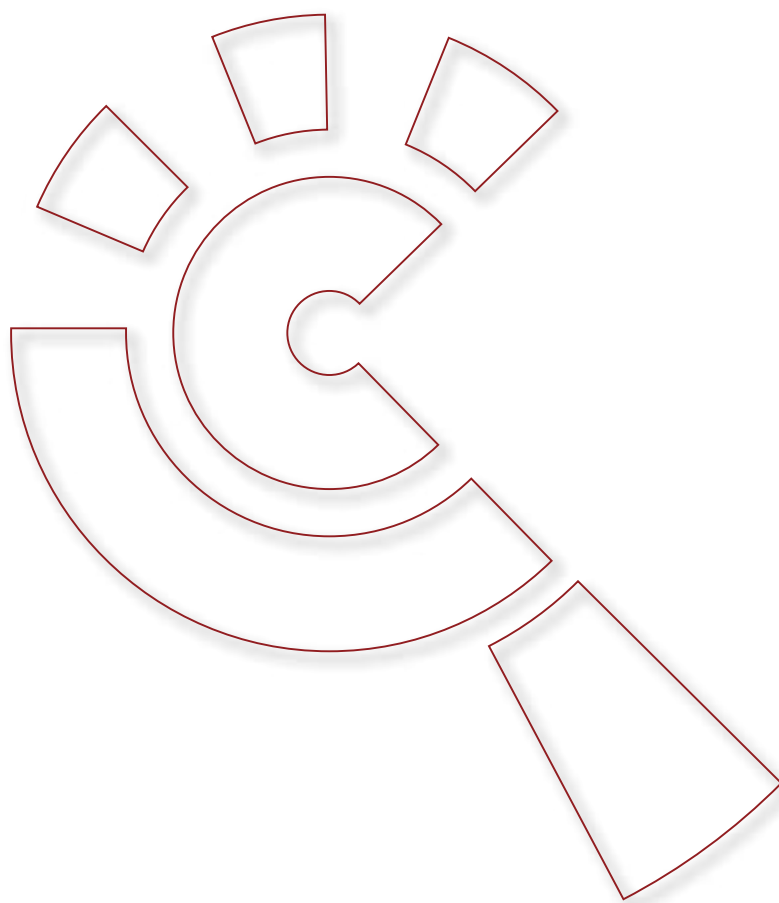


OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA
INFORME 2008



COMITÉ DE SEGUIMIENTO

D. FRANCISCO TEJADA GALLEGOS
Teniente de Alcalde de Turismo, Comercio, Transporte y Hacienda

D. FEDERICO RODRÍGUEZ ARDILA
Gerente del Consorcio de Turismo de Córdoba

D. MANUEL PÉREZ PÉREZ
Director de Proyectos Estratégicos

D. RAFAEL PÉREZ DE LA CONCHA CAMACHO
Jefe de la Sección de Turismo y Patrimonio de la Humanidad

D. ANTONIO ÁLVAREZ SALCEDO
Secretario General de HOSTECOR

COLABORADORES

D. ANTONIO PALACIOS GRANERO
D^a. OLGA PÉREZ PICCHI
D^a. M^a DOLORES DÍAZ FERNÁNDEZ

Realización Técnica

SOCIEDAD DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA, S. A.



D. MANUEL FERNÁNDEZ MÁRQUEZ
D. BARTOLOMÉ VALLE BUENESTADO
D^a. GLORIA MARTÍ ROMERO
D^a. ANA HIGUERA BUENESTADO

© Ayuntamiento de Córdoba

Diseño, maquetación

Efecinco Comunicación & Diseño

Índice

1. INTRODUCCIÓN	4
2. OFERTA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	5
2.1. HOTELES.....	5
2.2. RESTAURANTES.....	10
3. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA	12
3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA	12
3.2. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO	19
4. CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN CÓRDOBA.....	22
4.1. TURISTAS EN GENERAL	22
5. COMPARATIVA DE CÓRDOBA RESPECTO A OTROS DESTINOS CULTURALES	38





circunstancia debe entenderse realmente como un ajuste cíclico, derivado de las variaciones igualmente cíclicas que en el plano económico se están produciendo.

No obstante, la externalización de las causas del descenso en la actividad turística, no pueden llevar hasta la acomodación. Por el contrario, el trabajo en estos momentos debe ser más duro que nunca, para así compensar estas condiciones y hacer que las previsibles caídas se minimicen en la medida de lo posible, y que de esta forma la industria turística de la ciudad de Córdoba no se vea perjudicada en exceso.

Así pues, habiendo avanzado de manera somera las pautas que marcaron el turismo cordobés en 2008, se puede decir que este año no se han terminado de cumplir las expectativas señaladas en 2007. Si bien puede considerarse el año cerrado como una continuación del precedente, sin grandes cambios estructurales. Los últimos datos referidos a 2008 no hacen sino que preconizar la situación que actualmente se está desarrollando en el conjunto de la economía española y mundial.

La consolidación del modelo turístico de la ciudad de Córdoba, definido por una apuesta por la calidad, la oferta cultural y la mejora continua en las comunicaciones externas, implica un fortalecimiento de las características estructurales de este sector. Esta apuesta es el mejor seguro a futuro en tiempo de recesión, de cara a resurgir en las mejores condiciones posibles en el momento en el que el contexto global haga posible volver a la senda del crecimiento que ha caracterizado en los últimos años el turismo de esta ciudad.

El Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, en momentos de incertidumbre, se muestra como una herramienta fundamental de cara a monitorizar este sector estratégico para la economía local. De esta manera se posibilita conocer de una forma rigurosa, homogénea y sostenida; las variables clave del turismo cordobés y ante ello definir aquellos mecanismos necesarios para ajustar aspectos que pudieran deteriorar la evolución turística.

El carácter integral que caracteriza a este observatorio, es en estos momentos ideal de cara a conocer los distintos ejes que conforman el turismo cordobés, tanto en lo que se refiere a oferta, demanda, percepción y perfil del turista, comparativa con otros referentes, etc.

1. INTRODUCCIÓN

Los positivos datos referidos al año 2007, preconizaban unas expectativas bastante halagüeñas para 2008. La evolución de los principales indicadores turísticos que durante 2007 se monitorizaron, mostró un progreso que incluso llegó a alcanzar cifras récord en algunas de las variables consideradas.

No obstante, la redefinición de escenario económico nacional, con un fuerte ajuste en las tasas de variación del PIB y una evolución del mercado laboral desfavorable, han roto la tendencia que durante los últimos años había llenado de optimismo al sector turístico cordobés.

El ajuste que se ha producido durante 2008 en el turismo de la ciudad de Córdoba, debe ser contextualizado en su justa medida, de cara a obtener una comprensión de la realidad descrita lo más certera posible. Así pues la cuantía de los decrementos que se han producido en el número de llegadas y pernoctaciones, no atienden a un nuevo comportamiento tendencial del turismo cordobés o a una merma en la competitividad de este destino. Esta



2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

Los numerosos informes y estudios sobre el sector turístico coinciden en destacar la importancia de los establecimientos reglados dentro de la oferta turística de cualquier destino. Por este motivo es imprescindible contar con una dotación de establecimientos amplia, variada y competitiva.

La capacidad hotelera de un destino depende del poder de atracción de visitantes del mismo. Por este motivo, las capitales de provincia suelen ser las mejor dotadas en cuanto a oferta hotelera, debido a la oferta de servicios y actividades que ponen a disposición de los visitantes.

En el caso concreto que nos ocupa, Córdoba, la infraestructura hotelera y restauradora guarda una total relación con las características propias de la ciudad. La riqueza cultural y patrimonial, sus patios y feria o la actividad congresual,

propician el constante flujo de visitantes a lo largo del año, de ahí que la dotación hotelera de la ciudad de Córdoba trate de adaptarse a las exigencias y demandas de quienes la visitan.

La ciudad de Córdoba cuenta con una infraestructura alojativa en 2008 formada por 66 establecimientos hoteleros, cinco menos que un año antes, lo que representan una caída del 7%. De ellos, el 41 son hoteles y 25 pensiones, cuando en 2007 teníamos una muestra de 42 y 29 respectivamente.

El horizonte temporal más amplio -una década- recoge una pérdida de planta alojativa más amplia, del 8,33%, sin embargo, en este caso, los resultados son bien diferentes en función de la categoría de alojamiento analizada. De esta forma, apreciamos un evidente reemplazo de esta-

blecimientos modestos por otros de categoría más elevada, como se deduce del hecho de que en diez años hayan desaparecido un 34,21% de pensiones (13 establecimientos menos) y se haya creado un 20% más de hoteles (7 establecimientos más).

En 2008 el 62% de la oferta alojativa de la ciudad de Córdoba corresponde a los hoteles, frente al 38% que representan las pensiones, cuando una década antes los porcentajes eran del 47% y 53% para uno y otro caso.

Como ya adelantamos en el informe precedente, este reemplazo es razonable en un contexto socioeconómico de racionalización de la oferta y la búsqueda de mayores dimensiones y servicios del establecimiento, sin embargo, también supone la desaparición de pequeños lugares de hospedaje que juegan un papel clave en la sostenibilidad del turismo, en la diseminación espacial de los alojamientos y en la integración de éste en la trama urbana de la ciudad.

Establecimientos hoteleros por clases

Año	Hoteles	Pensiones	Total
1998	34	38	72
1999	34	39	73
2000	34	38	72
2001	35	36	71
2002	37	35	72
2003	37	39	76
2004	39	39	78
2005	41	39	80
2006	42	36	78
2007	42	29	71
2008	41	25	66
Var. 08/98	20,59%	-34,21%	-8,33%
Var. 08/07	-2,38%	-13,79%	-7,04%

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

Plazas por clases

Año	Plazas Hoteles	Plazas Pensiones	Total
1998	3.916	804	4.720
1999	3.916	814	4.730
2000	3.976	823	4.799
2001	3.939	772	4.711
2002	4.015	770	4.785
2003	3.959	873	4.832
2004	3.958	869	4.827
2005	4.234	870	5.104
2006	4.363	797	5.160
2007	4.308	641	4.949
2008	4.252	566	4.818
Var. 08/98	45,82%	-29,60%	29,52%
Var. 08/07	-1,30%	-11,70%	-2,65%

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



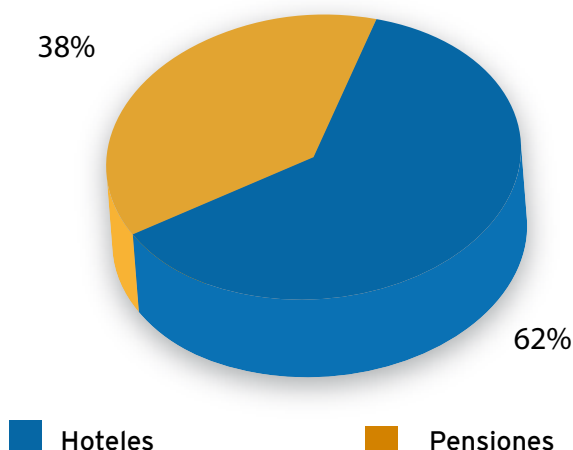


La pérdida de planta hotelera tiene también su correlación en la capacidad de alojamiento, aunque, afortunadamente esta variable ha sufrido una detracción más moderada que la anterior, un 2,65% de forma global, aunque la discriminación por tipos vuelve a destacar la fuerte caída que experimentan las pensiones cordobesas. Éstas han padecido en el último año una merma del 11,7% en su ca-

pacidad, mientras que los hoteles descienden su número de camas en un 1,3%.

Las 4.818 plazas con que cuenta la ciudad se distribuyen de forma muy dispar, puesto que el 88% quedan en manos de los establecimientos de mayor categoría -hoteles- frente al escaso 12% que aglutinan las pensiones.

Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros



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

Distribución de la oferta de plazas hoteleras

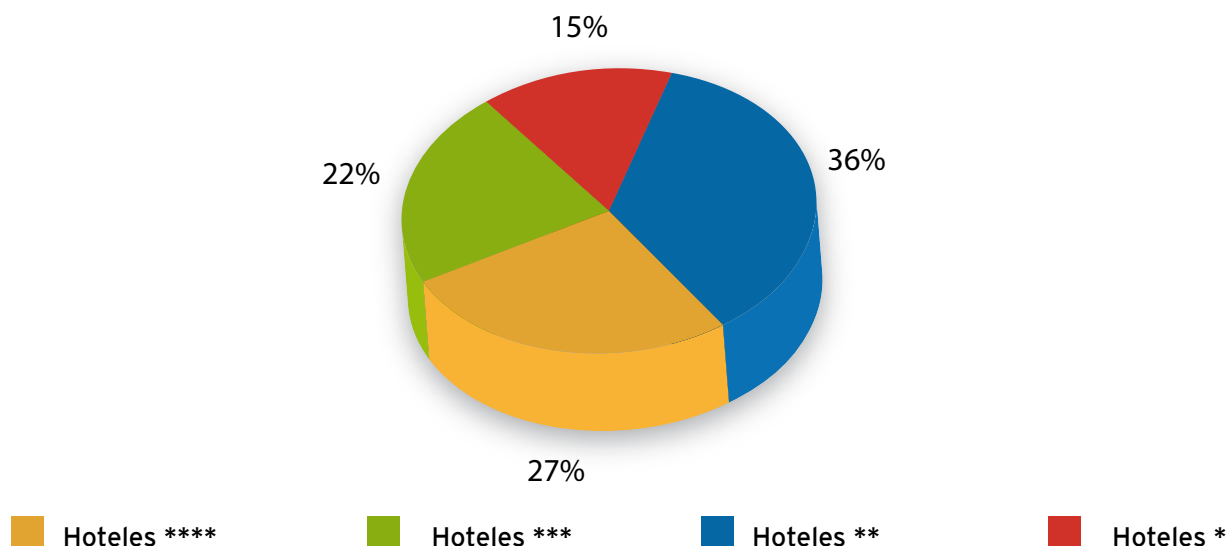


Fuente: SIMA. Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte. Delegación Provincial de Córdoba. Junta de Andalucía.

Discriminando los resultados en función del tipo de establecimiento podemos añadir que, en lo que respecta a la oferta de hoteles, la ciudad presenta una infraestructura por categorías bien equilibrada. Los más numerosos son los establecimientos de dos estrellas, que suponen el

36% de la totalidad, cuando en 2007 suponían el 39%. Le siguen en importancia numérica los de máxima categoría -cuatro estrellas- (27%, 26% en 2007), los de tres estrellas (22%, 21% en 2007) y, finalmente, los de una estrella (15% y 14% en 2007).

Distribución de la oferta de hoteles por categorías



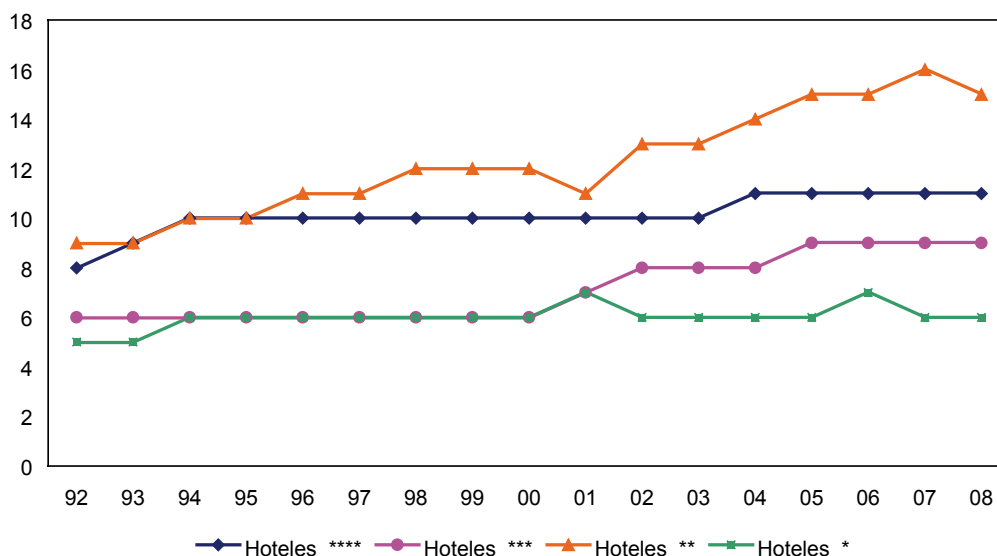
En lo referente a evolución apreciamos una tendencia bastante lineal, a excepción de los hoteles de dos estrellas, que destacan por encima del resto no solo en número, sino también por experimentar el crecimiento más significativo del conjunto.

desigual, con un reparto constante respecto a 2007, ya que el 72% de la oferta correspondía a las pensiones una estrella y sólo el 28% a las de dos estrellas.

