



INFORME 2011

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Principales noticias año 2011	2
1.2. Avance noticias año 2012	8
2. Oferta Turística	9
2.1. Hoteles	9
2.2. Restaurantes	19
3. Demanda Turística	21
3.1. Evolución de la demanda hotelera	21
3.2. Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos	30
3.3. Procedencia de los visitantes. Mercados emisores	33
3.3.1. Mercados emisores nacionales	33
3.3.2. Mercados emisores extranjeros	34
3.4. Visitas a centros de interés turístico	37
4. Congresos y reuniones	40
5. Encuesta de Coyuntura Turística	46
5.1. Motivación principal del viaje	46
5.2. Percepción turística de los visitantes	47
6. Comparativa con otros destinos culturales	49

1. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la crisis la ciudad de Córdoba ha registrado dos descensos consecutivos de visitantes en los años 2008 y 2009, mientras que ha encadenado sendas subidas en 2010 y 2011. Además en esta evolución destaca que la ciudad haya alcanzado su record de visitas y pernoctaciones en este período de desaceleración económica, pues hasta ahora el máximo de turistas se había logrado en 2007.

Como consecuencia de todo lo anterior, el año 2011 fue el mejor año turístico con un crecimiento del 12,97% en número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad, dato que mejora notablemente el crecimiento del 4,85% del año anterior. Por su parte las pernoctaciones alcanzaron la cifra de 1.236.628 con un crecimiento similar al de viajeros, un 12,11%.

En este incremento ha tenido gran influencia la mejora del turismo extranjero que ha aumentado un 23,68% en viajeros y un 23,80% en pernoctaciones, mientras que la llegada de viajeros nacionales ha sido más reducida con un crecimiento del 5,86% y del 5,17% en pernoctaciones.

Esta evolución positiva ha permitido situar a la ciudad de Córdoba encabezar la lista de las diez ciudades reconocidas por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad de las que facilita datos el INE. Excluyendo Ibiza y La Laguna pues sus cifras están afectadas por el turismo de sol y playa.

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

Como viene siendo habitual, en este Informe Anual se va a exponer de una forma muy detallada el conjunto de datos turísticos que caracterizaron el año 2011 y su evolución histórica. Estos datos son un buen referente de cara a conocer la evolución y situación de una actividad económica de tanta importancia para la ciudad de Córdoba.

1.1. PRINCIPALES NOTICIAS AÑO 2011

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

Creación de la película “Córdoba, Vida y Genio”

Córdoba estrenó el pasado Día Mundial del Turismo, la película Córdoba, vida y genio; un audiovisual de alta calidad rodado en 3D (3 Dimensiones) para la promoción de los atractivos patrimoniales y culturales de Córdoba y provincia.

La película, realizada por la empresa ECCO y coproducida por el Consorcio de Turismo de Córdoba, la Fundación Córdoba Ciudad Cultural y el Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, está dirigida por el reconocido realizador Hervé Tirmarché y ha contado con la participación desinteresada de una docena de artistas cordobeses o afincados en Córdoba como Vicente Amigo, Paco Montalvo o Manuel Moreno El Pele.

Junto a ellos, han colaborado el bailar Javier Latorre, el artista plástico Juan Serrano (Equipo 57), la arpista Maite García Donet y la bailarina Karen Lugo, además de la compañía Teatro Par y el escultor Marcos de la Cruz. El compositor cordobés Lorenzo Palomo ha cedido para la banda sonora su obra Nocturno de Córdoba, interpretada por Javier Riba a la guitarra, acompañado por la Orquesta Sinfónica de Córdoba bajo la dirección de Manuel Hernández Silva.

El realizador Hervé Tirmarché cuenta en su haber con más de 63 grandes premios internacionales, 180 películas en HD (Alta Definición) y 10 piezas “Óperas Visuales” en 3D, que avalan su experiencia y prestigio en el ámbito cultural, deportivo y turístico. Tirmarché ha dirigido, entre muchos otros, el vídeo de la candidatura de Madrid a los Juegos Olímpicos de 2012 y 2016, además de multitud de programas para televisión, spots y videoclips.

La película, que representará a Córdoba en foros nacionales e internacionales, se distribuirá en varios formatos. Igualmente, se proyectará de forma permanente en el nuevo Centro de Recepción de Visitantes de Córdoba.

Apertura de la ampliación del Museo Arqueológico y Etnológico

La Ministra de Cultura, Ángeles González Sinde y el Consejero de Cultura de la Junta de Andalucía, Paulino Plata, inauguraron el edificio de ampliación el 31 de enero de 2011, tras un largo periodo de obras y de planificación museística, cuyo resultado fue la apertura al público de una sede de nueva planta.

Esta ampliación del Museo Arqueológico, de un lenguaje arquitectónico contemporáneo, acompañará al **Palacio renacentista de Jerónimo Páez** como sede del Museo Arqueológico de Córdoba. El nuevo edificio ofrece unos espacios museísticos modernos, atractivos y funcionales, que dotan al Museo Arqueológico de Córdoba de los crecientes espacios y servicios que demanda su proyección en la sociedad actual.

La ampliación abrió sus puertas con una **exposición** que, bajo el lema "**Córdoba, encuentro de culturas**", ofrece al visitante un recorrido por las piezas más significativas

de la extraordinaria colección del museo. La selección que ofrece, refleja la composición de las colecciones del museo, con piezas que abarcan desde la Prehistoria hasta la Baja Edad Media, y desde los fondos fundacionales hasta los que se han incorporado a la colección como últimos ingresos.

Además, el Museo Arqueológico de Córdoba presenta una pieza excepcional, el yacimiento arqueológico del **teatro romano** de la ciudad, que fue hallado en el solar del edificio y que se encontrará abierto al público en su planta sótano, restaurado, musealizado y accesible.

Se trata, por lo tanto de una intervención en la que el Museo Arqueológico de Córdoba se adecua a las necesidades de sus colecciones, a las expectativas del público y a las premisas de preservación y puesta en valor del yacimiento arqueológico que alberga.

Culmina con esta inauguración la primera etapa de la reforma del Museo Arqueológico de Córdoba, programada en dos fases: la primera, de ampliación de nueva planta, y la segunda, de adecuación arquitectónica y museográfica de su sede antigua, el Palacio de Jerónimo Páez.

Espectáculo de agua, luz y sonido en el Alcázar de los Reyes Cristianos “Córdoba, la luz de las culturas”

El Espectáculo de agua, luz y sonido en el Alcázar “Córdoba, la luz de las culturas”, es un paseo nocturno a través de la historia y la cultura de Córdoba en el escenario incomparable de los Jardines del Alcázar de los Reyes Cristianos y con el apoyo en las más avanzadas técnicas de iluminación, proyección y sonido, así como el uso del agua de fuentes y estanques de los Jardines para crear formas y efectos sorprendentes que acompañarán al visitante durante todo el recorrido.

Los pases son de la máxima amplitud durante todo el año para garantizar una oferta nocturna atractiva y fijan con una cadencia de media hora, programándose el último pase con una hora y media de antelación a la hora de cierre del Alcázar.

El Espectáculo se celebra siempre tras el ocaso, para garantizar la calidad de las proyecciones. El número de pases de cada noche depende de la época del año y la llegada del atardecer. El recorrido se desarrolla durante una duración aproximada de una hora y media.

Semifinal de la Copa Davis

En el mes de Septiembre, Córdoba acogió la celebración de la Semifinal de la Copa Davis. La celebración de un gran evento deportivo en cualquier ciudad como es el caso de la Copa Davis requiere la implicación de todos los sectores de la ciudad para que la organización y desarrollo del evento den los mejores resultados posibles y la ciudad salga beneficiada a todos los niveles: mediático, turístico, empresarial...

Desde el Consorcio de Turismo de Córdoba, se tomaron una serie de medidas con la finalidad de planificar y organizar las acciones y aportaciones que desde esta entidad se podían y debían llevar a cabo para que este gran evento deportivo fuera un éxito de organización en el plano turístico.

Se elaboró un Plan de Comunicación y Actuaciones con indicación de las aportaciones concretas que se debían llevar a cabo desde el sector turístico y también desde el propio Consorcio de Turismo de Córdoba. Dicho Plan de Comunicación se consensuó con el Ayuntamiento y las distintas áreas a cargo de la organización de la semifinal.

El mencionado Plan incluía una serie de medidas y actuaciones específicas para los distintos agentes. Se llevaron a cabo acciones dirigidas a medios de comunicación, organizadores del evento, público asistente y espectadores externos del campeonato.

Jornada de Calidad Turística en Córdoba

El Consorcio de Turismo de Córdoba junto con la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO) y Hostecor, organizaron una Jornada de Calidad Turística en el Salón de los Mosaicos del Alcázar de los Reyes Cristianos.

Esta jornada fue destinada a Agentes institucionales y sociales, empresarios, responsables de calidad, directores, personal de atención directa al público de empresas y organismos, públicos o privados, del sector turístico y cultural de Córdoba.

Para el desarrollo de esta Jornada contamos con la colaboración de numerosos y muy relevantes ponentes del sector de la calidad turística en nuestro país, tales como: la Directora General de Calidad, Innovación y Prospectiva Turísticas de la Junta de Andalucía, la Jefa del Área de Calidad y Desarrollo Tecnológico de Turespaña, la Gerente de Foro para la Calidad de CECO, el Director de Certificación de la Agencia AENOR en Andalucía, el Director General del ICTE, el Secretario General de la Federación Española de Hostelería (FEHR), el Secretario General de la Federación Andaluza de Hostelería (FAH) y Secretario de la Federación Provincial de Empresarios de Hostelería de Granada y el Gerente de Bodegas Mezquita de Córdoba.

Los objetivos principales de esta Jornada fueron:

1. Sensibilizar a los empresarios del sector turístico, del ámbito público y privado, ampliando sus conocimientos y promoviendo una actitud positiva hacia un turismo de Calidad.
2. Informar de las ventajas que representa la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad Turística.

3. Proporcionar ejemplos de buena práctica de empresas certificadas con un Sistema de Calidad Turística.

Presentación del Club de Producto “Saborea España”

De la mano del Consorcio de Turismo se presentó en Córdoba el Club de Producto “Saborea España”. Dicho Club tiene como objetivo la promoción internacional de la cultura gastronómica española y está integrado por 20 destinos gastronómicos de primer nivel del territorio nacional, siendo Córdoba actualmente el único de Andalucía que forma parte de este Club. “Saborea España” cuenta con el apoyo de Turespaña y está presidido por el cocinero donostiarra Pedro Subijana.

En dicha presentación, se presentó a los hosteleros cordobeses el programa “Córdoba Gastronómica” del Consorcio de Turismo, que cuenta con la colaboración de Hostecor y ha iniciado el desarrollo de distintas acciones para la promoción de la gastronomía cordobesa, siendo el instrumento para que los distintos establecimientos estén interesados y reúnan una serie de requisitos de calidad y apuesta por la gastronomía y los productos típicos cordobeses puedan formar parte de “Saborea España”, lo que representará importantes beneficios en el ámbito de la promoción y comercialización del dichos establecimientos hosteleros.

Presentación del Programa “Córdoba Convention Bureau”

En el mes de marzo, tuvo lugar en el Salón de Actos del Rectorado de la Universidad de Córdoba la Presentación del Programa CCB para instituciones, empresarios, medios de comunicación, médicos y profesorado de la UCO, todos ellos potenciales generadores de eventos profesionales en Córdoba y provincia.

El motivo y el mensaje de este importante evento, fue el de animar y alentar a nuestra comunidad a albergar el desarrollo de eventos profesionales, con Córdoba como sede de los mismos.

Para la convocatoria, se cursaron más de 600 invitaciones y fueron remitidas, principalmente, a personalidades locales y provinciales, personal docente de la UCO, jefes de servicio del Hospital Reina Sofía, asociaciones empresariales y colegios profesionales. Se contó con la presencia de unos 150.

El evento contó con una buena repercusión mediática, teniendo presencia en los diferentes diarios locales.

Presencia de Córdoba en distintas Ferias de turismo

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

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

- Asistencia a **Ferías**
 - o Fitur
 - o IMEX
 - o WTM Londres
 - o EIBTM
 - o II Foro MICE
- **Presentaciones** de Córdoba
 - o XXIV Congreso Nacional de OPC's
 - o Presentación de Saborea España y Córdoba Gastronómica
 - o Presentación de la película "Córdoba, vida y genio"
 - o Presentación del Programa "Córdoba Convention Bureau"
 - o Jornadas técnicas del XXVI Congreso Nacional de la FEAAVV

Entrega de los primeros premios anuales SICTED

En el marco de FITUR 2011, la Secretaria General de Turismo quiso premiar mediante un reconocimiento público el esfuerzo y el compromiso que asumen los distintos agentes participantes en el modelo, sin los cuales este proyecto de calidad turística no podría continuar progresando.

Tres son las categorías de premios que se han otorgado:

- Mejor Destino SICTED, por su compromiso a favor de la calidad y competitividad de las empresas e impulso al proyecto SICTED. Ganador: Donostia-San Sebastián. Finalistas: Gijón y Costa de Barcelona-Maresme.
- Mejor Gestor SICTED, se trata de reconocer el trabajo y el esfuerzo de la persona que gestiona día a día el desarrollo e implantación del SICTED en las empresas y servicios públicos turísticos de su destino. Ganadora: Olga Pérez, gestora del destino Córdoba. Finalistas: Carmen Río, gestora del destino Gijón y Alberto Tomás, gestor del destino Pamplona.
- Mejor Asociación Empresarial, cooperativa, federación o cualquier otra agrupación de empresas que colabore con el proyecto SICTED, en reconocimiento a su labor de dinamización y apoyo del proyecto SICTED entre sus asociados. Quedó desierto.

La Directora del Área de Análisis, Coordinación y Calidad del Consorcio de Turismo de Córdoba recibió de manos del Director General de Turismo, D. Antonio Bernabé, el premio nacional al mejor gestor SICTED del año 2010. La Directora de Calidad del CTC fue seleccionada entre los técnicos de 106 destinos de toda España.

Consolidación de la Delegación Territorial del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en Córdoba

Desde que el pasado año el Consorcio de Turismo de Córdoba gestiona la Delegación Territorial del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en Córdoba, las certificaciones con la Normas Q de Calidad Turística han crecido de forma muy significativa en la ciudad, pues se han certificado 14 nuevos establecimientos.

De esta forma hemos pasado de 18 empresas certificadas en el año 2010 a 29 en el año 2011, esto supone un incremento del 61,11%. Este dato es aún más significativo si tenemos en cuenta que en Andalucía los establecimientos certificados han descendido un 1,53%.

Apertura del Teatro Góngora

Un concierto de la Orquesta de Córdoba sirvió para abrir oficialmente las puertas del remodelado Teatro Góngora e inaugurar así la sala principal del nuevo coliseo

La apertura de este teatro, con capacidad para 600 espectadores en la sala principal y un máximo de 250 en la Sala Polifemo, acaba con el condicionante de un solo espacio escénico en la ciudad y permitirá que todas las energías creativas que se desarrollan en Córdoba puedan darse a conocer en este escenario ya que gozamos de numerosas compañías de teatro o danza que ahora pueden tener más protagonismo. También está previsto que en este teatro pueda verse lo que se hace en los centros superiores de enseñanzas artísticas de Córdoba, algunas de las actuaciones del Festival de Piano Rafael Orozco, un concierto del Real Centro Filarmónico Eduardo Lucena y, por último, el Coro Ziriyab y la Orquesta Barroca de Córdoba interpretarán el espectáculo *Góngora, poesía y música*.

1.2. AVANCE NOTICIAS AÑO 2012

Reapertura del Museo Julio Romero de Torres

Tras casi un año y medio cerrado por reforma, el Museo Julio Romero de Torres reabre sus puertas **el martes 24 de enero** con varias novedades. La primera que llamará la atención del visitante nada más entrar en la pinacoteca dedicada al insigne pintor cordobés será el color de las paredes, un rojo anaranjado o rojo caravaggio. El sistema de iluminación, basado en tecnología LED (diodos de emisión de luz), también innovador, permite apreciar mejor las obras de arte, que estarán dispuestas según un nuevo discurso expositivo por temáticas. Además, se ha trabajado en la mejora de la accesibilidad al museo, que ahora cuenta con un ascensor y un sistema de pantallas táctiles.

Palacio de Viana

En la primavera de 2012 los patios del Palacio de Viana de Córdoba se abren al público de una manera novedosa y renovada.

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

Festival de Cine Africano de Córdoba

En el mes de octubre y durante nueve días, serán presentados más de 120 filmes, acompañados de actividades para profesionales, exposiciones y acciones de participación ciudadana, con especial énfasis en el público infantil, universitario y los mayores.

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

La programación fílmica contará con siete Secciones Oficiales, además de retrospectivas y monográficos.

