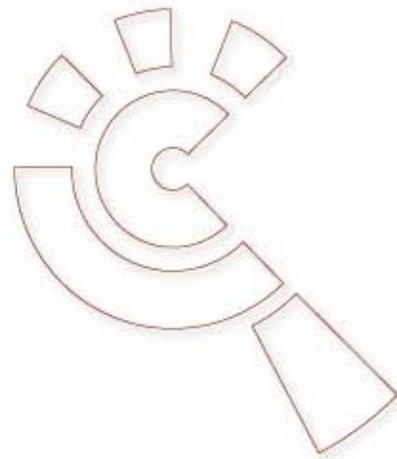
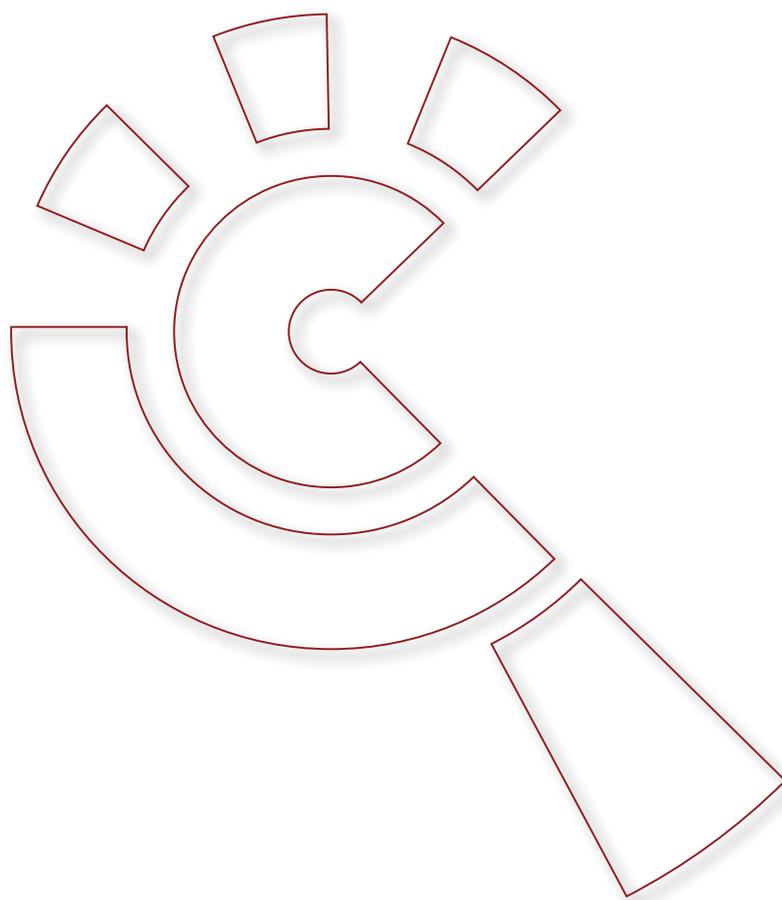




OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA INFORME 2007



OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA
INFORME 2007



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	6
2.1. HOTELES.....	6
2.2. RESTAURANTES.....	11
3. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA	13
3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA	13
3.2. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO	20
4. CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN CÓRDOBA.....	23
4.1. TURISTAS EN GENERAL	23
5. COMPARATIVA DE CÓRDOBA RESPECTO A OTROS DESTINOS CULTURALES	39





tienden a diversificarse en número de días y destinos; la duración de la estancia media se acorta; los turistas son cada vez más exigentes en sus demandas, etc.

El sector turístico, y más en concreto las empresas turísticas, tienen la necesidad y, con frecuencia, la dificultad para adaptarse a los rápidos cambios de los mercados turísticos. Ello motiva y requiere la necesidad de herramientas de análisis en los destinos turísticos, de diagnóstico de lo que acontece y, en la medida de lo posible, de información para anticiparse en la toma de decisiones a los requerimientos de los turistas.

Para ello, para analizar la evolución del mercado y estimar las potencialidades del turismo y su posible captación, es imprescindible disponer de información precisa y de forma periódica. Este es el sentido del trabajo que realiza el Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba, cuyos resultados se publican en los correspondientes Boletines Trimestrales y, ahora, en el presente Informe Anual. En unos y otros se recogen datos estadísticos de fuentes diversas y se analizan las variables fundamentales para ofrecer una visión global de la demanda turística que pueda servir de referencia para la comprensión del fenómeno y de sus componentes estructurales y coyunturales.

El examen de los datos aportados por el Observatorio Turístico para el año 2007 nos permite perfilar los caracteres del modelo turístico cordobés, a la vez que conocer las particularidades y especificidades del mismo y, naturalmente, comparar la realidad actual con la de años precedentes.

En este sentido, el Informe pretende ser un referente para el sector y agentes turísticos de la ciudad, un documento actualizado de referencia para los profesionales y un informe de base estratégica para las instituciones y entidades.

Los datos aquí reunidos nos muestran la evolución favorable de la oferta hotelera y de la demanda, que nos permite considerar al año 2007 como un buen año turístico, en sintonía con el 2006, en el que se lograron algunos máximos históricos. Las visitas a monumentos y museos también aumentaron, siendo éste uno de los indicadores

1. INTRODUCCIÓN

El turismo como actividad recreativa y de ocio es muy sensible a los acontecimientos que suceden a distinta escala, los cuales inciden de modo diferente en los distintos escenarios. Así, el contexto político y económico internacional tiene una importancia decisiva en los movimientos de viajeros con fines turísticos.

Después de la crisis de 2003, que acusó el impacto de la guerra de Irak, de la debilidad de las principales economías y de otros factores que afectaron al sudeste asiático, el año 2004 se caracterizó por la lenta pero sostenida recuperación. En 2005, en cambio, el panorama internacional mostró un horizonte más estable, que se tradujo en la mejora generalizada de los indicadores turísticos, proceso que ha continuado en Córdoba también durante el año 2006.

En la actualidad estamos asistiendo a cambios de hábitos y de tendencias a nivel mundial: los periodos vacacionales



del excelente momento turístico que conoce la ciudad de Córdoba y razón explicativa de la posición de privilegio, tanto en valores absolutos como en el crecimiento experimentado en los últimos años, que ocupa nuestra ciudad con respecto a destinos culturales tan significados como Salamanca, San Sebastián, Bilbao, Santiago de Compostela, Toledo..., por delante de los cuales se sitúa.

Nuestros turistas continúan siendo personas de mediana edad, en plenitud laboral y económica, con predominio de españoles sobre extranjeros, si bien éstos han experimentado una tendencia al alza durante el año 2007. Unos y otros tienen una excelente percepción de nuestra

ciudad y un alto grado de satisfacción en su estancia turística, lo cual, con independencia de ser un elemento de complacencia para los agentes y la sociedad, es elemento clave para la sostenibilidad del turismo y condición sine qua non de reafirmación de nuestra identidad como destino cultural, máxime ante el anhelado horizonte de la capitalidad cultural de 2016.

En definitiva, a decir de los datos que se contienen en las páginas que siguen, 2007 ha sido un año positivo para el turismo en Córdoba en sus dimensiones cuantitativa y cualitativa, lo que permite augurar unas expectativas igualmente favorables para el año 2008.





2. OFERTA TURÍSTICA

La generalidad de estudios existentes sobre el sector turístico en general y sobre la oferta turística en particular coinciden y revelan el poder de atracción de los establecimientos reglados por parte de quienes visitan un destino con motivaciones turísticas.

Por este motivo, disponer de una infraestructura amplia, variada y competitiva es el objetivo prioritario de cualquier destino.

Como sabemos, la capacidad hotelera de un destino guarda correlación con la afluencia de viajeros. Las capitales de provincia, al abarcar actividades de todo tipo y concentrar funciones diversas, disponen de una oferta hotelera amplia y adaptada a las especificidades e intereses de los usuarios potenciales. Córdoba es un claro ejemplo. Su atractivo cultural y patrimonial, sus patios y feria o la actividad

congresual, propician el constante flujo de visitantes, de ahí que la dotación hotelera de la ciudad intente adaptarse a todas las exigencias, demandas y posibilidades.

Profundizando en el caso de la ciudad de Córdoba, constatamos que en la actualidad ésta dispone de 71 establecimientos, de los que 42 son hoteles y 29 pensiones.

La expresada cifra representa una disminución respecto a la de 2006, en la cual se contabilizaban 78 establecimientos (-8,97%), hecho que hay que atribuir en exclusiva al cese de actividad de 7 pensiones (variación del -19,44%), puesto que el número de hoteles permanece invariable.

Ampliando la dimensión temporal del análisis a una década, del mismo se desprende de el cómputo total de establecimientos que su cifra ha disminuido un 10,13%, mostrando además claras diferencias en la evolución de cada tipo de



establecimiento. Así, los hoteles han aumentado su número en un 27,27%, mientras que las pensiones lo han disminuido considerablemente, en una proporción de casi el 37 %. Este hecho no hace más que confirmar el constante reemplazo de pensiones por hoteles, lo cual es explicable en un contexto socioeconómico de racionalización de la oferta y de las dimensiones del establecimiento, pero que supone una contrariedad desde el punto de vista de la desaparición de pequeños lugares de hospedaje los cuales, por su ubicación en el casco histórico de la ciudad juegan un papel importantísimo en la sostenibilidad del turismo, en la diseminación espacial de los alojamientos y en la in-

tegración de éste en la trama sociourbana de la ciudad. Ni que decir tiene que su existencia es un factor de garantía de conservación formal y funcional del casco histórico, significadamente de los valores patrimoniales que valieron la declaración de Patrimonio de la Humanidad.

En 2007 el 59% de la oferta alojativa de la ciudad de Córdoba corresponde a los hoteles, frente al 41% que representan las pensiones. Una década atrás los porcentajes eran justamente al contrario: las pensiones alcanzaban el 58% y los hoteles solamente el 42%, lo cual es denotativo de los cambios acaecidos en los dos últimos lustros.

Establecimientos hoteleros por clases

Año	Hoteles	Pensiones	Total
1997	33	46	79
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
Var. 07/97	27,27%	-39,96%	-10,13%
Var. 07/06	0,00%	-19,44%	-8,97%

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
1997	3.890	1.051	4.941
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
Var.07/97	10,75%	-39,01%	0,16%
Var.07/06	-1,26%	-19,57%	-4,09%

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

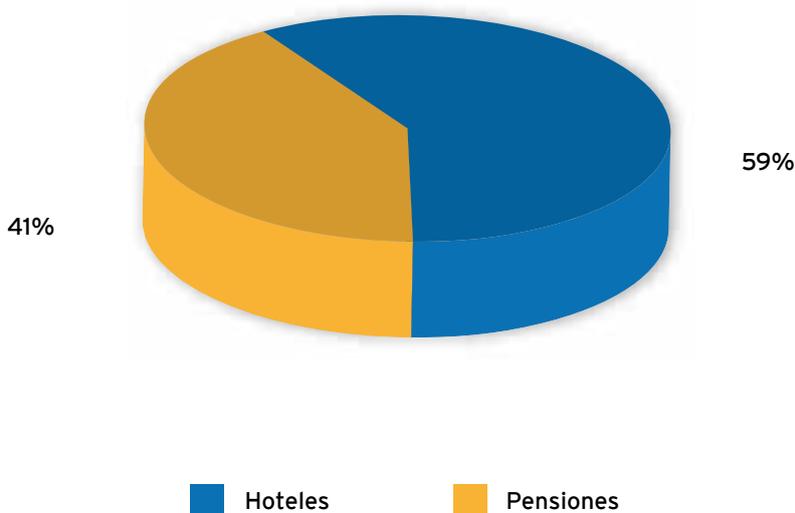


La disminución de la oferta de establecimientos ha tenido repercusión negativa en la capacidad de alojamiento, aunque, afortunadamente ésta ha experimentado una disminución menor que aquella (4,09%). Sin embargo, ampliando el horizonte de análisis a la última década apreciamos el mantenimiento del número de plazas entre 1977 y 2007, si bien con un importantísimo cambio en la estructura hotelera de la ciudad, consistente en la

desaparición en el mencionado período de tiempo de más de la tercera parte de las pensiones (39 %) y en el aumento notorio de la cifra de hoteles, surgidos en la nueva coyuntura urbana y turística del decenio.

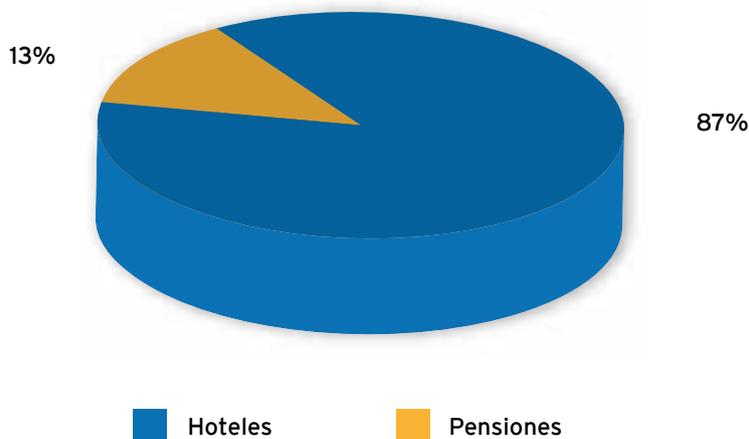
Finalmente, la ciudad dispone de 4.949 plazas, de las que el 87% pertenecen a hoteles y el 13% a pensiones.