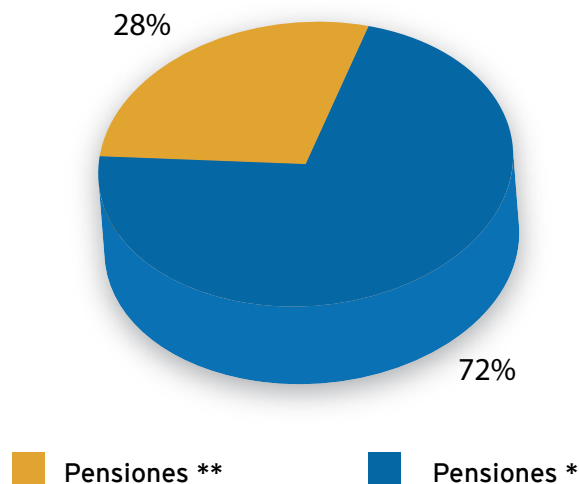
La estructura de las pensiones por categorías es muy

La evolución de las pensiones por categorías es regresiva, siendo más acusados los efectos en las más numerosas, las de una estrella.

Evolución de los establecimientos hoteleros por categorías (1992-2008)

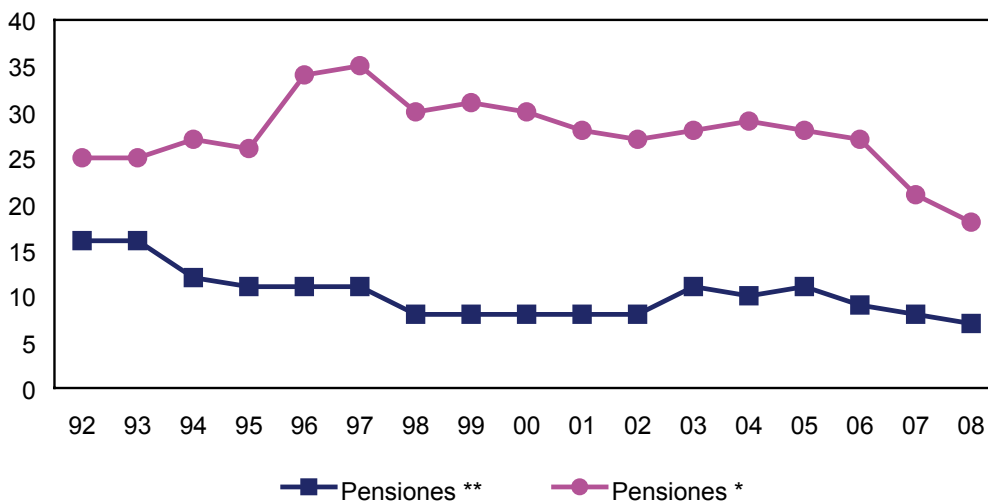


Distribución de la oferta de pensiones por categorías



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

Evolución de la oferta de pensiones por categorías (1992-2008)



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

2.2. RESTAURANTES

Dentro de la oferta turística el alojamiento es fundamental, pero no podemos olvidar la restauración, imprescindible para el sector turístico cordobés.

Como ya hemos adelantado en anteriores informes, la restauración es una actividad creciente, que lleva años en auge. Dentro del contexto internacional de incertidumbre, la gastronomía parece ser el único sector que sigue progresando, como demuestran las cifras que veremos a continuación.

Córdoba ha registrado en 2008 235 restaurantes, seis más que un año antes, lo que representa un incremento

del 2,62% que asciende al 50,64% si ampliamos el análisis a una década.

Estos restaurantes tienen capacidad para 16.609 comensales, lo que supone un incremento de plazas del 6,39% y cerca del 49% si lo comparamos con los datos de 1998.

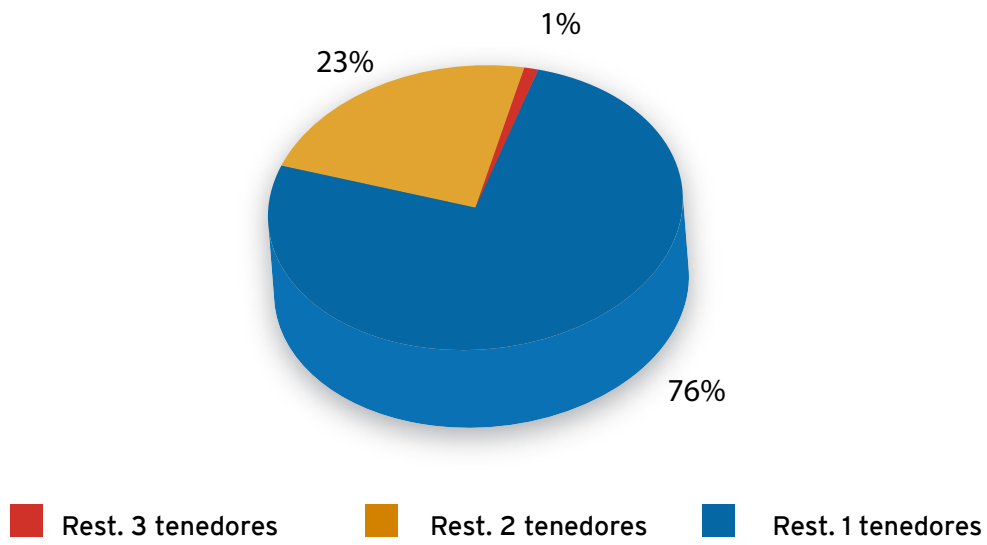
La distribución de la oferta por categorías pone en evidencia la supremacía de los restaurantes de un tenedor, que concentran el 76% de la oferta total. Los establecimientos de dos tenedores alcanzan el 23%, mientras que los de mayor categoría tan sólo representan el 1%.

Número de restaurantes y plazas

Año	Nº Restaurantes	Nº 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
Var. 08/98	50,64%	48,81%
Var. 08/07	2,62%	6,39%

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

Distribución de la oferta de restaurantes por categorías



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



3. DEMANDA TURÍSTICA

3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA

El objeto de este capítulo es analizar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad.

Como sabemos, la demanda turística se define en base al número de visitantes que se aloja en un destino, variable que se obtiene del análisis del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras. Dicho análisis es fundamental al objeto de planificar y elaborar todas aquellas políticas y actuaciones acordes con las necesidades y de quienes nos visitan.

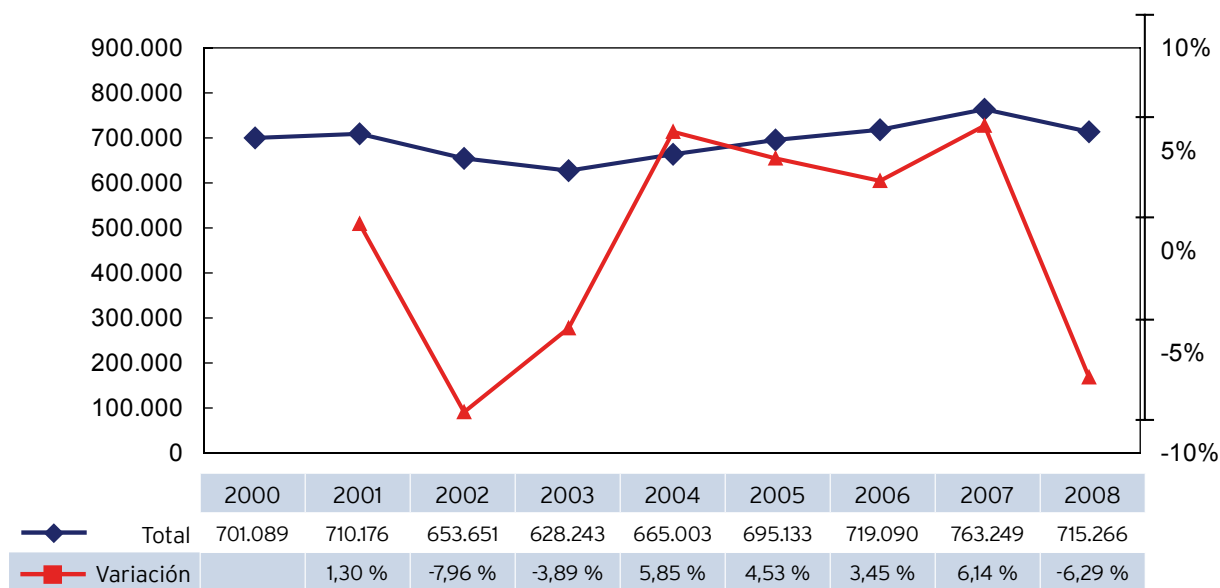
La crisis económica en que estamos inmersos se ha manifestado en todos los sectores de actividad, y el turismo no ha quedado al margen. Los establecimientos hoteleros de la ciudad de Córdoba han recibido durante 2008 la visita de 715.266 personas, cifra que representa un recorte del

6,29% respecto a 2007. No obstante, no debemos olvidar que en el ejercicio precedente Córdoba consiguió un récord histórico en cuanto a visitantes recibidos. Como se observa en el gráfico Viajeros alojados en establecimientos hoteleros, la cifra obtenida supera los niveles de afluencia de años anteriores, por lo que el descenso experimentado por esta variable no es tan considerable.

La desagregación mensual dibuja puntos de inflexión muy positivos en los meses de Febrero (+15,60%) y Mayo (+12,07%), mientras que el comportamiento del resto de meses se manifiesta claramente a la baja, con un descenso acusado en Abril (-13,32%), pese a ser numéricamente el periodo de mayor afluencia, y una tendencia fuertemente decreciente que se inicia en Junio y alcanza su máximo valor en Diciembre, donde se registra una caída del 22,66%.

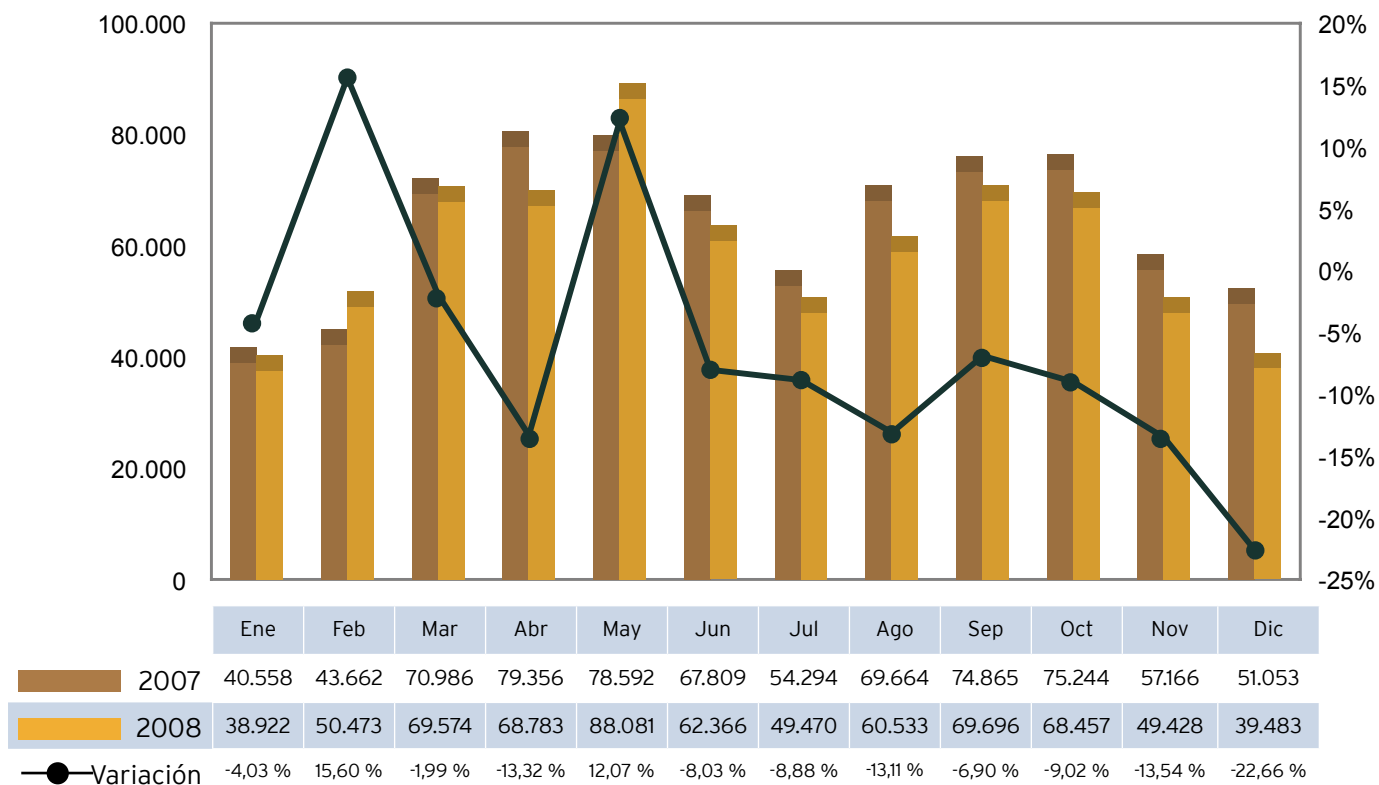


Viajeros alojados en establecimientos hoteleros



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros



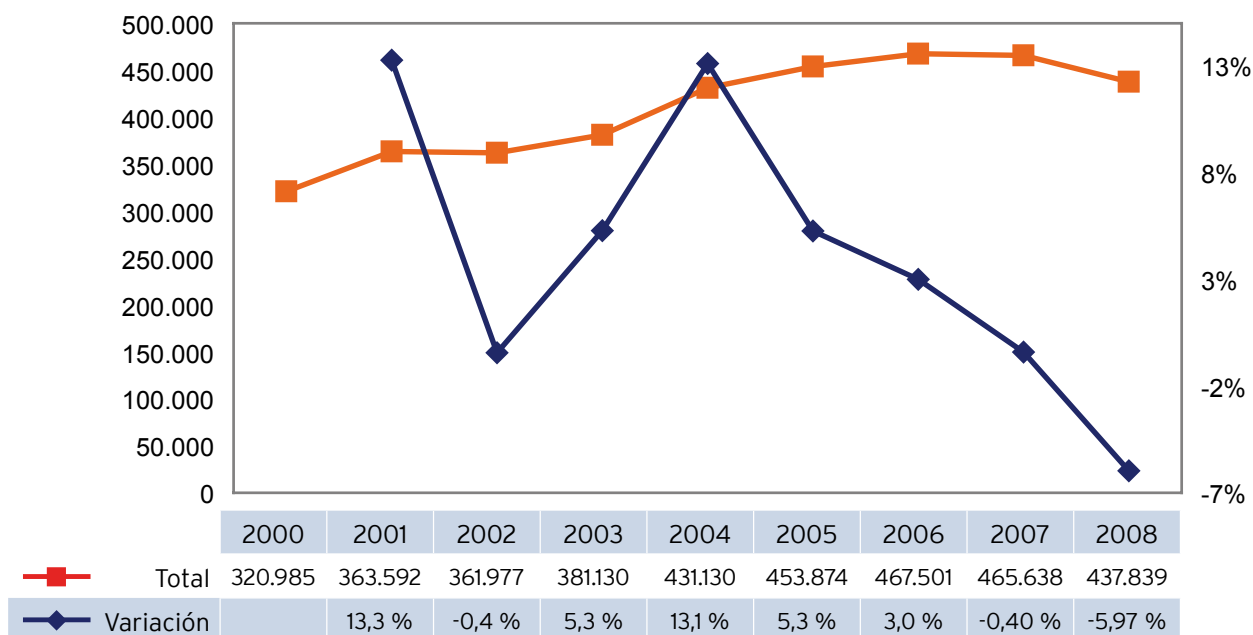
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

El análisis según la procedencia del turista muestra comportamientos muy parecidos entre un colectivo y otro.

