

# La creación de empleo en el sector turístico crece un 8% en el último año

● Un informe elaborado por **Exceltur** destaca que 2015 fue un muy buen año para la ciudad tanto en el fomento de las contrataciones como en el incremento de la ocupación hotelera



Un camarero ofrece una tapa a unos clientes en la Taberna del Río.

JOSE MARTINEZ

## OTROS DATOS

### BUENA PERSPECTIVA

#### Mayor crecimiento que los destinos costeros

Los destinos urbanos como Córdoba situados en el interior peninsular fueron los que mayor crecimiento registraron durante 2015, tanto en rentabilidad como en empleo. Se trata, en la mayor parte de los casos, de incrementos que les permitieron recuperar parte de las profundas caídas experimentadas en los últimos años de la crisis y que se produjo gracias a la recuperación de su principal mercado, el nacional.

### OTRA OPORTUNIDAD

#### La gran incógnita del turismo de negocios

El barómetro de **Exceltur** destaca que uno de los factores que han incrementado los porcentajes turísticos a nivel nacional es el de negocios, un tipo de turismo que continúa siendo una incógnita a la espera de contar con un complejo donde celebrar congresos que mejore ostensiblemente las cifras que Córdoba arroja al respecto.

## F. J. Cantador

Córdoba sigue arrojando buenos datos en lo que a turismo se refiere. Según revela el barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles—elaborado por la asociación Exceltur—, el empleo en este sector creció un 8% en la ciudad durante 2015. Este crecimiento está por encima del arrojado por la media nacional—que se sitúa en el 5,4%—. Córdoba se sitúa de esta forma en el puesto 14 en lo que a crecimiento del empleo en el sector, por encima de otras ciudades andaluzas, como Granada, o de grandes urbes, como Barcelona. Todo ello en un año en el que la ciudad ha vuelto a superarse a sí misma en lo que a recepción de visitantes se refiere, ya que, junto al resto de la provincia, consiguió en 2015 superar—al igual que en 2014—la barrera del millón de turistas.

Otro dato arrojado por el barómetro es el referido al ingreso medio por habitación en hoteles. El documento incide en que ese ingreso medio fue entre enero y

diciembre de 42,3 euros; por debajo de la media nacional, que se situó en los 55,7 euros. Este dato viene a contradecir aquello de que los hoteles cordobeses son de los más caros de España por mucho que en algunas épocas del año, en temporada alta, lleguen a cobrar hasta 120 euros por habitación. En lo que respecta a la variación interanual, en Córdoba ese ingreso medio se incrementó un 14,1%, algo por encima del incremento de la media nacional, que se quedó en el 11,5%, y lejísimos de la registrada, por ejemplo, por la ciudad de Ávila, que lidera el ranking con un incremento del precio medio de sus habitaciones del 44,5%.

El informe destaca asimismo la tarifa media diaria de una habitación de hotel en Córdoba se situó durante el último trimestre del pasado año en los 66,5 euros para una ocupación media del 63,5%, mientras que la media total que arrojaron los destinos urbanos nacionales se ubicó en los 82,6 euros por habitación para una ocupación del 64,7% y el promedio medio a nivel nacional

incluyendo los destinos vacacionales—que incluye también el turismo de sol y playa—fue de 75,1 euros por habitación para una ocupación media durante el trimestre del 57,8%.

Estos datos siguen demostrando que Córdoba no es una ciudad cara en lo que a alojamientos se refiere, algo que también se corrobora con los datos acumulados durante todo el pasado año. Es decir, la media de Córdoba de tarifa de habitación de hotel del pasado año fue de 65,6 euros pa-

El precio medio de una habitación de hotel se sitúa por debajo de la media nacional

Las buenas cifras se deben, sobre todo, al incremento de los visitantes nacionales

ra una ocupación media del 64,5%, frente a los 83,3 euros y un 66,9% de ocupación de la media de todos los destinos urbanos y a los 78,7 euros y un 62% de ocupación de la media anual de los destinos vacacionales.

El barómetro también indica que durante el pasado año se incrementó en 6,2 euros el precio medio de una habitación de hotel—6,1 euros en los hoteles de cuatro estrellas y 0,5 euros en los de tres estrellas—y la ocupación hotelera creció una media del 7,4%—un 6% en los de cuatro estrellas y un 11,2% en los de tres—.

El informe incide en la generalizada recuperación de la rentabilidad socioeconómica en los destinos urbanos—como Córdoba—, “que son los que más sufrieron durante la crisis”. Y sostiene que este buen comportamiento del turismo urbano se debió principalmente a la recuperación de la demanda española y, especialmente, incide en que “por primera vez al cierre de 2015 los ingresos alojativos se situaron en términos medios por encima de los niveles previos a la crisis (55,7 euros en

2015 por los 54,7 de 2008). “A pesar de dicha mejora, todavía un buen número de ciudades españolas—como Córdoba—se situó en niveles inferiores a 2008”, recoge el barómetro, que detalla que el fuerte incremento de la rentabilidad hotelera en los destinos urbanos como la ciudad califal se explica por el aumento de la ocupación “condicionado por la mejora de la demanda nacional, y en menor medida por el crecimiento de los precios hoteleros”.

Los precios crecieron un 4,9% en 2015 hasta alcanzar los 83,3 euros, todavía un 6% por debajo de los niveles anteriores a la crisis (88,5% en 2008). Además, el documento sostiene que los establecimientos de mayor categoría fueron los que registraron los incrementos más intensos en 2015, “en un año en el que afloraron las retenciones en algunos destinos frente a este tipo de oferta que, no sólo es la que mejor ha aguantado durante la crisis, sino que es la que está asociada a un perfil de turista de mayores efectos multiplicadores y empleo de más valor añadido”.