

BALANCE POSITIVO PESE A LA DISMINUCIÓN APARENTE DEL NÚMERO DE TURISTAS

Durante el segundo trimestre de 2008 visitaron Córdoba 219.230 turistas. La expresada cifra supone un incremento de casi 60.000 visitantes con relación al primer trimestre del año, lo cual es denotativo de que el trimestre primaveral constituye la temporada más alta (seguida de la otoñal) del turismo cordobés, y eso que en el año en curso la Semana Santa y vacaciones de primavera han caído en el mes de Marzo, lo cual ha influido en que el número de visitantes sea inferior al que se hubiera registrado de celebrarse en Abril, como el año pasado.

En este sentido han de interpretarse los datos comparativamente con los del mismo período del año 2007. Así se comprende y relativiza la disminución de viajeros, de las pernoctaciones, de la ocupación hotelera y el acortamiento de la estancia media.

En efecto, los viajeros disminuyeron en 2,9%, magnitud que no es reflejo de una situación negativa sino consecuencia de lo antedicho y que a buen seguro presentaría signo positivo de haberse celebrado las festividades religiosas a comienzos del trimestre. Mayor en términos estadísticos ha sido la disminución de las pernoctaciones y de la ocupación hotelera, que ha menguado en el trimestre entre el 3,7 y el 3,9 %, según los datos del INE y HOSTECOR, respectivamente. La leve disminución de la duración de la estancia media ha afectado en mayor medida a los hoteles que al resto de los establecimientos.

El dato trimestral de gasto medio de los turistas en la ciudad nos indica que éste ha aumentado en casi un 5%, lo que cier-

tamente está acorde con la inflación interanual y es indicativo más del incremento del precio de los servicios turísticos que del aumento de la capacidad o disponibilidad de gasto de nuestros turistas.

Balance muy favorable del trimestre son los aumentos de las visitas a monumentos y museos, particularmente a éstos. Ello es muy positivo, tanto por sí como por el hecho de producirse en el contexto de disminución de los turistas, lo que quiere decir que la ratio visitas / turista ha aumentado, lo cual realza la dimensiones cultural de nuestro turismo y acrecienta el marbete cultural de nuestra ciudad.

La valoración de Córdoba por los visitantes es muy buena, ganando en excelencia respecto al trimestre anterior y al mismo trimestre del año pasado. La proporción de turistas españoles-extranjeros ha recuperado cierto equilibrio, al aumentar los segundos con relación a los trimestres precedentes.

En cuanto a duración de las estancias apreciamos una leve disminución de las superiores a tres noches, mantenimiento de las de una o dos, y cierto aumento de las no pernoctaciones, que se han situado en el 19 % durante el segundo trimestre.

En conclusión un trimestre marcado por el mantenimiento de las cifras de visitantes pese al retroceso porcentual de las mismas, por el aumento de los turistas extranjeros y de las visitas a monumentos y museos y por la excelente valoración, y con ciertas sombras como el acortamiento de las estancias.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)	OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)	ESTANCIA MEDIA (PROPIA)	
		INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES
219.230	343.427	66,79%	71,55%	1,57	2,16	1,92
-2,89%	-4,24%	-3,68%	-3,91%	-1,39%	NOCHES	NOCHES
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMENTOS/MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA TURISTAS (INE)	
	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	78,48%	DURACIÓN DE ESTANCIA	
67,60 €	747.190	104.660	REGULAR	16,43%	ESPAÑA	66,34%
4,94%	0,93%	8,66%	MAL	5,08%	EXTRANJERO	33,66%
					SIN PERNOCTA	19,34%
					1-2 NOCHES	62,42%
					+3 NOCHES	18,24%