La supremacía del turismo interior en la ciudad de Córdoba es habitual, y representa el 61,21% del total, cuando el colectivo internacional representa en 2008 el 38,79% restante. En términos cuantitativos los turistas naciona-

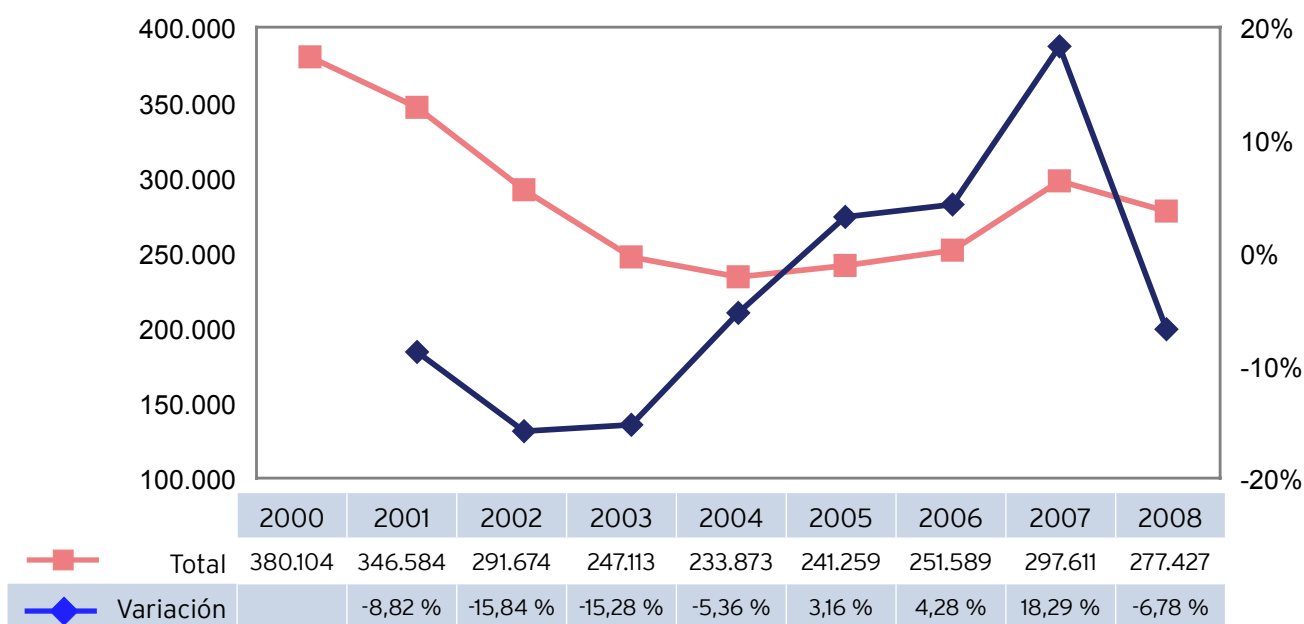
les logran un saldo de 437.839 efectivos, y los extranjeros de 277.427, sin embargo, la tendencia registrada es bastante similar, puesto que los primeros descienden sus cifras casi un 6% y los segundos un 6,78%, cuando un año antes se apreciaban fuertes desequilibrios entre unos y otros.

Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.



Afortunadamente las pernoctaciones han caído en menos medida que los viajeros, un 5,20%, situándose el saldo anual en 1.150.101 pernoctas.

Debemos recordar nuevamente que en 2007 se consiguió otro récord histórico en esta variable, al contabilizarse 1.213.148 pernoctas. El dato obtenido en 2008, pese a registrar signo negativo, supera claramente los niveles alcanzados en ejercicios anteriores, pero era muy difícil mantener el ritmo de crecimiento de 2007, máxime si tenemos en cuenta que la característica que ha regido el año en cuestión es el inicio de una fuerte crisis económica.

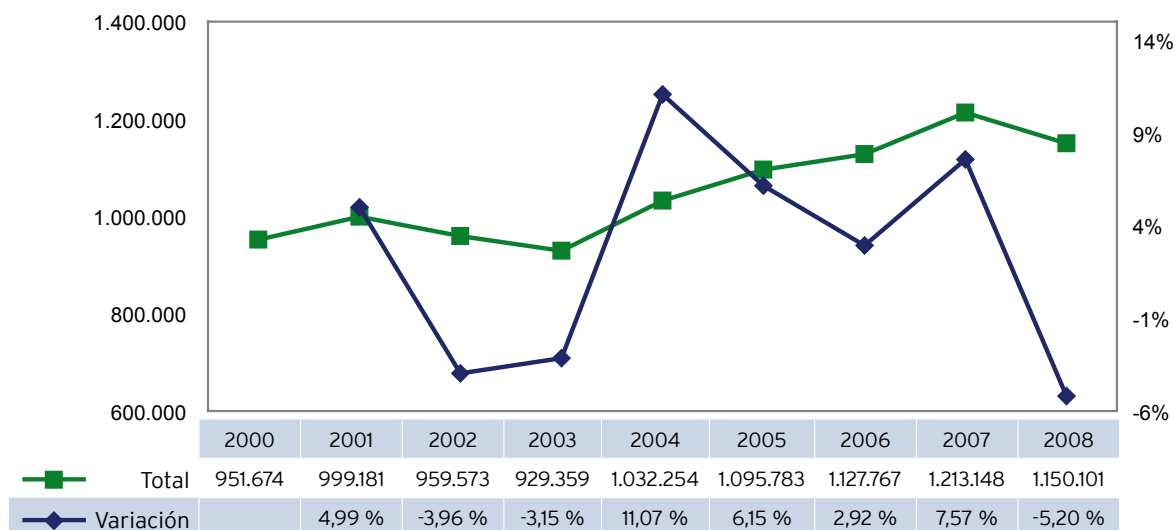
La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones españolas, que suman 737.730, frente a las 412.371 extranjeras, quedando las proporciones de la siguiente forma: el 64,14% de las pernoctaciones fueron efectuadas por turistas nacionales y el 35,85% restante por viajeros de

otros países. Apreciamos en este caso, una superioridad más clara del turismo interior que en el caso de los viajeros, circunstancia que encuentra su explicación en la contratación de circuitos por parte de los extranjeros o simplemente el reparto de las vacaciones entre varios puntos, lo que merma las estancias en determinados destinos.

La evolución respecto al año precedente se muestra en este caso prácticamente idéntica: el número de pernoctaciones nacionales cae un 5,22% y las extranjeras un 5,15%.

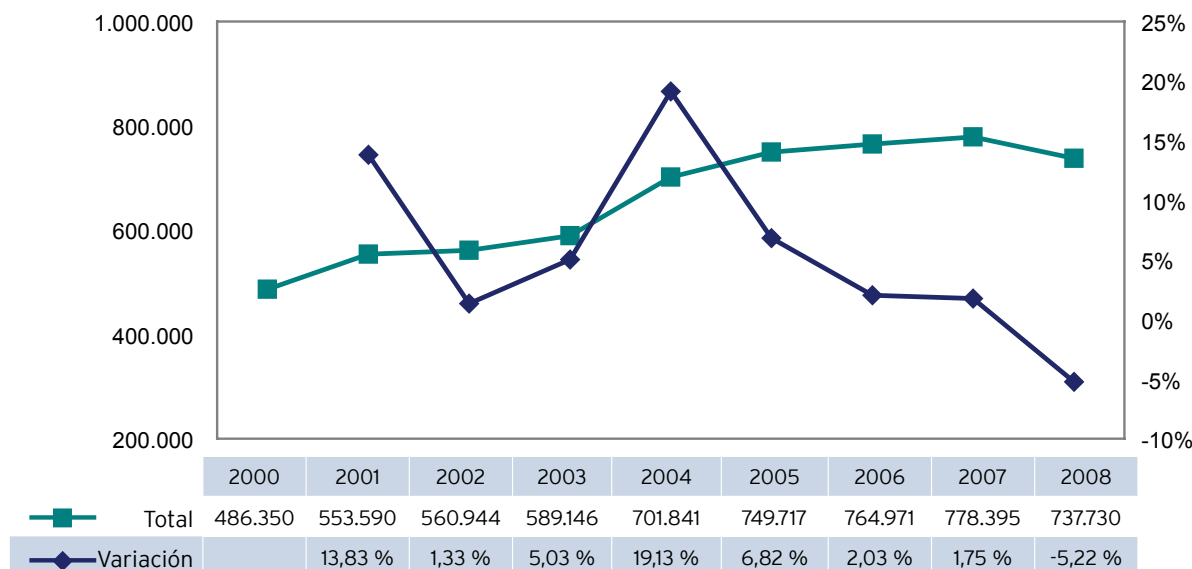
El detalle por meses destaca el fuerte incremento registrado en Febrero (+18,02%). Marzo también mejora sus registros respecto a 2007, sin embargo, el signo se torna negativo en Abril, donde se registra una fuerte caída del 16,51%. Exceptuando Mayo, el resto de meses evolucionan en términos desfavorables, finalizando Diciembre con una cuota negativa superior a los 22 puntos porcentuales, la más elevada del periodo analizado.

Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros



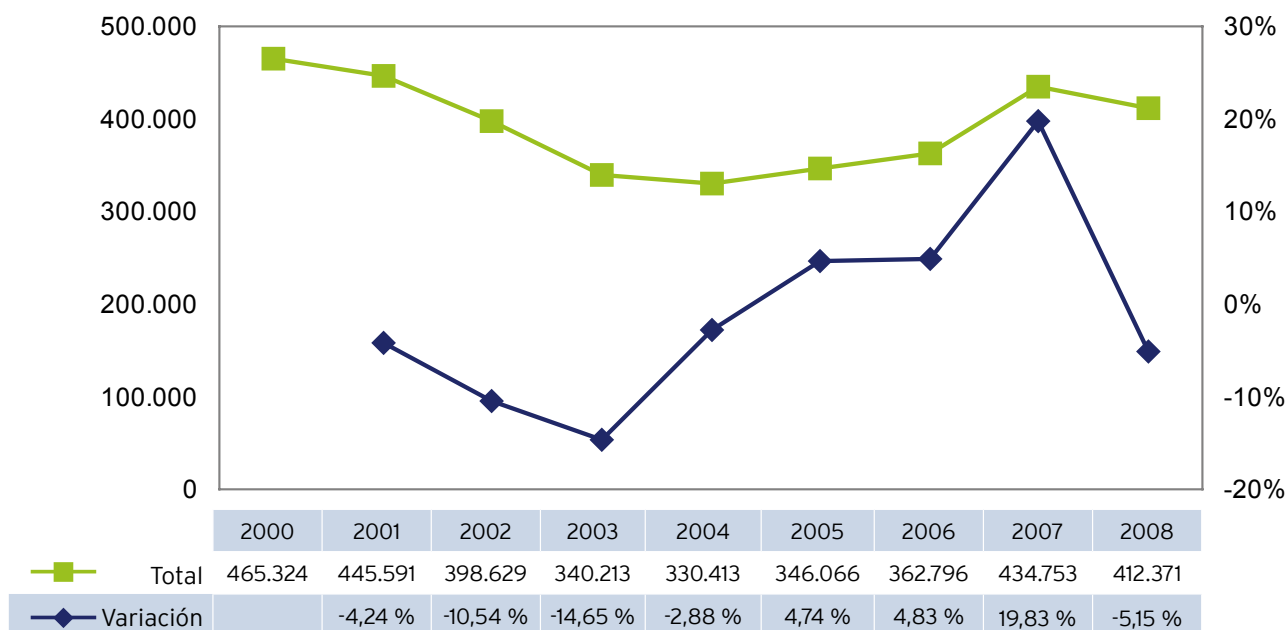
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros



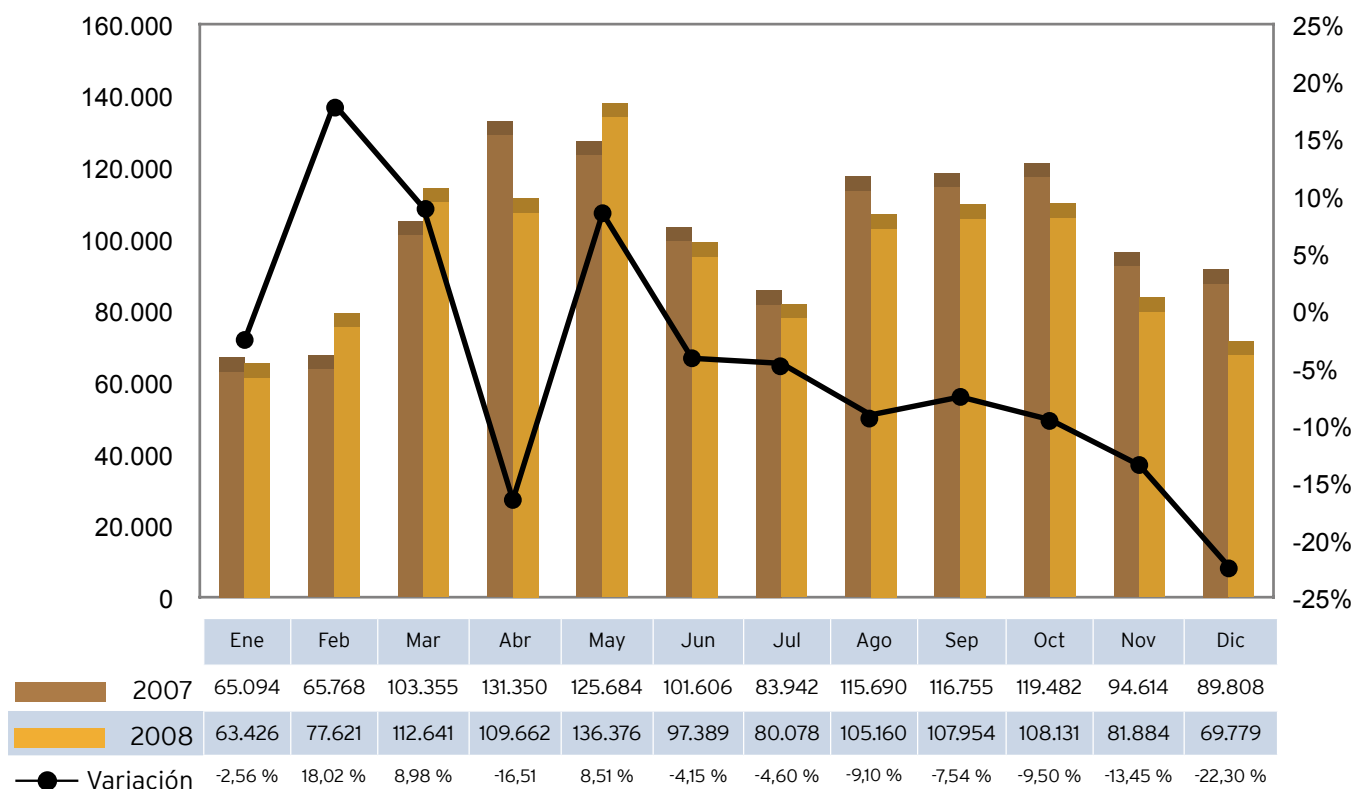
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

