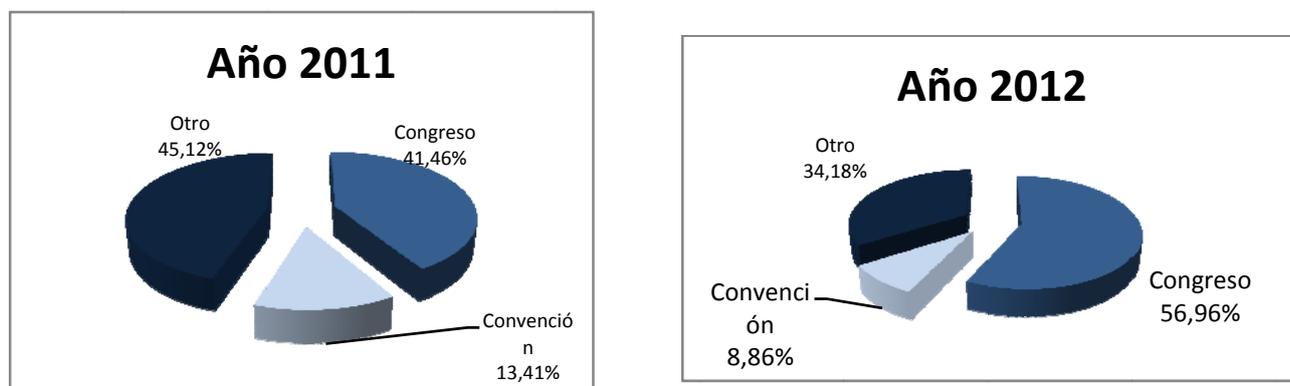
Se debe tener en cuenta que la fiabilidad de las estadísticas depende básicamente de los datos ofrecidos por los organizadores de las reuniones, precisando que no todos responden al formulario de registro del evento en su totalidad, por lo que la información puede resultar en algunos casos meramente orientativa.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2011-2012

Reuniones celebradas en Córdoba			
	Congreso	Convención	Otro
2011	34	11	37
2012	45	7	27
Var. 12/11	32,35%	-36,36%	-27,03%

Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

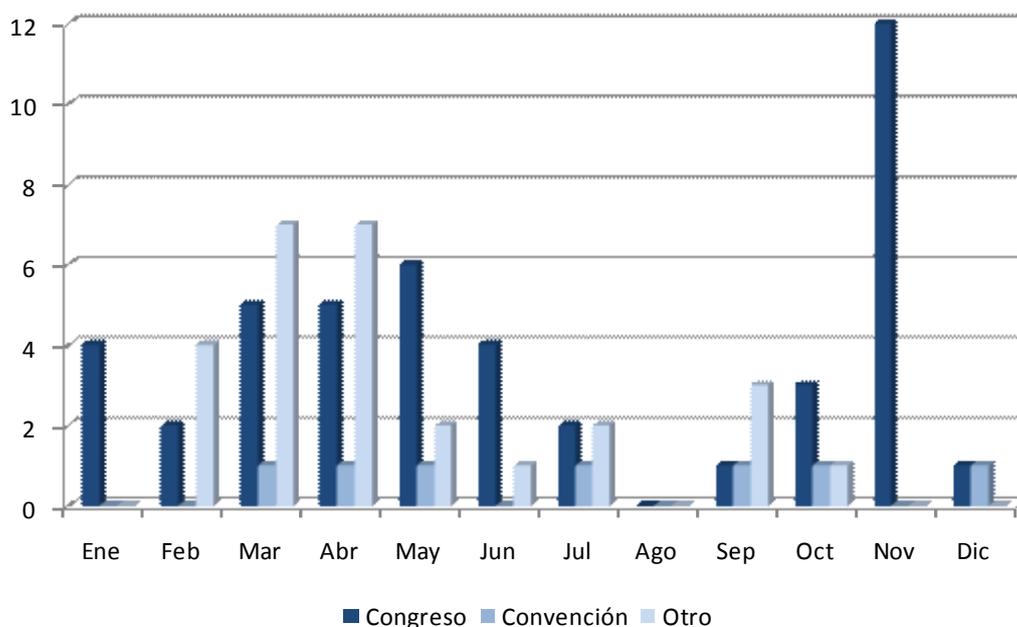
Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2011-2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Aunque éste es un sector al que afecta en menor medida la estacionalidad, en el siguiente gráfico se observa que, en el período estudiado, los meses con mayor número de reuniones son marzo y abril, con trece cada uno. Los meses con un menor número de reuniones son enero y febrero que coinciden con periodos tradicionalmente de baja ocupación.