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



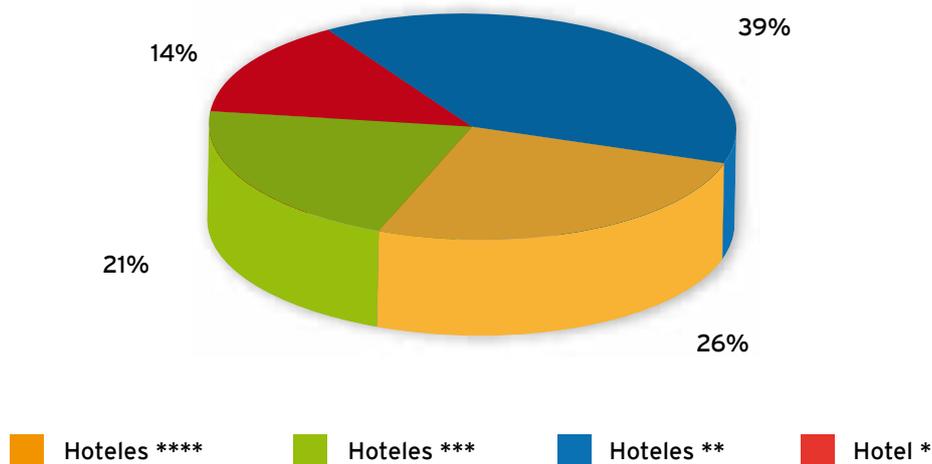
Fuente: SIMA. Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte. Delegación Provincial de Córdoba. Junta de Andalucía.



Profundizando en el análisis de los datos y discriminándolos en función del tipo de establecimiento al que se refieren, 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 39% de la totalidad. Le siguen en importancia numérica los de máxima categoría -cuatro estrellas- (26%), los de tres estrellas (21%) y, finalmente, los de una estrella (14%).

Distribución de la oferta de hoteles por categorías

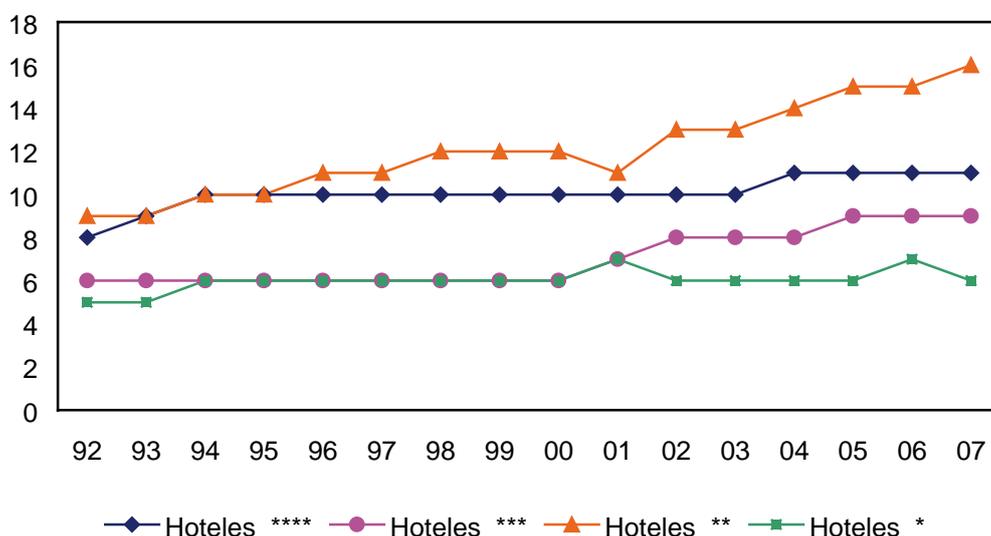


Fuente: SIMA. Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte. Delegación Provincial de Córdoba. Junta de Andalucía.

En lo que a evolución se refiere, el siguiente gráfico recoge una tendencia más destacada en lo referente a hoteles de dos estrellas, que han pasado de los 9 establecimientos que sumaban en 1992 a los 16 de la actualidad. Los ho-

teles de tres estrellas han sido testigos a partir de 2000 de un carácter más dinámico, mientras que el resto de categorías muestran un comportamiento más lineal.

Evolución de los establecimientos hoteleros por categorías (1992-2007)

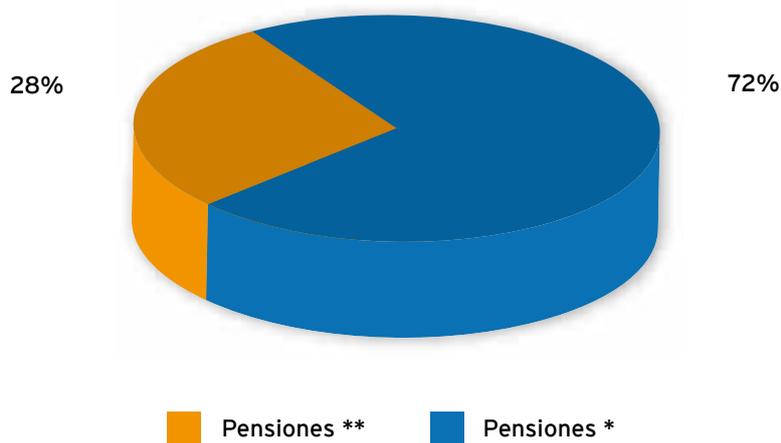


Fuente: SIMA. Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte. Delegación Provincial de Córdoba. Junta de Andalucía.

La estructura de las pensiones por categorías es más desigual, como demuestra el hecho de que el 72% de la oferta corresponda a las una de estrella y sólo el 28% a las de dos estrellas.

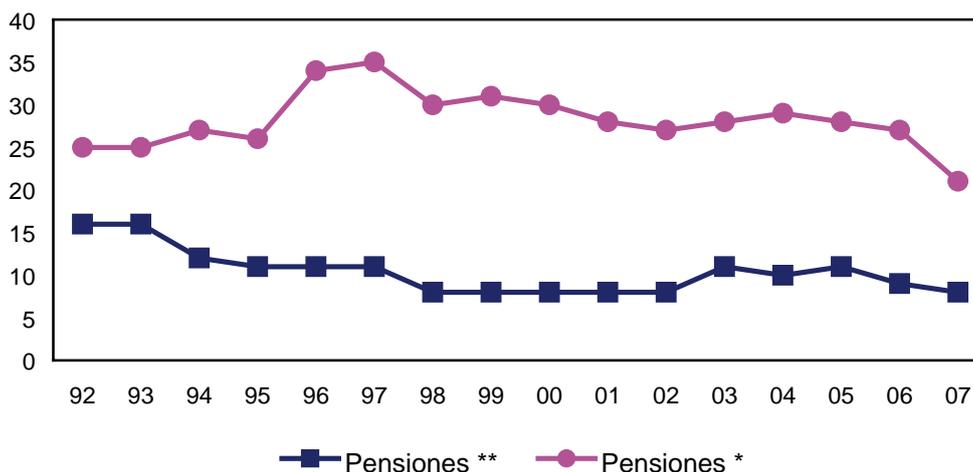
Pese a la superioridad numérica de las primeras, su evolución es regresiva, habiendo experimentado un retroceso muy acusado en el último ejercicio.

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 (1992-2007)



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



La gastronomía es, junto con el alojamiento, otro de los pilares fundamentales para el sector turístico. Su relevancia ha llegado a tal extremo que incluso existe ya un tipo de turismo denominado gastronómico, específico de cada región.

Las cifras apuntan a que la restauración alcanza más de la mitad del volumen de negocio del sector turístico. Por ello, y dentro de la importancia del sector servicios en la economía local, la restauración juega un papel fundamental, con un protagonismo creciente y cada vez más significativo. Se comprende por ello el constante interés de los empresarios del sector en la mejora y modernización de su oferta restauradora como vía para aprovechar las potencialidades de la demanda real.

Córdoba cuenta en el presente ejercicio con 229 restaurantes, tres más que un año antes, lo que representa un incremento del 1,33% con respecto al último año y del 14,5% respecto a 1997.

Estos restaurantes tienen capacidad para 15.611 comensales, lo que supone una leve disminución de las plazas ofertadas respecto a la capacidad de 2006 (3,55%), aunque equivalen a un 7´71 % más de las existentes hace diez años.

La distribución de la oferta por categorías de los restaurantes pone en evidencia la concentración de los establecimientos locales en la categoría de restaurantes de un tenedor, que acaparan el 75% del total. Los establecimientos de dos tenedores alcanzan el 24%, mientras que los de mayor categoría tan sólo representan el 1%.

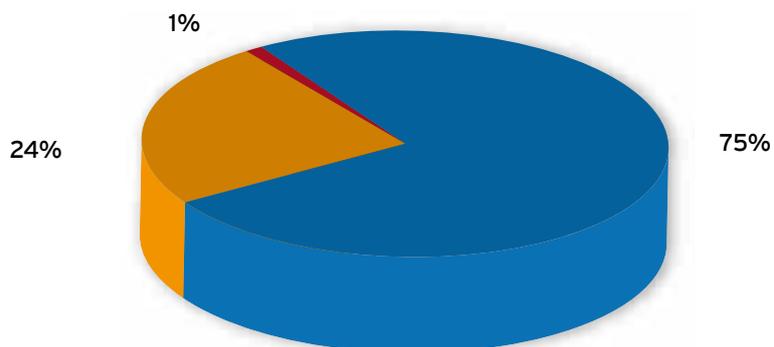
El reparto de plazas es favorable a los restaurantes de un tenedor (64%), aunque su importancia disminuye en favor de los de dos tenedores, que pasan a representar el 35% de la oferta de mesas. Los de mayor categoría siguen representando el 1%.

Número de restaurantes y plazas

Año	Nº Restaurantes	Nº Plazas
1997	200	14.493
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
Var. 07/97	14,50%	7,71%
Var. 07/06	1,33%	-3,55%

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

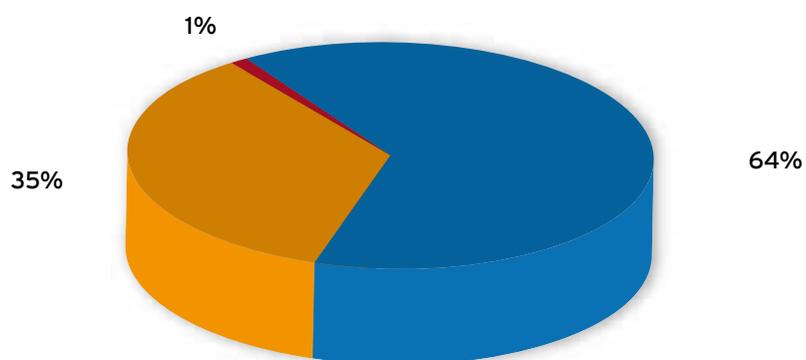
Distribución de la oferta de restaurantes por categorías



■ Rest. 3 tenedores ■ Rest. 2 tenedores ■ Rest. 1 tenedores

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 en restauración por categorías



■ Rest. 4 y 3 tenedores ■ Rest. 2 tenedores ■ Rest. 1 tenedores

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



3. DEMANDA TURÍSTICA

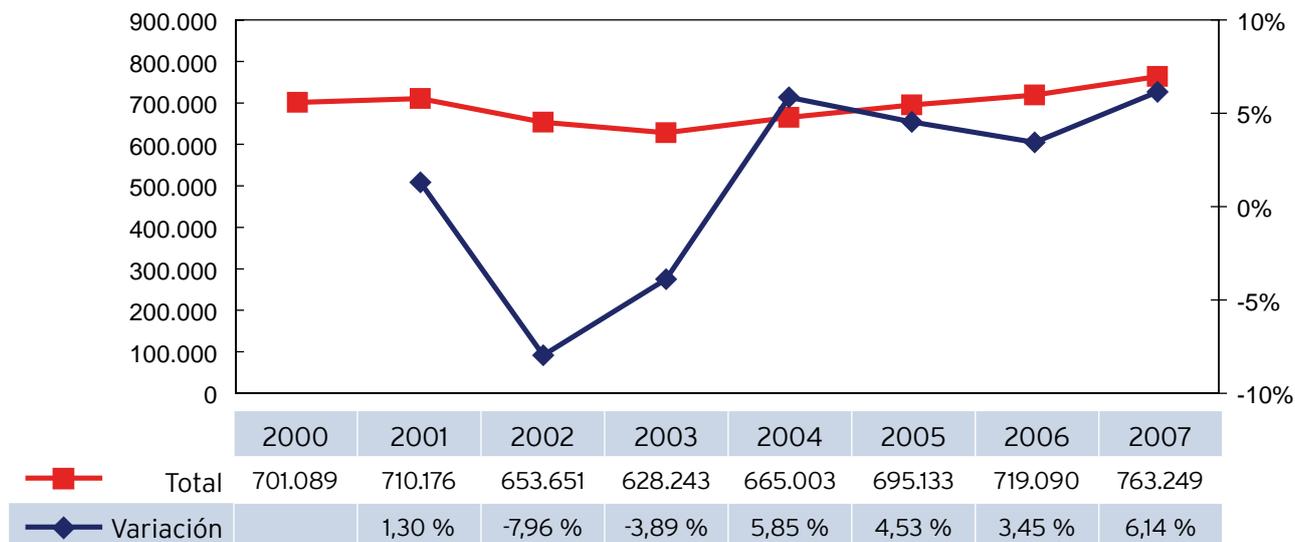
3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA

Este capítulo está dedicado a estudiar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad.