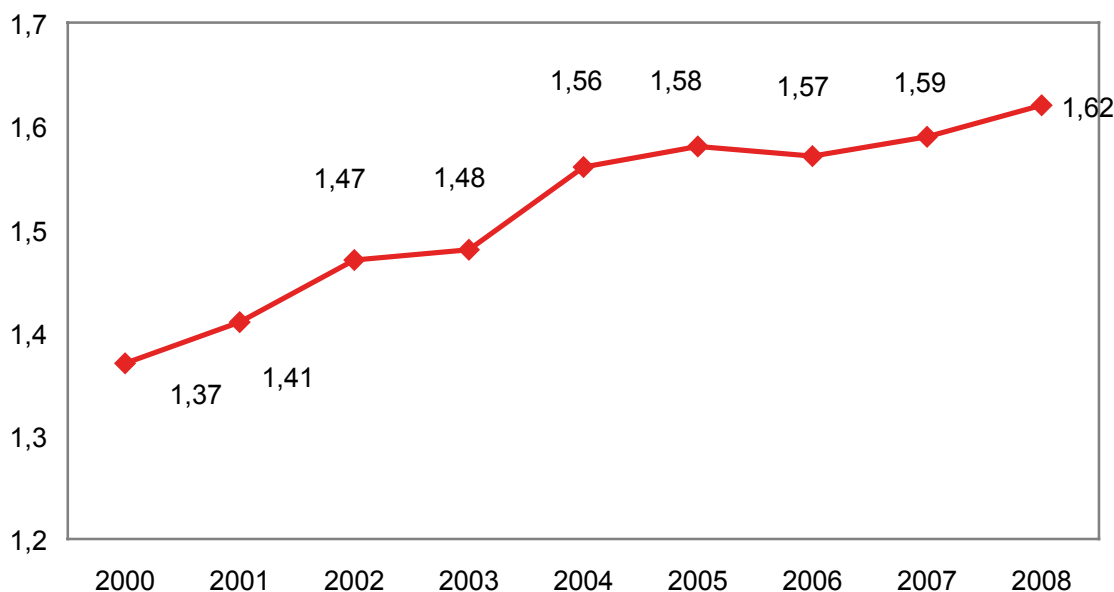
El indicador más satisfactorio del periodo, en cuanto a su evolución, corresponde a la estancia media. Las 1,62 noches de media en que ha sido cifrada esta variable, representa, como se observa en su correspondiente gráfico, el valor más alto logrado hasta el momento, lo que además supone la fiel continuidad de la aceleración impresa por la estancia media desde los inicios del Observatorio Turístico.

Por su parte, el grado de ocupación de los establecimientos hoteleros de la ciudad, ha sido estimado por el INE

en el 55,58%, un 8,92% menos que un año antes, donde además se alcanzó el valor más alto del histórico.

Por meses, la mayor ocupación se produce en Mayo (75,8%) y la evolución más favorable en Febrero (+13,5). En el extremo opuesto encontramos Diciembre, que ostenta los valores más bajos en ambos indicadores (ocupación del 39,1% y descenso respecto al mismo mes de 2007 del 26,3%)

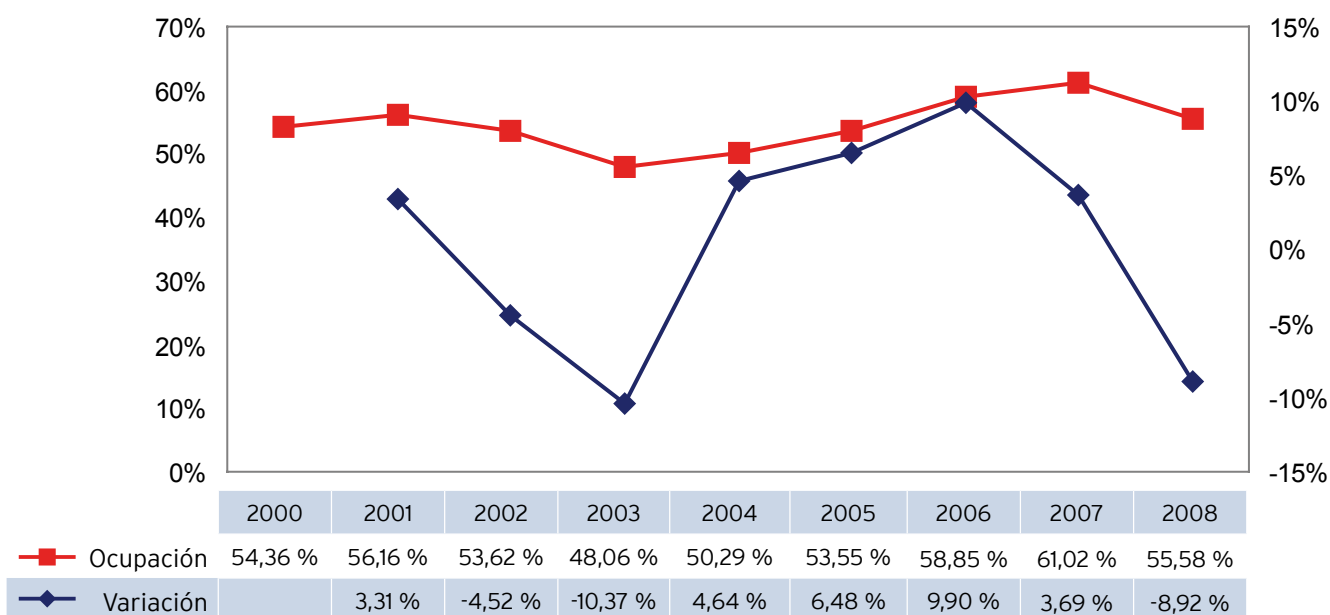
Estancia media en establecimientos hoteleros (noches)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

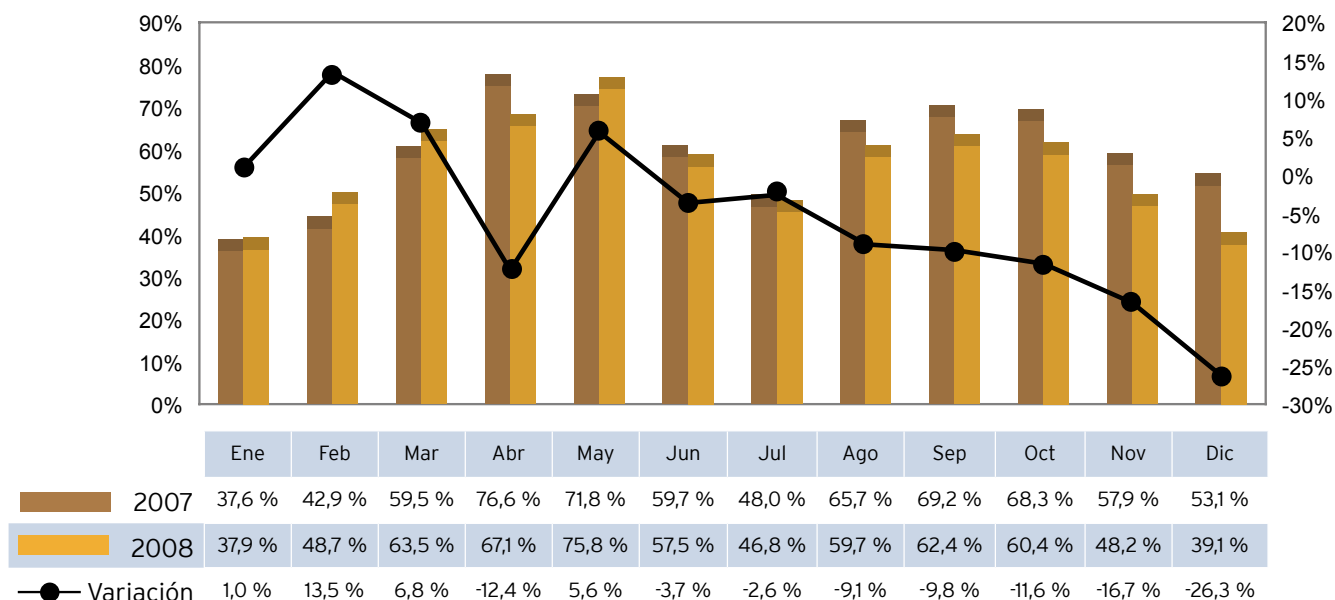


Grado de ocupación por plazas



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Grado de ocupación por plazas y meses



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.



3.2. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO

Córdoba es un destino con un fuerte componente cultural, por lo que la mayoría de los turistas que visitan la ciudad lo hacen atraídos por su riqueza patrimonial, el valor de sus monumentos y la singularidad de su cultura.

Este apartado está dedicado al estudio de la oferta cultural de la ciudad, la cual se estudiará de forma agregada, y discriminando entre monumentos y museos.

Aunque encontrándonos en una época de gran incertidumbre que afecta a todos los sectores y actividades económicas, entre ellas al turismo, como hemos podido constatar en anteriores capítulos, el análisis de los principales centros culturales de la ciudad no hace sino confirmar el poder de atracción que ejercen los mismos y la vitalidad de que son testigo.

Entre todos los centros turísticos han sumado 2.532.065 entradas, es decir, un casi 106.000 más que en 2007, lo

que porcentualmente se traduce en un incremento del 1,92%. La fortaleza del sector se advierte claramente en su evolución: en 2007 el crecimiento fue del 4,13% y en 2006 del 4,4%.

De forma general, el trimestre más favorable ha sido el primero, que experimenta un crecimiento del 11,41%. En los dos trimestres siguientes el aumento se reduce por encima del 1%, mientras que en el cuarto, conforme las noticias sobre la crisis económica nos van invadiendo, se produce un fuerte recorte en el sector turístico, que en nuestro caso se traduce en un recorte de la afluencia a los monumentos y museos cordobeses del 9,21%.

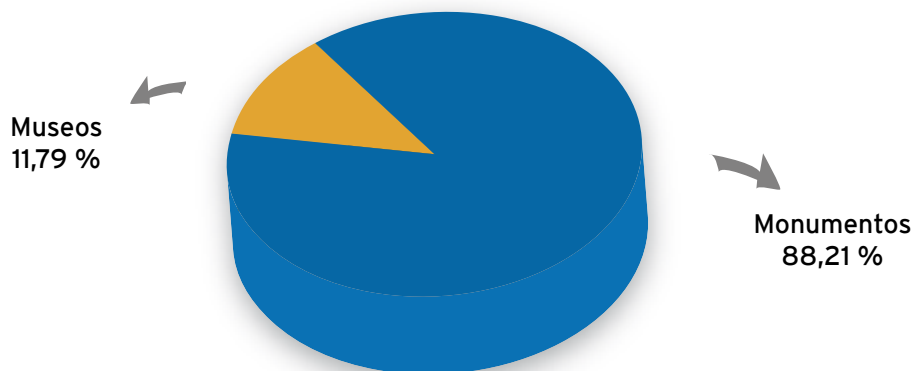
La discriminación entre monumentos y museos vuelve a destacar la supremacía de los primeros, que aglutinan el 88,21% de las visitas, frente al 11,79% que acaparan los segundos.

Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA-CATEDRAL		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
1º Trim.	64.386	9,95%	1º Trim.	47.522	11,25%	1º Trim.	88.450	6,66%	1º Trim.	253.841	10,61%
2º Trim.	101.102	-5,63%	2º Trim.	56.989	-8,26%	2º Trim.	153.080	8,54%	2º Trim.	403.913	-2,89%
3º Trim.	67.060	2,62%	3º Trim.	36.620	-8,31%	3º Trim.	112.350	7,15%	3º Trim.	288.271	-3,37%
4º Trim.	59.526	-13,13%	4º Trim.	42.422	-16,29%	4º Trim.	102.350	4,23%	4º Trim.	234.099	-13,11%
Total Anual	292.074	-2,50%	Total Anual	183.553	-6,09%	Total Anual	456.230	6,84%	Total Anual	1.180.124	-2,72%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
1º Trim.	14.621	--	1º Trim.	cerrado	--	1º Trim.	14.694	17,07%	1º Trim.	15.431	16,64%
2º Trim.	18.127	--	2º Trim.	cerrado	--	2º Trim.	20.712	16,28%	2º Trim.	20.627	9,67%
3º Trim.	15.879	--	3º Trim.	cerrado	--	3º Trim.	9.926	4,14%	3º Trim.	14.034	33,70%
4º Trim.	18.898	--	4º Trim.	cerrado	--	4º Trim.	14.449	-10,02%	4º Trim.	19.572	36,09%
Total Anual	67.525	--	Total Anual	cerrado	--	Total Anual	59.781	6,84%	Total Anual	69.664	22,39%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO DIOCESANO			BAÑOS CALIFALES		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
1º Trim.	14.449	9,90%	1º Trim.	14.421	-7,18%	1º Trim.	cerrado	--	1º Trim.	13.282	4,10%
2º Trim.	22.191	6,52%	2º Trim.	21.069	12,56%	2º Trim.	cerrado	--	2º Trim.	13.979	4,20%
3º Trim.	12.470	-6,86%	3º Trim.	10.701	25,08%	3º Trim.	cerrado	--	3º Trim.	13.781	32,00%
4º Trim.	16.451	-4,95%	4º Trim.	11.940	-4,85%	4º Trim.	cerrado	--	4º Trim.	13.065	-14,34%
Total Anual	65.561	136,84%	Total Anual	58.131	-1,56%	Total Anual	cerrado	--	Total Anual	54.107	4,32%
PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07						
1º Trim.	9.822	12,95%	1º Trim.	550.919	11,41%						
2º Trim.	20.061	-0,43%	2º Trim.	851.850	1,18%						
3º Trim.	9.935	-0,24%	3º Trim.	591.027	1,66%						
4º Trim.	5.497	-49,96%	4º Trim.	538.269	-9,21%						
Total Anual	45.315	-8,98%	Total Anual	2.532.065	1,92%						

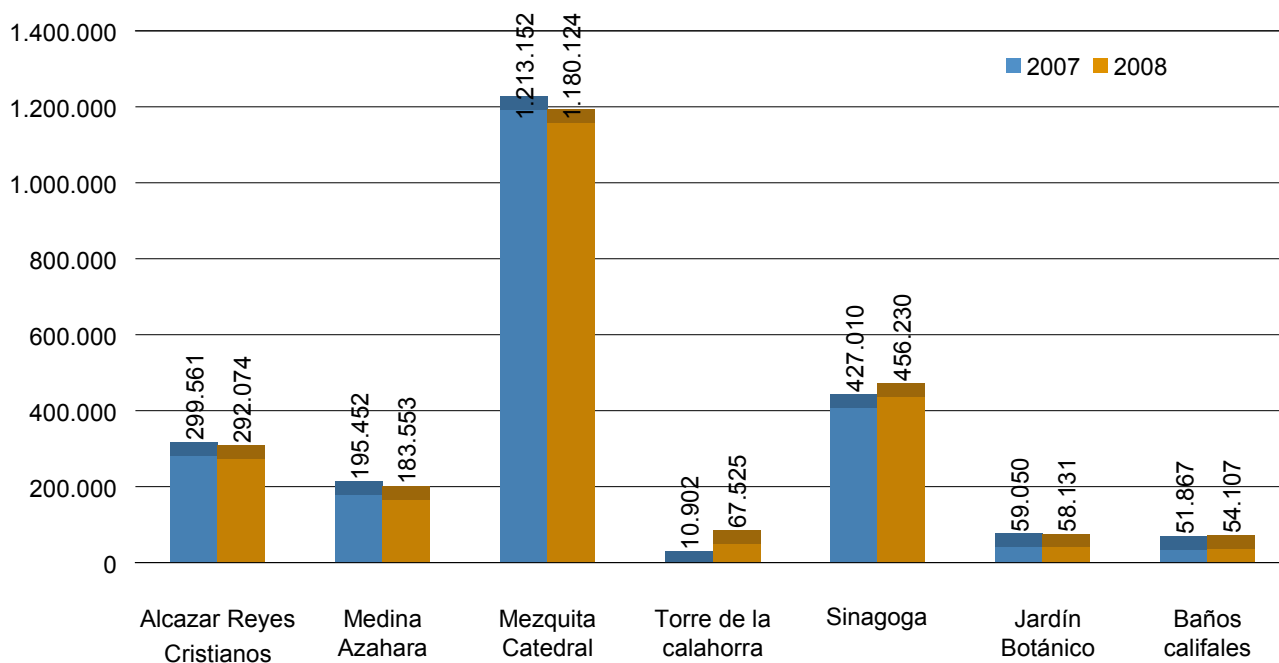
Fuente: Delegación de Cultura: Junta de Andalucía. Unidad de Museos. Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, ESECA.