2. OFERTA TURÍSTICA

2.1. HOTELES

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

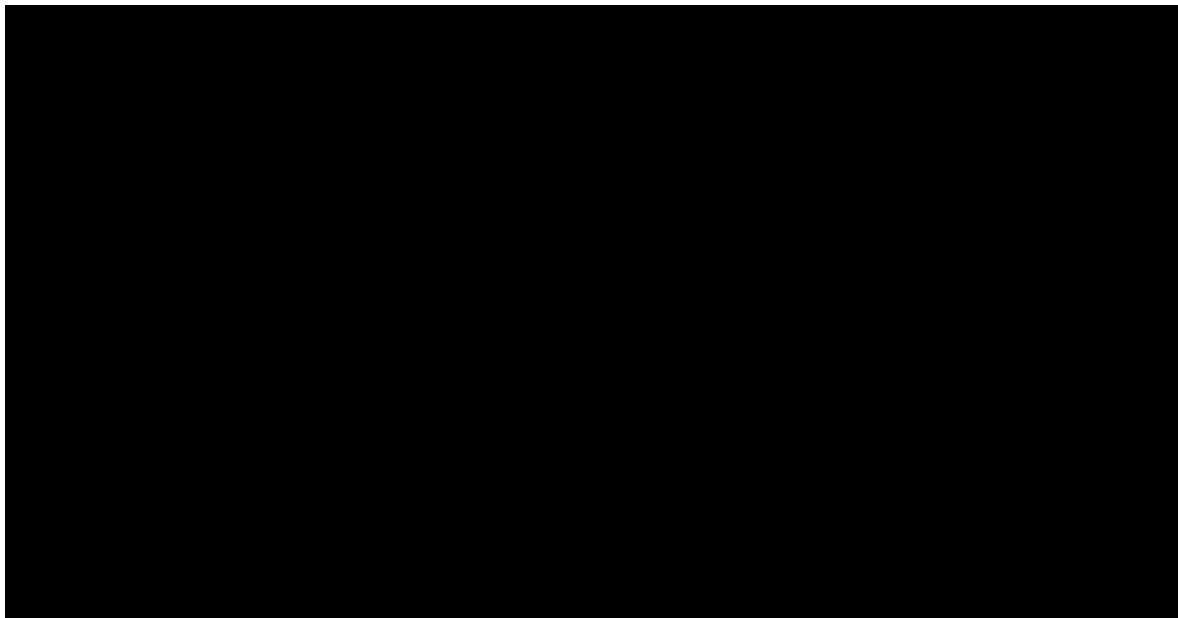
La capacidad hotelera de Córdoba ha seguido durante este ejercicio un crecimiento positivo al abrirse 7 nuevos establecimientos. Esto ha permitido que la infraestructura hotelera de la capital quede formada por 96 establecimientos, de los cuales 55 son hoteles y 41 son pensiones.

La evolución 2010-2011, muestra un crecimiento del 3,77% en el número de hoteles y del 13,89% en el número de pensiones. En cuanto al número de plazas hoteleras los crecimientos son del 1,24% en plazas de hotel y del 15,28% en plazas de pensiones.

Analizando el dato de la década, los números son muy significativos pues en estos años ha habido un incremento total del 35,21% lo que se traduce en un incremento en el número de plazas del 37,32%.

De forma desagregada podemos decir que la infraestructura cordobesa, con sus 96 establecimientos presenta una capacidad para alojar a 6.469 personas, lo que supone un 3,21% más que en 2010 y un 37,32% si ampliamos el horizonte temporal a una década.

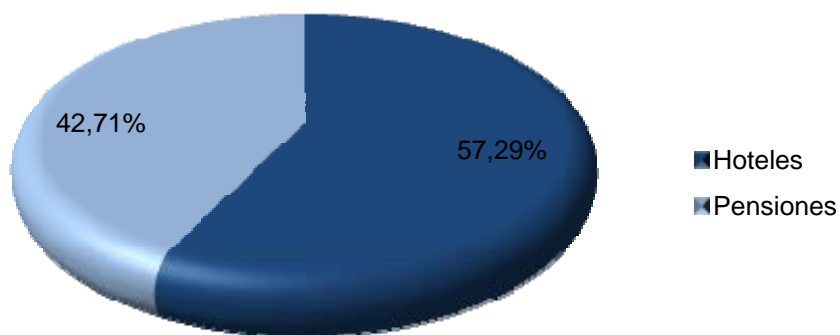
Tabla 2.1. Evolución de la oferta de establecimientos hoteleros en la ciudad de Córdoba. Años 1998-2011



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

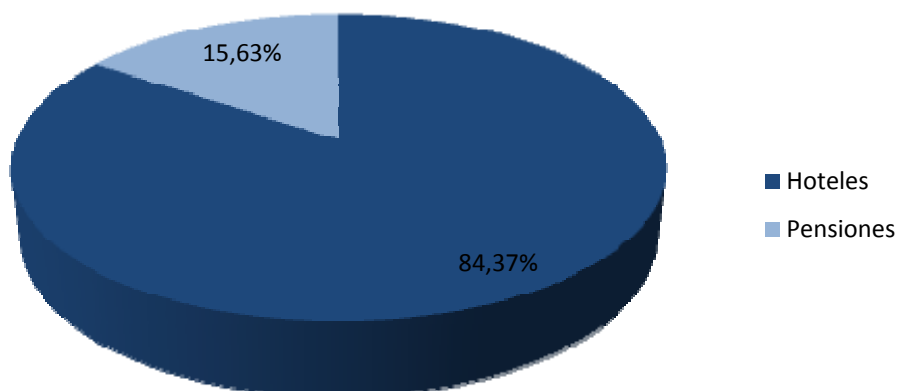
En el siguiente gráfico se aprecia como en 2011 la oferta de hoteles de la ciudad representa el 57,29% frente al 42,71% que representan los hostales y pensiones. Su correspondencia en cuanto al número de plazas, hace que este porcentaje sea notablemente mayor en los hoteles (84,37%) que en las pensiones (15,63%).

Gráfico 2.1. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros. Año 2011



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

Gráfico 2.2. Distribución de la oferta de plazas hoteleras. Año 2011



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

El análisis de los datos por clases y categorías, señala crecimientos en todas las categorías, excepto en los cinco estrellas cuyo número descendió en dos el año pasado. Al igual que en años anteriores, los hoteles de dos estrellas son los más numerosos y mantienen un crecimiento del 5,56%. El mayor crecimiento lo reflejan los hoteles de cuatro estrellas con un 15,38%, consecuencia directa de la reducción del número de hoteles de mayor categoría.

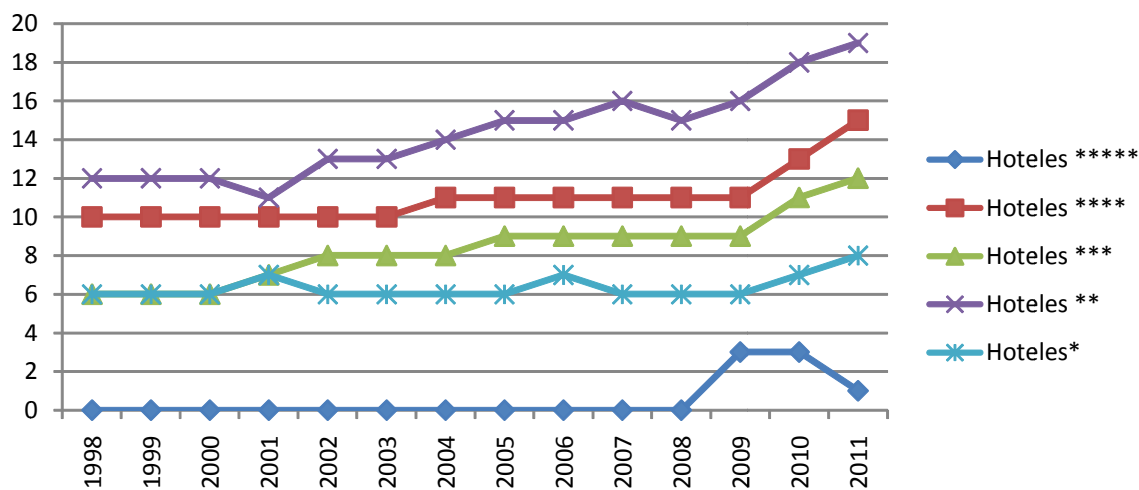
Con respecto a las pensiones son más numerosas las de una estrella con 31 establecimientos, pero el mayor incremento lo reflejan las pensiones de dos estrellas con un 66,67% con respecto al año anterior.

Tabla 2.2. Evolución de establecimientos hoteleros por clases y categorías. Años 1998-2011

	Hoteles *****	Hoteles *****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles*	Pensiones **	Pensiones *
1998	0	10	6	12	6	8	30
1999	0	10	6	12	6	8	31
2000	0	10	6	12	6	8	30
2001	0	10	7	11	7	8	28
2002	0	10	8	13	6	8	27
2003	0	10	8	13	6	11	28
2004	0	11	8	14	6	10	29
2005	0	11	9	15	6	11	28
2006	0	11	9	15	7	9	27
2007	0	11	9	16	6	8	21
2008	0	11	9	15	6	7	18
2009	3	11	9	16	6	8	23
2010	3	13	11	18	7	6	20
2011	1	15	12	19	8	10	31
Var. 11/01		50,00%	71,43%	72,73%	14,29%	25,00%	10,71%
Var. 11/10	-66,67%	15,38%	9,09%	5,56%	14,29%	66,67%	55,00%

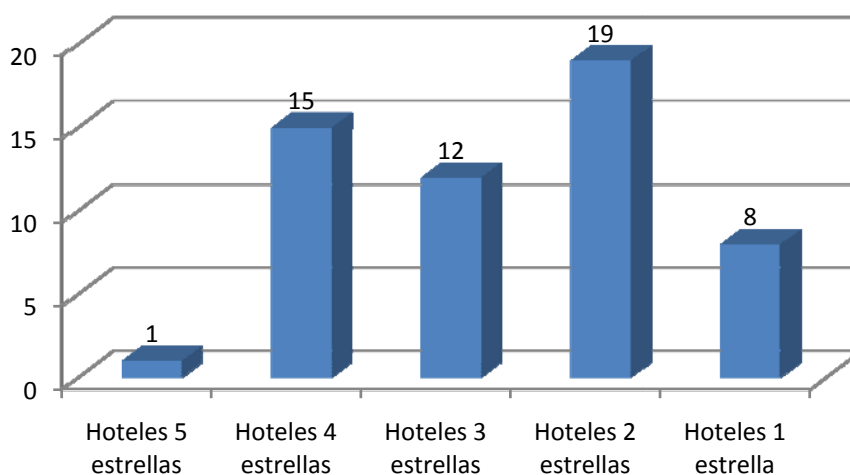
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.3. Evolución de la oferta hotelera por categorías (1998-2011)



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

Gráfico 2.4. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Establecimientos. Año 2011



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

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

Teniendo en cuenta el número de plazas ofertadas, se observa que son los hoteles de 4 estrellas los que mantienen año tras año el liderazgo. A pesar que los hoteles de 2 estrellas son los más numerosos en la ciudad, en cuanto al número de plazas ocupan el tercer puesto con 725 plazas hoteleras. El segundo lugar lo ocupan los hoteles de 3 estrellas seguidos de los hoteles de 1 y 2 estrellas.

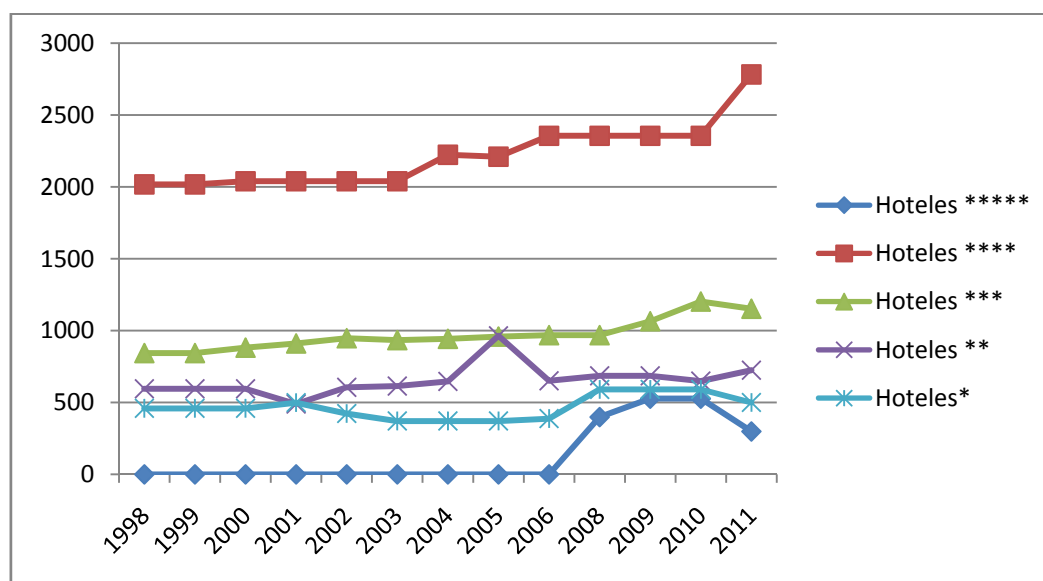
El número de plazas hoteleras (hoteles de 5 a 1 estrella) ha crecido en Córdoba durante el último ejercicio un 2,52%, lo que hace un total de 5.458 camas.

Tabla 2.3. Evolución de establecimientos hoteleros por plazas y categorías. Años 1998-2011

	Hoteles ****	Hoteles ****	Hoteles ***	Hoteles **	Hoteles *	Pensiones **	Pensiones *
1998		2.017	844	596	459	333	471
1999		2.017	844	596	459	333	481
2000		2.039	882	596	459	332	491
2001		2.039	911	490	499	302	470
2002		2.039	947	606	423	323	447
2003		2.039	934	615	371	397	476
2004		2.223	943	647	371	376	493
2005		2.210	959	964	371	390	480
2006		2.355	969	651	388	454	343
2007	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
2008	399	2.355	969	686	591	337	576
2009	527	2.355	1.065	686	591	337	608
2010	527	2.355	1.202	649	591	337	540
2011	299	2.782	1.152	725	500	374	637
Var. 11/01		36,44%	26,45%	47,96%	0,20%	23,84%	35,53%
Var. 11/10	-43,26%	18,13%	-4,16%	11,71%	-15,40%	10,98%	17,96%

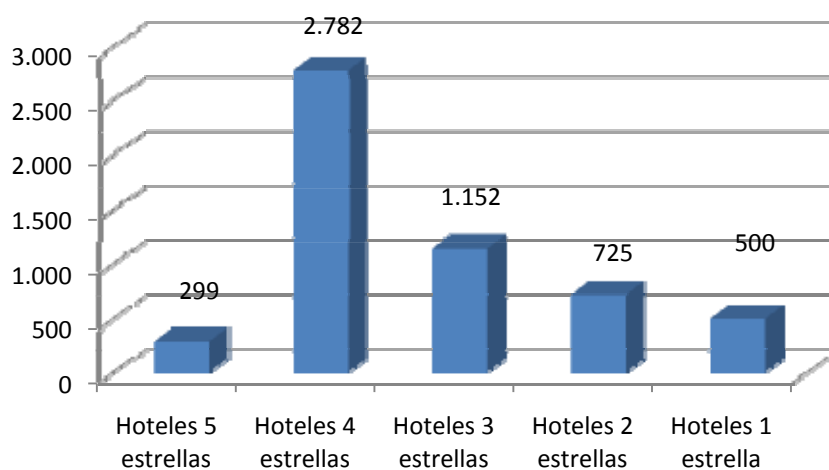
Fuente: SIMA, Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Gráfico 2.5. Evolución de la oferta hotelera por plazas (1998-2011)



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

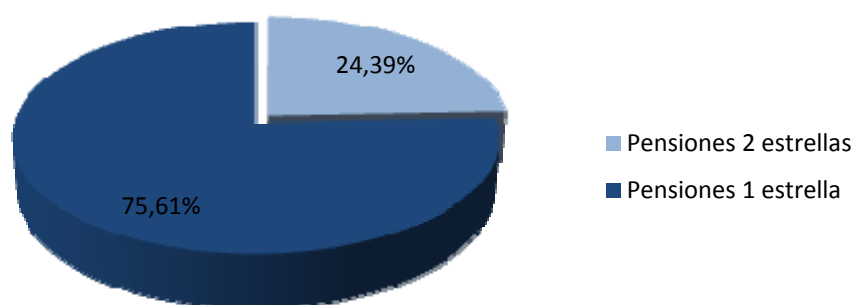
Gráfico 2.6. Distribución de la oferta hotelera por categorías. Plazas. Año 2011



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

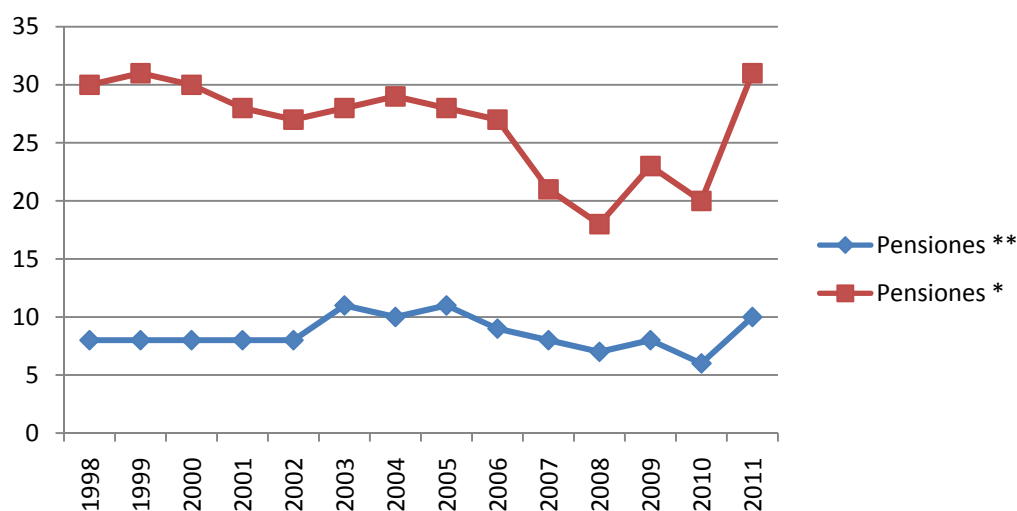
La distribución de las pensiones por categoría refleja que el 75,61% de estas tienen una categoría de 1 estrella, es decir un 9,22% más que el año 2010.