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCIA
PERFIL						
EDAD						
Menor de 10 años	9,74%	10,63%	8,58%	10,13%	8,13%	13,28%
10 - 18 años	7,14%	7,76%	6,34%	7,59%	5,63%	7,03%
18 - 29 años	20,94%	20,98%	20,90%	10,55%	28,13%	14,84%
30 - 44 años	33,44%	31,32%	36,19%	34,18%	33,75%	36,72%
45 - 65 años	19,97%	18,68%	21,64%	27,43%	17,50%	15,63%
65 años y más	8,77%	10,63%	6,34%	10,13%	6,88%	12,50%
DURACIÓN ESTANCIA						
Sin Pernoctación	19,34%	23,14%	14,50%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	62,42%	56,47%	70,00%	84,39%	81,15%	0,00%
3 - 7 noches	17,58%	20,00%	14,50%	15,03%	18,85%	0,00%
Más de 7 noches	0,66%	0,39%	1,00%	0,58%	0,00%	0,00%
Media	2,16	2,24	2,07	1,94	1,9	0
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	47,14%	47,45%	46,78%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	14,71%	13,27%	16,37%	0,00%	44,26%	0,00%
Pensión	18,53%	15,82%	21,64%	0,00%	55,74%	0,00%
Casa amigos o familiares	11,17%	16,33%	5,26%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	8,45%	7,14%	9,94%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUÓ RESERVA						
Sí	71,18%	58,73%	86,93%	93,02%	82,79%	34,48%
No	28,82%	41,27%	13,07%	6,98%	17,21%	65,52%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	14,22%	7,26%	19,34%	14,63%	12,23%	31,58%
Alojamiento por agencia	19,67%	26,26%	14,81%	30,24%	12,95%	7,89%
Alojamiento directamente	36,97%	44,13%	31,69%	32,19%	45,33%	13,16%
Transporte por agencia	8,06%	6,71%	9,06%	9,76%	7,19%	5,27%
Transporte directamente	21,09%	15,64%	25,10%	13,17%	22,30%	42,10%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	56,04%	100,00%	0,00%	53,76%	46,72%	67,05%
Unión Europea	34,95%	0,00%	79,50%	35,26%	37,70%	31,82%
Resto del mundo	9,01%	0,00%	20,50%	10,98%	15,57%	1,14%
GRUPO						
Solo	10,11%	8,63%	12,00%	5,78%	8,20%	9,09%
Pareja	46,59%	47,06%	46,00%	55,49%	42,62%	44,32%
Familia	22,42%	23,53%	21,00%	26,59%	16,39%	28,41%
Amigos	20,88%	20,78%	21,00%	12,14%	32,79%	18,18%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	73,63%	61,18%	89,50%	84,97%	81,97%	64,77%
Visita amigos o familiares	8,79%	14,12%	2,00%	2,89%	0,82%	11,36%
Trabajo/negocios	3,30%	5,10%	1,00%	3,47%	2,46%	5,68%
Excursiones, visitas...	12,53%	18,04%	5,50%	8,67%	13,93%	17,05%
Estudios	1,76%	1,57%	2,00%	0,00%	0,82%	1,14%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE						
Coche propio	43,36%	72,33%	6,53%	44,19%	31,97%	51,72%
Coche alquilado	15,71%	1,19%	34,17%	17,44%	20,49%	11,49%
Autobús regular	1,11%	0,00%	2,51%	1,74%	1,64%	0,00%
Autobús discrecional	8,41%	5,93%	11,56%	4,65%	10,66%	4,60%
Moto	2,88%	3,16%	2,51%	2,91%	3,28%	3,45%
Tren	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia viajes	2,86%	0,79%	5,50%	3,49%	3,28%	3,41%
Recomendaciones de amigos o familiares	12,33%	17,32%	6,00%	6,98%	7,38%	15,91%
Cultura general	39,21%	38,98%	39,50%	41,86%	36,89%	43,18%
Iniciativa propia	36,78%	37,01%	36,50%	41,28%	37,70%	31,82%
Experiencia propia	1,76%	2,36%	1,00%	1,74%	2,46%	1,14%
Folleto turístico	0,66%	0,39%	1,00%	0,58%	0,82%	1,14%
Oferta o folleto tour operador	0,88%	0,00%	2,00%	1,16%	1,64%	0,00%
Publicidad o información MCS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Clubes o asociaciones	1,10%	1,57%	0,50%	0,58%	3,28%	0,00%
Internet	4,41%	1,57%	8,00%	2,33%	6,56%	3,41%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	3,80%	2,51%	5,54%	4,82%	4,59%	1,98%
Espectáculos, teatros...	1,08%	0,79%	1,49%	1,45%	1,06%	0,50%
Pasear	27,04%	26,06%	28,36%	26,75%	27,91%	29,70%
Descansar	4,43%	5,34%	3,20%	5,54%	3,18%	3,96%
Visitar amigos / familia	5,97%	8,01%	3,20%	1,93%	1,42%	7,43%
Trabajo	1,81%	2,67%	0,64%	1,45%	1,42%	2,47%
Gastronomía	13,65%	13,66%	13,65%	16,15%	11,66%	15,84%
Deportes	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	4,52%	4,71%	4,26%	1,69%	9,19%	0,50%
Visitas culturales	37,71%	36,26%	39,66%	40,24%	39,57%	37,62%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	703,75	365,04	1137,78	824,1	867,1	429,8
Diario	91,41	74,45	113,14	107,79	99,1	73,59
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	67,6	64,29	71,83	81,58	70,19	51,12
NIVEL DE RENTA						
Alta	57,36%	52,94%	63,00%	68,21%	54,10%	52,27%
Media	35,38%	37,65%	32,50%	28,90%	36,07%	38,64%
Baja	7,25%	9,41%	4,50%	2,89%	9,84%	9,09%