Distribución de las entradas según tipo de centro cultural



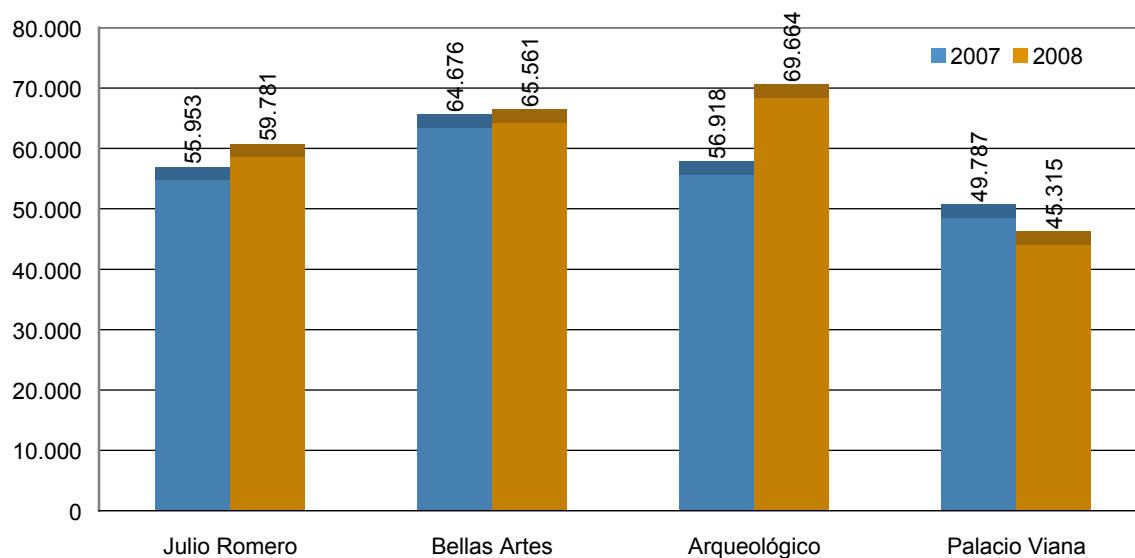
Fuente: Delegación de Cultura: Junta de Andalucía. Unidad de Museos. Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, ESECA.

Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2007-2008



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

Número de visitas a los distintos museos de la ciudad de Córdoba. Años 2007-2008



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





4. CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN CÓRDOBA

4.1. TURISTAS EN GENERAL

El Observatorio Turístico de Córdoba ha elaborado, como todos los años, cuatro boletines trimestrales relativos al estudio de la demanda y características del modelo turístico de la ciudad de Córdoba para el ejercicio 2008. Ahora, a modo de síntesis en lo que se refiere a los datos de conjunto, ofrecemos un estudio que permite comprender las especificidades del comportamiento turístico de nuestros visitantes durante el año 2008.

Los turistas que han visitado Córdoba durante el año 2008 son españoles en su mayoría (61,3 %). Los procedentes de la Unión Europea superan el 30%, mientras que los de otros países de Europa y del resto del mundo sólo alcanzaron un 8% de las visitas.

El turismo cordobés fue, por tanto, netamente nacional, observándose una leve disminución del turismo extranjero con relación al año 2006 y unas proporciones similares a las del año 2007. Ello obedece más a razones de la demanda turística y a la reordenación del mapa de destinos turísticos que a razones relacionadas con la oferta cordobesa.

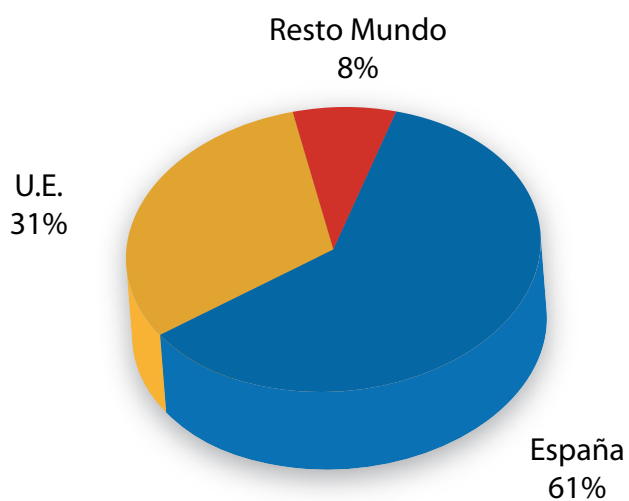
Los cuatro principales países proveedores de turistas a Córdoba fueron Francia, Reino Unido, Italia y Alemania,

que ha retrocedido como mercado emisor con relación a años anteriores, a consecuencia de la apertura de nuevos circuitos turísticos en centroeuropa de gran atractivo para los alemanes.

El turismo procedente de otras partes del mundo fue americano casi en sus dos terceras partes, con leve predominio del norteamericano sobre el sudamericano. Él primero, pese a la recuperación, ha replegado los flujos intercontinentales de antaño por motivaciones diversas, entre las cuales hay que incluir del encarecimiento del viaje derivado de la apreciación del euro frente al dólar.

En cuanto al turismo español, como en el año 2007, dos fueron los rasgos más destacados en 2008: el mantenimiento del orden y significado de las cuatro comunidades autónomas que más turistas emiten hacia Córdoba (Andalucía, Madrid, Cataluña y Valencia), y la fuerte presencia de los turistas andaluces, que acrecienta la dimensión regional de nuestro turismo, pues la cifra de turistas andaluces en Córdoba es algo mayor que la de europeos, lo cual reporta ventajas e inconvenientes claramente perceptibles.

Procedencia de los turistas



2008	
	%
Total España	61,25%
Andalucía	33,08%
Madrid	17,30%
Cataluña	8,91%
Valencia	7,51%
Castilla León	6,87%
Resto España	26,33%
Total UE.	30,82%
Francia	27,53%
Reino Unido	22,22%
Italia	15,91%
Alemania	13,89%
Resto UE.	20,45%
Total R. Mundo	7,94%
Sudamérica	26,46%
Norte América	31,37%
Otros países	42,17%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

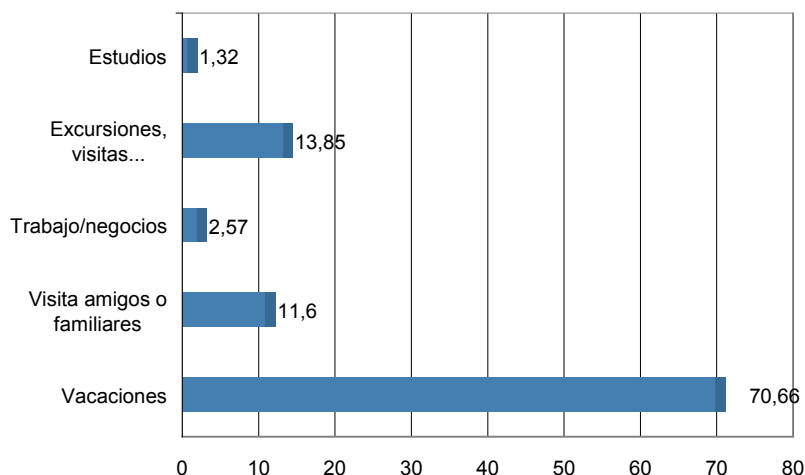


El turismo y viaje hasta Córdoba tiene una motivación cultural y se tipifica como viaje de vacaciones, con independencia del momento del año en que se realice y de la mayor o menor duración de las mismas. Así lo declara el 70 % de los turistas encuestados en 2008.

Los viajes por estudios a Córdoba son exiguos numéricamente (1,3%), pero tienen un gran valor simbólico por superponer sobre un mismo ámbito el espacio turístico y el académico, con innegables repercusiones para el futuro.

Los viajes por razón de trabajo o negocio no alcanzan el 3% de las visitas, habiendo disminuido con relación a 2007. Ello supone una proporción ínfima que convendría incrementar en el futuro a tenor de las posibilidades que se derivan de la accesibilidad a Córdoba como nodo de comunicaciones y de su renta de situación geográfica. La dotación de infraestructuras y las campañas de difusión son tareas urgentes para la consecución de estos objetivos.

Tipo de viaje que está realizando

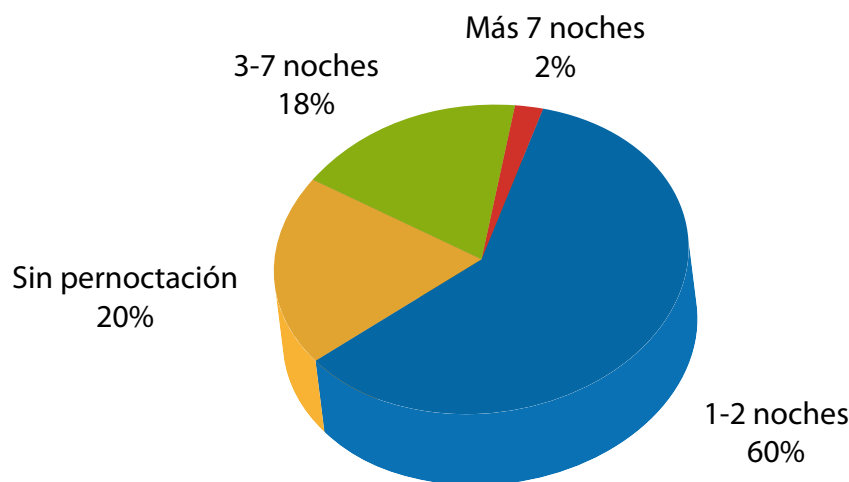


Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Según los datos de 2008, y tal y como ya se apreciaba en el año anterior, Córdoba probablemente haya dejado de ser, turísticamente hablando, una ciudad de paso para convertirse en un destino turístico con predominio de las estancias cortas. Avalan esta afirmación el aumento de las pernoctaciones propiamente dichas habidas, entre las

cuales destaca el rasgo muy positivo del aumento particular de las comprendidas entre tres y siete noches, que llegaron al 18 %. El porcentaje de excursionistas alcanzó el 20 %, lo que representa una proporción superior a la de 2007 y mayor de lo deseable.

Duración de la estancia



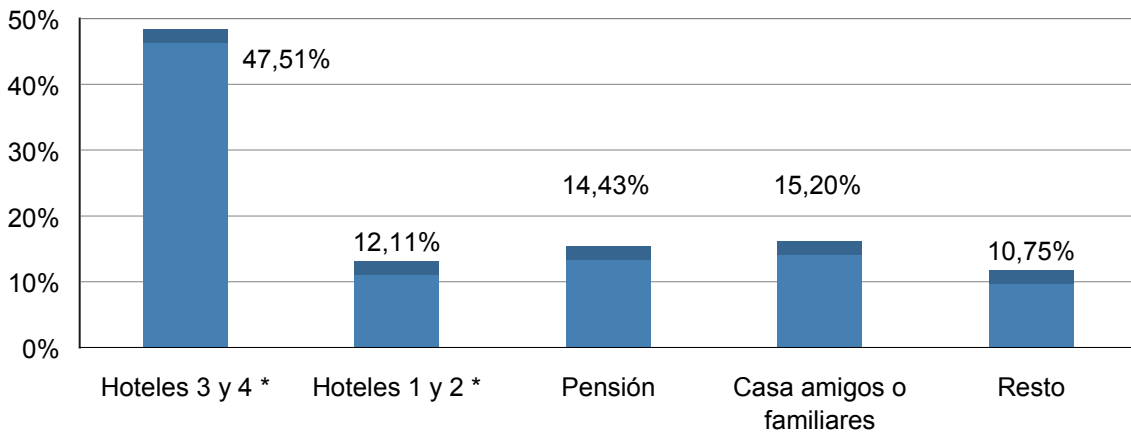
Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.



En cuanto a tipo de alojamiento, la distribución de los turistas en 2008 muestra gran coincidencia con la de los años anteriores, lo que puede interpretarse a tenor de la estabilidad de los datos como uno de los rasgos estructurales del modelo turístico: aproximadamente la mitad de nuestros visitantes se aloja en los hoteles de superior categoría (47´5 %); la otra mitad se distribuye de modo casi

equivalente entre los restantes tipos de establecimientos, con leve predominio de las pensiones sobre los hoteles de dos y una estrellas. Destaca, como se ha hecho notar en otras ocasiones, el significado del hospedaje en casas de amigos o familiares, tan denotativa de la mentalidad cordobesa (aproximadamente el 15 % de los visitantes).

Tipo de Alojamiento



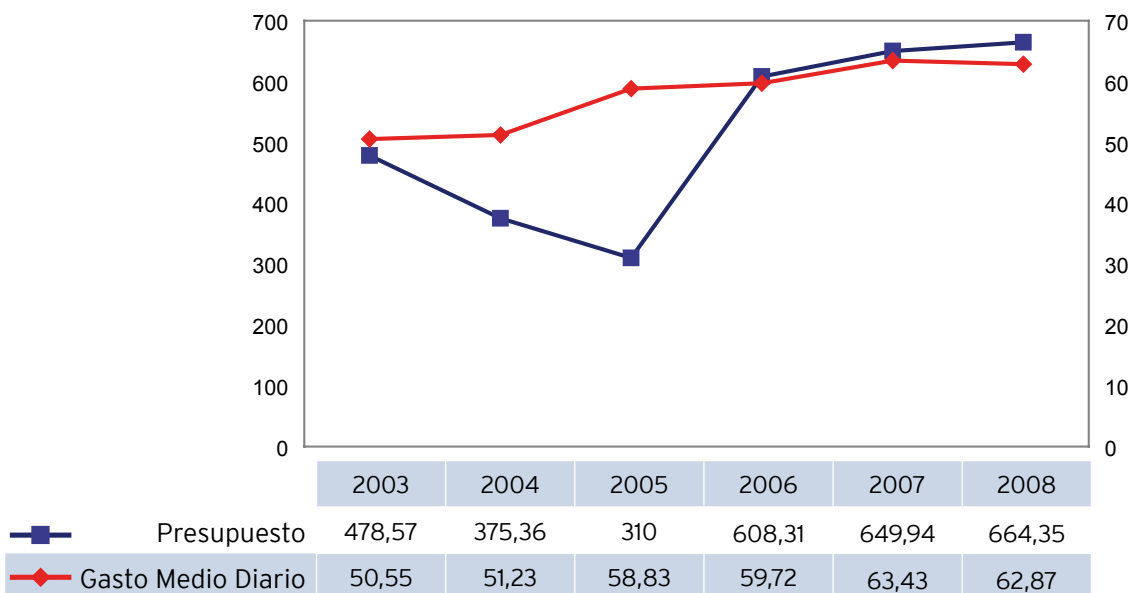
Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

El presupuesto medio de los turistas que nos visitaron en 2008 fue de 664 Euros. Esta cifra supone un incremento del 10% con relación al año 2006 y del 2 % con relación a 2007 y un apreciable aumento con relación a los años precedentes, en los cuales la disponibilidad económica para viaje fue mucho menor. El gasto real por persona y día ha sido estimado en 63 Euros, lo que supone una estabilización e incluso leve decremento con respecto a 2007. Su cuantía se estima moderada, siendo deseable una implementación de nuestra oferta turística que permita el

aumentar los ingresos a partir de los gastos en compras, asistencia a espectáculos, etc.