Gráfico 2.7. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos. Año 2011



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

Gráfico 2.8. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Establecimientos (1998-2011)

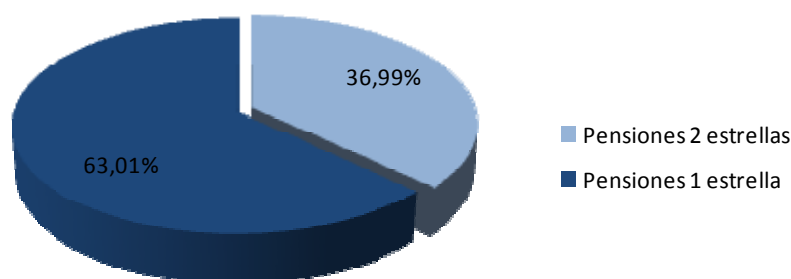


Fuente: SIMA, Instituto de Estadística de Andalucía y Consejería de Turismo y Deporte, Delegación Provincial de Córdoba, Junta de Andalucía. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

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

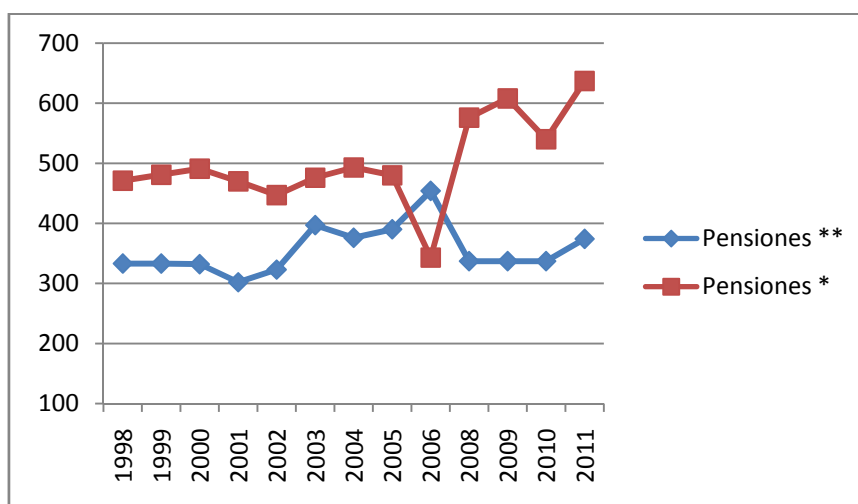
En cuanto a la evolución del número de plazas de las pensiones, ambas categorías muestran signos positivos, todo lo contrario a lo ocurrido un año antes, con incrementos del 10,98% en pensiones de 2 estrellas y 17,96% en pensiones de 1 estrella.

Gráfico 2.9. Distribución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas. Año 2011



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

Gráfico 2.10. Evolución de la oferta de pensiones por categorías. Plazas (1998-2011)



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

2.2. RESTAURANTES

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

La relevancia de la gastronomía en Córdoba es tal, que a mediados del año 2010, se puso en marcha un programa llamado **Córdoba Gastronómica**, con el objetivo de transmitir esa importancia hacia el exterior y conseguir que desde fuera se comprenda esta faceta tan arraigada en la cultura cordobesa.

Los datos de restaurantes están actualizado a fecha 5 de febrero de 2010, ya que en el B.O.E. nº 30 de 4 de febrero de 2010, se publicó el Real Decreto 39/2010, de 15 de enero por el que se derogan diversas normas estatales sobre acceso a actividades turísticas y su ejercicio, entre otras la Orden del Ministerio de Información y Turismo de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes, y que se aplicaba con carácter supletorio en la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin que hasta la fecha se haya aprobado o publicado normativa autonómica que regule este tipo de servicios turísticos.

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

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

Tabla 2.4. Número de restaurantes y plazas. Año 2011

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

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

3. DEMANDA TURÍSTICA

3.1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA HOTELERA

En este capítulo se va a estudiar la evolución de la demanda turística en los alojamientos hoteleros de la ciudad de Córdoba. Los datos proceden de la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) de carácter mensual.

Dicha encuesta es de gran interés pues proporciona, diferenciados según su origen sea nacional o extranjero, datos referidos al número de personas que nos visitan así como las pernoctaciones que realizan en la ciudad, junto con la estancia media y el grado de ocupación.

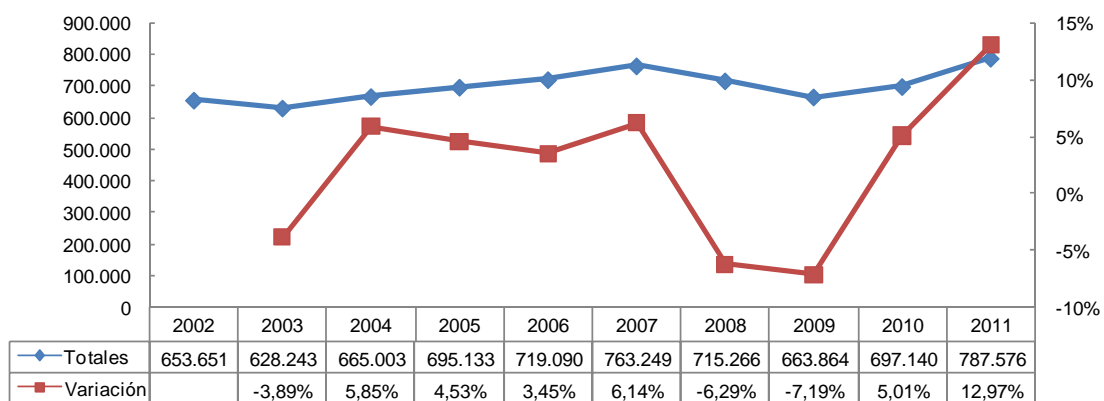
Esta información se nos presenta para los principales puntos turísticos nacionales, lo que posibilita un análisis comparativo entre Córdoba y el resto de destinos. Además, las series históricas de que disponemos permiten reflejar la evolución seguida por la capital.

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

La llegada de viajeros a la ciudad de Córdoba presenta un incremento del 12,97% con respecto al año precedente, la ciudad ha acogido un total de 787.576 personas. Este dato es más que positivo dada la fuerte crisis en la que se encuentra el país y más aún cuando es el mejor dato turístico de los últimos años.

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

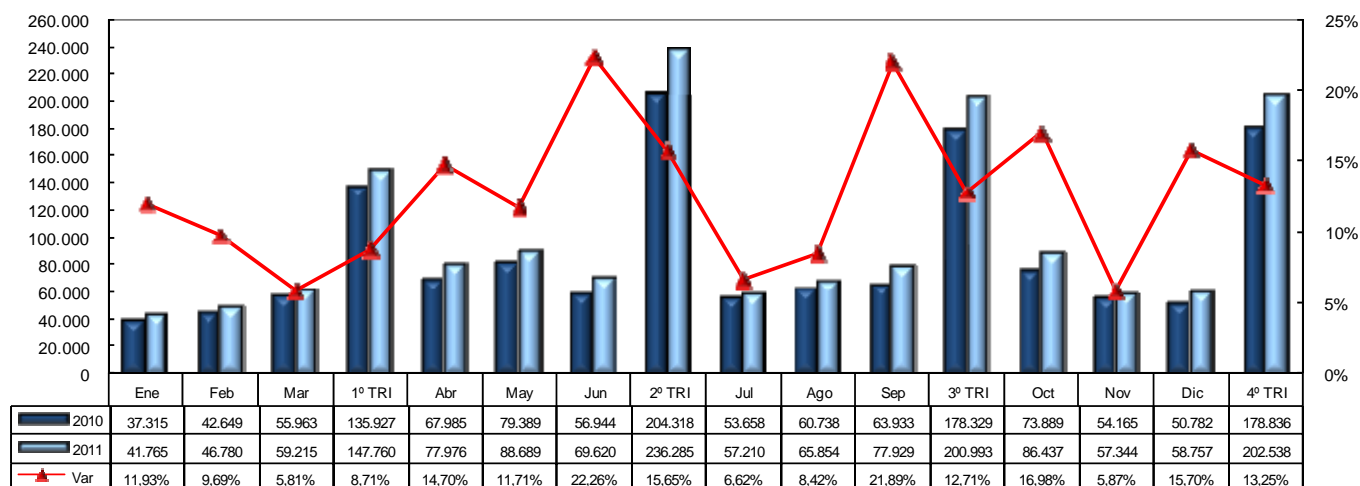
Gráfico 3.1. Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011



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

Desagregando las cifras por meses se observan incrementos en cada uno de ellos. Los crecimientos más altos se han producido en los meses de junio y septiembre con incrementos casi del 22,26% y 21,89% respectivamente. Por el contrario, los meses de noviembre con un 5,87% y marzo con un 6,32% son los que presentan los menores crecimientos.

Gráfico 3.2. Evolución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Año 2011



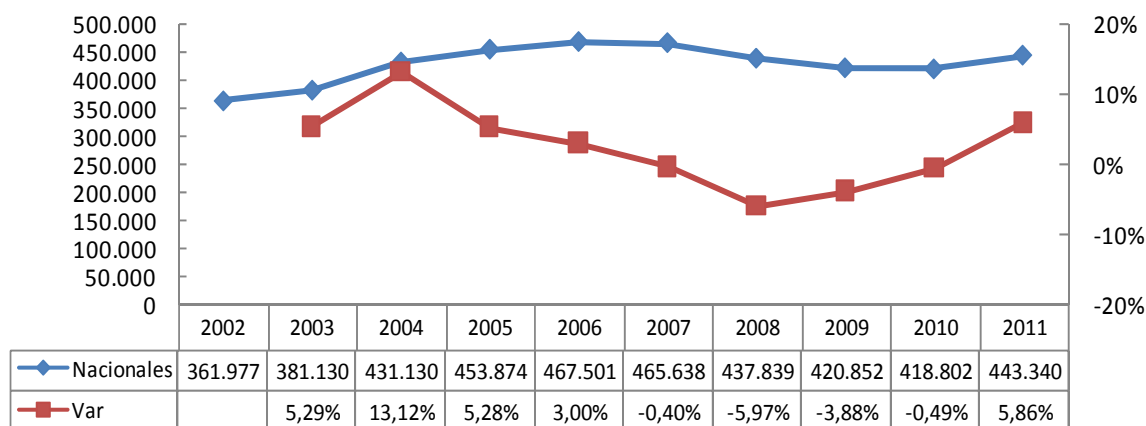
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE. Elaboración propia, Consorcio de Turismo de Córdoba.

Tras realizar el análisis general, es conveniente clasificar a los turistas en función de su procedencia, nacional o extranjera.

Actualmente el turismo nacional representa el 56% del contingente turístico que recibe la ciudad.

Durante el año 2011 el Instituto Nacional de Estadística ha contabilizado en Córdoba un total de 443.340 turistas nacionales, cifra superior en más de 24.500 personas a las registradas un año antes. Esto refleja la recuperación del turismo nacional que hace un año vio descender su montante en un 0,48% y este año refleja un incremento del 5,86%.

Los turistas nacionales han mostrado mejoras prácticamente en todos los meses del año, siendo septiembre y junio los meses de mayor incremento. Por el contrario julio y marzo son los meses que han visto descender en mayor medida su volumen de visitas nacionales.

Gráfico 3.3. Viajeros españoles alojados en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011


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

Debido a que el incremento de los turistas españoles ha sido inferior a la tendencia general, esto evidencia una mejora más notoria en el caso extranjero. Así lo constatan los datos que vamos a analizar, pues el incremento de este colectivo ha sido del 23,68%.

Córdoba recibió 334.236 viajeros procedentes de otros países, más de 58.000 visitantes más que un año antes.

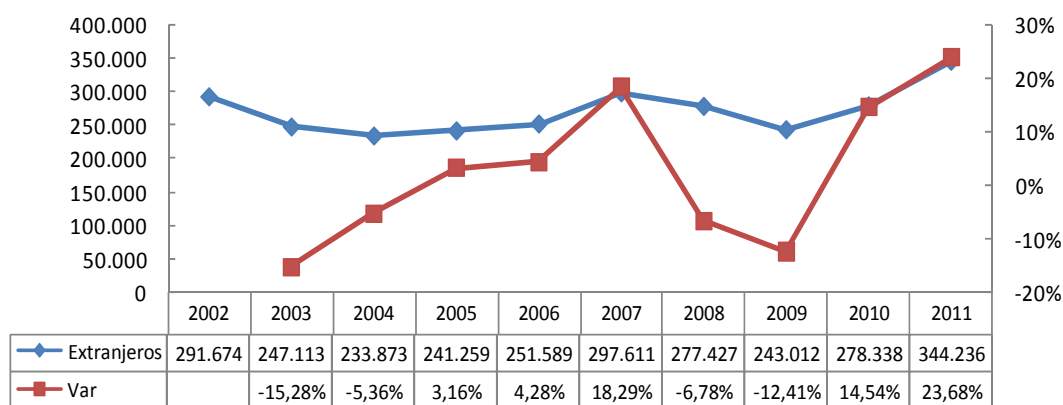
Los saldos mensuales siguen su tónica habitual, pues los extranjeros prefieren venir a Córdoba los meses de Abril, Mayo, Septiembre y Octubre. En estos cuatro meses se acumulan casi la mitad de las visitas realizadas a nuestra ciudad.

En el año 2000 de cada 10 personas que nos visitaban 4,5 eran españolas y 5,5 extranjeras; cinco años más tarde la proporción era 6,5 españoles y 3,5 extranjeros. Y once años después la proporción españoles-extranjeros es del 5,6 y 4,4 respectivamente.

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

La conclusión de este período es muy satisfactoria pues ha supuesto un incremento del turismo, tanto nacional como extranjero.

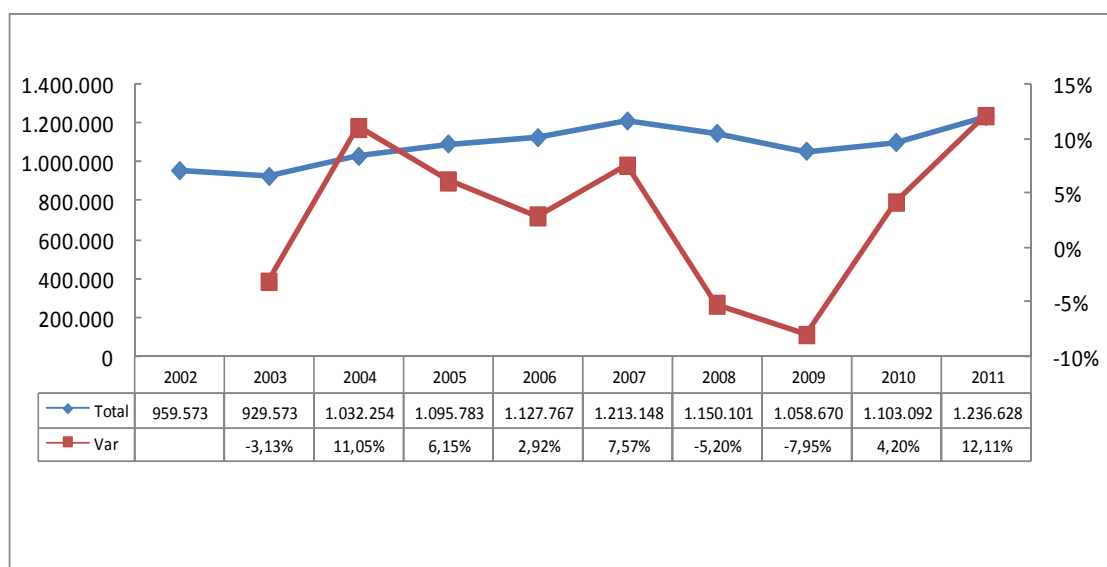
Gráfico 3.4. Viajeros extranjeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011



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

Al igual que ha ocurrido con la llegada de viajeros, las pernoctaciones también muestran los mejores datos turísticos de los últimos años. En total, el Instituto Nacional de Estadística ha contabilizado en la ciudad 1.236.628 pernoctas que reflejan un crecimiento del 12,11%. Dato muy meritorio pues confirma la senda alcista iniciada en 2010.

