

## BALANCE TRIMESTRAL NEGATIVO AUNQUE CON EXPECTATIVAS DE RECUPERACIÓN

Los datos correspondientes al primer trimestre del año 2009 muestran una realidad de claro signo negativo, la cual es expresión concreta y local de la mala coyuntura existente a escala nacional e internacional, tributaria de la crisis general que nos afecta.

En efecto, durante el periodo considerado, el número de visitantes ha bajado hasta 133.222, lo que representa una disminución del 16 % con respecto al último trimestre del año 2008 y con respecto al mismo trimestre del año anterior. Bien es cierto que la disminución ha de relativizarse por el hecho de que la Semana Santa cayó en el primer trimestre de 2008 y en el segundo trimestre en el 2009, lo que supone respectivamente, un aumento de visitantes en el primer caso y una reducción de los mismos durante el segundo.

Las pernoctaciones han disminuido en la misma proporción que las visitas, lo cual es indicativo de una retracción general del turismo y no de un grupo o sector concreto. La ocupación hotelera, lógicamente, también ha disminuido en una proporción apreciable, aunque de valor diferente según la fuente de procedencia de los datos. Igual puede decirse de la duración de la estancia, a juzgar por los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera y por los propios del Observatorio Turístico, lo cual se ejemplifica en el hecho de que las tres cuartas partes de las estancias en Córdoba generan una o dos pernoctaciones solamente.

El gasto medio de los turistas durante el primer trimestre del año ha sido de 57'11 Euros, que representan una cantidad sensiblemente inferior a los 64 Euros del mismo trimestre del año anterior. Aspecto positivo del dato, es que constituye una cantidad superior en cinco euros diarios a la media que declaraban gastar los turistas del último trimestre de 2008.

Las vistas a monumentos y museos han disminuido espectacularmente, continuando la tendencia que ya apreciábamos en el último trimestre del año precedente. Los museos han perdido casi la mitad de los visitantes, lo cual, aunque tiene una explicación que atenúa el hecho en sí, es sumamente preocupante por cuanto supone la preterición de un elemento cultural clave en una ciudad cuyo atractivo turístico es precisamente de signo cultural. Las visitas a los monumentos han disminuido en una proporción mucho menor, sin duda por el efecto polarizador que ejerce la Mezquita-Catedral.

La valoración de la ciudad por parte de los turistas sigue siendo excelente, lo que constituye uno de los principales activos de nuestro turismo y es garantía de recuperación para el futuro.

En conclusión, se describe un trimestre marcado por el signo negativo de los datos cuantitativos, derivación independiente de nuestra oferta turística, y cuya explicación se encuentra en la retracción general del turismo a consecuencia de la crisis económica que padecemos.

### El trimestre en cifras

Viajeros (eoh)	Pernoctaciones (eoh)	Ocupación Hotelera		Estancia media (eoh)	Estancia media (propia)			
		INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES		
133.222	211.129	42,33%	41,46%	1,58	1,21	1,52		
-16,20%	-16,78%	-15,40%	-21,69%	-0,69%	noches	noches		
Gasto Medio Diario	Visita a Monumentos - Museos		Valoración de Córdoba		Procedencia INE		Duración de la estancia	
	Monumentos	Museos	Bien	79,88%			Sin Pernocta	18,22%
57,11 €	390.921	48.083	Regular	16,47%	España	71,72%	1-2 noches	76,27%
-5,86%	-18,91	34,40%	Mal	3,66%	Extranjero	28,28%	+ 3 noches	5,51%

# ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

## CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA

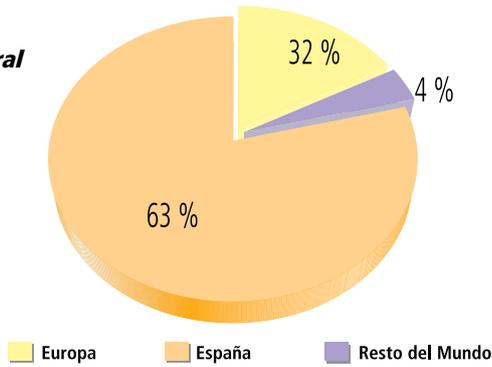
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
<b>PERFIL</b>						
<b>EDAD</b>						
Menor de 10 años	6,71%	8,69%	2,95%	9,67%	4,71%	2,63%
10-18 años	7,87%	9,13%	5,49%	7,33%	6,47%	7,89%
18-29 años	15,60%	14,92%	16,88%	1,67%	32,35%	5,26%
30-44 años	29,88%	35,19%	19,83%	23,33%	38,82%	42,11%
45-65 años	25,66%	20,94%	34,60%	36,00%	11,76%	28,07%
65 años o más	14,29%	11,14%	20,25%	22,00%	5,88%	14,04%
<b>DURACIÓN DE LA ESTANCIA</b>						
Sin pernoctación	18,22%	19,74%	15,48%	0,00%	0,00%	100,00%
1-2 noches	76,27%	74,34%	79,76%	98,02%	94,55%	0,00%
3-7 noches	5,51%	5,92%	4,76%	1,98%	5,45%	0,00%
Más de 7 noches						
Media	1,21	1,12	1,36	1,61	1,42	--
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>						
Hoteles 3 y 4 *	52,33%	42,62%	69,01%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	10,88%	14,75%	4,23%	0,00%	38,18%	0,00%
Pensión	17,62%	19,67%	14,08%	0,00%	61,82%	0,00%
Casa amigos o familiares	11,40%	18,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	7,77%	4,92%	12,68%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>EFFECTUÓ RESERVA</b>						
Sí	71,30%	59,06%	93,83%	92,08%	82,69%	40,00%
No	28,70%	40,94%	6,17%	7,92%	17,31%	60,00%
<b>TIPO DE RESERVA</b>						
Viaje organizado por agencia	9,42%	2,97%	14,75%	14,63%	5,00%	0,00%
Alojamiento por agencia	14,80%	18,81%	11,48%	19,51%	0,00%	40,91%
Alojamiento directamente	44,84%	62,38%	30,33%	41,46%	66,67%	0,00%
Transporte por agencia	5,83%	2,97%	8,20%	6,50%	0,00%	22,73%
Transporte directamente	25,11%	12,87%	35,25%	17,89%	28,33%	36,36%
<b>DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA</b>						
<b>LUGAR DE RESIDENCIA</b>						
España	64,41%	100,00%	0,00%	51,49%	76,36%	69,77%
Unión Europea	31,78%	0,00%	89,29%	42,57%	23,64%	30,23%
Resto del mundo	3,81%	0,00%	10,71%	5,94%	0,00%	0,00%
<b>GRUPO</b>						
Solo	5,26%	2,38%	4,24%	1,98%	0,00%	0,00%
Pareja	35,53%	46,43%	39,41%	38,61%	40,00%	48,84%
Familia	26,32%	15,48%	22,46%	24,75%	14,55%	32,56%