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

En cuanto al número de delegados en 2012, estos suman un total de 16.667 frente a los 16.814 del año 2011. Lo que representa un descenso del 0,88% con respecto al 2011.

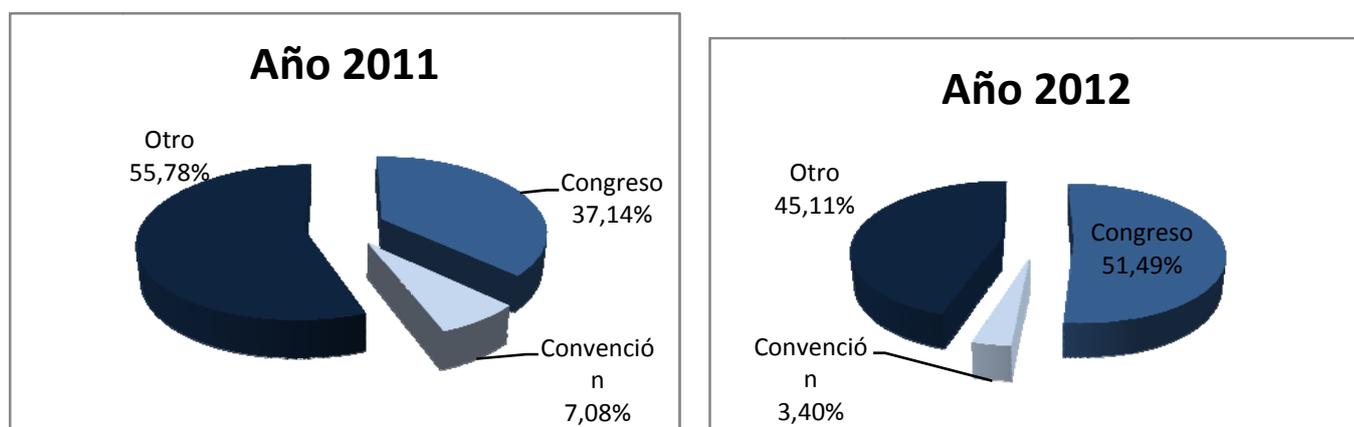
El único que ha obtenido resultados positivos ha sido el registrado por los asistentes a congresos con un incremento del 37,39% con respecto a 2011.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2011-2012

	Congreso	Convención	Otro
2011	6.245	1.190	9.379
2012	8.580	566	7.521
Var. 12/11	37,39%	-52,44%	-19,81%

Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2011-2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Muy equiparado es el resultado del carácter de las reuniones celebradas este año, pues un 51% han sido públicas frente al 49% de carácter privado.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

La siguiente tabla muestra los temas sobre los que tratan las reuniones. El tema específico más destacado es el CULTURAL que obtiene un 19,24% sobre el total de las reuniones celebradas en Córdoba entre 2012.

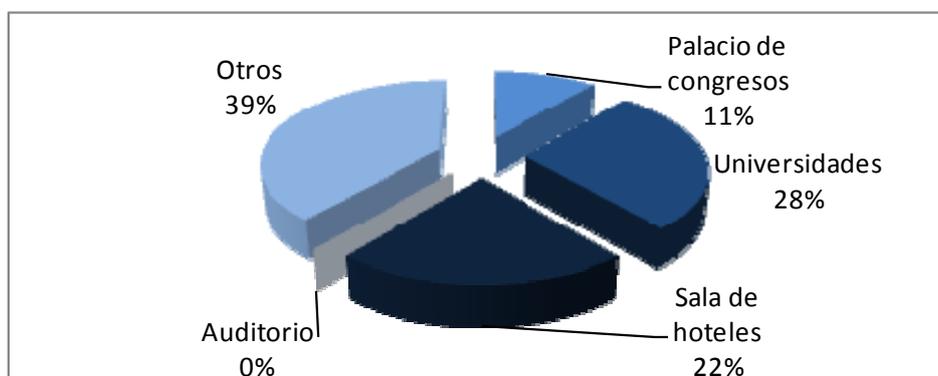
Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2011-2012

	2011	2012
Económico	11%	0,00%
Sanitario	20%	16,20%
Cultural	10%	19,24%
Público	9%	1,10%
Universidad	18%	17,22%
Tecnológico	4%	1,10%
Científico	6%	14,18%
Otros	23%	11,14%

Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

En referencia al lugar de celebración de las reuniones, destaca la Universidad seguida de Hoteles, pasando a ser los lugares mayoritarios.