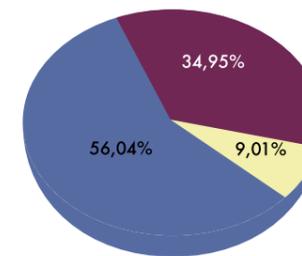
OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES													
	Información Señalización	Precios	Carreteras / Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Activ. Culturales	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	66,21%	77,75%	89,16%	89,60%	92,81%	93,57%	93,27%	88,56%	93,41%	80,40%	84,06%	40,98%	30,50%
Regular	22,45%	19,78%	8,87%	10,40%	6,95%	6,02%	6,03%	11,11%	6,35%	17,82%	15,01%	49,62%	33,20%
Mal	11,34%	2,47%	1,97%	0,00%	0,24%	0,40%	0,70%	0,33%	0,24%	1,78%	0,92%	9,40%	36,29%

Ficha Técnica: Población: Personas no residentes en la ciudad de Córdoba que visitan la ciudad por alguna motivación turística. Se supone infinita - Tamaño de la muestra: 500 - Nivel de confianza: 95% - p=0,5 - Error muestral: +4,5%

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

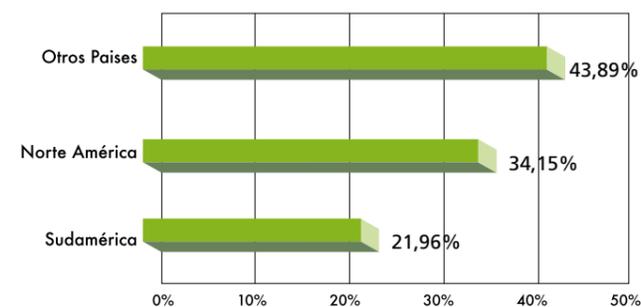
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

General

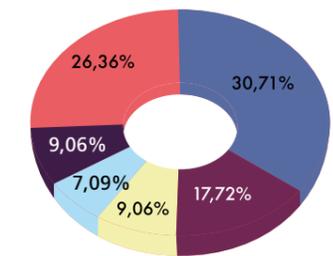


Resto mundo
Unión Europea
España

Europeos

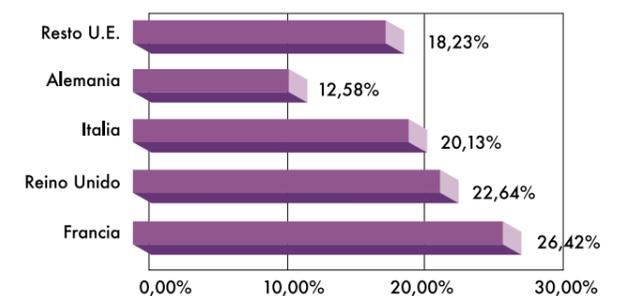


Españoles



Andalucía
Madrid
Valencia
Castilla La Mancha
Cataluña
Resto España

Resto del mundo



Un análisis más detallado de la realidad turística de Córdoba durante el segundo trimestre de 2008 la obtenemos a partir de los datos elaborados por el Observatorio Turístico los cuales se presentan distribuidos en cuatro grandes capítulos.