La demanda turística viene definida normalmente en función del número de visitantes que se alojan en un destino, por lo que a continuación haremos un análisis del comportamiento de las pernoctaciones hoteleras con vistas a la planificación y elaboración de actuaciones acordes con las necesidades y requerimientos de quienes nos visitan. Los establecimientos hoteleros de la ciudad de Córdoba

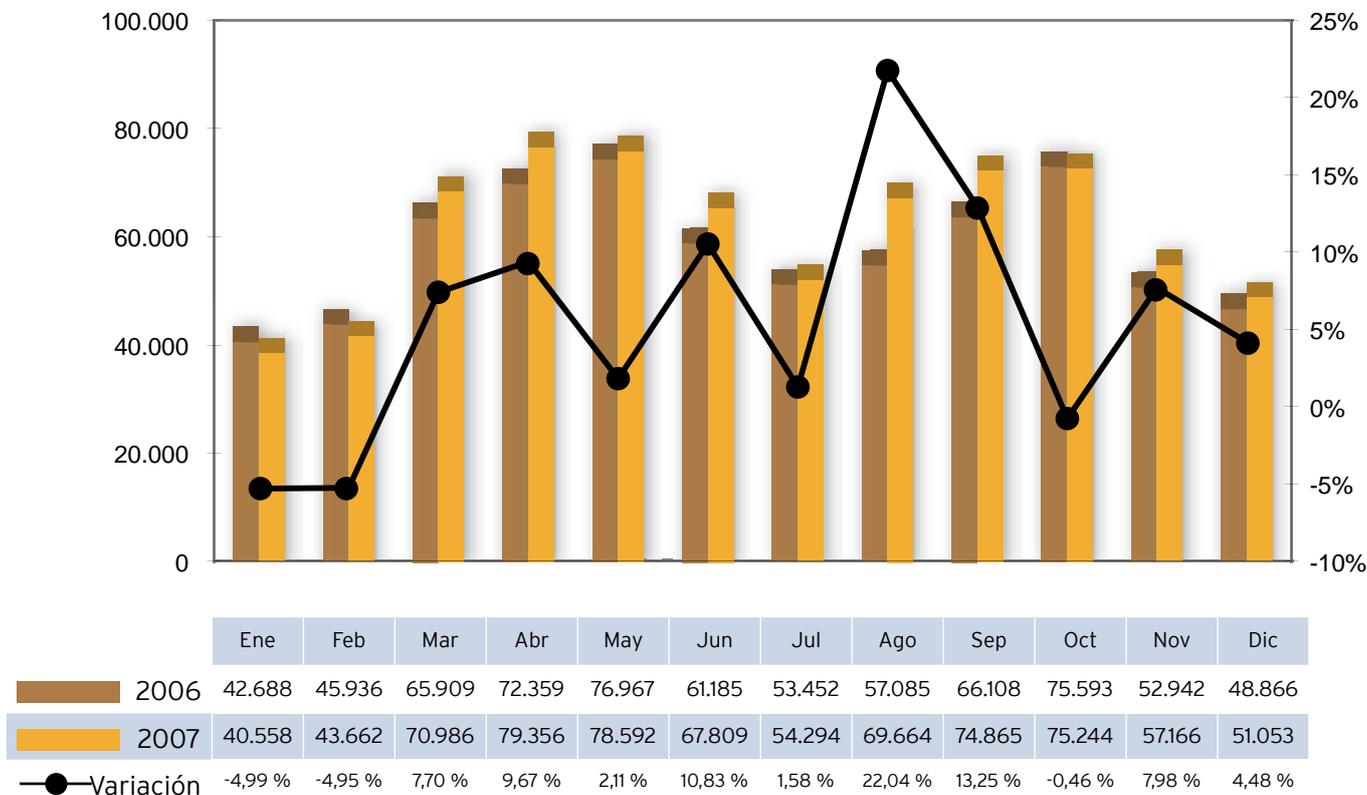
han recibido durante 2007 la visita de 763.249 personas, cifra que representa, como se observa en el siguiente gráfico, un nuevo récord para la ciudad. Asimismo, las pernoctaciones habidas suponen un crecimiento que podríamos denominar histórico: el 6,14% respecto a 2006, año también de excelentes resultados y que en su momento fue calificado por el Observatorio Turístico como “el mejor en la historia turística de la ciudad”. Por ello, los resultados ahora presentados son altamente satisfactorios.

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 advierte que, por primera vez, la clientela extranjera ha tenido más importancia que la nacional.

En términos cuantitativos los turistas españoles que han visitado la ciudad superan a la población extranjera, sin embargo, las gráficas indican que, los primeros mantienen su volumen prácticamente inalterado respecto a 2006 (leve descenso del 0,40%), mientras que los segundos experimentan en el periodo objeto de análisis un crecimiento sobresaliente, el 18,29%.

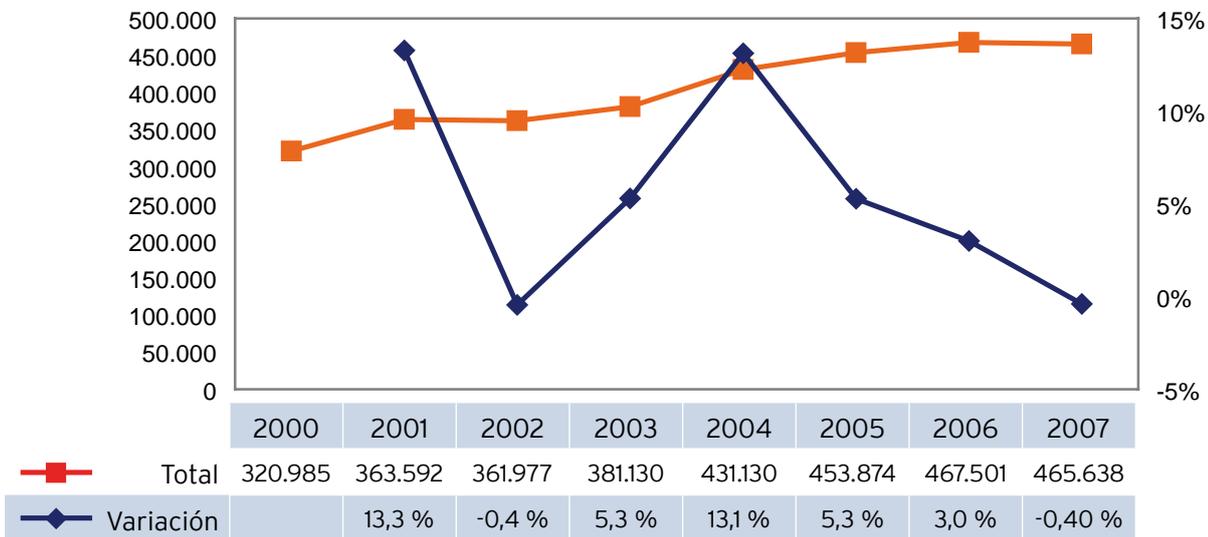
Los gráficos, igualmente, reflejan una conducta dispar entre un colectivo y otro. Históricamente el turismo nacional ha sido para la ciudad un apoyo extraordinario en épocas

de recesión turística y, exceptuando el ejercicio 2002, en el resto de años se ha observado una tendencia de crecimiento que alcanzó su punto máximo en 2004, periodo a partir del cual el mercado interior comienza a crecer a menor ritmo, deteniéndose en el presente ejercicio.

Por su parte, los turistas internacionales evolucionan a la inversa. Sus registros fueron negativos hasta 2004, cuando se rompe la tendencia descendente y se inicia una etapa de crecimiento que alcanza su mejor nivel en 2007.

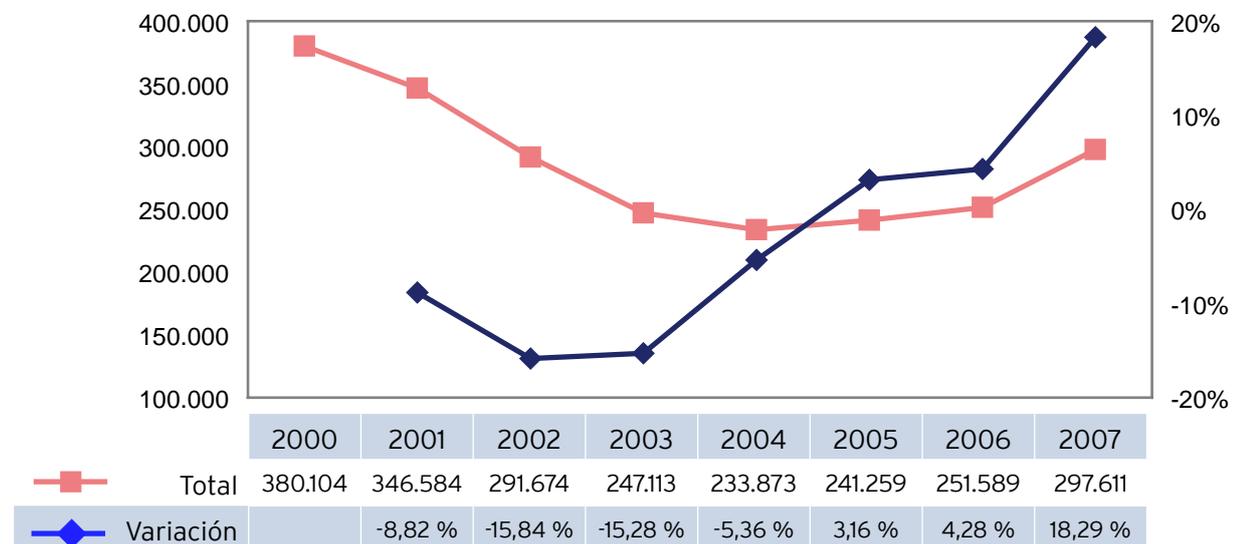
Las proporciones indican que seis de cada diez turistas que acuden a los establecimientos hoteleros de la ciudad son españoles y cuatro extranjeros.

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.

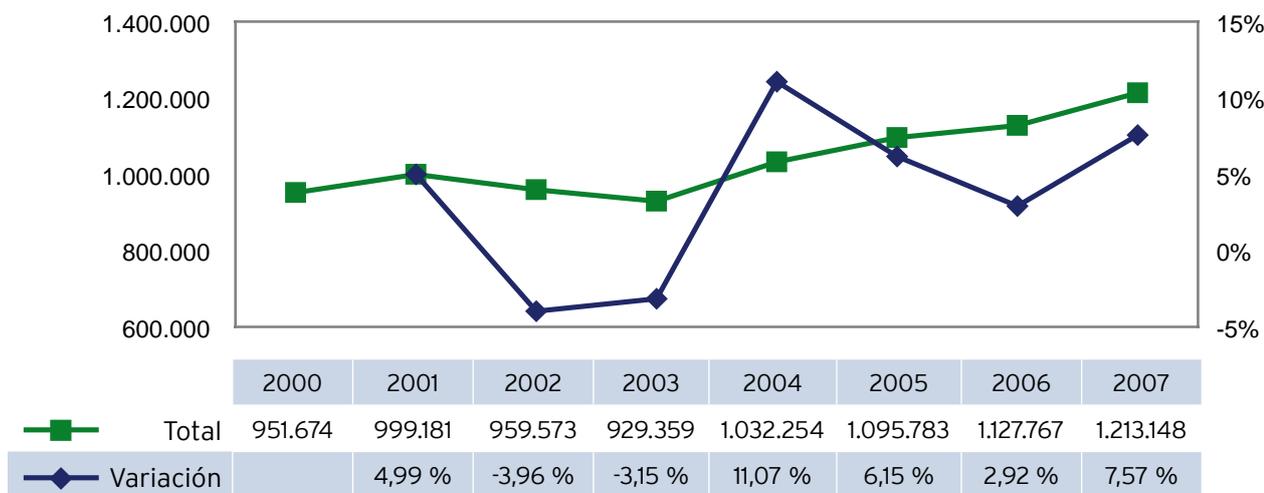


En lo referente a pernoctaciones también podemos hablar de un nuevo récord, ya que por primera vez en la historia turística de la ciudad se han alcanzado 1.213.148 pernoctas.

La evolución ha sido francamente positiva (7,57%), registrando un crecimiento superior al experimentado por los viajeros (6,14%).

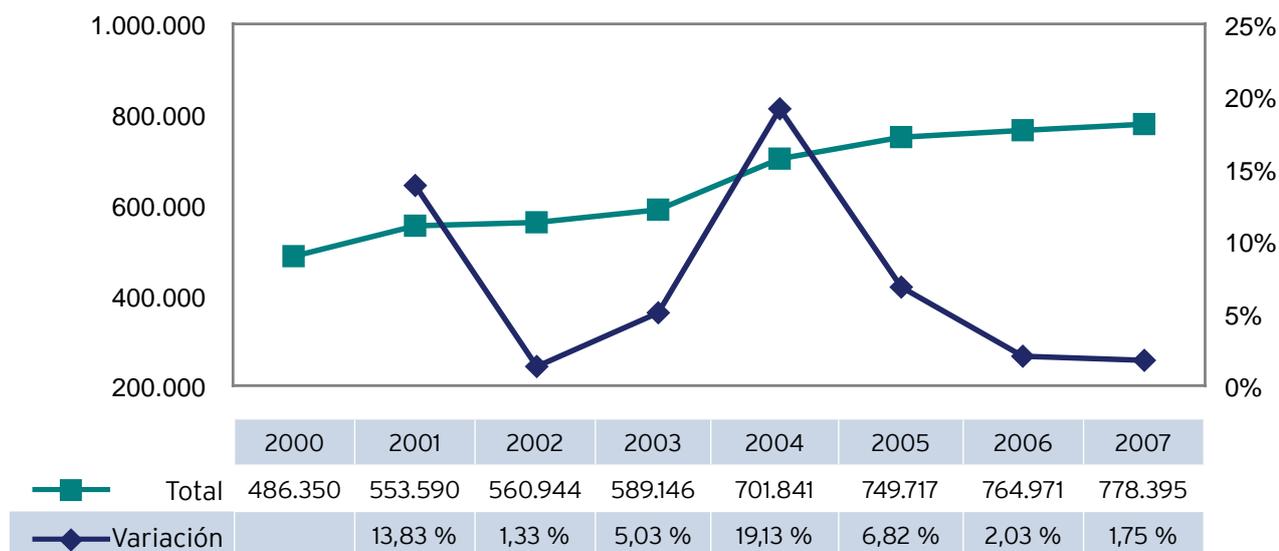
La distribución por países de procedencia vuelve a advertirnos de la supremacía estadística de las pernoctaciones españolas, que suman 778.395, frente a las 434.753 extranjeras. Sin embargo, nuevamente la comparativa refleja diferencias perceptibles. En ambos casos la tendencia dibuja una línea ascendente, si bien, ésta ha sido mucho más marcada en el terreno internacional, cuya cifra de pernoctaciones aumentó un 19,83% respecto a 2006, frente al 1,75% de las españolas.

Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros



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

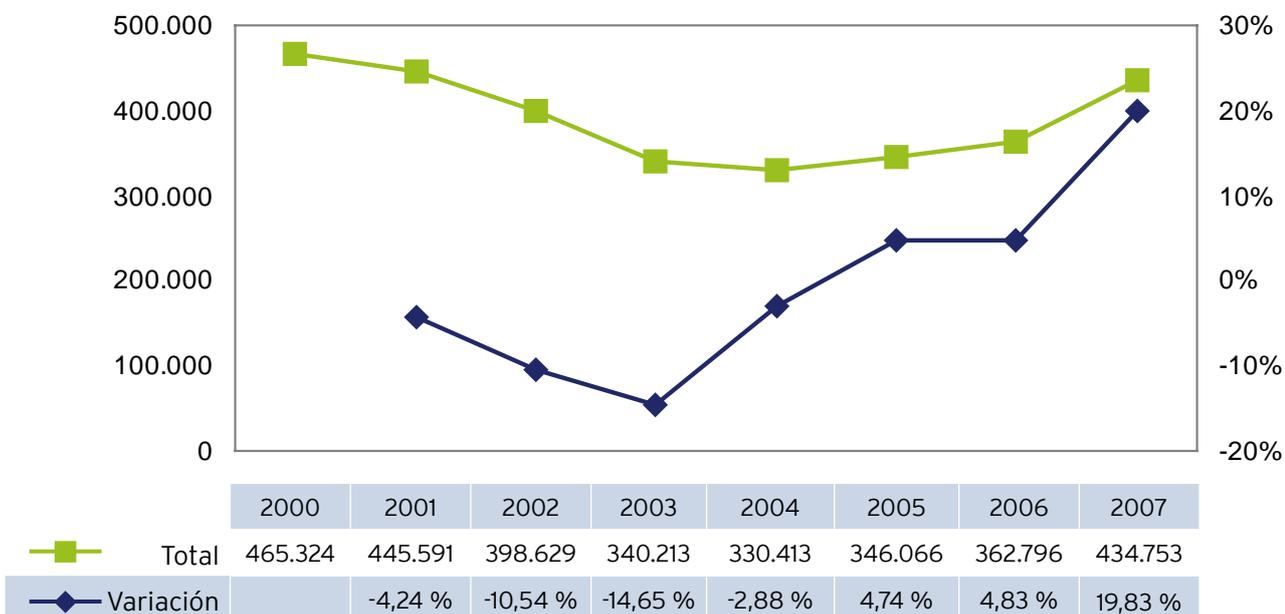
Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros



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

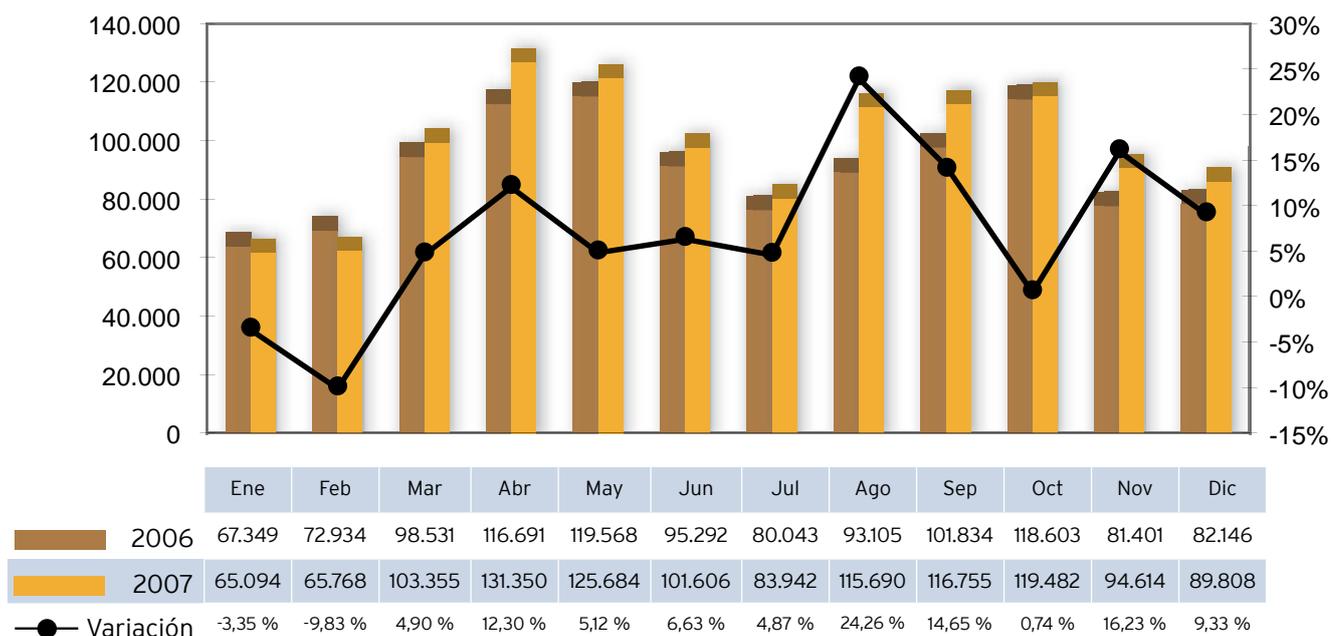


Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros



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.

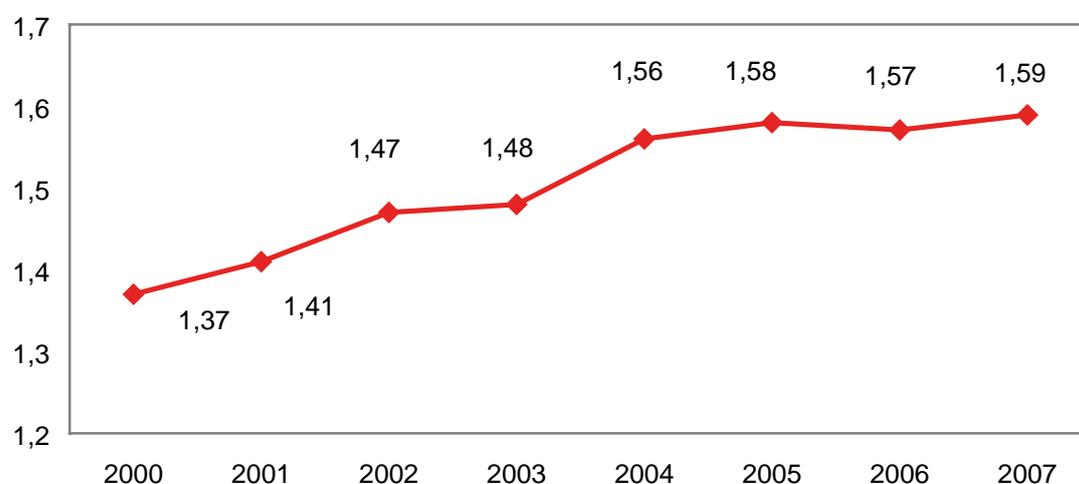
El incremento de las pernoctaciones ha tenido su fiel reflejo en la estancia media, que evoluciona también en términos favorables.

Los establecimientos hoteleros de la ciudad han cifrado la estancia media en 1,59 noches, esto es, un incremento del 1,20% respecto a la cifra publicada un año antes (1,57 noches) y superior al 16% si lo comparamos con la obtenida en el año 2000.

Como se observa en el siguiente gráfico, desde el año 2000, este indicador ha seguido una tendencia de crecimiento constante, lo que es indicativo de la buena salud del sector turístico de la ciudad de Córdoba.

El valor alcanzado es muy significativo no por su incremento, sino porque representa el punto más elevado logrado por esta variable.

Estancia media en establecimientos hoteleros (noches)



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



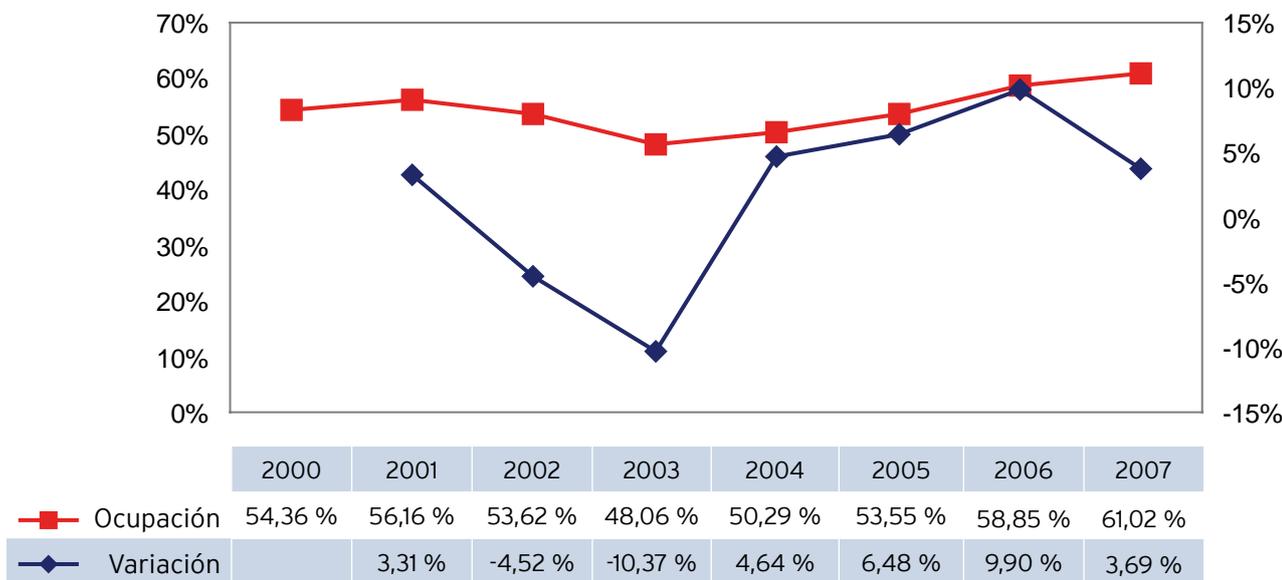


Máximo valor alcanza también el grado de ocupación de los establecimientos hoteleros de la ciudad, estimado en el 61,02%.

Del gráfico se deduce que tras dos años consecutivos de recesión en la ocupación hotelera -motivada por la apertura

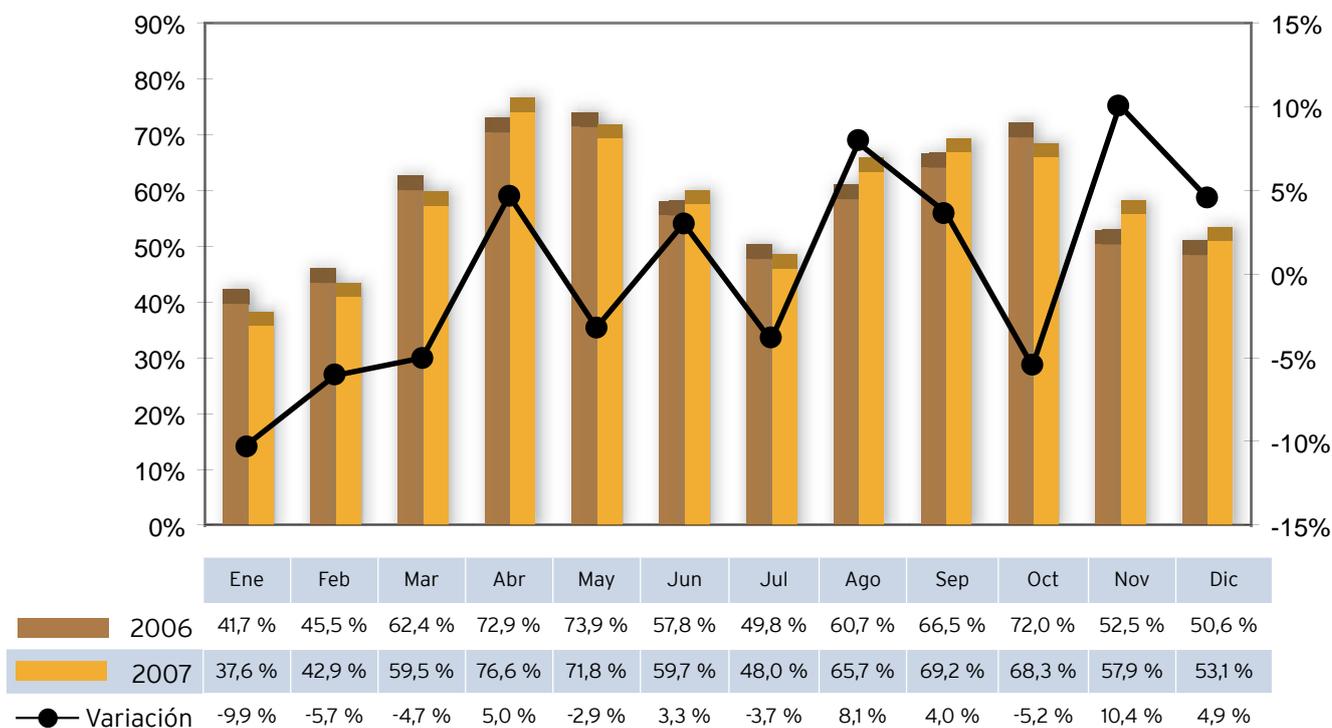
de nuevos establecimientos hoteleros y el consiguiente incremento de plazas- el buen momento turístico que vive la ciudad se ha traducido también en una considerable mejora en los niveles de ocupación hotelera que, desde 2004, están creciendo a buen ritmo.

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

España es uno de los principales destinos mundiales gracias a su clima y oferta lúdica, sin embargo, un amplio porcentaje de turistas nos visita atraídos por el valor de sus monumentos y la singularidad de su cultura, uno de los grandes alicientes del turismo interior.