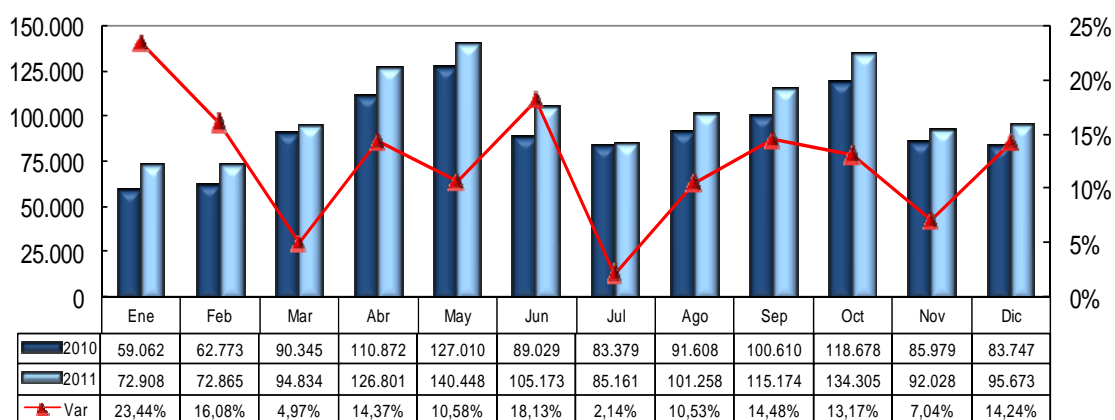
Gráfico 3.5. Total pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011



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

Haciendo un análisis mensual, los meses con los saldos más elevados han sido Mayo, Octubre, Abril, Septiembre, Junio y Agosto, superándose en todos los casos las 100.000 pernoctaciones. El mes que ha presentado el mayor incremento ha sido enero con un 23,44% y el de menor incremento ha sido julio con un 2,14%.

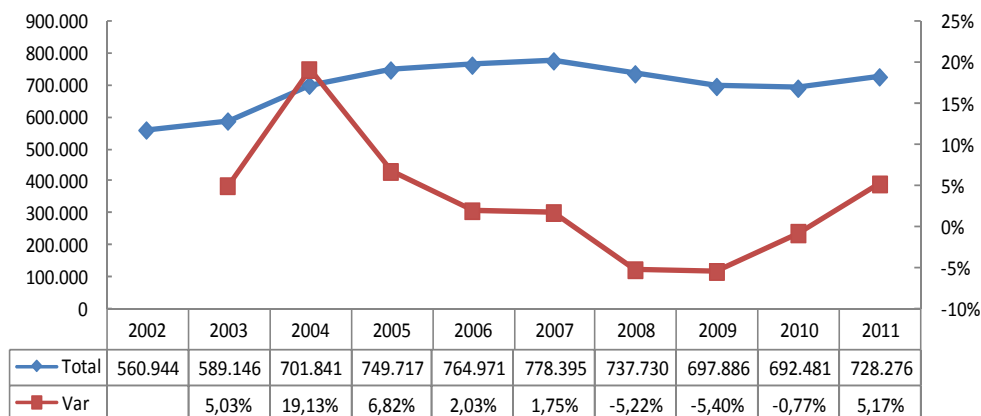
Gráfico 3.6. Evolución mensual del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Año 2011



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

En términos absolutos Córdoba ha alcanzado 728.276 pernoctaciones nacionales en 2011, es decir, más de 35.000 pernoctas más que el año anterior y un incremento del 5,17%, siendo Mayo el mes de más concurrencia.

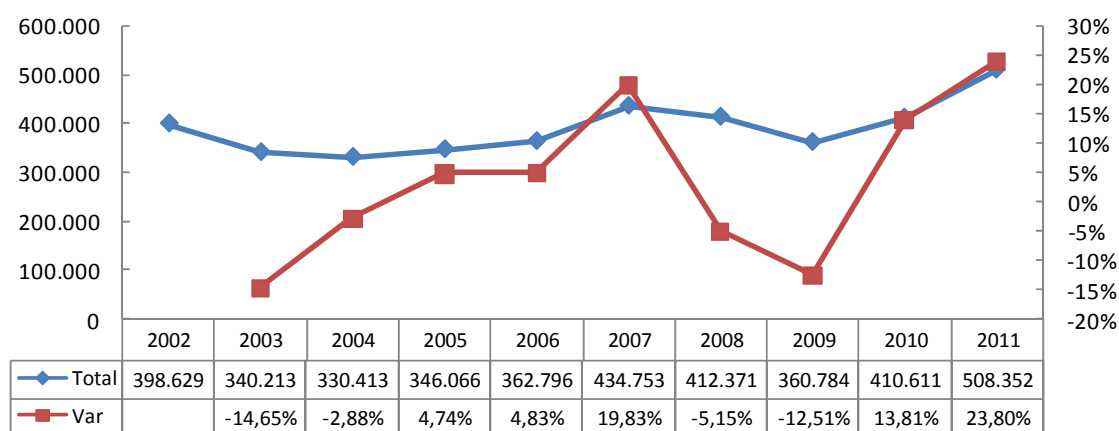
Gráfico 3.7. Pernoctaciones de españoles en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011



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

Destaca como frente al crecimiento del 5,17% en las pernoctaciones de españoles, las referidas a los extranjeros se incrementaron en un 23,80%. Al igual que ocurría con los viajeros, la recuperación de las pernoctaciones se debe principalmente al incremento de las estancias de extranjeros.

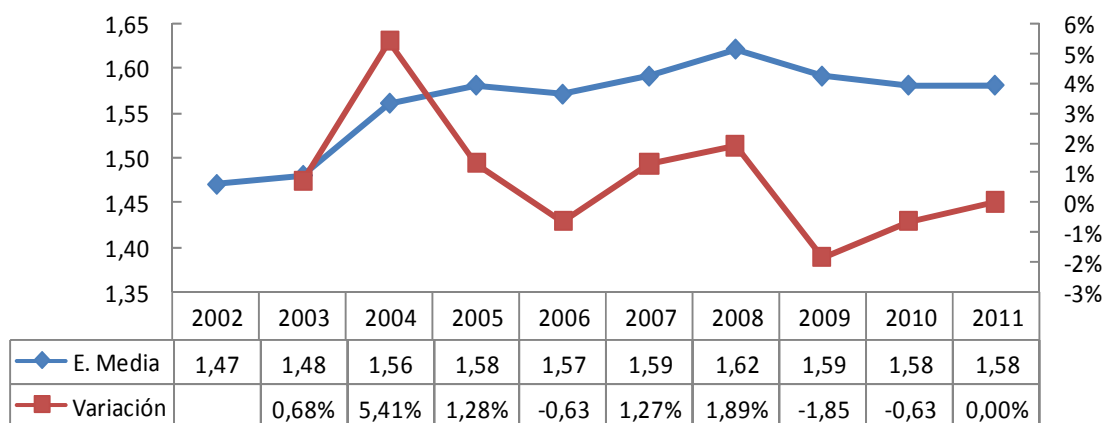
Gráfico 3.8. Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Años 2002-2011



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

La estancia media, es otro indicador fundamental en el análisis turístico de nuestra ciudad. El registro de 1,58 noches de hotel, se ha mantenido invariable con respecto a los valores registrados en 2010 y muy similar al obtenido en 2009.

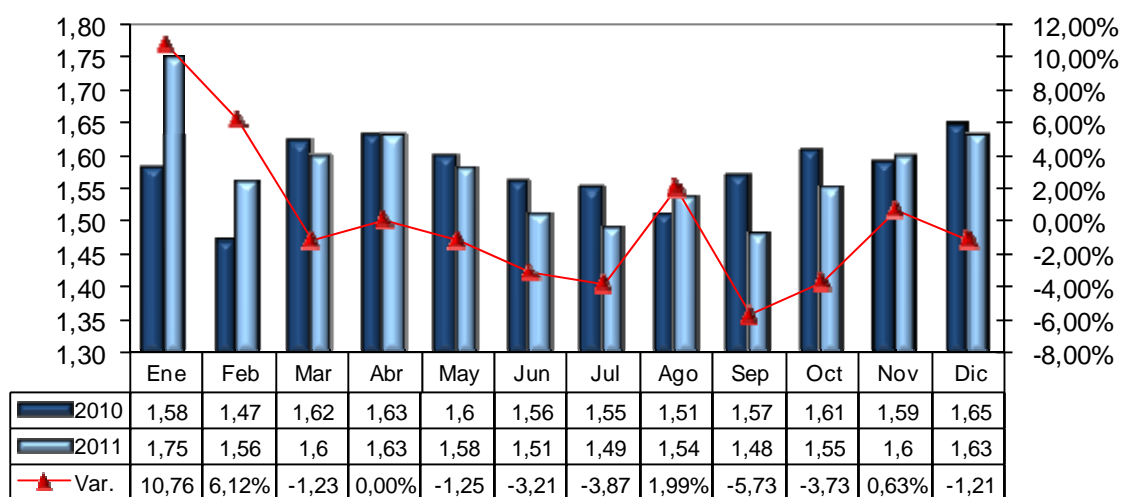
Gráfico 3.9. Estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Años 2002-2011



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

Los valores máximos en cuanto a estancia media son los referidos a los meses de enero, abril y diciembre, produciéndose los mayores incrementos en enero, febrero y marzo.

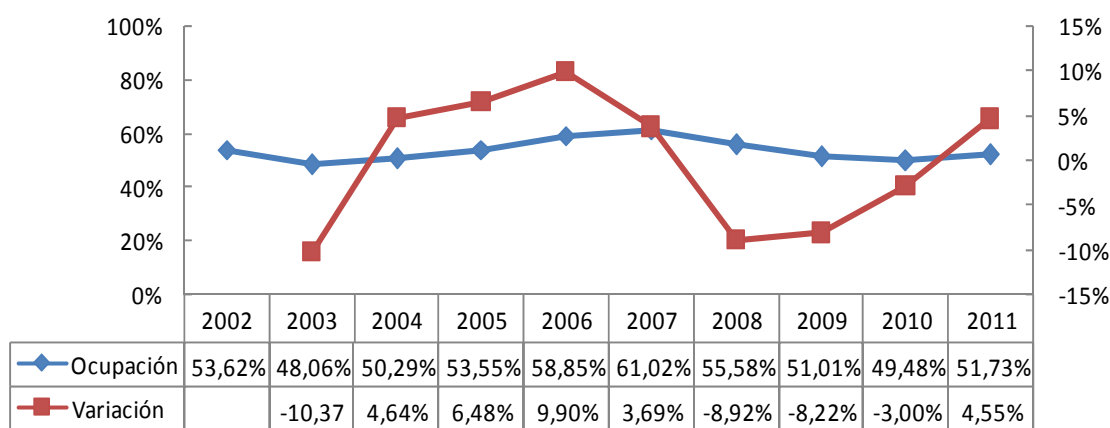
Gráfico 3.10. Evolución mensual de la estancia media en establecimientos hoteleros (noches). Año 2011



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

El grado de ocupación hotelera obtenido a lo largo del año en la ciudad alcanzó un 51,73% de media anual, lo que supone un 4,55% de crecimiento respecto a la cifra obtenida en 2010 que fue del 49,48%.

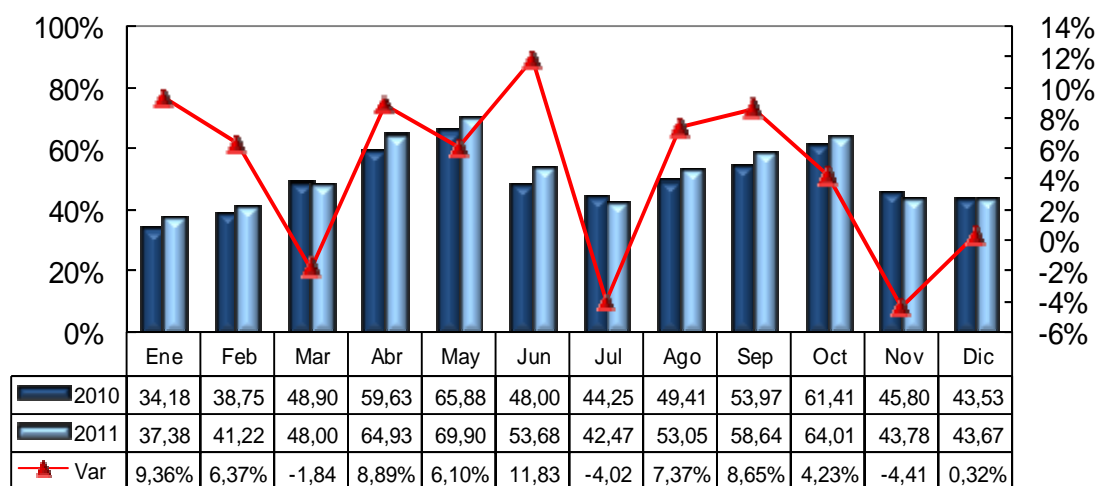
Gráfico 3.11. Grado de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros (noches). Años 2002-2011



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

Al igual que ocurría en 2010, los meses de abril, mayo y octubre son los que registraron los niveles más altos de ocupación, con valores de 64,93%, 69,90% y 64,01% respectivamente. El mayor crecimiento se produce en el mes de junio con un 11,83% de variación interanual. Por el contrario el mayor descenso se produjo en el mes de noviembre con un 4,41% de variación, seguido muy de cerca por el mes de julio con un 4,02%.

Gráfico 3.12. Grado de ocupación por plazas y meses en establecimientos hoteleros (noches). Año 2011



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

3.2. BAROMETRO DE RENTABILIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES

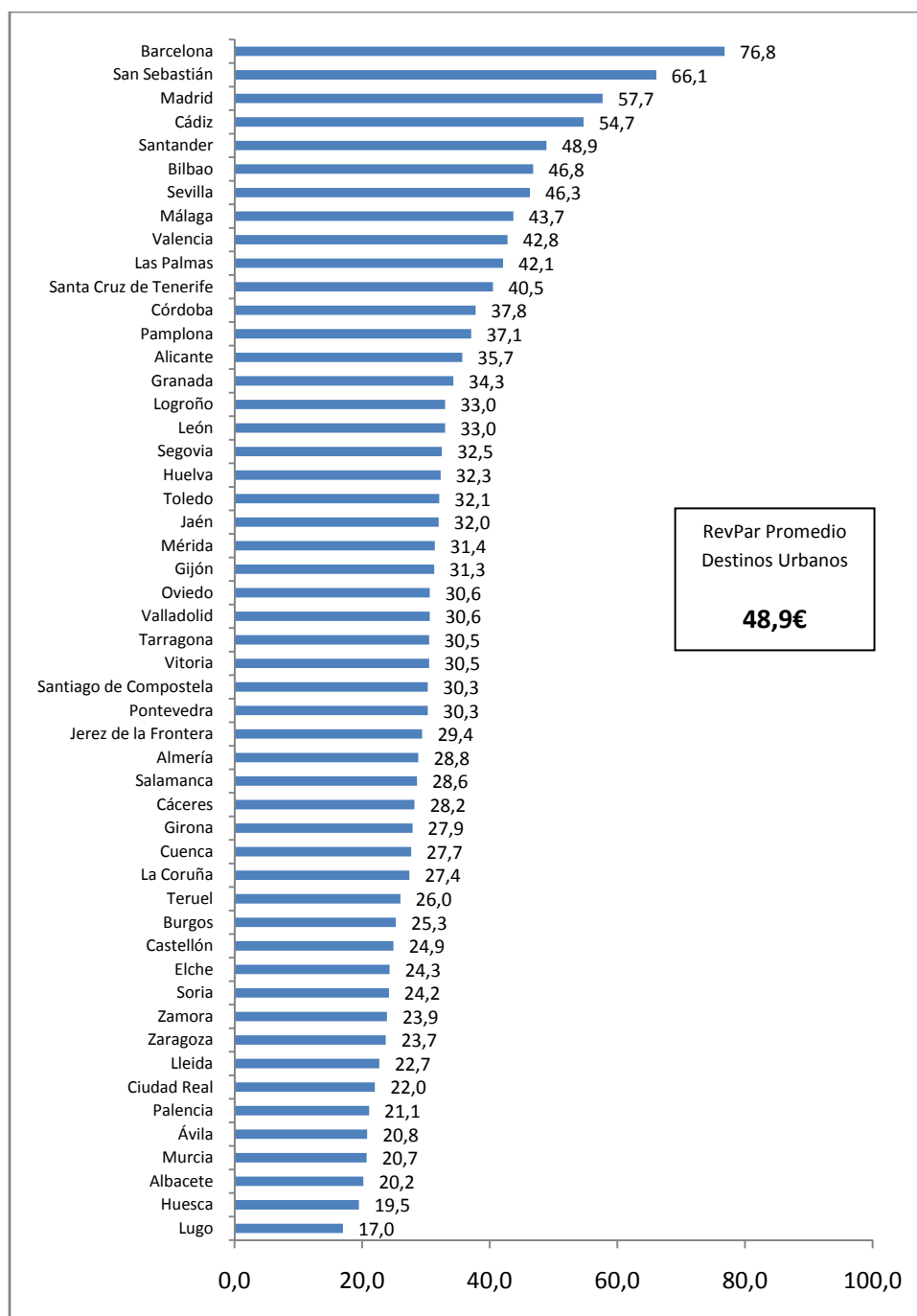
El presente Barómetro expone, de forma diferenciada para los destinos urbanos más relevantes de España por número de plazas turísticas, la información relativa a los ingresos por habitación disponible que obtienen el conjunto de alojamientos hoteleros localizados en su territorio de la Encuesta de Ocupación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

El año 2011 cierra con una mejoría en los indicadores de rentabilidad socioeconómica del turismo tanto en ciudades de la costa próximas a destinos de sol y playa y en ciudades culturales con iconos turísticos de prestigio y un fuerte posicionamiento internacional como Barcelona, Madrid, Sevilla, Córdoba y San Sebastián.