Esto es especialmente importante si tenemos en cuenta que durante los últimos seis años el aumento del gasto ha sido proporcionalmente menor que el aumento del presupuesto, lo que indica que la oferta no es atractiva para las compras o generación de gastos, o una progresiva disminución del poder adquisitivo de nuestros turistas.

Presupuesto y Gasto Medio Diario (euros)



Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Los cuadros sobre las características de los turistas que visitan Córdoba aportan abundante información, que permite el análisis y el conocimiento detallado.

Como sucedía en 2007, de los datos de edad del presente año deducimos como principal característica de nuestro turismo el gran protagonismo de las personas de mediana edad y, contrariamente, la escasa significación del turismo joven y de tercera edad. El primer hecho es consecuencia de la disminución experimentada por la modalidad de turismo familiar, que resta al contingente turístico al elemento infantil; el segundo es consecuencia de la orientación de la demanda por parte de los turistas de más edad hacia destinos de estancia y reposo en detrimento de los destinos de visita. Consecuente y lógicamente resulta un

modelo turístico integrado en un 80% por personas en plenitud laboral, en menos de una décima parte por niños y adolescentes y sólo en un 6 % por mayores.

Característica realmente destacable al respecto es la similitud entre los datos relativos a turistas nacionales y de extranjeros, expresivos de una similitud de comportamiento entre ambos que es, a su vez, consecuencia de la homogeneización del hecho turístico. En todo caso, se percibe levemente la mayor edad media de los turistas extranjeros, aunque en un grado inferior al estimado en años anteriores. Y prácticamente lo mismo puede decirse considerando los grupos de edad de turistas y de excursionistas.

Edad del turista que visita Córdoba

EDAD	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
Menor de 10 años	7,87%	9,47%	5,38%	7,29%	10,13%
10 - 18 años	7,50%	8,27%	6,31%	7,21%	8,64%
18 - 29 años	25,52%	26,52%	24,00%	24,74%	28,60%
30 - 44 años	32,91%	32,30%	33,84%	33,77%	29,49%
45 - 65 años	20,39%	18,54%	23,23%	20,64%	19,36%
65 años y más	5,81%	5,59%	6,16%	5,47%	7,15%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

En cuanto a la duración de la estancia, los hechos más significativos en 2008 han sido el aumento del porcentaje de no pernoctaciones hasta el 20,5% y, en sentido contrario, la leve disminución de las pernoctaciones (las de una o dos noches supusieron el 60 % y las de tres a siete noches el 18 %).

Consecuencia de lo antedicho es la estabilización de la estancia media en algo más de dos noches, advirtiéndose muy poca diferencia de comportamiento entre turistas nacionales y extranjeros.



Duración de la estancia del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
DURACIÓN DE LA ESTANCIA					
Sin Pernoctación	20,47%	22,49%	17,27%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	59,84%	56,04%	65,86%	75,24%	0,00%
3 - 7 noches	18,13%	19,57%	15,86%	22,80%	0,00%
Más de 7 noches	1,56%	1,91%	1,00%	1,96%	0,00%
Media	2,17	2,28	2,00	2,29	0,00

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

En lo que respecta al tipo de alojamiento, la mayor demanda se concentra en los establecimientos de mayor categoría, que albergaron casi a la mitad (47,5 %) de los huéspedes que pernoctan en Córdoba en 2008.

Los turistas españoles y extranjeros tienen un grado de presencia similar en los hoteles de categoría superior, lo cual es una novedad con respecto a 2007, pues tradicionalmente eran los extranjeros quienes los ocupaban en mayor medida. Los extranjeros tienen mayor presencia en las pensiones y en los hoteles de dos y una estrellas,

mientras que los españoles, por razones de parentesco o proximidad social, pernoctan en mucha mayor proporción en casa de amigos o familiares (13,1 %). Este dato, pese a haber bajado con relación al año 2007, puede considerarse de singular importancia, pues además de su dimensión estadístico-cuantitativa nos indica que la sociedad cordobesa es elemento de recepción y anclaje del turismo español, y de integración de la población cordobesa en la actividad turística, cuyos agentes deben ser conscientes del inestimable valor de este anfitrión como activo antropológico de la actividad y del sector turístico local.

Tipo de alojamiento del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
TIPO DE ALOJAMIENTO					
Hoteles 3 y 4 *	47,50%	47,78%	47,09%	47,50%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	15,67%	13,46%	18,93%	15,67%	0,00%
Pensión	14,89%	12,97%	17,72%	14,89%	0,00%
Casa amigos o familiares	13,12%	17,73%	6,31%	13,12%	0,00%
Resto	8,81%	8,05%	9,95%	8,81%	0,00%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Como viene siendo habitual, los datos de encuesta relativos al tipo de reserva nos indican el alto componente de gestión directa que precede a la visita a Córdoba y, en sentido contrario, el discreto porcentaje de intermediación de las agencias en lo concerniente al alojamiento y transporte. Qué duda cabe que las nuevas tecnologías y las posibilidades derivadas de internet son causa del acercamiento de los turistas a los agentes en destino y de la formalización del viaje directamente a partir de ellas. Tal y como señalábamos para el año 2007, entre las cuestiones de detalle que muestran los datos de 2008, destacamos el alto porcentaje de gestión directa del transporte por parte de los excursionistas (28,3 %), y cómo el 18 % de los turistas que no se hospedan en Córdoba se integra

en un viaje organizado por agencia. De aquí se deduce, y se ratifica por la reiteración del fenómeno, que el hecho o no de pernoctar en Córdoba no es siempre dependiente de la voluntad de los turistas, sino de la programación de viaje de la agencia y de los puntos de hospedaje decididos por ella.

Ni que decir tiene que lograr una reducción del turismo de tránsito organizado por las agencias, procurando su pernoctación en Córdoba, debe ser objetivo prioritario. A ello han de encaminarse actuaciones y ofertas renovadas, entre las cuales la visita nocturna a la Mezquita-Catedral puede significar un hito importante.

Reservas efectuadas por el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
EFFECTUÓ RESERVA					
Sí	65,56%	55,58%	81,22%	73,88%	32,41%
No	34,44%	44,42%	18,78%	26,12%	67,59%
TIPO DE RESERVA					
Viajes organizado por agencia	9,36%	6,13%	12,18%	8,59%	18,39%
Alojamiento por agencia	14,87%	19,41%	10,80%	16,31%	7,65%
Alojamiento directamente	37,12%	43,36%	31,46%	41,87%	9,96%
Transporte por agencia	6,65%	6,30%	6,94%	6,58%	9,18%
Transporte directamente	17,90%	11,71%	23,29%	17,26%	28,33%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Por lugar de residencia destaca la presencia de los turistas españoles, que son mayoría en proporción de 61% a 39% con relación a los extranjeros, que es prácticamente la misma que la observada para el año 2007, pese a que la presencia de estos últimos se ha recuperado en los últimos años. De los extranjeros llama poderosamente la atención la concurrencia de ciudadanos de la Unión Europea, que suponen cuatro veces más que los del resto del mundo, y ganan presencia a medida que el territorio de la Unión Europea se consolida como espacio vivido y se afianza la disminución del turismo norteamericano.

En conjunto los datos, pese al nuevo horizonte económico que apareció en la segunda mitad del año, marcan una tendencia hacia la estabilización, que puede interpretarse como de madurez y definición de nuestro modelo turístico tras los grandes cambios habidos en la geografía del turismo en los primeros años del siglo XX. No obstante habrá que esperar un tiempo y ver la evolución en los años próximos y la incidencia de la crisis sobre los flujos y comportamiento de los turistas en la elección de destino

Lugar de residencia del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
LUGAR DE RESIDENCIA					
España	61,25%	100,00%	0,00%	59,69%	67,30%
Unión Europea	30,82%	0,00%	79,52%	32,68%	23,57%
Resto del mundo	7,94%	0,00%	20,48%	7,63%	9,13%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.



Durante 2008 ha seguido en aumento la modalidad de viaje en pareja (25% en 2006; 41% en 2007, 46% en 2008), como corresponde al protagonismo de la misma en la sociedad actual. Le siguen las modalidades de viaje en grupo de amigos y de turismo familiar -que ha descendido apreciablemente-, lo cual repercute en la escasa concurrencia de turistas de edad infantil. La modalidad de viaje en solitario supone menos del 10% de los turistas.

Como ya se apreciaba en el año 2007, en este de 2008 también se aprecia la similitud de los datos correspondientes a españoles y extranjeros, que evidencia una convergencia de comportamiento acorde con la estandarización de actitudes en las sociedades actuales, de todo lo cual nos hemos venido haciendo eco en los correspondientes Boletines Trimestrales del Observatorio Turístico.

Modalidad del grupo en que viaja el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
GRUPO					
Solo	9,82%	8,28%	12,25%	10,39%	7,60%
Pareja	46,53%	46,37%	46,79%	48,53%	38,78%
Familia	22,84%	24,59%	20,08%	21,47%	28,14%
Amigos	20,81%	20,76%	20,88%	19,61%	25,48%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Respecto a las motivaciones del viaje a Córdoba, seguimos apreciando que estas son de signo cultural, si bien la ocasión para la realización la ofrecen las vacaciones laborales o académicas. Ello se percibe con mayor claridad en los turistas extranjeros, para los cuales la venida a Córdoba exige un periodo de asueto de mayor duración. Para los españoles, especialmente los de las cercanías, la visita a Córdoba puede consistir en una excursión susceptible de realizarse en una ocasión más efímera (Festivo, fin de semana, puente, etc).

Las visitas por razón de trabajo/negocios son poco importantes numéricamente, como hemos indicado anteriormente. Se relacionan más bien con la asistencia a foros, congresos y convenciones. Participan en mayor grado los turistas nacionales que los extranjeros, deduciéndose un reto para el futuro: incrementar el potencial de Córdoba a escala nacional y, hasta donde sea posible, a escala internacional aprovechando la materialización de las infraestructuras que están proyectadas o en curso de realización. Resulta obvio que estas actuaciones deben incardinarse en el Plan Estratégico de Turismo, en fase de realización.

Motivos del viaje del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
MOTIVOS DEL VIAJE					
Vacaciones	70,66%	61,12%	85,74%	73,97%	57,79%
Visita amigos o familiares	11,60%	15,25%	5,82%	12,33%	8,75%
Trabajo / negocios	2,57%	3,68%	0,80%	1,86%	5,32%
Excursiones, visitas...	13,85%	18,93%	5,82%	10,47%	27,00%
Estudios	1,32%	1,02%	1,81%	1,37%	1,14%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

El último medio de transporte utilizado por los turistas para llegar a Córdoba es, por orden de importancia, el coche y el tren. Por razones comprensibles, los españoles son quienes más utilizan el coche (casi el 70% de los mismos), mientras que la mayoría de los extranjeros accede a nuestra ciudad en tren (47%) o en coche alquilado (25,4%). Los excursionistas utilizan preferentemente el coche propio, que les confiere una autonomía de desplazamiento o retorno a su lugar de residencia que justifica la no pernoctación en Córdoba.

Con relación a los datos de 2007 llama la atención en sentido negativo el incremento de uso del vehículo propio o de alquiler, máxime considerando las excelentes comunicaciones ferroviarias y frecuencia de trenes en Córdoba. La explicación del expresado fenómeno hay que buscarla en el elevado porcentaje de turismo regional, que no puede acceder a Córdoba por ferrocarril, sino por carretera

Transporte utilizado por el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
MEDIO DE TRANSPORTE					
Coche propio	47,18%	70,19%	10,55%	46,61%	49,43%
Coche alquilado	11,11%	2,17%	25,35%	11,60%	9,20%
Avión regular	1,10%	0,13%	2,64%	1,18%	0,77%
Autobús regular	6,34%	4,84%	8,72%	6,49%	5,75%
Autobús discrecional	3,05%	2,93%	3,25%	1,77%	8,05%
Moto	0,16%	0,13%	0,20%	0,20%	0,00%
Tren	31,06%	19,62%	49,29%	32,15%	26,82%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Las razones o motivaciones que expresan los turistas para la elección de Córdoba como destino de viaje son diversas, destacando sobre todas dos: la percepción cultural de la ciudad y, como tal, la decisión personal e iniciativa propia de viajar hasta ella. Sin duda, hay muy pocas ciudades en el mundo que tengan una capacidad de evocación cultural tan intensa y nítida como Córdoba, consecuencia de su relevancia histórica y patrimonial

Es muy importante también la influencia que ejercen los amigos y familiares que recomiendan la visita a Córdoba en razón de su experiencia propia, basada en unos elevados índices de satisfacción y complacencia.

En el extremo opuesto llama la atención la escasa influencia que ejercen las recomendaciones de las agencias de

viajes, los folletos turísticos o los anuncios en prensa.

Asimismo, apreciamos como novedad en los datos correspondientes a 2007 y a 2008 que la experiencia propia, es decir, el deseo de volver a Córdoba después de una visita anterior se ha amortiguado considerablemente y ha disminuido hasta el 3'5 % como factor de decisión. El dato es ilustrativo de los cambios de tendencia a escala global y de comportamiento de los turistas, en el que arraiga hoy más el deseo de conocer lugares nuevos que el de retornar un destino ya conocido, por agradable y satisfactorio que resultara el viaje anterior. Ello, además de un cambio de hábito de sentido general entre los turistas actuales, es una novedad en Córdoba, pues existían unas altísimas tasas de recurrencia y de reiteración de viaje.

¿Cómo eligió destino el turista que visita Córdoba?

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
CÓMO ELIGIÓ DESTINO					
Recomendación agencia viaje	2,98%	1,28%	5,65%	2,76%	3,83%
Recomendación amigos o familiares	14,41%	17,03%	10,28%	14,37%	14,56%
Cultura general	32,50%	30,35%	35,89%	32,97%	30,65%
Iniciativa propia	40,80%	43,53%	36,49%	41,04%	39,85%
Experiencia propia	3,52%	3,20%	4,03%	3,54%	3,45%
Folletos turísticos	1,49%	1,15%	2,02%	1,28%	2,30%
Oferta o folleto touroperador	0,55%	0,13%	1,21%	0,69%	0,00%
Anuncios en prensa o TV	0,55%	0,90%	0,00%	0,30%	1,53%
Clubes o asociaciones	0,63%	0,64%	0,60%	0,69%	0,38%
Internet	2,58%	1,79%	3,83%	2,36%	3,45%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Las actividades que realizan nuestros visitantes durante su estancia en Córdoba son marcadamente de signo lúdico, recreativo y cultural, de acuerdo con los caracteres de la oferta, participando en ellas turistas españoles y extranjeros, visitantes y excursionistas en proporciones si-

milares. Por su escasa incidencia destacan las compras y la asistencia a espectáculos y conciertos, sin duda dos de las potencialidades a realizar en las actuaciones estratégicas del futuro, como reiteradamente venimos poniendo de manifiesto.