El turismo cultural constituye un fuerte atractivo para los flujos turísticos, y el caso de la ciudad de Córdoba es un claro ejemplo de ello, puesto que su riqueza patrimonial fomenta el continuo movimiento de viajeros con fines turístico-culturales.

Este apartado está dedicado al estudio de la oferta cultural de la ciudad.

El saldo agregado de visitas a los diferentes monumentos y museos de la ciudad de Córdoba no hace sino confirmar la vitalidad del sector turístico de la capital en el momento presente.

Entre todos los centros turísticos han sumado 2.510.698 entradas, esto es un 4,13% más que la cifra obtenida un año antes, cuando, recordemos, se había producido un crecimiento de iguales proporciones (4,4%). Podemos afirmar por tanto que, el turismo cultural es, desde hace unos años, un sector en auge en nuestra ciudad.

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/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06
1º Trim.	58.560	-3,54%	1º Trim.	42.717	2,36%	1º Trim.	82.930	15,40%	1º Trim.	229.483	7,86%
2º Trim.	107.128	1,96%	2º Trim.	62.119	-2,95%	2º Trim.	141.030	-0,75%	2º Trim.	415.915	-3,25%
3º Trim.	65.348	-0,83%	3º Trim.	39.941	0,35%	3º Trim.	104.850	11,94%	3º Trim.	298.337	2,18%
4º Trim.	68.525	-13,75%	4º Trim.	50.675	6,36%	4º Trim.	98.200	1,50%	4º Trim.	269.417	-0,22%
Total Anual	299.561	-3,72%	Total Anual	195.452	1,17%	Total Anual	427.010	5,60%	Total Anual	1.213.152	0,71%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06
1º Trim.	cerrado	--	1º Trim.	cerrado	--	1º Trim.	12.552	-7,98%	1º Trim.	13.230	-4,25%
2º Trim.	713	--	2º Trim.	cerrado	--	2º Trim.	17.812	-5,14%	2º Trim.	18.809	7,12%
3º Trim.	4.739	--	3º Trim.	cerrado	--	3º Trim.	9.531	7,07%	3º Trim.	10.497	-12,76%
4º Trim.	5.450	--	4º Trim.	cerrado	--	4º Trim.	16.058	10,87%	4º Trim.	14.382	-8,45%
Total Anual	10.902	--	Total Anual	cerrado	--	Total Anual	55.953	0,27%	Total Anual	56.918	-3,72%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
	VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06
1º Trim.	13.148	-5,40%	1º Trim.	15.536	117,56%	1º Trim.	4.902	-9,19%	1º Trim.	cerrado	--
2º Trim.	20.832	16,54%	2º Trim.	16.750	-10,51%	2º Trim.	7.265	0,37%	2º Trim.	cerrado	--
3º Trim.	13.388	7,68%	3º Trim.	10.181	19,01%	3º Trim.	4.141	-50,71%	3º Trim.	cerrado	--
4º Trim.	17.308	10,57%	4º Trim.	16.583	32,15%	4º Trim.	10.062	-6,94%	4º Trim.	cerrado	--
Total Anual	64.676	8,05%	Total Anual	59.050	25,74%	Total Anual	26.370	-17,20%	Total Anual	cerrado	--
BAÑOS CALIFALES			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES					
	VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06
1º Trim.	12.759	--	1º Trim.	8.696	-0,07%	1º Trim.	494.513	7,31%			
2º Trim.	13.416	--	2º Trim.	20.147	21,73%	2º Trim.	841.936	0,42%			
3º Trim.	10.440	--	3º Trim.	9.959	9,68%	3º Trim.	581.352	4,12%			
4º Trim.	15.252	21,36%	4º Trim.	10.985	9,76%	4º Trim.	592.897	-0,23%			
Total Anual	51.867	--	Total Anual	49.787	--	Total Anual	2.510.698	4,13%			

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



La discriminación entre monumentos y museos aporta resultados diferentes. Aunque en términos cuantitativos los registros de visitas de los monumentos eclipsan la de los museos, la evolución anual de los segundos ha sido francamente destacable.

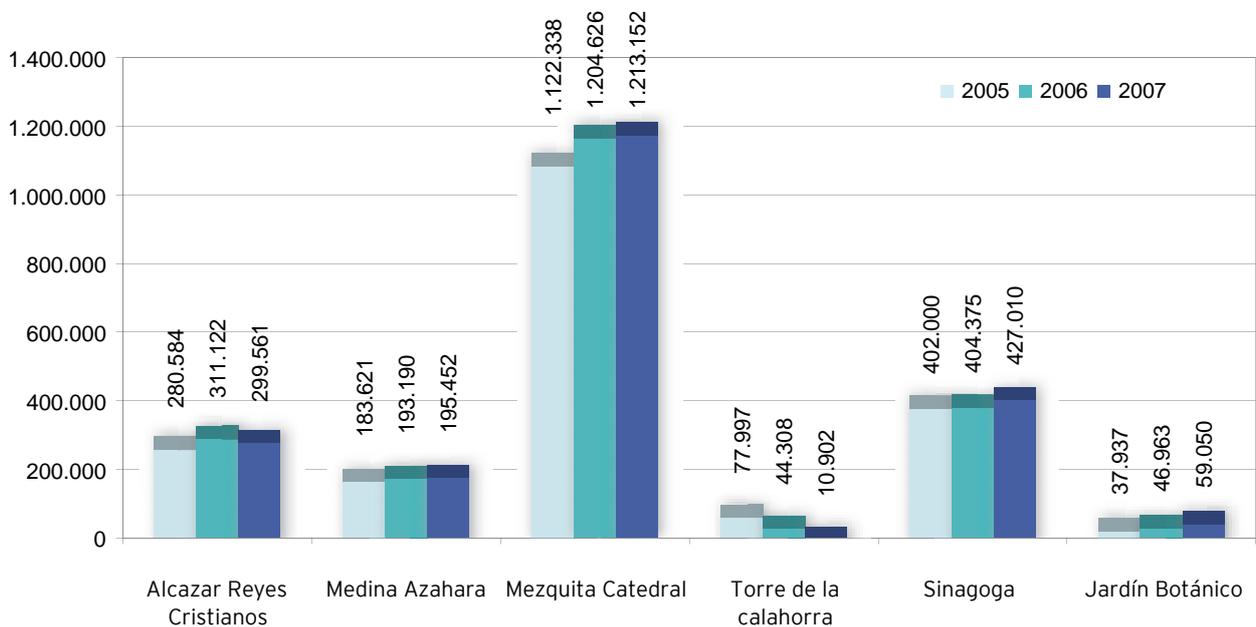
Los monumentos acapararon en 2007 el 88% de la demanda cultural, sin embargo, su tendencia ha sido levemente descendente (-0,30%). Contrariamente, los museos, que tan solo reciben el 12% de las visitas, han experimentado respecto a 2006 un destacadísimo crecimiento del 51,36%.

Distribución de las entradas según tipo de centro cultural



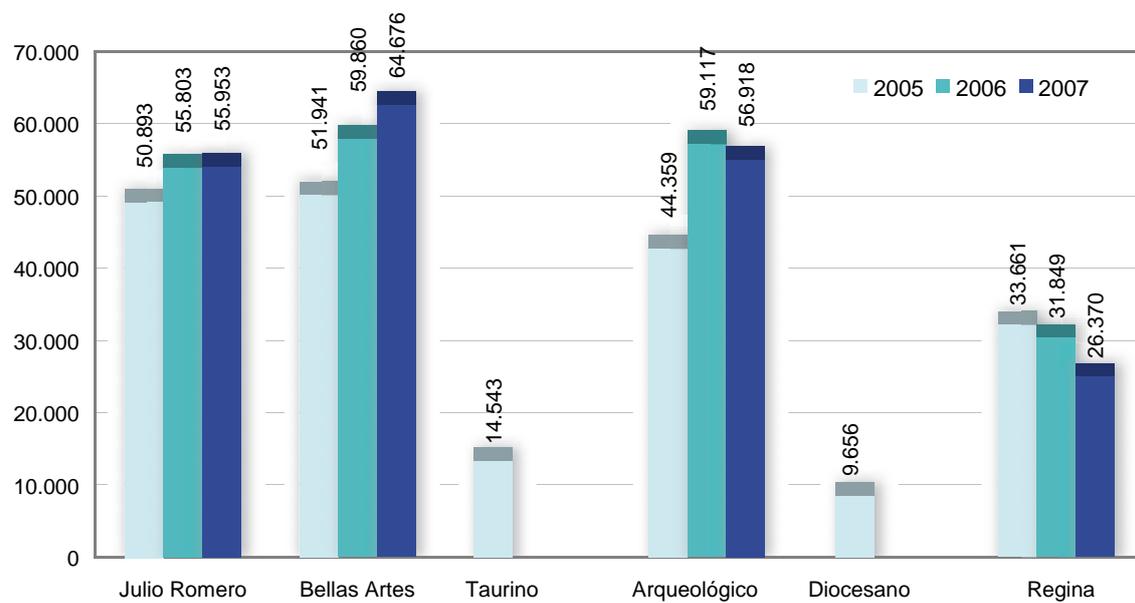
Fuente: Delegación de Cultura: Junta de Andalucía. Unidad de Museos. Ayuntamiento de Córdoba. Elaboración propia, ESECA.

Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2005-2007



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 2005-2007



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





4. CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN CÓRDOBA

A lo largo de 2007 el Observatorio Turístico de Córdoba ha elaborado cuatro boletines trimestrales relativos al estudio de la demanda y características del modelo turístico de la ciudad de Córdoba. 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 2007.

Los turistas que han visitado Córdoba durante el año 2007 son españoles en su mayoría. Los procedentes de la Unión Europea se aproximan al 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, sin duda imputable más a razones de la demanda turística que a razones relacionadas con la oferta cordobesa.

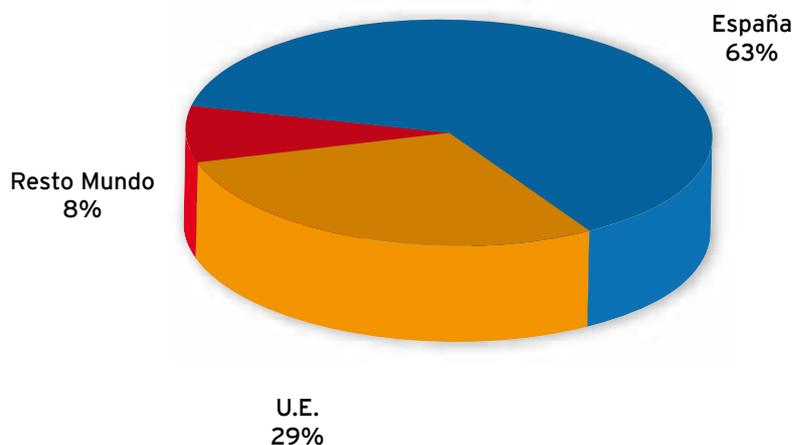
Los cuatro principales países proveedores de turistas a Córdoba fueron Francia, Reino Unido, Italia y Alemania,

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 en sus dos terceras partes, con leve predominio del sudamericano sobre el norteamericano. Éste ha replegado sus 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.

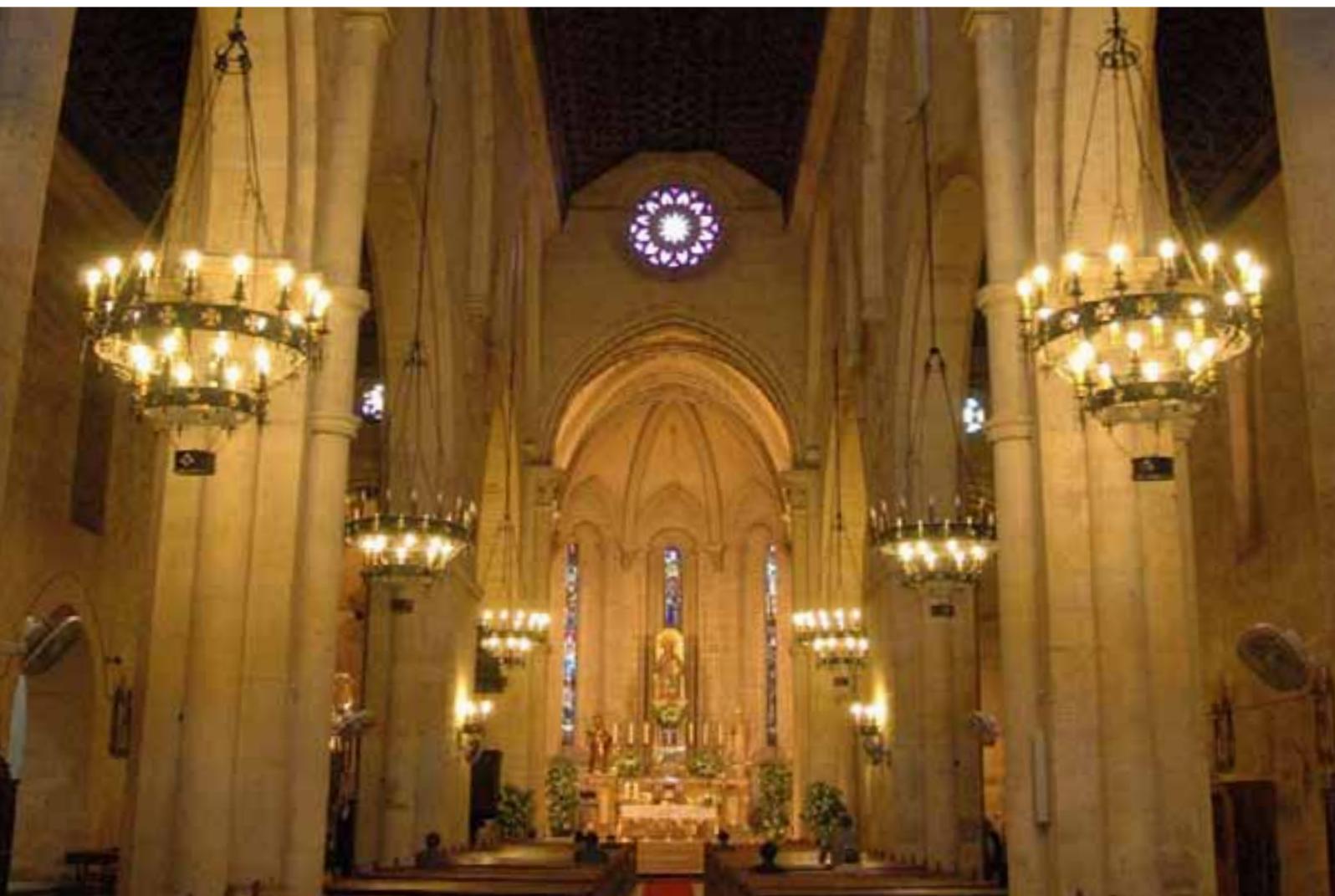
En cuanto al turismo español, dos fueron los rasgos más destacados en 2007: el mantenimiento del orden y significado de las cuatro comunidades autónomas que más turistas emiten hacia Córdoba (Andalucía, Madrid, Cataluña y Valencia), y el notable incremento de los turistas andaluces, que acrecienta la dimensión regional de nuestro turismo hasta hacerla equivalente en cifras con el europeo, lo cual reporta ventajas e inconvenientes claramente perceptibles.