En el caso de Córdoba se han registrado crecimientos del 2,9% en RevPar (ingreso medio por habitación disponible) y del 7,7% en empleo turístico.

En el siguiente gráfico se observa como la ciudad de Córdoba se sitúa en la doceava posición de las 51 ciudades analizadas, una posición superior a la alcanzada un año antes.

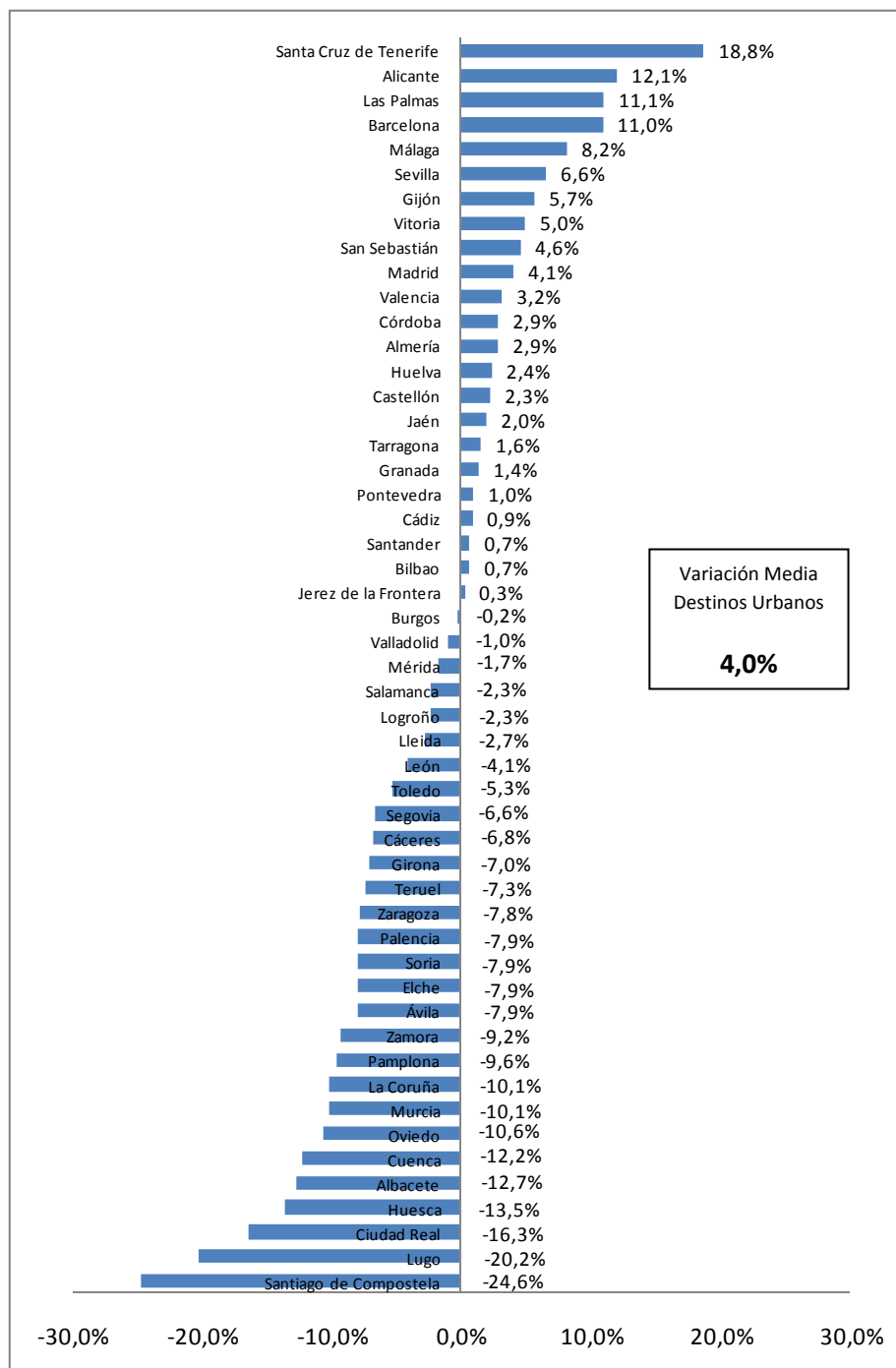
Gráfico 3.13. Ranking según RevPar (en €) del total de hoteles en destinos urbanos. Año 2011



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

La comparativa con respecto al año anterior, sitúa a la ciudad en la decimo tercera posición con un crecimiento del 2,9%. En el año 2010, Córdoba ocupaba el puesto número 27 del total de ciudades analizadas.

Gráfico 3.14. Ranking según RevPar del total de hoteles en destinos urbanos. Tasa de Variación Interanual (en %). Años 2010-2011



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

3.3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES. MERCADOS EMISORES

En este capítulo vamos a detallar la afluencia turística a la ciudad de Córdoba tanto nacional como extranjera.

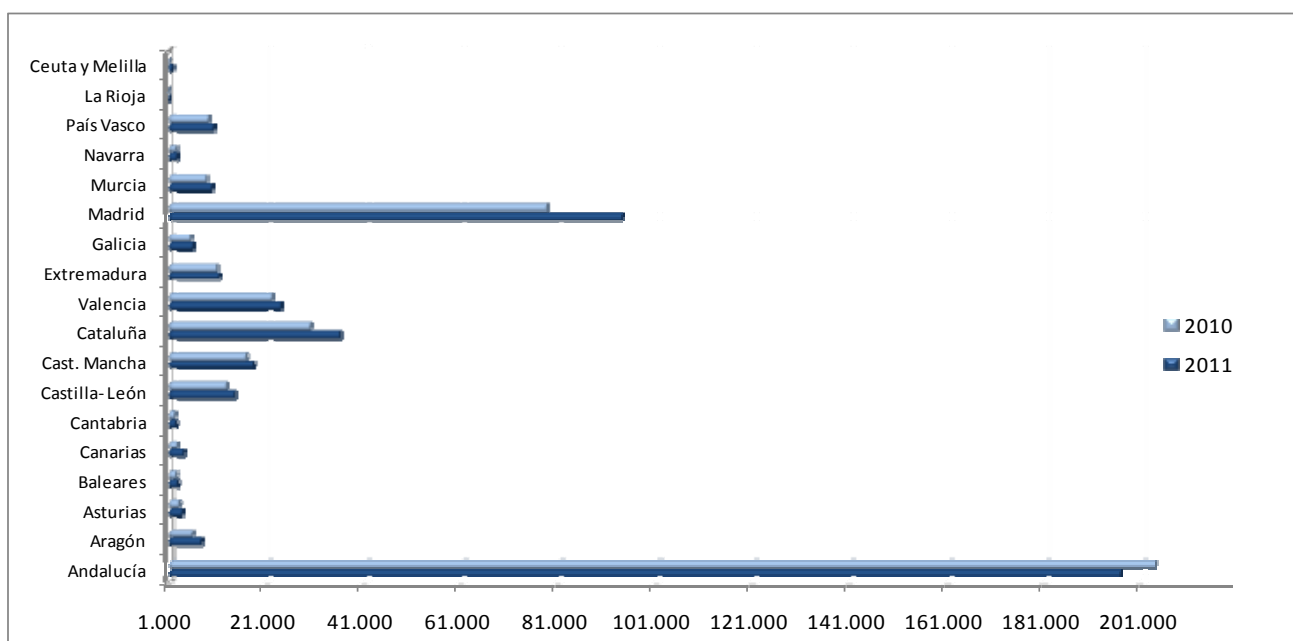
3.3.1. MERCADOS EMISORES NACIONALES

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

Los principales mercados emisores nacionales a la ciudad de Córdoba durante el presente ejercicio han sido Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana. De éstas comunidades las que han reflejado mayores incrementos con respecto a 2010 han sido Cataluña con un 19,93% y Madrid con un 19,79%.

Durante este año, en el resto de comunidades autónomas se observan incrementos con respecto a 2010 en todas ellas, que van desde el 49,49% de Ceuta y Melilla hasta el 4,43% de Extremadura.

Gráfico 3.13. Número de viajeros nacionales en establecimientos hoteleros. Año 2011



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

3.3.2. MERCADOS EMISORES EXTRANJEROS

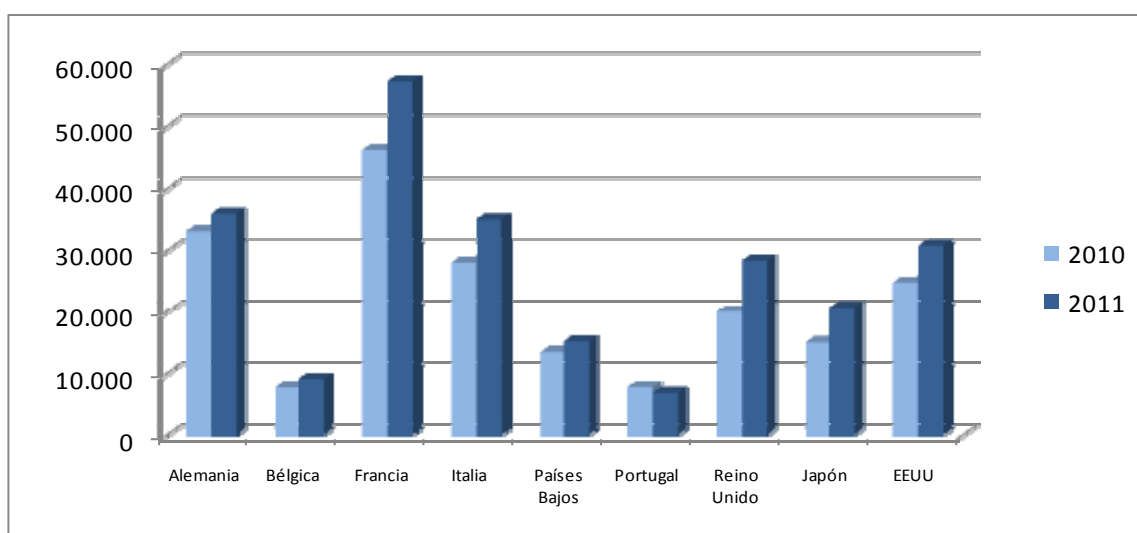
El turismo emisor extranjero se ha incrementado en 4 puntos porcentuales con respecto al año 2010, representando actualmente el 43,57% de los turistas que nos visitan. Dentro de éste el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 60% del total de turistas extranjeros en Córdoba.

Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron **Francia**, **Alemania**, **Italia** y **Reino Unido** con un **16,60%**, **10,36%**, **10,09%** y **8,16%** respectivamente y concentran el cuarenta y cinco por ciento del turismo comunitario en Córdoba.

En cuanto a los dos principales mercados extracomunitarios, Japón y EEUU, decir que **Estados Unidos** alcanzó el **8,94%** del total de turistas extranjeros, situándose así en el quinto puesto del total de países de turismo emisor extranjero a nuestra ciudad. La sexta posición la alcanza **Japón** que representa un total **6,01%**.

Otros mercados internacionales como Australia, China, Europa del Este, etc. representan el **30,77%** de nuestros visitantes extranjeros.

Gráfico 3.15. Número de viajeros extranjeros en los establecimientos hoteleros. Año 2011



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

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

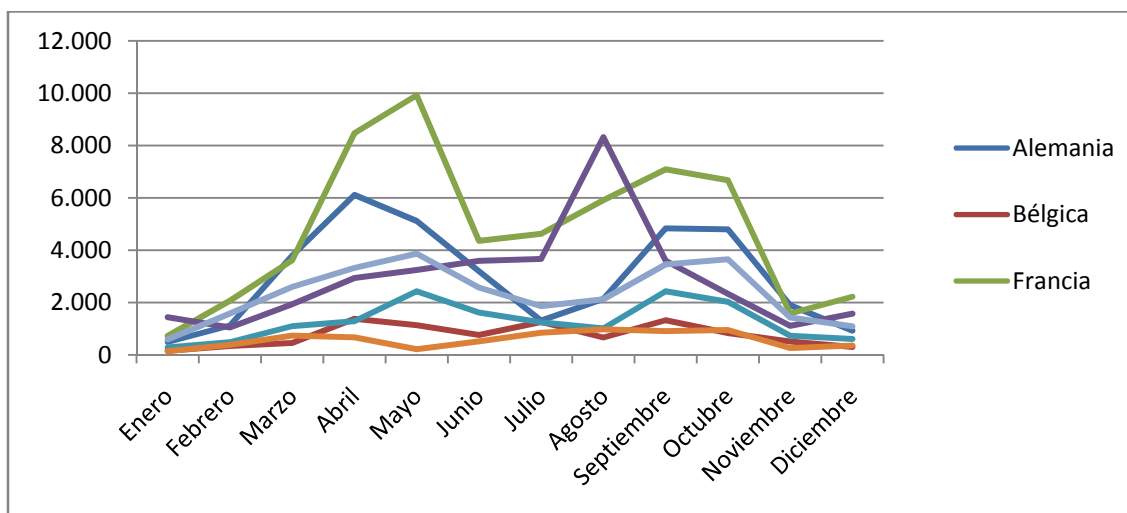
El turismo alemán concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño, produciéndose en estos meses el 79% del total de las llegadas, destacando el mes de abril con un concentración del 17%.

Al igual que ocurría en 2010, el turismo italiano concentra sus llegadas en los meses de verano, siendo agosto el mes por excelencia al recoger un total de 8.319 visitantes.

Reino Unido concentra sus llegadas en las estaciones de primavera y otoño al igual que turismo alemán, siendo el mes de mayo el que mayor número de llegadas recoge con un total de 3.869.