El primero de ellos se refiere a características generales de nuestros visitantes, entre las que resalta su condición de personas jóvenes o de mediana edad. El 54% de los mismos tienen entre 18 y 44 años. Le sigue el grupo de turistas comprendidos entre 45 y 65 años (20%), y en tercer lugar y en proporción casi equivalente (que llega al 10%), se sitúan los más jóvenes y los de mayor edad. Los comprendidos entre 10 y 18 suman el 7,1%, siendo en su mayoría escolares en viaje de estudios cuya presencia puede ser muy efectiva como germen de futuras visitas.

La diferencia entre españoles y extranjeros es que entre los primeros abundan más los niños, adolescentes y ancianos, y entre los segundos los de 30 a 65 años, como corresponde a la plenitud física, económica y laboral que favorece todo viaje al extranjero.

Del análisis comparativo entre el tipo de establecimiento y edad de los huéspedes resultan datos de interés. El primero de ellos es que los mayores porcentajes de excursionistas corres-

ponden a niños, a las personas de 30 a 44 años -progenitores de los anteriores- y a ancianos. Los primeros y segundos se integran en el modelo de turismo familiar que goza de plenitud de movimiento, y los últimos en circuitos que no tienen en Córdoba su base de pernoctación o participan en excursiones de un solo día de duración. Los turistas de 18 a 29 años y de 45 a 65 pernoctan en Córdoba en una proporción mayor a la que corresponde a su grupo por efectivos numéricos, erigiéndose, por ello, estos grupos en importantes soportes de nuestro turismo. Quienes no pernoctan en Córdoba son en su mayor proporción los turistas nacionales, en razón de la cercanía o accesibilidad a su domicilio, y quienes protagonizan el mayor número de estancias de corta duración (una o dos noches) son los extranjeros, pues para ellos Córdoba es destino intermedio de un viaje cuyas pernoctaciones han de compartirse con las otras ciudades del itinerario.

Las pernoctaciones según duración se distribuyen casi por igual en las distintas categorías de establecimientos hoteleros, evidenciando una uniformidad de comportamiento independiente del tipo de hospedaje.

El mayor número de huéspedes se aloja en los hoteles de superior categoría (47%). Las pensiones, que tan importantes po-

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

drían ser a efectos de difusión de los beneficios del turismo y de preservación funcional del casco histórico por su radicación en el mismo, acogen al 18,5% de los turistas; los hoteles modestos casi el 15% y el 11% se aloja en casas de amigos y familiares.

La práctica de la reservas de viaje alcanza ya casi al 70%, sin duda favorecida por las facilidades de gestión que aportan las nuevas tecnologías, apreciándose una clarísima diferencia a favor de los extranjeros y hacia los hoteles de cuatro y de tres estrellas. En todos los casos y conforme a la tendencia que viene evidenciándose desde hace meses, cada día es mayor la reserva directa de viaje o alojamiento, en detrimento de la intermediación de las agencias.

El segundo conjunto de datos se refiere a diversos aspectos de la demanda turística.

La modalidad de viaje dominante es en pareja, forma bajo la cual se desplaza casi la mitad de los turistas. El turismo clásico de componente familiar ha disminuido considerablemente en destinos culturas como Córdoba por razones demográficas y sociológicas. Quienes viajan solos suponen una décima parte del saldo turístico trimestral y quienes lo hacen en grupo con amigos, más del 20%. En cuanto a relación con el tipo de hotel se aprecia que el turismo de pareja y el familiar -sobre todo el primero- ocupan los mejores hoteles; el resto de los hoteles acoge preferentemente a turismo de grupos, y éstos y quienes viajan solos son, asimismo, quienes protagonizan las mayores tasas de excursionismo.

En la elección de Córdoba como destino turístico destacan dos motivaciones: la apreciación cultural de Córdoba y la iniciativa propia. La primera representa un activo importantísimo de la ciudad cara al turismo, pues Córdoba forma parte de ese reducidísimo grupo de ciudades universales de conocimiento general, cuya percepción como tal impulsa las iniciativas y deseos de conocerla. Son también importantes las recomendaciones de amigos y de familiares, lo cual tiene que ver con el grado de satisfacción de los mismos como visitantes. En sentido contrario observamos la escasísima incidencia de las recomendaciones de las agencias de viajes, de la publicidad, folletos, etc. e incluso de la experiencia propia, previa de un viaje anterior, como alimentador del deseo de volver, del llamado turismo de recurrencia. Al respecto constatamos un importante cambio de comportamiento entre nuestros turistas, consistente en que hasta hace unos años eran muchos los que volvían a Córdoba por segunda a tercera vez y, en cambio, hoy no; son visitantes que acuden por primera vez, lo cual no es privativo de la ciudad de Córdoba y seguramente está influenciado por el hecho contemporáneo de que en el pensamiento turístico prima el deseo de conocer lugares nuevos sobre el de volver a los ya conocidos.