Actividades que realiza durante su visita el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
ACTIVIDADES QUE REALIZAN					
Compras	6,20%	4,96%	7,98%	6,30%	6,30%
Espectáculos, teatro, conciertos	1,37%	0,87%	2,08%	1,52%	0,70%
Pasear / recorrer la ciudad	22,71%	23,06%	22,14%	22,27%	27,11%
Descansar	7,20%	7,75%	6,38%	7,72%	5,25%
Visitas a familiares o amigos	4,92%	6,59%	2,50%	5,16%	4,20%
Congresos	0,17%	0,29%	0,00%	0,17%	0,17%
Trabajo	0,85%	1,25%	0,28%	0,69%	1,75%
Actividades gastronómicas	10,84%	10,93%	10,69%	10,94%	11,36%
Actividades deportivas	0,14%	0,14%	0,14%	0,17%	0,00%
Actividades diversión	2,68%	3,03%	2,15%	3,15%	0,52%
Visitas culturales	30,37%	31,72%	28,31%	29,68%	36,72%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.



Los datos económicos de 2008 son muy parecidos a los de 2007. El presupuesto medio del viaje durante 2008 ha sido de 664 Euros (muy poco más que en 2007), con una notable diferencia entre los españoles y los extranjeros, que se cifra en una proporción de uno a tres. El presupuesto medio diario se aproximó a los 90 Euros, con un balance favorable a los extranjeros de 70 a 119 Euros. El gasto medio diario se estima en 63 Euros, siendo igualmente apreciable la diferencia de gasto entre españoles y extranjeros.

En cuanto al nivel de renta, como viene siendo habitual en los datos que aportan diversos estudios sobre el movimiento turístico cultural, la mitad de los turistas se declaran de renta media, algo más de un cuarto de renta media

y poco menos de la otra cuarta parte, de renta baja, con las comprensibles variaciones entre españoles y extranjeros, a los cuales un mayor desplazamiento y de gasto de transporte y estancia les exige disponer de un nivel de renta superior.

La novedad de este año -muy importante, por cierto- con respecto a 2007 ha sido la notabilísima disminución de los turistas que declaran poseer rentas altas, y el considerable aumento de los de rentas medias y bajas. Ello es indicativo de un cambio socioeconómico en la composición del contingente turístico o de la reducción de los visitantes de rentas altas en una proporción superior a la de disminución de los turistas.

Datos Económicos

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
PRESUPUESTO VIAJE					
Total	664,35	340,22	1173,13	694,07	544,63
Diario	88,36	69,99	117,22	90,06	81,52
GASTO MEDIO DIARIO					
Dato Media	62,87	61,38	65,23	66,82	46,79
NIVEL DE RENTA					
Alta	27,78%	22,24%	36,55%	28,08%	26,62%
Media	49,42%	53,37%	43,17%	50,10%	46,77%
Baja	22,80%	24,40%	20,28%	21,82%	26,62%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Los datos trimestrales completan a los generales a efectos del conocimiento estacional de nuestra realidad y modelo turísticos y de la comparación interanual.

Bien es cierto que una primera aproximación a los mismos no permite apreciar grandes diferencias en el curso del año, sino, más bien, al contrario. Es decir, se aprecia

la continuidad y permanencia de los datos, cuyos valores nos ilustran sobre rasgos estructurales de nuestro turismo, con independencia de su componente estacional.

Un análisis de detalle permite, no obstante, allegar información complementaria, que podemos sintetizar y concretar en los puntos siguientes:

1. Mayor presencia de turismo infantil en los trimestres segundo y tercero, coincidente con períodos de vacaciones escolares, que nutren el turismo escolar en el primer caso (viajes de estudio en vacaciones de Semana Santa o vacaciones de primavera) y el familiar durante el verano.
2. Aumento de los excursionistas -turistas que no pernoctan en Córdoba- durante los trimestres de primavera y otoño.
3. Concentración de la demanda de alojamiento en hoteles de superior categoría al principio y final del año, y de hospedaje en casa de amigos o familiares durante la segunda mitad.
4. Diferencias en la proporción de quienes efectúan reservas de viaje y quienes no durante todo el año 2008; menor participación de las agencias en la organización de viaje durante el primer y cuarto trimestre y mayor gestión directa de alojamiento en los dos últimos trimestres.



Características del turista que visita Córdoba. Análisis Trimestral

	1° Tr.	2° Tr.	3° Tr.	4° Tr.
PERFIL				
EDAD				
Menor de 10 años	4,37%	9,74%	5,19%	13,38%
10 - 18 años	7,05%	7,14%	8,15%	7,75%
19 - 29 años	21,47%	20,94%	25,93%	42,25%
30 - 44 años	39,26%	33,44%	31,85%	26,06%
45 - 65 años	20,13%	19,97%	25,93%	8,45%
Mayor de 65 años	7,72%	8,77%	2,96%	2,11%
DURACIÓN ESTANCIA				
Sin pernoctación	17,14%	19,34%	15,32%	37,50%
1 - 2 noches	65,71%	62,42%	57,92%	50,50%
3 - 7 noches	15,92%	17,58%	24,42%	9,50%
Mas de 7 noches	1,22%	0,66%	2,34%	2,50%
Media	2,15	2,16	2,19	2,13
TIPO DE ALOJAMIENTO				
Hoteles 3 y 4 *	50,49%	47,14%	45,71%	48,80%
Hoteles 1 y 2 *	21,08%	14,71%	15,03%	11,20%
Pensión	10,78%	18,53%	12,88%	16,00%
Casa amigos o familiares	12,25%	11,17%	15,03%	15,20%
Resto	5,39%	8,45%	11,35%	8,80%
EFFECTUÓ RESERVA				
Sí	72,31%	71,18%	60,53%	53,48%
No	27,69%	28,82%	39,47%	46,52%
TIPO DE RESERVA				
Viajes organizado por agencia	9,91%	14,22%	10,27%	3,10%
Alojamiento por agencia	22,41%	19,67%	14,45%	6,20%
Alojamiento directamente	36,64%	36,97%	57,04%	47,29%
Transporte por agencia	10,78%	8,06%	4,56%	7,75%
Transporte directamente	20,26%	21,09%	13,69%	35,66%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

Descripción de la Demanda 1

	1º Tr.	2º Tr.	3º Tr.	4º Tr.
LUGAR DE RESIDENCIA				
España	75,92%	56,04%	52,47%	72,00%
Unión Europea	18,78%	34,95%	39,48%	19,50%
Resto del mundo	5,31%	9,01%	8,05%	8,50%
GRUPO				
Solo	5,33%	10,11%	10,91%	12,56%
Pareja	54,92%	46,59%	45,97%	37,19%
Familia	18,03%	22,42%	23,12%	29,15%
Amigos	21,72%	20,88%	20,00%	21,11%
TIPO DE VIAJE				
Vacaciones	77,14%	73,63%	78,18%	41,50%
Visita amigos o familiares	8,57%	8,79%	14,03%	17,00%
Trabajo / negocios	1,63%	3,30%	1,04%	5,00%
Excursiones, visitas...	11,84%	12,53%	5,45%	35,50%
Estudios	0,82%	1,76%	1,30%	1,00%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

5. Máximo turismo español durante los meses de Octubre a Diciembre y Enero a Marzo, justamente al contrario que el turismo extranjero, que se concentra en los meses centrales del año, con independencia de que provenga de los países del entorno europeo o de cualquier otra parte del mundo. Ello es una novedad y prueba la ganancia de independencia de nuestro turismo con respecto al estival y de "sol y playa", y de adquisición de peso del modelo cultural, con unos efectivos turísticos equidistribuidos en el tiempo.
6. Escaso significado del turismo individual en todas las estaciones; claro predominio del viaje en pareja durante el otoño y presencia regular de los turistas en grupo de amigos o familiar durante todos los meses del año, aunque con alguna mayor frecuencia en los primeros meses.
7. Altísima significación del viaje vacacional a Córdoba, aunque en menor proporción en el trimestre invernal, en el que, por el contrario, Córdoba acoge los mayores contingentes turísticos por razón de trabajo o negocios.





Descripción de la Demanda 2

	1° Tr.	2° Tr.	3° Tr.	4° Tr.
MEDIO DE TRANSPORTE				
Coche propio	52,65%	43,36%	47,12%	49,25%
Coche alquilado	4,08%	15,71%	11,52%	8,54%
Avión regular	0,00%	1,11%	0,52%	3,52%
Autobús regular	4,49%	8,41%	5,50%	5,53%
Autobús discrecional	1,63%	2,88%	2,62%	6,03%
Moto	0,00%	0,00%	0,52%	0,00%
Tren	37,14%	28,54%	32,20%	27,14%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO				
Recomendación agencia viajes	3,29%	2,86%	3,65%	1,53%
Recomendación amigos o familiares	10,70%	12,33%	17,19%	18,37%
Cultura general	36,63%	39,21%	22,92%	30,61%
Iniciativa propia	45,27%	36,78%	46,35%	33,67%
Experiencia propia	2,47%	1,76%	5,99%	4,08%
Folletos turísticos	1,65%	0,66%	2,08%	2,04%
Oferta o catálogo TT.OO	0,00%	0,88%	0,26%	1,02%
Anuncios en prensa o TV	0,00%	0,00%	0,00%	3,57%
Clubes o asociaciones	0,00%	1,10%	0,78%	0,00%
Internet	0,00%	4,41%	0,78%	5,10%
ACTIVIDADES REALIZADAS				
Compras	3,48%	3,80%	11,26%	11,09%
Espectáculos	0,52%	1,08%	3,26%	0,45%
Pasear	24,00%	27,04%	23,05%	32,13%
Descansar	5,05%	4,43%	14,31%	8,82%
Visitas familiares/amigos	4,87%	5,97%	5,58%	5,88%
Trabajo	0,70%	1,81%	0,32%	2,04%
Gastronomía	19,48%	13,65%	5,48%	14,93%
Deportes	0,00%	0,00%	0,11%	0,90%
Diversiones	3,83%	4,52%	1,37%	2,04%
Visitas culturales	38,08%	37,71%	35,26%	21,72%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

8. Gran estabilidad de las cifras trimestrales en lo que se refiere al último medio de transporte utilizado para la venida a Córdoba, con un incremento del uso del coche propio en los trimestres primero y cuarto, que se corresponde con la mayor afluencia de turistas españoles y con el uso que hacen los mismos del vehículo privado.
9. Escasa influencia de las recomendaciones de las agencias de viajes en la elección de Córdoba como destino turístico; importancia de las recomendaciones de amigos o familiares, y curiosa y significativa influencia de la percepción cultural de nuestra ciudad como factor de atracción turística, que es mínima durante el verano, como corresponde a un flujo turístico de menor sentido cultural en estos meses del año.

Visitas culturales

VISITAS CULTURALES	
Mezquita	97,12%
Sinagoga	95,51%
Medina Azahara	50,96%
Alcázar R. Cristianos	32,93%
Torre Calahorra	80,77%
Palacio Viana	21,15%
Ermitas	13,22%
Museo J. Romero de Torres	0,88%
Museo Arqueológico	12,34%
Museo Bellas Artes	8,49%
Museo Taurino	5,05%
Museo Diocesano	0,16%
Jardín Botánico	0,00%
Parque Zoológico	5,93%
Casa de Sefarad	1,84%
Otros	2,72%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

- 10.** Rigurosa equivalencia de los porcentajes de visita a cada uno de los monumentos y museos durante los cuatro trimestres del año, con una clara hipertrofia de las visitas a la Mezquita-Catedral y, en segundo lugar, a la Sinagoga, que al tiempo que ejercen de poderosos focos de atracción del turismo cordobés proyectan una acusada sombra sobre el casco histórico y sobre el resto de los monumentos y museos.

Datos económicos

	1º Tr.	2º Tr.	3º Tr.	4º Tr.
PRESUPUESTO VIAJE				
Total	477,09	703,75	800,87	534,75
Diario	80,49	91,41	96,97	73,6
GASTO MEDIO DIARIO				
Dato Media	64,19	67,6	61,65	52,12
NIVEL DE RENTA				
Alta	62,70%	57,36%	59,74%	56,00%
Media	31,15%	35,38%	34,55%	37,50%
Baja	6,15%	7,25%	5,71%	6,50%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.



11. Cuantía mínima de los presupuestos medios de viaje en los turistas que nos visitaron durante el primer y cuarto trimestres, probablemente como reflejo estadístico de la menor presencia de turistas extranjeros durante estos períodos, y máxima cuantía durante el verano, imputable tanto a la mayor proporción de extranjeros como al hecho de que la venida a Córdoba en estos meses se incardine en una viaje más largo, para el cual es necesario mayor disponibilidad económica.
12. Mayor nivel de renta de los turistas que nos visitaron durante el primer y tercer trimestre, y menor en quienes lo hicieron durante la primavera y el verano, momento en el cual llega a Córdoba un turismo más popular acorde con el dinamismo viajero de los meses vacacionales.

Cuestión también interesante es el conocimiento de la percepción turística, entendida como la sensación o conjunto de sensaciones interiores que experimentan los turistas que visitan un destino.

Los datos presentados han sido obtenidos pidiendo a los turistas encuestados que valoren distintos aspectos de nuestra ciudad relacionados con su visita. Su conocimiento es imprescindible a efectos de obtener información general, tomar decisiones, gestionar aspectos básicos del

turismo, planificar la actividad y la oferta, etc., pues nos indican con toda exactitud las fortalezas y debilidades del sector.

Como viene siendo habitual, los turistas que visitan la ciudad manifiestan una excelente valoración de la misma, con calificaciones altamente satisfactorias en la mayoría de los aspectos sometidos a valoración, destacando sobremedida las puntuaciones alcanzadas en lo referente a actividades culturales y restauración.

Percepción turística

VALORACIÓN GENERAL	
Información y señalización	70,48%
Precios	68,52%
Carreteras	83,46%
Alojamiento	87,44%
Restauración	84,71%
Hospitalidad y trato	91,28%
Actividades culturales	83,39%
Zona comercial	88,38%
Seguridad ciudadana	82,16%
Limpieza	37,25%
Conservación de la ciudad	29,63%
VALORACIÓN MONUMENTOS Y MUSEOS	
Precio entradas	50,78%
Información	83,62%
Conservación Monumentos	69,27%
Horarios y días de visita	65,55%

Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.



5. COMPARATIVA DE CÓRDOBA RESPECTO A OTROS DESTINOS CULTURALES

Una vez conocida la situación actual del turismo de la ciudad de Córdoba se procederá a hacer un análisis comparativo entre ésta y los principales puntos turísticos españoles para, de este modo, obtener conclusiones que nos ayuden a situar nuestra posición en relación al resto de destinos nacionales con una analogía parecida a la de nuestra ciudad, es decir, con un marcado carácter cultural.

Para la comparativa anteriormente descrita, emplearemos una serie de indicadores, tanto de oferta como de demanda. Desde el lado de la demanda hotelera analizaremos el número de viajeros y pernoctaciones efectuadas en los establecimientos hoteleros, el grado de ocupación por plazas y la estancia media. Desde la perspectiva de la oferta utilizaremos el número de establecimientos abiertos, el personal empleado y las plazas hoteleras.

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

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

El primer indicador recogido es el número de viajeros recibidos. Córdoba, se sitúa en el octavo lugar de este ranking, cediendo una posición respecto a las cifras obtenidas un año antes. Sin embargo, si ordenamos los resultados en función de su evolución respecto a 2007 constatamos que la ciudad de la Mezquita pierde posiciones, ya que el descenso del 6,29% la sitúa en la posición 15.

Pese a la ya comentada situación de crisis, seis capitales han mejorado sus niveles de afluencia, hablamos de Zaragoza (consecuencia de la Expo), Málaga, Burgos, Valladolid, Salamanca y Barcelona. Murcia destaca por lo contrario, por presentar la evolución más desfavorable del conjunto.



Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2004-2008

		VIAJEROS						
		2004	2005	2006	2007	2008	Var. 08/07	Var. 08/04
1	MADRID	5.320.066	5.914.561	6.745.123	7.311.145	7.299.416	-0,16%	37,21%
2	BARCELONA	3.998.788	4.209.298	5.197.302	5.546.764	5.607.284	1,09%	40,22%
3	SEVILLA	1.529.461	1.724.514	1.847.892	1.832.650	1.735.226	-5,32%	13,45%
4	VALENCIA	1.116.443	1.286.963	1.561.166	1.661.401	1.656.207	-0,31%	48,35%
5	GRANADA	1.238.626	1.349.683	1.429.282	1.509.478	1.474.608	-2,31%	19,05%
6	ZARAGOZA	718.030	734.520	793.972	822.124	941.466	14,52%	31,12%
7	MÁLAGA	424.127	454.731	668.359	714.370	783.948	9,74%	84,84%
8	CORDOBA	665.003	695.133	719.090	763.249	715.266	-6,29%	7,56%
9	BILBAO	461.943	527.412	609.740	636.611	608.285	-4,45%	31,68%
10	SALAMANCA	526.371	554.016	582.057	577.789	590.890	2,27%	12,26%
11	SANTIAGO C.	622.484	543.002	512.843	578.359	547.540	-5,33%	-12,04%
12	SAN SEBASTIÁN	420.917	425.581	478.253	468.596	466.993	-0,34%	10,95%
13	TOLEDO	413.496	437.391	452.647	466.933	448.125	-4,03%	8,37%
14	MURCIA	300.011	332.150	371.524	425.071	380.696	-10,44%	26,89%
15	VALLADOLID	281.080	299.156	318.155	349.387	362.908	3,87%	29,11%
16	BURGOS	342.867	335.273	340.631	343.437	362.145	5,45%	5,62%
17	ÁVILA	228.644	232.791	226.033	234.228	218.067	-6,90%	-4,63%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.



En cuanto a pernoctaciones, Córdoba mantiene la misma octava posición que en el caso de los viajeros e idéntica también a la alcanzada en 2007.

En términos relativos, las evoluciones positivas destacan

el crecimiento experimentado por Zaragoza, seguida de Málaga, Burgos, Valladolid y Valencia. El resto de puntos evolucionan en sentido negativo, donde Córdoba ocupa la posición 14 y Murcia nuevamente la última.

Clasificación según número de pernoctaciones en la ciudad de Córdoba. Años 2004-2008

		PERNOCTACIONES						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	MADRID	11.276.675	12.302.086	13.238.562	14.232.082	13.975.148	-1,81%	23,93%
2	BARCELONA	9.501.488	10.363.380	11.274.830	11.743.817	11.624.458	-1,02%	22,34%
3	VALENCIA	2.156.867	2.490.059	2.789.241	3.160.106	3.251.721	2,90%	50,76%
4	SEVILLA	2.966.716	3.269.519	3.471.110	3.413.141	3.225.372	-5,50%	8,72%
5	GRANADA	2.144.450	2.365.642	2.548.356	2.734.545	2.581.027	-5,61%	20,36%
6	ZARAGOZA	1.204.208	1.258.311	1.365.233	1.433.713	1.795.518	25,24%	49,10%
7	MALAGA	838.687	974.875	1.249.703	1.285.309	1.413.126	9,94%	68,49%
8	CORDOBA	1.032.254	1.095.783	1.127.767	1.213.148	1.150.101	-5,20%	11,42%
9	SANTIAGO C.	1.322.506	1.139.546	1.032.444	1.163.134	1.124.881	-3,29%	-14,94%
10	BILBAO	845.306	953.195	1.052.355	1.102.442	1.052.059	-4,57%	24,46%
11	SALAMANCA	886.085	924.271	1.005.948	997.803	983.227	-1,46%	10,96%
12	SAN SEBASTIAN	807.684	848.084	914.871	880.508	875.185	-0,60%	8,36%
13	TOLEDO	640.434	680.520	730.880	744.267	728.001	-2,19%	13,67%
14	MURCIA	508.592	553.134	591.917	684.189	601.469	-12,09%	18,26%
15	VALLADOLID	491.753	507.837	520.319	554.158	575.852	3,91%	17,10%
16	BURGOS	490.208	476.777	500.915	518.944	548.646	5,72%	11,92%
17	AVILA	341.398	359.309	360.796	374.236	354.282	-5,33%	3,77%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

El análisis comparativo del grado de ocupación por plazas revela que Córdoba mantiene su presencia en el ranking, al ocupar el tercer lugar, con un nivel de ocupación del 55,58%.

En este caso, y a excepción de Zaragoza que mejora mí-

nimamente su ocupación respecto a 2007, el resto de puntos turísticos ven descender sus niveles de ocupación hotelera. La ocupación más elevada la encontramos en Murcia y Granada, que superan el -11% y la más moderada en Málaga (-1,48%).

Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2004-2008

		GRADO DE OCUPACIÓN POR PLAZAS						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	BARCELONA	60,83	61,31	64,98	66,86	61,95	-7,35%	1,83%
2	GRANADA	55,82	58,31	61,19	63,21	56,05	-11,32%	0,42%
3	CORDOBA	50,29	53,55	58,85	61,02	55,58	-8,91%	10,52%
4	ZARAGOZA	46,79	48,89	54,57	54,64	55,05	0,76%	17,66%
5	MADRID	50,85	53,51	55,96	58,28	54,25	-6,91%	6,69%
6	SAN SEBASTIAN	52,23	55,80	62,68	58,90	54,24	-7,92%	3,84%
7	SEVILLA	51,31	51,93	56,02	55,89	51,98	-6,99%	1,31%
8	SALAMANCA	47,06	50,63	56,11	53,94	50,96	-5,53%	8,29%
9	VALENCIA	48,62	50,29	54,68	56,09	50,77	-9,48%	4,43%
10	MÁLAGA	48,08	47,85	55,12	50,49	49,74	-1,48%	3,46%
11	BILBAO	47,68	47,55	51,41	52,02	47,71	-8,28%	0,07%
12	TOLEDO	51,49	50,31	51,56	50,96	46,64	-8,47%	-9,42%
13	SANTIAGO C.	55,28	46,70	47,19	48,91	45,35	-7,28%	-17,97%
14	BURGOS	45,93	44,05	45,47	44,20	42,95	-2,82%	-6,48%
15	MURCIA	41,48	42,31	45,16	47,30	41,90	-11,42%	1,01%
16	VALLADOLID	46,04	48,38	47,95	44,11	41,64	-5,60%	-9,56%
17	AVILA	49,46	45,33	44,21	41,34	37,38	-9,58%	-24,43%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

En lo que a estancia media se refiere, Córdoba mejora su posición en el ranking de destinos culturales, pasando del decimoquinto lugar que ocupaba en 2007 al decimotercer lugar del presente ejercicio.

La evolución de la estancia media en la ciudad de Córdoba a lo largo de los cinco años objeto de estudio ha sido positiva. Esta variable alcanza en Córdoba las 1,62 noches de media, lo que supone un incremento del 1,74% respec-

to a la cifra obtenida un año antes y del 3,69% si ampliamos el horizonte temporal cinco años. Nuestra ciudad se encuentra aún a cierta distancia de las cifras de estancia obtenidas por Málaga, Sevilla y Granada, aunque el hecho favorable es que lleva años acortando su distancia. Y lo que es más alentador aún, Córdoba se está desmarcando de la tendencia experimentada por los dos primeros destinos -Málaga y Sevilla-, que lleva años en descenso.



Clasificación respecto a la estancia media. Años 2004-2008

		ESTANCIA MEDIA						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	SANTIAGO C.	2,12	2,1	2,04	2,01	2,12	5,51%	0,04%
2	BARCELONA	2,38	2,46	2,16	2,12	2,07	-2,49%	-13,15%
3	VALENCIA	1,93	1,93	1,79	1,9	1,96	2,98%	1,38%
4	MADRID	2,12	2,08	1,96	1,95	1,92	-1,77%	-9,65%
5	ZARAGOZA	1,68	1,71	1,72	1,74	1,88	8,21%	12,07%
6	SEVILLA	1,94	1,9	1,88	1,86	1,85	-0,55%	-4,65%
7	SAN SEBASTIAN	1,92	1,99	1,88	1,88	1,84	-1,94%	-3,98%
8	MÁLAGA	1,98	2,14	1,87	1,8	1,79	-0,53%	-9,57%
9	GRANADA	1,73	1,75	1,79	1,81	1,75	-3,12%	1,36%
10	BILBAO	1,83	1,81	1,71	1,73	1,73	-0,23%	-5,69%
11	SALAMANCA	1,68	1,67	1,74	1,73	1,67	-3,21%	-0,33%
12	TOLEDO	1,55	1,56	1,62	1,59	1,62	2,05%	4,69%
13	CORDOBA	1,56	1,58	1,57	1,59	1,62	1,74%	3,69%
14	AVILA	1,49	1,54	1,6	1,6	1,61	0,89%	8,34%
15	VALLADOLID	1,75	1,7	1,63	1,59	1,58	-0,42%	-9,52%
16	MURCIA	1,7	1,67	1,59	1,61	1,58	-1,89%	-7,09%
17	BURGOS	1,43	1,42	1,48	1,51	1,53	1,65%	7,34%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

Una vez analizada la demanda hotelera, y para concluir nuestro análisis comparativo, estudiaremos la oferta hotelera de nuestra ciudad bajo tres indicadores: personal empleado, establecimientos abiertos y plazas hoteleras. En el primer indicador aparecen recogidos tanto el personal remunerado como el que no lo está. Córdoba registra en el último año un total de 820 personas empleadas, lo que supone un incremento del 0,85%

respecto a 2007. Esta cifra sitúa a la ciudad en la undécima posición del ranking de destinos, mejorando un lugar la posición alcanzada un año antes.

Por delante de Córdoba se sitúan el resto de provincias andaluzas: Sevilla, que ocupa la cuarta posición; Granada, en el quinto lugar y Málaga en el octavo.



Clasificación según personal empleado. Años 2004-2008

		PERSONAL EMPLEADO						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	MADRID	10.083	10.627	11.215	11.874	12.469	5,01%	23,66%
2	BARCELONA	7.508	8.709	9.377	9.558	9.717	1,66%	29,42%
3	VALENCIA	1.844	2.060	2.302	2.864	2.977	3,95%	61,44%
4	SEVILLA	2.728	2.930	2.919	2.908	2.742	-5,71%	0,52%
5	GRANADA	1.559	1.663	1.818	1.940	1.816	-6,39%	16,48%
6	ZARAGOZA	1.079	1.099	1.145	1.189	1.381	16,12%	27,96%
7	BILBAO	986	1.115	1.144	1.182	1.231	4,11%	24,81%
8	MÁLAGA	743	858	1.159	1.180	1.229	4,12%	65,35%
9	SANTIAGO C.	970	1.015	995	1.055	934	-11,46%	-3,70%
10	SAN SEBASTIAN	810	882	851	850	836	-1,63%	3,23%
11	CORDOBA	824	827	777	813	820	0,85%	-0,50%
12	TOLEDO	696	752	804	815	790	-3,10%	13,47%
13	SALAMANCA	749	757	794	807	738	-8,50%	-1,41%
14	MURCIA	488	493	520	608	579	-4,84%	18,56%
15	VALLADOLID	531	561	592	650	542	-16,59%	2,10%
16	BURGOS	411	462	524	526	491	-6,61%	19,53%
17	AVILA	257	367	353	382	366	-4,21%	42,38%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

La clasificación según el número de establecimientos abiertos coloca a la ciudad de Córdoba, con un total de 77 establecimientos, en el decimoprimer lugar de la lista, manteniendo estable su número de hoteles respecto a 2007, aunque la comparativa respecto a 2004 advierte un descenso del 3,68%.

Sevilla y Granada se encuentran entre los cinco primeros

puestos de la clasificación, con 159 y 148 establecimientos respectivamente. Málaga desciende dos lugares hasta colocarse en el décimo lugar, consecuencia de la fuerte caída experimentada en el último año (-12,21%). En el extremo opuesto encontramos Valladolid, que se convierte en la ciudad española que en 2008 ha inaugurado más establecimientos hoteleros (+15,28%).



Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2004-2008

		ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	MADRID	799	823	816	809	848	4,82%	6,13%
2	BARCELONA	393	420	427	422	441	4,45%	12,16%
3	SEVILLA	150	164	159	163	159	-2,24%	6,24%
4	SANTIAGO C.	160	158	132	150	152	1,44%	-4,90%
5	GRANADA	144	152	155	154	148	-4,00%	2,66%
6	VALENCIA	97	111	115	119	123	3,50%	26,98%
7	SALAMANCA	92	93	92	94	96	2,38%	4,61%
8	ZARAGOZA	94	93	91	89	95	6,31%	0,65%
9	SAN SEBASTIÁN	77	83	86	88	88	0,47%	14,83%
10	MÁLAGA	76	73	80	90	79	-12,21%	3,97%
11	CORDOBA	80	79	74	77	77	0,07%	-3,68%
12	BURGOS	63	58	52	63	64	1,75%	1,75%
13	TOLEDO	55	59	61	62	63	1,24%	14,12%
14	VALLADOLID	37	36	36	42	48	15,28%	30,86%
15	BILBAO	34	37	39	40	41	3,54%	21,81%
16	AVILA	30	33	34	36	39	7,18%	28,61%
17	MURCIA	35	37	35	38	34	-9,36%	-1,59%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

En lo que a capacidad de plazas hoteleras se refiere, Córdoba se sitúa en el décimo lugar del ranking, con un saldo de 5.576 camas, cifra esta que representa un incremento del 0,96% respecto a 2007 y una caída del 2,2% si ampliamos la comparativa a 2004.

Sevilla desciende a la cuarta posición de la lista, tras perder en el último ejercicio un 1,22% de sus plazas, mien-

tras que Granada, con un incremento de su capacidad del 2,85% se mantiene en quinto lugar. Málaga, pese a estar en séptimo lugar, es la ciudad que experimenta un crecimiento más destacado del conjunto andaluz, un 9%. A nivel general, Zaragoza, consecuencia de la Expo, y Valencia experimentan los crecimientos más notorios, mientras que entre los descensos, afortunadamente solo hay que citar la leve pérdida de camas de Murcia y Sevilla.



Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2004-2008

		PLAZAS ESTIMADAS						
		2004	2005	2006	2007	2008	var. 08/07	var. 08/04
1	MADRID	60.306	62.599	65.714	67.833	70.079	3,31%	16,21%
2	BARCELONA	42.240	46.036	48.199	48.792	50.869	4,26%	20,43%
3	VALENCIA	12.032	13.483	14.170	15.650	17.356	10,90%	44,24%
4	SEVILLA	15.653	17.043	17.212	16.964	16.757	-1,22%	7,05%
5	GRANADA	10.309	10.940	11.569	12.017	12.360	2,85%	19,89%
6	ZARAGOZA	6.963	6.994	6.949	7.289	8.809	20,86%	26,52%
7	MÁLAGA	4.723	5.495	6.298	7.071	7.708	9,01%	63,20%
8	SANTIAGO C.	6.436	6.562	6.078	6.606	6.696	1,36%	4,04%
9	BILBAO	4.805	5.451	5.686	5.886	6.001	1,95%	24,88%
10	CORDOBA	5.701	5.684	5.323	5.523	5.576	0,96%	-2,20%
11	SALAMANCA	5.067	4.935	4.980	5.139	5.218	1,53%	2,98%
12	SAN SEBASTIAN	4.153	4.075	4.054	4.152	4.304	3,66%	3,63%
13	TOLEDO	3.342	3.653	3.938	4.057	4.205	3,64%	25,81%
14	MURCIA	3.342	3.573	3.641	4.018	3.916	-2,55%	17,16%
15	VALLADOLID	2.899	2.857	3.014	3.490	3.757	7,65%	29,60%
16	BURGOS	2.890	2.936	3.060	3.262	3.458	6,01%	19,66%
17	AVILA	1.890	2.155	2.267	2.515	2.564	1,95%	35,67%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, ESECA.