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

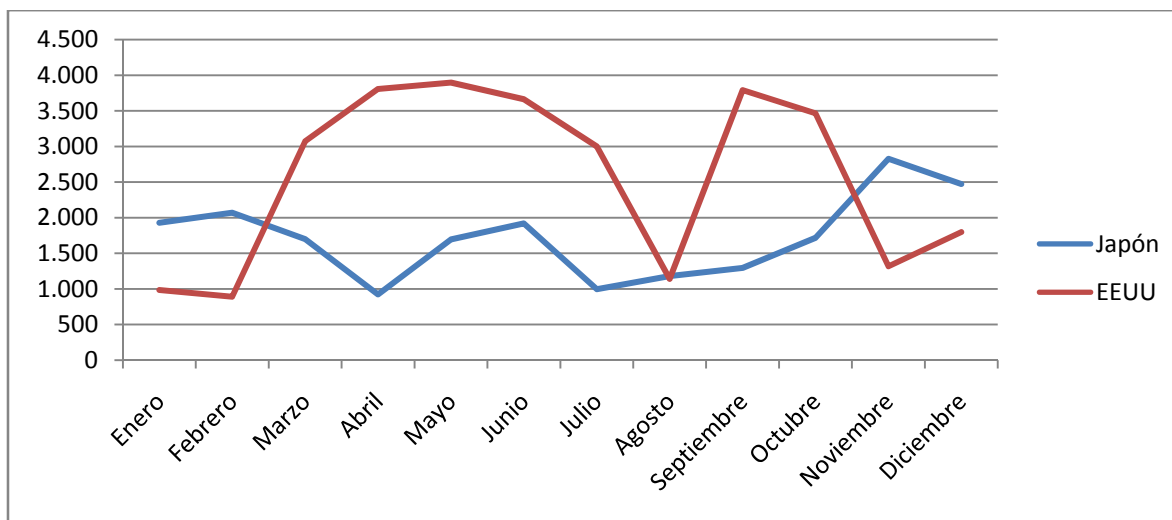
Gráfico 3.16. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los países de la Unión Europea. Año 2011



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

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

Gráfico 3.17. Evolución mensual de las llegadas de viajeros procedentes de los principales mercados extracomunitarios. Año 2011



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

Tabla 3.2. Evolución mensual de los viajeros extranjeros por país de procedencia. Año 2011

	Alemania	Bélgica	Francia	Italia	Países Bajos	Portugal	Reino Unido	Japón	EEUU
Enero	492	155	724	1.441	282	142	589	1.928	985
Febrero	1.121	337	2.071	1.050	485	381	1.582	2.070	890
Marzo	3.795	454	3.617	1.934	1.094	734	2.594	1.699	3.072
Abril	6.113	1.379	8.472	2.937	1.285	667	3.327	921	3.807
Mayo	5.117	1.135	9.922	3.246	2.429	214	3.869	1.693	3.896
Junio	3.196	761	4.359	3.592	1.618	516	2.571	1.918	3.663
Julio	1.309	1.259	4.626	3.666	1.244	842	1.863	996	2.999
Agosto	2.135	664	5.909	8.319	1.010	972	2.127	1.179	1.139
Septiembre	4.832	1.325	7.089	3.598	2.431	902	3.461	1.294	3.791
Octubre	4.795	833	6.672	2.333	2.025	946	3.656	1.717	3.465
Noviembre	1.899	513	1.583	1.113	728	256	1.425	2.826	1.317
Diciembre	926	299	2.225	1.578	606	356	1.093	2.471	1.798
TOTAL	35.730	9.114	57.269	34.807	15.237	6.928	28.157	20.712	30.822

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

3.4. VISITAS A CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO

Córdoba es una ciudad eminentemente cultural debido principalmente a la gran riqueza patrimonial que posee y al movimiento de viajeros con fines turístico-culturales que acuden a la ciudad cada año.

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

Así pues, durante el año 2011 se han contabilizado en los diferentes museos y monumentos cordobeses 2.735.435 visitas, lo que supone un incremento del 15,43%. Siendo los monumentos los principales artífices de este incremento, entre otras cosas debido al incluir en el número de visitas, las entradas a las visitas nocturnas “El Alma de Córdoba” y “Córdoba, la luz de las culturas”.

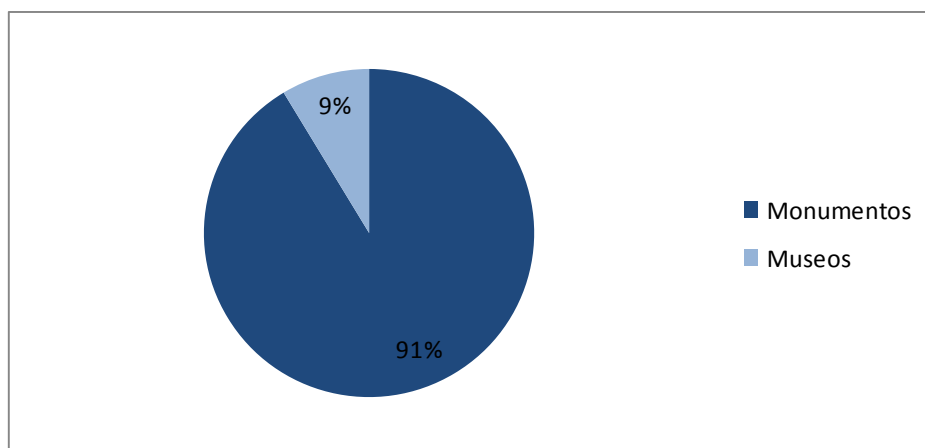
Tabla 3.1. Número de visitantes a los principales monumentos y museos de Córdoba. Año 2011

VISITANTES A LOS PRINCIPALES PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10
1º TRIM	57.801	15,73%	1º TRIM	41621	-3,84%	1º TRIM	63.300	-8,26%	1º TRIM	235.286	13,86%
2º TRIM	158.552	68,00%	2º TRIM	59.318	-3,63%	2º TRIM	124.800	3,61%	2º TRIM	459.884	118,1%
3º TRIM	106.676	45,74%	3º TRIM	34.529	21,36%	3º TRIM	58.550	-24,84%	3º TRIM	313.691	12,82%
4º TRIM	69.858	5,51%	4º TRIM	49.832	4,67%	4º TRIM	61.200	-14,23%	4º TRIM	284.794	4,24%
TOTAL	392.887	38,47%	TOTAL	185.300	2,44%	TOTAL	307.850	-9,11%	TOTAL	1293.655	10,64%
TORRE DE LA CALAHORRA			BAÑOS DEL ALCÁZAR CALIFAL			CAPILLA SAN BARTOLOMÉ			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10
1º TRIM	15.817	-2,70%	1º TRIM	12.955	7,22%	1º TRIM	31.320		1º TRIM	21.087	20,63%
2º TRIM	24.372	11,33%	2º TRIM	17.426	20,32%	2º TRIM	68.461	65,22%	2º TRIM	17.428	-16,08%
3º TRIM	17.220	4,32%	3º TRIM	11.941	9,21%	3º TRIM	38.033	11,99%	3º TRIM	11.022	-29,66%
4º TRIM	16.032	-1,27%	4º TRIM	14.916	-10,73%	4º TRIM	49.469	26,88%	4º TRIM	14.162	-21,19%
TOTAL	73.441	3,59%	TOTAL	57.238	5,59%	TOTAL	187.283	33,07%	TOTAL	63.699	-11,39%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES		
	VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10		VISITAS	%var/10
1º TRIM	9.871	-20,09%	1º TRIM	13.895	67,51%	1º TRIM	10.856	13,32%	1º TRIM	513.809	12,44%
2º TRIM	14.856	-26,27%	2º TRIM	17.487	6,57%	2º TRIM	31.686	-3,70%	2º TRIM	994.270	19,28%
3º TRIM	9.329	-0,52%	3º TRIM	10.139	39,96%	3º TRIM	11.422	5,85%	3º TRIM	622.552	17,49%
4º TRIM	13.974	12,04%	4º TRIM	15.299	16,06%	4º TRIM	15.318	14,74%	4º TRIM	604.854	10,31%
TOTAL	48.030	-11,63%	TOTAL	56.820	25,90%	TOTAL	69.282	3,99%	TOTAL	2.735.485	15,48%

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

Diferenciando entre museos y monumentos, se observa que el 91% de las entradas corresponden a los monumentos y tan solo el 9% corresponde a las visitas a museos. Hay que decir que durante el año 2011 el Museo Julio Romero de Torres ha permanecido cerrado por obras.

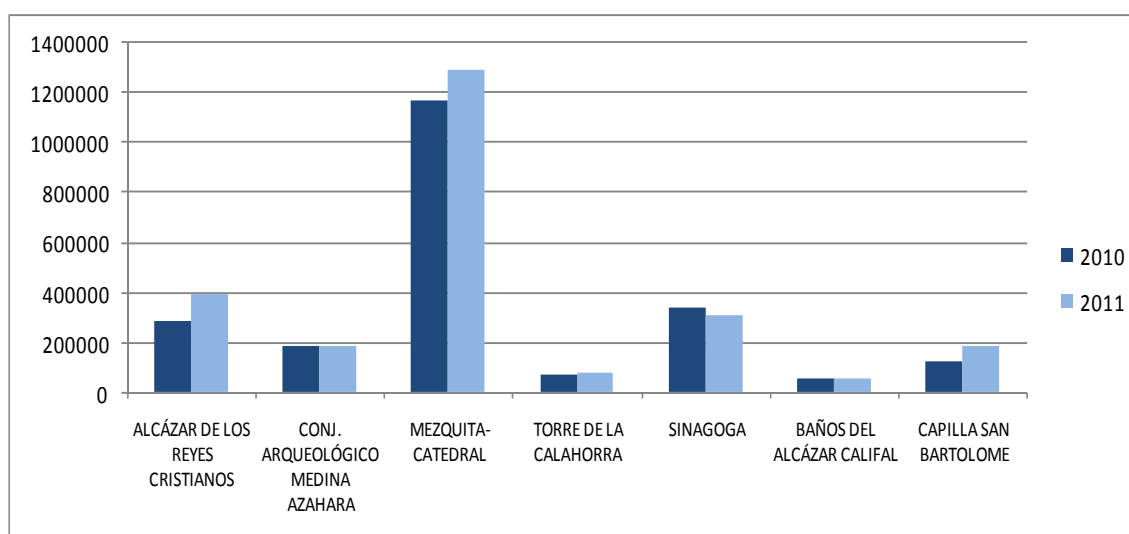
Gráfico 3.13. Distribución de las entradas según tipo de centro cultural. Año 2011



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

Los monumentos cordobeses que han recibido mayor número de visitas han sido la Mezquita-Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga, siendo el mayor incremento interanual el referido al Alcázar de los Reyes Cristianos con un 38,47%. Por el contrario, el único descenso lo ha sufrido la Sinagoga que ha visto descender sus visitas en un 9,11%.

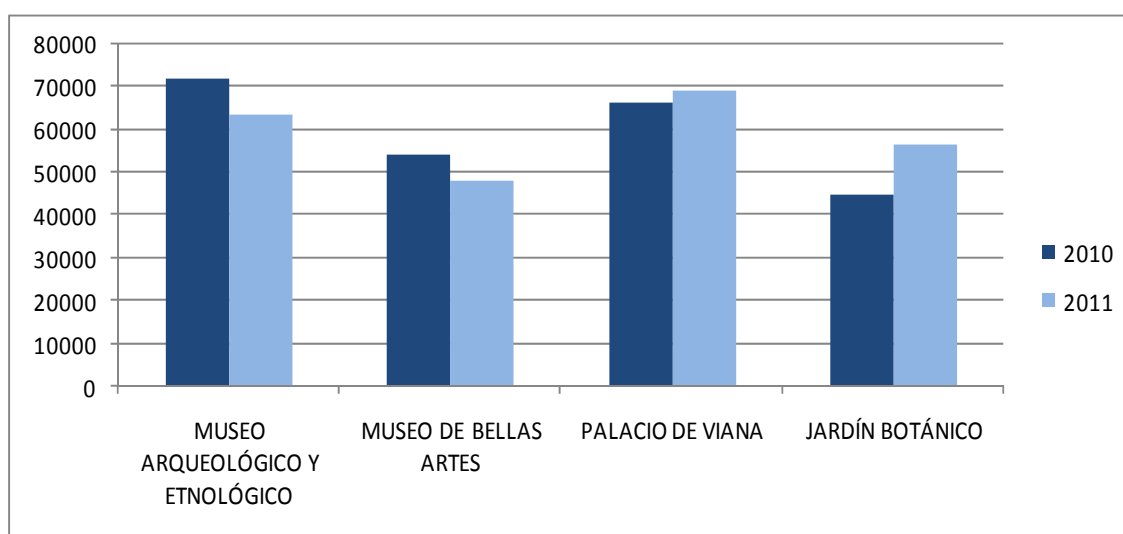
Gráfico 3.14. Número de visitantes a los monumentos de la ciudad de Córdoba. Años 2010-2011



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

Por su parte los museos que han reflejado un mayor número de visitas han sido el Palacio de Viana y el Museo Arqueológico. El mayor incremento lo ha recogido el Jardín Botánico que ha incrementado las visitas en un 25,90%. Los museos de Bellas Artes y Arqueológico han experimentado una variación negativa con respecto a 2010.

Gráfico 3.15. Número de visitantes a los museos de la ciudad de Córdoba. Años 2011-2012



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

4. CONGRESOS Y REUNIONES

España se ha erigido como uno de los principales destinos internacionales para el turismo de negocios y reuniones, con una oferta de reuniones consolidada y una demanda con una elevada importancia a causa de su carácter desestacionalizador del turismo y por su contribución positiva al desarrollo económico. No obstante, en los últimos años la demanda se ha ido reduciendo, tanto en el número de congresos celebrados como de asistentes a éstos, según los últimos informes del Spain Convention Bureau, debido a la actual coyuntura económica internacional.

En este contexto, la ciudad de Córdoba ha conseguido revertir la inercia de los últimos ejercicios, viendo como en 2011 se ha experimentado un leve pero significativo repunte con respecto a la tendencia negativa de los años precedentes. De igual forma, cabe destacar el incremento en la duración de los eventos, en los que el número de delegados ha permanecido muy parejo con respecto al del año pasado. La información que se presenta a continuación ha sido facilitada por los organizadores de las reuniones a través del Consorcio de Turismo de Córdoba.

En términos generales, en el periodo estudiado, se han contabilizado 82 reuniones que se han clasificado en congresos, convenciones y jornadas siguiendo las definiciones marcadas por Turespaña y el Spain Convention Bureau. Esto ha supuesto un incremento del 7,89% en cuanto al número de reuniones celebradas y por consecuencia un aumento también del 3,55% en el número de asistentes.

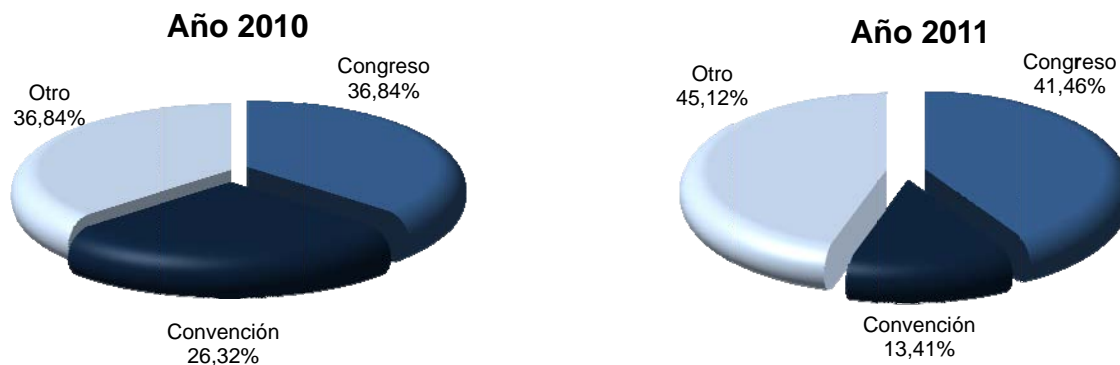
Como se observa en la siguiente tabla, destaca la evolución seguida por el número de congresos y otros eventos, con crecimientos del 21,43% y 32,14% respectivamente. Por el contrario el número de convenciones celebradas ha registrado un descenso del 45%.

Tabla 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2010-2011

Reuniones celebradas en Córdoba			
	Congreso	Convención	Otro
2010	28	20	28
2011	34	11	37
Var. 10/09	21,43%	-45,00%	32,14%

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

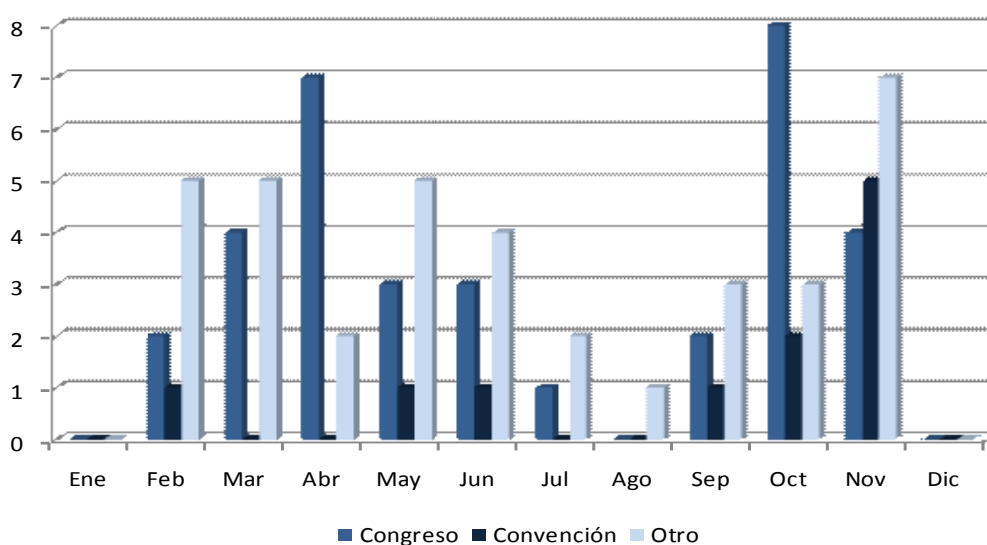
Gráfico 4.1. Tipo de reunión celebrada. Años 2010-2011



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

Aunque éste es un sector al que afecta en menor medida la estacionalidad, en el siguiente gráfico se observa que los meses con mayor número de reuniones han sido octubre (13) y noviembre (16). Los meses con un menor número de reuniones fueron enero, julio, agosto y diciembre, en los que la actividad ha sido prácticamente nula.