El tercer conjunto de datos es de naturaleza económica.

El presupuesto medio del viaje se estima en 704 Euros, que suponen un considerablemente incremento con relación al mismo trimestre del año anterior y al trimestre precedente. El presupuesto medio diario ha sido de 91 Euros, apreciándose una proporción directa entre cantidad y categoría del establecimiento de hospedaje. Se da también la circunstancia de que su cuantía ha aumentado entre los españoles y disminuido entre los extranjeros. El gasto medio efectivo fue de 67,6

Euros por persona y día, habiendo experimentado un aumento moderado.

Respecto a la valoración de Córdoba tras la visita, lo realmente importante son los elevados índices de satisfacción que expresan los visitantes, que rayan el nivel de excelencia en la mayoría de los apartados y que constituyen sin duda uno de los principales activos de nuestro turismo. Como contrapunto, aparece en los datos trimestrales la disminución de la valoración positiva en el capítulo de señalización-información, que habría que someter a revisión teniendo en cuenta la importancia de las imágenes visuales como conductoras del comportamiento turístico, y la percepción por los visitantes del tráfico y del aparcamiento como problemas.

El 56% de los turistas que visitaron Córdoba fueron españoles y el 44% extranjeros, los cuales han aumentado su presencia considerablemente con relación a los trimestres precedentes. Los primeros podemos clasificarlos en tres grupos según su procedencia: un tercio de andaluces, otro tercio de madrileños, catalanes y valencianos, y otro de procedencia regional diversa. El protagonismo del turismo andaluz es causa del elevado porcentaje de excursionistas en Córdoba y de la profusión del uso del coche particular como medio de desplazamiento. En el segundo grupo destaca la fuerte presencia de madrileños, influida por la conectividad férrea en nuestra ciudad y la capital de España, la cual facilita el turismo de fin de semana al minimizar el tiempo de desplazamiento con relación al tiempo disponible para la estancia. Y entre las restantes procedencias destaca la castellano-manchega, explicable por razones de cercanía y de tamaño demográfico. El contingente extranjero se nutre en sus tres cuartas partes de turistas procedentes de la Unión Europea, y en la cuarta parte restante de otros lugares del mundo. Los primeros, a su vez, proceden básicamente de Francia, Reino Unido e Italia. El turismo extraeuropeo es, por primera vez en varios trimestres, principalmente norteamericano (34%) y, en segundo lugar, sudamericano (22%). Ello cual supone una inversión con respecto a los valores publicados en los últimos Boletines que, probablemente, no sea imputable al aumento real del número de viajeros estadounidenses, sino al efecto estadístico de la disminución de los flujos sudamericanos.