Procedencia de los turistas



2007	
	%
Total España	62,46
Andalucía	28,67
Madrid	17,44
Cataluña	8,93
Valencia	8,85
Castilla León	6,96
Resto España	29,15
Total UE.	29,32
Francia	29,77
Reino Unido	19,53
Italia	16,28
Alemania	14,42
Resto UE.	20,00
Total R. Mundo	8,22
Sudamérica	37,40
Norte América	30,53
Otros países	32,05

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



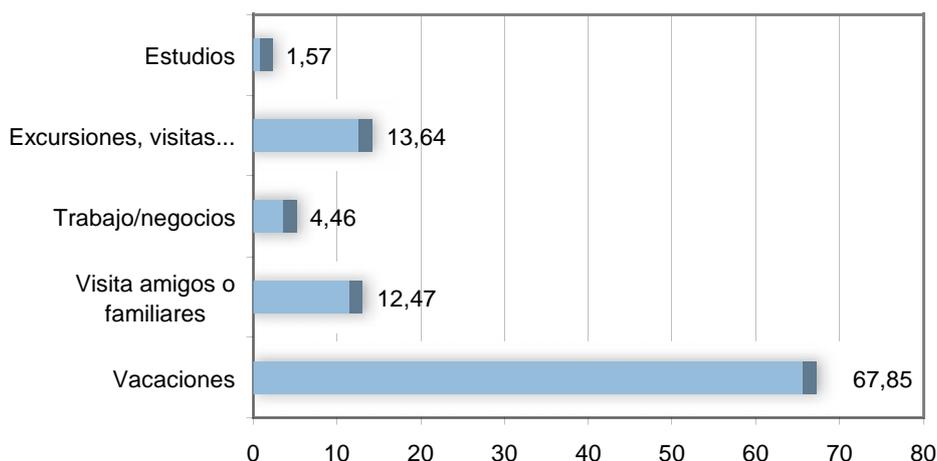


El turismo y viaje hasta Córdoba tiene una motivación cultural y se tipifica como viaje de vacaciones, con independencia del momento del año en que se realice y de la mayor o menor duración de las mismas. Así lo declara más de las dos terceras partes de los encuestados.

Los viajes por estudios a Córdoba son exigüos numéricamente (1,5%), pero tienen un gran valor simbólico por su-

perponer 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 5% de las visitas, lo cual supone una proporción moderada 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.

Tipo de viaje que está realizando

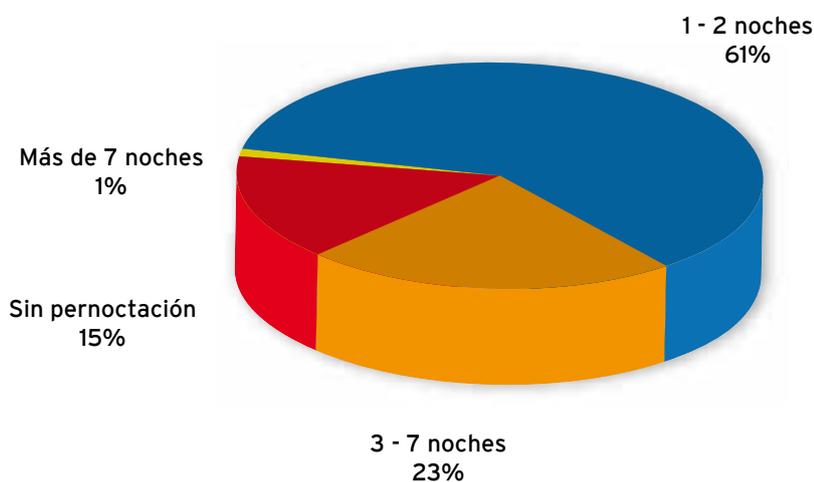


Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

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 dos hechos: la disminución de los excursionistas durante el año 2007 hasta el 15% de los

visitantes y, en segundo lugar, el aumento de las pernoctaciones propiamente habidas, entre las cuales se aprecia durante el año 2007 el rasgo muy positivo del aumento general y en particular de las comprendidas entre tres y siete noches.

Duración de la estancia

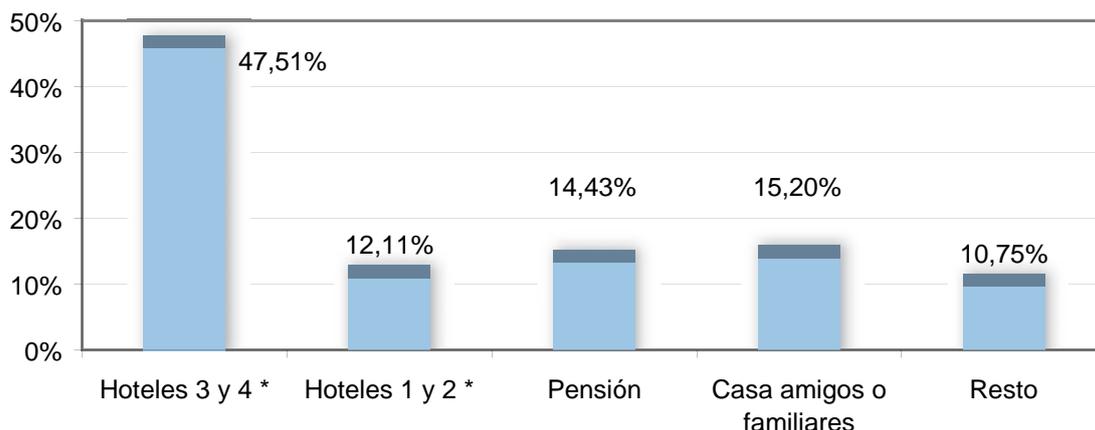


Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

En cuanto a tipo de alojamiento, la distribución de los turistas en 2007 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 supe-

rior categoría; la otra mitad se distribuye de modo casi equivalente entre los restantes tipos de establecimientos. 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 y exclusiva de la ciudad cordobesa en el orden turístico nacional.

Tipo de Alojamiento

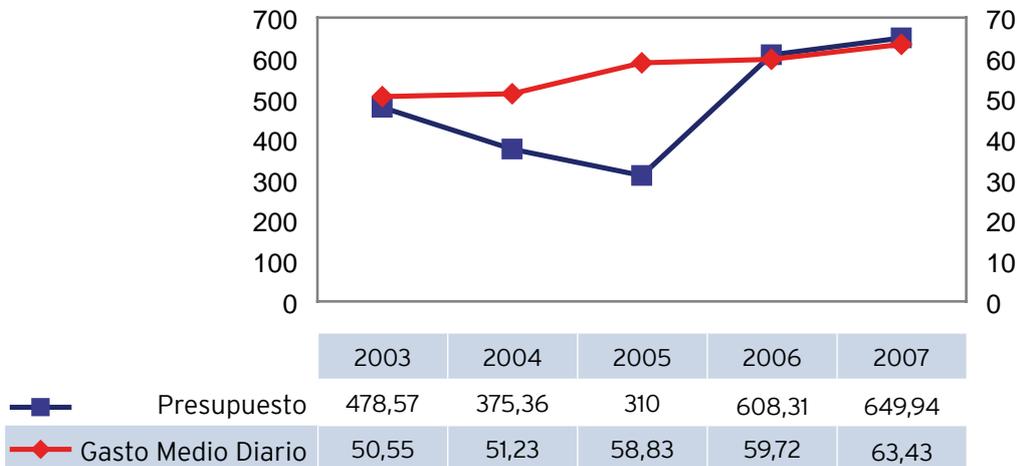


Fuente: Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, ESECA.

El presupuesto medio de los turistas que nos visitaron en 2007 fue de 650 Euros. Esta cifra supone un incremento del 8% con relación al año anterior 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´5

Euros, habiendo experimentado un crecimiento similar al del presupuesto. 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.

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.

De los datos de edad 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. Con-

cuente y lógicamente resulta un modelo turístico integrado en un 80 % por personas en plenitud laboral.

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 de las prácticas turísticas. 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

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
EDAD					
Menor de 10 años	7,00%	7,47%	6,42%	7,20%	5,91%
10 - 18 años	7,64%	8,05%	6,95%	7,29%	9,86%
18 - 29 años	26,97%	27,53%	25,78%	27,72%	21,41%
30 - 44 años	31,77%	31,36%	32,19%	31,70%	32,68%
45 - 65 años	20,85%	20,07%	22,35%	20,34%	24,23%
65 años y más	5,76%	5,52%	6,31%	5,75%	5,91%

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

En cuanto a la duración de la estancia, los hechos más significativos son la disminución del porcentaje de no pernoctaciones hasta el 14,6% y, en sentido contrario, el aumento de las pernoctaciones en general y particularmente las de mayor duración (de tres a siete noches) con relación al año 2006, que ya fue un año muy positivo para el turismo cordobés.

Consecuencia de lo antedicho es la prolongación de la estancia media hasta dos noches, advirtiéndose de nuevo 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	14,60%	16,68%	11,40%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	61,16%	57,15%	67,58%	71,62%	0,00%
3 - 7 noches	23,38%	25,43%	19,92%	27,38%	0,00%
Más de 7 noches	0,86%	0,74%	1,10%	1,01%	0,00%
Media	2,01	2,06	1,93	2,27	0

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 de los huéspedes que pernoctan en Córdoba en 2007.

Las principales diferencias entre turistas españoles y extranjeros radican en que éstos tienen un mayor grado de presencia en los hoteles de categoría superior y en las pensiones, mientras que los españoles, por razones de parentesco o proximidad social, pernoctan en mucha ma-

yor proporción en casa de amigos o familiares: más del 21% de los turistas españoles que vienen a Córdoba, lo cual es un dato 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 *	47,51%	45,52%	50,54%	47,61%	66,67%
Hoteles 1 y 2 *	12,11%	11,92%	12,33%	12,17%	0,00%
Pensión	14,43%	11,53%	19,26%	14,50%	0,00%
Casa amigos o familiares	15,20%	21,28%	6,16%	15,21%	33,33%
Resto	10,75%	9,75%	11,71%	10,50%	0,00%

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

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.

Entre las cuestiones de detalle que muestran los datos, destacamos el alto porcentaje de gestión directa del transporte por parte de los excursionistas, y cómo el 18,6% de los turistas que no se hospedan en Córdoba se integra en un viaje organizado por agencia. De aquí se deduce 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.



Reservas efectuadas por el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
EFFECTUÓ RESERVA					
Sí	73,98%	64,19%	89,73%	79,33%	41,64%
No	26,02%	35,81%	10,27%	20,67%	58,36%
TIPO DE RESERVA					
Viajes organizado por agencia	10,82%	9,25%	12,11%	10,15%	18,62%
Alojamiento por agencia	17,26%	23,83%	11,59%	18,02%	8,27%
Alojamiento directamente	37,07%	42,21%	32,19%	38,55%	20,69%
Transporte por agencia	7,61%	4,23%	10,77%	6,83%	17,24%
Transporte directamente	27,25%	20,49%	33,33%	26,45%	35,17%

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 62 a 38 con relación a los extranjeros, pese a que la presencia de éstos 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.

Lugar de residencia del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
LUGAR DE RESIDENCIA					
España	62,46%	100,00%	0,00%	61,16%	71,08%
Unión Europea	29,32%	0,00%	78,04%	30,67%	20,21%
Resto del mundo	8,22%	0,00%	21,96%	8,16%	8,71%

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



Durante 2007 se ha consolidado la modalidad de viaje en pareja, que supone el 41% de los visitantes, como corresponde al protagonismo de la misma en la sociedad actual. Le sigue la modalidad de viaje en grupo de amigos y disminuye la modalidad de turismo familiar, lo cual repercute en la escasa concurrencia de turistas de edad infantil. La modalidad de viaje en solitario supone el 10% de los turistas.

Cuestión destacada al margen de las comentadas es 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.

Modalidad del grupo en que viaja el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO Pernocta
GRUPO					
Solo	11,70%	11,71%	10,78%	11,41%	12,20%
Pareja	41,06%	41,03%	41,47%	41,89%	36,93%
Familia	23,04%	24,08%	21,69%	23,47%	20,91%
Amigos	24,20%	23,18%	26,06%	23,23%	29,97%

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

Las motivaciones del viaje a Córdoba 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, sólo incardinable en este contexto de vacaciones largas. 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. 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.