Amigos	32,89%	35,71%	33,90%	34,65%	45,45%	18,60%
<b>MOTIVOS DEL VIAJE</b>						
Vacaciones	70,76%	57,89%	94,05%	80,20%	92,73%	39,53%
Visita amigos o familiares	9,32%	13,16%	2,38%	1,98%	0,00%	16,28%
Trabajo/negocios	5,08%	6,58%	2,38%	7,92%	0,00%	9,30%
Excursiones, visitas...	14,83%	22,37%	1,19%	9,90%	7,27%	34,88%
Estudios	--	--	--	--	--	--
<b>ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE</b>						
Coche propio	42,80%	66,45%	0,00%	36,63%	38,18%	51,16%
Coche alquilado	5,51%	0,00%	15,48%	2,97%	7,27%	13,95%
Avión charter	1,27%	0,00%	3,57%	2,97%	0,00%	0,00%
Autobús regular	8,90%	8,55%	9,52%	10,89%	14,55%	0,00%
Autobús discrecional	0,42%	0,00%	1,19%	0,99%	0,00%	0,00%
Tren	41,10%	25,00%	70,24%	45,54%	40,00%	34,88%
<b>CÓMO ELIGIÓ DESTINO</b>						
Recomendación agencia viajes	7,63%	1,97%	17,86%	16,83%	0,00%	2,33%
Recomend. amigos o familiares	13,14%	19,08%	2,38%	1,98%	0,00%	27,91%
Cultura general	37,29%	32,24%	46,43%	50,50%	38,18%	18,60%
Iniciativa propia	41,53%	46,71%	32,14%	29,70%	61,82%	51,16%
Oferta o folleto tour operador	0,42%	0,00%	1,19%	0,99%	0,00%	0,00%
Clubes o asociaciones	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>ACTIVIDADES QUE REALIZA</b>						
Compras	2,46%	2,98%	1,50%	1,12%	2,22%	10,67%
Espectáculos, teatros...	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Pasear	19,86%	18,70%	22,00%	20,07%	15,56%	32,00%
Descansar	8,79%	10,84%	5,00%	12,27%	9,63%	1,33%
Visitar amigos / familia	4,57%	6,50%	1,00%	0,74%	0,00%	9,33%
Trabajo	2,11%	2,71%	1,00%	2,97%	0,00%	5,33%
Gastronomía	21,79%	20,33%	24,50%	24,16%	29,63%	10,67%
Deportes	0,53%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	4,39%	4,61%	4,00%	2,97%	2,22%	4,00%
Visitas culturales	35,50%	33,33%	39,50%	35,69%	40,74%	26,67%
<b>DATOS ECONÓMICOS</b>						
<b>PRESUPUESTO VIAJE</b>						
Total	480,37	273,81	821,89	616,87	427,78	227,03
Diario	76,32	64,16	96,44	87,13	74,18	53,67
<b>GASTO MEDIO DIARIO</b>						
Dato Media	57,11	55,15	60,33	62,84	58,08	42,38
<b>NIVEL DE RENTA</b>						
Alta	57,20%	61,84%	48,81%	63,37%	52,73%	46,51%
Media	30,93%	27,63%	36,90%	25,74%	30,91%	48,84%
Baja	11,86%	10,53%	14,29%	10,89%	16,36%	4,65%

## OPCIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES

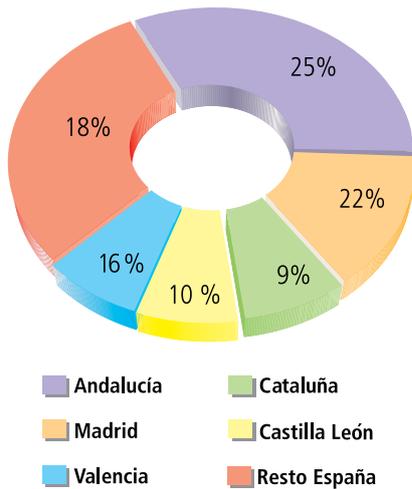
	Información	Precios	Carreteras / Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Activ. Culturales	Hospitalidad/Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	88,70%	62,16%	95,37%	95,76%	97,70%	92,31%	98,49%	91,98%	93,43%	87,38%	90,95%	24,37%	19,82%
Regular	10,00%	33,78%	3,70%	3,64%	1,84%	7,69%	1,51%	8,02%	6,57%	11,65%	8,04%	68,07%	49,55%
Mal	1,30%	4,05%	0,93%	0,61%	0,46%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,97%	1,01%	7,56%	30,63%

## PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

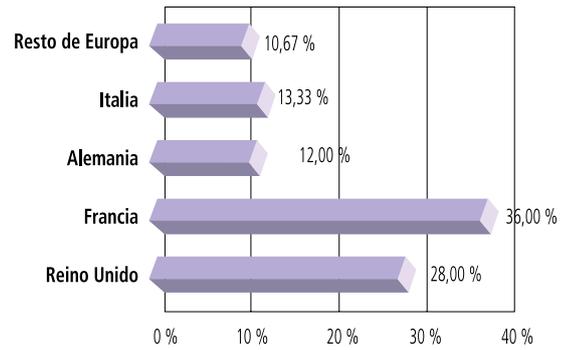
### General



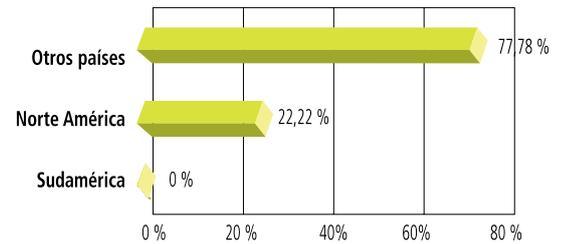
### Españoles



### Europeos



### Resto del mundo



La Encuesta de Ocupación Hotelera aporta un caudal de datos que nos permite ahondar en el análisis de la realidad turística de Córdoba durante el primer trimestre de 2009.

Dentro del primer conjunto de datos apreciamos ciertas variaciones en las características de los turistas que nos visitan. Lo realmente destacable es el aumento porcentual de las cohortes de menor y mayor edad. Así las personas de menos de 18 años y las de más de 65 han pasado a suponer cada una, el 15 % del conjunto turístico. Esta circunstancia no es consecuencia del incremento de las cifras absolutas de visitantes de las expresadas edades, sino efecto aritmético de la disminución de los turistas de mediana edad, en especial de los comprendidos entre 30 y 44 años, lo cual ya se apreciaba en el trimestre anterior.

Podemos concluir, que si los efectos de la crisis han tenido una influencia cuantitativa en la disminución del número de visitantes, en sentido cualitativo ha conllevado la disminución de los visitantes pertenecientes a los grupos de edad en plenitud social, laboral y económica.

En esta ocasión los datos también muestran diferencias de comportamiento entre los turistas nacionales y los extranjeros. Las principales son la espectacular disminución de los turistas extranjeros en el grupo de 30-44 años y de 18-29, así como el considerable aumento porcentual de los turistas de más de 65 años.

Considerando la relación entre edad y categoría de hoteles en los casos de pernoctación en Córdoba, apreciamos un desplazamiento de los turistas de mayor edad a los hoteles de categoría superior, estableciéndose una corre-

lación entre mayor edad y demanda de confort, basada en el mayor poder adquisitivo. En sentido contrario, los turistas de menos de 30 años, son con preferencia, los huéspedes del resto de los hoteles en una proporción mucho mayor que la estimada para el mismo trimestre del año anterior.

En cuanto a la duración de la estancia en Córdoba observamos que el 18% de quienes nos visitan, no pernoctan en la ciudad. Esta proporción es similar a la del primer trimestre del año 2008, pero inferior a la del último. Dato muy ilustrativo es el que nos indica que tres cuartas partes de las personas que pernoctan en Córdoba lo hacen una ó dos noches, lo que supone una novedad acorde con la situación de crisis. El incremento de las pernoctaciones cortas está acompañado de la disminución de las estancias más largas, de manera que las permanencias de 3 a 7 noches se han reducido, y sus usuarios han pasado a engrosar el grupo de quienes pernoctan un menor número de noches, lo cual tiene importantes repercusiones económicas.

En cuanto al tipo de alojamiento, destaca el hecho de que más de la mitad de los visitantes se alojen en hoteles de cuatro y de tres estrellas, advirtiéndose en estos establecimientos un claro predominio de los turistas extranjeros sobre los españoles. Este fenómeno supone una novedad con relación a lo que veníamos observando en los trimestres anteriores, que era justamente lo contrario: el mayor porcentaje de concurrencia de los turistas españoles hacia los hoteles de superior categoría. El hecho es muy significativo por cuanto se produce, precisamente, en un trimestre de reducida afluencia de turistas extranjeros.

Los hoteles de una y de dos estrellas, así como las pensiones, alojan a más de una cuarta parte de los turistas, los cuales en concordancia con lo apun-

tado anteriormente son preferentemente españoles, y sólo en un 18% de los casos extranjeros. Las casas de amigos y de familiares siguen siendo un recurso de hospedaje muy frecuentado por quienes nos visitan, en mayor medida por los españoles que por los extranjeros. Así durante el primer trimestre de 2009, el 18 % de los turistas españoles que han pernoctado en Córdoba lo han hecho en casa de amigos o familiares. La práctica de efectuar reservas con antelación, para el viaje, va en aumento. Es considerablemente más acusada entre los extranjeros que entre los españoles, por razones comprensibles de residencia y conocimiento del destino, destacando el elevado porcentaje de reservas, ya sea de alojamiento o de transporte, que se efectúa directamente.