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA-CATEDRAL		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
ABRIL	32.716	-23,36%	ABRIL	20.270	-27,38%	ABRIL	56.580	7,77%	ABRIL	139.980	-13,71%
MAYO	47.852	15,57%	MAYO	25.767	17,82%	MAYO	63.300	10,03%	MAYO	170.154	7,11%
JUNIO	20.534	-10,85%	JUNIO	10.952	-11,22%	JUNIO	33.200	7,10%	JUNIO	93.779	-1,12%
TOTAL TRIM.	101.102	-5,63%	TOTAL TRIM.	56.989	-8,26%	TOTAL TRIM.	153.080	8,54%	TOTAL TRIM.	403.913	-2,89%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
ABRIL	8.343	--	ABRIL	cerrado	--	ABRIL	5.636	-14,90%	ABRIL	6.909	-5,63%
MAYO	7.154	--	MAYO	cerrado	--	MAYO	11.090	48,72%	MAYO	9.559	36,81%
JUNIO	2.630	--	JUNIO	cerrado	--	JUNIO	3.986	6,81%	JUNIO	4.159	-7,60%
TOTAL TRIM.	18.127	--	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	20.712	16,28%	TOTAL TRIM.	20.627	9,67%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07
ABRIL	6.800	-4,33%	ABRIL	6.419	62,55%	ABRIL	cerrado	--	ABRIL	cerrado	--
MAYO	11.049	15,54%	MAYO	8.436	53,30%	MAYO	cerrado	--	MAYO	cerrado	--
JUNIO	4.342	4,35%	JUNIO	6.214	-32,94%	JUNIO	cerrado	--	JUNIO	cerrado	--
TOTAL TRIM.	22.191	6,52%	TOTAL TRIM.	21.069	12,56%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	cerrado	--
BAÑOS CALIFALES			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES					
	VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07			
ABRIL	4.129	-27,38%	ABRIL	6.868	-12,89%	ABRIL	288.231	-9,03%			
MAYO	6.530	38,73%	MAYO	10.145	11,19%	MAYO	362.600	14,87%			
JUNIO	3.320	9,82%	JUNIO	3.048	-2,90%	JUNIO	179.950	-1,89%			
TOTAL TRIM.	13.979	4,20%	TOTAL TRIM.	20.061	-0,43%	TOTAL TRIM.	851.850	1,82%			

Contrariamente a la evolución generalizada de las variables turísticas sometidas a estudio a lo largo del segundo trimestre de año en la ciudad de Córdoba, el comportamiento de la actividad cultural se ha mantenido en alza.

Los datos así lo corroboran: Córdoba ha recibido la visita de 851.850 personas con motivaciones culturales, lo que en términos relativos supone un incremento del 1,82% respecto a la cifra obtenida en el año anterior.

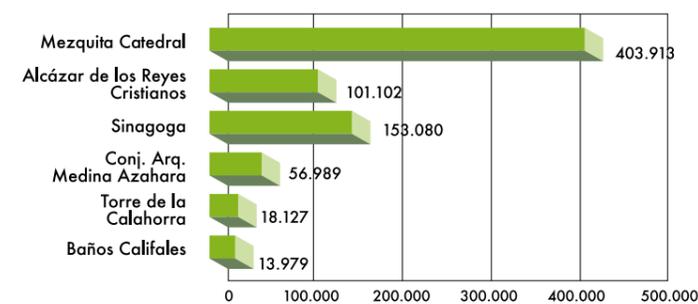
Distinguiendo por meses, se evidencia una clara disparidad, y es que los registro de afluencia de Abril y Junio caen (-9,03% y -1,89% respectivamente), mientras que Mayo es testigo de un fuerte aumento de visitantes (14,87%).

El primer dato encuentra su justificación en la celebración de la Semana Santa. En 2008 tuvo lugar en Marzo, cuando en 2007 se celebró en Abril, lo que provoca que las cifras no reflejen fielmente la realidad.

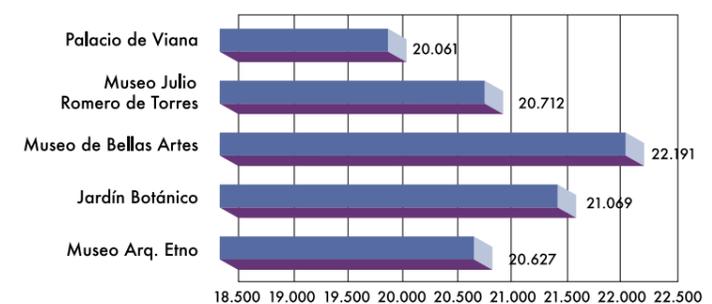
El balance entre monumentos y museos indica que los primeros acaparan cerca del 88% de las visitas frente al 12% que alcanzan los segundos. Nos obstante, la comparativa respecto al mismo periodo de 2007 recoge el mejor comportamiento de los museos cordobeses, ya que juntos experimentan un crecimiento del 8,66%, bastante significativo y alentador, mientras que los monumentos registran una evolución mucho mas moderada, aunque también de signo positivo (0,93%)

Entre los museos cabe destacar el crecimiento generalizado, a excepción del Palacio de Viana (-0,43%), mientras que de los monumentos podemos mencionar el buen nivel de acogida de la Sinagoga (8,54%) que, desafortunadamente ha sido contrarrestado por el descenso sufrido en el conjunto de Medina Azahara (-8,26%).