Motivos del viaje del turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO Pernocta
MOTIVOS DEL VIAJE					
Vacaciones	67,85%	59,61%	81,04%	69,80%	57,64%
Visita amigos o familiares	12,47%	16,83%	5,46%	13,40%	7,29%
Trabajo / negocios	4,46%	5,91%	1,91%	3,75%	8,68%
Excursiones, visitas...	13,64%	16,34%	9,55%	11,85%	24,31%
Estudios	1,57%	1,31%	2,05%	1,19%	2,08%

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 64% de los mismos), mientras que la mayoría de los extranjeros accede a

nuestra ciudad en tren (48%) o en coche alquilado (24%). 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.

Transporte utilizado por el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
MEDIO DE TRANSPORTE					
Coche propio	43,09%	63,75%	9,84%	42,93%	44,79%
Coche alquilado	10,48%	2,13%	24,04%	11,47%	4,86%
Avión regular	0,10%	0,00%	0,27%	0,12%	0,00%
Autobús regular	12,00%	9,66%	15,57%	12,13%	10,76%
Autobús discrecional	2,08%	2,13%	2,05%	1,01%	8,33%
Moto	0,15%	0,16%	0,14%	0,18%	0,00%
Tren	32,10%	22,18%	48,09%	32,16%	31,25%

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 las: la percepción cultural de la ciudad y, como tal, la decisión personal e iniciativa propia de viajar hasta ella.

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 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% 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.

¿Cómo eligió destino el turista que visita Córdoba?

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
CÓMO ELIGIÓ DESTINO					
Recomendación agencia viaje	2,85%	1,57%	5,06%	2,93%	2,45%
Recomendación amigos o familiares	16,23%	15,75%	17,37%	17,38%	9,44%
Cultura general	26,82%	25,23%	29,69%	24,91%	38,46%
Iniciativa propia	41,58%	46,99%	32,56%	42,17%	38,11%
Experiencia propia	3,00%	3,54%	2,05%	2,99%	2,80%
Folletos turísticos	1,17%	0,58%	2,05%	1,31%	0,35%
Oferta o folleto touroperador	1,17%	0,66%	1,92%	1,08%	1,75%
Anuncios en prensa o TV	0,71%	0,41%	1,23%	0,78%	0,35%
Clubes o asociaciones	1,68%	1,73%	1,64%	1,43%	2,80%
Internet	4,78%	3,54%	6,43%	5,02%	3,50%

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

similares. 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.

Actividades que realiza durante su visita el turista que visita Córdoba

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
ACTIVIDADES QUE REALIZAN					
Compras	5,51%	4,12%	7,69%	5,33%	6,41%
Espectáculos, teatro, conciertos	1,57%	1,27%	2,03%	1,70%	0,48%
Pasear / recorrer la ciudad	25,46%	25,60%	25,18%	25,21%	27,40%
Descansar	8,12%	8,82%	7,17%	8,61%	4,49%
Visitas a familiares o amigos	6,80%	9,32%	3,11%	6,84%	6,57%
Congresos	0,31%	0,43%	0,14%	0,29%	0,48%
Trabajo	1,57%	2,01%	0,80%	1,24%	3,84%
Actividades gastronómicas	13,40%	12,32%	15,18%	13,39%	13,78%
Actividades deportivas	0,09%	0,09%	0,09%	0,11%	0,00%
Actividades diversión	6,97%	6,72%	7,26%	7,64%	1,76%
Visitas culturales	30,19%	29,31%	31,35%	29,64%	34,77%

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





El presupuesto medio del viaje durante 2007 ha sido de 650 Euros, 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 69 a 120 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 alta, algo más de un tercio de renta media y la décima 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.

Datos Económicos

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TURISTAS	NO PERNOCTA
PRESUPUESTO VIAJE					
Total	649,94	344,44	1.189,76	669,80	470,90
Diario	87,81	68,93	120,43	90,19	74,89
GASTO MEDIO DIARIO					
Dato Media	63,43	58,52	70,92	66,48	46,32
NIVEL DE RENTA					
Alta	51,29%	46,76%	58,94%	51,73%	48,61%
Media	35,73%	36,51%	34,52%	35,60%	36,46%
Baja	12,98%	16,74%	6,55%	12,68%	14,93%

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 turístico y de la comparación intraanual.

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

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

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 en la segunda mitad del año, y de hospedaje en casa de amigos o familiares durante la primera parte.
4. Equivalencia en la proporción de quienes efectúan reservas de viaje y quienes no durante todo el año; menor participación de las agencias en la organización de viaje durante el primer trimestre y mayor gestión directa de alojamiento en el mismo período.

Características del turista que visita Córdoba. Análisis Trimestral

	1º Tr.	2º Tr.	3º Tr.	4º Tr.
PERFIL				
EDAD				
Menor de 10 años	5,52%	8,94%	9,61%	2,13%
10 - 18 años	6,82%	11,00%	9,46%	0,85%
19 - 29 años	31,33%	23,66%	27,51%	25,59%
30 - 44 años	30,19%	30,81%	28,97%	39,45%
45 - 65 años	19,97%	21,32%	17,76%	25,80%
Mayor de 65 años	6,17%	4,26%	6,70%	6,18%
DURACIÓN ESTANCIA				
Sin pernoctación	13,51%	16,41%	12,17%	16,34%
1 - 2 noches	61,09%	59,92%	62,68%	61,00%
3 - 7 noches	23,79%	23,09%	24,34%	22,22%
Mas de 7 noches	1,61%	0,57%	0,81%	0,44%
Media	13,51%	16,41%	12,17%	16,34%
TIPO DE ALOJAMIENTO				
Hoteles 3 y 4 *	42,13%	43,25%	51,28%	54,17%
Hoteles 1 y 2 *	11,57%	13,50%	12,53%	10,68%
Pensión	13,66%	14,65%	13,69%	15,89%
Casa amigos o familiares	21,53%	16,02%	12,30%	10,42%
Resto	11,11%	12,59%	10,21%	8,85%
EFFECTUÓ RESERVA				
Sí	67,74%	77,12%	75,92%	75,17%
No	32,26%	22,88%	24,08%	24,83%
TIPO DE RESERVA				
Viajes organizado por agencia	8,46%	15,02%	11,35%	7,73%
Alojamiento por agencia	12,36%	14,83%	18,20%	24,32%
Alojamiento directamente	39,91%	36,12%	36,40%	35,91%
Transporte por agencia	6,51%	6,27%	8,14%	9,77%
Transporte directamente	32,75%	27,76%	25,91%	22,27%

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	65,27%	62,18%	54,36%	68,41%
Unión Europea	28,74%	30,50%	35,09%	22,44%
Resto del mundo	5,99%	7,33%	10,55%	9,15%
GRUPO				
Solo	18,36%	9,56%	8,92%	9,83%
Pareja	39,72%	37,48%	40,37%	47,38%
Familia	16,57%	26,39%	28,60%	20,31%
Amigos	25,35%	26,58%	22,11%	22,49%
TIPO DE VIAJE				
Vacaciones	52,89%	68,01%	71,28%	80,35%
Visita amigos o familiares	20,16%	10,15%	11,61%	7,64%
Trabajo / negocios	7,58%	4,02%	2,24%	3,93%
Excursiones, visitas...	16,37%	16,48%	13,65%	7,42%
Estudios	2,99%	1,34%	1,22%	0,66%

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

- 5.** Máximo turismo español durante los meses de Octubre a Diciembre y mínimo en verano, justamente al contrario que el turismo extranjero, que se concentra en el trimestre estival, con independencia de que provenga de los países del entorno europeo o de cualquier otra parte del mundo.
- 6.** Concurrencia del turismo individual en el primer trimestre del año, del familiar durante el verano, del viaje en pareja durante el otoño y presencia regular de los turistas de grupo 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

	1º Tr.	2º Tr.	3º Tr.	4º Tr.
MEDIO DE TRANSPORTE				
Coche propio	43,31%	39,89%	40,45%	49,34%
Coche alquilado	5,59%	12,79%	11,79%	11,79%
Avión regular	0,00%	0,00%	0,00%	0,44%
Autobús regular	16,17%	11,26%	13,41%	6,77%
Autobús discrecional	1,20%	3,05%	2,24%	1,75%
Moto	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%
Tren	33,13%	33,02%	32,11%	29,91%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO				
Recomendación agencia viajes	2,00%	2,71%	4,28%	2,40%
Recomendación amigos o familiares	21,84%	15,86%	15,68%	11,14%
Cultura general	18,44%	26,89%	27,70%	34,93%
Iniciativa propia	40,28%	42,17%	36,46%	47,82%
Experiencia propia	3,81%	2,71%	4,28%	1,09%
Folletos turísticos	1,00%	1,35%	2,24%	0,00%
Oferta o catálogo T.T.OO	1,20%	1,35%	1,63%	0,44%
Anuncios en prensa o TV	0,40%	0,58%	1,83%	0,00%
Clubes o asociaciones	3,21%	0,77%	2,04%	0,66%
Internet	7,82%	5,61%	3,87%	1,53%

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 en el primer trimestre del año, y curiosa y significativa influencia de la percepción cultural de nuestra ciudad como factor de atracción turística, que es máxima en el último trimestre del año y mínima durante el verano, que se corresponde a un flujo turístico de menor sentido cultural.





Visitas culturales

	1° Tr.	2° Tr.	3° Tr.	4° Tr.
Mezquita	92,51%	93,95%	94,64%	95,07%
Sinagoga	63,88%	53,23%	46,39%	49,78%
Medina Azahara	28,63%	33,06%	31,96%	35,87%
Alcázar R. Cristianos	88,99%	88,31%	75,26%	84,08%
Torre Calahorra	19,82%	5,44%	10,31%	10,99%
Palacio Viana	18,06%	18,75%	15,46%	16,14%
Ermitas	2,64%	1,81%	1,03%	1,12%
Museo J. Romero de Torres	23,35%	25,60%	15,46%	13,90%
Museo Arqueológico	18,94%	19,76%	21,65%	15,25%
Museo Bellas Artes	13,22%	8,06%	9,90%	4,48%
Museo Taurino	0,00%	0,00%	0,00%	0,22%
Museo Diocesano	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Jardín Botánico	7,05%	9,07%	10,52%	8,74%
Parque Zoológico	2,64%	1,41%	1,44%	2,47%
Casa de Sefarad	7,27%	20,36%	5,98%	6,05%
Otros	92,51%	93,95%	94,64%	95,07%

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.

Datos económicos

	1° Tr.	2° Tr.	3° Tr.	4° Tr.
PRESUPUESTO VIAJE				
Total	545,99	607,1	822	618,14
Diario	80,66	88,54	96,7	84,91
GASTO MEDIO DIARIO				
Dato Media	60,66	63,42	64,73	65,07
NIVEL DE RENTA				
Alta	51,51%	50,00%	48,07%	55,99%
Media	34,81%	37,40%	36,92%	33,55%
Baja	13,68%	12,60%	15,01%	10,46%

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 un viaje más largo, para el cual es necesario mayor disponibilidad económica.
12. Mayor nivel de renta de los turistas que nos visitaron durante el último trimestre, y menor en quienes lo hicieron durante 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.

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 sobremanera las puntuaciones alcanzadas en lo referente a actividades culturales y restauración.

Percepción turística

VALORACIÓN GENERAL	
Información y señalización	73,64%
Precios	72,39%
Carreteras	82,30%
Alojamiento	84,09%
Restauración	91,03%
Hospitalidad y trato	80,49%
Actividades culturales	92,62%
Zona comercial	78,80%
Seguridad ciudadana	85,73%
Limpieza	73,43%
Conservación de la ciudad	80,24%
VALORACIÓN MONUMENTOS Y MUSEOS	
Precio entradas	53,54%
Información	83,60%
Conservación Monumentos	73,95%
Horarios y días de visita	70,37%

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, como viene siendo habitual, se sitúa en el séptimo lugar en este ranking en lo que a esta variable se refiere.

Haciendo un análisis más detallado podemos observar como el número de viajeros alojados en Córdoba ha crecido en el último año un 6,14%, porcentaje que aumenta considerablemente si la comparación se realiza respecto a 2005 (9,80%) y aún más si ampliamos el periodo de análisis.

A excepción de San Sebastián, Sevilla y Salamanca, que pierden visitantes respecto a 2006, el resto de destinos mejoran su histórico de viajeros, con progresiones destacadas en Murcia y Santiago de Compostela (incrementos del 14,41% y 12,78% respectivamente).

Exceptuando Sevilla, que desciende levemente su cómputo de viajeros, el resto de destinos andaluces de características similares a la ciudad de la Mezquita -Granada y Málaga- experimentan incrementos comprendidos entre los 5 y 7 puntos porcentuales.

Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2003-2007

		VIAJEROS						
		2003	2004	2005	2006	2007	Var. 07/05	Var. 07/06
1	MADRID	4.783.336	5.320.066	5.914.561	6.745.123	7.311.145	23,61%	8,39%
2	BARCELONA	3.638.077	3.998.788	4.209.298	5.197.302	5.546.764	31,77%	6,72%
3	SEVILLA	1.459.208	1.529.461	1.724.514	1.847.892	1.832.650	6,27%	-0,82%
4	VALENCIA	1.074.903	1.116.443	1.286.963	1.561.166	1.661.401	29,09%	6,42%
5	GRANADA	1.236.502	1.238.626	1.349.683	1.429.282	1.509.478	11,84%	5,61%
6	ZARAGOZA	687.607	718.030	734.520	793.972	822.124	11,93%	3,55%
7	CÓRDOBA	628.243	665.003	695.133	719.090	763.249	9,80%	6,14%
8	MÁLAGA	441.131	424.127	454.731	668.359	714.370	57,10%	6,88%
9	BILBAO	408.801	461.943	527.412	609.740	636.611	20,70%	4,41%
10	SANTIAGO C.	402.704	622.484	543.002	512.843	578.359	6,51%	12,78%
11	SALAMANCA	470.953	526.371	554.016	582.057	577.789	4,29%	-0,73%
12	SAN SEBASTIÁN	396.456	420.917	425.581	478.253	468.596	10,11%	-2,02%
13	TOLEDO	380.330	413.496	437.391	452.647	466.933	6,75%	3,16%
14	MURCIA	308.335	300.011	332.150	371.524	425.071	27,98%	14,41%
15	VALLADOLID	275.858	281.080	299.156	318.155	349.387	16,79%	9,82%
16	BURGOS	296.578	342.867	335.273	340.631	343.437	2,44%	0,82%
17	ÁVILA	199.954	228.644	232.791	226.033	234.228	0,62%	3,63%

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





En cuanto a pernoctaciones, Córdoba se coloca en la octava posición, con incrementos del 7,57% y 10,71% respecto a los años 2006 y 2005.

En términos relativos, las evoluciones más significativas han correspondido a Murcia, Valencia y Santiago de Compostela, mientras que en el extremo opuesto se sitúan San Sebastián, Sevilla y Salamanca.

El comportamiento andaluz, exceptuando el caso de Sevilla, es favorable en términos generales, ya que Córdoba y Granada crecen por encima del 7% y Málaga lo hace a razón de un 2,85% anual.

Clasificación según número de pernoctaciones en la ciudad de Córdoba. Años 2003-2007

		PERNOCTACIONES						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	MADRID	10.376.183	11.276.675	12.302.086	13.238.562	14.232.082	15,69%	7,50%
2	BARCELONA	8.843.639	9.501.488	10.363.380	11.274.830	11.743.817	13,32%	4,16%
3	SEVILLA	2.796.802	2.966.716	3.269.519	3.471.110	3.413.141	4,39%	-1,67%
4	VALENCIA	2.092.471	2.156.867	2.490.059	2.789.241	3.160.106	26,91%	13,30%
5	GRANADA	2.089.453	2.144.450	2.365.642	2.548.356	2.734.545	15,59%	7,31%
6	ZARAGOZA	1.165.863	1.201.208	1.258.311	1.365.233	1.433.713	13,94%	5,02%
7	MÁLAGA	866.718	838.687	974.875	1.249.703	1.285.309	31,84%	2,85%
8	CÓRDOBA	929.359	1.032.254	1.095.783	1.127.767	1.213.148	10,71%	7,57%
9	SANTIAGO C.	871.814	1.322.506	1.139.546	1.032.444	1.163.134	2,07%	12,66%
10	BILBAO	732.129	845.306	953.195	1.052.355	1.102.442	15,66%	4,76%
11	SALAMANCA	788.452	886.085	924.271	1.005.948	997.803	7,96%	-0,81%
12	SAN SEBASTIÁN	767.602	807.684	848.084	914.871	880.508	3,82%	-3,76%
13	TOLEDO	582.846	640.434	680.520	730.880	744.267	9,37%	1,83%
14	MURCIA	510.522	508.592	553.134	591.917	684.189	23,69%	15,59%
15	VALLADOLID	519.362	491.753	507.837	520.319	554.158	9,12%	6,50%
16	BURGOS	454.512	490.208	476.777	500.915	518.944	8,84%	3,60%
17	ÁVILA	298.439	341.398	359.309	360.796	374.236	4,15%	3,73%

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

El análisis comparativo del grado de ocupación por plazas revela que Córdoba mejora nuevamente su presencia, adelantando un puesto su posición en el ranking, lo que la sitúa en el tercer lugar, con un nivel de ocupación del 61,02% y un crecimiento del 3,68% respecto a 2006 y del 13,94% en su comparativa respecto a 2005.

Como se aprecia en el cuadro, el comportamiento de esta variable es más irregular. El caso andaluz así lo demuestra: Córdoba y Granada mejoran sus saldos (incrementos del 3,68% y 3,30%) mientras que Sevilla, y sobre todo Málaga, experimentan descensos (-0,23% y -8,40%).

Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2003-2007

		GRADO DE OCUPACIÓN POR PLAZAS						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	BARCELONA	61,44	60,83	61,31	64,98	66,86	9,05%	2,89%
2	GRANADA	56,27	55,82	58,31	61,19	63,21	8,40%	3,30%
3	CÓRDOBA	48,06	50,29	53,55	58,85	61,02	13,94%	3,68%
4	SAN SEBASTIÁN	50,63	52,23	55,80	62,68	58,90	5,56%	-6,03%
5	MADRID	51,64	50,85	53,51	55,96	58,28	8,92%	4,15%
6	VALENCIA	51,25	48,62	50,29	54,68	56,09	11,53%	2,58%
7	SEVILLA	51,08	51,31	51,93	56,02	55,89	7,63%	-0,23%
8	ZARAGOZA	46,44	46,79	48,89	54,57	54,64	11,75%	0,12%
9	SALAMANCA	47,06	47,06	50,63	56,11	53,94	6,53%	-3,87%
10	BILBAO	43,86	47,68	47,55	51,41	52,02	9,41%	1,19%
11	TOLEDO	50,52	51,49	50,31	51,56	50,96	1,30%	-1,16%
12	MÁLAGA	52,48	48,08	47,85	55,12	50,49	5,52%	-8,40%
13	SANTIAGO C.	41,40	55,28	46,70	47,19	48,91	4,74%	3,65%
14	MURCIA	45,13	41,48	42,31	45,16	47,30	11,79%	4,73%
15	BURGOS	42,88	45,93	44,05	45,47	44,20	0,33%	-2,80%
16	VALLADOLID	46,02	46,04	48,38	47,95	44,11	-8,83%	-8,01%
17	ÁVILA	44,51	49,46	45,33	44,21	41,34	-8,80%	-6,49%

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

La estancia media es el principal escollo que presenta Córdoba en su comparativa con el resto de destinos culturales puesto que se sitúa en el decimoquinto lugar del ranking, lo que supone la recuperación de un escalón respecto al año anterior.

La evolución de la estancia media en la ciudad de Córdoba a lo largo de los cinco años objeto de estudio ha sido lenta pero positiva. Esta variable alcanza en Córdoba las

1,59 noches de media, lo que supone un incremento del 1,24% respecto a la cifra obtenida un año antes.

Nuestra ciudad se encuentra aún lejos 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 2003-2007

		ESTANCIA MEDIA						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	BARCELONA	2,43	2,38	2,46	2,16	2,12	-13,93%	-1,98%
2	SANTIAGO C.	2,16	2,12	2,10	2,04	2,01	-4,23%	-1,42%
3	MADRID	2,17	2,12	2,08	1,96	1,95	-6,41%	-0,68%
4	VALENCIA	1,95	1,93	1,93	1,79	1,90	-1,45%	6,26%
5	SAN SEBASTIAN	1,94	1,92	1,99	1,88	1,88	-5,58%	-0,05%
6	SEVILLA	1,92	1,94	1,90	1,88	1,86	-1,98%	-0,94%
7	GRANADA	1,69	1,73	1,75	1,79	1,81	3,52%	1,21%
8	MÁLAGA	1,96	1,98	2,14	1,87	1,80	-15,92%	-3,79%
9	ZARAGOZA	1,70	1,68	1,71	1,72	1,74	1,98%	1,39%
10	BILBAO	1,79	1,83	1,81	1,71	1,73	-4,32%	1,27%
11	SALAMANCA	1,67	1,68	1,67	1,74	1,73	3,41%	-0,75%
12	MURCIA	1,66	1,70	1,67	1,59	1,61	-3,62%	1,23%
13	ÁVILA	1,49	1,49	1,54	1,60	1,60	3,75%	-0,14%
14	TOLEDO	1,53	1,55	1,56	1,62	1,59	2,18%	1,61%
15	CÓDOBA	1,48	1,56	1,58	1,57	1,59	0,60%	1,24%
16	VALLADOLID	1,88	1,75	1,70	1,63	1,59	-6,70%	-2,69%
17	BURGOS	1,53	1,43	1,42	1,48	1,51	6,41%	2,10%

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

Una vez analizada la demanda hotelera, y para concluir nuestro análisis comparativo, estudiaremos los indicadores que mejor reflejan la oferta hotelera de nuestra ciudad.

El primer indicador objeto de estudio es el personal empleado en el sector. En él aparecen recogidos tanto el personal remunerado como el que no lo está.

Córdoba registra en el último año un total de 813 personas empleadas, lo que supone un incremento del 4,65%. Esta cifra sitúa a la ciudad en la decimosegunda posición del ranking de destinos y la nueva recuperación de un lugar en la escala.

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



Clasificación según personal empleado. Años 2003-2007

		PERSONAL EMPLEADO						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	MADRID	9.174	10.083	10.627	11.215	11.874	11,73%	5,87%
2	BARCELONA	7.096	7.508	8.709	9.377	9.558	9,75%	1,93%
3	SEVILLA	2.784	2.728	2.930	2.919	2.908	-0,75%	-0,39%
4	VALENCIA	1.687	1.844	2.060	2.302	2.864	39,01%	24,38%
5	GRANADA	1.535	1.559	1.663	1.818	1.940	16,63%	6,70%
6	ZARAGOZA	1.105	1.079	1.099	1.145	1.189	8,20%	3,82%
7	BILBAO	991	986	1.115	1.144	1.182	5,96%	3,24%
8	MALAGA	777	743	858	1.159	1.180	37,51%	1,84%
9	SANTIAGO C.	829	970	1.015	995	1.055	3,97%	6,05%
10	SAN SEBASTIAN	830	810	882	851	850	-3,65%	-0,14%
11	TOLEDO	632	696	752	804	815	8,32%	1,37%
12	CORDOBA	798	824	827	777	813	-1,76%	4,65%
13	SALAMANCA	630	749	757	794	807	6,57%	1,60%
14	VALLADOLID	577	531	561	592	650	15,78%	9,71%
15	MURCIA	428	488	493	520	608	23,26%	16,80%
16	BURGOS	397	411	462	524	526	13,91%	0,48%
17	AVILA	245	257	367	353	382	4,00%	8,17%

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. Sevilla y Granada se encuentran en los primeros puestos de la clasificación, con 163 y 154 establecimientos respectivamente. Málaga vuelve a ocupar la octava posición,

con 90 locales funcionando. No obstante, mientras que Granada ha visto reducido en una unidad su cómputo de establecimientos, el resto de destinos andaluces han incorporado nuevos negocios a su infraestructura. De esta forma, Sevilla crece a razón de un 2,62% anual, Córdoba un 3,24% y Málaga el 12,6%.





Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2003-2007

		ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	MADRID	827	799	823	816	809	-1,75%	-0,91%
2	BARCELONA	412	393	420	427	422	0,38%	-1,27%
3	SEVILLA	149	150	164	159	163	-0,51%	2,62%
4	GRANADA	138	144	152	155	154	1,43%	-0,54%
5	SANTIAGO C.	160	160	158	132	150	-4,80%	13,95%
6	VALENCIA	98	97	111	115	119	6,83%	3,12%
7	SALAMANCA	92	92	93	92	94	0,54%	1,63%
8	MALAGA	75	76	73	80	90	23,40%	12,60%
9	ZARAGOZA	96	94	93	91	89	-4,66%	-2,56%
10	SAN SEBASTIAN	77	77	83	86	88	5,52%	1,84%
11	CORDOBA	77	80	79	74	77	-2,95%	3,24%
12	BURGOS	67	63	58	52	63	8,48%	20,99%
13	TOLEDO	52	55	59	61	62	5,37%	1,91%
14	VALLADOLID	50	37	36	36	42	16,20%	16,20%
15	BILBAO	33	34	37	39	40	6,98%	1,50%
16	MURCIA	33	35	37	35	38	1,35%	7,14%
17	AVILA	30	30	33	34	36	9,85%	6,62%

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

La apertura de tres nuevos negocios en Córdoba durante el último año ha tenido su reflejo en el número de plazas, que han visto crecer su capacidad un 3,76%.

En la actualidad Córdoba oferta 5.523 plazas, cifra que la sitúa en la décima posición de destinos turísticos nacionales.

Sevilla, pese a perder un 1,44% de plazas, sigue ocupando el tercer lugar de la lista; Granada, en el quinto lugar, mejora sus resultados un 3,87%, mientras que el crecimiento experimentado por la capital malagueña (el 12,28%) ha sido uno de los más significativo del periodo, lo que la coloca en el séptimo escalón del ranking.



Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2003-2007

		PLAZAS ESTIMADAS						
		2003	2004	2005	2006	2007	var. 07/05	var. 07/06
1	MADRID	55.053	60.306	62.599	65.714	67.833	8,36%	3,22%
2	BARCELONA	39.432	42.240	46.036	48.199	48.792	5,99%	1,23%
3	SEVILLA	15.002	15.653	17.043	17.212	16.964	-0,47%	-1,44%
4	VALENCIA	11.181	12.032	13.483	14.170	15.650	16,07%	10,44%
5	GRANADA	10.172	10.309	10.940	11.569	12.017	9,85%	3,87%
6	ZARAGOZA	6.877	6.963	6.994	6.949	7.289	4,22%	4,90%
7	MALAGA	4.524	4.723	5.495	6.298	7.071	28,69%	12,28%
8	SANTIAGO C.	5.770	6.436	6.562	6.078	6.606	0,67%	8,68%
9	BILBAO	4.572	4.805	5.451	5.686	5.886	7,99%	3,52%
10	CORDOBA	5.296	5.701	5.684	5.323	5.523	-2,84%	3,76%
11	SALAMANCA	4.588	5.067	4.935	4.980	5.139	4,13%	3,18%
12	SAN SEBASTIAN	4.154	4.153	4.075	4.054	4.152	1,90%	2,43%
13	TOLEDO	3.160	3.342	3.653	3.938	4.057	11,05%	3,01%
14	MURCIA	3.099	3.342	3.573	3.641	4.018	12,46%	10,36%
15	VALLADOLID	3.092	2.899	2.857	3.014	3.490	22,15%	15,78%
16	BURGOS	2.905	2.890	2.936	3.060	3.262	11,09%	6,59%
17	AVILA	1.837	1.890	2.155	2.267	2.515	16,68%	10,92%

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