El segundo conjunto de datos que aporta la Encuesta de Coyuntura, se inicia con las informaciones correspondientes al lugar de procedencia de nuestros turistas. En líneas generales los datos aportados por el Observatorio Turístico nos indican que el 71,72% de los visitantes son españoles y el 28,28% restante extranjeros. Advertimos ciertas variaciones numéricas con relación a los datos de los trimestres precedentes, en el sentido de un leve aumento de los extranjeros.

Por categorías de hoteles, los de cuatro y de tres estrellas son los establecimientos preferidos por los turistas que viajan en pareja, y los restantes hoteles por quienes lo hacen en grupo. Detalle sumamente importante es que el mayor porcentaje de excursionistas, es decir, de quienes no pernoctan en Córdoba, lo integran parejas de turistas, cuya captación a efectos de pernoctación en Córdoba sería del mayor interés.

La afluencia de turistas a Córdoba tiene el sentido de un viaje de vacaciones o de asueto. En el caso de los turistas españoles también tiene un importante sentido socioafectivo de visita a amigos y/o familiares. En sentido contrario destaca el muy reducido porcentaje de visitas motivadas por razones de trabajo, negocio, asistencia a congresos, etc., que continúa siendo uno de los puntos débiles de nuestro turismo y al que se le debe conceder atención prioritaria en el futuro.

En lo referente al último medio de transporte utilizado para acceder a Córdoba, se aprecia una dualidad clarísima: el uso del coche propio por parte de los españoles y del tren por los extranjeros, aunque no es desdeñable el porcentaje de españoles que acceden por tren. La elección de Córdoba

ba como destino, según los datos resultantes de las encuestas, responde a una iniciativa individual fundamentada en la percepción cultural de los protagonistas, indistintamente sean españoles o extranjeros. La dimensión cultural de la elección supone una decisión concordante con los caracteres de nuestra oferta turística, que viene a dar solidez a nuestro modelo y apun-tala iniciativas como la conducente a lograr la capitalidad cultural para el año 2016.

El cuadro que contiene los datos económicos nos remite apreciaciones de interés. La primera de ellas es la relativa al presupuesto medio del viaje, que se estima en 480 Euros, con una gran diferencia entre españoles y extranjeros: 274 y 822 Euros respectivamente. Estas cantidades resultan equivalentes a las que declaraban los encuestados en el mismo trimestre del año anterior, siendo no obstante, inferiores a las del último trimestre del año 2008. Los mayores presupuestos de viaje corresponden a quienes se alojan en los hoteles de superior categoría, y los inferiores a quienes no pernoctan en Córdoba. En cuanto al gasto medio diario no se aprecian grandes diferencias. Esta cifra queda en torno a los 57 Euros, siendo algo mayor en los extranjeros que en los españoles, y proporcional a la categoría de los establecimientos de hospedaje. Es importante indicar que las diferencias en el gasto total de los turistas no se deben a la diferencia en el gasto diario, sino a la duración de la estancia, pues condiciona un mayor o menor desembolso. Respecto al nivel de renta que declaran poseer los turistas, algo más de la mitad de los encuestados se declara titular de renta alta (en mayor proporción los españoles que los extranjeros), un tercio de renta media (en mayor proporción los extranjeros que los nacionales) y algo más de una décima parte de renta baja. Naturalmente, se aprecian gradaciones en los porcentajes correspondientes según categoría de los establecimientos hoteleros concurridos, siendo uno de los hechos destacados en este conjunto de datos, el de la moderada disminución de los titulares de rentas altas y el aumento de los de renta baja.

En lo relativo a la valoración de Córdoba por los visitantes, como viene siendo habitual, lo más destacado es el altísimo grado de satisfacción de nuestros turistas, que se concreta en unos valores que rayan el nivel de excelencia, con dos excepciones solamente: el capítulo de precios, sobre el que se advierte un porcentaje notable de disconformidad, y los capítulos de aparcamiento y tráfico, que se perciben como claramente deficientes.