Visita a monumentos



Visita a museos



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2008	Var/07	2008	Var/07
ABRIL	68.783	-13,32%	109.662	-16,51%
MAYO	88.081	12,07%	136.376	8,51%
JUNIO	62.366	-8,03%	97.389	-4,15%
TOTAL TRIM.	219.230	-2,89%	343.427	-4,24%

fuelle: INE

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2008	VAR/07	2008	VAR/07
ABRIL	1,59	-3,94%	67,06%	-12,43%
MAYO	1,55	-3,08%	75,81%	5,64%
JUNIO	1,56	4,22%	57,51%	-3,65%
TOTAL TRIM.	1,57	-1,39%	66,79%	-3,68%

fuelle: INE

Rompiendo con los buenos datos obtenidos a lo largo de los primeros meses del año, este trimestre ha dado muestras de las primeras señales de debilitamiento de la demanda turística, hecho generalizado a nivel nacional.

En el actual contexto de desaceleración económica, el turismo Cordobés sortea, como veremos en cifras, algo mejor que otros sectores, la situación en la que nos encontramos.

La demanda hotelera Cordobesa ha sido cifrada en 219.230 efectivos, lo que supone un recorte del 2,89% respecto al saldo obtenido un año antes. Como suele ser habitual, el descenso de viajeros lleva aparejada la caída del número de pernoctaciones, normalmente en mayor cuantía que la variable anterior (-4,24%).

El análisis mensual de las cifras muestra que Abril es el periodo con mayores descensos, circunstancia que afecta sobremanera a los saldos trimestrales.

No obstante, no podemos dejar de recordar que las comparativas de dicho mes se han visto seriamente afectadas por un

hecho de fuerte actividad turística y movimiento de viajeros, como es la Semana Santa, que en el presente 2008 tuvo lugar en Marzo, cuando un año antes vino a engrosar los saldos de Abril.

Dato alentador se desprende de la estancia media que, pese a caer, lo hace en menor grado que el resto de variables (-1,39%), cifrándose en 1,57 noches de media.

Respecto al grado de ocupación, las dos fuentes de que disponemos coinciden prácticamente en sus estimaciones.

El INE cifra su ocupación en el 66,79%, mientras que Hostecor lo hacen en el 71,55%, en ambos casos registrando descensos del 3,68% y 3,91% respectivamente.

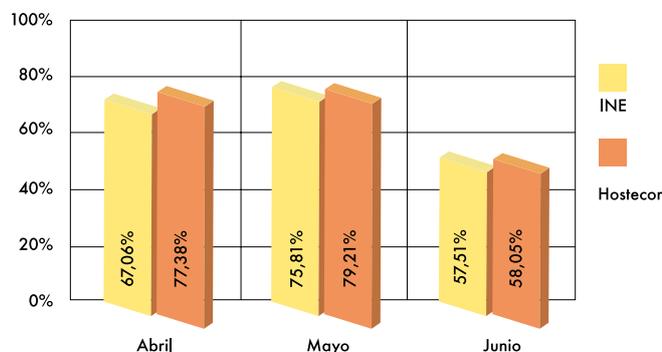
Distinguiendo en función de la categoría hotelera podemos concluir que los hoteles de calidad superior son los únicos que evolucionan favorablemente, y es que, las clases más pudientes o el turismo relacionado con negocios, congresos... se ven menos afectados por la coyuntura económica, lo que mantiene constantes los niveles de ocupación de estos establecimientos.

GRADO DE OCUPACIÓN (%)

	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07
ABRIL	77,38%	-0,99%	80,07%	-0,47%	79,35%	0,95%	75,45%	4,01%	74,65%	-5,03%
MAYO	79,21%	-3,14%	81,09%	-4,09%	79,85%	-0,99%	76,40%	2,83%	79,50%	-1,43%
JUNIO	58,05%	-8,51%	72,50%	10,57%	60,60%	4,52%	47,85%	-14,00%	51,23%	-11,64%
TOTAL TRIM.	71,55%	-3,91%	77,89%	1,34%	73,27%	1,18%	66,57%	-1,37%	68,46%	-5,46%

fuelle: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor