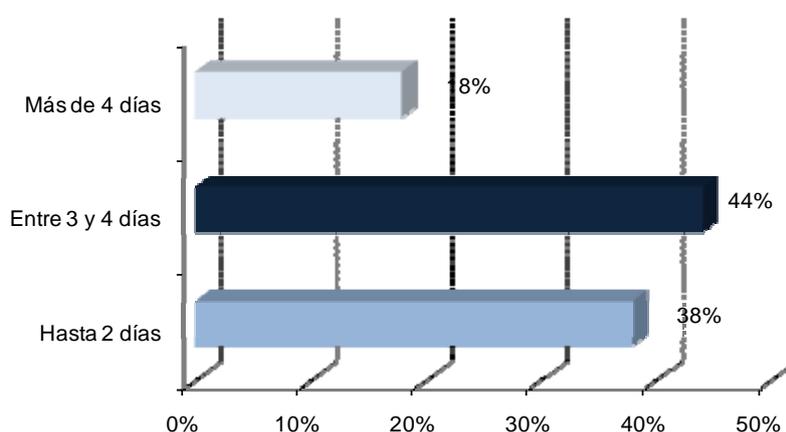
Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

La duración media de las reuniones en el período estudiado es mayoritariamente entre 3 y 4 días, lo que representa un incremento en las pernoctaciones respecto al 2011 del 18,92%. Por el contrario, las que menos se celebran son las que tienen una duración de más de 4 días.

Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2012



Fuente: Consorcio de Turismo de Córdoba. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, de las 79 reuniones celebradas solo contestaron 7 sobre esta materia, por lo que no se puede extraer un resultado concluyente.

En cuanto al tipo de actividad complementaria, al igual que en el apartado anterior, de 79 reuniones tan sólo contestaron 4. Los resultados muestran una clara preferencia por las actividades gastronómicas (4 de 4).

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.

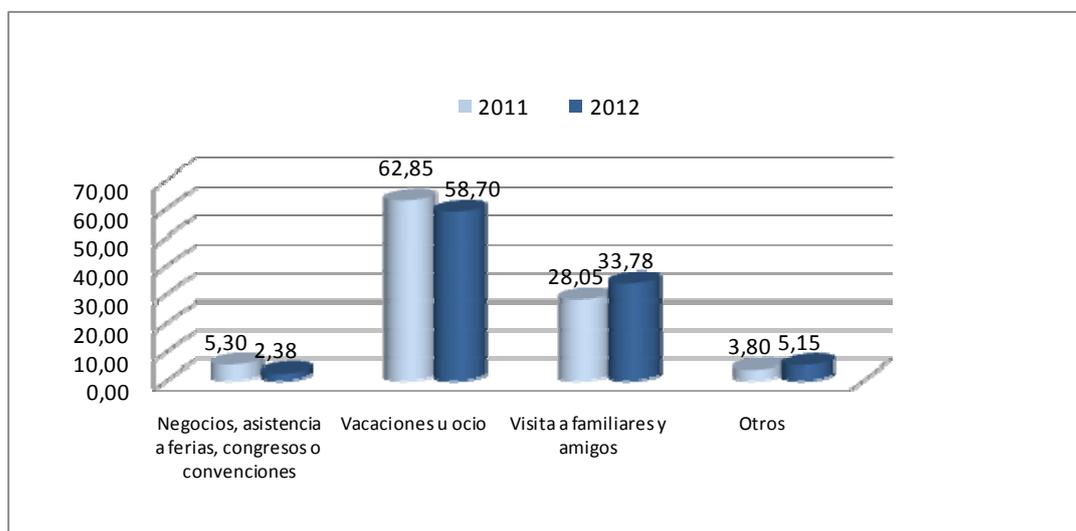
El principal motivo de los turistas que nos visitan sigue siendo el vacacional u ocio, así lo refleja el 58,70%, a pesar de haber descendido un 6,60% con respecto a 2011. Un año más, el mayor descenso es el producido en los viajes de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones con un 55,19%.

Por el contrario, el mayor incremento es el recogido por otros tipos de viajes con un 35,53% seguido de las visitas a familiares y amigos cuyo incremento ha sido del 20,41% con respecto al año anterior.

Tabla 5.1. Motivación principal de viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2011-2012

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2011	2012	Var. 12/11
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	5,30	2,38	-55,19%
Vacaciones u ocio	62,85	58,70	-6,60%
Visita a familiares y amigos	28,05	33,78	20,41%
Otros	3,80	5,15	35,53%

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

Gráfico 5.1. Motivación principal del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2011-2012


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

El gasto medio diario que efectuaron los viajeros que visitaron la provincia durante este año 2012 fue de 52,64 euros, lo que refleja un descenso del 7,62% con respecto a un año antes, todo ello consecuencia de la crisis económica que nos afecta.

Tabla 5.2. Gasto medio diario de la Provincia de Córdoba. Años 2011-2012

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2011	2012	Var. 12/11
Euros	56,98	52,64	-7,62%

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

5.2. PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS VISITANTES

El índice de percepción turística de los visitantes que han venido a la provincia referido al año 2012, se sitúa en 8,1 de promedio en una escala de 1 a 10, un nivel superior en un 2,53% respecto al registrado un año antes (7,9).

Los aspectos mejor valorados por los turistas han sido en primer lugar el Patrimonio cultural con una calificación media de 8,98, seguido de la Asistencia Sanitaria con un 8,80, la Atención y trato con un 8,73 y el Alojamiento con un 8,43. Otros aspectos que superan o

alcanzan el 8 de media son los Paisajes y Parques naturales, la Restauración, los Trenes, los Entornos urbanos, la Relación precio/servicio, la Seguridad Ciudadana y los Taxis. De todos estos aspectos el que presenta la mejor evolución es la Asistencia sanitaria con un incremento del 26,54%.

Los aspectos que han obtenido peor puntuación han sido el Alquiler de coches con un promedio de 7,25 y el Nivel de tráfico con una valoración 7,53.

Tabla 5.3. Calificación del viaje de la Provincia de Córdoba. Años 2011-2012

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2011	2012	Var. 12/11
Alojamiento	8,30	8,43	1,51%
Restauración	8,10	8,35	3,09%
Ocio-diversión	7,98	7,95	-0,38%
Transportes públicos:			
Autobuses	6,63	7,75	16,89%
Trenes	8,33	8,30	-0,36%
Taxis	7,53	8,00	6,24%
Alquiler de coches	7,45	7,25	-2,68%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	8,18	8,38	2,45%
Entornos urbanos	8,00	8,20	2,50%
Seguridad Ciudadana	7,95	8,08	1,64%
Asistencia sanitaria	6,90	8,80	27,54%
Atención y trato	8,53	8,73	2,35%
Relación precio/servicio	8,13	8,13	0,00%
Red de comunicaciones	7,88	7,83	-0,63%
Limpieza	7,53	7,55	0,27%
Nivel de tráfico	7,50	7,53	0,40%
Señalización turística	7,68	7,70	0,26%
Información turística	7,90	7,93	0,38%
Patrimonio cultural	8,83	8,98	1,70%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	7,9	8,1	2,53%

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

6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES

Este capítulo del Informe Anual pretende mostrar los principales puntos turísticos españoles para realizar una comparativa entre estos y nuestra ciudad, con el objeto de obtener conclusiones que nos ayuden a posicionar el turismo cordobés en relación al resto de destinos.

La selección de dichos puntos turísticos se hace en función de su similitud con Córdoba, es decir, se han escogido los puntos donde el turismo cultural tiene una destacada importancia.

Por una parte se analizará la demanda hotelera, y en concreto, el número de viajeros y pernoctaciones efectuadas en los establecimientos hoteleros cordobeses. Se analizará también el grado de ocupación por plazas, la estancia media y el personal empleado.

La otra vertiente a analizar corresponde a la oferta hotelera, donde se hará uso del número de establecimientos abiertos y plazas estimadas del INE, datos que, hemos de decir, pueden presentar diferencias respecto a los suministrados por la Consejería de Turismo de Córdoba.

Para tener una perspectiva más amplia y detallada que nos sirva a su vez para conocer tanto la evolución, como la situación actual y las perspectivas futuras que presenta Córdoba como destino turístico, el período analizado se referirá a los últimos cinco años.

Estos datos serán presentados en forma de ranking, de forma que sea más fácil localizar la posición de Córdoba dentro del conjunto de puntos turísticos seleccionados.

La ciudad de Córdoba con casi 820.000 viajeros se sitúa en séptima posición dentro de las 17 ciudades españolas analizadas, subiendo un puesto respecto al año 2011. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Murcia y Ávila quienes reciben el menos número de viajeros.

Haciendo un análisis más pormenorizado se observa que el número de viajeros alojados en Córdoba ha experimentado un aumento del 3,52%, mientras que dos destinos situados por delante de nuestra ciudad, como son Sevilla y Granada, han sufrido pérdidas respecto a 2011, si bien, han conseguido mantener sus posiciones habituales.

Por otro lado, el crecimiento de la ciudad en el período 2008-2012 ha sido del 14,57%. Las ciudades que más han crecido en estos años han sido Bilbao (29,88%), Málaga (21,81%) y Barcelona (18,56%).

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	MADRID	7.299.416	7.166.476	7.871.880	8.318.611	7.945.308	-4,49%	8,85%
2	BARCELONA	5.607.284	5.495.097	6.396.498	6.827.659	6.648.149	-2,63%	18,56%
3	SEVILLA	1.735.226	1.665.199	1.778.971	1.910.226	1.866.052	-2,31%	7,54%
4	VALENCIA	1.656.207	1.517.703	1.547.727	1.650.065	1.562.457	-5,31%	-5,66%
5	GRANADA	1.474.608	1.373.862	1.451.016	1.508.455	1.461.522	-3,11%	-0,89%
6	MÁLAGA	783.948	746.350	862.599	918.416	954.949	3,98%	21,81%
7	CÓRDOBA	715.266	661.148	697.139	791.634	819.494	3,52%	14,57%
8	BILBAO	608.285	624.359	675.801	722.403	790.022	9,36%	29,88%
9	ZARAGOZA	941.466	717.251	788.299	802.039	775.163	-3,35%	-17,66%
10	SALAMANCA	590.890	571.932	584.768	597.588	587.111	-1,75%	-0,64%
11	SANTIAGO C.	547.540	562.385	704.108	544.311	548.388	0,75%	0,15%
12	SAN SEBASTIAN	466.993	451.915	506.315	533.296	523.520	-1,83%	12,10%
13	TOLEDO	448.125	441.645	460.795	462.063	466.763	1,02%	4,16%
14	BURGOS	362.145	356.444	370.510	370.698	358.807	-3,21%	-0,92%
15	VALLADOLID	362.908	335.031	338.966	352.302	335.144	-4,87%	-7,65%
16	MURCIA	380.696	301.968	309.952	325.800	323.943	-0,57%	-14,91%
17	AVILA	218.067	194.964	203.625	203.230	185.320	-0,19%	-15,02%

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

Con respecto a las pernoctaciones contabilizadas, Córdoba mantiene la misma posición que un año anterior, ocupando el noveno lugar con cerca de las 1,3 millones de pernoctas. Zaragoza, Santiago y San Sebastián se sitúan en valores cercanos, con un volumen de pernoctaciones entre las 1,3 y 1 millones de pernoctas. Madrid y Barcelona superan los 16 millones de pernoctaciones y ocupan las dos primeras posiciones y Murcia y Ávila, una año más, registran los valores inferiores.

La ciudad cordobesa es una de las cuatro ciudades que refleja signos positivos de crecimiento con un 3,06% de incremento con respecto a 2011. El mayor incremento es el recogido por Bilbao con un 6,55%. En sentido contrario, el mayor descenso lo ha recogido Ávila con un 9,76%.

Haciendo una comparativa con los últimos cinco años, las ciudades que reflejan una mejor evolución son Barcelona (39,50%), Bilbao (38,78%), Málaga (28,57%) y San Sebastián (17,22%). Córdoba en este tiempo ha registrado un crecimiento del 12%. La mayor caída en cuanto al número de pernoctaciones es la registrada por Zaragoza (-26,92%).