Gráfico 4.2. Tipo de reunión celebrada por meses. Año 2011



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

En cuanto al número de delegados en 2011 suman un total de 16.814 frente a los 16.237 del año 2010 y los 20.056 de 2009. Lo que representa una estabilidad total con respecto al 2010, tras el descenso producido en dicho ejercicio con respecto al 2009.

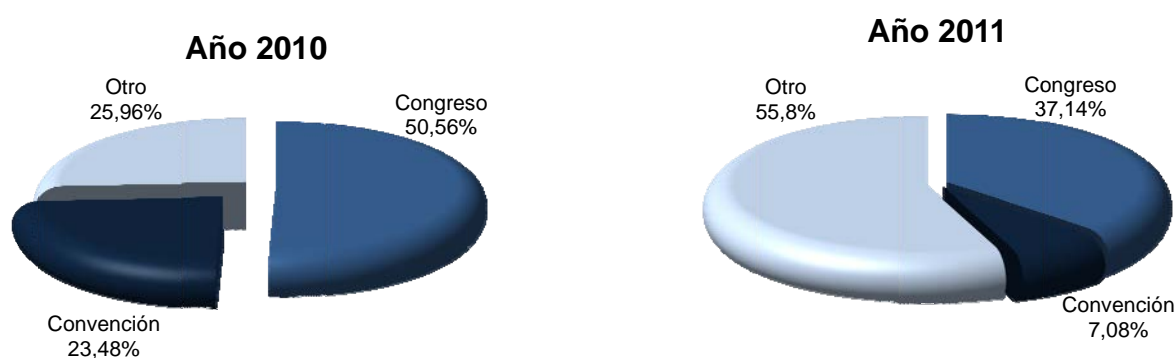
El mayor incremento producido ha sido el registrado por los asistentes a otro tipo de reuniones con un 122,51% de aumento con respecto a 2010. A pesar de haber incrementado su cifra el número de congresos, el número de delegados asistentes a éstos ha disminuido en un 23,93%. También han disminuido en un 68,78% el número de delegados las convenciones.

Tabla 4.2. Número de delegados por tipo de reunión celebrada. Años 2010-2011

	Congreso	Convención	Otro
2010	8.210	3.812	4.215
2011	6.245	1.190	9.379
Var. 11/10	-23,93%	-68,78%	122,51%

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

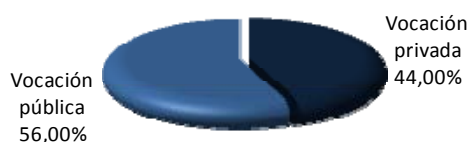
Gráfico 4.3. Número de delegados por tipo de reunión. Años 2010-2011



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

Muy equiparado es el resultado del carácter de las reuniones celebradas este año, pues un 56% han sido públicas frente al 44% de carácter privado.

Gráfico 4.4. Carácter de la reunión. Año 2011



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

Los temas de los que han tratado las distintas reuniones celebradas en la ciudad de Córdoba han sido de diversa índole, teniendo mayor presencia los relacionados con temas sanitarios con un 20%. Le siguen los relativos a aspectos universitarios con un 18%, los económicos con el 11% y los culturales con un 10%.

Tabla 4.3. Comparativa sector de actividad. Años 2010-2011

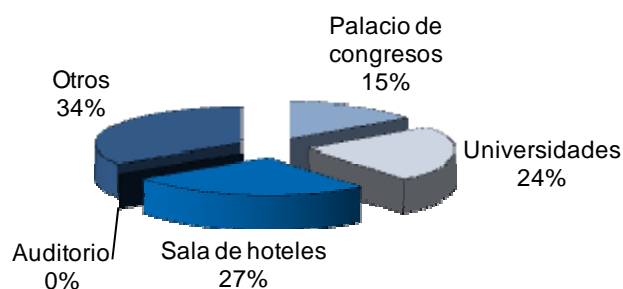
	2010	2011
Económico	13%	11%
Sanitario	15%	20%
Cultural	14%	10%
Público	3%	9%
Universidad	18%	18%
Tecnológico	8%	4%
Científico	11%	6%
Otros	18%	23%

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

En referencia al lugar de celebración de las reuniones, destacan las salas de hoteles, seguido de las universidades. El Palacio de Congresos queda relegado al tercer lugar (1º en 2010). El

apartado otros registra un incremento del 12% con respecto al 2010, alcanzando un 34% en el 2011.

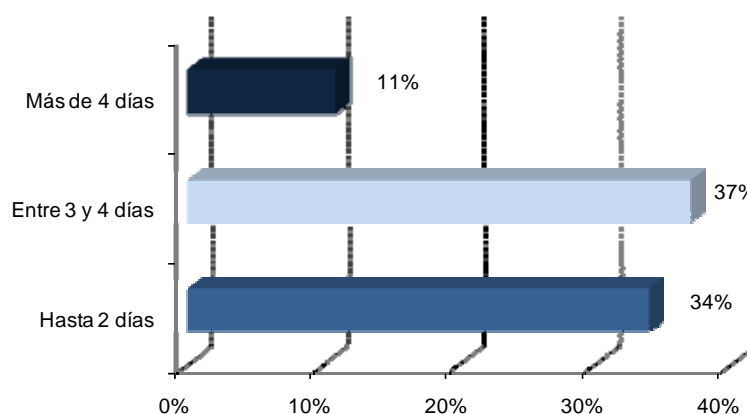
Gráfico 4.5. Lugar de celebración. Año 2011



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

La duración media de las reuniones durante este año es mayoritariamente de entre 3 y 4 días, lo que representa un incremento en las pernoctaciones respecto al 2010 cuando el 75% de las reuniones tuvieron una duración de tan solo 2 días.

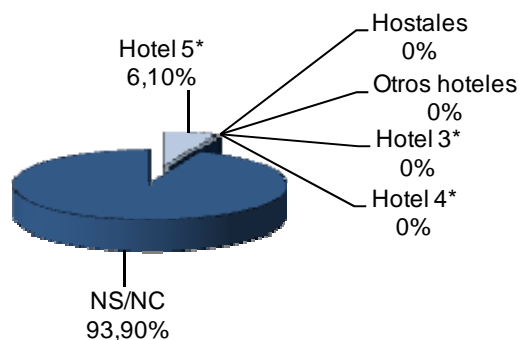
Gráfico 4.6. Duración de la reunión. Año 2011



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

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, de las 82 reuniones solo contestaron 5 sobre esta materia, por lo que no se puede extraer un resultado concluyente.

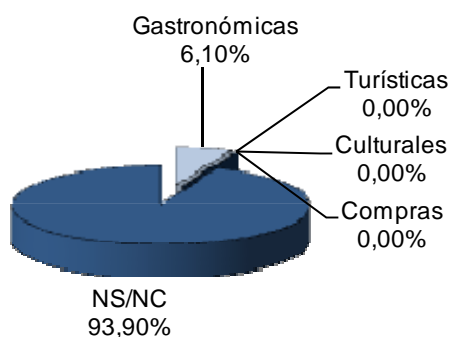
Gráfico 4.7. Tipo de alojamiento utilizado. Año 2011



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

En cuanto al tipo de actividad complementaria, al igual que en el apartado anterior, de 82 reuniones sólo contestaron 5. Los resultados muestran una clara preferencia por las actividades gastronómicas (5 de 5).

Gráfico 4.8. Actividades complementarias más solicitadas. Año 2011



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

5. ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA

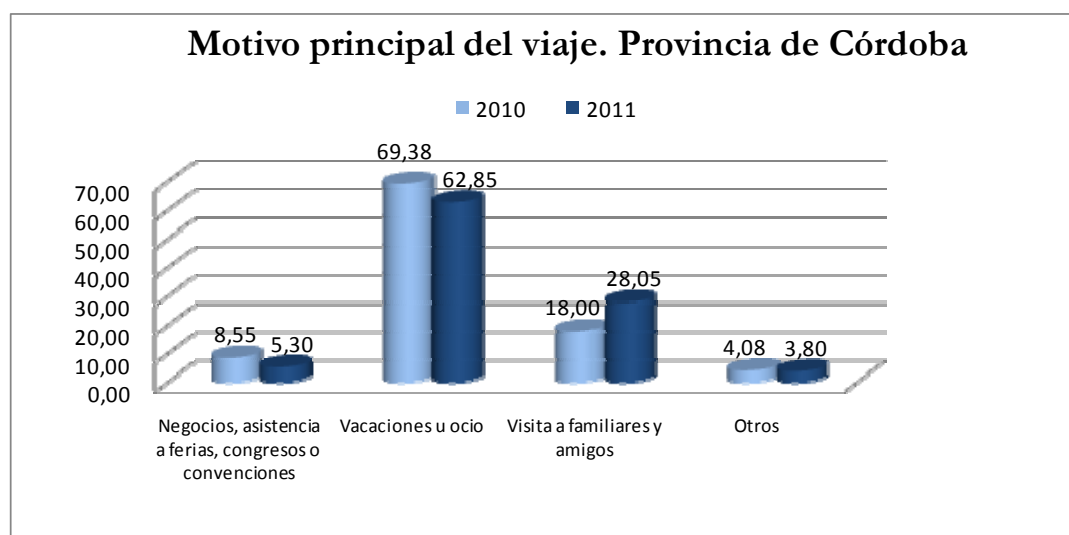
5.1. MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

El principal motivo de los turistas que nos visitan sigue siendo el vacacional u ocio, así lo refleja el 62,85%, a pesar de haber descendido un 9,41% con respecto a 2010. El mayor descenso es el producido en los viajes de negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones con un 38,01%. También se ha visto reducido en un 6,86% los otros tipos de viajes.

Por el contrario, las visitas a familiares y amigos han tenido un incremento del 55,83% con respecto al año anterior.

Motivación principal del Viaje. Provincia de Córdoba			
	2010	2011	Var. 11/10
Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones	8,55	5,30	-38,01%
Vacaciones u ocio	69,38	62,85	-9,41%
Visita a familiares y amigos	18,00	28,05	55,83%
Otros	4,08	3,80	-6,86%

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



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

El gasto medio diario que efectuaron los viajeros que visitaron la ciudad durante este año 2011 ha sido de 56,98 euros, lo que refleja un descenso del 12,64% con respecto al año 2010, consecuencia de la crisis económica que nos afecta.

Gasto Medio Diario. Provincia de Córdoba			
	2010	2011	Var. 11/10
Euros	65,22	56,98	-12,64%

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

5.2. PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS VISITANTES

El índice de percepción turística de nuestros visitantes referido al año 2011, se sitúa en 7,9 de promedio en una escala de 1 a 10, un nivel muy similar al acaecido un año antes (8), produciéndose un leve descenso del 0,94% en el índice total de percepción por parte del viajero.

Los aspectos mejor valorados por los turistas han sido en primer lugar el Patrimonio cultural con una calificación media de 8,83, seguido de la Atención y trato con un 8,53, los Trenes con un 8,33 y el Alojamiento con un 8,30. Otros aspectos que superan o alcanzan el 8 de media son los Paisajes y Parques naturales con 8,18, la Relación precio/servicio con un 8,13, la Restauración con un 8,10 y los Entornos urbanos con una puntuación de 8. De todos estos aspectos los que presentan la mejor evolución son el Patrimonio cultural con un incremento del 3,52%, seguido de la Restauración y la Atención y trato que crecen un 2,53% y 2,40% respectivamente.

Los aspectos que han obtenido peor puntuación han sido los Autobuses con un promedio de 6,63 y la Asistencia sanitaria con una valoración 6,90.

Calificación del viaje. Provincia de Córdoba			
	2010	2011	Var. 11/10
Alojamiento	8,33	8,30	-0,36%
Restauración	7,9	8,10	2,53%
Ocio-diversión	7,8	7,98	2,31%
Transportes públicos:			
Autobuses	7,53	6,63	-11,95%
Trenes	8,30	8,33	0,36%
Taxis	7,90	7,53	-4,68%
Alquiler de coches	7,47	7,45	-0,27%
Calidad de la oferta turística:			
Playas	-	-	-
Paisajes y Parques naturales	8,53	8,18	-4,11%
Entornos urbanos	7,88	8,00	1,52%
Seguridad Ciudadana	8,00	7,95	-0,63%
Asistencia sanitaria	7,65	6,90	-9,80%
Atención y trato	8,33	8,53	2,40%
Relación precio/servicio	8,18	8,13	-0,61%
Red de comunicaciones	8,33	7,88	-5,41%
Limpieza	7,75	7,53	-2,84%
Nivel de tráfico	7,50	7,50	0,00%
Señalización turística	7,75	7,68	-0,90%
Información turística	8,10	7,90	-2,47%
Patrimonio cultural	8,53	8,83	3,52%
Infraestructura para la práctica de golf	-	-	-
Puertos y actividades náuticas	-	-	-
Índice sintético de percepción	8,0	7,9	-1,25%

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

6. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS CULTURALES

Este capítulo del Informe Anual pretende realizar una comparativa entre las principales ciudades turísticas del panorama nacional, de este modo se pueden obtener conclusiones que nos ayuden a posicionar el turismo de nuestra ciudad en relación al resto de destinos.

Para realizar esta comparativa se han seleccionado unos indicadores relacionados tanto con la oferta como con la demanda, que son los mismos que se han tenido en cuenta en la elaboración de este Informe y son los siguientes: número de viajeros, número de pernoctaciones, grado de ocupación por plazas en los establecimientos hoteleros, estancia media de los viajeros, número de establecimientos abiertos, plazas hoteleras disponibles y personal empleado.

Los datos analizados se muestran en forma de ranking, de forma que sea más fácil determinar la posición que ocupa Córdoba dentro del conjunto de puntos turísticos españoles seleccionados. Además, el período analizado se referirá a los últimos cinco años, lo que permite conocer la evolución turística de la ciudad, su situación actual y su comportamiento futuro.

La ciudad de Córdoba con más de 780.000 viajeros se sitúa en octava posición dentro de las 17 ciudades españolas analizadas, subiendo un puesto respecto al año 2010. Las dos primeras posiciones las siguen ocupando Madrid y Barcelona, siendo Murcia y Ávila quienes reciben el menos número de viajeros.

En lo que respecta a la evolución, Córdoba ha sido la ciudad que ha reflejado el mayor crecimiento de viajeros respecto a 2010 con un 12,97%. Zaragoza y Bilbao que tienen similar volumen de viajeros han registrado crecimientos del 1,36% y 6,15% respectivamente.

Por otro lado, el crecimiento de la ciudad en el período 2007-2011 ha sido del 3,19% muy similar al de Salamanca (3,41%). Las ciudades que más han crecido en estos años han sido Málaga (27,06%), Barcelona (24,60%) y Madrid (13,92%).

Tabla 6.1. Clasificación según número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	MADRID	7.311.145	7.299.416	7.166.476	7.871.880	8.328.953	5,81%	13,92%
2	BARCELONA	5.546.764	5.607.284	5.495.097	6.396.498	6.911.056	8,04%	24,60%
3	SEVILLA	1.832.650	1.735.226	1.665.199	1.778.971	1.909.883	7,36%	4,21%
4	VALENCIA	1.661.401	1.656.207	1.517.703	1.547.727	1.638.822	5,89%	-1,36%
5	GRANADA	1.509.478	1.474.608	1.373.862	1.451.016	1.503.664	3,63%	-0,39%
6	MÁLAGA	714.370	783.948	746.350	862.599	907.669	5,22%	27,06%
7	ZARAGOZA	822.124	941.466	717.251	788.299	799.010	1,36%	-2,81%
8	CÓRDOBA	763.249	715.266	661.148	697.139	787.576	12,97%	3,19%
9	BILBAO	636.611	608.285	624.359	675.801	717.353	6,15%	12,68%
10	SALAMANCA	577.789	590.890	571.932	584.768	597.511	2,18%	3,41%
11	SANTIAGO C.	578.359	547.540	562.385	704.108	548.602	-22,09%	-5,15%
12	SAN SEBASTIAN	468.596	466.993	451.915	506.315	533.166	5,30%	13,78%
13	TOLEDO	466.933	448.125	441.645	460.795	460.519	-0,06%	-1,37%
14	BURGOS	343.437	362.145	356.444	370.510	366.289	-1,14%	6,65%
15	VALLADOLID	349.387	362.908	335.031	338.966	350.906	3,52%	0,43%
16	MURCIA	425.071	380.696	301.968	309.952	326.521	5,35%	-23,18%
17	AVILA	234.228	218.067	194.964	203.625	201.622	-0,98%	-13,92%

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

En cuanto al número de pernoctaciones, Córdoba alcanza la novena posición y sube una posición con respecto al año anterior, llegando a más de 1.200.000 pernoctas a lo largo de este año 2011. Bilbao, Zaragoza, Santiago y San Sebastián se sitúan en valores cercanos, con un volumen de pernoctaciones entre las 1,3 y 1 millones de pernoctas. Madrid y Barcelona superan los 16 millones de pernoctaciones y ocupan las dos primeras posiciones y Murcia y Ávila, una vez más, registran los valores inferiores.

Al igual que ocurría con el número de viajeros, la ciudad cordobesa vuelve a registrar el mayor crecimiento de los registrados del conjunto de las 17 ciudades comparadas, con un 12,11% seguida por Bilbao con un 11,35%. Por el contrario el mayor descenso lo ha recogido Santiago de Compostela, aunque este hecho es debido a que el año 2010 fue año Xacobeo.

Las ciudades que reflejan una mejor evolución en los últimos cinco años han sido Barcelona (37,58%), Málaga (34,95%), Bilbao (23,27%) y San Sebastián (18%). Córdoba en este tiempo ha registrado un crecimiento del 1,94%. La mayor caída de pernoctaciones es la registrada en Murcia (-23,68%).

Tabla 6.2. Clasificación según número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	MADRID	14.232.082	13.975.148	13.653.384	15.192.774	16.366.979	7,73%	15,00%
2	BARCELONA	11.743.817	11.624.458	12.311.976	15.095.875	16.156.633	7,03%	37,58%
3	SEVILLA	3.413.141	3.225.372	3.090.005	3.332.866	3.589.652	7,70%	5,17%
4	VALENCIA	3.160.106	3.251.721	3.038.559	3.249.957	3.337.071	2,68%	5,60%
5	GRANADA	2.734.545	2.581.027	2.503.831	2.621.971	2.766.131	5,50%	1,16%
6	MALAGA	1.285.309	1.413.126	1.411.591	1.596.042	1.734.522	8,68%	34,95%
7	BILBAO	1.102.442	1.052.059	1.105.011	1.220.475	1.358.960	11,35%	23,27%
8	ZARAGOZA	1.433.713	1.795.518	1.211.935	1.319.190	1.336.736	1,33%	-6,76%
9	CÓRDOBA	1.213.148	1.150.101	1.058.241	1.103.093	1.236.628	12,11%	1,94%
10	SANTIAGO C.	1.163.134	1.124.881	1.182.900	1.430.184	1.142.553	-20,11%	-1,77%
11	SAN SEBASTIAN	880.508	875.185	868.319	988.698	1.039.021	5,09%	18,00%
12	SALAMANCA	997.803	983.227	943.807	965.877	958.465	-0,77%	-3,94%
13	TOLEDO	744.267	728.001	694.482	719.281	718.005	-0,18%	-3,53%
14	VALLADOLID	554.158	575.852	548.044	551.417	583.063	5,74%	5,22%
15	BURGOS	518.944	548.646	529.999	586.334	562.456	-4,07%	8,38%
16	MURCIA	684.189	601.469	498.372	518.593	522.143	0,68%	-23,68%
17	AVILA	374.236	354.282	320.307	340.079	334.621	-1,60%	-10,59%

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

Con respecto al grado de ocupación, la ciudad ha experimentado una mejoría con respecto a 2010 al subir un puesto con respecto al año precedente, pero lejos aún de los valores registrados en 2009 cuando la ciudad alcanzaba la cuarta posición.

El grado de ocupación por plazas en los establecimientos hoteleros de Córdoba ha sido del 51,73%, similar al de Valencia (53,12%) y Málaga (50,5%), siendo Barcelona quién ocupa la primera posición con el 65,32%.

En la evolución experimentada por estas ciudades en el último lustro, Córdoba ha registrado un descenso del 15,22%, siendo los mayores descensos los registrados por Zaragoza, Murcia y Ávila con un 35,96%, 30,15% y 21,41% respectivamente.

Tabla 6.3. Clasificación según el grado de ocupación por plazas. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	BARCELONA	66,86	61,95	60,08	62,03	65,32	5,30%	-2,30%
2	SAN SEBASTIAN	58,9	54,24	53,69	57,53	59,53	3,48%	1,07%
3	MADRID	58,28	54,25	50,37	54,45	56,22	3,25%	-3,53%
4	GRANADA	63,21	56,05	51,67	51,75	54,39	5,10%	-13,95%
5	BILBAO	52,02	47,71	47,57	50,83	54,36	6,94%	4,50%
6	SEVILLA	55,89	51,98	48,25	50,23	54,14	7,78%	-3,13%
7	VALENCIA	56,09	50,77	46,97	51,77	53,12	2,61%	-5,30%
8	CÓRDOBA	61,02	55,58	51,01	49,67	51,73	4,15%	-15,22%
9	MÁLAGA	50,49	49,74	44,92	47,74	50,5	5,78%	0,02%
10	SALAMANCA	53,94	50,96	49,77	48,2	46,91	-2,68%	-13,03%
11	TOLEDO	50,96	46,64	44,04	45,16	44,35	-1,79%	-12,97%
12	SANTIAGO C.	48,91	45,35	44,72	53	42,07	-20,62%	-13,98%
13	BURGOS	44,2	42,95	38,8	42,54	41,99	-1,29%	-5,00%
14	VALLADOLID	44,11	41,64	39,58	40,49	41,94	3,58%	-4,92%
15	ZARAGOZA	54,64	55,05	34,43	35,41	34,99	-1,19%	-35,96%
16	MURCIA	47,3	41,9	34,43	32,91	33,04	0,40%	-30,15%
17	ÁVILA	41,34	37,38	33,85	34,3	32,49	-5,28%	-21,41%

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

El análisis de la estancia media no es tan favorable para la ciudad al situarse ésta en decimoquinta posición del ranking de ciudades, subiendo una posición con respecto a 2010.

Los viajeros llegados a la ciudad hicieron una media de 1,58 noches, estancia media muy similar a la reflejada por Burgos y Toledo, ambas con 1,56 noches. Barcelona sigue encabezando la lista con una estancia media de 2,32 noches, pese a haber sufrido un descenso del 1,69% respecto al año precedente.

La estancia media en la ciudad ha permanecido inalterable con respecto a 2010. El mayor incremento lo ha recogido Madrid (8,37%) y el mayor descenso lo ha registrado Murcia (-4,19%).

Haciendo la comparación con 2007, Córdoba refleja un descenso del 0,63%. Este parámetro suele variar poco de un año a otro, lo que supone que la posición en el ranking tenga fuertes variaciones. Murcia y Granada han recogido variaciones similares a la de Córdoba con descensos del 0,62% y 1,89% respectivamente.

Tabla 6.4. Clasificación según la estancia media. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	BARCELONA	2,12	2,07	2,21	2,36	2,32	-1,69%	9,43%
2	SANTIAGO C.	2,01	2,12	2,16	2,03	2,2	8,37%	9,45%
3	VALENCIA	1,9	1,96	1,99	2,1	2,02	-3,81%	6,32%
4	MADRID	1,95	1,92	1,9	1,93	1,96	1,55%	0,51%
5	SAN SEBASTIAN	1,88	1,84	1,88	1,95	1,92	-1,54%	2,13%
6	MÁLAGA	1,8	1,79	1,88	1,85	1,9	2,70%	5,56%
7	BILBAO	1,73	1,73	1,76	1,81	1,88	3,87%	8,67%
8	SEVILLA	1,86	1,85	1,85	1,87	1,87	0,00%	0,54%
9	GRANADA	1,81	1,75	1,8	1,81	1,84	1,66%	1,66%
10	ZARAGOZA	1,74	1,88	1,69	1,67	1,67	0,00%	-4,02%
11	ÁVILA	1,6	1,61	1,63	1,67	1,66	-0,60%	3,75%
12	VALLADOLID	1,59	1,58	1,62	1,63	1,66	1,84%	4,40%
13	SALAMANCA	1,73	1,67	1,67	1,65	1,62	-1,82%	-6,36%
14	MURCIA	1,61	1,58	1,64	1,67	1,6	-4,19%	-0,62%
15	CÓRDOBA	1,59	1,62	1,59	1,58	1,58	0,00%	-0,63%
16	BURGOS	1,51	1,53	1,51	1,58	1,56	-1,27%	3,31%
17	TOLEDO	1,59	1,62	1,58	1,56	1,56	0,00%	-1,89%

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

Hasta aquí hemos analizado los datos relativos a la demanda turística, a continuación se va a realizar el estudio comparativo de los indicadores de la oferta de los principales puntos turísticos nacionales, los cuales son: personal empleado, número de establecimientos abiertos y plazas hoteleras ofertadas.

El personal empleado en el sector turístico incluye tanto el personal remunerado como los que no lo están y que con su trabajo, aunque éste se desarrolle fuera de los establecimientos hoteleros, contribuyen a la producción de bienes y servicios en establecimientos dedicados a dicha finalidad.

Córdoba registra en 2011 un total de 875 personas empleadas, lo que la sitúa en la décima posición del ranking, un puesto superior al ocupado el año anterior. La ciudad registra un volumen de trabajadores similar al relativo a Santiago y San Sebastián, sin llegar a los niveles de Madrid y Barcelona donde se superan los 11.000 trabajadores.

Al comparar la ciudad con el resto de destinos, se aprecia como Córdoba es el destino que registra el mayor incremento con respecto a 2010 (9,76%). Por el contrario, se han producido descensos en 10 de los 17 puntos turísticos analizados, de los cuales Burgos, Toledo y Granada son los más acusados.

Tomando como referencia el año 2007, la ciudad registra un crecimiento del 7,56%. Hay que destacar positivamente el crecimiento experimentado por Barcelona en estos años al incrementarse en un 19,34% el personal empleado. En sentido contrario se encuentran Burgos, Murcia y Valencia con importantes descensos.

Tabla 6.5. Clasificación según el personal empleado. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	MADRID	11.874	12.469	12.087	11.961	12.170	1,75%	2,50%
2	BARCELONA	9.558	9.717	9.409	11.192	11.407	1,92%	19,34%
3	SEVILLA	2.908	2.742	2.640	2.744	2.719	-0,93%	-6,51%
4	VALENCIA	2.864	2.977	2.495	2.242	2.164	-3,49%	-24,45%
5	GRANADA	1.940	1.816	1.861	1.879	1.771	-5,75%	-8,72%
6	MÁLAGA	1.180	1.229	1.166	1.159	1.246	7,47%	5,56%
7	BILBAO	1.182	1.231	1.262	1.188	1.201	1,14%	1,63%
8	ZARAGOZA	1.189	1.381	1.264	1.179	1.124	-4,59%	-5,43%
9	SANTIAGO C.	1.055	934	958	1.009	987	-2,24%	-6,49%
10	CÓRDOBA	813	820	740	797	875	9,76%	7,56%
11	SAN SEBASTIAN	850	836	818	878	868	-1,14%	2,07%
12	SALAMANCA	807	738	716	738	728	-1,24%	-9,74%
13	TOLEDO	815	790	751	742	680	-8,32%	-16,54%
14	VALLADOLID	650	542	527	562	567	0,89%	-12,72%
15	MURCIA	608	579	488	458	454	-0,84%	-25,26%
16	ÁVILA	382	366	347	385	400	3,92%	4,71%
17	BURGOS	526	491	446	437	379	-13,11%	-27,88%

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

La siguiente tabla refleja la clasificación en función del número de establecimientos abiertos, en el que la ciudad, que ha abierto 7 nuevos establecimientos, ha ascendido dos posiciones con respecto a 2010 ocupando la octava posición con un total de 96 establecimientos hoteleros, situándose en posiciones similares Zaragoza (99), Salamanca (95) y Málaga (94).

Las primeras posiciones vuelven a ser para Madrid y Barcelona que entre las dos ciudades suman más de 1.300 establecimientos hoteleros.

Hemos de destacar el importante crecimiento que ha tenido la ciudad en este parámetro pues ha sido el segundo más relevante con un 7,87%, tras Bilbao que ha obtenido un 17,82%.

Haciendo comparativa con el año 2007, Córdoba ha obtenido un crecimiento mucho mayor al obtenido por el resto de ciudades andaluzas, siendo éste de un 35,21% frente al 7,63% de Granada, 5,32% de Sevilla y 4,44% de Málaga. La ciudad que refleja un mayor crecimiento en cuanto al número de establecimientos abiertos es Bilbao con un 59,79% de incremento y la ciudad que ha reflejado un mayor descenso ha sido Burgos.

Tabla 6.6. Clasificación según el número de establecimientos abiertos. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	MADRID	809	848	870	836	861	3,04%	6,45%
2	BARCELONA	422	441	465	509	505	-0,95%	19,57%
3	SEVILLA	163	159	163	168	172	2,03%	5,32%
4	GRANADA	154	148	159	165	166	0,25%	7,63%
5	SANTIAGO C.	150	152	158	160	154	-3,50%	2,61%
6	VALENCIA	119	123	125	121	118	-1,94%	-0,63%
7	SAN SEBASTIÁN	88	88	91	95	100	5,24%	14,02%
8	ZARAGOZA	89	95	93	95	99	3,93%	11,42%
9	CÓRDOBA	71	66	75	89	96	7,87%	35,21%
10	SALAMANCA	94	96	94	94	95	1,25%	0,71%
11	MÁLAGA	90	79	88	90	94	4,83%	4,44%
12	BILBAO	40	41	44	54	64	17,82%	59,79%
13	TOLEDO	62	63	62	63	63	-0,53%	1,08%
14	BURGOS	63	64	68	66	60	-9,16%	-5,56%
15	VALLADOLID	42	48	47	43	44	1,15%	4,56%
16	ÁVILA	36	39	38	39	42	7,91%	16,90%
17	MURCIA	38	34	34	36	36	1,63%	-4,39%

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

El último indicador que vamos a analizar es el número de plazas hoteleras, en el que la ciudad, a pesar de haber aumentado en 7 el número de establecimientos abiertos, se mantiene igual que el año anterior en la décima posición con 6.469 plazas, un número muy similar al de Bilbao que tiene 6.768 plazas hoteleras. Las primeras posiciones de este ranking son para Madrid y Barcelona y las últimas posiciones las ocupan Burgos y Ávila.

El crecimiento que ha experimentado Córdoba durante 2011 ha sido del 3,21% muy similar al de Bilbao (3,52%). El descenso más acusado lo ha recogido Burgos con un 3,10%.

La evolución de la ciudad en los últimos cinco años, refleja uno de los mayores crecimientos de las 17 ciudades analizadas con un 30,71%, siendo los mayores crecimientos los correspondientes a Zaragoza (42,64%), Barcelona (37,18%) y Málaga (31,30%).

Tabla 6.7. Clasificación según el número de plazas hoteleras. Años 2007-2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Var. 11/10	Var. 11/07
1	MADRID	67.833	70.079	74.074	76.031	79.093	4,03%	16,60%
2	BARCELONA	48.792	50.869	55.558	65.920	66.931	1,53%	37,18%
3	SEVILLA	16.964	16.757	17.309	17.987	17.952	-0,20%	5,82%
4	VALENCIA	15.650	17.356	17.593	17.021	16.940	-0,47%	8,24%
5	GRANADA	12.017	12.360	13.105	13.712	13.745	0,24%	14,38%
6	ZARAGOZA	7.289	8.809	9.701	10.168	10.397	2,25%	42,64%
7	MÁLAGA	7.071	7.708	8.582	9.086	9.284	2,18%	31,30%
8	SANTIAGO C.	6.606	6.696	7.153	7.300	7.280	-0,27%	10,21%
9	BILBAO	5.886	6.001	6.322	6.538	6.768	3,52%	14,98%
10	CÓRDOBA	4.949	4.818	5.250	6.268	6.469	3,21%	30,71%
11	SALAMANCA	5.139	5.218	5.162	5.421	5.514	1,71%	7,29%
12	SAN SEBASTIAN	4.152	4.304	4.374	4.593	4.640	1,03%	11,74%
13	TOLEDO	4.057	4.205	4.345	4.328	4.373	1,05%	7,79%
14	MURCIA	4.018	3.916	3.975	4.316	4.316	0,00%	7,42%
15	VALLADOLID	3.490	3.757	3.760	3.718	3.796	2,11%	8,78%
16	BURGOS	3.262	3.458	3.718	3.743	3.626	-3,10%	11,17%
17	ÁVILA	2.515	2.564	2.587	2.766	2.791	0,90%	10,98%

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