## VISITANTES DE LOS PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ENERO	9.318	-19,83%	ENERO	8.158	0,32%	ENERO	14.600	-14,62%	ENERO	41.455	-12,25%
FEBRERO	16.439	-8,24%	FEBRERO	12.879	-9,19%	FEBRERO	22.600	-13,90%	FEBRERO	62.101	-15,00%
MARZO	26.537	-23,85%	MARZO	18.624	-26,12%	MARZO	32.050	-28,94%	MARZO	97.977	-26,63%
TOTAL TRIM.	52.294	-18,78%	TOTAL TRIM.	39.661	-16,54%	TOTAL TRIM.	69.250	-21,71%	TOTAL TRIM.	201.533	-20,61%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ENERO	3.724	54,59%	ENERO	cerrado	--	ENERO	2.900	3,31%	ENERO	6.309	77,82%
FEBRERO	5.331	20,99%	FEBRERO	cerrado	--	FEBRERO	3.775	-21,96%	FEBRERO	7.471	58,45%
MARZO	7.879	0,94%	MARZO	cerrado	--	MARZO	5.487	-22,17%	MARZO	8.628	20,37%
TOTAL TRIM.	16.934	15,82%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	12.162	-17,23%	TOTAL TRIM.	22.408	45,21%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO DIOCESANO			BAÑOS CALIFALES		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ENERO	3.359	-1,61%	ENERO	n.d.	n.d.	ENERO	cerrado	--	ENERO	2.673	-6,64%
FEBRERO	3.954	-20,11%	FEBRERO	n.d.	n.d.	FEBRERO	cerrado	--	FEBRERO	3.248	-20,80%
MARZO	6.200	1,87%	MARZO	n.d.	n.d.	MARZO	cerrado	--	MARZO	5.328	-15,67%
TOTAL TRIM.	13.513	-6,48%	TOTAL TRIM.	n.d.	n.d.	TOTAL TRIM.	0	--	TOTAL TRIM.	11.249	-15,31%
PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08						
ENERO	n.d.	n.d.	ENERO	92.496	-11,69%						
FEBRERO	n.d.	n.d.	FEBRERO	137.798	-16,16%						
MARZO	n.d.	n.d.	MARZO	208.710	-27,10%						
TOTAL TRIM.	n.d.	n.d.	TOTAL TRIM.	439.004	-20,96%						

El registro de acceso a los principales puntos que integran la oferta turística de la ciudad de Córdoba, es fiel reflejo de la situación referida al sector turístico en general. El descenso en el número de llegadas de visitantes del 16,20%, que se produce con respecto al mismo periodo del año anterior; se acompaña de una caída del 18,91% en las entradas a monumentos.

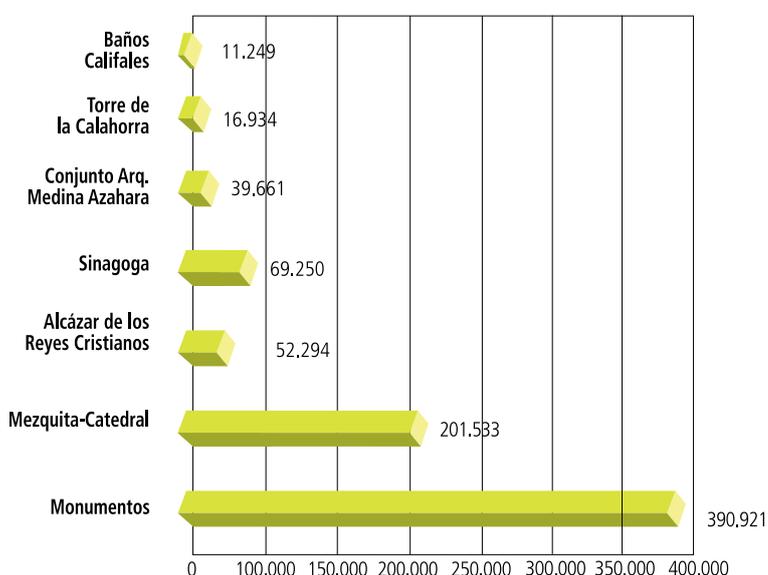
Las visitas a museos se redujeron igualmente, en este caso en un 34,40%. No obstante, este dato debe matizarse, dado que para el primer trimestre de 2009 no se disponen referencias del Jardín Botánico y del Palacio de Viana. Así pues, considerando los mismos centros museísticos en 2008 y 2009; Museo Arqueológico y Etnológico, Museo de Bellas Artes, y Museo de Julio Romero de Torres, el incremento en el número de accesos alcanza un 7,87%.

Aun considerando el descenso global, contextualizado en un momento de desaceleración económica, determinados puntos turísticos han visto incre-

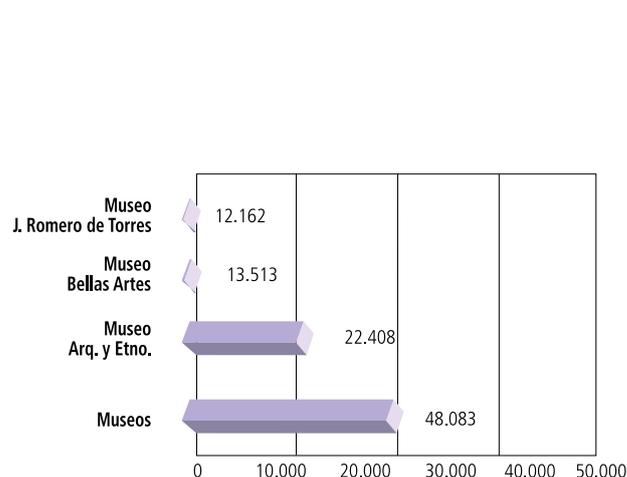
mentada su afluencia con respecto al primer trimestre de 2008. Éste ha sido el caso de la Torre de la Calahorra, entre los monumentos. Con un incremento en sus accesos del 15,82%. En el caso de los museos, destaca el comportamiento del Museo Arqueológico y Etnológico, que ha visto incrementado el número de visitantes en un 45,21% en relación al mismo periodo del año anterior.

De los 439.004 accesos a puntos de interés turístico, monumentos y museos, un 47,54% de los mismos se concentraron en el mes de marzo. Por el contrario, es en el mes de enero, cuando la afluencia a estos puntos turísticos fue mínima, 21,07% del trimestre. Aun cuando el mes de marzo concentra el mayor número de visitas del trimestre, es también el mes que se ha registrado la mayor caída en el número de accesos. Con respecto al mismo mes de 2008, las entradas a los puntos de interés turístico señalados cayeron un 27,10%.

### VISITAS A MONUMENTOS



### VISITAS A MUSEOS



## VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2009	var/08	2009	var/08
ENERO	33.605	-13,66%	55.554	-12,41%
FEBRERO	43.610	-13,60%	67.470	-13,08%
MARZO	56.007	-19,50%	88.105	-21,78%
<b>TOTAL TRIM.</b>	<b>133.222</b>	<b>-16,20%</b>	<b>211.129</b>	<b>-16,78%</b>

Fuente: INE

La evolución de la demanda hotelera es fiel reflejo de la situación coyuntural por la que atraviesa la economía nacional e internacional, manifestando el sector turístico una fuerte componente cíclica. Así pues, en el primer trimestre del presente año, el número de viajeros se contrajo en un 16,20% en relación al mismo trimestre de 2008. Esta reducción fue más intensa en el mes de marzo, 19,50%, en relación a los otros dos meses. En términos absolutos, la ciudad de Córdoba recibió en los tres primeros meses 133.222 viajeros, frente a los 158.969 que llegaron en el mismo periodo de 2008.

De forma pareja, el número de pernoctaciones se ha visto igualmente reducido, alcanzando en este caso una variación negativa del 16,78%. De la misma manera que se ha descrito para la evolución del número de viajeros, fue en el mes de marzo cuando el número de pernoctas se contrajo de una forma más intensa en relación a los mismos meses de 2008.

Considerando al trimestre de forma global, no se aprecian grandes diferencias en cuanto a la estancia media con respecto al primer trimestre de 2008.

## ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2009	var/08	2009	var/08
ENERO	1,65	1,23%	33,95%	-10,49%
FEBRERO	1,55	0,65%	42,88%	-11,86%
MARZO	1,57	-3,09%	50,15%	-21,04%
<b>TOTAL TRIM.</b>	<b>1,58</b>	<b>-0,69%</b>	<b>42,33%</b>	<b>-15,40%</b>

Fuente: INE

Este dato se situó en los tres primeros meses de 2009 en 1,58 noches. La media es no obstante, un 0,68% menor a la registrada un año antes. Fruto de una mayor caída en el número de pernoctaciones, que las llegadas de viajeros durante el mes de marzo, se produce una caída en la estancia media referida a ese mes, del 3,09%. Siendo realmente éste, el único mes en el que la estancia media se reduce con respecto a 2008.

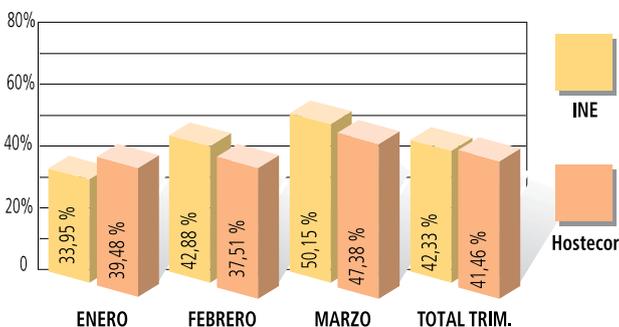
Las cifras de ocupación reflejan una vez más las pautas coyunturales por las que atraviesa el sector turístico. El primer trimestre de 2009 arrojó una media de ocupación en la ciudad del 41,46%, según datos de Hostecor. Por su parte, el INE ofrece una media de ocupación del 42,33%. Considerando las disintas categorías de establecimientos hoteleros, se muestra que si bien en todos ellos ha caído la ocupación con respecto a 2008, son los hoteles de cuatro estrellas en los que la ocupación ha sido más elevada. Aun cuando las caídas interanuales son mayores en los establecimientos de tres y cuatro estrellas.

## GRADO DE OCUPACIÓN (%)

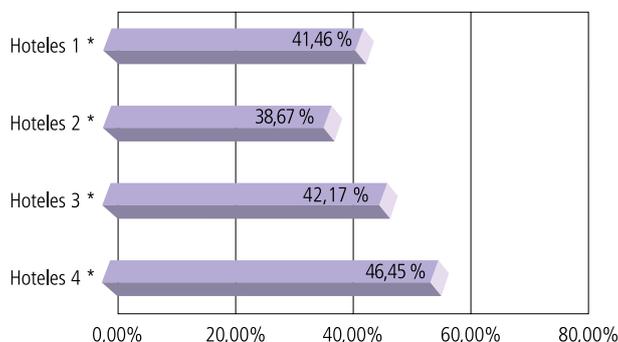
	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2009	var/08								
ENERO	39,48%	-7,80%	40,70%	-21,50%	39,50%	-7,23%	37,20%	-0,27%	39,48%	-0,18%
FEBRERO	37,51%	-22,31%	42,75%	-18,57%	38,50%	-17,74%	33,20%	-27,51%	37,51%	-21,85%
MARZO	47,38%	-30,03%	55,90%	-26,06%	48,50%	-30,22%	45,60%	-23,81%	47,38%	-28,10%
<b>TOTAL TRIM.</b>	<b>41,46%</b>	<b>-21,69%</b>	<b>46,45%</b>	<b>-22,56%</b>	<b>42,17%</b>	<b>-20,38%</b>	<b>38,67%</b>	<b>-18,85%</b>	<b>41,46%</b>	<b>-18,95%</b>

Fuente: HOSTECOR

## Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



## Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Coordina	Elabora	Colabora
	 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA	 Córdoba ciudad de encuentro   Consorcio de Turismo		