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	BARCELONA	11.624.458	12.311.976	15.095.875	16.146.596	16.215.627	0,43%	39,50%
2	MADRID	13.975.148	13.653.384	15.192.774	16.411.369	15.541.907	-5,30%	11,21%
3	SEVILLA	3.225.372	3.090.005	3.332.866	3.605.575	3.565.332	-1,12%	10,54%
4	VALENCIA	3.251.721	3.038.559	3.249.957	3.319.783	3.184.030	-4,09%	-2,08%
5	GRANADA	2.581.027	2.503.831	2.621.971	2.769.103	2.611.687	-5,68%	1,19%
6	MÁLAGA	1.413.126	1.411.591	1.596.042	1.740.028	1.816.800	4,41%	28,57%
7	BILBAO	1.052.059	1.105.011	1.220.475	1.370.254	1.460.019	6,55%	38,78%
8	ZARAGOZA	1.795.518	1.211.935	1.319.190	1.332.468	1.312.133	-1,53%	-26,92%
9	CÓRDOBA	1.150.101	1.058.241	1.103.093	1.249.873	1.288.096	3,06%	12,00%
10	SANTIAGO C.	1.124.881	1.182.900	1.430.184	1.142.474	1.081.892	-5,30%	-3,82%
11	SAN SEBASTIAN	875.185	868.319	988.698	1.039.442	1.025.906	-1,30%	17,22%
12	SALAMANCA	983.227	943.807	965.877	957.289	919.244	-3,97%	-6,51%
13	TOLEDO	728.001	694.482	719.281	718.745	702.897	-2,20%	-3,45%
14	VALLADOLID	575.852	548.044	551.417	587.374	551.033	-6,19%	-4,31%
15	BURGOS	548.646	529.999	586.334	566.835	543.211	-4,17%	-0,99%
16	MURCIA	601.469	498.372	518.593	522.204	514.871	-1,40%	-14,40%
17	ÁVILA	354.282	320.307	340.079	335.541	302.794	-9,76%	-14,53%

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

En lo que respecta al grado de ocupación por plazas, Córdoba mantiene el mismo nivel del año anterior ocupando nuevamente la octava plaza, con una ocupación hotelera del 51,36 por ciento, esto ha supuesto un descenso de un 1,21% respecto a 2011. La ciudad de Barcelona es la que ocupa la primera posición con el 64,86%.

Tan solo Málaga y Bilbao han mostrado signos positivos respecto al año anterior con incrementos del 3,53% y 1,38% respectivamente.

En la evolución experimentada por estas ciudades en el último lustro, Córdoba ha registrado un descenso del 7,59%, siendo los mayores descensos los registrados por Zaragoza, Murcia y Ávila con un 37,78%, 23,72% y 18,67% respectivamente.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	BARCELONA	61,95	60,08	62,03	65,27	64,86	-0,63%	4,70%
2	SAN SEBASTIAN	54,24	53,69	57,53	60,25	58,94	-2,17%	8,67%
3	BILBAO	47,71	47,57	50,83	54,9	55,66	1,38%	16,66%
4	GRANADA	56,05	51,67	51,75	54,56	53,8	-1,39%	-4,01%
5	MADRID	54,25	50,37	54,45	56,39	52,78	-6,40%	-2,71%
6	MÁLAGA	49,74	44,92	47,74	50,65	52,44	3,53%	5,43%
7	SEVILLA	51,98	48,25	50,23	54,25	51,68	-4,74%	-0,58%
8	CÓRDOBA	55,58	51,01	49,67	51,99	51,36	-1,21%	-7,59%
9	VALENCIA	50,77	46,97	51,77	53,23	49,04	-7,87%	-3,41%
10	SALAMANCA	50,96	49,77	48,2	46,94	43,64	-7,03%	-14,36%
11	TOLEDO	46,64	44,04	45,16	44,37	42,65	-3,88%	-8,55%
12	BURGOS	42,95	38,8	42,54	42,35	40,72	-3,85%	-5,19%
13	SANTIAGO C.	45,35	44,72	53	42,41	38,86	-8,37%	-14,31%
14	VALLADOLID	41,64	39,58	40,49	42,16	38,4	-8,92%	-7,78%
15	ZARAGOZA	55,05	34,43	35,41	34,89	34,25	-1,83%	-37,78%
16	MURCIA	41,9	34,43	32,91	33,05	31,96	-3,30%	-23,72%
17	ÁVILA	37,38	33,85	34,3	32,63	30,4	-6,83%	-18,67%

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

El análisis de la estancia media no es tan favorable para la ciudad al situarse ésta en decimocuarta posición del ranking de ciudades, subiendo una posición con respecto a 2011.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,58 noches, igual a la alcanzada por Salamanca. Barcelona sigue encabezando la lista con una estancia media de 2,42 noches, a pesar de haber sufrido un descenso del 7,98% respecto al año precedente.

La estancia media en Córdoba ha permanecido inalterable con respecto a 2011. El mayor incremento lo ha recogido Zaragoza (1,81%) y el mayor descenso lo ha registrado Barcelona (7,98%).

Haciendo la comparación con 2008, Córdoba refleja un descenso del 2,47%. La ciudad de Santiago ha recogido una variación muy similar a la de Córdoba con un descenso del 2,36%.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	BARCELONA	2,07	2,21	2,36	2,63	2,42	-7,98%	16,91%
2	SANTIAGO C.	2,12	2,16	2,03	2,1	2,07	-1,43%	-2,36%
3	VALENCIA	1,96	1,99	2,1	2,01	2,02	0,50%	3,06%
4	MADRID	1,92	1,9	1,93	1,97	1,96	-0,51%	2,08%
5	SAN SEBASTIAN	1,84	1,88	1,95	1,95	1,91	-2,05%	3,80%
6	SEVILLA	1,85	1,85	1,87	1,89	1,9	0,53%	2,70%
7	MÁLAGA	1,79	1,88	1,85	1,89	1,89	0,00%	5,59%
8	BILBAO	1,73	1,76	1,81	1,9	1,83	-3,68%	5,78%
9	GRANADA	1,75	1,8	1,81	1,84	1,79	-2,72%	2,29%
10	ZARAGOZA	1,88	1,69	1,67	1,66	1,69	1,81%	-10,11%
11	VALLADOLID	1,58	1,62	1,63	1,67	1,64	-1,80%	3,80%
12	ÁVILA	1,61	1,63	1,67	1,65	1,63	-1,21%	1,24%
13	MURCIA	1,58	1,64	1,67	1,6	1,59	-0,62%	0,63%
14	CÓRDOBA	1,62	1,59	1,58	1,58	1,58	0,00%	-2,47%
14	SALAMANCA	1,67	1,67	1,65	1,6	1,58	-1,25%	-5,39%
15	BURGOS	1,53	1,51	1,58	1,53	1,53	0,00%	0,00%
16	TOLEDO	1,62	1,58	1,56	1,56	1,5	-3,85%	-7,41%

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

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

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

Córdoba muestra unas cifras muy parecidas a las del año anterior al emplear tan solo a 9 personas más, con un total de 883 empleados, lo que sitúa a la ciudad en la misma posición de 2011, es decir, sigue ocupando el décimo lugar.

Al comparar nuestra ciudad con los demás destinos, se observa como Córdoba es el destino que registra el tercer mayor incremento con respecto a 2011 (1,03%). En el sentido opuesto, se han producido descensos en 12 de los 17 puntos turísticos analizados, de los cuales Toledo, Granada y Zaragoza son los más acusados.

Si tomamos como referencia el año 2008, la ciudad registra un crecimiento del 7,68%, destacando positivamente el crecimiento experimentado por Barcelona en estos años al incrementarse en un 20,98% el personal empleado.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	MADRID	12.469	12.087	11.961	12.147	12.017	-1,07%	-3,62%
2	BARCELONA	9.717	9.409	11.192	11.363	11.756	3,46%	20,98%
3	SEVILLA	2.742	2.640	2.744	2.741	2.763	0,80%	0,77%
4	VALENCIA	2.977	2.495	2.242	2.157	2.116	-1,90%	-28,92%
5	GRANADA	1.816	1.861	1.879	1.765	1.576	-10,71%	-13,22%
6	BILBAO	1.231	1.262	1.188	1.205	1.217	1,00%	-1,14%
7	MÁLAGA	1.229	1.166	1.159	1.245	1.183	-4,98%	-3,74%
8	ZARAGOZA	1.381	1.264	1.179	1.120	1.012	-9,64%	-26,72%
9	SANTIAGO C.	934	958	1.009	988	907	-8,20%	-2,89%
10	CÓRDOBA	820	740	797	874	883	1,03%	7,68%
11	SAN SEBASTIAN	836	818	878	868	798	-8,06%	-4,55%
12	SALAMANCA	738	716	738	722	692	-4,16%	-6,23%
13	VALLADOLID	542	527	562	569	584	2,64%	7,75%
14	TOLEDO	790	751	742	678	510	-24,78%	-35,44%
15	MURCIA	579	488	458	455	426	-6,37%	-26,42%
16	BURGOS	491	446	437	406	404	-0,49%	-17,72%
17	ÁVILA	366	347	385	399	382	-4,26%	4,37%

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

Según la estimación del INE, dos establecimientos han cerrado sus puertas en Córdoba durante el ejercicio 2011. El número de establecimientos que han cerrado coincide con el facilitado por la Junta de Andalucía, no siendo así el número total de establecimientos abiertos.

En la siguiente tabla se refleja la clasificación en función del número de establecimientos abiertos, en el que la ciudad ocupa la posición número 11, descendiendo tres posiciones respecto a 2011, con un total de 85 establecimientos abiertos.

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

Haciendo comparativa con el año 2008, Córdoba ha obtenido un crecimiento del 28,79%. La ciudad que refleja un mayor crecimiento en cuanto al número de establecimientos abiertos es Bilbao con un 53,66% de incremento, siendo Valladolid la ciudad que ha reflejado el mayor descenso.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	MADRID	848	870	836	861	883	2,56%	4,13%
2	BARCELONA	441	465	509	505	512	1,39%	16,10%
3	SEVILLA	159	163	168	173	187	8,09%	17,61%
4	GRANADA	148	159	165	166	156	-6,02%	5,41%
5	SANTIAGO C.	152	158	160	154	154	0,00%	1,32%
6	VALENCIA	123	125	121	115	132	14,78%	7,32%
7	MÁLAGA	79	88	90	94	108	14,89%	36,71%
8	SAN SEBASTIÁN	88	91	95	100	104	4,00%	18,18%
9	ZARAGOZA	95	93	95	99	101	2,02%	6,32%
10	SALAMANCA	96	94	94	95	91	-4,21%	-5,21%
11	CÓRDOBA	66	75	89	87	85	-2,30%	28,79%
12	TOLEDO	63	62	63	63	66	4,76%	4,76%
13	BILBAO	41	44	54	64	63	-1,56%	53,66%
14	BURGOS	64	68	66	60	59	-1,67%	-7,81%
15	VALLADOLID	48	47	43	44	44	0,00%	-8,33%
16	ÁVILA	39	38	39	42	40	-4,76%	2,56%
17	MURCIA	34	34	36	36	35	-2,78%	2,94%

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

El último indicador que vamos a analizar es el número de plazas hoteleras, en el que la ciudad, se mantiene igual que el año anterior en la décima posición con 6.755 plazas. Las primeras posiciones de este ranking vuelven a ser para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Burgos y Ávila.

El crecimiento que ha experimentado Córdoba durante 2011 ha sido del 4,10%, el mayor registrado de todas las ciudades analizadas. El descenso más acusado lo ha recogido Granada con un 4,80%.

La evolución de la ciudad en los últimos cinco años, también destaca al reflejar el mayor crecimiento de las 17 ciudades analizadas con un 40,20%, seguido de Barcelona (32,82%), Málaga (21,48%) y Zaragoza (18,15%).

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2008-2012

		2008	2009	2010	2011	2012	Var. 12/11	Var. 12/08
1	MADRID	70.079	74.074	76.031	79.115	80.007	1,13%	14,17%
2	BARCELONA	50.869	55.558	65.920	66.993	67.564	0,85%	32,82%
3	SEVILLA	16.757	17.309	17.987	18.016	18.597	3,22%	10,98%
4	VALENCIA	17.356	17.593	17.021	16.863	17.450	3,48%	0,54%
5	GRANADA	12.360	13.105	13.712	13.736	13.077	-4,80%	5,80%
6	ZARAGOZA	8.809	9.701	10.168	10.400	10.408	0,08%	18,15%
7	MÁLAGA	7.708	8.582	9.086	9.309	9.364	0,59%	21,48%
8	SANTIAGO C.	6.696	7.153	7.300	7.288	7.426	1,89%	10,90%
9	BILBAO	6.001	6.322	6.538	6.777	7.041	3,90%	17,33%
10	CÓRDOBA	4.818	5.250	6.268	6.489	6.755	4,10%	40,20%
11	SALAMANCA	5.218	5.162	5.421	5.513	5.681	3,05%	8,87%
12	SAN SEBASTIAN	4.304	4.374	4.593	4.637	4.588	-1,06%	6,60%
13	TOLEDO	4.205	4.345	4.328	4.378	4.428	1,14%	5,30%
14	MURCIA	3.916	3.975	4.316	4.323	4.386	1,46%	12,00%
15	VALLADOLID	3.757	3.760	3.718	3.802	3.894	2,42%	3,65%
16	BURGOS	3.458	3.718	3.743	3.632	3.601	-0,85%	4,14%
17	ÁVILA	2.564	2.587	2.766	2.791	2.702	-3,19%	5,38%

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

